

DRESSED TO DRILL

OLJEINDUSTRIENS INTERESSENTHÅNDTERING I ULB-DEBATTEN

Tormod Sandstø
Masteroppgave i medievitenskap

Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo - 2006

DRESSED TO DRILL

Oljeindustriens interessenthåndtering i ULB-debatten

Åpenhet i forbindelse med de valg vi gjør, og hvilken miljøpåvirkning våre aktiviteter og produkter har, er avgjørende for at vi får aksept for vår virksomhet hos berørte grupper. Det kan være kunder, myndigheter, interesseorganisasjoner, lokalbefolkning som bor nær et av våre anlegg, eller fiskere som opererer i farvann der vi driver letevirksomhet eller olje- og gassproduksjon.

(Fra Statoil ASAs nettsider om “Bærekraftig utvikling”)

Tormod Sandstø
Masteroppgave i medievitenskap

Veileder: Øyvind Ihlen (H05/V06)
Universitetet i Oslo – våren 2006
Institutt for medier og kommunikasjon

Sammendrag

Denne oppgaven er en studie av oljeindustriens interessenthåndtering i debatten om petroleumsvirksomhet i Barentshavet som pågikk fram til slutten av 2003, også kalt ULB-debatten. Studiet tar for seg hvordan oljeindustrien arbeidet med sine omgivelser og interessenter som en funksjon i informasjon & samfunnskontakt-arbeidet, med fokus på hvordan denne håndteringen foregikk og hvilke grupper interessentene kan sies å representere. Dette blir videre belyst opp mot teorier fra informasjon & samfunnskontakt og interessenthåndtering.

Hovedkonklusjonen er at oljeindustrien arbeidet aktivt med ulike interessenter med forskjellig tilknytning til saken, og at arbeid overfor disse varierte mellom de ulike gruppene. Gjennom debatten klarte også oljeindustrien å spille på lag med flere grupper som blir berørt av deres virksomhet, og at spesielt forholdet til fiskerne var av stor betydning. Resultatet av interessenthåndteringen antar man kom til uttrykk gjennom det endelige politiske vedtaket om gjenåpning av Barentshavet, som kan sies å ha vært en seier for oljeindustrien.

Abstract

This paper is a study of the oil industry's stakeholder management in the debate about petroleum activities in the Barents Sea, which took place up until the end of 2003 – the so-called ULB-debate. The study deals with how the oil industry worked with its surroundings and stakeholders as a function of the public relation work, with focus on how the stakeholder management was held and what groups the stakeholders could be said to represent. This will be put up against theories from public relations and stakeholder management.

The main conclusion is that the oil industry worked actively with different stakeholders holding different connections to the case, and that the work toward these varied according to the different groups. Through the debate the oil industry also managed to play alongside several groups that were involved by their activity, and especially the relationship with the fishermen was of great importance. The result of the stakeholder management is assumed to have emerged with the final political resolution of the re-opening of the Barents Sea, which can be called a victory for the oil industry.

Forord

Når denne masteroppgaven nå er ferdig er det mange som fortjener en takk. Først og fremst vil jeg takke min veileder Øyvind Ihlen, som med sine faglige innspill og bidrag har hatt en uvurderlig betydning for at prosjektet nå er i mål. I tillegg fortjener han en takk for stor tålmodighet ved utsatte innleveringer og ikke minst for støtte og oppmuntrende ord når ting har stått vel stille.

Jeg må også få takke min onkel, Yngve Konglevoll, som på et avgjørende tidspunkt hjalp meg å se realitetene og deretter utarbeide en hard og nødvendig framdriftsplan. Eller som han ville sagt: ”delivery on time, at cost”. Kjersti D. Moxness har hjulpet med korrektur og språkvask, og en takk går også til henne.

Mine medstudenter (Alexander, Mona, Hege, Kristian og Camilla et al.) skal ellers ha cred for å ha gjort studiehverdagen og livet på IMK utholdelig, blant annet gjennom lange lunsjer, tidvis unyttige samtaler, middager på Fredrikke og endeløs mailkorrespondanse.

Takk også til mine foreldre som har støtte meg hele veien, kanskje uten å vite helt hva jeg har drevet på med. Endelig går den kanskje største takken til henne som daglig har måttet leve med oppgave, oljeindustri og Barentshavet: min (kommende) kone Anne.

Tormod Sandstø
Oslo, juni 2006

Innholdsfortegnelse

1	INNLEDNING	5
1.1	Bakgrunn for oppgaven	7
1.2	Problemstilling	8
2	TEORETISK TILNÆRMING	9
2.1	Innledning	9
2.2	Om informasjon og samfunnskontakt	9
2.3	Teoretiske vinklinger - systemteori	14
2.4	Interessent-perspektivet i informasjon & samfunnskontakt	16
2.4.1	Hvem og hva er organisasjonens interesser?	17
2.5	Teorier om interessenthåndtering	20
2.5.1	Kritikk av teorier	23
3	METODE	26
3.1	Metoder – kvalitative og kvantitative	26
3.1.1	Metode- og datatriangulering	27
3.2	Kvalitative intervju	27
3.2.1	Intervjuforberedelser	29
3.2.2	Valg av informanter og gjennomføring	31
3.2.3	Innsamling og overføring av intervjudata	34
3.3	Analyse av skriftlige kilder	34
3.3.1	Kvantitativ innholdsanalyse	36
3.4	Betraktninger om validitet og reliabilitet	36
4	ULB-DEBATTENS HISTORIE, RAMMER OG OMFANG	39
4.1	Petroleumsaktivitet i Barentshavet – debatt og politikk gjennom 30 år	39

4.2	Rammer og omfang i mediene	40
4.3	Informasjon & samfunnskontakt i oljeindustrien og ULB-debatten – et overblikk	42
5	INFORMASJON & SAMFUNNSKONTAKT I ULB-DEBATTEN - EN ANALYSE	44
5.1	Innledning	44
5.2	Hvem er hva i debatten om Barentshavet?	44
5.2.1	Oljeindustriens utgangspunkt for ULB-debatten	45
5.2.2	Oljeindustriens representanter i ULB-debatten	46
5.3	Oljeindustriens interessenthåndtering i ULB-debatten	47
5.4	Oljeindustriens ulike interesser	48
5.4.1	Fiskerinæringen i ULB-debatten	51
5.4.2	Lokalpolitikere i ULB-debatten	63
5.4.3	Lokalbefolkning og opinion	69
5.4.4	Lokalt næringsliv	73
5.4.5	Mediene som interessent	75
5.4.6	Rikspolitikere	80
5.4.7	Betraktninger om analyse og teori	88
6	AVSLUTNING	90
6.1	Konklusjon	92
6.2	Andre tilnæringsmåter	93
6.3	Veien videre	94
7	REFERANSELISTE	95
7.1	Personlige kilder	96
7.2	Dokumenter	97
7.3	Mediekilder	99

1 Innledning

Fredag 31. mars 2006 la Stoltenbergs andre regjering fram Stortingsmelding nr. 8 (2005-2006)¹ som tok for seg og presenterte framtidige perspektiver for en stor og viktig del av norsk sokkel: Barentshavet og nordområdene. Denne meldingen, kalt forvaltningsplanen, var et endelig vedtak om at deler av nordområdene nå ville være åpnet for tildeling av lisenser og videre et grønt lys for framtidig petroleumsvirksomhet i Barentshavet. Miljøvernminister Helen Bjørnøy kunne denne fredagen i mars legge fram forvaltningsplanen etter bare vel et halvt år i regjering, men Stortingsmeldingen og vedtaket var imidlertid resultatet av en lang og omfattende politisk prosess. Et svært viktig grunnlag for forvaltningsplanen var en utredning igangsatt av den forrige regjeringen og som etter å ha blitt lagt fram sommeren 2003 i desember samme året endte med et påfølgende vedtak om å åpne for leteboring i deler av Barentshavet.

I Sem-erklæringen² som dannet den politiske plattformen for Regjeringen Bondevik II ble det slått fast at man ønsket en utredning av konsekvenser ved en opptrapping av petroleumsaktivitet i de nordlige havområdene utenfor norskekysten. Forslaget til et utredningsprogram ble sendt ut på bred høring 4. juni 2002³, og under en styringsgruppe hvor Olje- og energidepartementet (OED), Fiskeridepartementet (FID) og Miljøverndepartementet (MD) deltok⁴, startet man arbeidet med utredning av konsekvensene av helårig petroleumsvirksomhet i området Lofoten – Barentshavet (ULB). Høsten 2003 forelå sammendragsrapporten for ULB, og på en pressekonferanse den 15. desember i forbindelse med utlysningen av 18. konsesjonsrunde for utvinningstillatelser på norsk sokkel, la daværende olje- og energiminister Einar Steensnæs fram resultatene av dette arbeidet. I samme anledning kunne også Steensnæs kunngjøre at Regjeringen hadde besluttet å åpne generelt for videre helårig petroleumsvirksomhet i de allerede åpnete områdene i Barentshavet. Beslutningen var

¹ Miljøverndepartementet: St.meld. nr. 8 (2005-2006) "Helhetlig forvaltning av det marine miljø i Barentshavet og havområdene utenfor Lofoten (forvaltningsplan)", 2006.

² Sem-erklæringen var resultatet av regjeringsforhandlingene mellom Høyre, KrF og Venstre, som foregikk på Sem i Asker i begynnelsen av oktober 2002.

³ Forslaget til utredningsprogram for ULB ble sendt til i alt 109 instanser.

⁴ OED: "Forslag til utredningsprogram", juni 2002.

en foreløpig endelse på en debatt omkring petroleumsaktivitet i de nordlige havområdene som hadde gått over lang tid, med et bredt spekter av aktører blant annet representert ved miljøbevegelsen, lokalpolitikere og oljebransjen. Reaksjoner fra de involverte parter etter Regjeringens beslutning uteble heller ikke, og like etter kunne man blant annet lese om Bellona som varslet kamp mot det de mente var en politisk hestehandel (Dagens Næringsliv: "Høster storm fra alle sider", 16. desember 2003), lokalpolitikere i nord som mente avgjørelsen var fornuftig (Nordlys: "Ja til Barentshavet - nei til Lofoten", 15. desember 2003) og om lededirektør Tor Fjæran i Statoil som mente vedtaket var svært positivt for selskapet (Aftenposten: "Statoil fikk viljen sin", 16. desember 2003).

For petroleumsindustrien var beslutningen om å gjenåpne Barentshavet av svært stor betydning med tanke på framtidig utvinning og økonomiske konsekvenser. Oljeindustrien er basert på operasjoner og mekanismer som virker over lang tid, og fra første utvinningstillatelse er gitt kan det gå nærmere 20 år før produksjonen starter, noe som blant annet har vært en realitet ved feltene Åsgård og Snøhvit⁵. Gjeldende for oljeselskapene for å ivareta en sunn og lønnsom forretningsdrift blir derfor å sikre at funnratene er lik eller høyere enn aktuell produksjonsrate, alternativt vil inntektsgrunnlaget før eller siden synke, noe som neppe vil være akseptabelt i et konsern som hele tiden må forsøke å ivareta sine relasjoner med eiere, ansatte og samarbeidspartnere på en best mulig måte. Med slike betingelser til grunn for industrien, kombinert med en negativ kurve i letevirksomheten de siste årene og at funnraten for 2003 var lavere enn produksjonsraten⁶, vil det være opplagt at aktørene i petroleumsindustrien er proaktiv og offensiv hva gjelder adgang til nye leteområder og ressurspotensialer. Ønsket fra oljeindustrien om å få adgang til leteområder i Barentshavet var heller ikke ubegrunnet. Dette havområdet er en av petroleumsprovinsene på norsk sokkel som antas å ha størst sannsynlighet for store, nye funn, og anslaget over mengden av uoppdagede ressurser i del delen av Barentshavet

⁵ Åsgård-feltet: Første utvinningstillatelse (062) gitt 1981, produksjonsstart mai 1999
Snøhvit-feltet: Første utvinningstillatelse (064) gitt 1981, planlagt produksjonsstart desember 2007

⁶ "OED: Fakta 2004. Norsk petroleumsvirksomhet", kapittel 9

som ligger utenfor omstridt område beregnet til omtrent 990 mill. Sm³ o.e.⁷. For norsk sokkel er dette anslått til å være litt under 30 %⁸ av de totale uoppdagede ressursene, og følgelig blir Barentshavet et område av svært stor betydning for aktører innen petroleumssektoren.

1.1 Bakgrunn for oppgaven

Avgjørelsen 15. desember 2003 ble dermed en viktig seier for petroleumsindustrien, og med tanke på de anslåtte petroleumsressursene og økonomiske verdiene av dette er det opplagt at industrien selv deltok aktivt i kampen om å få tilgang til de nye leteområdene. Beslutninger i denne størrelsesordenen og den omfattende økonomiske betydningen petroleumsaktivitet i Barentshavet kan inneha, er basert på tunge og langvarige prosesser som impliserer mange parter. Når denne typer saker endelig avgjøres av myndighetene ligger det opplagt også et lengre politisk spill bak beslutningene. Den fullstendige prosessen og strategien oljeindustrien gikk igjennom for å få gjennomslag for sine ønsker omkring Barentshavet vil derfor være av en slik omfattende karakter at det for denne oppgaven vil være langt utenfor en rimelig avgrensning. Fokuset for denne oppgaven vil derimot være hvordan informasjon og samfunnskontakt, forstått som funksjonen som håndterer relasjonen med omgivelsene, kan ha spilt en betydelig rolle i oljeindustriens kamp for å nå sine mål.

Avgjørelsen den 15. desember var utelukkende en politisk beslutning, og oljeindustriens arbeid med informasjon & samfunnskontakt overfor andre parter enn politikere, eksempelvis fiskere, næringsliv og lokalbefolkning, må derfor ses på som en strategi for indirekte innflytelse på beslutningen. Hvilke holdninger som kommer til uttrykk fra ulike parter med tilknytning til saken vil bli lagt merke til av politikerne, og man kan videre anta at dersom det eksisterer en samlet enighet i det store grupper omkring en sak eller et tema, vil det være vanskeligere for politiske beslutningstakere å ta avgjørelse på tvers av dette.

⁷ Standard kubikkmeter (Sm³) og oljeekvivalenter er et standardmål for mengdeberegning av petroleumsressurser

⁸ Iflg. St.meld. nr. 38 (2003-2004) "Om petroleumsvirksomheten".

En annen hensikt for Statoil og industrien ved å jobbe strategisk overfor de ulike berørte partene vil være at i et langsiktig perspektiv ved en fremtidig utbygging vil det opplagt være gunstig å ha en god relasjon med de berørte partene.

1.2 Problemstilling

Ved å undersøke og analysere oljeindustriens informasjon & samfunnskontakt-virksomhet i ULB- debatten, kan en forsøke å danne seg et bilde av hvordan dette strategiske arbeidet foregikk og hvordan og i hvilken grad industrien lykkes med dette i å nå sine mål (her representert ved vedtaket om å gjenåpne Barentshavet for petroleumsvirksomhet).

Hovedproblemstillingen for oppgaven vil derfor være:

- Hvordan brukte oljeindustrien verktøy fra informasjon & samfunnskontakt gjennom ULB-debatten, og hvordan lyktes de med dette i strategien om å få tilgang til Barentshavet og nordområdene?

Med begrepet oljeindustrien kan man plassere et bredt felt av type selskaper og næringer, ikke minst kan man også hevde at den omfattende leverandørindustrien også hører innunder her. For oppgaven vil det imidlertid en samlet industri representert gjennom Oljeindustriens Landsforening (OLF) være i fokus, i tillegg til et enkelt selskap, som hadde et betydelig engasjement i Barentshav-debatten; Statoil. Når problemstillingen videre omtaler *verktøy* fra informasjon & samfunnskontakt, menes her de ulike strategier, arbeidsmetoder og funksjoner som ligger i dette feltet, og ett felt innen dette har fokus i denne oppgaven; *interessenthåndtering*. Dette handler om hvordan organisasjoner arbeider med og håndterer sine relasjoner og omgivelser, også kalt *interessenter*, og en utdyping og konkretisering av problemstillingen vil derfor videre være:

- Hvordan håndterte oljeindustrien sine interessenter i ULB-debatten, og overfor hvilke interessentgrupper foregikk dette arbeidet?

Oljeindustrien har mange ulike interessenter og til tross for stor spennvidde blant disse kan en likevel anta at informasjon & samfunnskontakt-arbeidet ønsker industrien å være i dialog med de ulike grupperingene. For oppgaven er det dermed interessant å analysere både hvem interessentene var og hvordan disse ble håndtert i ULB-debatten.

2 Teoretisk tilnærming

2.1 Innledning

En informasjonsmedarbeider fra en organisasjon uttaler seg på TV, en bedrift holder et informasjonsmøte på et lite sted, en nettside til et direktorat inneholder pressebilder til nedlastning – disse tre eksemplene kan alle illustrerer noe av den type virksomhet som omgir oss og som kan beskrives som public relations, eller som det kan skrives på norsk; informasjon & samfunnskontakt.

Oppgavens formål som beskrevet i innledningen (kap 1) er å påpeke hvordan oljeindustrien tok i bruk verktøy fra informasjon & samfunnskontakt i Barentshavet- og ULB-debatten som foregikk fram mot slutten av 2003. I tilknytning til oppgavens problemstilling og formål finnes det et bredt spekter av teorier, og i dette kapittelet vil jeg presentere de teoriene jeg har vurdert til å være mest hensiktsmessig for å besvare oppgavens problemstillinger og som jeg anvender i analysekapittelet (kap 5). Hensikten med kapittelet er dermed å gi leseren en innsikt i hvilke teoretiske vurderinger som er lagt til grunn for analysen, og videre å gi en mulighet til å vurdere oppgavens teoretiske fundament. I den påfølgende delen presenteres først generelle teorier om informasjon & samfunnskontakt som er relevant for oppgaven (2.2), og deretter går jeg nærmere inn på teorifelt som er knyttet opp til omgivelser- og interessentperspektivet og dermed sentralt i problemstillingen; interessenthåndtering (2.4).

2.2 Om informasjon og samfunnskontakt

Informasjon & samfunnskontakt som samlebetegnelse favner vidt, og kan med rette omtales også ved begreper som PR, public relations, strategisk kommunikasjon, interessenthåndtering og omdømmehåndtering. Felles for beskrivelsene og begrepene kan i alle tilfeller være at de ligger innenfor fagfeltet som omhandler hvordan organisasjoner⁹ kommuniserer med sine omgivelser. Å gi en entydig og uttømmende definisjon av hva betydningen av informasjon & samfunnskontakt-begrepet kan være vil her nærmest være en umulig oppgave. En avgrensning for oppgaven er dermed helt

⁹ "Organisasjon" er her definert bredt og inkluderer eksempelvis bedrifter, NGO-er, myndighetsorganer osv.

nødvendig, og jeg vil i de kommende avsnittene presentere de fortolkningsrammene og definisjonene jeg bruker begrepet innen.

En sentral teoretiker innen faget som behøver en nærmere presentasjon, er prof em. James E. Grunig. Hans akademiske arbeider innen informasjon & samfunnskontakt-faget strekker seg tilbake i tid, og i 1984 utga han sammen med Todd Hunt boken ”Managing Public Relations” (Grunig & Hunt 1984) som kan sies å være en innflytelsesrik utgivelse innenfor faget. Grunig og Hunts definisjon av public relations (informasjon & samfunnskontakt) handler om håndtering og ledelse av kommunikasjon, i det dette defineres til å være:

management of communication between an organization and its publics
(Grunig 1984:6).

I 1992 ble et større teoretisk verk publisert, igjen basert på den såkalte Excellence-studien¹⁰, der den kjente teoretikeren Grunig var redaktør. Her utvides begrepet, med et fortsatt grunnlag i definisjonen fra 1984, til også å si noe om hvem disse *publics* er:

external and internal publics – groups that affect the ability of an organization to meet its goals (Grunig et al. 1992:4).

Felles for begge av Grunigs definisjoner her er at kommunikasjonen gies en strategisk funksjon og legges på et ledelsesnivå, og sier kanskje mindre om kommunikasjonen i seg selv. Gitt en slik strategisk funksjon går det dermed klart frem at enhver organisasjon og bedrift bør bruke dette fagfeltet som et verktøy i sin helhetlige strategi, og ikke bare som en separat del av organisasjonens virke. Grunig fremhever hvordan en organisasjon kan effektiviseres og gjøres mer suksessfull ved hjelp av informasjon & samfunnskontakt (Grunig et al. 1992), men likevel er nok kanskje fagområdet fortsatt fremmed og nytt mange steder, og av den grunn gies ikke alltid dette plass i ledelsen og de styrende organer (Ihlen & Robstad 2004:15). For teoretikere, inkludert Grunig, som gir informasjon & samfunnskontakt-funksjoner en strategisk og avgjørende organisatorisk rolle, kan det nærmest framstå som et prosjekt i formidle hvordan og hvorfor fagområdet nettopp bør få en ledelsesfunksjon, og videre hvilken (positiv)

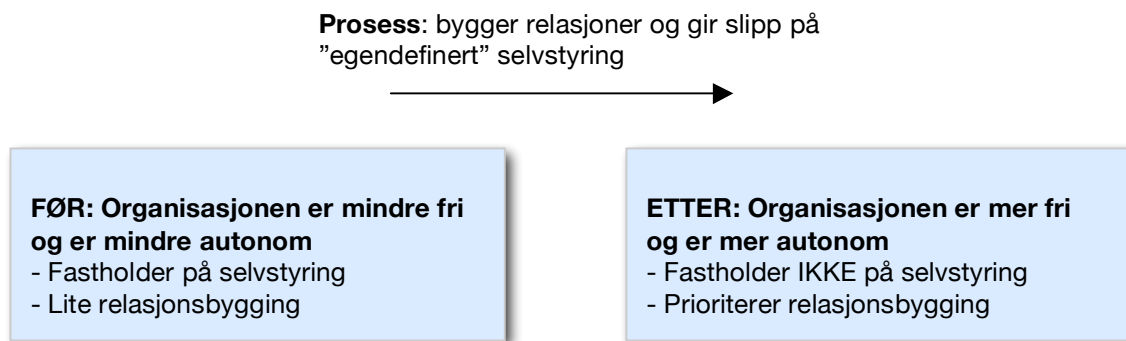
¹⁰ Excellence-studien ble gjennomført på oppdrag fra IABC (International Association of Business Communicators) Research Foundation.

effekt for organisasjonen dette kan ha. I publikasjonen fra excellence-studien utdypes dette, og David M. Dozier og Jon White hevder her at en kommunikasjonsavdeling i seg selv ikke kan gjøre organisasjonen den tilhører mer effektiv dersom informasjon & samfunnskontakt-funksjonen ikke er en integrert del av ledelsen (Dozier & White 1992:91). Begrunnelsene for dette er at når det skal taes avgjørelser i en organisasjon, så taes dette på bakgrunn av både organisasjonen i seg selv og dens omgivelser.

Beslutninger og ledelsen krever dermed en forståelse og tolkning av ens omgivelser, og her ligger en nøkkelfunksjon hos dem som arbeider med informasjon & samfunnskontakt i den respektive organisasjonen: til tross for at ansatte, ledelse og andre medlemmer gjerne har enkelte konsistente tolkninger av omgivelsene, kan dette kan være vanskelig å spesifisere. Likeså kan den enkeltes oppfatning av hvor skillet mellom organisasjonens og dens omgivelser være verken uttømmende eller avgrensende trenger i forhold til de faktiske forhold. I disse uklarhetene omkring forståelsen av seg selv og omgivelsene, som igjen skal spille en avgjørende rolle i beslutninger, kan og bør da utøvere av informasjon & samfunnskontakt spille en viktig rolle ved å hjelpe ledelsen med å skape felles forståelses- og tolkningsrammer (ibid., s.91).

Med fokus på teori om at gjennom informasjon & samfunnskontakt-virksomhet kan man skape et større indre konsensus om organisasjonens ytre grenser og omgivelser, samt tolkningen av dette, vil det dermed være naturlig å spørre hva i så måte resultatene og nytteverdien av dette vil være. Svaret på dette er mangfoldig, men helt sentralt kan man hevde at i bunn for informasjon & samfunnskontakt-virksomhet ligger evnen til å skape (gode) relasjoner til sine omgivelser, også nærmere beskrevet som publics eller interessenter (se avsnitt 2.4). Dette kommer til uttrykk også i Grunig definisjon, som presentert innledningsvis. Dermed står det klarere at skal en skape og pleie relasjoner med omgivelsene, må en også vite hvem disse er – en klargjøring nettopp informasjon & samfunnskontakt-virksomhet vil kunne bidra til, som igjen begrunner den nødvendige tilstedeværelsen i ledelsen for dem som arbeider med dette.

Resultatet av å gi informasjon & samfunnskontakt en ledelsesfunksjon, og dermed sikre relasjonsbyggingen med omgivelsene, vil ifølge Grunig være en mer effektiv organisasjon som er mer autonom og fri til å nå sine mål (Grunig, Grunig & Ehling 1992:69). I kapittelet med den direkte og spørrende tittelen "What Is an Effective Organization?" (som også innleder til det gjennomgående temaet om hvilke nytteverdi informasjon & samfunnskontakt-virksomhet kan ha) (ibid., s.65-90), påpekes det ironiske i denne framstillingen, som kan beskrives med følgende figur:



(Figur 2.1) – Modell for organisasjoners mulighet for selvstyring (etter Grunig, Grunig & Ehling 1992)

Listen over mulige (positive) effekter god håndtering av faget kan gi er lang og uoversiktlig, og et forsøk på å gi uttømmende forklaring og definisjon av alle fortrinn en organisasjon kan oppnå, vil nok være et (for) omfattende prosjekt. Likevel vil ovenstående teori om organisasjoners frihet og autonomi gå inn som et av flere betydningsfulle resultater vellykket informasjon & samfunnskontakt-virksomhet kan gi organisasjonen.

En forankring av informasjon & samfunnskontakt i ledelsen uttrykkes også klart hos Scott M. Cutlip, en annen sentral teoretiker i faget, som i likhet med Grunig har en systemteoretisk (se avsnitt 2.3) tilnærming i det akademiske arbeidet (Cutlip, Center & Broom 1999). Teorien utdyper ikke bare at informasjon & samfunnskontakt bør ha en plass i ledelsen, men ved å vise til konkrete eksempler¹¹ hevder han at grunnlaget for all slik aktivitet faktisk starter i toppledelsen og deres handlemåter (ibid., s.59). Det kan også synes at distinksjonen mellom markedsføring og informasjon & samfunnskontakt, og ikke minst oppfatningen av dette, for mange er utydelig og udefinerbar, men i teorier som plasserer informasjon & samfunnskontakt på et ledelsesnivå er det imidlertid vesentlig å skille disse to arbeidsområdene. Markedsføring og reklamens oppgave er blant annet å identifisere produkt- og tjenestebehov, fastsette en verdi for deretter å levere dette det som etterspørres blant kundene (ibid., s.7). Markedsføring fokuserer på å tjene *markedet* og jobber dermed på et annet og mer håndgripelig nivå enn det informasjon & samfunnskontakt bør være på, som med sine funksjoner skal tjene og

¹¹ Cutlip trekker her fram to konkrete caser der en krise i to forskjellige bedrifter fikk helt forskjellig utfall grunnet ledelsens handlemåte (Cutlip, Center & Broom 1999:59).

håndtere alle relasjoner og omgivelser knyttet til organisasjonen (Grunig et al. 1992:20). Behovet for en klargjøring av denne distinksjonen uttrykkes hos flere kjente teoretikere (Cutlip, Center & Broom 1999; Kitchen et al. 1997:223-271; Grunig et al. 1992), men teoretikerer innen markedsføringsfaget var blant de første til å trekke opp disse skillelinjene. Kotler¹² og Mindak skisserte allerede i 1978 fem ulike modeller for hvordan henholdsvis informasjon & samfunnskontakt- og markedsføringsavdelingen i en organisasjon kan operere i relasjon til hverandre, fra to helt separate enheter til én integrert avdeling. (Kotler & Mindak 1978 i Grunig, Grunig & Dozier 2002:268). Teorier om ledelsesaspektet ved informasjon & samfunnskontakt, og distinksjonen mellom dette og markedsføring, er etter min vurdering hensiktsmessig å knytte opp til denne oppgavens tema omkring oljeindustrien som aktiv deltaker i ULB-debatten. Som allerede antatt, og som et grunnlag for oppgaven, var informasjon & samfunnskontakt en del av strategien oljeindustrien brukte bevisst i kampen om å sikre egne interesser. I analysedelen påpeker jeg hvordan deler av denne virksomheten foregikk i debatten som pågikk fram til desember 2003, men allerede i et overblikk over saken kan en anta at teoriene om skillet mellom markedsføring og informasjon & samfunnskontakt er relevante her. I en kompleks sak som diskusjonen om fremtidens utvikling i Barentshavet er, med flere tunge aktører og polariserte ytringer samt en tydelig politisk forankring, vil tradisjonell markedsføring og betalt spalteplass i form av annonser alene ikke være nok til å kommunisere ens budskap. Riktignok finner man flere eksempler på at store selskaper har investert i annonser med den hensikt å kommunisere selskapets virke og (for dem forhåpentligvis) å styrke merkevaren og omdømmet¹³, men det vil være rimelig å anta at slik markedsføringsaktivitet i seg selv ikke er tilstrekkelig i en sak av det omfanget som ULB-debatten hadde.

Teoretikere som har et ståsted i den utøvende delen av faget og i det som senere presenteres som den *systemteoretiske* tradisjonen, kjennetegnes gjerne også ved at de har en *normativ* tilnærming i sine teorier. Med andre ord vil de gjerne formidle hvordan

¹² Philip J. Kotler er en kjent teoretiker innen markedsføringsfaget, og har blant annet gitt ut verket "Principles of marketing" (2005) som er pensum i mange økonomiske og markedsføringsfag.

¹³ Både Statoil og Hydro hadde i løpet av 2005 flere større annonser og reklamekampanjer der selskapenes virke og betydning for Norge, næringsliv og økonomi ble presentert for publikum (Propaganda: "Reklame for 30 millioner", 20. oktober 2005).

informasjon & samfunnskontakt *bør* og *skal* utøves dersom en søker å oppnå best mulig resultater (og det gjør en jo helst). Begrepene ”excellence” og ”excellent” public relations går igjen flere steder (Grunig et al. 1992; Grunig, Grunig & Dozier 2002) og kan kanskje best oversettes med fremragende og utmerket informasjon & samfunnskontakt - som igjen kan ses på som et mål de normative teoriene vil oppnå. Fremgangsmåten for å lykkes med informasjon & samfunnskontakt-virksomheten er også bredt beskrevet hos andre teoretikere (Cutlip, Center & Broom 1999; Kitchen et al. 1997), og likeså er belønningen og resultatene dette vil gi (eksempelvis Grunigs teori om organisasjoners frihet som beskrevet tidligere). Informasjon & samfunnskontakt bør likevel ikke reduseres til noe man velger og deretter får en viss belønning for, det er langt mer enn som så. I definisjonen innledningsvis av dette kapittelet definerer Grunig informasjon & samfunnskontakt til å være en funksjon som er med å avgjøre om en organisasjon når sine mål eller ikke. Cutlip legger imidlertid mer trykk på det og definerer begrepet til følgende:

Public relations is the management function [...] on whom its success or failure depends (Cutlip, Center & Broom, 1999:6)

Informasjon & samfunnskontakt er med andre ord ikke noe mindre enn en suksesskritisk faktor som avgjør om man får suksess eller ikke, som igjen for en organisasjon kan bety liv eller død.

2.3 Teoretiske vinklinger - systemteori

I den teoretiske tilnærmingen til faget finner man ulike vinklinger og akademiske tradisjoner, men den (historiske) teoretiske tilnærmingen til faget kan deles i tre ulike innfallsvinkler: systemteoretisk, retorisk og kritisk (Ihlen & Robstad 2004:29).

Grensene mellom de ulike tradisjonene er ikke absolutt og begrensende, men kan være med å vise hvordan teorier utvikler seg innenfor et fag som kan beskrives som relativt ungt i akademia og som på mange måter kan sies å ha vært preget av en utøvende og praktisk tradisjon. I denne oppgavens tilnærming der jeg forsøker å belyse informasjon & samfunnskontakt-aktiviteten i en større politisk- og samfunnsdebatt, med mange involverte parter og organisasjon, vektlegges den systemteoretiske tilnærmingen. Flere sentrale teoretikere innefor faget og som presenteres nærmere i de følgende avsnittene,

deriblant James Grunig og Scott M. Cutlip, kan tillegges et ståsted ut i fra det systemteoretiske og praktisk utførelse av informasjon & samfunnskontakt-faget.

En grunnleggende tanke i systemteorien er en gjensidig forståelse av helheten gjennom delene og viceversa. I den klassiske vitenskapsfilosofien kalles denne tilnærmingen for hermeneutikk, og uttrykkes blant annet gjennom den hermeneutiske sirkel hvor deler og helhet har en vekselvirkning på hverandre med en stadig dypere forståelse av det totale bildet og sammenhengene som resultat. Et annet viktig fellestrekk i systemteorien er synet på samfunnsaktører, herunder organisasjoner, som systemer i et større system, også kalt suprasystemet (Ihlen & Robstad 2004). En organisasjon som et system består igjen av mindre deler og enheter, subsystemer, som igjen både påvirker andre interne subsystemer og organisasjonen som helhet, selve systemet (Grunig & Hunt 1984:8). Gitt at en organisasjon består av mindre, relasjonelle subsystemer gjør Grunig også en klassifisering av de ulike delene, som får en avgjørende betydning i beskrivelsen av rollen informasjon & samfunnskontakt kan og bør ha i en vellykket og effektiv organisasjon. I påfølgende del hvor Grunigs teorier presenteres nærmere, kommer det tydelig til uttrykk hvordan dette bør håndteres på ledelsesnivå. Men like viktig å få frem er vektleggingen av dualiteten som samtidig ligger i denne rollen, der informasjon & samfunnskontakt normativt både skal virke internt og eksternt i organisasjonen. Grunig beskriver denne dualiteten som en "boundary role" (grenserolle), det vil si at man har én fot i organisasjonen, og én fot utenfor (ibid., s.9). David M. Dozier og Jon White uttrykker også viktigheten av at personer som arbeider med kommunikasjon er forankret både innad og i organisasjonens omgivelser. Ved råd og innspill fra disse personene kan beslutninger på ledelsesnivå avgjøres på en best mulig måte som er forenlig med omgivelsene (Dozier & White 1992:91-105). I et systemteoretisk perspektiv der ulike systemer og subsystemer står i korrelasjon til hverandre vil det videre være relevant å også vurdere de ulike systemenes åpenhet og følgende i hvor stor utstrekning et system agerer og responderer med omgivelsene. Dette aspektet trekkes fram av Warnaby og Moss som hevder at et system verken kan være fullstendig åpent eller lukket, og at det er i nettopp denne grensen mellom omgivelser og innside at kommunikasjonsmedarbeiderne kan spille en viktig rolle (Warnaby & Moss i Kitchen et al. 1997:13-15), lik Grunigs beskrivelse av grenserollen.

Som allerede nevnt har systemteorier i faget en tilhørighet i den utøvende delen av informasjon & samfunnskontakt, og dermed også er vinklingen mye rettet mot kommunikasjonens avsender. Dette er også hva kritikere av denne vinklingen med rette peker på; at systemteori innenfor faget i for liten grad tar hensyn til aspekter som har betydning i kommunikasjonsprosessen, eksempelvis i formidlings- og resepsjonsmekanismene. I det totale bildet blir derfor det systemteoretiske perspektivet kanskje ufullstendig, men det tydelige avsenderperspektivet gjør teoriene relevant for denne oppgaven der jeg tar for meg informasjon & samfunnskontakt-arbeidet fra en betydelig aktører i ULB-saken; oljeindustrien.

2.4 Interessent-perspektivet i informasjon & samfunnskontakt

Daglige og vanlige hendelser av typen henvendelser til kundeservice i en bedrift, framlegging av regnskapstall for et aksjeselskap eller et møte mellom departement og en interesseorganisasjon handler alle om relasjoner mellom organisasjoner og omgivelser, og som én av flere oversettelser på norsk kan kalles: *interessenthåndtering*. Denne delen av faget utgjør bare en del av hva man kan definere i begrepet informasjon & samfunnskontakt, men for denne oppgaven er dette valgt som et av de mest sentrale teorifeltene. Saken omkring petroleumsvirksomhet i Barentshavet og debatten om dette vil være et eksempel der en eller flere organisasjoner (i dette tilfellet oljeindustrien), er avhengig av å kommunisere med sine ulike omgivelser, eller interessenter, som konkret i dette tilfellet er grupperingene som på ulike måter vil være berørt av oljeindustriens engasjement og interesser i Barentshavet. Det finnes flere definisjoner på hva og hvem interessenter er, noe som blir belyst i de neste avsnittene, og i en utøvende kontekst blir håndteringen av slike gruppen i informasjon & samfunnskontakt-teoriene gjerne beskrevet som *stakeholder management*¹⁴ (som tidligere oversatt *interessenthåndtering*). Begrepene *stakeholder* og oversettelsen *interessent* brukes videre om hverandre, og for denne oppgaven har jeg valgt den norske varianten.

¹⁴ Begrepet "stakeholder management" finner man eksempelvis i *Managing Public Relations* (Grunig & Hunt 1984) samt i *Ongoing Crisis Communication* (Coombs 1999).

Å skulle beskrive det totale bildet av en organisasjons omgivelser og interessenter vil antakeligvis bli et prosjekt som vil være vanskelig å avgrense. I teoriene som handler om dette kan man likevel trekke fram de fellesforståelsene som måtte ligge til grunn når man snakker om hvem og hva som er berørt av ens virke.

Robert Freeman definerer interessent som:

A stakeholder in an organization is (by definition) any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organizations objective (Freeman 1984:46).

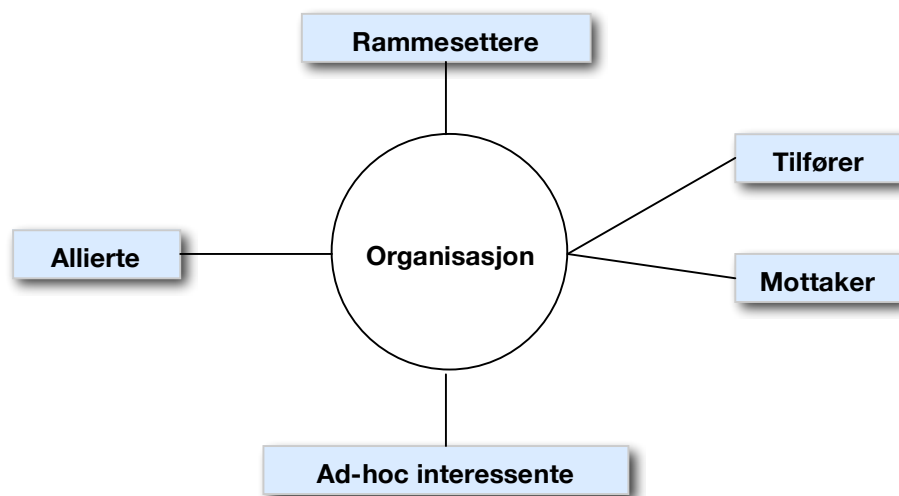
Denne definisjonen fremhever den eller dem som påvirker og/eller blir påvirket av organisasjonens virke, og Freeman baserer seg igjen på den kanskje enda enklere (og eldre) definisjonen som kort forklarer disse til å være: "...which make a difference to the organization" (James Thompson 1967 i Freeman 1984:42).

Grunig & Hunts definisjon av interessenter definerer dem også til gruppen(e) som direkte kan ha innvirkning på organisasjonens fremtid, men legger også til et vesentlig poeng; at nevnte interessenter ikke er under organisasjonens kontroll (Grunig & Hunt 1984:297). Definisjonene av interessenter spenner her svært vidt, og et kritisk blikk på slike teoretisk fremlegging av begrepet kan med rette begrunnes i at hvis en vurderer omgivelsene bare opp mot kriteriet om hvem som påvirker og blir påvirket av ens virke, vil kjeden av direkte og indirekte påvirkninger kunne bli urimelig lang. Helt konkret kan en så tvil om for eksempel en liten bedrift i leverandørindustrien til petroleumsnæringen virkelig har muligheten til å ta hensyn til alle dem som blir berørt av at deres produkt brukes i oljeleting i et nytt område, som igjen kan føre til vekst og nye arbeidsplasser, men som deretter kan risikere å bli utsatt for et uhell ved at miljøskadelige kjemikalier renner ut i fiskeriområder osv. På den annen side er det imidlertid lett å forestille seg at et oljeselskap som opererer i et landskap av politiske beslutninger og konsesjoner virkelig må ta myndighetene på alvor i møte med disse som en interessentgruppe.

2.4.1 Hvem og hva er organisasjonens interessenter?

Interessent-definisjonen er altså vid, men i en praktisk og utøvende kontekst vil det være naturlig med kriterier for en avgrensning av hvem og hva som er av betydning for organisasjonen. Dette reiser nye problemstillinger for dem som ønsker å ha et bevisst og

godt forhold til sine interessenter, for hvem er da disse? Freeman sine teorier om informasjon & samfunnskontakt er i likhet med blant annet Grunig og Cutlip orientert mot et ledelsesnivå der arbeidet med dette ikke er noe som tilsesettes som et tilleggsaspekt, men som bør ha en strategisk og sentral rolle i organisasjonen. I den systemteoretiske tradisjonen går teoriene hans også gjennom hvordan en spesifikt blant annet kan kartlegge sine relasjoner (Freeman 1984:52-64) og deretter håndteringen av disse (ibid., s.126-135). Grunig og Hunt tar også opp dette dilemmaet en står overfor i arbeidet med relasjoner og interessenter (Grunig & Hunt 1984:138-161). Grunnet de vide definisjonene av hvem ens interessenter er, trengs muligheten til en rasjonell og hensiktsmessig avgrensning og kategorisering, og det finnes også ulike teorier om hvordan en systematisering av ens interessenter kan gjøres. Grunig & Hunt sin mulige "løsning" på utfordringene er en modell som kategoriserer omgivelsene i fem grupper (oversettelse fra Ihlen & Robstad 2004:45); rammesettere, tilfører, mottaker, allierte og ad-hoc-interessenter (Grunig & Hunt 1984:141). Modellen kategoriserer omgivelsene ut i fra *hvem* som er organisasjonens interessenter, og ikke minst *hvordan* relasjonen med disse er:



Figur 2.2: Grunig & Hunts modell for kategorier av interessenter (Grunig & Hunt 1984:141)

En anvendelse av denne teorien kan bidra til å både si noe om hvem interessentene er, hvilken tilknytning de har og ikke minst om gruppen påvirker eller blitt påvirket (eller begge deler) av virksomheten. Dette siste aspektet vil da også nødvendigvis bli et betydningsfullt kriterium når en organisasjon gjennom informasjon & samfunnskontakt-arbeidet skal håndtere de ulike interessentene.

En annen modell for klassifisering og grunnlag for arbeidet med interessenter er Freemans matriseskjema der parametrene ”Makt/Innflytelse” og ”Relasjon/tilknytning” brukes for å kartlegge de ulike gruppene av interessenter:



Figur 2.3: Freemans modell for kartlegging av interessenter (Freeman 1984:63)

I forsøket på å kartlegge ens omgivelser og berørte interessenter vil en i interessent-teoriene møte på to tilsynelatende like begreper; *public* og *publics*. Begrepene kan begge forklares til å handle om dem og det som er utenfor organisasjonen, altså en offentlighet, men distinksjonen mellom disse ligger i at for sistnevnte avgrenses dette til å gjelde dem som er *berørt* av organisasjonens virke, og på norsk derfor kan oversettes til *berørte interessenter* (Ihlen & Robstad 2004:47). Nødvendigheten av et skille mellom en generell offentlighet og interessenter, samt en avgrensning av hvem som er organisasjonens *publics*, eller berørte interessenter, uttrykker også Grunig: ”Publics are always specific [...] they cannot be general” (Grunig & Hunt 1984:138).

I den videre tilnærmingen av hvem som er og kan være ens interessenter, kan man trekke fram enda en faktor som kan være av betydning for kartleggingen; graden av engasjement hos den berørte interessenten. For selv om en blir berørt av det et selskap eller en organisasjon arbeider med, så betyr ikke det nødvendigvis at man agerer tilbake, og dem som nettopp ikke foretar seg noe i forhold til dette kan ut ifra interessent-teoriene beskrives som en *latent* interessent. Denne gruppen bærer imidlertid potensialet til å utvikle en oppmerksom holdning på virksomheten og som til slutt kan føre til et direkte og aktivt engasjement overfor organisasjonen (ibid., s.145). En slik teoretisk mulig utviklingsbane for interessenter påpeker dermed at en organisasjons interessenter innbefatter vesentlig flere enn å bare gjelde dem som har et aktivt engasjement. Hos Kitchen et al. er også perspektivet om graden av interessenters engasjement vesentlig i definisjonen av *publics*-begrepet, som beskrevet tidligere er mye brukt i fagets teorier.

Der hevdes det nemlig at det nettopp er den og de gruppene av interessenter som er oppmerksomme og aktive ovenfor en organisasjon som skiller disse fra interessenter: "[Those who] are or become more aware and active are *publics*" (Varey i Kitchen et al. 1997:93). Uavhengig av nyansene i teoriens definisjoner av hvem berørte interessenter er og vektlegging av deres engasjement ovenfor organisasjonen, påpeker Grunig og Repper et moment som man kan hevde er grunnleggende for informasjon & samfunnskontakt-virksomhet og interessenthåndtering: Når en interessent er aktiv og reagerer på en organisasjons virke, da har man: "...little choice other than to communicate with them (Grunig & Repper 1992:128).

Teoriene sier dermed en hel del om hvem ens interessenter er, og ikke er, og likeså blir det teoretiske perspektivet på interessent-begrepet nyttig i arbeidet med å finne og kartlegge sine omgivelser og interessenter.

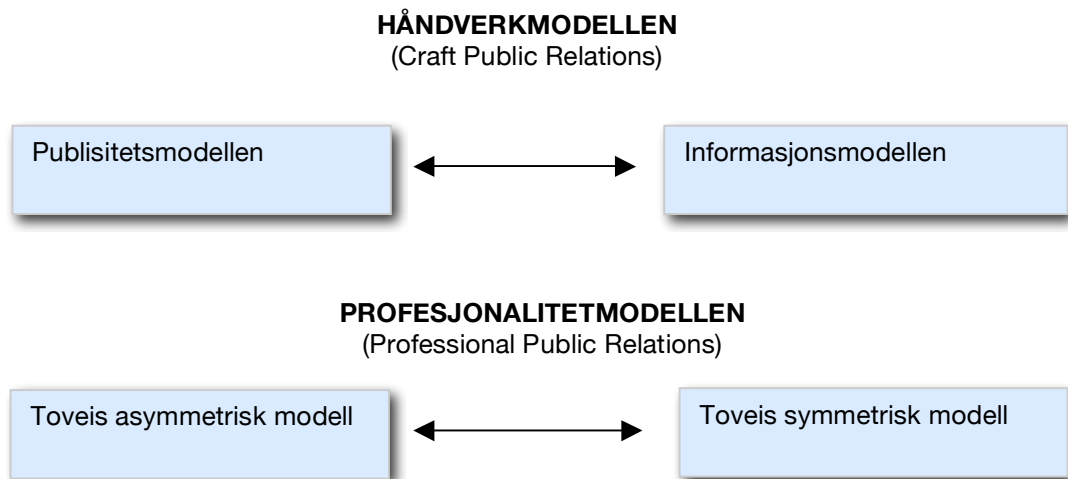
2.5 Teorier om interessenthåndtering

Som presentert i de foregående avsnittene gis interessent-perspektivet en betydningsfull rolle blant de ulike formene for informasjon & samfunnskontakt-arbeid, og herunder ligger også arbeidet organisasjoner må gjøre for å skaffe oversikt over hvilke grupper man kan definere som ens berørte interessenter. Interessenthåndtering som et av verktøyene fra informasjon & samfunnskontakt er også nært knyttet opp til de mer generelle teoriene om dette, som presentert i første del av teorikapittelet. Ikke minst kommer dette til uttrykk hos Grunig og Dozier og White som trekker fram informasjon & samfunnskontakt-funksjonene som et ledd mellom organisasjonen og omgivelsene (Grunig 1984:9; Dozier & White 1992:91-105). Å være i dialog med sine omgivelser krever likevel at det finnes en kontakt og en relasjon mellom organisasjonen og disse, og ut i fra et helhetlig, normativt perspektiv på interessenthåndtering vil starten og det grunnleggende i dette arbeidet innebære å bygge *relasjoner* med nettopp omgivelser og interessenter. Dette kan også forklares med Grunigs teorier om selvstyring for organisasjonen (vist i figur 3.1, der relasjonsbygging er nøkkelen til nettopp en økt selvstyring i forhold til omgivelser (Grunig, Grunig & Ehling 1992). Med utgangspunkt i at informasjon & samfunnskontakt har en grenserolle ("boundary role") og at arbeidet med å skape relasjoner til sine omgivelser ligger til grunn, utvides den teoretiske

tilnærmingen til et annet interessant aspekt; *hvordan* man bør jobbe med og håndtere sine interesser.

Teoriene som normativt omtaler interessenthåndtering består blant annet av modeller for dette, og Grunig og Hunts modeller for kommunikasjon er her blant de mest kjente (Grunig & Hunt 1984). Modellene beskriver ulike måter for en organisasjon å kommunisere og forholde seg til sine omgivelser, og disse kan kalles *publisitetsmodellen*, *informasjonsmodellen*, *toveis asymmetrisk* og *toveis symmetrisk* (norsk oversettelse fra Ihlen & Robstad 2004). Skillet mellom modellene går i første omgang mellom de to første og de to siste, der Grunig og Hunt forklarer publisitets- og in informasjonsmodellen til å være gjeldende for de tilfellene der kommunikasjonen er enveis fra avsender til mottaker. Forskjellen mellom de her to nevnte ligger igjen i hensikten, der førstnevnte har til hensikt å få oppmerksomhet og å ”manipulere” omgivelsene (blir også kalt *propagandamodellen*), mens sistnevnte informerer og opplyse publikum, selv om det også kan ligge en hensikt bak. For toveismodellene gjelder imidlertid en tilbakevirkende mekanisme på avsenderorganisasjonen der den som kommuniserer budskapet også lytter på responsen på dette. Toveis-begrepet trenger videre ikke nødvendigvis å bety at det foregår en direkte dialog mellom organisasjonen og omgivelsene, men at respons og tilbakemeldinger eksempelvis kan komme gjennom indirekte kanaler (Ihlen & Robstad 2004:60). Forskjellen mellom de to toveismodellene ligger i hva man ønsker å oppnå, der det asymmetriske representerer et ønske om å påvirke omgivelsene, som igjen skal sikre at organisasjonen når sine mål. Mens ved bruk av den toveis symmetriske modellen, også kalt *symmetrimodellen*, i informasjon & samfunnskontakt-arbeidet er målet å finne fram til løsninger med omgivelsene, det vil si at hensyn taes og man søker å finne en balansegang mellom organisasjonen og interessenten(e)s ønsker. I utøvende og praktisk sammenheng innen informasjon & samfunnskontakt-faget ser man imidlertid at det ikke alltid vil være slik at man forholder seg til fire forskjellige, absolutte kategorier. Dette var noe Grunig også er inneforstått med, og i det videre teoretiske arbeidet ble modellene utviklet videre med den begrunnelse at det i profesjonelt informasjon & samfunnskontakt-arbeid ”involves both asymmetrical tactics and symmetrical tactics” (Grunig & Grunig 1992:312).

Den nye utgaven av modellene inneholder fortsatt et skille mellom enveis og toveis kommunikasjon, men med begrunnelsen fra den nevnte erkjennelsen om ulik bruk av modeller ved ulike behov inneholder den også en skala mellom de ulike modellene:



(Figur 2.4) – Modell for informasjon & samfunnskontakt (etter Grunig & Grunig 1992 gjengitt i Ihlen & Robstad 2004:61)

Dette oppsettet av modeller blir også gjengitt av andre teoretikere, eksempelvis hos Warnaby og Moss i kapittelet om informasjon & samfunnskontakt-rolle i organisasjoner (Warnaby & Moss i Kitchen et al. 1997:6-21). På lignende vis bruker Cutlip et al. begrepene åpne og lukkede systemer, der førstnevnte er i samsvar med toveismodellene til Grunig (Cutlip, Center & Broom 1999:222).

Grunig og Grunigs restrukturering av modellene for håndtering og kommunikasjon med interessentene ble med dette tettere knyttet opp til den utøvende delen av faget og praksis, men på bakgrunn av den normative forankringen til Grunigs teorier står fortsatt den toveis symmetriske modellen – symmetrimodellen - som selve *idealet* for hvordan informasjon & samfunnskontakt-arbeidet bør utføres. Det er verdt å legge merke til hvordan Grunig nettopp tar tak i det normative og idealer, og dette grunnes ut i fra flere aspekter. For det første vil den toveis symmetriske modellen i større grad ta *hensyn* til sine omgivelser, og som beskrevet tidligere er målet her å søke løsninger som er til det beste for *både* organisasjonen og interessentene (Grunig & Hunt 1984:22). Det sentrale her er *gjensidighet* og *tilpasning*, både med tanke på forståelse og fordeler som bør

gjelde for informasjon & samfunnskontakt-virksomheten (Ihlen & Robstad 2004:15). At denne symmetrimodellen i større grad tar hensyn til fellesskapet og ikke bare organisasjonens egne interesser gjør den også til den mest *etiske* ifølge Grunig (ibid., s. 62). Andre teoretikere som Warnaby og Moss trekker også fram det normative gjensidighetsaspektet når selve informasjon & samfunnskontakt-begrepet skal defineres, og her uttrykkes nettopp ”mutual understanding” som en del av dette (Warnaby & Moss i Kitchen et al. 1997:7). Imidlertid er det ikke slik i praksis og utøvende sammenheng at en organisasjon eller bedrift ved informasjon & samfunnskontakt-arbeidet utelukkende kan jobbe etter én modell, mer etisk eller ikke, og i 1992 svarte Grunig på denne problemstillingen blant annet gjennom ovenstående revidering av modellene fra 1984 (figur 3.2). I tillegg spørres det direkte i en overskrift om den toveis symmetriske modellen er den mest effektive måten å drive informasjon & samfunnskontakt-virksomhet på (Grunig & Grunig 1992:307), og skal man tro teoriene til Grunig er det ingen motsetning mellom etisk og effektiv utførelse av informasjon & samfunnskontakt. Dette kom til uttrykk hos Grunig og Hunt (1984) og ble gjentatt senere av Grunig og Grunig:

the two-way symmetrical modell is the most ethical approach to public relations and [...] most effective in meeting organizational goals (Grunig & Grunig 1992:308).

Basert på excellence-studien og forskningen som ble gjennomført på bruken av de ulike modellene i informasjon & samfunnskontakt-virksomhet, ble symmetrimodellen for interessenthåndtering videreutviklet, og ut av dette kom *mixed motive*-modellen. Grunig et al. (2002) forklarer denne modellen ut i fra at organisasjoner og interessenter kan ha ulike og gjerne kolliderende interesser, og da gjelder det å finne fram til en felles plattform, en såkalt *vinn-vinn-son*e (Grunig, Grunig & Dozier 2002:355-358). Modellen plasserer organisasjonen og interessentene med hver sitt ståsted på hver sin side (asymmetrisk), og ved at både interessentene gir etter og organisasjonen det samme, kan en da samles i midten mellom dem, i den nevnte *vinn-vinn-son*en som igjen er symmetrisk (Ihlen & Robstad 2004:69).

2.5.1 Kritikk av teorier

Teoriene om interessenthåndtering som presenteres og brukes i den teoretiske tilnærmingen i oppgaven tar alle for seg hvilke måter man kan og bør forholde seg til

sine interessenter. For disse teoriene, herunder også de mest kjente som Grunigs modeller for relasjon med omgivelser, vil en også se at det finnes en rekke kritiske motargumenter til hvordan de behandler interessent-perspektivet som en del av teorifeltet innen informasjon & samfunnskontakt. Noe av denne kritikken har allerede vært nevnt, og dette dreier seg om hvorvidt det teoretiske bildet stemmer og lar seg overføre til den praktiske, utførelsen av faget. Grunig og Grunig forklarer at denne typen kritikk, argumentet om lite eller ingen sammenheng mellom teori og praksis, dukker opp så ofte at det nærmest kan kalles en klisjé (Grunig & Grunig 1992:291). Samtidig presenteres også håndverk- og profesjonalitetmodellen (som vist i figur 3.2) og ved revideringen av de fire tidligere modellene (Grunig & Hunt 1984) kan dette sies å være et svar på problematikken knyttet opp til relasjonen mellom teori og praksis. De fleste vil også være enig i at en som arbeider med informasjon & samfunnskontakt ikke utelukkende bare kan bruke én modell, noe som også uttrykkes i klartekst av Harrison: ”no one would seriously suggest that public relations practitioners use only one of the four models” (Harrison 1995:42).

Kritikk av informasjon & samfunnskontakt-teorier som er lite anvendelig i praksis, er også ofte nært knyttet opp til teoriens *normative* karakter. Eksempelvis er symmetri- og mixed motives-modellene begge uttrykk for hvordan informasjon & samfunnskontakt *bør* utøves, både med tanke på hva som ganger fellesskapet best, men også på bakgrunnlag av hva teoriene formidler er mest effektiv informasjon & samfunnskontakt. Grunig et al. trekker fram denne kritikken selv der kritikerne blant annet mente dette *bare* var en normativ modell, blant annet Leitch og Neilsons uttalelse om at: ”the symmetrical model was primarily a normative theory” (Leitch & Neilsons 2001 i Grunig, Grunig & Dozier 2002:310). Svaret på denne kritikken er imidlertid at resultater fra excellence-prosjektet viste at alle de fire modellene finnes i bruk (deskriptive) og at den derfor i tillegg til å være normativ også godt mulig kan utøves i praksis (ibid.).

Kritikken mot teoriens normative aspektet i seg selv kan videre også utvides til å gjelde hva normene formidler som ideal. Som kjent beskriver Grunig et al. idealet for informasjon & samfunnskontakt –virksomhet gjennom symmetri- og mixed motives-modellene – to modeller der hensynet til fellesskapets interesser skal være like gjeldene som organisasjonens interesser. Sett på denne måten er det ikke vanskelig å kritisere

dette for å være et utopisk tankesett, noe som blant annet kan begrunnes i slik vi kjenner profesjonen og bransjen i dag, der informasjon & samfunnskontakt-tjenester selges for å ivareta enkeltes interesser. Videre vil kritikken mot symmetrisk informasjon & samfunnskontakt som ideal kunne knyttes opp til de mange situasjoner der en avgjørelse eller handling nødvendigvis må gå på bekostning av en av partene og at informasjon & samfunnskontakt-arbeidet i slike tilfeller vil måtte være basert på en asymmetrisk modell (Ihlen & Robstad 2004:62).

Som en avslutning til teorikapittelet vil en oppsummering vise at teoriene jeg har presentert og valgt å bruke i denne oppgaven omkring interessenthåndtering, i vesentlig grad handler om organisasjoners arbeid med å være i dialog med omgivelser og interessenter. Interessenthåndtering utgjør bare en del av informasjon & samfunnskontakt-funksjonene som utøves, men som vist senere i analysen (kap. 5), ble nettopp dette et viktig arbeid for oljeindustrien i ULB-debatten, og derfor sentralt i denne oppgaven. I teorifeltet er Freemans definisjon av interessenter til å være dem som påvirker eller påvirkes av en organisasjon vesentlig som et grunnlag for analysen. Det samme gjelder for de normative modellene som formidler idealene om hvordan interessenthåndteringen bør gjøres, og her blir Grunig et al. sine perspektiver dette viktig, der begreper som *gjensidig nytte* og *hensyn* har en sentral posisjon.

3 Metode

I dette kapitlet vil jeg gjøre rede for de metoder jeg har anvendt for å besvare oppgavens problemstillinger, og dernest begrunne hvorfor jeg har valgt nettopp de presenterte metodene. Hensikten med metodekapitlet vil være å gi leseren et mer fullstendig bilde av hvordan utførelsen av oppgaven har foregått, for der igjen å kunne gi leseren en mulighet til å bedømme kvaliteten og relevansen av informasjon og data som ligger til grunn for oppgavens empiri og analyse.

Metode kan beskrives som en framgangsmåte mot et mål, og for vitenskapens del – det å komme fram til ny kunnskap, og metodebegrepet sies å fungere uttømmende overfor et hvilket som helst middel som tjener formålet (Hellevik 1999:12). I det akademiske arbeidet vil en dermed ofte komme i situasjoner der en må foreta viktige valg, herunder valg av metode som et av disse (Østbye et al. 2002:34).

3.1 Metoder – kvalitative og kvantitative

En klassifisering av ulike vitenskapelige metoder vil kanskje ført og fremst innebære at man skiller mellom *kvalitative* og *kvantitative* metoder. Forskjellen på de to nevnte metodene i dette begrepsparet er knyttet til hvordan dataene som er samlet inn blir håndtert i etterarbeidet.

Skal man kort skissere egenskapene som karakteriserer de to ulike fremgangsmåtene, kan man for det første påpeke at datainnsamling og analyse ved hjelp av *kvantitativ* metode gir en mulighet til å komme fram til generaliseringer og analyser av områder med større bredde (Østbye et al. 2002:275). Videre vil kvantitativ metode ofte innebære at de innsamlede dataene blir uttrykt i form av tall og dernest kunne bli gjenstand for analyse basert på statistiske metoder. Når denne metoden kan beskrives som å ha et bredere omfang vil det dermed ofte bety at antall enheter er flere, mens variablene er færre (Hellevik 1999:198-201)

Den andre hovedtypen av metode er det vi kaller *kvalitativ* metode, og denne metoden brukes i tilfeller der kartleggingen tar for seg felt som er smalere enn det man gjerne analyserer ved kvantitativ metode. Til gjengjeld lar denne metoden forskningen gå dypere i feltet som undersøkes, og uttrykt på en annen måte kan en kanskje si at kvalitativ metode kan fortelle mer om noe færre og mindre. Ved denne metodebruken

er man heller ikke ute etter større generaliseringer, heller ikke å danne grunnlaget for et statistisk materiale, og Ottar Hellevik beskriver derfor bruken av data i kvalitativ metode som: "...mindre systematisk." (Hellevik 1999:13).

3.1.1 Metode- og datatriangulering

Forskjellen mellom kvalitativ og kvantitativ metode kommer, som beskrevet i forrige avsnitt, til uttrykk i hvilke resultater man søker i det akademiske arbeidet. Likevel vil det ikke være slik at den ene metode typen utelater den andre, men heller tvert imot kan faktisk bruk av begge tilnæringsmåtene være med å styrke oppgavens analyse og funn. En kombinasjon av kvalitative og kvantitative metoder vil bli det man kaller *metodetriangulering* (Østbye et al. 2002:34).. På tilsvarende vis kan data til bruk i analysen bestå av ulike datatyper, og hensikten med dette vil være å se om de ulike datatypene kan gi et sammenfallende bilde av det man undersøker, og dette kalles da *datatriangulering*.

3.2 Kvalitative intervju

I en casestudy som denne oppgaven tar utgangspunkt i vil det være hensiktsmessig, i tillegg til den teoretiske tilnærmingen, å også ha en konkret og pragmatisk tilnærming til de definerte partene dette omhandler. Med bakgrunn i dette ble det på et tidlig tidspunkt klart at innsamling av data og informasjon ved hjelp av *intervjuer* ville bli en vesentlig del av den metodiske gjennomføringen for oppgaven.

I forskningssammenheng kalles denne typen intervjuer for kvalitative forskningsintervju og kan videre defineres som:

et intervju som har som mål å innhente beskrivelser av den intervjuedes livsverden, med henblikk på fortolkning av de beskrevne fenomenene (Kvale 1997:21)

Kvalitative intervjuer blir gjerne også med rette beskrevet som *samtaleintervjuer* (Østbye et al. 2002:100) av den enkle grunn at metoden mest av alt foregår som en samtale. Kvale påpeker videre nettopp det å *konversere* som et grunnleggende ideal der man lærer andre å kjenne ved å lære om deres erfaringer og beskrivelser av den verden de lever i, og ikke minst ved en tilnærming som baserer seg på det å spørre og det å lytte (Kvale 1997:21).

Likevel skiller et forskningsintervju seg på enkelte punkter vesentlig fra det man vanligvis oppfatter som en vanlig samtale, først og fremst ved at et forskningsintervju alltid gjøres med en hensikt og et formål. Jette Fog påpeker denne forskjellen fra en vanlig samtale mellom to likeparter og understreker at ved et forskningsintervju ønsker en å oppnå noe utenom selve samtalen som igjen gjør at forskeren vil *bruke* informasjon som kommer fram og at det derfor nødvendigvis ikke blir gjensidige parter som deltar i samtalen (Fog 1987:4). En slik skjevhet i forholdet mellom den som intervjuer og den som intervjuer kommer også fram i metodens diskurs der en eksplisitt gjerne beskriver den som intervjues for *informant*¹⁵ eller *intervjuobjekt*.

Først og fremst kan en ved hjelp av intervjuer få tilgang til informasjon som ellers ville vært vanskelig å innhente (Østbye et al. 2002:100). Denne begrunnelsen har igjen to aspekter, der det ene er om informasjonen man får gjennom intervjuer i det hele tatt finnes uttrykt i andre former, eksempelvis i dokumenter, dernest vil utfordringen være at dersom det finnes, hvordan kan man da søke opp og skaffe disse til veie?

Statoil og OLF har gjennom hele Barentshavet-debatten vært to sentrale parter, og allerede fra starten av antok jeg at intervjuer ville være en god måte å samle informasjon på. Videre vil det være slik at når en ønsker å kartlegge institusjonelle strategier, holdninger og policyer bør en ha med i vurderingen at deler av dette ikke nødvendigvis er nedfelt i dokumenter, men at dette i stor grad er implementert i organisasjonens og medarbeidernes kultur og væremåte, og dermed lettest kan bli tilgjengelig ved å gjøre intervjuer av personer som kjenner institusjonens kultur innenfra. Endelig vurderte jeg det som en styrke for oppgaven at jeg på denne måten kunne henvende meg direkte til personer som både er og har vært involvert i saken, men som ikke nødvendigvis har produsert de dokumentene som eventuelt måtte være tilgjengelig om saken.

Et annet argument for å anvende intervjuer som forskningsmetode er muligheten til å få kommentarer og bekreftelser på data fra andre kilder, samt prøve ut egen forståelse av saken underveis i intervjuet (ibid., s.100). I mine intervjuer ble førstnevnte en opplagt verdifull erfaring, spesielt i forholdet mellom OLF og Statoil. Et interessant aspektet her

¹⁵ Et annet begrep på den som blir intervjuet i forskningssammenheng kan være *respondent*. Ikke alltid fremgår forskjellen mellom dette og informantbegrepet så tydelig, men sistnevnte kan i enkelte tilfeller brukes der en forsøker å trekke slutninger om respondentens holdninger (Hellevik 1999:125). For denne oppgaven har jeg valgt å bruke informantbegrepet.

fremkommer blant annet ved at Statoil har store egeninteressert i Barentshavet, og dermed sin egen bestemte agenda, mens OLF igjen både skal representere hele oljeindustrien samt fronte spesifikke saker som eksempelvis Barentshav-debatten¹⁶. Ved å gjøre intervjuer med begge disse organisasjonene, om det samme temaet, kunne jeg dermed bruke uttalelser (både tidligere og fra intervjuet) fra OLF i møte med Statoil, og viceversa.

Denne måten å får kommentert data fra andre kilder samt å utprøve egne holdninger og hypoteser gjennom intervjuer blir også spesielt nyttig i debatter og polemikk med konfronterende parter. Allerede før intervjuene hadde jeg forsøkt å kartlegge påstander og argumenter som var gjennomgående i debatten, og i møte med både OLF og Statoil kunne jeg dermed få konkrete svar og kommentarer på slike som tidligere var framsatt av deres opponenter.

En siste begrunnelse for valg av nettopp forskningsintervju i den metodiske tilnærmingen, spiller tilbake på innledningen til temaet, nemlig der denne typen intervju har sin basis i samtalen som ideal. Dersom forutsetningene er tilstede og forberedelser og gjennomføring skjer på en rett måte, kan intervjuet oppleves som en god samtale med flyt og en åpen og gjensidig meningsutveksling. Klarer man dette vil man både kunne fange opp informasjon utenom det man i forkant kanskje har forventet, i tillegg til at metoden i seg selv er komfortabel og lett å gjennomføre.

3.2.1 Intervjuforberedelser

Resultatet og nytteverdien av dataene innsamlet under intervjuene avhenger som nevnt tett sammen med hvordan intervjuet forløper og utvikler seg, og igjen henger dette sammen med hvilket type intervju man velger å gjøre.

For mitt vedkommende hadde jeg i forkant av intervjuene helt klare ideer og forventninger om hva jeg ønsket å få informasjon om, men håpet samtidig at mine informanter kunne komme med temaer og informasjon som jeg ikke hadde tenkt igjennom på forhånd og som på den måten kunne belyse nye sider av saken. Den metodiske tilnærmingen for intervjuene ble dermed å gjennomføre kvalitative

¹⁶ I intervju med OLF den 18. oktober 2005 uttaler Odd Raustein, fagsjef for konsesjonspolitikk i OLF, at: "...OLF er et konsensuskonsept og –organisasjon", og på spørsmål om hvem som uttaler seg i ulike saker til mediene svarer han at "...de snakker for seg selv" (Odd Raustein, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

semistrukturerte intervjuer. Denne typen intervjuer, som også faller inn under begrepet samtaleintervjuer, kjennetegnes ved at temaer og gjerne konkrete spørsmål er definert på forhånd i en *intervjuguide*, men at man underveis gjerne stiller tilleggs- og oppfølgings spørsmål (Østbye et al. 2002:102). I det hele tatt har man ved disse intervjuene en stor grad av fleksibilitet og intervjuformen åpner eksempelvis også for at spørsmåls- og temarekkefølge endres underveis (Kvale 1997:72).

Felles for de ulike intervju typene er klassifiseringen av de innsamlede dataene og informasjon som *forskningsframkalte*¹⁷ data. Denne dataklassifiseringen fungerer uttømmende på alt materiale som er aktivt samlet inn av forskeren, og i enkelte tilfeller også utelukkende er blitt til ved forskerens innsats (Østbye et al. 2002:45).

I en intervjusituasjon har man som forsker "lånt" tid av intervjuobjektet, og man kan ikke regne med å få i stand flere intervju med samme person i etterkant, selv om man skulle føle at ikke alt man ønsker å få vite kom fram. I respekt overfor informanten som stiller tiden til disposisjon for forskeren bør man opptre sikkert og med kontroll under intervjuet og det er derfor svært viktig at man har gjort de nødvendige forberedelser i forkant av intervjuet. Etter råd og litteratur jeg hadde lest innenfor metodefeltet ble fasen før intervjuene tredelt:

Første del bestod av en prosess Kvale (1997) beskriver som *tematisering* (Kvale 1997:47), der jeg måtte finne ut *hvem* jeg ville intervju og om *hva*, for deretter planlegge *hvordan* det kunne gjennomføres. Det kan være vanskelig å nøyaktig planlegge hvordan man skal få tak i den informasjonen man søker, men ved å jevnlig jobbe med den nevnte tematiseringsprosessen opp mot oppgavens problemstilling øker sjansen for at man får de resultater man ønsker seg av intervjuene.

Dernest fulgte den praktiske planleggingen av intervjuer som innebar en mengde søk på nettet, telefoner og e-poster for først å kartlegge hvem som eventuelt kunne være mine informanter og dernest avtale tid og sted for intervju. Fremgangsmåten for å sette opp disse avtalene var stort sett lik for alle, der jeg først ringte og presenterte meg selv og mitt prosjekt nærmere, for deretter å spørre om dette var noe som muligens kunne være aktuelt for dem å stille opp på. Når avtaler var gjort fulgte jeg opp hver enkelt med en

¹⁷ Forskningsframkalte data står i motsatt forhold til klassifikasjonen *prosessproduserte* data, som eksisterer uavhengig av forskerens virke (Østbye et al. 2002:45).

kort og enkel *briefing* (Kvale 1997:75) slik at informanten kunne få et inntrykk av konteksten intervjuet skulle foregå i. Her forklarte jeg om Petropol-prosjektet og min tilknytning til dette, i tillegg til at jeg skisserte oppgavens problemstillinger¹⁸. Videre ga jeg en kort gjennomgang av forskningsmetoden som ville bli anvendt med tanke på opptak, transkribering og sitatbruk.

Tredje og siste del i forberedelsene bestod i å utforme *intervjuguidene* (se vedlegg) til de spesifikke intervjuene, der jeg hadde skissert hovedtemaene og en del konkrete spørsmål og problemstillinger jeg ville diskutere under intervjuet. Betydningen av denne typen forberedelser understrekes også i metodelitteraturen (Kvale 1997:76-78; Østbye et al. 2002:102), og erfaringen fra intervjuene var også at intervjuguidene ble nyttige.

3.2.2 Valg av informanter og gjennomføring

Som beskrevet i begrunnelsen for valg av forskningsintervju som metode utgjør informasjon og data fra intervjuene en grunnleggende del av oppgaven, og det ble dermed viktige vurderinger i arbeidet med å kartlegge og spørre mulige informanter. Valg av og antall informanter vil alltid bli et spørsmål om ressurser og prioriteringer, noe som også (selvsagt) er gjeldende for denne oppgaven. For meg var det imidlertid tidlig klart at OLF og Statoil ville så sentralt, og at personer herfra ville være hensiktsmessig å snakke med for å få svar og opplysninger fra oljeindustriens side. Begrunnelsen for hvorfor nettopp disse organisasjonene ble valgt som kilder, ligger i oppgavens problemstilling og formål som handler om oljeindustriens arbeid i Barentshav-debatten. Organisasjonen OLF framstår som en representant for hele industrien, og kanskje spesielt i større, politiske saker, som ULB-debatten, spiller de en viktig rolle på vegne av industrien som helhet og er derfor også lett å begrunne som valgt kilde. Statoil ble valgt fordi jeg ønsket å belyse saken fra et enkelt-selskap sitt ståsted, og Statoils allerede tilstedeværelse i Barentshavet gjennom Snøhvit, samt et sterkt engasjementet i en videreutvikling av området, gjorde at nettopp dem ble valgt som kilde.

¹⁸ I presentasjonen av oppgavens problemstillinger i briefinggen var jeg bevisst på å ikke legge fram alle konkrete spørsmål og temaer. Dette fordi jeg under intervjuene også håpet å kunne få en del informasjon og svar ut i fra en umiddelbar og spontant respons fra informantene.

Som tilknyttet Petropol-prosjektet¹⁹ hadde jeg navn på personer i begge disse organisasjonene som er og har vært referansepersoner for forskningsprosjektet, og jeg opplevde det dermed som utelukkende en fordel å kunne presentere oppgaven min som tilknyttet et allerede kjent opplegg. Imidlertid viste det seg at flere personer som var involvert i ULB-prosessen fram mot desember 2003 nå satt i andre stillinger og med andre prosjekter. Et eksempel på dette er Ola Morten Aanestad som i 2003 var kommunikasjonsdirektør i OLF, men som i dag er informasjonsdirektør i Statoil ASA. Kontakt med ham ble likevel opprettet, noe som resulterte at jeg fikk gjennomført et intervju via e-post. Jeg fikk videre kontakt med daværende (høsten 2005) fungerende kommunikasjonsdirektør i OLF Leif Harald Halvorsen og Tor Fjæran, miljødirektør i Statoil ASA, og laget avtaler med dem. Sistnevnte er i dag miljødirektør i Statoil, men var også spesielt sentral i ULB-prosessen da han i den perioden (2003) hadde stillingen som direktør for leting i forretningsområdet "Undersøkelse og produksjon Norge". Et felles mål for begge disse intervjuene, var et ønske om å høre oljeindustriens egne uttalelser og vurderinger omkring bruken av informasjon & samfunnskontakt som strategisk virkemiddel, som også er kjernen i oppgavens problemstilling.

Fra oljeindustrien som den ene sentrale parten i ULB-debatten ønsket jeg videre å intervju journalister som hadde arbeidet med petroleumsnæringen, og da spesielt med saker knyttet til Barentshavet. I arbeidet med å finne informanter fra journalistikken kom det etter hvert klart for meg at påfallende få norske journalister og redaksjoner har et fokus på oljeindustrien, til tross for dens enorme størrelse og betydning den har i både norsk og global sammenheng²⁰. Denne antagelsen ble også underbygget, som presenteres senere, av både Aftenpostens (tidligere) oljejournalist Alf Ole Ask under et Petropol-seminar ved Institutt for medier og kommunikasjon (Petropol-seminar, IMK, 15. mars 2005) og i intervju med oljejournalist i Stavanger Aftenblad, Arnt Even Bøe (Arnt Even Bøe, Stavanger Aftenblad, intervju, 9. november 2005).

¹⁹ Petropol er et forskningsprogram under Norges Forskningsråd. Programmet representerer fellesbetegnelsen på den samfunnsvitenskapelige petroleumsforskningen i Norge. Ved Institutt for medier og kommunikasjon (UiO) jobbes det med et omdømmeprojekt i tilknytning til programmet.

²⁰ Norge er i dag verdens tredje største oljeeksportør og i 2004 stod petroleumssektoren for 21 prosent av den totale verdiskapingen i Norge (OED og Oljedirektoratet: "FAKTA - Norsk Petroleumsvirksomhet 2005", 2005).

Sistnevnte ble forespurt om intervju grunnet Stavanger Aftenblads²¹ plassering og posisjon i Stavanger-regionen med en tung forankring i norsk oljeindustri, og som blant annet gjør at Stavanger Aftenblad derfor har egne journalister som har spesialisert seg innenfor oljefeltet.

Det andre intervjuet jeg gjorde av denne gruppen foregikk i Hammerfest der journalist og desksjef i Finnmark Dagblad, Trond Ivar Lunga, var min informant. Finnmark Dagblad har sin hovedredaksjon i nettopp Hammerfest, og som den største avisen i Finnmark²² og dens geografisk nære beliggenheten til Barentshavet dekker de, ifølge Lunga, tett utviklingen innen petroleumsaktiviteten i nordområdene. I tillegg er avisens lokalisering i Hammerfest interessant med tanke på at like utenfor sentrum ligger Melkøya med Statoils LNG-anlegg fra Snøhvit-feltene, som igjen representerer en lang historie om utvikling og satsning på petroleumsvirksomhet i nordområdene. Planlegging og utvikling av Snøhvit-anleggene er dermed eldre enn ULB-saken, men Finnmark Dagblad og regionen har med dette prosjektet vært gjennom en lignende prosess som ULB-saken med alt det måtte innebære av debatter, politiske feider, utredninger og lignende. Felles for begge intervjuene med journalistene var et ønske fra min side om å få presentert hvordan mediene fra deres ståsted opplever informasjonen og kommunikasjonen som kommer fra oljeindustrien, og eventuelt hvordan man som journalist opplever at industrien håndterer sine interesser.

I oppgavens problemstilling stiller jeg spørsmålet om hvordan oljeindustrien håndterte sine interesser, og som forklart i analysedelen kan lokalpolitikere defineres nettopp som en interessentgruppe. Jeg ønsker derfor å snakke om dette med en representant fra lokalpolitikere i Finnmark, og gjennomførte et intervju med Alf E. Jacobsen, lokalpolitiker (Ap) og ordfører i Hammerfest kommune (Alf E. Jakobsen, ordfører Hammerfest, intervju, 10. oktober 2005). Foruten å være ordfører i Hammerfest kommune har Jakobsen selv hatt et sterkt engasjement både i Snøhvit-saken og i ULB-debatten. Målet for dette intervjuet var dermed å høre hvordan en lokalpolitiker med

²¹ Stavanger Aftenblad - Opplag: 68186, lesere: 187000 (Mediebedriftenes Landsforening: *Aviskatalogen*, 2005).

²² Finnmark Dagblad - Opplag: 8607, lesere: 29000 (Mediebedriftenes Landsforening: *Aviskatalogen*, 2005).

tilhørighet i regionen rundt Barentshavet opplever dialogen og generelt relasjonen med oljeindustrien, der han som politiker kan defineres som en interessent.

Oppsummeringsvis vil jeg etter egen vurdering beskrive samtlige intervjuer som vellykket gjennomført, og ved hjelp av intervjuguidene klarte jeg mer eller mindre i alle tilfellene å komme gjennom planen over tema jeg på forhånd hadde laget.

3.2.3 Innsamling og overføring av intervjudata

Ved kvalitative intervju er det svært viktig at intervjuet blir dokumentert for senere bruk. Det mest hensiktsmessige for den oppgaven, der informasjon og meninger respondenten måtte sinne inne mer er det viktigste, er bruk av diktafon det mest hensiktsmessige. Før intervjuet startet spurte jeg om tillatelse til å ta opp intervjuet, og jeg opplevde heller ikke at noen av respondentene reagerte negativt på dette. Når intervjuene så var gjennomført startet arbeidet med å transkribere intervjuene i sin helhet til tekst. Verdien av å ha intervjuene i tekstform i sin helhet fikk jeg erfare senere da analysearbeidet startet, og på den annen side vil det å eventuelt skulle basere seg på notater og egen erindring av intervjuene være metodisk problematisk (Østbye et al. 2002:105). Når transkripsjonen av intervjuene var gjennomført hadde jeg dermed god oversikt og lett tilgjengelig det som hadde blitt sagt.

3.3 Analyse av skriftlige kilder

Ved siden av intervjuene utgjør skriftlig materiale en svært vesentlig kilde for analysen og oppgaven, og dette kan eksempelvis være avisartikler, Stortingsmeldinger og publikasjoner utgitt av bedrifter og organisasjoner. I metodelitteraturen skiller en gjerne mellom hva man søker og finne, altså bruken av kildene, og får denne oppgaven har det sentrale i alle tilfellene vært å analysere tekstenes innhold og framstillinger. De skriftlige kildene til bruk på denne måten kan dermed kalles beretninger (Dahl 1991 i Østbye et al. 2002:44). I metodebeskrivelsen kan dette igjen føre til definisjonen av det man kaller *dokumenter*, en definisjon som favner bredt og vil blant annet gjelden for de ovenstående tekstkildene (Syvertsen, 1998). I analysen av dette, dokumentanalysen, defineres også et dokument som en beretning som ikke er generert av forskeren selv (Østbye et al. 2002:52). Denne typen analyse vil være en metodisk framgangsmåte for gjennomgang av et utvalg av offentlige saksdokumenter tilknyttet striden om

petroleumsvirksomhet i Barentshavet, med den hensikt å belyse sakens utvikling fram mot det nevnte beslutningsvedtaket 15. desember 2003. Videre er publikasjoner og annet tekstmateriale fra Statoil og OLF der organisasjonene selv omtaler saken, være et viktig materiale for en analyse av hvordan informasjon & samfunnskontakt-arbeidet fra oljeindustrien foregikk, ikke minst med tanke på gjentakende budskap og dialog med interessentene.

Felles for disse analysene vil være at metoden igjen er basert på en kvalitativ innholdsanalyse, det vil si at man vil søke å gjøre en tolkning av dokumentene og tekstene, med tanke på å finne deres betydning (Østbye et al. 2002).

Med bakgrunn i teorier om interessenthåndtering og intensjonen i oppgaven om å belyse hvordan oljeindustrien håndterte sine ulike omgivelser ut ifra et informasjon & samfunnskontakt-perspektiv, må en også søke materiale fra mediene. Konkret for oppgaven var det nødvendig å avgrense antall tekster til et utvalg av medier, artikler og innlegg, og med tanke på Statoils ulike interessenter i saken var det derfor være naturlig å ta utgangspunkt i aviser med ulik geografisk tilhørighet, men også aviser som er ulike av type og størrelse. Avisene Nordlys, Finnmarken og Finnmark Dagblad er konkrete eksempler på aviser av mindre størrelse med geografisk tilhørighet i nordområdene, og utgjør dermed hensiktsmessige kilder for deler av analysematerialet. Videre vil Aftenposten, Dagens Næringsliv og Stavanger Aftenblad også danne grunnlag for tekster som henvender seg mot andre interessenter der Aftenposten og Dagens Næringsliv representerer riksaviser med tanke på næringsliv og riskpolitikere, mens Stavanger Aftenblad er en regionsavis med nær tilknytning til petroleumsindustrien. Utvalget av medier som har hatt et hovedfokus i oppgaven begrunnes også ut i fra uttalelser fra journalister i to av de nevnte avisene der det kommer fram at disse mediene har journalister med oljestoff som (et av flere) dedikerte arbeidsområder (uttalelser i intervjuer fra Alf Ole Ask, Aftenposten og Arnt Even Bøe, Stavanger Aftenblad). Det skal i tillegg nevnes at tekster fra andre medier, som eksempelvis Bergens Tidende, Altaposten og offshore.no, er også brukt i analysen der hvor det er funnet relevant og hensiktsmessig materiale.

Alle de anvendte tekstene fra de nevnte mediene utgjør en vesentlig del av analysematerialet, og felles for dem vil være et innhold som dreier seg om oljeindustriens budskap, argumenter og relasjoner til omgivelsene, det være seg gjennom intervjuer med industriens representanter, reportasjer og debattinnlegg signert oljeindustrien.

3.3.1 Kvantitativ innholdsanalyse

I gjennomgangen av bakgrunnen for oppgaven vil en også finne at utvalget av medietekster også har en tidsmessig avgrensning. I sammenheng med ULB-debatten omfang presenterer jeg i figur 4.1 utviklingen av relaterte saker i et utvalg av medier i perioden fra 2000 til 2004, og dette viser en vekst av antall saker fram mot vedtaket skjedde rett før overgangen til 2004. En slik framstilling av medietekstene er metodisk basert på en *kvantitativ innholdsanalyse*. Som navnet tilsier, og som man kjenner begrepene fra metoden, er dette en analyse av tekster som gis en systematisk og objektiv behandling (Østbye et al. 2002:215). Hensikten med analysen var å sette en noenlunde tidsmessig avgrensning for ULB-debatten, og når dataene ble behandlet og framstilt i grafisk form kunne tallene fortelle noe om nettopp tidsrammen for debatten. Analysen ble utført gjennom Retriever sin arkivtjeneste (tidligere Atekst), der det ble gjort en telling av antall artikler som inneholder et eller flere bestemte ord. Her var ordet ”Barentshavet” sentralt, og tallene kunne da vise hvor mange saker der dette ordet fremkommer i artikler sammen med ett eller flere relevante ord og begreper²³. Det objektive idealet kommer her fram i og med at resultatet i minst mulig grad er påvirket av mine egne vurderinger, og åpner derfor muligheten for en senere undersøkelse utført av andre personer, i metoden beskrevet som intersubjektivitet.

3.4 Betraktninger om validitet og reliabilitet

Selv om en selv vurderer gjennomføring av intervju og andre deler av metodearbeidet som nyttig og vellykket bør det likevel diskuteres omkring innsamlede datas verdi i oppgaven, og dette er igjen knyttet til metodens *validitet* og *reliabilitet*. Disse to begrepene vil alltid være sentrale ved vurdering av det metodiske arbeidet, og i korte trekk belyser disse henholdsvis metodens gyldighet/relevans og pålitelighet.

Validitet beskriver hva man har målt, og kanskje viktigst: ”om dette er de egenskapene problemstillingen gjelder” (Hellevik 1999:159). Sagt på en annen måte er det lite hensiktsmessig om man har gjennomført undersøkelser og intervjuer hvis det som undersøkes og blir spurt om er utenfor oppgavens (hoved)tema. Relevansen, eller validiteten, vil da i slike tilfeller vært mindre god.

²³ Kriterier for analysen er i tillegg til ”Barentshavet” ett eller flere av ordene: ”Statoil”, ”OLF”, ”olje*” og ”ULB*”. Søket er i tillegg gjort med trunkering, markert med symbolet ”*“.

Metodens *reliabilitet* handler videre om kvaliteten på det som er samlet inn, og kvalitetskriteriet gjelder da både under innsamling, bearbeiding og analyse av dataene (Østbye et al. 2002:40). For selv om man treffer med tanke på eksempelvis intervjuobjekter, spørsmål som stilles etc., vil det likevel svekke resultatenes og oppgavens pålitelighet om kvaliteten i noen av leddene under innsamling ikke har vært tilfredsstillende.

Respondenten som bidrar med informasjon under et intervju blir en viktig kilde, men dette berører også en del kritiske problemstillinger knyttet til dette. I en konkret sak som ULB-debatten, med konflikter blant grupper med ulike interesser, bør en derfor i de kritiske vurderingen av respondentene og intervjuene også ta med at kildene kan ha en agenda og et motiv. Spørsmål som kan stilles er om respondenten snakker sant, om han bevisst utelater informasjon om forhold som er relevante, og ikke minst om personen(e)s stilling og posisjon gjør at man ikke har muligheten til å formidle alle aspekter av saken (ibid., s.46). Det er heller ikke vanskelig å tenke seg at for OLF, Statoil og ordføreren i Hammerfest, Alf E. Jakobsen, med sitt engasjement og interesser i saken, vil det være informasjon som ikke vil bli uttalt. Dette vil for eksempel kunne gjelde langsiktige strategier og arbeidsmåter, men intervjuenes tidspunkt på høsten 2005 kan også ha hatt betydning overfor hva som ble sagt og ikke. For i oppfølgingen av ULB-saken lå noe annet på trappene, og som kunne minne mye om den forrige debatten; den helhetlige forvaltningsplanen for nordområdene, som skulle legges fram vel et halvt år senere (Miljøverndepartementet: St.meld. nr. 8 (2005-2006)). Det bør legges til at jeg under intervjuene ikke opplevde tilfeller der man ikke ville svare, og OLF sendte meg også på forespørsel interne dokumenter som gjaldt saken, men dette utelukker likevel ikke at informasjon kan ha blitt holdt tilbake. En vurdering av kildenes agenda vil også være nødvendig å stille overfor respondentene fra mediene, Stavanger Aftenblad og Finnmark Dagblad. For selv om disse kanskje ikke har et direkte engasjement og interesser i debatten om petroleumsaktivitet i nord, vil de likevel måtte være representanter for mediene og redaksjonene, som igjen kan ha standpunkt og motiver (Østbye et al. 2002:59).

Analyse av skriftlige kilder, som dokumenter og avisartikler, kan også inneholde svakheter som svekker oppgavens reliabilitet og validitet. Når det gjelder mediekilder og ULB-debatten slik den fremstod i mediene, handler dette ikke minst om å finne fram

til tekster av betydning. I den omfattende mengden av publisert materiale er det opplagt at man ikke kan vurdere og analysere alt dette, men man er nødt til å gjøre en avgrensning. Dette gjelder både for hvilke medier som velges, og igjen hvilke artikler. I så måte vil det hele tiden ligge en fare for at man utelater viktig materiale som kanskje kunne belyst saken på andre måter.

Et siste begrep en kan trekke inn i vurderingen av oppgaven er mulighetene for *generalisering*. Analysen av ULB-saken kan ses på som en casestudie, blant annet grunnet i beskrivelsene om noe som foregår i samtiden og i det virkelige liv (Yin 1994 i Østbye et al. 2002:244). Dermed gjøres det heller ingen komparativ framstilling av denne saken mot andre tilsvarende saker, og ULB-prosessen framstår i det hele tatt som en avgrenset hendelse med tanke på tiden den foregikk i, hvor den foregikk og hvem som deltok i den. Det er likevel ikke en umulighet å finne fram til grunnleggende egenskaper og forklaringer ved en casestudie som også kan være gjelden for andre tilfeller (ibid.), og for ULB-debatten kan en nok kanskje anta noe av informasjon & samfunnskontakt-arbeidet slik det fremsto her også kan komme til uttrykk i andre saker. Eksempelvis spilte oljeindustrien på Snøhvit-saken som lå relativt nær tilbake i tid, og erfaringene fra blant annet interessenthåndteringen av befolkningen i den saken ble også tatt i bruk i ULB-debatten. Et annet eksempel er Statoils arbeid med fiskerne som interessant, som det gis uttrykk var et arbeid som hadde pågått over lang tid og som man derfor kan anta representerer et grunnleggende og vedvarende arbeid som også vil foregå i framtiden. Om det er vanskelig å finne direkte paralleller hvor en generalisering vil kunne gjelde, vil en i alle fall ut i fra analysen kunne se noen grunnleggende gjennomgående trekk ved informasjon & samfunnskontakt-arbeidet.

4 ULB-debattens historie, rammer og omfang

ULB-debatten danner bakgrunnen for denne oppgaven, men hvilken utstrekning og omfang hadde denne saken? En klar avgrensning i tid er ikke en lett oppgave, fordi man både kan hevde at utredningen som endte i 2003 i et retrospektiv er basert på et tema som strekker seg flere tiår tilbake i tid (ULB 2003:7), og likeså at i lys av nåtid og framtid er debatten om petroleumsaktivitet Barentshavet fortsatt svært aktuell²⁴. Det er likevel mulig å gjøre en avgrensning ved å se på når debatten ble gjenspeilet i *mediene*. Men før man analyserer mediebildet av debatten bør en ha med i betraktningen selve grunnlaget for hele ULB-prosessen, og det er det *politiske initiativet*.

Utredningsarbeidet av Barentshavet startet med initiativet og ønsket fra regjeringen Bondevik II (som tiltrådte høsten 2001), som igjen på bakgrunn av Sem-erklæringen initierte arbeidet med offisiell start i januar 2002 (ULB 2003:13). Videre fikk debatten om gjenåpning en foreløpig slutt da Regjeringen i desember 2003 foreslå å gjenåpne Barentshavet, og videre Stortingets tilslutning utpå våren 2004 (Olje- og energidepartementet: St.meld. nr. 38 (2003-2004) ”Om petroleumsvirksomheten”, 2004). I en politisk kontekst kan man derfor se konturene av en avgrensning som starter høsten 2001 og avsluttes en gang ut i 2004, i kjølvannet av Stortingets tilslutning til forslaget fra Regjeringen.

4.1 Petroleumsaktivitet i Barentshavet – debatt og politikk gjennom 30 år

Debatten om Barentshavets framtid som foregikk fram mot slutten av 2003 berører utvilsomt store politiske temaer. Og selv om ULB-prosessen ble iverksatt høsten 2001 var selv den gangen spørsmålet om petroleumsvirksomhet i Barentshavet langt ifra noe nytt tema. For da Regjeringen etter ULB-prosessen i 2003 hadde gjenåpnet for

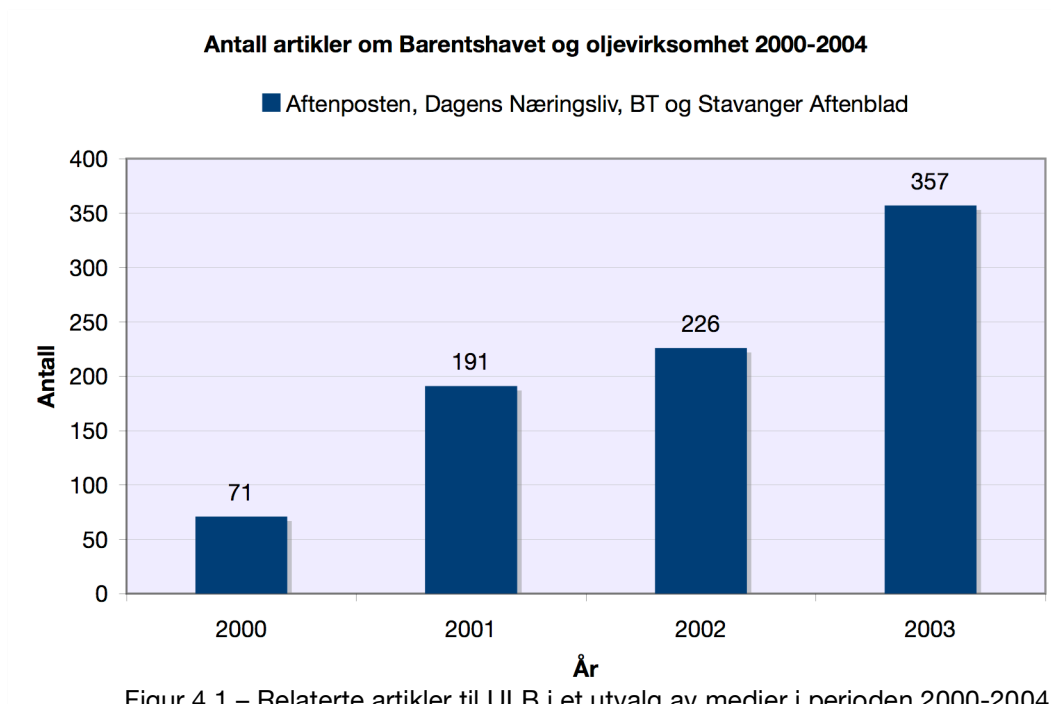
²⁴ Etter vedtaket om gjenåpning av Barentshavet i 2003 har debatten dreid seg om hvorvidt enkelte områder skal sikres varig vern mot petroleumsaktiviteter, og våren 2006 la Regjeringen Stoltenberg II fram en helhetlig forvaltningsplan for Barentshavet.

leteboring i Barentshavet Syd²⁵, var på mange måter en langvarig kamp og politisk diskusjon kommet til en (foreløpig) ende. Først og fremst var dette avslutningen og resultatet av arbeidet med en konsekvensutredning for helårig petroleumsvirksomhet i Lofoten og Barentshavet – ULB - som ble lagt fram i juli samme året av Olje- og energidepartementet, etter et ønske om en slik utredning for havområdene i nord fra regjeringen Bondevik II. Men likefullt var denne dagen også et foreløpig punktum for en kamp som ikke bare hadde foregått fra 2001 til 2003 gjennom ULB-prosessen, men også var det et inntil videre siste kapittel i en debatt og diskusjon om Barentshavets framtid som hadde pågått i over 30 år og et område det periodevis hadde vært drevet petroleumsaktivitet i siden 1980 (ULB 2003:7). Fylkesutvalgene i de nordligste fylkene hadde allerede i 1970 oppfordret regjeringen Per Borten til å åpne områdene nord for den velkjente grensen ved 62°N breddegrad, og siden den gang hadde aktivitetene både i letingen og i debatten vært utsatt for store svingninger fra stor optimisme på den ene side til dystre framtidsspådommer på den andre (Jacobsen, 2004). Ikke minst fikk optimismen en framgang i 1984 da gassfeltet Snøhvit ble funnet, men aktiviteten og troen på framtiden dalte fram til 1994 da det da hadde blitt boret 51 hull og brukt 11 milliarder kroner – uten nevneverdige funn (ibid., s.29). Videre fikk all letingen en stopp i 2001 ved Regjeringen Bondevik II som ønsket en større utredning (ULB) før leteboringen eventuelt kunne gjenopptas.

4.2 Rammer og omfang i mediene

Det politiske perspektivet kan avgrensnes som vist i de foregående avsnittene, men hvilket omfang hadde så debatten i mediene i den samme periode? En kvantitativ innholdsanalyse av medieoppslag relatert til ULB-debatten, kan gi et bilde på denne utbredelsen og omfang. Utvalget for analysen av mediedebattens omfang er derfor valgt til nasjonale og regionale medier som har regelmessig stoff om petroleumsvirksomheten, og dette utvalget har bestått av Aftenposten, Bergens Tidende, Dagens Næringsliv og Stavanger Aftenblad. Opptellingen fra de nevnte mediene gir følgende tall:

²⁵ Barentshavet Syd er avgrenset til et område på norsk sokkel som strekker seg fra kysten ved Troms og Finnmark fylker til Bjørnøya i nord (74°N).



Figur 4.1 – Relaterte artikler til ULB i et utvalg av medier i perioden 2000-2004

Medieanalysen viser altså en oppsving i artikler produsert i perioden, der det er relativt få saker i år 2000 (året før regjeringen Bondevik IIs innsettelse) mens det året etter er vokst til det dobbelte og deretter øker til utover 2004 da vedtaket var endelig.

Det bør imidlertid påpekes at mediebildet var mer presist enn å bare gjelde større medier på et nasjonalt og regionalt plan, og at medieoppslag forbundet med petroleumsnæringen bare var (og er) i de nevnte større mediene som eksempelvis Stavanger Aftenblad og Aftenposten representerer. Finnmarken og Finnmark Dagblad er lokalaviser som har hatt en bred dekning med relativt mange antall saker, og over en periode på fire år (jan. 2001 til jan. 2005), kan man i avisenes elektroniske arkiv finne et relativt stort (målt ut i fra avisenes størrelse) antall saker relatert til Barentshavet-debatten, med henholdsvis 182 og 265 saker.

Tidsepoken 2001 til 2004, som både understrekes av antallet artikler i de ulike mediene og den politiske bakgrunnen (beskrevet i avsnittet før), kan man dermed beskrive som en tidsramme for ULB-debatten.

4.3 Informasjon & samfunnskontakt i oljeindustrien og ULB-debatten – et overblikk

Med tanke på den etterfølgende analysen av oljeindustriens bruk av informasjon & samfunnskontakt i ULB-debatten vil det være hensiktsmessig med et kort overblikk over dette arbeidsfeltets grunnlag i industrien og debatten. Innledningsvis til dette perspektivet kan en hevde at de fleste vil i dag vil være enig i en antagelse om at bedrifter av en viss størrelse har, i større eller mindre grad, et bevisst forhold til informasjon og kommunikasjon. Et slikt grunnleggende spørsmål – om være eller ikke være for informasjon & samfunnskontakt – vil en også kunne hevde er hevet over enhver tvil blant teoretikerne som er presentert i denne oppgaven, for dem vil heller spørsmålet være *hvordan* det kan utøves på en best mulig måte (Kitchen et al. 1997; Cutlip, Center & Broom 1999; Grunig & Hunt 1984). En første måte å skissere forankringen av informasjon & samfunnskontakt i oljeindustrien, og videre i ULB-debatten, kan være å se på omfanget av grupper og medarbeider innenfor sektoren som jobber med faget. Informasjon & samfunnskontakt-arbeid i ulike organisasjoner, også for oljeindustrien, kan innebære et svært bredt felt av funksjoner og stillinger, men fellesbetegnelsen vil være aktiviteter som dreier seg om informasjon og kommunikasjon av ulik slag, herunder også dem som jobber med myndighetskontakt og lobbyvirksomhet. Det å skulle framstille en fullstendig oversikt over antall medarbeidere i oljeindustrien som har dette som arbeidsfelt vil være vanskelig, men undersøkelser og henvendelser som er gjort til oljeindustrien kan imidlertid gi et grunnlag for en pekepinn på omfanget. Ut i fra dette kan man videre se at i tråd med teoriene (som presentert tidligere) er oljeindustrien heller ikke er noe unntak fra det å prioritere informasjon og kommunikasjon som dedikert arbeidsfelt.

Basert på selskapenes egne uttalelser og informasjon fikk jeg følgende oversikt over antall dedikerte medarbeidere som jobber med informasjon og kommunikasjon ved noen av de viktigste oljeselskapene på norsk sokkel:

Statoil ASA: 60 ca. Personer tilknyttet konsernets kommunikasjonsfunksjoner
A/S Norske Shell: Anslagsvis syv-åtte personer, fordelt på informasjonsdirektør, ansvarlig for myndighetskontakt, informasjonsledere ute (Draugen og Ormen Lange), ansvarlig for downstream, samt medarbeidere på konsernsnivå.
ESSO Norge AS (ExxonMobil): fire informasjons)

Figur 4.2 – Anslag over antall informasjonsmedarbeidere i et utvalg oljeselskaper på norsk sokkel

Dette må selvsagt ses på som et anslag, ikke som et fullstendig og uttømmende antall²⁶, men kan likevel gi et bilde av omfanget i de ulike organisasjonene. Det er i tillegg verdt å merke seg at den norske oljeindustriens og leverandørnæringens interesseorganisasjon og arbeidsgiverorganisasjon – Oljeindustriens Landsforening (OLF) – har en administrasjonsstab på 45 medarbeidere, hvor derav åtte (8) personer innehar stillinger som er direkte knyttet til arbeidet med nettopp informasjon & samfunnskontakt²⁷. Tallene fra disse undersøkelsene viser dermed at oppgaver tilknyttet informasjon & samfunnskontakt er prioritert i industrien, og dette aspektet igjen være en del av grunnlaget når en analyserer informasjon & samfunnskontakt i ULB-saken.

²⁶ Tallmaterialet er oversendt pr. e-post eller mottatt i telefonsamtaler i mars 2006. Flere faktorer, blant annet restriksjoner av konkurransehensyn og ulike oppfatninger om hva som gjelder for definisjonen informasjonsmedarbeider gjør oversikten til en pekepinn framfor en nøyaktig oversikt.

²⁷ Oversikt over antall medarbeidere og informasjonsmedarbeidere er hentet fra OLFs egen presentasjon på organisasjonens nettsider (www.olf.no)

5 Informasjon & samfunnskontakt i ULB-debatten - en analyse

5.1 Innledning

ULB-debatten fram mot 2003 danner grunnlaget for problemstillingene og analysen i denne oppgaven, og til tross for at debatten omhandlet et tema som hadde vært diskutert i flere tiår, samt at området det dreide seg om tidligere hadde vært gjenstand for petroleumsaktivitet i flere år, kan en med rette hevde at debatten likevel var både intens og engasjerende. Midt i denne spenningen og diskusjonen ligger også oppgavens kjerne: hvordan tok oljeindustrien i bruk informasjon & samfunnskontakt som verktøy i debatten, med fokus på interessenthåndtering? Og hvordan lyktes de med dette i resultatet av debatten? I denne delen analyseres oljeindustriens interessenthåndtering gjennom ULB-saken i et forsøk på å besvare disse spørsmålene.

5.2 Hvem er hva i debatten om Barentshavet?

En ansatt på et fiskemottak langs Finnmarkskysten, et medlem av miljø- og energikomiteen på Stortinget, en rørleggerbedrift i Hammerfest – kan hver på sin måte ha en tilknytning til debatten om Barentshavets framtid og petroleumsaktiviteter i nordområdene. Men hvorfor og på hvilken måte kan en hevde dette? Freeman og Grunig & Hunts definisjoner handler som nevnt tidligere om de gruppene som påvirker eller blir påvirket av organisasjonens virksomhet og mål og dem som har direkte innvirkning på organisasjonens fremtid (Freeman 1984; Grunig & Hunt 1984). I dette perspektivet, overført til petroleumsnæringen i ULB-debatten i 2003, stod dermed Statoil, OLF og andre organisasjoner som ønsket å gjenåpne Barentshavet overfor grupper som ville være avgjørende i kampen, og ikke minst som det var viktig å definere og håndtere på en riktig måte. I teoriene om organisasjoners interesser kommer det altså fram at definisjonene av disse kan være så vide at selv anvendt på et konkret og definert case som ULB-debatten, vil alle mulige relasjoner skape en liste som er altfor lang og kanskje umulig å avgrense. Når en da skal forsøke å analysere debatten som foregikk i 2003, ser en at i en praktisk kontekst som dette er det om mulig et enda større behov for en avgrensing og kategorisering av de ulike interessentene. Det vil for eksempel være for omfattende å skulle kartlegge alle og enhver som på en eller

annen måte blir påvirket av Statoil og andre oljeselskaper sitt virke. Eksempelvis vil Freemans definisjon alene være lite hensiktsmessig å bruke her. I denne delen av analysen som tar for seg nettopp interessent-perspektivet i ULB-debatten, har jeg valgt å presentere noen av dem som kan sies å være noen av de viktigste interessentene der alle hadde en betydelig innvirkning i saken, og oljeindustriens håndtering av disse. Begrunnelsen for hvorfor de ulike interessentene er valgt og hvilken betydning de hadde i saken, presenteres i gjennomgangen av de enkelte gruppene.

5.2.1 Oljeindustriens utgangspunkt for ULB-debatten

Petroleumsindustrien med tilsluttende virksomheter som leverandørindustrien var opplagt en av de viktigste partene i hele debatten, av den enkle grunn at utfallet av saken ville få stor betydning for næringens utvikling. Både i opptakten til og under debatten etterlot industrien liten tvil om nettopp dette, og vektleggingen av hvilken betydning petroleumsindustriens virksomhet ville ha for framtiden i nord kom også til uttrykk gjentatte ganger blant annet hos Oljedirektoratet (OD):

Skal Norge [...] nå den langsiktige utviklingsbanen, er det en forutsetning at industrien for full adgang til ressursene under midnattssolen og mørketida.
(Inger Anda, sjefredaktør, Oljedirektoratet: "Sokkelspeilet 2/2003", 2003)

Det samme uttrykte Oljeindustriens Landsforening året etter: "Realisering av de gjenværende olje- og gassressursene på sokkelen legger grunnlaget for den videre utviklingen av velferds-Norge." (OLF: "Verdier må skapes før de deles", Samfunnsrapport, 2004). Oljeselskapene, representert ved Statoil hevdet det samme, og budskapet kunne neppe sies mer tydelig enn det Henrik Carlsen, konserndirektør i Statoil for forretningsområdet Undersøkelse og produksjon Norge, uttrykte i Altaposten: "Framtiden for oljeindustrien, Statoil og norsk sokkel ligger i nord" (Henrik Carlsen, konserndirektør Statoil, i Altaposten, 8. desember 2003).

På dette grunnlaget er det dermed ikke overraskende at oljeindustrien hadde en sentral rolle og et stort engasjement i ULB-debatten. Og for denne oppgavens fokus på hvordan informasjon & samfunnskontakt kom til uttrykk i Barentshav-debatten, representerer også oljeindustrien det sentrale ståstedet i analysen for hvordan denne industrien anvendte informasjon & samfunnskontakt-verktøy, med fokus på håndtering av interessenter.

5.2.2 Oljeindustriens representanter i ULB-debatten

Den samlede petroleumsindustrien og tilknyttet leverandørindustri representerer et omfattende felt av interesser, og de fleste selskapene med en vesentlig aktivitet på norsk sokkel er også medlemmer av interesseorganisasjonen OLF²⁸. Som vist i oversikten over informasjon & samfunnskontakt-virksomhet i industrien (4.3), samt gjennom sitateksemplene over, går det fram at oljeindustrien var tilstede i ULB-debatten både som en samlet gruppe (ved interesseorganisasjonen OLF) og som spesifikke selskaper (vist her ved Statoil), og at denne tilstedeværelsen blant annet kom til uttrykk gjennom informasjon & samfunnskontakt-aktiviteter. For førstnevnte, som er en samlet organisasjon for industrien, etablerte man under ULB-debatten en arbeidsgruppe bestående av representanter fra medlemsbedriftene, der man utarbeidet hvilken posisjon og kommentarer OLF skulle ha i debatten (Odd Raustein, OLF, intervju, 18. oktober 2005). Dette arbeidet kan ses på som en del av det helhetlige informasjon & samfunnskontakt-arbeidet OLF stod for i debatten, og kommer blant annet til uttrykk i et Spørsmål og svar-dokument (Q&A)²⁹ som tok for seg en rekke konkrete problemstillinger og tema knyttet til saken, og igjen hvilket syn OLF skulle ha på dette (OLF: ”Spørsmål og svar – ULB”, 2003). Det strategiske informasjon & samfunnskontakt-arbeidet som OLF ledet an på vegne av industrien blir også bekreftet av Tor Fjæran, nå miljødirektør i Statoil, som på den tiden var lededirektør for norsk sokkel i samme selskap, samt leder av OLFs styringsgruppe for ytre miljø og dermed følgelig involvert i prosessen:

Det var mye koordinert gjennom OLF. [...] Statoil valgte i den sammenhengen å støtte opp rundt OLF som [drev] lobbying for gjenåpning av Barentshavet (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005).

Men all informasjon & samfunnskontakt-arbeid ble ikke gjort gjennom OLF, for i samme intervju uttaler han at Statoil også jobbet på egen hånd: ”Vi gjorde nok en del ting alene i forhold til lokale representanter” (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober, 2005). Årsaken til at Statoil også på egenhånd arbeidet med dette, og ikke

²⁸ Pr. mars 2006 bestod medlemmene av 29 olje-/gasselskaper og 52 leverandørbedrifter på norsk sokkel.

²⁹ Spørsmål & Svar-dokumentet var et internt dokument til bruk i OLF, og er nevnt i intervju av 18. oktober 2005. Dette ble senere tilsendt meg på forespørsel.

bare gjennom OLF, er nok basert på mange forhold, men et sentralt poeng er posisjonen og engasjementet selskapet allerede hadde i nordområdene med utbyggingen av anlegget for flytende naturgass på Melkøya (Statoil LNG) utenfor Hammerfest. Tilstedeværelsen i nord og betydningen av Barentshav-området var derfor antakeligvis vesentlig større for Statoil enn for andre medlemsbedrifter i OLF, og som en konsekvens av dette er det ikke sikkert OLFs engasjement var tilstrekkelig for Statoil. Basert på egne uttalelser er OLF en organisasjon som er basert på konsensus mellom medlemsbedriftene (Odd Raustein, OLF, intervju, 18. oktober 2005), og Arnt Even Bøe i Stavanger Aftenblad hevder derfor at dette er et dilemma for en organisasjon som i utgangspunktet representerer en samlet svært sterk næring: ”Det er jo OLF sitt dilemma det [...] så kunne de nesten ikke fronte en eneste sak. For oljeselskapene er så uenige og har ulike strategier på alle områder” (Arnt Even Bøe, Stavanger Aftenblad, intervju, 9. november 2005). Videre hevder Bøe i direkte ordelag at de hensyn som OLF må ta ovenfor alle medlemsbedriftene og de sprikende interessene, svekker organisasjonens handlekraft, og antakeligvis som en følge; informasjon & samfunnskontakt-arbeidet de kan utføre (og dermed kunne ha gjort i ULB-prosessen):

Så OLF er en veldig skjør organisasjon og det vet de selv, [...] selskapene har [en] mye mer mangfoldig agenda enn OLF så derfor er OLF egentlig en ganske svak organisasjon. [...] De er livredde for å fronte spisst (Arnt Even Bøe, Stavanger Aftenblad, intervju, 9. november 2005).

Oppsummert vil dette kunne støtte vurderingen av at selv om OLF representerer en samlet oljeindustri med fellesinteresser, vil selskapene i konkrete enkeltsaker der det er ulikt engasjement og ulike interesserer, også delta på egen hånd. Noe som også var tilfelle i ULB-debatten.

5.3 Oljeindustriens interessenthåndtering i ULB-debatten

For oljeindustrien var det med ett mål de entret ULB-debatten: å få tilgang til flest mulig nye letearealer samt gjenoppta aktivitet i tidligere gitte lisenser i nord (Kon-Kraft: Aktivitetsprosjektet, 2003; OED: ULB - Behandling av høringsuttalelsene til ULB, 2004³⁰). Industrien forstod nok også ganske tidlig at skulle man klare dette kunne de ikke gjøre jobben alene, blant annet med tanke på at debatten om Barentshavets framtid

³⁰ Områdene og lisensene gjaldt i sonene Nordland VI, Nordland VII, Troms II og Barentshavet Syd.

berørte (og berører) et vidt spekter som spenner fra global klimapolitikk til norsk distriktpolitikk og lokale arbeidsplasser. Sakens omfattende karakter gjorde at debatten foregikk på nasjonalt plan og at beslutningen til slutt skulle avgjøres på høyeste politiske nivå (Einar Stensnæs, tidl. olje- og energiminister, pressekonferanse 15. desember 2003). Skulle den politiske kampen vinnes er det dermed klart at oljeindustrien måtte prioritere arbeidet med å håndtere sine *omgivelser*, herunder *interessenter* og *berørte parter*. Ut ifra et systemteoretisk informasjon & samfunnskontakt-perspektiv, ville dette arbeidet heller ikke bare være hensiktsmessig, men en grunnleggende forutsetning for å i det hele tatt lykkes. Interessent-begrepet ble i teorikapittelet (2.4) definert som dem som berører eller blir berørt av organisasjonens virke (Freeman 1984; Cutlip 1999), og i den videre analysen om hvordan oljeindustrien håndterte (og burde håndtere) sine omgivelser i ULB-debatten, står begreper som *gjensidighet* og *symmetri* sentralt.

5.4 Oljeindustriens ulike interessenter

Selv med et teoretisk og normativt perspektiv til grunn er det likevel slik at en i en praktisk og utøvende kontekst vil man oppleve at teoriene ikke nødvendigvis alltid er gjeldende eller i det hele tatt lar seg gjennomføre. Dette vil også gjelde for når man skal definere sine interessenter, og som påpekt i teorikapittelet vil en fullstendig kartlegging av en organisasjons (mulige) interessenter være vanskelig, noe som også gjelder for oljeindustrien i ULB-debatten. En erkjennelse av betydningen av å håndtere sine omgivelser og relasjoner er en del av informasjon & samfunnskontakt-verktøyene ble også tatt på alvor av oljeindustrien både i forkant og gjennom ULB-prosessen, og i dette arbeidet lå også det å kartlegge og definere sine interessenter. Ola Morten Aanestad, informasjonsdirektør konsern i Statoil, var i 2003 kommunikasjonsrådgiver i OLF med ansvar for miljøkommunikasjon og jobbet den gangen mye med ULB-saken. I forberedelsene med informasjon & samfunnskontakt-arbeidet i debatten, ble OLFs (og oljeindustriens) omgivelser og interessenter kartlagt:

I OLF ble det gjort en såkalt stakeholderanalyse - der vi så på hvem om har stor interesse i dette og hvem som vil ha stor innflytelse på avgjørelsene (Ola Morten Aanestad, tidl. kommunikasjonsrådgiver OLF, e-post, 24. mars, 2006).

Kartlegging av interessenter som OLF gjennomførte i forkant av ULB-debatten, er altså

helt i tråd med teoriens vektlegging av omgivelsene i informasjon & samfunnskontakt-arbeidet. Hensikten med denne interessentanalysen var også klar:

Det ble gjort et grundig forarbeid som skulle legge grunnlaget for hvordan vi skulle jobbe med kommunikasjonen videre (Tom Gederød, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

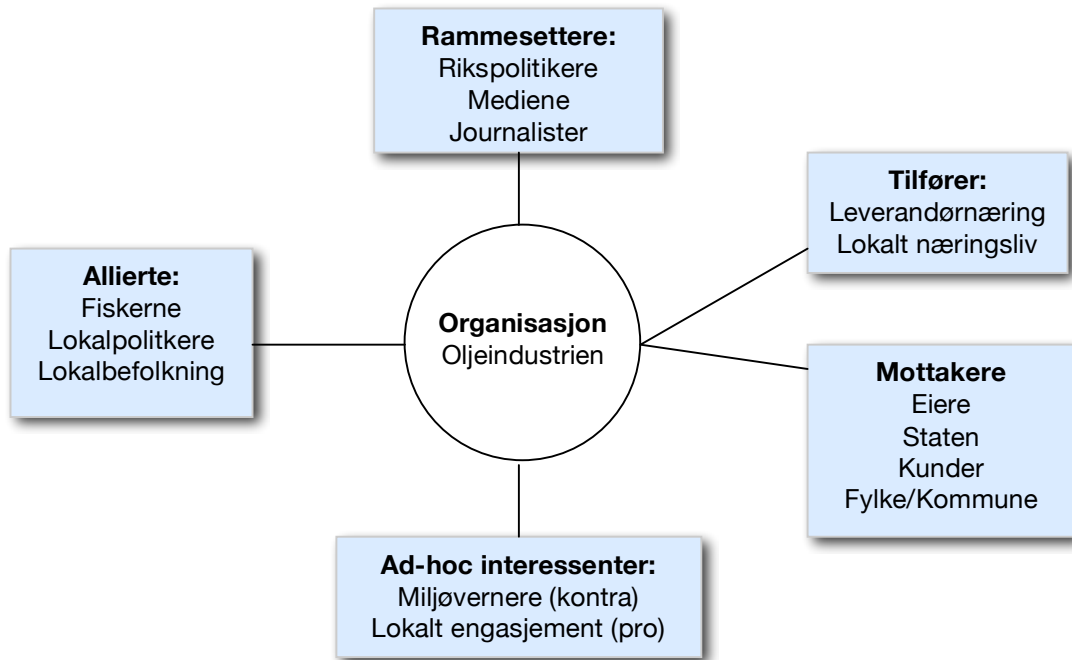
Statoil foretok på sin side en tilsvarende kartlegging, men grupperte de ulike interessentene ut i fra hvilken samfunnsgruppe de tilhørte. Lededirektør i Statoil gjennom ULB-prosessen, Tor Fjæran, definerer Statoils gruppering av interessentene til å gjelde fire ”arenaer” (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, 19. oktober, 2005), og grupperingene kan skjematisk framstilles slik:

- **Rikspolitikk:** Stortinget, Energi og miljøkomiteen, partiene som satt i regjering
- **Lokalpolitikk:** Lokalregionale, altså politikerne i Nordland, Troms og Finnmark, fylkesmessig og kommunemessig
- **Fiskerlaget:** Fiskere, fiskerinæring og tilknyttede næringer
- **LO, NHO:** Samt andre typer interessegrupper

Figur 5.1 – Ulike grupper av interessenter for Statoil i ULB-debatten

Når en analyserer oljeindustriens kartlegging av interessenter vil det være interessant å trekke dette opp mot det teoretiske perspektivet. Som presentert i teorikapittelet (kap. 2) finnes det flere måter å kategorisere de ulike interessentene på, blant annet Grunig & Hunts modell for interessentkategorier (Grunig & Hunt 1984). I et forsøk på å nettopp belyse oljeindustriens interessenter i ULB-debatten opp mot interessentteoriene kan en derfor plassere interessentene i ULB-debatten inn i denne modellen.

Modellen vil da kunne se slik ut:



Figur 5.2: Kategorier av interessenter i ULB-debatten, basert på Grunig & Hunts modell for kategorier av interessenter (Grunig & Hunt 1984:141)

Det er likevel viktig å påpeke at selv om man finner samsvar mellom teorier og den utøvende delen av informasjon & samfunnskontakt, så betyr ikke dette at det nødvendigvis er en korrelasjon til hele det teoretiske perspektivet. Som et eksempel kan man ta for seg Grunigs normative og etiske aspekt ved teoriene som innenfor interessent-emnet som fokuserer på gjensidighet og tilpasning for alle parter (Grunig & Hunt 1984; Grunig et al. 1992), altså hele prinsippet om *symmetri*. Vurderer en dette opp mot hva som videre ble sagt om hvorfor OLF foretok den nevnte interessentanalysen, ser en at oljeindustrien vurderte sine interessenter ut i fra et asymmetrisk ståsted:

Både for å få et bilde av hvem de var, og ikke minst finne ut hvem er det mest hensiktsmessig å bruke tid og energi på for å mulig påvirke synspunkt (Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

Et interessant aspekt i denne framstillingen er også at gruppen av interessenter man kan kalle motstandere, er fullstendig fraværende. Miljøvernernes engasjement i ULB-saken og motstand mot petroleumsvirksomhet i nordområdene gjør at de som gruppe hadde innflytelse i saken, og at de derfor må kalles for interessenter, og videre også kan

kategoriseres som en ad-hoc-interessenter (som vist over i figur 5.2). Men slik man kjenner teoriens normative framstilling av et symmetrisk forhold til omgivelsene, sammenfaller ikke dette med oljeindustriens uttalelser, som implisitt sier at man ikke kunne dra fordel av denne gruppen. På samme vis som Leif Harald Halvorsen (OLF) uttalelse om prioriteringen av "hensiktsmessige" interessenter, vedgår Tor Fjæran i Statoil at heller ikke alle interessenter var like viktige og hensiktsmessige for Statoil i ULB-debatten: "Så vi brukte tid på stakeholdere der vi kunne ha en reell dialog, og kunne ha forståelse for vår posisjon" (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, 19. oktober 2005). Dette forteller igjen at de normative begrepene om gjensidighet og symmetri ikke nødvendigvis lå til grunn for oljeindustriens interessenthåndtering. For enkelte grupper av interessenter (eksempelvis fiskerne som presenteres i den påfølgende delen), kan gjensidig nytte sies å ha vært viktig, men miljøvernerne hadde liten eller ingen nytteverdi for oljeindustrien, og ble dermed i liten grad vektlagt.

Oljeindustriens representanter bekrefter i alle tilfeller at arbeidet med interessenter var en prioritert del av deres informasjon & samfunnskontakt-arbeid i ULB-debatten, og i de neste avsnittene analyseres oljeindustriens håndtering av de ulike interessentene.

5.4.1 Fiskerinæringen i ULB-debatten

I kampen om petroleumsressursene i Barentshavet møter oljeindustrien en annen næring som også lever på ressursene man finner i havet: Fiskerinæringen. Dette er heller ingen ubetydelig næring i norsk målestokk, og med 5,5 % av Norges totale samlede eksport og 26,2 milliarder i eksportinntekter (2003)³¹ er Norge verdens tredje (3.) største eksportnasjon av sjømat (Fiskeridepartementet: *Fiskeri og havbruk*, 2003).

Fiskerinæringen blir også en enda tydeligere næring når man snakker om nordområdene (Nordland, Troms og Finnmark) der fiskerinæringen med antall registrerte fiskere utgjør halvparten av landets totale fiskere³². I tillegg kommer andre viktige deler av næringen som er etablert i de lokale kystsamfunnene i nord, som oppdrettsnæring, fiskemottak, fiskeforedling etc. Relasjonen til og problemstillingen oljeindustrien møter med fiskerinæringen springer ut i fra et enkelt, men svært vesentlig poeng: Kan en framtidig

³¹ Tall hentet fra Fiskeri- og kystdepartementet: *Norsk fiskerinæring 2004*. (2003)

³² I 2004 utgjorde antall registrerte fiskere i nordområdene 7652, av totalt 15586 i hele Norge (Fiskeridirektoratet, rapport, 2004)

petroleumsvirksomhet i Barentshavet true fisken og dermed fiskerinæringen? En slik problemstilling reiser utvilsomt mange dilemmaer, ikke minst med tanke på distriktspolitiske hensyn og den nevnte betydningen fiskerinæringen har i mange små, lokale kystsamfunn. Oljeindustrien ble heller ikke uventet konfrontert med disse problemstillingene, og det skulle etter hvert vise seg at møtet med fiskerne på debattplanet ble svært viktig, om ikke delvis avgjørende for utfallet av hele ULB-saken.

Problemstillingene knyttet til olje- og fiskerinæring i samme havområder som kom fram i ULB-debatten var ikke et ukjent tema. Allerede på 70-tallet, da petroleumsaktivitet var forbeholdt områder syd for 62° breddegrad, hadde motstandere av petroleumssatsning i nord satt dette temaet på dagsorden, blant annet ved polariserte ytringer som ”olje eller fisk” (Sejersted 1999). Men til tross for dette argumentet motstanderne hadde (og brukte), satt oljeindustrien med et verdifullt kort på hånden til svar på kritikken, og som ble brukt gjentatte ganger i hele ULB-debatten: begrepet *sameksistens* (Ihlen 2006:10). Med dette begrepet ønsket oljeindustrien å hevde at *både* fiskere og oljeindustri kunne ta del i havets ressurser og at disse næringen kunne leve side om side i samme område. Det fremstår som klart at dersom oljeindustrien fikk aksept fra fiskerne, og deretter det politiske miljøet, om at nettopp sameksistens var mulig, ville informasjon & samfunnskontakt-strategien i dette tilfellet og argumentet ha vært vellykket. Industriens repetitive vektlegging av sameksistensbegrepet finner en i flere kanaler, eksempelvis gjennom uttalelser i mediene: ”Vi er opptatt av sameksistens” (Sverre Kojedal, informasjonssjef Statoil, i Aftenposten: ”Vi skal være skikkelige”, 24. mars 2003), i et eget faktaark om temaet utgitt av OLF med tittelen ”Sameksistens” (Oljeindustriens Landsforening, faktaark, 2003) og sist, men ikke minst gjennom høringsuttalelsen til ULB-rapporten som OLF overleverte Olje- og energidepartementet på vegne av industrien (OLF: ”Høringsuttalelse – ULB”, 29. september 2003). Selv om sameksistensbegrepet ble viktig for oljeindustrien som et sentralt og gjennomgående argument i debatten og en del av informasjon & samfunnskontakt-strategien overfor fiskerne, var det ikke industrien selv om lanserte begrepet. Dette hadde nemlig en politisk forankring i Olje- og energidepartementet og Fiskeridepartementet som tidlig i 2003 satte ned en gruppe for å arbeide med dette og som i juli 2003 avleverte rapporten

”Sameksistens I”³³. Her stod selvsagt sameksistensbegrepet sentralt, på samme måte som for oljeindustrien, og i Stortingsmelding nr. 38 (2003-2004) beskrives gruppens arbeid til å skulle: ”vurdere mulighetene for sameksistens mellom fiskerisektoren og petroleumssektoren i området Lofoten - Barentshavet”. For oljeindustriens håndtering av fiskerne som interessent, og bruk av sameksistensbegrepet, ble gruppens arbeid og konklusjon av stor betydning ettersom det i referat fra gruppens arbeid kunne meddeles at:

Gruppen rapporterte at det er et godt grunnlag for å utøve både fiskeriaktivitet og petroleumsaktivitet i det aller meste av det store havområdet Lofoten – Barentshavet (Olje- og energidepartementet: St.meld. nr. 38 (2003-2004) ”Om petroleumsvirksomheten”, 2004)

På bakgrunn av det politiske initiativet og rapporten fra arbeidsgruppen hadde dermed oljeindustrien et godt grunnlag for å møte en interessentgruppe som fiskerne med nettopp sameksistensbegrepet. Men å hevde overfor fiskerinæringen og andre interessenter at sameksistens var mulig, ville kreve en klar begrunnelse og argumentasjon for at begrepet skulle gi mening. Sentralt i begrunnelsen for sameksistensbegrepet var den allerede veletablerte petroleumsaktiviteten i *Nordsjøen*, og for oljeindustrien ble det derfor svært viktig å bruke den historiske erfaringen for det det var verdt. Her hadde man drevet virksomhet i flere tiår sammen med fiskeriinteresser og viktigst av alt; dette hadde skjedd uten noen omfattende uhell³⁴. Oljeindustrien nølte heller ikke med å trekke fram eksempelet man hadde fra Nordsjøhistorien, noe som eksempelvis kom til uttrykk i OLFs egne publikasjoner: ”Olje og fisk, to gode naboer i snart 40 år [...] I løpet av snart 40 år med aktivitet har samarbeidet funnet sin form og fungerer bra” (Oljeindustriens Landsforening: ”Sameksistens”, faktaark, 2003).

³³ Oljeindustrien var selv representert i denne arbeidsgruppen, som bestod av representanter fra Olje- og energidepartementet, Fiskeridepartementet, Oljedirektoratet, Fiskeridirektoratet, Havforskningsinstituttet, Oljeindustriens Landsforening og Norges Fiskarlag.

³⁴ Største ulykke på norsk sokkel fram til i dag var en blow-out (utblåsning) som skjedde på Bravo-plattformen i 1977, men de langsiktige virkningene var små og førte ikke til noen vesentlige skader (OLF: ”Lav risiko – høy beredskap”, september 2003)

Det samme argumentet ble også fremført under havbruksmessen AquaNor i august 2003, der daværende administrerende direktør i OLF, Finn Roar Aamodt, uttalte:

vi [er] overbevist om at vi kan videreføre den modellen for sameksistens som er utviklet gjennom nærmere 40 år i Nordsjøen, vi tror også at næringene vil ha glede av hverandre i nordområdene (Finn Roar Aamodt, tidl. adm. dir. OLF, i offshore.no: “- Rom for olje og fisk i nord”, 14. august 2003)

Oljeindustriens informasjon & samfunnskontakt-arbeid mot fiskerinæringen som interessant ble videre forsøkt utvidet til mer enn bare debatt og argumentasjon om sameksistens. Allerede før ULB-rapporten ble lagt fram og sendt på høring sommeren 2003 forsøkte oljeindustrien å etablere en såkalt sameksistensavtale med fiskerne, og meldingene om at en slik avtale var på trappene begynte å versere i mediene allerede i begynnelsen av mars samme året (Aftenposten: ”Fiskerne kan gå med på oljeleting”, 6. mars 2003; Offshore.no: ”Fiskarlag og OLF åpner for Lofoten og Barentshavet”, 5. mars 2003; NRK Nordland: ”Fiskerne kan gå med på oljeleting” 5. mars 2003). Avisen Nordlys kunne videre melde at en slik avtale allerede eksisterte for Nordsjøen, og da planene om en sameksistensavtale mellom oljeindustri og fiskerinæring for Barentshavet ble kjent fikk oljeindustrien en ny støttespiller i møte med den viktige interessentgruppen som fiskerinæringen representerte: ”Olje og fisk er en god blanding i nordlige farvann, mener flere enn 20 ordførere i Nord-Norge” (Nordlys: ”Olje og fisk er en god blanding”, 9. april 2003). Lokalpolitikerne utgjorde i ULB-debatten en egen interessentgruppe for oljeindustrien, en relasjon som analyseres i neste avsnitt (5.4.2), men i den ovennevnte artikkelen fikk denne gruppen en rolle som alliert med industrien i deres forsøk på å få til en avtale med fiskerinæringen. Over 20 ordfører fra Nord-Norge gikk her ut med en felles uttalelse der de blant annet hevdet at de

er meget tilfreds med at det er etablert kontakt og dialog mellom oljeindustrien og Norges Fiskarlag. Vi håper denne kontakten fører til undertegning av en sameksistensavtale (Nordlys: ”Olje og fisk er en god blanding”, 9. april 2003).

Erfaringene fra tidligere og eksisterende petroleumsvirksomhet i Nordsjøen samt støtte fra lokalpolitikere som en del av strategien for å styrke sameksistensargumentet overfor fiskerne, var antakelig av betydning for det endelige resultatet av informasjon & samfunnskontakt-arbeidet mot fiskerne. Og som beskrevet i slutten av denne delen fikk dette, sett med oljeindustriens øyne, et positivt utfall blant annet med tanke på

Fiskarlagets høringsuttalelse til ULB. Men flere saker tyder på at informasjon & samfunnskontakt-arbeidet som dreide seg om å få fiskerne til å bli en alliansepartner ikke var helt lett for oljeindustrien, og på tidspunktet da mediene første gang rapporterte at en avtale var på trappene (mars 2006), og noen til og med delvis slo fast at avtalen var på plass (Offshore.no: "Fiskarlag og OLF åpner for Lofoten og Barentshavet", 5. mars 2003), var den nevnte avtalen langt i fra et faktum. Dette ble også klart som en umiddelbar respons fra fiskerne på medieoppslagene de tydeligvis opplevde som usanne: "Det ligger ingen såkalt sameksistensavtale mellom Oljeindustriens Landsforening (OLF) og Norges Fiskarlag klar for signering" (generalsekretær Jan Skjærvø, Norges Fiskarlag, i Bergens Tidende: "Ingen avtale mellom Fiskarlaget og oljenæringen", 6. mars 2003). Benektelsen av at en avtale på det tidspunktet skulle foreligge ble videre begrunnet med at Norges Fiskarlag hadde flere tydelige krav til OLF, blant annet at sårbare områder utenfor Lofoten og Vesterålen skulle være fullstendig beskyttet mot petroleumsaktivitet og at en eventuell virksomhet "ikke på noen måte må være til hinder for fiskeriaktiviteten" (Offshore.no: "Norges Fiskarlag avviser avtale med oljeindustrien", 6. mars 2003). Som vi skal se litt senere kom oljeindustrien til å svare på fiskerne utfordringer, blant med løftene om *nullutslipp* og *økt beredskap* i havområdene i nord.

Bruken av sameksistensbegrepet, samt oljeindustriens forsøk på å etablere en sameksistensavtale med fiskerne våren 2003, var bare en liten del av hele informasjon & samfunnskontakt-virksomheten industrien gjorde overfor fiskerne som interessent. Dilemmaet omkring fiskerinæringen mot petroleumsvirksomhet var nemlig et gjennomgangstema i hele ULB-prosessen, og kom til uttrykk fra ulike hold i ulike medier. Allerede i 2001 uttrykte Havforskningsinstituttet sin bekymring:

I laboratorier ved Havforskningsinstituttet i Bergen har forskere påvist at olje og gassvirksomheten gir torsken hormonforstyrrelser, som igjen hindrer fisken i å formere seg (Aftenposten: "Oljen kan skade torsken", artikkel, 9. august, 2001).

Et tilleggsaspekt som var med å prege debatten om olje- og fiskerinæringens sameksistens i Barentshavet, var framtidsperspektivet. Mens petroleumsressursene er ikke-fornybare og reservene ventes uttømt om henholdsvis 50 og 100 år for olje og gass, er fiskeriressursene en varig ressurs, om bestanden forvaltes riktig vel og merke.

Dette ble poengtert både av fiskerne selv: ”Hensynet til de fornybare ressursene [...] må komme i første rekke” (Norges Kystfiskerlag, artikkel, Aftenposten, 11. mars, 2003), men også fra andre parter i debatten: ”En utblåsing på norsk eller russisk sokkel [...] kan over natten svekke renommeet til en næring som [er] den mest fornybare av alle ressurser i hav og sokkel” (Ivan Kristoffersen, tidl. redaktør Nordlys, kommentar, Aftenposten, 18. juli, 2003).

Problemstillingene og de mange sakene knyttet til fiskerinæringen, skulle komme til å følge hele ULB-debatten. Derfor ble fiskerne og deres næringer en sentral interessent for oljeindustrien. Oljeindustrien tok fiskerinæringen på alvor og gruppen som en definert interessent inngikk som en viktig del i oljeindustriens informasjon & samfunnskontakt-arbeid. En eksplisitt bekreftelse på dette kommer ikke minst til uttrykk hos Statoil, der Tor Fjæran i intervju som tidligere presentert (5.3) beskrev fiskerinæringen som én av fire definerte interessentgrupper som organisasjonen jobbet med. Ifølge Fjæran var håndtering av fiskerne som interessent heller ikke et arbeid som begynte med ULB-debatten: ”så har vi jobbet de siste 15 årene med for eksempel Norges Fiskerlag” (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005). OLF kan også bekrefte at fiskerinæringen var en definert interessegruppe for oljeindustrien, og var blant de viktigste interessentene:

Utad så hadde vi jo aktiviteter rettet mot viktige interessegrupper, de viktigste her, som vi brukte tid på var; fiskerinæringen, Norges Fiskerlag og FHL [Fiskeri- og Havbruksnæringens Landsforening] (Odd Raustein, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

Men hvorfor var denne næringen som interessent så viktig for oljeindustrien? Som nevnt ble den mulige konflikten mellom olje- og fiskerinæringen introdusert allerede tidlig i debatten, og som påpekt tidligere ble oljeindustriens svar på dette – begrepet *sameksistens* – et viktig argument for dem, som også fulgte debatten gjennom. Vitende om de potensielle negative bildene av en forurensende oljeindustri versus fiskerinæringen, samt det faktum at problemstillingen ble reist allerede før utredningsarbeidet var påbegynt (Aftenposten, NTB: ”Oljen kan skade torsken”, artikkel, 9. august 2001), forsterker inntrykket av at oljeindustrien prioriterte fiskerinæringen som interessent i informasjon & samfunnskontakt-arbeidet.

Fiskerne på sin side var heller ikke passive oppi denne debatten. Den handlet tross alt om deres næringsgrunnlag, og bekymringene kom til uttrykk tidlig i debatten kom bekymringene til uttrykk fra Norges Fiskarlag:

- Vi kan ikke spille hasard med livet i havet. Hele kysten er avhengig av at våre kunder vet at norsk fisk er et rent produkt (Oddmund Bye, den gang leder Norges Fiskarlag, i Aftenposten: "Fiskerne forlanger stopp", 31. august, 2001).

Og det samme ble på et tidlig tidspunkt også uttrykt fra Fiskeri og Havbruksnæringens Landsforening (FHL): "Før vi kan tillate boring må det gjennomføres helhetlige konsekvensanalyser." (Steinar Eliassen, den gang nestleder FHL, i Aftenposten: "Fiskerne forlanger stopp", 31. august 2001). Med skrekksenarioet om at en ulykke i forbindelse med petroleumsvirksomhet i Barentshavet kunne ødelegge en fiskerinæring som både er svært viktig av distriktspolitiske hensyn og samtidig er basert på fornybare ressurser fra naturen, kan en anta at de politiske beslutningene som skulle taes måtte være overveid og avklart i problemstillingen rundt dette, og at fiskernes holdning ville ha innflytelse på de besluttende myndigheter. Hensynet til fiskeriressursene var også nedfelt i Sem-erklæringen, den politiske plattformen til initiativtaker til ULB-prosessen, regjeringen Bondevik II:

Sem-erklæringen legger føringer på at vi skal føre en oljepolitikk som tar mer hensyn til miljø og fiskeriinteresser (Einar Stensnæs, tidl. olje- og energiminister, i Aftenposten: "Vil være fiskens venn", 12. november 2001).

I så måte er det opplagt at som interessent ville fiskerinæringen være en nøkkelspiller for at oljeindustrien skulle vinne fram med sine argumenter og ønsker for Barentshavet. Likevel var ikke relasjonen og forholdet mellom de to næringene gitt på forhånd, for i opptakten til ULB-debatten møtte nemlig oljeindustrien synspunkter fra fiskerne som gikk klart på tvers av deres egne, som eksempelvis i uttalelsene fra Norge Fiskarlag og Fiskeri og Havbruksnæringens Landsforening gjengitt ovenfor (Oddmund Bye og Steinar Eliassen i Aftenposten), men også i form av mer direkte motstand der eksempelvis lokallag av fiskerne allierte seg med miljøvernere: "Nordland Fylkes Fiskarlag og Natur og Ungdom varsler aksjoner mot skyting av seismikk i Vesterålen." (Finnmark Dagblad: "Krever stopp i oljeleting", artikkel, 12. juli 2000). I et teoretisk perspektiv kan ULB-debatten sies å være en situasjon der en organisasjon ved hjelp av en gjennomarbeidet informasjon & samfunnskontakt-strategi, utøvd på riktig måte, i

større grad kan lykkes i nå sine mål. Og nettopp det at oljeindustrien valgte å møte og håndtere fiskerinæringen som en interessent, med dens utfordringer og problemstillinger, er også i tråd med informasjon & samfunnskontakt-teoriene om interessentdialog og –håndtering. Det systemteoretiske perspektivet fremhever nettopp relasjonen til interessentene som en kritisk faktor for om man lykkes i nå sine mål. (Freeman 1984) I ULB-prosessens kontekst var fiskerne (interessent) en betydningsfull part i de politiske beslutningene som var med å avgjøre det endelige utfallet og dermed om oljeindustrien ville nå sine mål eller ikke.

For oljeindustrien var det altså av betydning å bygge en relasjon til fiskerne der de to næringene mer kunne framstå som alliansepartnere framfor motstandere, til tross for de kritiske utsagnene fiskerne hadde kommet med tidlig i prosessen (se tidligere sitat). Denne strategien kan kalles en tredjepersonstrategi (Ihlen 2005), og hensikten med en slik allianse er at det er å lettere vinne fram med en sak ”hvis du får en tredje uhildet part til å prate om saken”, ifølge kommunikasjonsdirektør i Statoil, Kristofer Hetland (Ihlen 2005:12). Viktigheten av å få fiskerne med seg i ULB-debatten uttrykte også OLF i intervju med meg:

Det gir helt annen troverdighet eller overbevisning om eksempelvis fiskerlaget sier at sameksistens er fullt mulig i et område enn om olje- og gassvirksomheten kommer og sier det samme (Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

Man ser her et konkret eksempel på bruk av informasjon & samfunnskontakt i en case (ULB-prosessen) der en interessent (fiskerinæringen) ble forsøkt håndtert som en alliansepartner (for oljeindustrien). I det teoretiske informasjon & samfunnskontakt-perspektivet finner en også denne relasjonen mellom en organisasjon og dens omgivelser, og dette kommer til uttrykk blant annet, som beskrevet i teorikapittelet, i Grunigs kategorimodell for omgivelser (Grunig & Hunt 1984:141). Gjennom informasjon & samfunnskontakt-arbeidet ovenfor fiskerne som alliansepartner, forsøkte oljeindustrien ifølge Leif Harald Halvorsen (OLF) aktivt å bidra i informasjons- og kommunikasjonsprosessen: ”må vi samtidig hjelpe våre allianse partnere med argumenter som de kan bruke.” (Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005). At oljeindustrien forsøkte å bistå fiskerne oppi dette kan også Tor Fjæran (Statoil) bekrefte: ”Vår jobb i forhold til fiskerlaget var jo informasjon” (Tor Fjæran,

miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005). Det er ikke vanskelig å umiddelbart forstå at oljeindustrien ønsket at fiskerieringen selv skulle forsvare sameksistensargumentet. Dette handler jo først og fremst om troverdighet, som også OLF påpeker (sitat over), og selv om argumentene og budskapet tilsynelatende er like, er det opplagt av stor betydning *hvem* som framfører dette. Når oljeindustrien slik vi har sett i den grad forsøkte å få fiskerne som en alliansepartner og å få dem til å fremføre argumenter i debatten, tyder dette også på at man i informasjon & samfunnskontakt-sammenheng ser betydningen av dette. Tor Fjæran i Statoil uttrykker også dette i klartekst: ”De beste kommunikatorerne knyttet til vår virksomhet er Norges Fiskerlag.” (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005).

Informasjon & samfunnskontakt-arbeidet som var rettet mot fiskerieringen som interessant og en potensiell alliert var antakeligvis en vellykket strategi for oljeindustrien, og ordfører i Hammerfest Alf E. Jakobsen, som selv har vært sterkt engasjert i debatten om petroleumsaktivitet i Barentshavet, og som har hatt mye kontakt med de ulike partene, uttalte i intervju med meg i Hammerfest dette om forholdet mellom oljeindustri og fiskeriering:

mot Finnmark så ble jo de en veldig god dialog mot Finnmark Fiskerlag. De hadde en veldig god dialog med for eksempel Hammerfest fiskerlag her i Hammerfest. [...] Fikk de dem [fiskerne] på laget var veldig mye gjort og der så du at de lykkes i Finnmark veldig godt (Alf E. Jakobsen, ordfører Hammerfest, intervju, 10. oktober 2005).

Et kanskje avgjørende punkt i relasjonen mellom oljeindustrien og fiskerne, var da Norges Fiskerlag vedtok på landsmøtet 6. juni 2003, på bakgrunn av en arbeidsgruppe kalt “Sameksistens mellom fiskerieringen og oljevirkosmheten” (Sameksistens I), at forutsatt en rekke krav ble oppfylt (blant annet nullutslipp-kravet og definerte beskyttelsessoner) kunne det være mulig med både petroleumsvirksomhet og fiske i Barentshavet (Norges Fiskerlag, høringsuttalelse til ULB, 29. september 2003). Med denne uttalelsen kunne dermed oljeindustrien presentere fiskerne (representert ved Norges Fiskerlag) som en alliert som støttet oppunder det strategisk viktige sameksistens-argumentet de selv hadde fremført en rekke ganger.

Det var heller ingen tvil om verdien av denne uttalelsen fra Statoil sin side:

de besluttet på sitt landsmøte i 2003 at de så ingen problem med at de kunne drive petroleumsvirksomhet og fiske samtidig i Barentshavet. Det at du får et sånt vedtak som blir offentlig synlig, er gull verd (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005).

Med denne erklæringen fra fiskerne, som altså ble slått fast i høringsuttalelsen til ULB-rapporten, framstår det dermed som klart at oljeindustrien i denne delen av informasjon & samfunnskontakt-arbeidet hadde lyktes med sin interessenthåndtering. Det interessante ved dette blir imidlertid spesielt tydelig når man tar i betraktning de kritiske uttalelsene fiskerinæringen hadde allerede i forkant av ULB-prosessen i 2001, og ikke minst at de bare noen måneder tidligere samme år (mars 2003) avviste påstanden om en avtale og enighet mellom oljeindustrien og fiskerinæringen raskt avvist av sistnevnte part (Bergens Tidende: ”Ingen avtale mellom Fiskarlaget og oljenæringen”, 6. mars 2003). Veien fra avstand til allianse var ikke så stor målt i tid. I et informasjon & samfunnskontakt-perspektiv var nok oljeindustriens håndtering av fiskerne som interessant avgjørende her. I mars 2003, da det ifølge Norges Fiskarlag ikke forelå noen avtale, ble dette som tidligere presentert begrunnet i ulike krav fra fiskerne som deriblant dreide seg om miljøhensyn, utslipp og vernede soner. Når oljeindustrien gjennom interessenthåndteringen så skulle møte fiskerne og deres krav, tok de i bruk et annet sentralt begrep, som også gikk igjen i ULB-debatten; begrepet *nullutslipp*. Begrepet ble gjennomgående brukt av oljeindustri, politikere og fiskere i ULB-debatten, men selv om oljeindustrien brukte dette aktivt i informasjon & samfunnskontakt-strategien, så hadde begrepet sitt utspring i det politiske miljøet og ble allerede presentert i en Stortingsmelding om miljøvern i 1997 (Miljøverndepartementet: St.meld. nr.58 (1996/1997) ”Miljøvernpolitikk for en bærekraftig utvikling”, 1997). Nullutslipp-begrepet handlet om ingen eller minimalt utslipp av miljøskadelig avfall ved normaldrift i petroleumsvirksomheten, og i ULB-rapporten fra olje- og energidepartementet beskrives det på flere punkter hva dette kravet innebærer og begrepet nevnes hele 27 ganger (Olje- og energidepartementet: ULB, 2003). Tor Fjæran i Statoil bekrefter også at nullutslipp var et av deres hovedbudskap de ønsket å kommunisere overfor sine interessenter og omgivelser:

Et tredje [hoved] budskap kan vi konkretisere i hva denne virksomheten står for rent teknisk [...] at null-utslipp som problemstilling er mer enn en verdi, at når vi bygger ut så bygger vi ut med løsninger som ikke skaper problem for fiskerne (Tor Fjæran, Statoil, intervju, 19. oktober 2005)

Skulle oljeindustrien ha fiskerne med på laget var det antagelig ingen annen vei å gå enn å nettopp støtte oppunder nullutslipp-kravet, som igjen ville være en forutsetning for å kunne forsikre fiskerinæringen om at petroleumsvirksomhet ikke ville ramme dem.

Oljeindustriens samarbeid og engasjement omkring nullutslipp-målet ble også tydelig kommunisert fra industriens side, blant annet gjennom OLFs deltakelse i

”Nullutslippsgruppen” der industrien sammen med Statens forurensingstilsyn og

Oljedirektoratet utarbeidet planer og strategier for det videre arbeidet med nullutslipp-målet (Statens forurensingstilsyn: Nullutslipp fra oljevirksomheten, 28. april 2003).

Som et svar på de miljøkravene fiskerne hadde stilt oljeindustrien, kan en anta at med fiskernes endelige tilslutning til muligheten for sameksistens i Barentshavet, var oljeindustriens nullutslipp-løfte en vellykket informasjon & samfunnskontakt-satsning i arbeidet med denne interessenten. Det skal forøvrig legges til at nullutslipp-begrepet også ble brukt overfor en annen viktig interessent, befolkningen, men fikk der en annen betydning (beskrives i avsnitt 5.4.3).

Oljeindustrien møtte på den ene siden en interessent (fiskerne) som hadde et krav (ikke miljøskader), som de svarte på med en informasjon & samfunnskontakt-strategi blant annet basert på nullutslipp-løftet. Dette var imidlertid ikke det eneste kortet industrien spilte ut i arbeidet og håndteringen av denne interessenten, for i tillegg til å svare på et krav var også oljeindustrien på offensiven med å framføre et annet argument, der stikkordet var *økt beredskap*. Dersom oljeindustrien fikk medhold blant interessenter og politikere i en satsning på petroleumsaktivitet i Barentshavet, ville det igjen føre til en vesentlig utbygging av beredskap og systemer for å håndtere eventuelle ulykker i dette havområdet. For oljeindustrien kan dette videre kalles et nøkkelargument i dialog med fiskerne, i og med at en økt beredskap ville komme fiskerne til gode med tanke på økte redningsmuligheter ved havari og andre ulykker som kunne ramme fiskeflåten. I det teoretiske perspektivet blir dette et klart eksempel på en symmetrisk tankegang og gjensidig nytte mellom organisasjon og omgivelser. Det skapes nemlig her en vinn-vinn-sone for begge parter, beskrevet av Grunig gjennom mixed motives-modellen (Grunig, Grunig & Dozier 2002:355-358).

I OLFs interne Spørsmål og svar-dokumentet der de viktigste argumentene og temaene for debatten blir gjennomgått, trekkes videre budskapet om økt beredskap fram som et svar på hvilke fordeler nettopp fiskerne kan få av petroleumsaktivitet i Barentshavet:

Petroleumsvirksomheten vil føre med seg flere beredskapsressurser, for eksempel helikoptre, forsynings- og beredskapsfartøyer, noe som har gitt bedre sikkerhet for samtlige brukere av havet (OLF: "Spørsmål og svar – ULB", 2003).

Oljeindustrien framførte dette budskapet gjentatte ganger, som i Aftenposten: "Dersom en åpner områdene fra Nordland og Barentshavet, vil [dette] bidra til å gjøre kysten sikrere" (Torstein Dale Sjøtveit, leder Norsk Hydro leting og produksjon Norge, i Aftenposten: "- Økt aktivitet bedrer sikkerhet" 11. juni 2003), og videre med et eksempel fra en hendelse tidligere samme år der 11 fiskere som hadde vært utsatt for motorhavari ble reddet av et SAR-helikopter fra Heidrun-plattformen (OLF: "Sameksistens", faktaark, 2003).

Analysen viser her hvordan oljeindustrien gjennom interessenthåndtering av fiskerne brukte to forskjellige argumenter, sameksistens og økt beredskap, i forsøk på å skape enighet og forståelse mellom disse to næringene, og som et resultat; fellesuttalelsen om sameksistens i Barentshavet. I lys av teoriene fra informasjon & samfunnskontakt er spesielt bruken av argumentet om økt beredskap interessant, siden man her kan se en sammenheng mellom hvordan interessenthåndteringen i en utøvende kontekst fant sted og slik teoriene normativt beskriver hvordan en organisasjon bør arbeide for å skape gjensidig nytte for seg og sine interessenter (Cutlip, Center & Broom, 1999:6; Grunig & Grunig 1992:285-325). Oljeindustrien kunne "tilby" økt beredskap til fiskerne, et sikkerhetsaspekt som nettopp ville være til gjensidig nytte for begge partene, og selv om oljeindustrien hadde sin agenda i saken kan en her trekke en parallell til teoriene nevnt over, samt Grunigs toveis symmetrimodell (Grunig & Hunt 1984:22).

Som en oppsummering av oljeindustriens håndtering av fiskerinæringen som en interessant, ser en altså at denne gruppen gikk fra å være en part med kritiske uttalelser til oljeutvinning i nord, til å bli en strategisk alliansepartner for de interessene som ønsket en gjenåpning av Barentshavet.

5.4.2 Lokalpolitikere i ULB-debatten

Fiskerinæringen blir beskrevet som en betydningsfull interessent for oljeindustrien, blant annet på grunn av dens sterke posisjon i nordområdene, som var den geografiske forankringen i ULB-debatten. Men det lokale perspektivet gjaldt ikke bare fiskerinæringen, og for oljeindustrien fantes det flere grupper av interessenter der tilknytningen til debatten var grunnet i nærhet til Barentshavet og lokal tilhørighet i nord. At man så, og fremdeles ser, lokale grupperinger engasjere seg i debatten om nordområdene synes heller ikke å være unaturlig i en landsdel, og spesielt for fylket Finnmark, der temaer som fraflytting, nedlegging av arbeidsplasser, dårlig økonomi etc. lenge vært aktuelle problemstillinger og debatter. Når en stor og betydningsfull næring (som oljeindustrien er) viser sin interesse for området, blir det derfor lett å forstå at lokale interessenter ønsker å delta i debatten. Derfor ble også temaene omkring arbeidsplasser og distriktpolitikk en viktig del av ULB-debatten og også sentrale argumenter for oljeindustrien. I dialog med de ulike interessentene i nord om de nevnte temaene i ULB-debatten, kunne man dermed trekke inn erfaringene fra Snøhvit, som med sin forankring på Melkøya utenfor Hammerfest og innvirkning på samfunnet der, antakeligvis den gangen berørte de samme interessentene som i den ”nye” debatten (ULB). Men hvem kan en så hevde er da de gruppene av lokale interessenter, og hvilken rolle spilte disse i et informasjon & samfunnskontakt-perspektiv?

En av disse gruppene av lokale interessenter som man medvirket i debatten, var *lokalpolitikere*. I en rolle som både representanter for lokalbefolkning, deltakere i lokale beslutningsprosesser og ikke minst lokale representanter fra de ulike politiske partiene på Stortinget og i Regjeringen, utgjør dette en gruppe som det nærmest ville være selvsagt å ta med når oljeindustrien skulle håndtere sine interessenter i nord. Først og fremst beskrives lokalpolitikere som en prioritert interessent av oljeindustrien selv, noe som blant annet uttrykkes ved som tidligere vist Tor Fjærans (Statoil) beskrivelse av fire ”arenaer” av interessenter (se figur 5.1)

Det lokale perspektivet i informasjon & samfunnskontakt-sammenheng kan videre enda en gang ses i en parallell til den første, store petroleumsutbyggingen i Barentshavet – Snøhvit – der Hammerfest var og er sentrum for utbyggingsaktiviteten for Statoils LNG-anlegg på Melkøya. I forbindelse med dette har Hammerfest kommune og dens

politikere heller ikke hatt noe imot å bli knyttet opp til pågående og framtidig petroleumsvirksomhet i Barentshavet, noe som blant annet kommer til uttrykk i egenpresentasjoner og bruk av begreper som "Petroleumsbyen" (Hammerfest kommune, Næringsavdelingen: "Velkommen til Hammerfest", hefte) og "Vertskommunen for Snøhvit" (Hammerfest kommune: "Hammerfest", hefte). I utbyggingen og fremdriften av Snøhvit-prosessen var det der spesielt én lokalpolitiker som stod sentralt, og som også skulle bli med videre inn i ULB-debatten; ordfører i Hammerfest kommune Alf E. Jakobsen. I et informasjon & samfunnskontakt-perspektiv kan man ut ifra flere grunner anta at han blant flere var en viktig interessent i ULB-debatten; først og fremst som ordfører i en kommune som har høstet erfaringer og stor gevinst av Snøhvit-prosjektet, videre som langvarig medlem av Arbeiderpartiet, dernest som en politiker med sterke bånd til Stortinget og rikspolitikken på bakgrunn av flere år på Stortinget, medlem av Sosialkomiteen og statssekretær i Gro Harlem Brundtlands andre regjering (Stortingets informasjonstjener, 2006). Jakobsens engasjement i den forutgående debatten om Snøhvit var heller ikke til å ta feil av, og i et tilbakeblikk om prosessen fram mot en realisering av Snøhvit uttalte han i Dagens Næringsliv at "Vi var rundt 70 mennesker som lobbyerte for Snøhvit" (Alf E. Jakobsen, Dagens Næringsliv: "Koste hva det koste vil", 3. desember 2005). Jakobsens engasjement omkring petroleumsaktivitet i nord, og i informasjon & samfunnskontakt-sammenheng: at det fantes en kontakt mellom ham og Statoil, kom også til uttrykk i Aftenposten samme dag som Stortinget vedtok at Snøhvit-anlegget skulle realiseres:

Ordfører Alf E. Jakobsen smiler bredt. En lang politisk kamp er over og dialogen med Statoil er god (Aftenposten: "Hammerfest tror på Snøhvit-eventyr", 7. mars 2002).

Med Snøhvit-prosessen som bakgrunn ser en at ordføreren i Hammerfest fremstod som en lokalpolitiker med erfaring og tilknytning til de besluttende myndigheter, og like viktig for oljeindustrien: et ønske om økt petroleumsaktivitet i nordområdene. I oktober møtte jeg Jakobsen i Hammerfest, og hans engasjement i ULB-saken bærer flere likhetstrekk med kampen om Snøhvit. På spørsmål om hans rolle og standpunkt i debatten om helårig petroleumsvirksomhet i Barentshavet svarte han dette:

så har jo vi hatt en veldig tett dialog med myndighetene sentralt. Departement, Regjering, Miljø- og energikomiteen på Stortinget og andre som på en måte ville petroleumsvirksomhet i Finnmark, det legger jeg ikke skjul på. (Alf E. Jakobsen, ordfører Hammerfest, intervju, 10. oktober 2005).

Oljeindustriens informasjon & samfunnskontakt-virksomhet i ULB-debatten innebar altså, som blant annet bekreftet av Tor Fjæran i Statoil, at lokalpolitikere som Alf E. Jakobsen ble definert som en interessentgruppe. Derfra kan en da spørre; definert som interessenter, hvordan ble disse lokalpolitikere håndtert i et informasjon & samfunnskontakt-perspektiv? På samme måte som samarbeidet med fiskerinæringen var en del av informasjon & samfunnskontakt-aktivitetene, tok oljeindustrien i relasjon til lokalpolitikere også her i bruk en tredje personsstrategi (som presentert tidligere)(Ihlen 2005). Dette gjaldt for eksempel i et av argumentene som var gjennomgående i hele debatten; at en utviklet petroleumsindustri i Barentshavet ville skape en større beredskap og at kysten dermed ville være bedre sikret også mot andre trusler, eksempelvis de mange russiske oljetanker som hver dag seiler langs Finnmarkskysten³⁵. OLF mente i denne sammenheng at det ville være mer hensiktsmessig om en annen part framførte dette argumentet:

OLF, oljeselskapene, kan liksom ikke stå og si at dette er en stor trussel, det blir tatt som du bortforklarer dine egne problemer. Men de andre interessentene kan si det, kommunalpolitikere kan si det, men ikke OLF. Så vi hadde en del runder på hva som tar seg best ut fra hvilken munn (Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

I en konkret, utøvende informasjon & samfunnskontakt-kontekst innebar dette både at oljeindustrien fant sine allierte partnere som kunne fremføre en del av deres argumenter (med større troverdighet), og videre at de bidro med kunnskap om hvordan budskapene og argumentene kunne formidles. Denne typen informasjon & samfunnskontakt-aktivitet som en del av industriens interessenthåndtering bekreftet også OLF i intervju der Leif Harald Halvorsen uttalte at "... så må vi samtidig hjelpe våre allianse partnere med argumenter som de kan bruke." (Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005) og at dette var gjeldende for "...andre parter som gir mest troverdighet." (Odd Raustein, OLF, intervju, 18. oktober 2005). Alf E. Jakobsen og hans kollegaer i lokalpolitikken var som vi vet en av disse partene, og under intervjuet med meg poengterte han at de styrte sine egne aktiviteter og at de "...ble ikke noe styrt av

³⁵ Argumentet om økt beredskap ble uttrykt flere ganger av oljeindustrien, og er også et av temaene i Spørsmål og svar-dokumentet OLF brukte internt som en rettledning til gjennomgående problemstillinger i ULB-debatten (OLF: "Spørsmål og svar – ULB", notat, 2003)

oljeselskapene.” (Alf E. Jakobsen, ordfører Hammerfest, intervju, 10. oktober 2005).

Likevel innrømmer han at de hadde forbindelser til oljeindustrien i kommunikasjons- og argumentspørsmål, og at de brukte innspill de fikk fra dem:

vi ønsket jo en del av den argumentasjonen som de [oljeselskapene] hadde å føre [...] for eksempel det her med miljøutfordringen det hadde dem jo sine svar på som for så vidt også vi hadde nyttet når vi skulle presentere det her ovenfor myndighetene (Alf E. Jakobsen, ordfører Hammerfest, intervju, 10. oktober 2005).

Likeså kom det fram i intervju at de hadde en nært samarbeid med OLF:

vi hadde dem [OLF] med på årsmøtet og vi fikk en del informasjon så vi hadde selvfølgelig ett tett samarbeid der (Alf E. Jakobsen, ordfører Hammerfest, intervju, 10. oktober 2005).

Det totale bildet av hvordan oljeindustrien håndterte og jobbet med lokalpolitikere som interessenter er umulig å kunne kartlegge fullstendig, men basert på ovenstående uttalelser fra OLF, Statoil og Alf E. Jakobsen kan man danne seg en oppfatning av hvordan noe av dette har foregått som en del av informasjon & samfunnskontaktarbeidet i ULB-prosessen. Relasjonen mellom industrien og lokalpolitikere i nord kom også til uttrykk andre steder, og allerede tidlig i ULB-debatten (2002) hadde Nordlys en artikkel som omhandlet interesse- og lobbyorganisasjonen ”Kontaktforum for Snøhvit”, som på tampen av ULB-debatten skiftet identitet og ble omdøpt til ”Kontaktforum for olje- og gass” (Nordlys: ”Kontaktutvalg olje/gass”, 4. desember 2002). Den nye organisasjonen skulle fra da av konsentrere seg om den forestående ULB-prosessen med den hensikt å påvirke i retning av en fortsatt utvikling av petroleumsvirksomheten i nord., og fredag 6. desember 2002 møttes det nye kontaktforumet for første gang. De tilstedeværende, som blant annet var toppolitikere fra Nord-Norge og næringslivsfolk fra regionen, diskuterte da også allerede på dette tidspunktet framtidige gass- og oljeprosjekter i nord “sammen med Statoils informasjonsansvarlige i Harstad, Sverre Kojedal” (Nordlys: ”Kontaktutvalg olje/gass”, 4. desember 2002). Et annet medieoppslag som forteller noe om kontakten og relasjonen mellom oljeindustrien og lokalpolitikere er Altapostens reportasje fra Altaelva der ordfører og politikere fra Alta var på tur med fire ledere fra Statoil, deriblant tidligere nevnte Sverre Kojedal, samt Alf E. Jakobsen fra Hammerfest kommune (Altaposten: ”Sjarmerer Statoil med tur i Altaelva”, 2002).

Selv om denne oppgaven tar for seg informasjon & samfunnskontakt knyttet til oljeindustriens aktiviteter i nord og spesifikt ULB-prosessen kan man likevel anta at interessentdialog med ulike grupper er noe som har vært, og er, prioritert både før og etter denne perioden. Relasjoner og kontakt med omgivelser og parter som berører og blir berørt av en organisasjons virke bygges naturligvis nok ikke opp over natten, men må håndteres over lengre perioder. Tor Fjæran poengterte også at håndtering av interessenter i Statoil har et langsiktig perspektiv, og at dialogen med interessenter som fiskere og lokalpolitikere ikke bare oppstår i det øyeblikket det kommer en konkret sak på bordet (som eksempelvis ULB-saken):

Fra Statoils side, så har vi jobbet de siste 15 årene [...] med lokalregionale politikere. ... vi har [...] et Harstad kontor, etter hvert fått Hammerfest, og vi har på en måte prøvd å ha en relasjon til de lokalregionale politikerne og annen type næringsliv (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, 19. oktober 2005).

Denne uttalelsen om det langvarige perspektivet på informasjon & samfunnskontakt og herunder interessenthåndtering, er interessant å kaste et kort blikk på ut i fra normative, systemteorier. Å søke etter og å være i dialog med sine omgivelser, samt å ha et kontinuerlig fokus på dette, kan man nemlig se er mye lik Grunigs teorier om informasjon & samfunnskontakt. Der forklares disse funksjonene normativt som at de nettopp skal virke som en "boundary role" (grenserolle) i organisasjonen (Grunig 1984:9), og videre også i samsvar med og Dozier og White som hevder at informasjon & samfunnskontakt-funksjonene bør løftes opp på et strategisk ledelsesnivå og ikke bare utføres tilfeldig (Dozier & White 1992:91). Skal vi tro teoretikerne arbeider altså Statoil i dette tilfellet med informasjon & samfunnskontakt-funksjonen på en måte som gjør at forutsetningene for å lykkes er tilstede.

Når en analyserer oljeindustriens håndtering av interessenter, og i dette tilfellet lokalpolitikere som en slik gruppe, kan en kanskje få et inntrykk av at relasjonen og dialogen dreide seg om en enveis kommunikasjon og at initiativene bare kom fra den ene parten - oljebransjen. Ikke mindre kan et slikt inntrykk forsterkes av eksempelvis den større magasinreportasjen Dagens Næringsliv hadde om Snøhvit-prosjektet og oljeindustriens virksomhet i nord, der følgende tabloide spørsmål stod på trykk: "Og hvordan er egentlig forholdet mellom politikere og oljeselskap i en by hvor Statoil går

inn og ut av rådhuset som om selskapet satt i kommunestyret?” (Dagens Næringsliv: ”Hammerfesten”, 30. april 2004).

Flere medieoppslag og utspill tyder imidlertid på at bildet ikke var helt slik.

Lokalpolitikere i nord hadde selvsagt også sin egen agenda, og i flere tilfeller tok de egne initiativ for å være i dialog og samspill med oljeindustrien. Det nevnte ”Kontaktforum for olje- og gass” var et slik initiativ der også politikere selv kunne gå i dialog med industrien, og ikke bare omvendt. Alf E. Jakobsen gir også uttrykk for at relasjonsbyggingen mellom dem og oljenæringen var tosidig, og på spørsmål om hvor aktiv industrien var overfor politikere forklarer han:

og vi inviterte dem [oljeindustrien]. Vi var faktisk like aktiv [...] Så inviterte vi dem med nå vi hadde møter. [...] så oljeselskapene var nok aktiv, men vi var vel så aktiv fordi vi ønsket den aktiviteten. En gjensidig arena (Alf E. Jakobsen, ordfører Hammerfest, intervju, 10. oktober 2005).

Dialogen og relasjonene med oljeindustrien, eller omvendt; industriens håndtering av lokalpolitikere som interessant, samt de sammenfallende interessene er altså ikke noe politikere hadde til hensikt å skjule. Noen gikk til og med enda lenger og framsto i offentligheten med direkte kritikk og innblanding i hvordan oljeindustrien håndterte deler av sine interesser i ULB-debatten, som her Høyres stortingsrepresentant Ivar Kristiansen fra Nordland:

- Oljebransjen har utvist grenseløs passivitet i denne saken, den har plassert seg på tilskuerbenken og latt miljøbevegelsens forutsigbare klager få dominere debatten (Ivar Kristoffersen, stortingsrepresentant (H), i Aftenposten: ”Olje i nord gir jobber i sør”, 30. desember 2003).

På samme måte kritiserte han informasjon & samfunnskontakt-strategiene til oljeindustrien, og mente at dette som verktøy ikke ble tatt i bruk: ”Selv om oljeindustrien har de beste kreftene innen lobby, informasjon og påvirkning har den i lang tid vært fraværende i debatten” (Ivar Kristoffersen, stortingsrepresentant Høyre, i Dagens Næringsliv: ”Slakter oljelobbyen”, 5. desember 2003). Slike uttalelser, om at oljeindustrien var passiv i debatten, bør kanskje ikke stå uimotsagt og representerer muligens bare meningen til enkelte. Miljøvernerne vil nok antakelig også være uenig i disse påstandene, noe Rasmus Hansson i WWF polemiserer i samme artikkel: ”Hvis Ivar Kristiansen ikke ser at oljeindustrien driver en meget aktiv informasjonsvirksomhet, synes jeg ikke han ser så veldig godt.” (Rasmus Hansson,

generalsekretær WWF Norge, i Dagens Næringsliv: ”Slakter oljelobbyen”, 5. desember 2003). Uansett utfallet av diskusjonen kan dette fortelle noe om forholdet mellom organisasjoner (oljeindustrien) som i sitt informasjon & samfunnskontakt-arbeid bevisst håndterer sine interesser (lokalpolitikere), og samtidig i en slags vekselvirkning med disse omgivelsene blir selv en del av det strategiske arbeidet denne parten utfører. I et slikt perspektiv kan det enda en gang være interessant å komparativt se på dette konkrete caset der informasjon & samfunnskontakt utføres i praksis, mot fagets teorier. En vekselvirkning slik man kan se i dette konkrete tilfellet, mellom organisasjon (oljeindustri og omgivelser, er nemlig en situasjon som beskrives i teoriene, blant annet i Grunigs toveis symmetrimodell for kommunikasjon (Grunig & Hunt 1984:22; Grunig & Grunig 1992:285-325)

Avslutningsvis kan en derfor hevde at lokalpolitikere ble en viktig interessent for oljeindustrien, og at samarbeidet mellom disse foregikk regelmessig i et vekselvirkende forhold. På spørsmål om lokalpolitikernes betydning og innflytelse overfor sentrale myndigheter har Tor Fjæran i Statoil en klar tanke om dette:

Jeg tror på en måte de lokale partilag, fylkespartilag, regionråd rundt omkring de blir lyttet til i sånne prosesser. [...] Ja, i Stortinget (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, 19. oktober 2005).

Den samme holdningen, at lokalpolitikere har innflytelse også på rikspolitikere, hevdet Finnmark Dagblad på lederplass: ”Alle vet at SV i sin natur er imot utvidet virksomhet i Barentshavet. Det er heller ikke overraskende at Olav Gunnar Ballo lytter til sine partikolleger i Finnmark, og lar seg komme litt på gli i saken” (Finnmark Dagblad: gavepakke til Høyre”, leder, 5. august 2005)

I likhet med fiskerinæringen, var derfor dialogen og relasjonen med lokalpolitikere et strategisk viktig arbeid i ULB-prosessen fram mot den politiske avgjørelsen i desember 2003.

5.4.3 Lokalbefolkning og opinion

De hittil presenterte interessentene i oppgaven har dreid seg om interesser for oljeindustrien som på ulike måter har vært i formelle maktstrukturer med en viss grad av innflytelse (eksempelvis en stor interesseorganisasjon som Norges Fiskarlag og

folkevalgte politikere). Intervjuer, artikler og andre kilder som er tatt i bruk som grunnlag for denne analysen forteller at oljeindustriens relasjoner og håndteringen av dens omgivelser under ULB-debatten mye var rettet mot denne gruppen av interessenter. Det finnes likevel flere eksempler på at en annen gruppe som i høyeste grad ville bli berørt av petroleumsaktivitet i Barentshavet, men som ikke selv satt i direkte maktposisjoner, også kan kalles en interessent til oljeindustrien; nemlig *lokalbefolkningen*. Til tross for denne gruppens manglende formelle makt, er det liten tvil om at det er verdifullt å spille på lag med opinionen, kanskje spesielt når hensikten er å påvirke beslutninger som taes av folkevalgte politikere. Befolkningen som en gruppe som vil bli *berørt* av oljeindustriens aktiviteter. Informasjon & samfunnskontakt-teoriene tydelig på at man dermed er en del av omgivelsene og en interessent som en organisasjon må forholde seg til (jf. den tidligere presenterte definisjonen til Freeman (Freeman 1984:46), samt Grunig og Reppers beskrivelse av hvem ens interessenter kan være (Grunig & Repper, 1992:125). Bare noen måneder før regjeringen Bondevik II tiltrådte og planene om utredningen ble presentert for første gang, påpekte daværende olje- og energiminister i Stoltenbergs første regjering, Olav Akselsen (Ap), betydningen for oljeselskapene av å spille på lag med befolkningen: ”...det påhviler oljeselskapene et ansvar å sørge for at de har befolkningens støtte.” (Olav Akselsen, tidl. olje- og energiminister, i Aftenposten: ”Mer oljeleting i Lofoten”, 31. august 2001). I ULB-debatten som så fulgte hadde også oljeindustrien og Statoil en erfaring fra tidligere å bygge på, nemlig Snøhvit-prosessen. Da utredningsarbeidet startet i 2002 og debatten for alvor begynte å ta seg opp året etter i 2003, hadde Statoils Snøhvit LNG på Melkøya fått de nødvendige tillatelsene av Stortinget for å starte utbygging av prosjektet³⁶. Befolkningen i Hammerfest kunne da med egne øyne se hvordan aktiviteten tok seg opp og folk flyttet til byen, i sterk kontrast til mange år preget av redusert sysselsetting og fraflytting (Dagens Næringsliv: ”Koste hva det koste vil”, 3. desember 2005; Alf E. Jakobsen, ordfører Hammerfest, intervju, 10. oktober 2005). Det er ikke vanskelig å tenke seg at lokalbefolkningen i Hammerfest ville være positiv til denne virksomheten. I en artikkel om Hammerfest i Dagens Næringsliv fortelles det også at kritikerne til utbygging er få, og når nyhetssjef Morten Ruud i

³⁶ For å bygge ut og drive petroleumsutvinning på norsk sokkel kreves det en godkjent ”Plan for utbygging og drift” (PUD) og ”Plan for anlegg og drift” (PAD). For Snøhvit-feltet ble disse godkjenningene gitt i Stortinget 7. mars 2002 (Olje- og energidepartementet: St.meld. nr. 9 (2002-2003) ”Om innenlands bruk av naturgass mv.”, 2002).

Finnmark Dagblad blir spurt om dette kommer det fram at: ” Ruud har problemer med å finne kritikere” (Dagens Næringsliv: ”Hammerfesten”, 30. april 2004). På bakgrunn av dette kan man anta at oljeindustrien hadde et godt utgangspunkt i møte med lokalbefolkningen i spørsmål om hvilke framtidsplaner oljeindustrien hadde for nordområdene, etter at ULB-prosessen var avsluttet. I forbindelse med utbyggingen på Snøhvit ble det også arrangert folkemøter, og her ble videre planer for Barentshavet presentert. Desksjef i Finnmark Dagblad, Trond Ivar Lunga, var selv tilstede på flere av disse møtene og når jeg intervjuet ham kunne han fortelle følgende:

De har vært flink med å holde folkemøter, 2-3 ganger i året inviterer de befolkningen ut og ser på anlegget. [...] Jeg tror Statoil sin taktikk er å få lokalbefolkningen med seg (Trond Ivar Lunga, Finnmark Dagblad, 9. oktober 2005).

Ifølge Lunga var det heller ikke mange kritiske røster på disse møtene:

Det er også få kritiske spørsmål fra salen, i hvert fall de folkemøtene jeg har vært på. Det er mer hallelujastemming (Trond Ivar Lunga, Finnmark Dagblad, 9. oktober 2005).

Dialog og kontakt med befolkningen av denne typen, slik de nevnte folkemøtene representerer, viser med tydelighet et eksempel på oljeindustriens informasjon & samfunnskontakt-arbeid der interessenthåndtering var en sentral del.

Som tidligere presentert ble argumentet om sameksistens mellom olje- og fiskerinæring et viktig tema i ULB-debatten (5.4.1), og oljeindustrien jobbet med informasjon & samfunnskontakt-aktiviteter knyttet til dette temaet ovenfor fiskerinæringen, som var en viktig interessent i disse spørsmålene. Men selv om lokalbefolkningen (definert som en egen interessentgruppe) ikke i samme grad som fiskerinæringen ville bli direkte berørt av spørsmålet om sameksistens, var dette som kjent et gjennomgangstema av en slik betydning at industrien prioriterte å bruke dette argumentet som en del av informasjon & samfunnskontakt-strategien også overfor befolkningen. Den 5. november 2003 åpnet en utstilling ved Lofotakvariet i Kabelvåg med tittelen ”Havet – den store skattekisten”, som handlet om nettopp dette temaet. Ifølge OLF, som selv var blant de finansierende instanser, var dette ”En ny utstilling som formidler verdiskapingen fra oljeindustri, fiskeri og havbruk” (OLF: ”Åpnet utstilling om olje og fisk i Lofoten”, 5. november

2003)³⁷. Daværende kommunikasjonsrådgiver i OLF, Ola Morten Aanestad, uttalte om hensikten med utstillingen:

Etter at petroleumsindustri ble aktuelt i nordområdene, har behovet for informasjon økt. Utstillingen bidrar til å møte dette behovet (Ola Morten Aanestad, tidl. kommunikasjonsrådgiver OLF, 5. november 2003)

Utstillingen kan her ses på som en annen del av informasjon & samfunnskontakt-satsningen fra oljeindustrien mot befolkningen som en interessant. Industriens tyngde blant støttespillerne gjør også at man antakelig med rette kan legge til grunn at oljeindustrien hadde en viss innflytelse på budskap og informasjon som kom til uttrykk i utstillingen. OLF kommer på sett og vis en slik antakelse i møte siden de i samme presentasjon som over presiserer at: "Besøkende får objektiv kunnskap om havmiljøet.". Men oljeindustriens engasjement i utstillingen kommer likevel tydelig fram i listen over dens støttespillerne: Hydro, Statoil, ExxonMobil, ConocoPhillips og Oljeindustriens Landsforening. (Lofotakvariet: "Fisk og oljebransjen drar sammen inn i framtiden", pressemelding, 5. november 2003)³⁸.

Arbeidet med befolkningen som interessant foregikk på ulike måter, til dels forskjellig fra håndteringen av andre interessenter. Skal en videre vurdere om oljebransjen lyktes med interessenthåndteringen kan en anta at spesielt overfor lokalbefolkningen hadde nok oljeindustrien en godt etablert posisjon på forhånd av ULB-debatten, blant annet grunnet den allerede etablerte virksomheten rundt Snøhvit.

Forholdet ble neppe ble forverret ved de nevnte folkemøtene der det var få eller ingen kritiske røster.

Likevel viser det seg at ikke alt informasjon & samfunnskontakt arbeidet som ble gjort overfor befolkningen var like vellykket, og ved bruken av et konkret argument, som ble brukt med hell overfor en annen interessant, fikk dette en annen betydning i dialog med lokalbefolkningen og opinion. *Nullutslipp*-løftet hadde nemlig vært et vellykket kort å spille ut for oljeindustrien i deres møte med fiskerne, som vi vet endte med felleuttalelsen om en mulig sameksistens for disse to næringene i nordområdene. Overfor befolkningen oppstod det likevel et forklaringsproblem med dette løftet. For

³⁷ Utstillingen er omtalt på OLFs nettsider, og finnes blant nyhetssakene fra 2003 (<http://www.olf.no/miljo/aktuelt/?18457>).

³⁸ Pressemelding publisert på Lofotakvariets nettsider (<http://www.lofotakvariet.no/pressemel>).

mens nullutslipp var et politisk etablert begrep og en forklaring på de minimale utslippene som var tillatt, er dette noe annet enn det man kanskje oppfatter som ligger i ordet, og som gis en annen betydning dersom man deler begrepet opp til å bli *null utslipp*. I dette ligger null – 0 – altså ingen utslipp, og i møte med befolkningen som interessent ble dette en utfordring å forklare:

Nullutslipp er et håpløst begrep å kommunisere. For folk tror det er noe som det ikke er. For at en vanlig mann skal sette seg inn i det, kreves det en del arbeid (Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

Dilemmaet lå altså i å forklare at det ikke var snakk om null utslipp, til tross for begrepet nullutslipp, og overfor befolkningen ble dette i følge Leif Harald Halvorsen tatt i bruk mot oljeindustrien: ”For noen er det veldig lett å ta begrepet, for eksempel miljøbevegelsen og snu det og si at null er ikke null” Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005). I forberedelsene og planlegging av informasjon & samfunnskontakt-arbeidet innrømmer også Tor Fjæran i Statoil at man var helt forberedt på utfordringene i å forklare dette til vanlige folk:

Og vi hadde vel heller ikke sett, det hadde vel heller ikke myndigheten sett, hva den null-utslipp hva den betydde for noe. Altså null er ikke null. Det skulle vi helst på en måte unngått [...] Du vinner aldri en sånn debatt (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005).

Dette viser med andre ord at et og samme argument fikk ulike, og uventede, virkninger i informasjon & samfunnskontakt-arbeidet med de ulike interessentene. Og at dette skulle vært håndtert annerledes uttrykkes vel bare best av OLF selv: ”Vi skulle gjerne endret det vi”, ”Helt forferdelig” og ”Ja helt klart, ingen fordel” (Leif Harald Halvorsen og Bente Jarandsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

5.4.4 Lokalt næringsliv

Lokalpolitikere og lokalbefolkning er tidligere presentert som noen en av de viktigste lokale interessentene for oljeindustrien, men det var selvsagt flere andre grupper i lokalsamfunnet i nord som var (og vil bli) berørte parter av petroleumsvirksomhet i Barentshavet. En av disse gruppene som man kanskje kan påpeke hadde mindre direkte innflytelse i prosessen, men som i høyeste grad ville bli berørt av utfallet, er interessentgruppen som innbefatter *lokalt næringsliv*.

Det er ikke vanskelig å tenke at en utvidet satsning på petroleumsaktivitet i nord ville kunne gi betydelige ringvirkninger for leverandørindustri og andre næringer med en lokal forankring. I så måte vil det da også være klart at lokalt næringsliv i mange tilfeller ville ha sammenfallende interesser med oljeindustrien, og dermed kunne bli en strategisk alliansepartner. Som nevnt i forrige del ble ”Kontaktforum for olje- og gass” etablert for å drive lobbyvirksomhet i ULB-saken som den gangen var i den innledende fasen, og selv om dette utvalget bli initiert av politikere og næringsliv dannet forumet en arena der oljeindustrien var tilstede med informasjon, ikke minst på selve oppstartsmøtet (Nordlys: ”Kontaktutvalg olje/gass”, 4. desember 2002). Ringvirkninger og synergier av petroleumsindustri i nord ble et argument oljeindustrien kunne presentere for de lokale næringsinteressene, og i februar 2003 arrangerte Oljeindustriens Landsforening en konferanse i Tromsø der næringsliv, politikere og oljeindustrien samlet seg for å utveksle informasjon og synspunkter. Her ble veien videre etter Snøhvit drøftet og noen av argumentene og synspunktene som ble fremført var for eksempel: ”...en positiv utvikling som ikke må stoppe opp som følge av ubesluttsomme politikere”, “Egentlig venter vi på at petroleumsvirksomheten skal få et fotfeste i nord” og “Vi håper og tror at de utredninger som nå gjennomføres, vil bidra til en gjenåpning av petroleumsaktiviteten” (OLF: “Oljeindustrien 2/2003”, februar 2003³⁹). Agendaen på møtet synes dermed å være klar, og fellesinteressene mellom lokalt næringsliv og oljeindustrien kommer godt til syne, noe som igjen forsterker betydningen av det lokale næringsliv som en viktig interessent for oljeindustrien. Argumentene som var sammenfallende med de lokale partenes interesser, og som dermed kunne benyttes til å bygge en sterkere allianse mellom oljeindustrien og denne interessentgruppen, var også gjennomgangstemaer i hele debatten. Først og fremst handler dette om arbeidsplasser og muligheten for lokale bedrifter å fungere som leverandører til petroleumsindustrien. I framføringen av disse argumentene spilte oljeindustrien igjen aktivt på å la en annen part (det lokale næringslivet) framføre dem – etter samme informasjon & samfunnskontakt-modell som ble brukt overfor (ovenfor en rang i et hierarki, overfor er vis a vis) interessentgruppene fiskerinæringen og lokalpolitikere.

³⁹ ”Oljeindustrien” er OLFs eget magasin med nyheter og aktuelle temaer fra industrien, og kommer ut hver måned.

Hensikten med denne strategien som en del av informasjon & samfunnskontakt-arbeidet innrømmer også Leif Harald Halvorsen:

For eksempel så er det ikke noe troverdig når et oljeselskap står og griner for lokale arbeidsplasser, men det er troverdig når leverandørindustrien og når fagbevegelsen står og er bekymret for sine arbeidsplasser (Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

Med det lokale næringsliv som et tredje eksempel ser man relativt tydelig hvordan informasjon & samfunnskontakt-strategien om å la interessenter med sammenfallende interesser framføre argumenter for økt troverdighet, brukes overfor ulike grupper av interessenter (fiskerinæring, lokalpolitikere, lokalt næringsliv) for ulike temaer og argumenter (sameksistens, distriktshensyn, arbeidsplasser).

5.4.5 Mediene som interessent

For oljeindustrien og deres informasjon & samfunnskontakt-arbeid gjennom ULB-debatten var som vi vet håndtering av de ulike interessentene et strategisk viktig arbeid, blant annet ved å formidle ulike budskap til ulike grupper av interessenter, som hittil presenterte fiskerinæringen og lokalpolitikere. Men selv om det også i flere tilfeller eksisterte en direkte dialog mellom oljeindustrien og interessentene, ble budskap og informasjon ofte formidlet gjennom offentligheten, igjen representert ved mediene og redaksjonelle kanaler. I så måte framstår medier og journalister som en gruppe med betydelig innflytelse på debatten samt innvirkning på resultatene av informasjon & samfunnskontakt-verktøyene industrien brukte, og ut i fra dette kan mediene også analyseres som en interessent for oljeindustrien. I teoriene om håndtering av omgivelser og relasjoner finner en også mediene representert som en gruppe å arbeide med (Harrison 1995:8-9; Cottle et al. 2003).

Dersom en vurderer mediene til å være en interessent for oljeindustrien ser en at å ta i bruk verktøy fra informasjon & samfunnskontakt overfor denne gruppen får en del spesielle aspekter. Først og fremst er mediene ofte selve åstedet og arenaen for utøvende informasjon & samfunnskontakt-virksomhet, eksempelvis når en organisasjon framfører sine budskap mot grupper, sender pressemeldinger etc. Når det som da styrer denne informasjonen og debatten, det vil si de redaksjonelle prosessene, i samme øyeblikk blir

en ”målgruppe” for informasjon & samfunnskontakt-strategien skaper dette utvilsomt en spesiell situasjon. I møte med mediene treffer en også en gruppe som har et mandat og et samfunnsansvar som ligger til grunn for journalistikken; å være en kritisk og uavhengig formilder, og i dette vil det opplagt ofte ligge motsetninger til informasjon & samfunnskontakt-virksomhet som gjerne representerer interessene til en enkelt part. Dette forholdet mellom redaksjonell virksomhet og informasjon & samfunnskontakt-virksomhet knyttet til petroleumsnæringen danner også i seg selv et interessant aspekt når en analyserer hvordan oljeindustrien håndterte nettopp mediene som en interessant. Petroleumsvirksomheten i Norge i 2004 stod for 21% av landets totale verdiskapning og 47 % av landets samlede eksport. Det innebærer at sektoren har en omfattende økonomisk og politisk betydning i det norske samfunnet.⁴⁰ Det ikke vært urimelig å anta at næringen og nærliggende temaer er et prioritert stoffområde i norske medier. Men når en ser nærmere på dette forholdet, er situasjonen kanskje ikke helt slik det logiske resonnementet skulle tilsi. I november 2005 intervjuet jeg mangeårig oljejournalist, og nå kommentator, Arnt Even Bøe i Stavanger Aftenblad i deres redaksjonslokaler i Stavanger. I spørsmålet om informasjonsarbeid og mediene i ULB-debatten uttalte han klart og tydelig at journalister og medier som omtaler petroleumsindustrien og emner omkring dette, for det første er en svært liten gruppe, og at både folk og medier generelt har liten kunnskap om oljeindustrien:

det er jo nesten ingen som skriver om olje lenger. ...I Norge er det jo nesten ingen som har greie på olje (Arnt Even Bøe, Stavanger Aftenblad, 09.11.05).

Videre er hans anslag over antall journalister i Norge som er dedikert til oljestoff, og som arbeider i uavhengige medier⁴¹, et tall mellom seks og ti – totalt. Tidligere oljejournalist i Aftenposten, nå korrespondent i Brussel for samme avis, Alf Ole Ask uttrykte den samme oppfatningen ved et Petropol-seminar på Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo; nemlig at det er få journalister som sitter med mye kunnskap om denne næringen og deres virksomhet (Petropol-seminar, IMK, 15. mars 2005). Dette bekrefter han også i en senere uttalelse omkring dette: ”Grovt regnet på landsbasis i dagspresse og i radio og TV – kanskje 8 -10 stykker” (Alf

⁴⁰ Nøkkeltall hentet fra FAKTA, Norsk petroleumsverksemd 2005, utgitt av OED og OD.

⁴¹ Arnt Even Bøe presiserer at dette gjelder journalister som ikke jobber i medier som har en tydelig og interessebasert egen agenda, eksempelvis Petromagasinet (Nopef), Offshore & Energy, samt internblader i de ulike selskapene.

Ole Ask, Aftenposten, i e-post 15. oktober 2006). Videre er det ifølge dem begge i hovedsak Aftenposten og Stavanger Aftenblad av de største mediene som har og har hatt journalister med petroleumsnæringen som spesialfelt. Å skulle kartlegge journalister og redaksjonelle medarbeidere som arbeider med oljestoff, er en vanskelig øvelse, ikke minst fordi journalister dekker mange fagområder, i tillegg er det ikke absolutte grenser mellom hvem som skriver om hva. Dette aspektet påpekes også av økonomijournalist Tor Olav Mørseth i Bergens Tidende som blant annet skriver:

Alle medarbeiderne i økonomiredaksjonen arbeider fra tid til annen med oljestoff, ... [Merk at] ingen av disse kun jobber med olje og energispørsmål, ... [Det] vil utgjøre en mindredel av arbeidet for alle (Tor Olav Mørseth, Bergens Tidende i e-post 13. mars 2006).

Anslag fra journalister i Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Aftenposten går ut på at kun noen få har dette som spesialfelt, og i det totale bildet forsterker dette inntrykket av det er relativt få som arbeider med dette.

I en komparativ framstilling av ovenstående anslag over antall oljejournalister satt opp mot oversikten fra et utvalg oljeselskapers medarbeidere i informasjonsfunksjoner (vist i avsnitt 4.3), vil en umiddelbart se en stor overvekt i sistnevntes favør. Bare i Statoil alene arbeider det eksempelvis flere personer med informasjon og kommunikasjon enn antallet redaksjonelle medarbeidere som er i mange aviser. Det er på sin plass å påpeke at langt i fra alle informasjonsmedarbeidere jobber med informasjon & samfunnskontakt og ekstern kommunikasjon, blant annet er eksempelvis interninformasjon en del av dette arbeidet, noe som også bekreftes av informasjonsdirektør i Statoil, Ola Morten Aanestad (Ola Morten Aanestad, tidl. kommunikasjonsrådgiver OLF, e-post, 24. mars 2006). Forholdet mellom informasjonsmedarbeidere i oljeindustrien og oljejournalister i norske aviser må likevel sies å være i en skjev fordeling. Oppgaven går her ikke inn på noen lengre analyse av strukturelle maktforhold mellom mediene og informasjon & samfunnskontakt-virksomhet, men den komparative framstillingen danner likevel et bilde som sier noe om forholdet mellom dette og gir videre en antagelse om det journalistiske landskapet oljeindustrien jobbet med som interessant.

Når oljeindustrien møtte mediene som interessant, hadde de dermed som vist over et ”overtak” med tanke på ressurser til bruk på strategisk informasjonsarbeid og herunder håndteringen av denne gruppen som interessant.

Lokalavisene med tilhørighet i Barentsregionen er selvsagt også en del av interessentgruppen som mediene representerte, og for oljeindustrien var disse mediene viktige med tanke på deres engasjement i ULB-debatten, noe som blant annet kommer til uttrykk i artikkeloversikten i avsnitt 4.2 og videre i intervjuet jeg gjorde med desksjef Trond Ivar Lunga i Finnmark Dagblad i Hammerfest:

vi er jo nærmeste nabo til Barentshavet, og det er naturlig at vi har bred dekning av det som skjer (Trond Ivar Lunga, Finnmark Dagblad, intervju, 9. oktober 2005).

Ser en på hvilke typer av medier som lå i interessentgruppen av medier som oljeindustrien stod ovenfor, vil en finne at lokalaviser som Finnmarks Dagblad og Finnmarken representere et sett av medier som er vesentlig forskjellig fra riks- og regionsavisene som også er nevnt her. Dette vil opplagt gjelde lokalavisenes størrelse og antall lesere, som gjengitt opplagstall (7 055 for Finnmarken og 9 225 for Finnmark Dagblad) er mye lavere enn eksempelvis Aftenposten og Stavanger Aftenblad (henholdsvis 252 716 og 68 186⁴²). Men forskjellene begrenser seg ikke til opplag og størrelse, man kan også finne en distinksjon mellom avisenes roller og oppgave. En forankring i et lite lokalsamfunn som eksempelvis Finnmark Dagblad har i Hammerfest, gir nødvendigvis en annen forankring enn en riksavis som Aftenposten. Vurderer en hvordan og hvilket omfang petroleumsnæringen og Barentshav-debatten hadde i mediene, viser også grafen over relaterte saker i Finnmarken og Finnmark Dagblad (figur 2.2) at i forhold til opplagstall har disse avisene hatt et relativt mye større antall saker om dette enn riksavisene. Desksjef Trond Ivar Lunga påpekte også i intervju med meg at de har hatt (og har) en høy prioritet av disse sakene. Videre uttalte han følgende om hvilken rolle Finnmark Dagblad bør ha:

Vi har jo i oppgave å spre informasjon til dem som bor her, og vår oppgave er også å ha et kritisk blikk på hva som skjer. ... det er viktig for oss å være balansert i hva vi skriver [...] at vi ikke bare er mikrofonstativ for oljeselskapene (Trond Ivar Lunga, Finnmark Dagblad, intervju, 9. oktober 2005).

⁴² Opplagstall hentet fra Aviskatalogen (MBL 2006)

Når oljeindustrien med sine betydelig ressurser håndterer mediene og journalistene som interessant i det strategiske informasjon & samfunnskontakt-arbeidet er det i et journalistiske perspektiv desto viktigere å være nettopp kritisk og uavhengig. Men til tross for det kritiske og balanserte perspektivet Trond Ivar Lunga i Finnmark Dagblad mener avisen skal ha, så innrømmer han at de bevisst kan være med å spre den optimismen som har fulgt i kjølvannet av petroleumsvirksomhet i nordområdene, og at de har hatt et engasjement i dette:

Mitt mål var å være med å spre positivitet, ... [optimisme] er det også viktig for oss som lokalavis og være med å spre. [...] Det er klart det at Finnmark Dagblad har sikkert vært en pådriver med å få dette igjennom fordi vi tjener jo på at samfunnet utvikles (Trond Ivar Lunga, Finnmark Dagblad, intervju, 9. oktober 2005).

Denne uttalelsen kan være lettere å forklare og forstå når den tilhører en avis med nettopp en sterk lokal forankring, men ville antagelig hatt en helt annen betydning (og konsekvens) dersom den kom fra en desksjef i en større avis som Aftenposten eller Stavanger Aftenblad. Journalist Arnt Even Bør i sistnevnte avis er svært tydelig på den rollen de skal ha i Stavanger Aftenblad, en regionsavis med en høy prioritering av oljesaker generelt, og også ULB-debatten: ”jeg tror ikke vi tenker på at naboen kan miste jobben. [...] jeg tror ikke vi driver en slags forlenget arm for sysselsetting” (Arnt Even Bør, Stavanger Aftenblad, 9. november 2005). Lokalavisenes rolle og engasjement er også noe oljeindustrien var klar over: ”Distriktsmedia generelt i Norge er jo mye mer opptatt av det som skjer i distriktet, industriutvikling skaper virksomhet, skaper arbeidsplasser” (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005). Uttalelsene fra henholdsvis Finnmark Dagblad og Stavanger Aftenblad er med å forsterke oppfatningen av den distinksjonen som måtte være mellom riks- og lokalaviser, og som igjen fikk betydning for hvordan oljeindustrien kunne jobbe ovenfor de ulike mediene som var interessenter for industrien i ULB-debatten. Uansett hvilke medier oljeindustrien i ulike situasjoner måtte møte gjennom debatten, så var det til tider de samme temaene og problemstillingene som ble tatt opp, og Tor Fjæran bekreftet også overfor meg at Statoil hadde en bevisst strategi for hvilke svar som skulle brukes til slike gjennomgangstemaer (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005).

Oljeindustriens strategiske arbeid mot mediene i informasjon & samfunnskontakt-sammenheng bekreftet OLF i intervju, og likeså at mediene var en målgruppe (interessent) i seg selv: ”både som målgruppe og kanal for å nå andre målgrupper er det helt sentralt at du trenger nyheter, at du sender budskaper” (Odd Raustein, OLF, intervju, 18. oktober 2005). Selv om oljeindustrien hadde en erkjennelse om mediens betydning i ULB-debatten innså man likevel at beslutningen om å få tilgang til nye arealer ikke skulle avgjøres der, men at det ville ha en hensikt å bruke jobbe strategisk mot mediene:

Du vinner ikke det slaget [om å åpne nye områder] i media for å si det enkelt. Men media er jo et viktig kanaler som også er med å påvirke beslutninger og der OLF på en måte kan påvirke sentrale personers oppfatning av sakene og sakskompleksene. Så vi er også opptatt av å bruke media bevisst (Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

Finnmark Dagblad, som en av selve interessentene (mediene) oljeindustrien jobbet mot kunne også bekrefte at oljeindustrien tok flere initiativ for kontakt og dialog med dem. I et utvidet informasjon & samfunnskontakt-perspektiv kunne denne dialogen og forholdet også her, på samme måte som presentert tidligere gjaldt for fiskerne, oppleves som en gjensidig nyttefunksjon for både organisasjon og interessent: ”men det er et generelt godt forhold. Vi føler at vi kanskje at begge partene er avhengig av hverandre, jeg tror nok det er en tankegang (Trond Ivar Lunga, Finnmark Dagblad, intervju, 9. oktober 2005).

Vi ser altså her at mediene som en interessent for oljeindustrien ville ha en viktig rolle i formidling av budskap og informasjon gjennom ULB-debatten og dermed ha betydning for utførelsen og resultatet av informasjon & samfunnskontakt-arbeidet. Oljeindustrien forsøkte derfor å ha en bevisst håndtering av mediene, som i noen tilfeller kunne bli et gjensidighetsforhold.

5.4.6 Rikspolitikere

Oljeindustrien brukte informasjon & samfunnskontakt som et verktøy i kampen for deres sak og herunder lå håndteringen av ulike interessenter innenfor ulike felt. Likevel er det klart at gjennom hele ULB-prosessen lå det et overordnet mål for dette arbeidet; den politiske beslutningen som endelig skulle fatte et vedtak (Olje- og energidepartementet, pressekonferanse, 15. desember 2003). Som analysen av

oljeindustriens arbeid med de ulike interessentene viser, var arbeidet med disse gruppene basert på det man kan kalle en grunnleggende tanke for informasjon & samfunnskontakt-virksomhet; nemlig at innflytelse og påvirkning ikke bare skjer i direkte kanaler og kommunikasjon med beslutningstakere (regjering og sentrale myndigheter), men også i møte med ens omgivelser. Likevel skulle det hele ende med en avgjørelse tatt av én bestemt gruppe, nemlig rikspolitikere i regjeringen (Bondevik II som hadde initiert hele ULB-debatten) og Stortinget, og disse vil derfor naturligvis være en gruppe som hadde svært stor innflytelse på om oljeindustrien ville nå sine mål eller ikke, og igjen være en viktig interessent for industrien.

Når en skal analysere hvordan oljeindustrien jobbet mot rikspolitikere som interessent i ULB-debatten, er det verdt å påpeke at arbeidet mot denne gruppen allerede hadde sitt grunnlag i den foregående Snøhvit-debatten. Der hadde man over lang tid jobbet med tillatelser for utbygging og drift, og ikke minst hadde det vært gjentakende dialog mellom oljeselskapene og Finansdepartementet om rammevilkår for prosjektet. Oljeindustrien hadde delvis lyktes med denne dialogen i form av en ”skatterabatt” på 500 mill. kroner som ble gitt sommeren 2001, men til tross for dette truet den mektige gruppen av involverte oljeselskaper⁴³ på et tidspunkt med å stoppe hele prosjektet inntil rammevilkårene var ”tilstrekkelig avklart” (Dagens Næringsliv: “Hardt Snøhvit-press på regjeringen”, 24. juli 2001). Med alle lisenser og skatterabatten som ble gitt av rikspolitikere til oljeindustrien ved Snøhvit-prosjektet kan man dermed hevde at en vellykket prosjekt for industrien lå i bunn når ULB-arbeidet for alvor startet. På spørsmål om interessentarbeidet i ULB-prosessen svarte også OLF at kontakt med rikspolitikere på Stortinget var en del av dette:

Helt i slutfasen, så var vi innom, ja selvfølgelig, departement, direktorat, SFT, MD [Miljøverndepartementet], og også helt i slutfasen var det det politiske miljøet. Og da hadde vi møter med enkelte politiske representanter i energi- og miljøkomiteen (Odd Raustein, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

Det er interessant å legge merke til at OLF her trekker inn et tidsaspekt, hvor det kommer fram at interessentarbeidet som foregikk mot det politiske nivået på riksplan

⁴³ Rettighetsinnehavere til Snøhvit-feltet er: Statoil ASA (operatør), Petoro AS, Total E&P Norge AS, Gaz de France Norge AS, Amerada Hess Norge AS, RWE Dea Norge AS (Statoil: ”Snøhvit – et sant eventyr”, publikasjon, mai 2005)

foregikk mot slutten av debatten, det vil si opp mot den faktiske politiske beslutningen. Dette er også helt i tråd med uttalelsen fra en annen representant fra oljeindustrien, Tor Fjæran i Statoil, som under intervjuet om det samme temaet forklarte følgende: ”Men hovedinnsatsen var stort sett før jul. Og vi jobbet da direkte mot Stortinget, hovedsakelig mot komiteen; Energi og miljøkomiteen, og i størst mulig grad mot de partiene som satt i regjering på det tidspunktet” (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005). I en vurdering av informasjon & samfunnskontakt ovenfor nettopp rikspolitikere vil to slike uttalelser kunne fortelle at oljeindustrien hadde en bevisst strategi om *når* fokuset på denne interessentgruppen skulle iverksettes, og videre at siden det var denne gruppen som skulle ta den faktiske avgjørelsen var *nærhet* i tid mellom dialog og beslutning et viktig moment i strategien. Når det her nevnes grupperinger av personer, som eksempelvis departement og komiteer representerer, bør det legges til at dialogen også foregikk på plan med enkeltpersoner. Odd Raustein i OLF forklarer nettopp dette; at kontakt med rikspolitikere som interessant ikke nødvendigvis måtte være i flertall, men at likefullt: ”så var det også helt bevisst, slik én-til-én-kommunikasjon at du da diskuterer med folk; politikere, lokalt, regionalt, sentralt” (Odd Raustein, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

Rikspolitikere definert som en interessent for oljeindustrien består nødvendigvis av et stort antall personer, blant annet medlemmer av nevnte grupper, komiteer etc. Likevel, gjennom hele ULB-prosessen var det én politiker som kanskje mer enn noen andre hadde et ansvar og engasjement i saken, og dette var selvsagt daværende statsråd og olje- og energiminister Einar Steensnæs (KrF). Fra et ståsted i det man kan kalle et sentrum for begivenhetene fulgte han saken helt fra Sem-erklæringen i 2001, som lå til grunn for Bondevik II-regjeringen og hvor det politiske initiativet om en utredning av Lofoten og Barentshavet ble slått fast, til å lede beslutningen om gjenåpning i desember 2003 og til videre oppfølging fram mot regjeringsskiftet høsten 2005. Sett i lys av dette kan man derfor også hevde at den tidligere statsråden naturlig nok må ha vært en nøkkelperson i interessentgruppen som i dette tilfellet er definert som rikspolitikere.

Om temaene omkring oljeindustriens engasjement i ULB-prosessen bekrefter Einar Steensnæs til meg at industrien jobbet på ulike måter ovenfor dem som politikere:

Dialogen skjedde først og fremst gjennom møter med politisk ledelse i finans- og oljedepartementet men også gjennom foredrag og innlegg på ulike konferanser og artikkelskriving. I tillegg lobby mot Stortinget (Einar Steensnæs, tidl. olje- og energiminister (KrF), e-post, 25. april 2006).

På spørsmål om initiativene og ønskene fra industrien om kontakt presiserer han videre at: ”Ja. Dette var oljeselskapene svært opptatt av” (Einar Steensnæs, tidl. olje- og energiminister (KrF), e-post, 25. april 2006).

Man kan hevde at informasjon & samfunnskontakt-arbeidet som oljeindustrien stod for mot andre interessenter, som eksempelvis fiskerne og lokalpolitikere, også indirekte hadde en tilsiktet hensikt å virke på riskpolitikerne og besluttende myndigheter. Dette ser man blant annet når fiskerne i sin høringsuttalelse til departementet gir aksept til oljeindustriens sameksistensargument, eller når lokalpolitikere snakker med sine kollegaer på riksplan. I så måte er det grunn til å tro at utvalgte budskap som ble brukt spesielt overfor de ulike interessentene også fikk gjenklang i korridorene på Stortinget og i Regjeringskvartalet. I bredden og mangfoldet av argumenter og budskap oljeindustrien brukte gjennom informasjon & samfunnskontakt-virksomheten ser man likevel at noen budskap ble spesielt rettet mot rikspolitikere som interessent, og dette dreide seg om de store linjene og fremtiden for norsk petroleumsindustri og norsk sokkel. Et ønske om å løfte ULB-debatten opp på et høyere nivå, med dens budskap og argumenter, beskrev også Tor Fjæran i Statoil under intervju med meg: ”Så fra Statoil sin side så var det mer på en måte å løfte det opp på et litt større politisk nivå. Vi lagde jo vår industriskisse for hva vi tror dette område kan bety for fremtiden, norsk sokkel sett i sammenheng” (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005).

Som nevnt i innledningen er det for petroleumsindustrien av betydning å jobbe langsiktig med tanke på tidsaspektet fra oljeressurser er påvist til de kan produseres, noe som igjen gjør at i et fremtidsperspektiv er svært viktig å ha fokus på leteaktivitet og funnrate. Oljeindustrien har heller ikke få ganger uttrykt sin bekymring for dette, noe man eksempelvis kan lese i en 40-siders samfunnsrapport utgitt av OLF:

”Oljeproduksjonen [...] er nå fallende. Det er nødvendig å sette i gang tiltak som stimulerer til økt aktivitet” (OLF: ”Verdier må skapes før de deles”. Samfunnsrapport

2004). Den samme bekymringen uttrykkes også i artikkelen ”Man høster som man sår” (Oljedirektoratet: ”Sokkelspeilet 2/2003”, 2003:9-11). Som vi skal se ble argumentasjon omkring det å opprettholde aktiviteten på norsk sokkel også tatt i bruk i ULB-debatten, men dette var ikke en ny problemstilling verken for oljeindustrien eller politikerne. I Stortingsmelding 38 (2001-2002) ble det skissert to scenarier for den norske petroleumsvirksomheten, der den ene handlet om å utvinne de allerede kjente ressursene, mens den andre dreide seg om å sette i gang nye tiltak for å øke letingen og på sikt utvinningen (St. meld. 38 (2001-2002). Om olje- og gassvirksomheten). Ikke uventet sluttet industrien seg til det sistnevnte scenarioet, og et budskap ble fra da av sentralt; norsk petroleumsnæring stod nå ovenfor et valg - et *veiskille* (Ihlen & Nitz 2006:10; Kon-Kraft: Aktivitetsprosjektet, 2003).

Veiskille-argumentet ble på denne bakgrunnen og som et allerede etablert begrep for oljeindustrien, også tatt i bruk i ULB-debatten. I OLFs Spørsmål og svar-dokument beskrives dette som et av hovedargumentene for en gjenåpning av Barentshavet:

Interessen for norsk sokkel synker [...] Det betyr at både ressurser og viktig kompetanse forsvinner. Dette er tidskritisk, og en gjenåpning av nordområdene vil kunne snu denne trenden. noe som kan gjøre at olje- og gassindustrien videreutvikles og forblir en sentral aktør for verdiskaping og sysselsetting i Norge i mange tiår fremover (OLF: ”Spørsmål og svar – ULB”, 2003)

Av alle argumentene og budskapene som oljeindustrien framførte gjennom informasjon & samfunnskontakt-arbeidet i ULB-debatten, ser en at veiskille-argumentet er spesielt knyttet opp til behovet det tidskritiske og dermed behovet for en hurtig avgjørelse. Likeså ser en at i håndteringen av interessentgruppen som bestod av politikere på riksplan med besluttende myndighet, kunne budskapet framføres med en direkte henstilling til den faktiske beslutningen som engang fram i tid måtte taes av disse:

I tillegg var vi opptatt av å få frem næringens behov for ny aktivitet i disse områdene, ikke minst da knyttet til den langsiktigheten vi har i vår virksomhet som på en måte er et argument for å ta beslutningen der og da og ikke vente (Leif Harald Halvorsen, OLF, intervju, 18. oktober 2005).

Bruken av veiskille-argumentet ovenfor en bestemt interessentgruppe, som rikspolitikere, danner videre et annet interessant aspekt med tanke på metaforen som nettopp begrepet *veiskille* er. For det å skulle gjøre dette valget – å velge mellom to

forksjellige veier – vil (ifølge oljeindustrien) bety at valgets utfall vil få vidt forskjellige konsekvenser. Og siden det er politikerne i de besluttende stillingene som til sist må ta dette valget ser en dermed at å rette budskapet om et veiskille mot denne gruppen som interessent, legger man et indirekte press gruppen gjennom en ansvarliggjøring for valgets konsekvenser. Dette kan igjen ytterligere forsterke betydningen av å ta ”det rette” valget.

Å bruke en slags ”være eller ikke-være”-argumentasjon, som man kan hevde veiskille-argumentet var, overfor politikerne som interessent, ble antakelig også en del av oljeindustriens informasjon & samfunnskontakt-strategi over denne gruppen grunnet dens eget fundament; Sem-erklæringen. Flertallsregjeringen der Einar Steensnæs ledet olje- og energidepartementet var nemlig bygget på en politisk plattform som igjen hadde en direkte uttrykt visjon for petroleumssektoren:

Samarbeidsregjeringen mener det er viktig å sikre at petroleumssektoren blir en vesentlig bidragsyter til finansieringen av velferdssamfunnet og til industriell utvikling i hele landet også i fremtiden. [...] og at norske selskaper kan styrke sin konkurranseposisjon både på norsk sokkel og internasjonalt (Regjeringen Bondevik II: ”Sem-erklæringen” (2001) i St.meld. nr.38 (2003-2004)).

Med et slikt politisk ansvar til grunn for regjeringen og dens politikere ser en at når oljeindustrien skulle jobbe overfor denne gruppen som en interessent, hadde de på mange måter allerede en støtte og sammenfallende meninger i grunnlaget for det politiske prosjektet regjeringen Bondevik II var. Siste setningen i sitatet fra Sem-erklæringen stadfester også et annet felt som både var og viktig for oljeindustrien og norsk politikk: det internasjonale perspektivet. Vel to og et halvt år etter vedtaket i 2003 om gjenåpning av Barentshavet er dette perspektivet også kanskje viktigere enn noen gang, grunnet en sterk økning i petroleumsaktivitetene på russisk sokkel i nordområdene. Dette berører for det første norske oljeselskapers muligheter i et internasjonalt marked der Statoil og Norsk Hydro er to av fem mulige samarbeidspartnere i det omfattende Shtokman-feltet⁴⁴, men like viktig er de politiske forhandlingene som har foregått mellom Norge og Russland omkring den omstridte

⁴⁴ I tillegg til de norske selskapene er Conoco Phillips, Chevron og Total med i vurderingen til det russiske selskapet Gazprom. En avgjørelse er ventet i løpet av mai 2006 (Dagens Næringsliv: ”Forventer Shtokman-avgjørelse i mai”, 11. mai 2006)

delelinjen i Barentshavet (Stavanger Aftenblad: "Delelinjen i Barentshavet fortsatt et problem", 29. mars 2006). Det langsiktige perspektivet på den helhetlige utviklingen i nordområdene, også på russisk side, var også et aktuelt tema under ULB-debatten, og det synes opplagt at det ville være tilstede en politisk vilje for å i størst mulig grad kunne påvirke og følge denne utviklingen. Når oljeindustrien derfor gikk i dialog med de styrende myndigheter kunne man gjøre det med en visshet om at det fantes en politisk interesse for nordområdene, og ifølge OLF handlet et av hovedbudskapene til industrien om nettopp dette: "Olje- og gassaktiviteten på russisk side av Barentshavet er i gang. Dersom norsk side gjenåpnes vil Norge i mye sterkere grad være med å forme hvordan olje- og gassaktiviteten i hele regionen blir seende ut" (OLF: "Spørsmål og svar – ULB", 2003).

Som tidligere uttrykt av både Statoil og OLF ble informasjon & samfunnskontaktarbeidet rettet mot rikspolitikere intensivert mot sluttfasen av debatten og beslutningen lå nær framme i tid, og vel én måned før vedtaket 15. desember 2003 kom oljeindustrien på banen med et annet budskap politikere neppe kunne unngå å få med seg; estimater over antatte petroleumsressurser i de aktuelle områdene. Statoils letesjef i Lofotenområdet, Ørjan Birkeland, gikk ut med antakelsene om at enorme ressurser skulle ligge i dette området, og anslaget over verdien på dette ble beskrevet å være det ikke helt ubetydelige beløpet 700 milliarder kroner, eller like mye som verdien av oljefondet den gangen. Anslaget over ressursene og verdien av disse ble også gjengitt i mediene, blant annet i NRK ("Gigantiske oljefelt utenfor Lofoten", 21. november 2003) og Bergens Tidende ("Regjering i oljepine", 29. november 2003). Antakelsen om at oljeindustrien bevisst brukte dette budskapet ovenfor en viktig interessent; politikere, blant annet med tanke på den betydningsfulle tidsfasen man her var i like før avgjørelsen skulle komme, ble også uttrykt av Rasmus Hanson i Verdens Naturfond: "dette er et nøye planlagt utspill, for å presse regjeringen til å gå inn for utbygging" (Rasmus Hanson, generalsekretær, Verdens Naturfond, i NRK: "Venter gigantfunn i Lofoten", 21. november 2003). I alle tilfeller kan en nok hevde at summen av alle budskap og kommunikasjon oljeindustrien rettet mot politikere gjennom ULB-debatten, og spesielt med tanke på det konstruerte valgscenarioet gjennom det nevnte veiskille-argumentet, antakeligvis må ha skapt et betydelig press på denne interessentgruppen. Dette ble også påpekt av NRKs oljemedarbeider Harald Bøe som uttrykte at han aldri hadde opplevd et så sterkt ønske fra oljenæringen om å komme i gang med leteboring, og slo videre fast

at: "Olje- og energiministeren er under et enormt press" (NRK Nordland: "Regjeringen under krysspress", 22. november 2003).

Arbeidet med rikspolitikerne som interessant foregikk imidlertid også på andre måter enn de nevnte møtene med komiteer og enkeltpersoner og utspill i mediene. Tidlig i 2002 etablerte OLF en *ungdomsgruppe* av 13 unge representanter fra oljeindustrien⁴⁵ som gikk sammen under navnet "OXyGen" (OLF: "OXyGen"). Ifølge OLF skulle dette være et bindeledd mellom oljeindustri, yngre generasjoner og studiemiljøer, og for sistnevnte gruppe var hensikten blant annet å formidle mulighetene i oljeindustrien til fremtidige arbeidstakere (Dagens Næringsliv: "...men ansatte synes det er "kult", 12. januar 2004). Gruppen hadde imidlertid også et ønske om å være synlig ovenfor rikspolitikerne som skulle ta beslutningen i ULB-saken, og kun én uke før avgjørelsen skulle taes av regjeringen kunne man lese at OXyGen-gruppen var en ungdomslobby som jobbet for å tillate boring i Lofoten og Barentshavet. I et brev fra ungdomsgruppen til regjeringen og ledelsen i de politiske partiet var budskapet også tindrende klart:

vi unge i olje- og gassindustrien har valgt en fremtid i en industri med store muligheter - men da må myndighetene våge å satse på oss. Potensialet er femti nye år med olje og hundre med gass. [...] men det fordrer handling nå (Bergen Tidende: "Unge tripper etter å få bore i nord", 9. desember 2003).

Det samme budskapet ble også framført av en av gruppens medlemmer, Pernille Hammernes fra RWE Dea Norge AS, i et debattinnlegg i Aftenposten der det tydelig kom fram at adressaten var sentrale politikere og myndigheter: "[OXyGen] vil utfordre myndighetene til å vise at de satser på videreutvikling og fremtid på norsk sokkel (Aftenposten: "Sats på olje- og gassindustrien", 8. desember 2003)

Alt i alt ser en at sentrale politikere i regjeringen og på Stortinget var en viktig interessant for oljeindustrien gjennom ULB-debatten, og informasjon & samfunnskontakt-arbeidet som var rettet mot disse ble tydelig intensivert høsten 2003 da beslutningen var nært forestående. Det avgjørende spørsmålet blir da om, og eventuelt i hvilken grad, oljeindustrien lykkes med interessenthåndteringen av rikspolitikerne. Beslutningen som kom 15. desember kan på sin side fortelle noe om

⁴⁵ OXyGen-gruppen bestod av representanter fra oljeselskapene på norsk sokkel, i tillegg til representanter fra OLF og Oljedirektoratet.

resultatet av hele debatten og det totale informasjon & samfunnskontakt-arbeidet, men man kan også forsøke å vurdere utfallet av arbeidet med akkurat denne interessentgruppen. Som tidligere nevnt var daværende olje- og energiminister Einar Steensnæs svært sentral i ULB-debatten og opplagt en viktig interessent for oljeindustrien, og mye tyder også på at industriens budskap nådde fram til ham og regjeringen den gangen. For som et svar på hva han oppfatter var de viktigste argumentene for petroleumsaktivitet i nord (uavhengig av funnene i denne oppgaven), skriver han til meg at han mener dette var: "Norsk sokkel er blitt mindre interessant og taper i konkurranse med andre oljeprovins i øvrige deler av verden. Viktig å opprettholde et jevnt høyt nivå. Derfor trengs det stimulerings tiltak" (Einar Steensnæs, tidl. olje- og energiminister (KrF), e-post, 25. april 2006).

Denne uttalelsen, sett sammen med det endelige vedtaket om en gjenåpning av Barentshavet, kan derfor tyde på at oljeindustrien gjorde en vellykket håndtering av rikspolitikere som interessent.

5.4.7 Betragtninger om analyse og teori

Avslutningsvis til denne delen kan en hevde at analysen viser at oljeindustrien arbeidet på ulike måter overfor grupper som kan defineres som interessenter. I analysen trekkes også teoriperspektivet på interessenthåndtering inn, og man kan på den måte få et inntrykk hvordan teoriene kommer til uttrykk i en konkret case som ULB-debatten. I denne sammenstillingen ser en også at kritikken mot teoriene kan forsterkes, eksempelvis den kritikken som rettes mot de normative teoriens fokus på gjensidighet og symmetri. Dette kommer blant annet til uttrykk i konflikten som handler om det skal tillates oljeleting i et spesifikt område eller ikke, og der en avgjørelse blir vinn eller tap situasjon mellom dem som er for eller imot. Noen vil også kanskje hevde at i slike situasjoner finnes det ingen vinn-vinn-soner, men er enten-eller. Til denne kritikken vil likevel et forsvar for symmetrimodellen være at den nettopp er et ideal å strebe etter, men at det i praksis ikke alltid vil være slik at denne utelukkende kan brukes (Ihlen & Robstad 2004:63). En slik kritikk mot teorier som presenterer modeller for mer etisk og vellykket informasjon & samfunnskontakt, er i det hele tatt noe Grunig et al. synes å være vant med, og problemstillingene taes opp eksempelvis under overskriftene "Do the

models exist in the real world?” (Grunig & Grunig 1992:290-297 og ”Is the symmetrical modell too idealistic?” (Grunig, Grunig & Dozier 2002:317-323). Videre er gjensidighetsbegrepet er sentralt i de normative interessenteoriene som er presentert, og et kritisk argument til dette vil være å stille spørsmål ved hvordan utvelgelsen av interessenter og relasjoner foregår med tanke på dette. Hvis det å oppnå gjensidig nytte er vesentlig, utelukkes dermed alle de grupper som ikke kan ”bidra” med noe tilbake, men som likefullt kan være berørte interessenter (Ihlen & Robstad 2004:14). Et eksempel på akkurat denne problemstillingen uttrykkes også som nevnt i intervjuet med Tor Fjæran i Statoil, der det kommer fram at man i prioriteringen av interessenter: ”brukte tid på stakeholdere der vi kunne ha en reell dialog og forståelse for vår posisjon” (Tor Fjæran, miljødirektør Statoil, intervju, 19. oktober 2005). Likevel vil teoriene i mange tilfeller være gjeldende også i en utøvende kontekst som dette, blant annet i kartlegging og av definisjon av ens interessenter, men også i tilfeller der begrepene symmetri og gjensidighet for noen interessentgrupper er relevant og vesentlig i forholdet til oljeindustrien.

6 Avslutning

I denne oppgaven har jeg analysert hvordan oljeindustrien håndterte ulike interessenter som en del av informasjon & samfunnskontakt-arbeidet i debatten om petroleumsvirksomhet i Barentshavet som pågikk fram mot slutten av 2003 - også kalt ULB-debatten. Analysen av dette har jeg foretatt på grunnlag av intervjuer, analyse av dokumenter og gjennomgang av medietekster.

Analysen viser at arbeidet med interessenter var et prioritert arbeidsfelt for oljeindustrien, og både Statoil og OLF bekrefter selv at interessenthåndtering er noe man hadde fokus på både før og under debatten. Begge organisasjonene gjorde også eksempelvis vurderinger og analyser av hvem de ulike interessentene i debatten om nordområdene kunne være.

Analysen av oljeindustriens informasjon & samfunnskontakt-arbeid med vektlegging av interessenthåndtering, viser her noe av det arbeidet som ble lagt ned gjennom ULB-debatten. Imidlertid er det slik at oljeindustriens interessenter ikke er begrenset til å gjelde dem som er presentert her, men vil, etter slik man kjenner definisjonene, gjelde et bredt spekter av dem som blir og vil bli berørt av petroleumsaktivitet i nordområdene. Oppgavens begrensning gjør imidlertid en avgrensing nødvendig, noe som også er gjeldene for analysen av hvordan arbeidet med interessentene foregikk. Analysen tar likevel for seg vesentlige deler av oljeindustriens interessenthåndtering for noen av interessentgruppene, og dette mener jeg igjen gir et grunnlag for å påpeke noen av hovedtrekkene ved interessenthåndteringen.

Først og fremst bør interessentgruppen som fiskerne representerer trekkes fram som en strategisk viktig gruppe for oljeindustrien, og som igjen ble en sentral del i arbeidet med interessentene. Årsaken til dette ligger i den avgjørende betydningen det var for oljeindustrien å få fiskerne med på laget, for allerede tidlig i debatten ble det reist problemstillinger knyttet til om en eventuell petroleumsvirksomhet i nordområdene kunne true fiskeribestanden og næringer knyttet til dette. Med det gjennomgående nullutslipp-begrepet (som i ordets rette forstand ikke betydde null utslipp, men begrenset utslipp), lå dette til grunn som både et krav fra myndigheter og fiskerne, samt et løfte fra oljeindustrien. Resultatet av løftet oljeindustrien gav, og derav

interessenthåndteringen av fiskerne, var et konsensus mellom disse to næringene som gikk ut på at både petroleumsaktivitet og fiske var mulig, altså en *sameksistens*. Fiskerne tok denne uttalelsen også med seg i høringsuttalelsen til ULB som ble sendt olje- og energidepartementet, og på bakgrunn av dette hadde dermed oljeindustrien klart å skaffe seg en svært viktig alliansepartner før den politiske beslutningen skulle vedtas. Oljeindustriens møte med fiskerne er også et eksempel på teoriens beskrivelse av en symmetrimodell for informasjon & samfunnskontakt. Basert på gjensidig nytte kunne oljeindustrien som et mottilbud for sameksistens-uttalelsen tilby økt beredskap og bedre sikkerhet for fiskerne dersom petroleumsvirksomhet i Barentshavet kunne starte.

Fiskerne representerte en interessentgruppe som hentet sine ressurser fra havet, og som nevnt mulig kunne trues av petroleumsvirksomheten. Men oljeindustrien arbeidet også med interessenter som antakeligvis ville oppleve lite eller ingen negative følger av deres virksomhet, og dette gjaldt interessenter med lokal tilknytning til nordområdene. Lokale politikere, befolkning og næringsliv ville heller tvert imot kunne oppleve at en økt satsning på og aktiviteter ved petroleumsvirksomhet i deres nærområder (for dem) kunne bety utvikling, optimisme og bedre økonomi. I så måte ser en at oljeindustriens håndtering av disse interessentene ikke inneholdt den samme graden av å få dem til å endre standpunkt, men at man heller her ønsker å forsterke allerede eksisterende positive holdninger som måtte finnes. Analysen viser at interessenthåndteringen av lokalpolitikere også hadde en annen funksjon; nemlig å skape gehør hos de sentrale politikere som endelig skulle fatte vedtaket. Lokalpolitikere var en gruppe som på sin side flere interesser av en petroleumssatsning i nord, ikke minst med tanke på det nevnte økonomiske aspektet. Man ser også at det her foregikk en vekselvirkning mellom oljeindustri og denne interessentgruppen der man gjensidig støttet hverandre, og der oljeindustrien hadde en klar oppfatning av at gruppen ville bli hørt på av sine kollegaer i regjeringen og Stortinget.

Et siste perspektiv som bør trekkes fram i konklusjonen av oljeindustriens interessenthåndtering, er å påpeke en interessentgruppe som var tydelig tilstede i debatten, men som ble viet lite interesse av oljeindustrien; miljøvernerne. Som motstandere av petroleumsvirksomhet deltok de aktivt, både gjennom debattinnlegg og demonstrasjoner, og ikke minst spilte denne gruppen aktivt på problemstillingene knyttet til mulige og potensielle trusler på fiskebestanden. Likevel forklarte

oljeindustrien i direkte ordelag, både OLF og Statoil, at det var liten hensikt for dem å bruke krefter på denne gruppen. Miljøvernerne hadde ifølge oljeindustrien sin egen agenda man ikke kunne snu og at arbeidet med dem ville være nytteløst. På bakgrunn av dette kan man derfor slå fast at det normative idealet om symmetri og gjensidig nytte, slik man kjenner det fra teoriene, hadde liten verdi når oljeindustrien ikke kunne få noe i retur fra denne interessentgruppen.

6.1 Konklusjon

En kan dermed slå fast at i svaret på problemstillingen for oppgaven om hvordan oljeindustrien arbeidet med sine interessenter, ser en at dette arbeidet foregikk overfor flere interessentgrupper, på ulike måter og med ulike hensikter. Dette leder igjen videre til problemstillingens neste del der spørsmålet er *hvordan* de lyktes med dette i strategien om å få tilgang til Barentshavet og nordområdene. Siden enden på ULB-saken var en politisk beslutning av omfattende karakter på regjeringsnivå, blir det opplagt vanskelig å gi et entydig svar på hvor vellykket oljeindustriens interessenthåndtering var og hvilken direkte konsekvenser dette hadde på beslutningen. Imidlertid vil jeg hevde at oljeindustriens arbeid med å få fiskerne med på laget, og videre uttalelsen om sameksistens, var av stor betydning. Lettest kan man vurdere dette hvis man tenker omvendt, altså en situasjon der fiskerne sa at sameksistens var umulig og at dette budskapet ble formidlet til departement og regjering. I et slikt tilfelle ville nok oljeindustrien fått en betydelig vanskeligere oppgave å overbevise om at deres virksomhet ikke ville få noen negative følger for fiskerinæringen.

I dag kjenner man utfallet av ULB-debatten som ble offentliggjort på pressekonferansen 15. desember 2003, der regjeringen ga tillatelse til å gjenåpne Barentshavet for oljeboring, mens områdene utenfor Lofoten ble holdt stengt inntil videre. Selv om oljeindustrien nok skulle sett at tillatelse ble gitt for alle områdene som beskrives i utredningen, er det likevel riktig å påpeke at på bakgrunn av anslagene over petroleumsressurser i Barentshavet fikk oljeindustrien i desember 2003 tilgang til et hav av muligheter, bokstavelig talt. ULB-debatten ble dermed en foreløpig seier og et riktig steg for oljeindustrien.

6.2 Andre tilnæringsmåter

Når oppgaven nå er gjennomført vil det alltid være mulig å finne andre tilnæringsmåter til saken og problemstillingene. For gjennomføring av oppgaven vil dette i mange tilfeller dreie seg om prioritering av ressurser, og man kan for eksempel tenke seg at i en utvidelse av kildemateriale kunne det vært gjennomført flere samtaleintervjuer. Selv om OLF og Statoil representerer store og viktige organisasjoner, kunne man vurdert om flere personer herfra skulle vært intervjuet, eller om personer fra andre selskaper kunne bidratt som informanter. Det samme kan sies om det skriftlige kildematerialet, der en alternativ tilnæringsmåte ville vært å dreid fokus mer inn på lokale og mindre medier, framfor aviser på riks- og regionnivå. Betragtninger om utvidelse av kildemateriale og mer omfattende analyse blir i alle tilfeller som nevnt et prioriteringsspørsmål, men det er likevel på sin plass å gjøre vurderinger av dette.

Man kan også se for seg at oppgavens problemstillinger kunne blitt forsøkt besvart med et annet fokus og ståsted. Eksempelvis kunne en tilnæringsmåte vært å i større grad fokusere på interessentene i seg selv, det vil si hvordan de ulike gruppene erfarte pågangen fra og relasjonen med oljeindustrien i fra deres ståsted. Man kunne på den måten muligens fått et annet perspektiv på interessenthåndtering, og gjerne flere interessant betraktninger omkring dette. Når likevel oljeindustrien er i fokus for denne oppgaven er det med et ønske om å vurdere arbeidet fra industrien som utøver av informasjon & samfunnskontakt og interessenthåndtering.

Med ULB-saken og oljeindustriens kamp for tilgang til nye letearealer som case kunne man også valg en vinkling som er vesentlig forskjellig fra denne oppgaven, eksempelvis ved å se på debatten i et retorisk perspektiv. Det finnes en mengde budskap og argumenter som går igjen i debatten, både fra oljeindustrien og eksempelvis miljøvernerne, og gjennom retorisk analyse av tekster kunne man belyst saken ut i fra hvordan nettopp retorikk kan være en del av organisasjoners informasjon & samfunnskontakt-arbeid. Et slikt tilnærming finner man blant annet i Øyvind Ihlens doktoravhandling om retorikk i informasjon & samfunnskontakt-strategier (Ihlen 2004).

6.3 Veien videre

ULB-debatten endte riktignok ved slutten av 2003, og punktum for en lengre debatt var dermed satt. Ser en på oljeindustrien som debatt deltaker og deres kamp for egne interesser, vet en imidlertid at dette ikke var noe som stoppet opp med debatten i 2003. Når disse linjer skrives våren 2006 er oljeindustrien og petroleumsvirksomhet et mer aktuelt tema enn kanskje noen gang, både på nasjonalt og globalt nivå. For den nasjonale debatten er av betydning den helhetlige forvaltningsplanen for nordområdene, som tidligere nevnt ble lagt fram av Regjeringen Stoltenberg II i mars dette året (St.meld. nr. 8 (2005-2006)), og hovedkonklusjonene der var i stor grad basert på ULB-debattens vedtak; petroleumsvirksomhet i Barentshavet, vernesoner langs kysten og fortsatt stengt i sårbare områder utenfor Lofoten. Dette har på sin måte holdt liv i debatten om petroleumsvirksomheten, og man kan også anta at oljeindustrien var engasjert i saken fram mot Stortingsmeldingens utgivelse. I et globalt perspektiv har en rekordhøy oljepris (over 70 USD pr. fat flere ganger i mai 2006), samt uroligheter omkring Iran og oljeleveranser fra Midtøsten gjort at oljeindustrien og deres virksomhet gjentakende ganger har vært å finne i mediene.

Norsk oljeindustri står imidlertid i dag foran spesielt ett stort prosjekt med et langt tidsperspektiv, som også har en sterk tilknytning til ULB-debatten grunnet den geografiske nærheten: den fremtidige utbyggingen og driften av det omfattende Shtokman-feltet i Russland. Kampen om å få være med i det russiske gasseventyret er også i gang for lengst, og i tiden som kommer vil dette kreve en stor innsats fra oljeindustrien, ikke minst gjennom informasjon & samfunnskontakt-arbeid og interessenthåndtering.

7 Referanseliste

- Allern, Sigurd (1997). *Når kildene byr opp til dans*. Oslo: Pax Forlag.
- Coombs, W. Timothy (1999): *Ongoing Crisis Communication*. Sage Publications, Inc., Thousands Oaks.
- Cottle, Simon (Red.) (2003). *News, Public Relations and Power*. London: Sage Publications.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, & Glen M. Broom (1999). *Effective Public Relations*. (8. utgave). Upple Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Fog, Jette (1987). *Interviewet som forskningsmetode*. Psykologisk Skriftserie, Aarhus (12).
- Freeman, R. Edward (1984). *Strategic Management: A stakeholders Approach*. University of Minnesota, Pitman Publishing.
- Grunig, James & Todd Hunt (1984): *Managing Public Relations*. USA: HarcourtBrace Jovanovich College Publishers.
- Grunig et al. (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale, N.J: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, James E., Larissa A. Grunig, David M. Dozier (2002). *Excellent public relations and effective organizations : a study of communication management in three countries*. Mahwah, N.J: Lawrence Erlbaum.
- Harrison, Shirley (1995). *Public relations: an introduction*. London: Routledge.
- Hellevik, Ottar (1999). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo : Universitetsforlaget.
- Ihlen, Øyvind & Per Robstad (2004). *Informasjon & samfunnskontakt: Perspektiver og praksis*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Ihlen, Øyvind (2004). *Rhetoric and resources in public relations strategies: A rhetorical and sociological analysis of two conflicts over energy and the environment*. Doctoral dissertation. Oslo: Unipub.
- Ihlen, Øyvind & Mike Nitz (2006, June 19-23). *Oil and gas as natural riches or environmental problems: Framing contests in public relations*. Paper presented at the 56th Annual Conference of the International Communication Association, Dresden, Germany.
- Ihlen, Øyvind (2005). *Kap. 10 Rammevilkår*. Manus.

- Ihlen, Øyvind (2006). *Kap. 4 Bransjens perspektiver: Doxa og fortolkningsrammer*. Manus.
- Jacobsen, Alf R. (2004). *Olje og gass i nord. Debatt, fakta og argumenter*. Hammerfest: A/S Bedriftskompetanse.
- Kitchen, Philip J. (1997). *Public relations : principles and practice*. London: International Thomson Business Press.
- Kvale, Steinar (1997). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Ad notam Gyldendal.
- Kotler, Philip et al. (2005). *Principles of marketing*. Harlow: FT Prentice Hall, 4th European ed.
- Phillips, Robert (2003). *Stakeholder Theory and Organizational Ethics*. Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Sejersted, F. (1999). *Systemtvang eller politikk: Om utviklingen av det oljeindustrielle kompleks i Norge*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Syvertsen, Trine (1998). *Dokumentanalyse i medievitenskap*. Oslo: Institutt for medier og kommunikasjon, UiO.
- Østbye, Helge et al. (2002). *Metodebok for mediefag*. (2. utgave). Bergen: Fagbokforlaget.

7.1 Personlige kilder

- Intervju: Arnt Even Bøe, journalist i Stavanger Aftenblad, Stavanger, 9. november 2005.
- Intervju: Tor Fjæran, miljødirektør i Statoil, Stavanger, 19. oktober 2005.
- Intervju: Tom Gederød, kommunikasjonsrådgiver ytre miljø i OLF, Stavanger, 18. oktober 2005.
- Intervju: Leif Harald Halvorsen, fung. kommunikasjonsdirektør i OLF, Stavanger, 18. oktober 2005.
- Intervju: Alf E. Jakobsen, ordfører i Hammerfest kommune, Hammerfest, 8. oktober 2005.
- Intervju: Trond Ivar Lunga, desksjef i Finnmark Dagblad, Hammerfest, 9. oktober 2005.
- Intervju: Odd Raustein, fagsjef for konsesjonspolitikk i OLF, Stavanger, 18. oktober 2005.

E-post: Einar Steensnæs, tidligere olje- og energiminister, 25. april 2006.

E-post: Arnt Even Bøe, journalist i Stavanger Aftenblad, 14. mars 2006.

E-post: Tor Olav Mørseth, økonomijournalist i Bergens Tidende, 13. mars 2006.

E-post: Ola Morten Aanestad, informasjonsdirektør konsern i Statoil, 24. mars 2006.

Petropol-seminar: Foredrag ved Alf Ole Ask, journalist i Aftenposten, Institutt for medier og kommunikasjon, UiO, 15. mars 2005.

Telefonsamtale: Jone Stangeland, informasjonsdirektør i ESSO Norge AS, 10. mars 2006.

Telefonsamtale: Øistein Johannessen, informasjonsmedarbeider i A/S Norske Shell, 14. mars 2006.

7.2 Dokumenter

Fiskeri- og kystdepartementet (2003): *Norsk fiskerinæring 2004*.

Hammerfest kommune, Næringsavdelingen: *Velkommen til Hammerfest*, hefte.

Hammerfest kommune: *Hammerfest*, hefte.

KON-KRAFT (2003): *Aktivitetsprosjektet: Sluttrapport*. Oslo: Kon-Kraft.

KON-KRAFT (2003): *Norsk petroleumsvirksomhet ved et veiskille: Forslag til skattemessige endringer for økt verdiskaping og aktivitet*. Oslo: KON-KRAFT.

Lofotakvariet: *Fisk og oljebransjen drar sammen inn i framtiden*, pressemelding, 5. november 2003 [Online] Tilgjengelig: <http://www.lofotakvariet.no/pressemel> [15. mai 2006].

Miljøverndepartementet: *Stortingsmelding nr. 8 (2005-2006). Helhetlig forvaltning av det marine miljø i Barentshavet og havområdene utenfor Lofoten (forvaltningsplan)*. Oslo: Statens forvaltningstjeneste.

Miljøverndepartementet: *Stortingsmelding nr. 58 (1996/1997). Miljøvernpolitikk for en bærekraftig utvikling*. Oslo: Statens forvaltningstjeneste.

Mediebedriftenes Landsforening: *Aviskatalogen 2006* [Online] Tilgjengelig: <http://www.aviskatalogen.no> [15. mai 2006].

Norges Fiskarlag: *Høringsuttalelse til ULB*, 29. september 2003 [Online] Tilgjengelig: http://odin.dep.no/filarkiv/189661/Norges_Fiskarlag_-_283.pdf [15. mai 2006].

Olje- og energidepartementet: *Stortingsmelding nr. 38 (2001-2002). Om olje- og gassvirksomheten*. Oslo: Statens forvaltningstjeneste.

Olje- og energidepartementet (2002): *Forslag til utredningsprogram*.

Olje- og energidepartementet: *Stortingsmelding nr. 9 (2002-2003). Om innenlands bruk av naturgass mv.* Oslo: Statens forvaltningstjeneste.

Olje- og energidepartementet (2003): *Utredning av konsekvenser av helårig petroleumsvirksomhet i området Lofoten – Barentshavet*. Oslo: Statens forvaltningstjeneste.

Olje- og energidepartementet (2004): *ULB - Behandling av høringsuttalelsene til ULB*.

Olje- og energidepartementet (2004): *Fakta 2004. Norsk petroleumsvirksomhet*.

Olje- og energidepartementet (2004): *Stortingsmelding nr. 38 (2003-2004). Om petroleumsvirksomheten*. Oslo: Statens forvaltningstjeneste.

Olje- og energidepartementet og Oljedirektoratet (2005): *FAKTA. Norsk Petroleumsverksemd 2005*.

Oljedirektoratet (2004): *Norsk sokkel 2003 - Oljedirektoratets årsberetning*.

Oljeindustriens Landsforening: *Oljeindustrien 2/2003*, nyhetsmagasin, februar 2003.

Oljedirektoratet: *Sokkelspeilet 2/2003*, magasin, februar 2003.

Oljeindustriens Landsforening: *Spørsmål og svar – ULB*, notat, 2003.

Oljeindustriens Landsforening: *Lav risiko – høy beredskap*, faktaark, september 2003.

Oljeindustriens Landsforening: *Høringsuttalelse – ULB*, 29. september 2003.

Oljeindustriens Landsforening: *Sameksistens*, faktaark, 2003.

Oljeindustriens Landsforening: *Verdier må skapes før de deles*, samfunnsrapport, 2004.

Oljeindustriens Landsforening: *Åpnet utstilling om olje og fisk i Lofoten*, 5. november 2003 [Online] Tilgjengelig: <http://www.olf.no/miljo/aktuelt/?18457> [15. mai 2006].

Oljeindustriens Landsforening: *Kontaktpersoner* [Online] Tilgjengelig: <http://www.olf.no/presse> [15. mai 2006].

Oljeindustriens Landsforening: *OXYGen* [Online] Tilgjengelig: <http://www.olf.no/kompetanse/oxygen/?21351> [15. mai 2006].

OXYGen: *Oil and Gas industry - a world of possibilities* [Online] Tilgjengelig: <http://home.no.net/oxyg1/> [15. mai 2006].

Statoil: *Snøhvit – et sant eventyr*, publikasjon, mai 2005.

Statens forurensingstilsyn: *Nullutslipp fra oljevirkksomheten*, artikkel, 28. april 2003.

Stortingets Informasjonstjener: *Jakobsen, Alf E.* [Online] Tilgjengelig: <http://epos.stortinget.no/biografi.aspx?initialer=ALJA> [15. mai 2006].

7.3 Mediekilder

Aftenposten: *Oljen kan skade torsken*, 9. august 2001.

Aftenposten: *Mer oljeleting i Lofoten*, 31. august 2001.

Aftenposten: *Fiskerne forlanger stopp*, 31. august 2001.

Aftenposten: *Vil være fiskens venn*, 12. november 2001.

Aftenposten: *Hammerfest tror på Snøhvit-eventyr*, 7. mars 2002.

Aftenposten: *Fiskerne kan gå med på oljeleting*, 6. mars 2003.

Aftenposten: *Kystfiskerne skeptiske til oljevirkksomhet i nord*, 11. mars 2003.

Aftenposten: *Vi skal være skikkelige*, 24. mars 2003.

Aftenposten: - *Økt aktivitet bedrer sikkerhet*, 11. juni 2003.

Aftenposten: *Fisk, olje og miljø - går de sammen?*, 18. juli 2003.

Aftenposten: *Sats på olje- og gassindustrien*, 8. desember 2003.

Aftenposten: *Statoil fikk viljen sin*, 16. desember 2003.

Aftenposten: *Olje i nord gir jobber i sør*, 30. desember 2003.

Altaposten: *Sjarmerer Statoil med tur i Altaelva*, 2002.

Altaposten: *Vår framtid er i nord*, 8. desember 2003.

Bergens Tidende: *Ingen avtale mellom Fiskarlaget og oljenæringen*, 6. mars 2003.

Bergens Tidende: *Regjering i oljepine*, 29. november 2003.

Bergens Tidende: *Unge tripper etter å få bore i nord*, 9. desember 2003.

Dagens Næringsliv: *Hardt Snøhvit-press på regjeringen*, 24. juli 2001.

Dagens Næringsliv: *Slakter oljelobbyen*, 5. desember 2003.

Dagens Næringsliv: *Høster storm fra alle sider*, 16. desember 2003.

Dagens Næringsliv: *...men ansatte synes det er "kult"*, 12. januar 2004.

Dagens Næringsliv: *Hammerfesten*, 30. april 2004.

Dagens Næringsliv: *Koste hva det koste vil*, 3. desember 2005.

Dagens Næringsliv: *Forventer Shtokman-avgjørelse i mai*, 11. mai 2006.

Finnmark Dagblad: *Krever stopp i oljeleting*, artikkel, 12. juli 2000.

Finnmark Dagblad: *Gavepakke til Høyre*, leder, 5. august 2005 [Online] Tilgjengelig: <http://www.finnmarkdagblad.no/leder/article1686755.ece> [15. mai 2006].

Nordlys: *Kontaktutvalg olje/gass*, 4. desember 2002.

Nordlys: *Ja til Barentshavet - nei til Lofoten*, 15. desember 2003 [Online] Tilgjengelig: <http://www.nordlys.no/nyheter/article821901.ece> [15. mai 2006].

NRK Nordland: *Fiskerne kan gå med på oljeleting*, 5. mars 2003.

NRK: *Gigantiske oljefelt utenfor Lofoten*, 21. november 2003

NRK: *Venter gigantfunn i Lofoten*, 21. november 2003.

NRK Nordland: *Regjeringen under krysspress*, 22. november 2003

Offshore.no: *Fiskarlag og OLF åpner for Lofoten og Barentshavet*, 5. mars 2003.

Offshore.no: - *Rom for olje og fisk i nord*, 14. august 2003.

Propaganda: *Reklame for 30 millioner*, 20. oktober 2005 [Online] Tilgjengelig: <http://www.propaganda-as.no/emneomrader/reklame/reklame+for+30+millioner/art277321.html> [15. mai 2006].

Stavanger Aftenblad: *Delelinjen i Barentshavet fortsatt et problem*, 29. mars 2006.

Vedlegg - intervjuguider

Statoil, 19. oktober 2005

Tema: Bakgrunn og om Statoil

- Om oppgaven - hensikt med intervjuet
- Statoils rolle ved ULB/Barentshavet
 - Mål/hensikt ved engasjement
- Statoils vs. OLF rolle

Tema: Målgrupper og kommunikasjonskanaler

- Hvem er målgruppene/mottakerne/interessenter
 - Definisjoner?
- Ulike budskap til ulike grupper?
 - Evt. eksempler?
- Målgrupper og interessenter som allierte/motstandere
- Hvilke kanaler til hvilke grupper? (Lokalavis, riksmidler, kontakt med befolkning, kontakt med politikere m.m.)
 - Vurdering/vektning av ulike kanaler
- Målgrupper/interessenter og ulike kanaler som kommunikasjonsstrategi?
- Hvem er motstandere, hvem er medspillere?
 - Egen strategi vs. motstanders strategi?

Tema: Budskap

- Hovedbudskap og -tema
- Argumenter og konkrete budskap
- Temaområder (miljø, distrikt, sikkerhetsspørsmål, forretningshensyn)
- Problemer/utfordringer i kommunikasjon
- Formidling av fagstoff
- Budskap og argumenter som kommunikasjonsstrategi?

Argumenter:

- At de ikke kommer noen vei med lokalpolitikere dersom de ikke kan love arbeidsplasser. - At det er lettere å slippe til der det er stor arbeidsløshet.
- At de har spilt aktivt på hastverkshortet.
- Retorikk:
 - At nullutslipp ikke er nullutslipp, men en viktig retorisk manøver.
 - "Veiskille" - begrepet
- At de har brukt historien om sameksistens i Nordsjøen for det den er verdt.
- At det var avgjørende å få med fiskerne på laget.
 - At de har lært av Rederiforbundet at det er viktig med allianser.
- At de føler at de ikke kan spille så mye på følelser som miljøvernerne.
- At det ikke er deres oppgave å bedrive klimapolitikk.
- At de har en annen forståelse av risiko enn legfolk: Fagfolk betoner typisk sannsynligheten for ulykker, legfolk er mer opptatt av konsekvensene.
- At resultatet av ULB-debatten ble en politisk hestehandel.

- At det er spenning mellom Statoil (som vil inn i Barentshavet) og Hydro (som har størst interesser i Lofoten). Dette kom til syne høsten 2003 og skapte kanskje problemer for OLF?.
- Rasmus Hansson (WWF) hevder i Aftenposten (29.9.2005) at det har vært over 2500 små og middels store uhellsutslipp på norsk sokkel de siste 12 årene?
- Havforskningsinstituttet, Norsk Polarinstitut, Dir. for naturforvaltning og SFT er skeptiske eller går i mot produksjon i Lofoten

Tema: Resultat og konklusjon

- Egen vurdering av kommunikasjon ved ULB
- Feilvurderinger?
 - Eks. annerledes prioritering, undervurdering av grupper, uventede reaksjoner
- Vellykkede prioriteringer/forberedelser

OLF, 18. oktober 2005

Tema: Bakgrunn og om OLF

- Om oppgaven - hensikt med intervjuet
- Hvem er OLF – visjon, mål, hensikt
- OLFs rolle ved ULB/Barentshavet
- Mål/hensikt ved engasjement
- OLF vs Statoils rolle

Tema: Målgrupper og kommunikasjonskanaler

- Hvem er målgruppene/mottakerne/interessenter
- Definisjoner?
- Ulike budskap til ulike grupper?
- Evt. eksempler?
- Målgrupper og interessenter som allierte/motstandere
- Hvilke kanaler til hvilke grupper? (Lokalavis, riksmidier, kontakt med befolkning, kontakt med politikere m.m.)
- Vurdering/vekting av ulike kanaler
- Målgrupper/interessenter og ulike kanaler som kommunikasjonsstrategi?
- Hvem er motstandere, hvem er medspillere?
- Egen strategi vs. motstanders strategi?

Tema: Budskap

- Hovedbudskap og –tema
- Argumenter og konkrete budskap
- Temaområder (miljø, distrikt, sikkerhetsspørsmål, forretningshensyn)
- Problemer/utfordringer i kommunikasjon
- Formidling av fagstoff
- Budskap og argumenter som kommunikasjonsstrategi?
- Tanker omkring retorikk?

Argumenter:

- At de ikke kommer noen vei med lokalpolitikere dersom de ikke kan love arbeidsplasser. - At det er lettere å slippe til der det er stor arbeidsløshet.
- At de har spilt aktivt på hastverkshortet.
- Retorikk:
- At nullutslipp ikke er nullutslipp, men en viktige retorisk manøver.
- "Veiskille" - begrepet
- At de har brukt historien om sameksistens i Nordsjøen for det den er verdt.
- At det var avgjørende å få med fiskerne på laget.
- At de har lært av Rederiforbundet at det er viktig med allianser.
- At de føler at de ikke kan spille så mye på følelser som miljøvernerne.
- At det ikke er deres oppgave å bedrive klimapolitikk.
- At de har en annen forståelse av risiko enn legfolk: Fagfolk betoner typisk _sannsynligheten_ for ulykker, legfolk er mer opptatt av _konsekvensene_
- At resultatet av ULB-debatten ble en politisk hestehandel.
- At det er spenning mellom Statoil (som vil inn i Barentshavet) og Hydro (som har størst interesser i Lofoten). Dette kom til syne høsten 2003 og skapte kanskje problemer for OLF?.
- Rasmus Hansson (WWF) hevder i Aftenposten (29.9.2005) at det har vært over 2500 små og middels store uhellsutslipp på norsk sokkel de siste 12 årene?
- Havforskningsinstituttet, Norsk Polarinstitut, Dir. for naturforvaltning og SFT er skeptiske eller går i mot produksjon i Lofoten

Tema: Resultat og konklusjon

- Egen vurdering av kommunikasjon ved ULB
 - Feilvurderinger?
 - Eks. annerledes prioritering, undervurdering av grupper, uventede reaksjoner
 - Vellykkede prioriteringer/forberedelser
-

Finnmark Dagblad, 9. oktober 2005

Tema: Bakgrunn og om FD

- Om oppgaven - hensikt med intervjuet
- Pres. av intervjuobjekt
- Hvem og hva er FD
- FDs rolle ved ULB/Barentshavet
- Hvilken posisjon
- Hvem representerer?

Tema: Budskap

- Hovedbudskap og –tema
- Argumenter og konkrete budskap
- Temaområder (miljø, distrikt, sikkerhetsspørsmål, forretningshensyn)
- Dilemmaer for FD?

- Uavhengighet/hensyn til lokalmiljø
- Formidling av fagstoff
- Argumenter:
- At nullutslipp ikke er nullutslipp, men en viktige retorisk manøver.
- At det ikke er deres oppgave å bedrive klimapolitikk.
- At det er lettere å slippe til der det er stor arbeidsløshet.
- Hastverk?

Tema: Parter og problemstillinger

- Hvem er partene/motstanderne?
- Definisjoner?
- Ulike budskap fra ulike grupper?
- Evt. eksempler?
- FD forhold til partene
- FD – politikere
- FD – miljø
- FD - fiskerinæring
- FD – Statoil/oljebransjen
- Hvilke andre kanaler enn FD?
- (Lokalavis, riksmidier, kontakt med befolkning, kontakt med politikere m.m.)
- Statoils/industri aktivitet overfor FD
- Avisens/leders holdning

Avslutning

- Egen vurdering – opplagte feilvurderinger?
- Noe tillegg?

Alf E. Jakobsen, 10. oktober 2005

Tema: Bakgrunn

- Om oppgaven - hensikt med intervjuet
- Pres. av intervjuobjekt
- AEJs rolle ved ULB/Barentshavet
- Hvilken posisjon
- Hvem representerer?

Tema: Budskap

- Hovedbudskap og –tema
- Argumenter og konkrete budskap
- Temaområder (miljø, distrikt, sikkerhetsspørsmål, forretningshensyn)
- Dilemmaer for AEJ?
- Uavhengighet/hensyn til lokalmiljø
- Argumenter:
- *Miljø*: At nullutslipp ikke er nullutslipp, men en viktige retorisk manøver.
- *Olje*: At det ikke er deres oppgave å bedrive klimapolitikk.

- *Miljø*: At det er lettere å slippe til der det er stor arbeidsløshet.
- *Miljø*: Hastverk?
- *Miljø/fiske*: Fagfolk betoner typisk *_sannsynligheten_* for ulykker, legfolk er mer opptatt av *_konsekvensene_*
- *Miljø*: At resultatet av ULB-debatten ble en politisk hestehandel.
- *Olje*: At de ikke kommer noen vei med lokalpolitikere dersom de ikke kan love arbeidsplasser
- *Fiskeri/Olje*: Bedre beredskap for alle

Tema: Parter og problemstillinger

- Hvem er partene/motstanderne?
- Definisjoner?
- Viktigste budskap fra ulike grupper?
- Budskap fra: miljø, Olje, politikere, befolkning, medier, miljø
- FD forhold til partene
- AEJ – politikere
- AEJ – miljø
- AEJ – fiskerinæring
- AEJ - media
- AEJ – Statoil/oljebransjen
- Hvilke kanaler?
- (Lokalavis, riksmedier, kontakt med befolkning, kontakt med politikere m.m.)
- Statoils/industri aktivitet overfor AEJ
- AEJs aktivitet overfor medier

Avslutning

- Egen vurdering – opplagte feilvurderinger?
- Noe tillegg?

Stavanger Aftenblad, 9. november 2005

Tema: Bakgrunn og om SA

- Om oppgaven - hensikt med intervjuet
- Pres. av intervjuobjekt
- Hvem og hva er FD
- FDs rolle ved ULB/Barentshavet
- Hvilken posisjon
- Hvem representerer?

Tema: Budskap

- Hovedbudskap og –tema fra oljeindustrien
- Argumenter og konkrete delbudskap fra oljeindustrien
- Temaområder (miljø, distrikt, sikkerhetsspørsmål, forretningshensyn)

- Dilemmaer for SA?
- Uavhengighet/hensyn til lokalmiljø/lokalt næringsliv
- Formidling av fagstoff gjennom SA
- Argumenter:
- At nullutslipp ikke er nullutslipp, men en viktige retorisk manøver.
- At det ikke er deres oppgave å bedrive klimapolitikk.
- At det er lettere å slippe til der det er stor arbeidsløshet.
- Hastverk?

Tema: Parter og problemstillinger

- Hvem er partene/motstanderne i SA?
- Definisjoner?
- Ulike budskap fra ulike grupper?
- Evt. eksempler?
- SA forhold til partene
- SA – politikere
- SA – miljø
- SA - fiskerinæring
- SA – Statoil/oljebransjen
- Statoils/industri/OLF aktivitet overfor FD
- Relasjon mellom industrirepresentanter og journalister
- Avisens/leders holdning

Avslutning

- Egen vurdering – opplagte feilvurderinger?
- Noe tillegg?