

# Norsk identitetskrise?

*En kritisk diskursanalyse av norske journalisters  
dekning av olje-Norge og klima-Norge*

Yngvild Aas



Masteroppgave i journalistikk  
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

November 2019



# **Norsk identitetskrise?**

En kritisk diskursanalyse av norske journalisters dekning av olje-Norge og klima-Norge

Yngvild Aas

© Yngvild Aas

2019

Norsk identitetskrise? En kritisk diskursanalyse av norske journalisters dekning av olje-Norge og klima-Norge.

Yngvild Aas

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

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

IV

# Sammendrag

Norge er et foregangsland i den globale kampen mot klimaendringer og global oppvarming. I alle fall er det slik landet liker å identifisere seg. Samtidig er Norge en av verdens største eksportører av fossile ressurser, noe som også er en bidragsyter i defineringen av landets nasjonale identitet. Tidligere forskning belyser en tendens hvor petroleumsnæringen og staten møter dette spenningsforholdet ved å spille på klimaforkjempernes argumentasjon, og omtale norsk olje som klimavennlig. Formålet med denne masteroppgaven har vært å analysere hvordan norske journalister forholder seg til spenningen mellom olje-Norge og klima-Norge gjennom sin mediedekning, og reflektere rundt hva dette har å si for den norske identitetsutviklingen.

Studien har tatt for seg et utvalg på 29 artikler fra åtte av de største norske avisene publisert i løpet av året 2018, og som på en eller annen måte dekker spenningsforholdet mellom klima og olje som faktorer i den norske identiteten. Metoden jeg har brukt for å analysere utvalget er en kritisk diskursanalyse basert på modeller både fra Norman Fairclough og Ruth Wodak. Analysemodellens overordnede rammeverk er inspirert av Faircloughs tredimensjonale modell for kritisk diskursanalyse, mens utformingen av tekstnivået i denne modellen tar inspirasjon fra Wodaks analyse av den diskursive konstruksjonen av nasjonal identitet.

Analysen viste at flere av journalistene bygget argumentet på den samme måten som den norske regjeringen og oljesektoren selv, ved å vinkle norsk petroleum som grønn. Denne måten å forholde seg til spenningsforholdet var dominerende. Likevel var det også eksempler på kritisk vinkling av denne spenningen i utvalget, og som gjennom dette også belyste problematiske sider ved både å identifisere seg som en oljestat og en klimastat samtidig.

# Abstract

Norway is a pioneer within the fight against climate change and global warming. That is at least how the country likes to identify. At the same time, Norway is one of the world's largest exporters of fossil resources, which is a contributor in defining the country's national identity. Previous research shows a tendency in which the petroleum industry and the state meet this tension by bringing up the climate advocates' argumentation and refer to Norwegian oil as climate friendly. The purpose of this master's thesis has been to analyse how Norwegian journalists relate to the tension between oil-Norway and climate-Norway through their media coverage and reflect on what this has to say for Norwegian identity development.

The study has covered a selection of 29 articles from eight of the largest Norwegian newspapers published during the year 2018, and which in some way cover the tension between climate and oil as factors in the Norwegian identity. The method I have used to analyse the sample is a critical discourse analysis based on models from both Norman Fairclough and Ruth Wodak. The analysis model's overall framework is inspired by Fairclough's three-dimensional model of critical discourse analysis, while the design of the textual level in this model is inspired by Wodak's analysis of the discursive construction of national identity.

The analysis showed that several of the journalists built the argument in the same way as the Norwegian government and the oil sector itself, by angling Norwegian petroleum as green. This way of dealing with the tension was dominant. Nevertheless, there were also examples of critical angling of this tension in the sample, which through this also illuminated problematic sides by identifying themselves as an oil state and a climate state at the same time.

# Forord

Å få muligheten til å gjøre et så stort forskningsprosjekt innenfor mitt eget interessefelt er jeg svært takknemlig for. Prosessen har vært lang, krevende og slitsom, men også veldig gøy, spennende og utfordrende. Jeg har lært veldig mye i løpet av denne perioden, både om forskningstema og om meg selv. Tenk at det går an å produsere så mye tekst!

Dette prosjektet hadde imidlertid ikke blitt til uten hjelp fra gode støttespillere rundt meg. Først og fremst vil jeg takke min veileder Øyvind Ihlen, som har vært en stor kilde til hjelp og inspirasjon gjennom hele prosessen. Både ved strukturert oppfølging og forventning til framskritt har jeg klart å ha en jevn framdrift, noe som har hatt stor betydning nå i sluttfasen. Dessuten vil jeg takke pappa, Ranveig, Fride, Kari og Asta for, som har hjulpet meg med korrektur og innspill i koding og analyse, noe som har vært til stor hjelp når jeg selv har blitt blind på egne setninger og tolkninger. Dere har vært med på å heve denne oppgaven, noe jeg er veldig takknemlig for.

Jeg vil også takke mine medstudenter på IMK for å bidra til hyggelige dager på Forskningsparken. Jeg har både fått inspirasjon til prosjektet og selskap i de utallige kaffe- og matpausene, som for øvrig har vært vel så viktige som produktiv skrivetid. Til sist vil jeg takke Lars som har holdt ut med meg gjennom hele denne perioden, jeg gleder meg til å gå ut og danse med deg og resten av gjengen nå som jeg er et menneske igjen!

Yngvild Aas

Oslo, 31. oktober 2019





# Innholdsfortegnelse

1	Introduksjon.....	1
2	Teori og tidligere forskning.....	8
2.1	Klimakommunikasjon og oljekommunikasjon i Norge .....	9
2.2	Diskursanalysen.....	17
2.2.1	Kritisk diskursanalyse .....	19
2.2.2	Nøkkelpbegreper i kritisk diskursanalyse .....	23
2.3	Studier av nasjonale identiteter.....	24
3	Norske identiteter .....	28
4	Analysens rammeverk .....	35
4.1	Tekst.....	37
4.1.1	Retoriske virkemidler under lupen.....	37
4.1.2	Diskurser som bygger opp under nasjonal identitet.....	39
4.2	Diskursiv praksis .....	41
4.2.1	Nyhetssjangeren .....	42
4.2.2	Habitus, doxa og det journalistiske felt.....	43
4.2.3	Produksjonsforhold og ulike perspektiver .....	45
4.3	Sosial praksis .....	46
5	Metodisk tilnærming .....	48
5.1	Prosess og utvalg .....	48
5.1.1	Empirisk utvalg .....	49
5.1.2	Databehandling.....	53
5.2	Oppgavens kvalitet .....	54
6	Analyse og diskusjon.....	58
6.1	Tekst: en analyse av språkbrukens egenskaper .....	59
6.1.1	Homo norvegicus .....	59
6.1.2	Kollektiv politisk historie.....	65
6.1.3	Felles kultur.....	68

6.1.4	Felles nåtid og framtid.....	72
6.1.5	Nasjonal størrelse .....	79
6.2	Diskursiv praksis: avisen og mottakeren .....	82
6.3	Diskusjon av sosial praksis: identitet og samfunn.....	88
7	Konklusjon .....	97
	Litteraturliste .....	101
	Vedlegg.....	108

# 1 Introduksjon

Måten en nasjons identitet utvikler seg, påvirkes av forskjellige institusjoner i samfunnet og er en dynamisk størrelse (Wodak, De Cillia, Reisigl & Liebhart, 2009). Blant annet blir den nasjonale identiteten påvirket av medieinstitusjonen gjennom dekningen av tematikk som er viktige diskursområder innad i nasjonen. I Norge er identiteten bygget opp av mange forskjellige faktorer, som sammen skaper rammer for en felles identitetsfølelse. Blant disse identitetsmarkørene kan man finne det som blant mange kalles *det norske paradokset* (Gloppen & Rakner, 2015). Dette omhandler hvordan Norge både kan identifiseres som en klimanasjon gjennom sitt historiske og nåværende engasjement i klimakampen internasjonalt (Eide, Elgesem, Gloppen & Rakner, 2014b), samtidig som landet kan identifiseres som en oljenasjon ved å være verdens femte største eksportør av olje og gass (Ihlen, 2007, s. 12). Spenningen mellom disse to aspektene ved den norske identiteten er hovedfokuset i dette prosjektet.

I 2018 relanserte Statoil seg. Selskapet har drevet med petroleumsproduksjon i nærmere 50 år og har sørget for en inntekt som har løftet landet inn i en av verdens beste velferdssystemer. I 2018 avdekkes det nye og oljefrie navnet Equinor (Equinor, 2019a). Navneendringen skulle underbygge selskapets intensjon om å identifisere seg som et bredere energiselskap, og bryte med tanken om dem som et rent petroleumsselskap. Dette fikk stor medieoppmerksomhet, og de fornybare energiprojektene stod i sentrum av det hele. Skal Norge begynne utfasingen av petroleumsindustrien? Svaret på dette er nok: ikke med det første. Mot slutten av 2018 ble Equinors nye gassfeltet Aasta Hansteen åpnet for produksjon, og ett år senere forventes det at Johan Sverdrup, det femte største oljefeltet i Norges historie, skal åpnes for produksjon i 50 år framover (Equinor, 2019b).

En drøy måned før Hansteen ble åpnet for produksjon, presenterte FNs klimapanel den nye rapporten «IPCC Special Report on Global Warming of 1.5°C» som skulle få medieoppmerksomhet over hele verden. I kjølvannet av Parisavtalen i 2015 fikk verdens ledende klimaforskere i oppgave å presentere konsekvensene av en eventuell temperaturøkning på 1,5 og 2 grader celsius på verdensbasis (Mathismoen, 2018). Tidligere lignende klimarapporter har også skildret alvorlighetsgraden av global oppvarming i framtiden, og ordlyden innenfor klimaengasjement har lenge vært forskjellige versjoner av «tenk på barnebarna våre». I 2018 kom et diskursivt skifte innenfor klimakommunikasjonen,

rapporten uttrykte at verden har 12 år på å snu utviklingen i verdens klimagassutslipp. Om vi mennesker ikke gjør noen store grep innenfor utslipp og forurensning innen året 2030, vil en rekke katastrofale konsekvenser inntreffe, som vil påvirke millioner av mennesker – og ikke barnebarna våre, men oss.

Menneskeskapte klimaendringer er i anmarsj i Norge og i verden, og klimagassutslipp fra fossile energikilder som olje og gass er bidragsyttere i disse endringene. I henhold til dette oppstår det her i Norge en kognitiv dissonans når man ser på landet som et foregangsland innenfor klimatiltak mot global oppvarming, samtidig som vi tross alt ikke kan kalle oss noe annet enn en oljenasjon (Eide et al., 2014b). For at verden skal klare å nå halvannen- eller togradersmålet, er det blitt rapportert at minst to tredjedeler av all olje og gass må få ligge urørt (Gloppen, Rakner & Vibe, 2014). Problemet er at disse naturressursene fortsatt er svært lønnsomme, noe som gjør at FNs oppfordring stiller nasjoner etiske ansvar direkte opp mot den økonomiske gevinsten som ligger i å fortsette som før.

En av de viktigste arenaene for det politiske spillet mellom områder som klimasaken og petroleum er i mediebildet. Journalistikken i Norge skal, ifølge Vær Varsom-plakaten, blant annet jobbe for å avdekke kritikkverdige maktforhold eller maktbruk som finner sted i samfunnet. Tanken om medieinstitusjonen som «den fjerde statsmakt» omhandler hvordan samfunnsoppdraget til journalister, redaktører og andre i mediebransjen er å kontrollere at de tre statsmaktene stortinget, regjeringen og domstolen forvalter sin makt på en måte som er til det beste for samfunnet. «Journalistikk skal altså være en kritisk røst og en motmakt, i befolkningens tjeneste.» (Handgaard, Simonsen & Steensen, 2013, s. 16). Innholdet i mediedekningen kan være med på å forme vår samfunnsmessige erkjennelse, og i neste omgang være en viktig faktor i vår meningsdannelse og identitet på et politisk nivå. Nettopp hvordan norske journalister dekker spenningsforholdet – og maktforholdet – mellom oljesektoren og klimasektoren, satt innenfor rammene til en kritisk diskursanalyse av nasjonal identitet er tematikken i denne masteroppgaven.

## **1.1 Forskningsspørsmål**

Hvordan bygges klimanasjonen og oljenasjonen opp i det norske nyhetsbildet? Det er gjort flere tidligere forskningsprosjekter på hvordan Norge og norske medier forholder seg til det norske paradokset gjennom forskjellige tilnærminger og fokus (Dale & Andersen, 2018; Eide,

Elgesem, Gloppen & Rakner, 2014a; Gloppen & Rakner, 2015; Hornmoen, 2018; Ihlen, 2007; Jensen, Jensen & Skedsmo, 2018; Nilsen, 2001). Blant annet kritiseres makten oljen har over den norske økonomien (Dale & Andersen, 2018), og mediernes rolle i oljesektorens klimakommunikasjon for å holde bukt med spenningen. Ruth Wodak mfl. (2009) argumenterer for at medieinstitusjonen – blant andre institusjoner i samfunnet – påvirker utviklingen av en nasjons identitet. *Nasjonal identitet* kommer til å være et nøkkelbegrep i dette prosjektet, fordi jeg ønsker å belyse spenningsforholdet mellom oljen og klima sett i lys av den norske identitetsforståelsen. I en tid der internasjonalt samarbeid for å løse klimakrisen er i fokus, er nasjoners eget engasjement tett knyttet til måten de identifiserer seg selv. En sterk følelse av å være en klimastat kan fungere positivt på nasjonalt engasjement, men kan også virke i motsatt retning ved å fremme en tanke om at nasjonen «gjør nok». Derfor mener jeg at en analyse av norske mediers måte å identifisere Norge på innenfor denne tematikken, er et viktig bidrag innenfor denne forskningslitteraturen.

I et land som forsøker å jobbe seg opp et renommé som en klimavennlig og grønn stat, men som også har etablert store deler av sin velferd gjennom produksjon og salg av olje, samt gjort seg økonomisk avhengig av denne næringen, kan det være interessant å se nærmere på hvordan disse motstridende identitetsaspektene blir presentert og representert i mediebildet, og gjennom dette setter føringer for identitetsutviklingen i nasjonen. Jeg skal analysere hvordan spenningen mellom olje og klima dekkes i norske medier, og på hvilken måte dette eventuelt kan være med på å påvirke den norske identiteten. Her er det viktig å påpeke at mediebildet generelt både kan ses på som en arena for politikere, miljø-organisasjoner og olje-aktører, og som en aktør i seg selv. Jeg skal i dette prosjektet ta disse aspektene i betraktning, når jeg undersøker hvordan *journalister* dekker paradokset. Problemstillingen vil lyde som følger:

*I hvilken grad og på hvilken måte dekkes identitetsspenningen mellom olje-Norge og klima-Norge av norske journalister, og hvordan kan vi gjennom dette forstå «det norske paradokset»?*

Dette skal jeg svare på gjennom en kritisk diskursanalyse som fokuserer på mediers makt i sammenheng med nasjonal identitet, inspirert av to analysemodeller som er utviklet av Norman Fairclough og Ruth Wodak. Gjennom et utvalg av 29 nyhetsartikler samlet inn fra henholdsvis Adresseavisen, Aftenposten, Bergens Tidende, Dagbladet, Fædrelandsvennen, Nordlys, Stavanger Aftenblad og Verdens Gang, skal jeg analysere hvordan olje-Norge og

klima-Norge omtales, defineres og eventuelt settes opp mot hverandre. Ved å trekke fram diskursområder i tekstene som bygger opp under nasjonens felleskap, historie, kultur, nåtid, framtid og ressurser, og se hvordan sjanger, felt og produksjon er med på å påvirke formidlingen, vil jeg kunne diskutere denne mediedekningens betydning innenfor nevnte spenningsforhold i den norske identitetsforståelsen.

## 1.2 Tematisering av oppgaven

Norge og norsk politikk har vært en pionér internasjonalt når det gjelder miljø og klima. Miljøverndepartementet ble opprettet i 1972 som et av verdens første, og vi var det første landet i verden til å lansere et *klimamål*; et mål på hvor mye CO<sub>2</sub>-utslipp vi skulle ha i fremtiden (Trædal, 2018, s. 29-35). Gro Harlem Brundtland, statsminister i Norge og leder for FNs kommisjon for bærekraft, presenterte for generalforsamlingen til FN i 1987 rapporten «Vår felles framtid» og ble dermed den første til også å sette internasjonal/global klimapolitikk på agendaen og introdusere verden for begrepet *bærekraftig utvikling* (Sæther, 2017, s. 25-26). I oljepolitikken ble det til og med utviklet ti oljebud i 1971, hvor det fjerde budet sier at «utviklingen av en oljeindustri må skje under nødvendig hensyn til eksisterende næringsvirksomhet og natur- og miljøvern». Sæther hevder imidlertid at dette budet først og fremst var til pynt og for å følge politiske trender om miljøvern, og ikke nevneverdig viktig (2017, s. 18-20).

Engasjementet i samfunnet var også stort. I 1970 aksjonerte nordmenn for første gang mot vannkraftutbygging, og i 1972 kom både rapporten *Hvor går grensen?* av blant annet Jørgen Randers, og Erik Dammanns bok *Fremtiden i våre hender* som satte startskuddet for organisasjonen med samme navn (Sæther, 2017, s. 19). Mot slutten av 70-tallet viste meningsmålinger at to av tre nordmenn var villige til å stanse velferdsveksten til fordel for rettferdig global ressursfordeling, og under valget i 1989 oppga 38% at miljø var den viktigste politiske saken (Trædal, 2018, s. 29-37). Denne aktive oppslutningen i miljøsakene – og etter hvert også klimasaken – kan peke mot en stolthet i befolkningen over hva Norge fikk til nasjonalt og internasjonalt.

Samtidig som miljødiskursen forplantet seg i Norge, skulle funnet av fossile naturressurser på norsk sokkel etter hvert sørge for at denne utviklingen av vår nasjonale identitet fikk hard konkurranse. Lille julaften i 1969 drilllet Norge seg inn i oljefeltet Ekofisk (Lie, 2012, s. 144),

som skulle vise seg å være et av verdens største. Dette var begynnelsen på en industri som har båret Norge inn i den moderne tidsalder, og har dermed også vært definerende i Norges økonomi, handel og sysselsetting. Til å begynne med ble det satt mål om moderat tempo for oljeutvinningen, og passe på at Norge ikke gjorde seg for økonomisk avhengig av én næring. Dette målet ble imidlertid borte uten noen større debatt i løpet av 90-tallet, økningen av petroleumsnæringen var på høygir (Lie, 2012, s. 173-174).

Paradoksalt nok begynte oljeutvinningstempoet å ta fart samtidig som vi hadde planlagt å begynne å gjøre kutt i norske utslipp, slik at da Brundtland og resten av Brundtlandkommisjonen i 1987 la fram «Vår felles framtid» for FNs generalforsamling, var Norge allerede blitt et oljeavhengig land (Ryggvik, 2009). Sammenhengen mellom oljepolitikken og klimamålet ble gitt så godt som ingen oppmerksomhet i det politiske eller offentlige ordskiftet. SSBs SIMEN-rapport (studier av industri, miljø og energi), som har blitt en av de viktigste norske oppfølgningene av Brundtlandrapporten, viste nærmest ingen overlapp mellom de to temaene, og som Yngve Nilsen oppsummerte det i sin doktoravhandling:

De to spørsmålene ble bokstavelig talt behandlet som om de hørte hjemme på hver sin planet. Man satte en målsetning om å stabilisere utslippene av CO<sub>2</sub> samtidig som man ga en av de industrigrenene som var mest utslippsintensive praktisk talt frie hender. (Nilsen, 2001, s. 112).

På den ene siden har altså Norge vært et foregangsland innenfor miljø- og klimaengasjement. Vi har satt oss mål før andre land, og vært med på å definere diskursen på et internasjonalt nivå. Gjennom personer som Brundtland, Dammann og Randers på tidlig 70-tall, samt et engasjert folk klare for demonstrasjon, har miljø og klima vært diskurser som har satt tydelige spor i den norske identiteten. På den andre siden har Norge tjent inn sin velferd i stor grad gjennom petroleumssektoren, som i dag er landets største næring (Ihlen, 2007, s. 12). Ved å stå for 36 prosent av statens inntekter (tall fra 2007) har sektoren opparbeidet seg en relativt stor makt innenfor norsk økonomi, og har sterke bånd til regjeringen gjennom Olje- og energidepartementet.

Historisk sett kan man gjennom de første 30-40 årene av «oljeeventyret» se en tendens hvor spenningsforholdet mellom de to aspektene nærmest ikke ble viet noe som helst oppmerksomhet. I løpet av de par siste tiårene det skjedd en utvikling hvor olje-Norge har funnet det nødvendig til å ta stilling til klimaspørsmålet, og likeledes har klima-Norge sett seg

tvungen til å ta tak i oljen (Lie, 2012). Det ble et kappløp mellom de to partene om hvem som fikk definisjonsmakt over spenningsforholdet først. Ved å trekke på klimaparten sin argumentasjon og vinkle den i egen favør, klarte oljesektoren å fremme en sannhet i samfunnet om at norsk petroleum var klimavennlig sett i forhold til petroleum produsert i andre land (Jensen, 2006). Også i norske regjeringer kan denne typen argumentasjon synes å være gjeldende, helt fra 90-tallet fram til i dag. Om en leser de nyeste stortingsmeldingene fra Olje- og energidepartementet og Klima- og miljødepartementet, blir det tydelig at fra staten sin side får de to partene leve på hver sin side av spenningen. Norge som oljestat og som klimastat trekkes nærmest ukritisk fram i oljemeldingen (St. meld. nr. 28, 2010-2011), energimeldingen (St. meld. nr. 25, 2015-2016) og klimameldingen (St. meld. nr. 41, 2016-2017), og de fåtalls tilfellene hvor partene ses i sammenheng med hverandre er dette med et positivt fortegn. Dette gjøres for eksempel ved å trekke på argumentasjonen om den klimavennlige oljen landet produserer, eller ved å sammenligne Norge norsk olje og gass med europeisk kull og på den måten vinkle norsk olje til nærmest å være et klimatiltak. Jeg kommer til å trekke fram konkrete eksempler på dette i kapittel 3. I analysen har jeg undersøkt hvordan denne identitetsspenningen ble dekket i det norske nyhetsbildet i 2018.

## 1.3 Leseguide

Kapittel 1 har vært en aktualisering av oppgavens tematikk, og jeg har presentert problemstillingen jeg gjennom oppgavens røde tråd har tenkt til å svare på. I kapittel to skal jeg presentere forskjellige teorier og tidligere forskning som jeg kommer til å ta i bruk for å kunne svare på problemstillingen gjennom analysen. Da klimakommunikasjon, og mediedekning av vitenskap generelt er et stort forskningsfelt allerede, vil jeg kort gjøre rede for hva utfordringene ved nettopp dette er. Jeg vil også redegjøre for hvordan oljekommunikasjonen og klimakommunikasjonen har stått i forhold til hverandre tidligere, noe som vil bli et viktig bidrag til analysen. Kritisk diskursanalyse er både et analysefelt og en teori, derfor kommer jeg også til å skissere relevant teori om dette i kapittel to, før jeg avslutningsvis går nærmere inn på tidligere forskning av nasjonal identitet.

I kapittel 3 har jeg skissert et bilde av hvordan den norske identiteten har utviklet seg gjennom forskjellige perioder, og trekke fram noen forskjellige hendelser som har satt sitt preg. Her har jeg også valgt å presentere hvordan den norske regjeringen bygger oppunder den norske identiteten, med et fokus på måten spenningsforholdet mellom klima og olje omtales. Identitet



i seg selv er vanskelig definere, og nasjonal identitet enda mer. Likevel vil jeg argumentere for at det er enkelte trekk innenfor den norske identiteten, som har å gjøre med spenningen mellom oljen og klima, som kan belyses for å gi et slags rammeverk. Aspektene jeg belyser i dette kapitlet vil fungere som et sammenligningsgrunnlag i analysen, og jeg mener derfor det er viktig å inkludere.

I kapittel 4 vil jeg ta leseren gjennom mitt teoretiske rammeverk, hvor jeg bygger videre på det teoretiske grunnlaget jeg har presentert omhandlende kritisk diskursanalyse. Her vil jeg skissere analysemodellen jeg har utviklet og brukt, som er inspirert av Norman Faircloughs tredimensjonale modell og Ruth Wodaks arbeid innenfor kritisk analyse av nasjonal identitet. Kapittel 5 vil utgjøre analysens metodiske tilnærming, hvor jeg vil redegjøre for framgangsmåten i utviklingen av mitt empiriske utvalg. Her vil jeg også argumentere for oppgavens kvalitet ved å gjennomgå kvalitetstestene jeg har utført på egen analyse. Oppgavens største del foregår i kapittel 6, hvor jeg skisserer analysens gang og diskuterer mine funn. Her tar jeg i bruk teorien om olje- og klimakommunikasjon for å sammenligne den tidligere forskningen med mine egne funn, og sammenligner mediedekningens forhold til nasjonal identitet med aspekter jeg belyste i kapittel 3. Avslutningsvis kan leseren finne oppgavens konklusjon i kapittel 7, sammen med tanker om hva som videre kunne vært interessant å forske på innenfor dette feltet.

## 2 Teori og tidligere forskning

Måten klimatiltak i Norge blir tatt opp på i den offentlige debatten, er noe som er blitt forsket mye på de seneste årene (Eide et al., 2014a; Haugseth, Huseby & Skjølvold, 2016; Ihlen, 2007; Ytterstad, 2012). I Norge er en stor andel av befolkningen enige i at miljøraker er viktige. 47% av befolkningen mener Norge gjør for lite for å tilpasse seg klimaendringene og 28% mener at klimaendringene er en av de tre største utfordringene Norge står overfor. Likevel har miljødebatten under de siste nasjonale valgkampene vært lite viktig (Gloppen & Rakner, 2015, s. upaginert). Dette er fordi det gjennom markedsundersøkelser har kommet fram at publikum viser lite interesse i å lese om klimaspørsmål, og at det heller ikke er påvirkende når det gjelder stemmegivning. På denne måten oppstår en «ond sirkel» der samfunnsaktører slutter å snakke om aspekter ved klimaspørsmålet som de ikke tror mediene vil skrive om, fordi de antar «folk flest» ikke er interessert i å lese om det, som igjen fører til at mediene skriver enda mindre om det (Gloppen & Rakner, 2015). Denne forskningen er fra 2015, og mye kan ha skjedd på disse årene. Jeg finner det likevel nevneverdig, da det ikke har vært mer enn ett stortingsvalg og ett lokalvalg siden dette.

Når det gjelder olje-politikk blir det som regel trukket fram i forbindelse med noe positivt, gjerne da som grunnpilaren i velferdssamfunnet vi har i Norge i dag (Jensen et al., 2018). Som jeg innledningsvis nevnte, har det i løpet av de siste rundt 20 årene blitt nødvendig for petroleumsindustrien og klimaindustrien å ta stilling til hverandre i den norske debatten og i politikken som føres rundt de to. Dersom oljen settes i sammenheng med klimaspørsmålet, kommer det gjerne fram i form av argumentasjon knyttet til at den norske oljen er mer klimavennlig enn oljen produsert i andre land (Jensen, 2006). Det kommer eksempelvis fram i Hornmoens diskursanalyse av daværende olje- og energiminister Ola Borten Moe sin pressekonferanse i 2011 angående Norges framtidige oljepolitikk. Her blir det vist til hvordan han forsøkte å forsone den norske oljeekspansjonen med Norges ambisjoner om å være ledende i verden innenfor klimapolitikk (Hornmoen, 2014). Jeg skal i dette prosjektet vie min oppmerksomhet til måten norske medier påvirker spenningen mellom oljediskursen og klimadiskursen i den *norske nasjonale identiteten*. Jeg kommer til å gå nærmere inn på hvordan oljenæringen har jobbet seg inn i klimadiskursen og hvordan klimaforkjempere har tatt til motmæle i oljediskursen når jeg tar for meg klimakommunikasjon og oljekommunikasjon i Norge.

I dette kapittelet skal jeg presentere teorier og tidligere forskning som er relevant og som kan fungere som verktøy i analysen i forskningsprosjektet mitt. Jeg skal først presentere noen rådende teorier om hvordan mediekommunikasjon oppfattes hos publikum. Spesifikt innenfor klimakommunikasjon ligger det utfordringer ved å viderekommunisere denne typen vitenskapelig innhold, i tillegg til at klimadiskursen har en viss avstand fra direkte hverdagslige aspekter, som gjør at det kan virke fjernere for mottakerne. Jeg vil også, gjennom å se på tidligere forskningsprosjekter innenfor tematikken, gjøre rede for hvordan petroleumskommunikasjonen har utviklet seg i Norge. Dette inkluderer måten kommunikasjonsansvarlige her arbeider for å rette fokus mot de grønnere aspektene av industrien, og på denne måten kunne delta i klimadebatten. I tillegg til dette kommer jeg til å gjøre rede for rådende diskursteorier og *den kritiske diskursanalysen*, som er analysemetoden jeg har valgt for å svare på spørsmålet jeg stiller i dette prosjektet. Deretter skal jeg gå gjennom tidligere studier av nasjonale identiteter og aspekter som er definerende for hvordan disse ser ut og utvikles. Teoriene og forskningen jeg i dette kapittelet presenterer skal fungere som grunnmuren videre i forskningsprosjektet, og kommer til å gjøre seg relevant gjennom de forskjellige kapitlene videre.

## 2.1 Klimakommunikasjon og oljekommunikasjon i Norge

Måten forskjellige temaer blir presentert i mediebildet, er med på å bestemme hvordan individer oppfatter dem. *Framing* eller innramming er etablerte uttrykk i medieteorien, og tar for seg de tilsynelatende objektive sakene som skrives, og ser på hvordan de skrives for å oppnå et mål. Det handler om å undersøke tematiseringen og vinklingen, og det å sette ting i kontekst med noe annet (McQuail, 2010, s. 380). Hvordan medieaktører velger å innramme sakene de skriver, handler også om at mottakeren oppfatter saken på ønsket vis. Medietekster kodes for å fremme én mening, og må derfor planlegges i forhold til hvordan mottaker på ønsket måte dekode teksten. Stuart Hall introduserte teorien om koding og dekoding av medietekster, og gjorde på denne måten publikum til en viktig del av medieforskningen (Hall, 1973). Dermed gikk publikum fra å være en blind masse, til å ses på som individer med ulike oppfatninger av hva som presenteres, ut ifra deres forskjellige oppfatningsrammer og sosiale situasjoner (McQuail, 2010, s. 117).

Dette kan ses i direkte sammenheng med kritisk teori og diskursteori, da disse teoriene la grunnlaget for tanken om et publikum med makt (McQuail, 2010, s. 73). Gjennom disse studiene ble det et poeng å forske mer på mottakerne og ikke bare på avsender.

Enkeltmennesker har egne måter å dekode medietekster på, men man kan også finne likhetstrekk på hvordan medietekster dekodes innad i et samfunn. De etablerte begreper eller referanser som er felles for et samfunn, kan være med på å sette føringer for hvordan teksten dekodes av mottaker, og kan derfor også være et godt verktøy for medieprodusenter, om sakene deres skal oppfattes på ønsket vis (McQuail, 2010, s. 380).

I *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture* (2010) skriver Georg Lakoff om at en slik felles samfunnsmessig forståelse mangler innenfor klimadiskursen. Han argumenterer for at vi forstår klimarammen som noe som er separat fra oss selv på tross av at vi er direkte linket til det. Dette gjør han gjennom begrepet *environmental hypocognition* – mangelen på felles forståelse innenfor miljødiskursen. Det er ingen automatikk i å se klima og klimaendringer i forhold til direkte menneskelige, politiske områder som for eksempel helse, politikk, mat, økonomi og olje, og det blir dermed utfordrende for produsenter å kode medieteksten på den måten at man får frem det ønskede budskapet (Lakoff, 2010, s. 76). Å skulle presentere ren forskning om en miljøsak vil dermed ikke nødvendigvis oppfattes som fornuftig for alle, i og med at fornuften er ubevisst og i stor grad styres av etablerte rammer og følelser. Om den presenterte forskningen ikke gir mening i forhold til dette, vil derfor mottakeren som oftest ignorere det, i stedet for å finne ut det de ikke forstår (Lakoff, 2010, s. 72-73). Derfor mener Lakoff det er et behov for å skape et rammeverk rundt kommunikasjon av miljø og klima i industrier og institusjoner, der de blir satt i sammenheng med andre temaer som også er direkte koblet til individers hverdag. Gjennom dette vil disse utvikles til allment kjente begreper innenfor klima og miljø som dermed vil sørge for at de ubevisst og automatisk dukker opp i tankene våre i forskjellige sammenhenger – også i mediebildet.

Michel Foucault beskrev en lignende tendens i det han omtalte som en *diskursiv formasjon* (Hall, 1997). Det relativt gamle begrepet fra lingvistikken *diskurs* ble reintrodusert av Foucault som en gruppe påstander, som sammen skapte et språk som var representativt for kunnskapen om et spesifikt tema i historisk kontekst (Hall, 1997, s. 44). Han argumenterer for at en diskurs inkluderer både språk og praksis, i et forsøk på å bryte distinksjonen mellom de to. Senere vil jeg gå nærmere inn på hva det vil si at diskurs er språk og sosial praksis, men det kan være greit å bite seg merke i enn så lenge. Gjennom denne likevekten ville

Foucault oppnå et nytt, konstruktivistisk nivå av forståelse innenfor kunnskapsproduksjon og objekters betydning. Hvordan man skal snakke, skrive og te seg rundt et tema – og ikke minst hvordan man ikke skal det – defineres blant annet av diskurser. Samfunnets normer og regler er dynamiske, og diskursteoriens tilknytning til det historiske perspektivet gjør det nødvendig å ta samfunnsendringer ved forskjellige tematikker i betraktning i en analyse av diskurs. Når diskusjonen rundt temaer og hendelser repeteres og begynner å formes etter et felles mønster, og samfunnsgrupper etter hvert begynner å få en felles forståelse og kunnskap rundt dem, opparbeides den diskursive formasjonen (Hall, 1997, s. 44). Det er denne fellesforståelsen Lakoff mener at mangler i mediesfæren når det gjelder klimadiskursen.

Miljø og menneskeskapte klimaendringer er et stort og innviklet forskningsfelt. Året 1969 (samme år som oljebrønnen Ekofisk ble funnet i Nordsjøen) ses blant mange klimaforskere på som et av de viktigste innenfor oppstarten av miljødiskursen (Allan, Adam & Carter, 2000). Oppsiktsvekkende bilder av jordkloden ble tatt fra månen som tydeliggjorde menneskets påvirkningskraft, som igjen ble knyttet til forskjellige menneskeskapte miljøkatastrofer som var nære både i tid og rom. Det ble etablert et eget forskningsfelt for miljødiskursen, og for å kunne videreformidle funn innenfor dette vitenskapsfeltet til mediekonsumenter over hele verden, ble det nødvendig å «oversette» disse funnene fra det komplekse språket brukt av forskere, politikere, industrifolk, organisasjoner og akademikere, til et språk som var tilpasset alle lesere (Allan et al., 2000, s. 3). Det ble utviklet et distinkt vokabular for å forstå ‘miljøet’ som nyheter.

Etter mange år med framgang i vitenskapen, og en stor forskningsmessig konsensus, har den offentlige debatten rundt menneskeskapte klimaendringer endret seg og handler ikke lenger om «duellerende eksperter» på hver sin side av debatten, men om hvordan institusjoner, politikere og samfunnsindivider tar standpunkt i debatten (Moser, 2010, s. 32). Fokuset ligger på om og hvordan disse aktørene engasjeres i debatten og i praksis. I følge D. James Baker, administrator i US National and Atmospheric Administration, er det større vitenskapelig konsensus når det gjelder global oppvarming enn noe annet tema – «[...] except maybe Newton’s second law of dynamics» (Boykoff & Boykoff, 2004, s. 125).

Det offentlige ordskiftet angående miljødiskursen har vokst seg fram forbi vitenskap og politikk. Med den teknologiske utviklingen i mediesfæren har det blitt mulig å kommunisere til et større publikum, bruke flere fora og plattformer, samt flere forskjellige innramminger (Moser, 2010). Dette har gitt muligheten til å nå et bredere og dypere spekter av samfunnet

enn for bare noen år siden. Det er altså gjennom mediene som sådan at samfunnet får sin informasjon om miljøet, klima og global oppvarming, men i løpet av mediernes utvikling har populærdiskursen i forbindelse med disse temaene divergert vekk fra den vitenskapelige diskursen.

Den tidlige norske petroleumsindustrien det som nødvendig å ta noen videre stilling til miljø- og klimaspørsmål, men utover 2000-tallet ble det mer og mer nødvendig for oljeindustrien å ta stilling til klimadiskursen, da miljø- og klimaendringer kom mer og mer på banen (Jensen et al., 2018). Spesielt vokste det fram en sterk klimadiskurs i det offentlige ordskiftet. Bevisene på endringer i klima og atmosfære grunnet utslipp fra fossile brennstoff ble tydeligere og global oppvarming ble et etablert begrep i mediedebatten. Norge, som allerede hadde etablert en sterk miljøprofil blant annet gjennom verdens første klimamål, gjennom Brundtlands nyord «bærekraftig utvikling» fra 1987 og den generelle folkeinteressen i miljø som jeg tidligere har skissert, ble nødt til å ta standpunkt i fossildebatten. Utfordringen ved dette var det faktum at store deler av velferdsmodellen hadde økonomisk grunnlag i fossil industri. Det samme året som Brundtland-kommisjonen la fram rapporten «Vår felles framtid», hadde Norge rukket å bli en oljeavhengig nasjon (Ryggvik, 2009, s. 148).

Det ble nødvendig for oljeindustrien, og da kanskje først og fremst Statoil (nå Equinor), å sette føringer for hvordan debatten utviklet seg og premisser for hvordan den norske oljen skulle oppfattes i samfunnet. Statoil hadde allerede på denne tiden høy økonomisk kapital, slik at de hadde muligheten til å ansette dyktige kommunikasjonsrådgivere som fikk ansvaret for kontakt med mediene (Sæther, 2017, s. 264-265). Flere forskere, blant annet Hornmoen (2014), Lie (2012), Ihlen (2007), Nilsen (2001) og Jensen (2006), (2010) og (2018), har vist til at det på denne tiden ble utviklet en maktkamp i debatten mellom klima og oljen. Parten som vant definisjonsmakten over den andre, kunne sette føringer for hvordan medier og samfunn forholdt seg til spenningen mellom de to. Gjennom arbeidet og argumentasjonen til Statoils kommunikasjonsrådgivere, samt andre aktører innad i petroleumsindustrien og deres videreformidling til allmenne norske medier, har oljeindustrien vellykket trukket på sine motstanderes argumenter og fått rammet den norske oljen inn som grønn (Jensen et al., 2018). Jeg ønsker å trekke fram enkelte eksempler på hvordan dette har foregått.

Allerede på midten av 1990-tallet ble initiativet Miljøsok opprettet av blant annet daværende nærings- og energiminister, Jens Stoltenberg. Initiativet skulle være med på å opprette et direkte samarbeid mellom myndigheter og oljeindustrien (Nilsen, 2001). Det skulle bygge

direkte «[...] videre på det positive initiativ og gode samarbeid vi har sett utvikle seg mellom myndigheter og oljeindustrien i Norsok» (Nilsen, 2001, s. 189).<sup>1</sup> Initiativet var sammensatt av organisasjoner som hadde både med olje og miljø å gjøre, deriblant Nærings- og Energidepartementet, Miljøverndepartementet, Oljedirektoratet, Miljøstiftelsen Bellona mfl. (Nilsen, 2001, s. 189), noe som var med på å sørge for bredde og tyngde i arbeidet.

Det ble tidlig klart at polene på begge sidene i Miljøsok måtte svelge noen kameler for å få til dette samarbeidet. Miljøforkjemperne fikk ikke igjennom ønsket om å ta opp diskusjonen angående utvinningsvolum og oljens miljøpåvirkning, mens klimaskeptikerne ikke fikk igjennom en debatt om hvorvidt det naturvitenskapelige grunnlaget til drivhusteorien er holdbar (Nilsen, 2001, s. 191). Norge er faktisk et av få petroleumsindustrielle land som ikke har brukt motekspertise som et verktøy for å så tvil om menneskeskapt global oppvarming, noe som har vært vanlig kutyme blant oljeselskaper i for eksempel USA. Nilsen (2001) kaller dette dog et «skinnkompromiss», noe han begrunner med at oljesiden visste at skeptisisme til drivhuseffekten allerede var en tapt kamp, og at de gjennom å gi opp dette argumentet som et kompromiss overfor miljøforkjemperne, kunne legge fokuset på å løsrive miljødebatten fra utvinningsdebatten (s. 192). Målet for Miljøsok ble dermed å «grønnvaske» Norges eksport av olje og gass, til noe som stod i samsvar med internasjonale miljøpolitiske mål. Dette ble gjort gjennom å sammenligne utslippene ved *produksjonen* til den norske oljen med utslippene ved produksjonen hos de verre utenlandske petroleumsprodusentene (Nilsen, 2001). Dette fokuset på den norske petroleumsproduksjonen har hatt stor betydning for hvordan politikere, medier og folket forholder seg til den norske oljen i dag, og ikke minst hvordan vi tillegger utenlandsk olje andre egenskaper.

Også Gro Harlem Brundtland, som tidlig hadde rollen som klimakampforkjemper i Norge og verden, har vært en av pådriverne i denne «grønnvaskingen» av den norske petroleumsproduksjonen. Norge fikk kritikk for ikke å ta ansvar i klimakampen fra FNs klimapanel, og for at vi forsøkte å kjøpe oss ut av klimakutt i eget land gjennom klimavoter (Sæther, 2017, s. 50-51). Dermed formulerte regjeringen i 1996 en ordlyd i stortingsmeldingen fra Nærings- og energidepartementet som forsvarte petroleumsproduksjonen i møte med drivhuseffekten. Gjennom å vise til arbeidet i Miljøsok som sa at klimagassutslippene per enhet produsert olje i Norge var mindre enn andre lands,

---

<sup>1</sup> Norsok: forkortelse for Norsk sokkels konkurranseposisjon, og er et prosjekt initiert for å redusere gjennomføringstid og kostnader for forskjellige aspekter ved norsk petroleumsinstallasjoner (Norsok, 2019).

konkluderte de med at «En reduksjon i norsk oljeproduksjon som erstattes av andre oljeprodusenter, vil således medføre økte utslipp av klimagasser.» (Stortingsproposisjon 50, 1995-96 i Nilsen, 2001, s. 193). Gjennom denne meldingen kunne landet igjen identifisere seg som klimaengasjert i en internasjonal sammenheng, norsk olje var nærmest et klimatiltak!

Et annet av de tidlige eksemplene skisseres av Jensen (2006) i artikkelen *Boring som miljøargument? Norske petroleumsdiskursen i nordområdene*. I denne diskursanalysen av norsk mediedekning angående debatten om boring i Barentshavet, belyses en prosess der petroleumsindustrien og deres støttespillere har forsøkt – og i mange miljøer klart – å etablere en «bore for miljøet»-diskurs. I det tidlige 2000-tallet, da petroleumsdebatten i stor grad omhandlet hvorvidt vi skulle bore i Barentshavet eller ikke, viser Jensen til oppstarten av diskursen omhandlende klimavennlig boring i norske medier. Den tok utgangspunkt i oljekappløpet med nordvest-Russland, og sammenlignet det grønne, rene Norge med et post-Sovjetisk, forurensende, radioaktivt Russland uten midler eller teknologi for miljøvennlig offshore petroleumsindustri. Om Norge fikk muligheten til å utrede oppe i nord på sitt grønne vis, kunne de i samme hånd vending være med på å påvirke denne klimaverstingen (Jensen, 2006, s. 298-302).

Videre utover 2000-tallet kan man se at industrien har fortsatt arbeidet ut fra dette utgangspunktet. Både i medier og blant samfunnsmedlemmer i Norge er tanken om at den norske oljen er klimavennlig – eventuelt mer klimavennlig enn andre oljenasjoners petroleum – blitt befestet som en sannhet. Gjentakende mediedekning av oljen som grønn eller til og med som et klimatiltak, har vært med på å forme samfunnets bilde av industrien i dens favør. Dermed ble det mulig for oljeprodusentene å fortsette sin virksomhet i samme tempo som tidligere. Jensen (2010) satt begrepet *diskurskoptering* i denne sammenheng. Med fokuset på spenningen i Norge mellom olje og klima, mente han at oljediskursen kopterte klimadiskursens hovedargument – nemlig at petroleumsnæringen er en klimafiende – ved å gjennom mediebildet fremme tanken om «norsk grønn olje» i befolkningen. Dette var en vesentlig del av etableringen av diskursen om Norges klimavennlige olje, som i dag blant mange er en sannhet og en viktig del av den nasjonale identiteten når det gjelder olje-landet. Oljediskursen klarer nemlig da å bevare begge fasettene ved den nasjonale identiteten i Norge, på tross av motsetningen mellom de to, og dermed være en pådriver for opprettholdelse av nordmenns gode samvittighet.



Også satsingen på norsk gass, som også er en fossil energikilde, kommuniseres som enda grønnere, og et viktig bidrag i kampen mot klimaendringer (Sæther, 2017, s. 61). Naturgassen skal medvirke til utfasingen av kull, verstingen av «den fossile treenighet». Dermed har denne delen av petroleumskommunikasjonen blitt godtatt som en sannhet i befolkningen. I og med at olje og gass ofte finnes i samme brønner, har det ligget naturlig for norske oljeselskaper å satse på gassen i tillegg til oljen. Ressursene ligger tross alt der side om side og venter på å bli hentet opp. Da sannheten om den klimavennlige naturgassen hadde etablert seg i det norske samfunnet, økte naturlig nok satsingen på dette innenfor industrien. Statoil gikk hardt inn for å utvikle langvarige avtaler med EU om salg av gass, som erstatning for den miljøskadelige kullindustrien utover 2010-tallet (Sæther, 2017, s. 72-78), noe som viste seg å ikke skulle være så enkelt. Gassen har gjerne blitt kommunisert som er bro fra fossil energi til fornybar energi, men EU har uttrykt en bekymring for at naturgassen like godt kan fungere som en blindvei, og stå i veien for utviklingen av ren energi, noe man har sett antydninger til i USA (Lazarus, Tempest, Klevnäs & Korsbakken, 2015). Med tanke på arbeidet mot veldige kutt i utslippene de nærmeste tiårene for å nå 1,5 graders-målet, er langvarige avtaler som binder EU til norsk gass og ikke minst utbyggingen av strukturene som nødvendiggjøres via en slik importavtale, mindre fristende. I november 2018 la EU-kommisjonen fram sin langtidsplan for klimapolitikk, hvor bruken av gass kraftig skal stagneres i årene mellom 2030 og 2050 (European Commission, 2018). Dessuten kan ting tyde på at naturgassen ikke er så grønn som politikere og medier fremstiller det som. I tillegg til en ganske energikrevende produksjons- og fraktnings-prosess, er faren for utslipp av gassen *metan* stor både i utvinning, transport og bruken av naturgass (Sæther, 2017, s. 68). Metan er mange ganger mer skadelig for klimaet enn hva CO<sub>2</sub> er, og dermed kan strøm som produkt av kull eller gass nærmest være hipp som happ.

Gjennom oljeindustriens kommunikasjon utad, har de altså klart å ramme inn norsk petroleum som grønn. Produksjonsprosessen i den norske oljen har fått en viktig rolle i denne prosessen. Langt oftere legges det i mediebildet vekt på andelen utslipp som skjer under produksjon, og langt sjeldnere hvor mye av det totale utslippet som foregår under brenning av sluttproduktet. I virkeligheten kommer mellom 95-98% av klimagassutslippene fra oljen under bruk, mens 2-5% kommer fra produksjonen (Fæhn, Hagem & Rosendahl, 2013, s. 21). Dermed betyr det ikke fryktelig mye når du sitter i bensinbilen din om oljen er norsk eller russisk – eller saudiarabisk for den saks skyld.

I tillegg har det i senere år også blitt studert hvorvidt CO<sub>2</sub>-utslipp på verdensbasis vil øke dersom Norge skulle stanse all utvinning – altså om all norsk olje ville erstattes av olje med mer utslipp under produksjon. I 2013 konkluderte økonomer i Statistisk Sentralbyrå med at for hver prosent Norge kuttet i petroleumsproduksjon, ville utslippene globalt sett falle med rundt én million tonn (Sæther, 2017, s. 57). På tross av usikkerhet rundt tallenes eksakthet, var forskerne klare i talen: «Redusert oljeutvinning i Norge vil sannsynligvis ha en positiv effekt for klimaet.» (Sæther, 2017, s. 57). Dermed faller argumentet Miljøsok kom med på 90-tallet til grunn; en reduksjon i norsk petroleumsproduksjon vil *ikke* medføre økte utslipp av klimagasser, tvert imot.

På tross av denne selvdefineringen av egen diskurs, har ikke debatten fått gå uimotsagt hen. Flere forskere med sin fot i klimadiskursen har kritisert denne måten å male bildet av den norske petroleumsindustrien (Dale & Andersen, 2018; Hornmoen, 2014; Ihlen, 2007; Jensen et al., 2018), og i analysen skal jeg vise til hvordan enkelte journalister også forholder seg kritisk til denne typer kommunikasjon. Øyvind Ihlen (2009) argumenterer for at uttrykk som «klimavennlig olje» og «bærekraftig olje» er former for oksymoron, altså motstridende aspekter som ikke kan brukes sammen, slik som «kjempeliten» eller «dobbel så lav». Gjennom en retorisk analyse kritiserer han måten oljenæringen selv definerer hva begreper som bærekraftig utvikling er, i henhold til hva som gagnar dem selv (Ihlen, 2009, s. 60-61). Til tross for at store deler av den norske befolkningen ser problemet med klimaendringer, er oppslutningen til videre oljevirkosomhet bred i landet. En undersøkelse SIFO utførte i 2012 viste til at selv om 70% av befolkningen mente klimaendringene var menneskeskapte, mente likevel 60% at vi burde fortsette å utvinne olje i nye felt i Norge (A. Naper, 2014, s. 218).

Det kan tyde på at det krever en viss interesse for klima og olje til, for å få et helhetlig bilde av de forskjellige fasettene i det norske paradokset. Dette kan raskt bli et demokratisk problem, da det ikke bør være nødvendig å lese fagbøker for å forstå kompleksiteten i forholdet mellom klimadiskursen og oljediskursen. Bilder av mediene som «den fjerde statsmakt» og «vaktbikkje» går ut på at institusjonen skal fungere som en motmakt til staten, i befolkningens øyemed (Handgaard et al., 2013, s. 16). Dessuten er et ideal innenfor journalistikken å dekke nyheter på en upartisk, nøytral og balansert måte (Handgaard et al., 2013, s. 40). Da oppstår det problemer når økonomisk tunge interessenter får være med på å sette føringer for denne representasjonen. Norges tre største politiske partier er alle for en ekspansiv oljeindustri (Arbeiderpartiet, 2019; Fremskrittspartiet, 2019; Høyre, 2019). I tillegg

har fagjournalistikken vært nedprioritert i en periode, fordi mediene sliter økonomisk. Før hadde man egne klimajournalister og egne oljejournalister som kunne fagene sine. I løpet av de siste 20 årene har mediene vært igjennom en stor omveltning, hvor både ressurser og tid har sunket. Baumberger fant i 2007 at 85 prosent av artiklene fra seks utvalgte aviser om Statoil var referatjournalistikk, mens de resterende 15 prosentene var selvstendig journalistikk (Baumberger, 2008). I Rune Ytrebergs masteroppgave fra 2012 kom det fram at mellom 20 og 50 prosent av utvalgte avisers og nyhetsbyråers dekning av oljenæringen var helt eller delvis plagiat av meldingen utstedt av oljenæringen selv (Ytreberg, 2012). Dette som et resultat av at journalister ikke lenger har kunnskap om saken, ei heller tid til å sette seg inn i det, og dermed ordlegger seg etter føringer fra oljens egne kommunikasjonsrådgivere. Da er det ikke så rart at befolkningen har et bilde av at den norske oljen relativt sett er grønn.

Oppsummert kan det argumenteres for at petroleumssektoren, sammen med norske styresmakter, på mange måter har en grad av kontroll over det norske paradokset. Ved å sette søkelyset mot produksjonen av petroleum på norsk sokkel, kan det med rette kommuniseres at norsk olje er mer klimavennlig enn olje fra andre land. Norske mediehus, som har i oppgave å være en motmakt gjennom sin rolle som fjerde statsmakt, har plukket opp denne sannheten i sin dekning av spenningen, noe som underbygger argumentet. Med andre ord har «grønn olje» fått dominere diskursen siden 90-tallet, og gjennom repetisjon og andre retoriske grep har det blitt en godtatt og selvfølgelig sannhet i Norge. Dermed vanskeliggjøres klimakommunikasjonen som adresserer det norske paradokset, da oljediskursen allerede har kooptert deres argumentasjon.

## 2.2 Diskursanalysen

Diskursanalysen er en av mange forskjellige forskningsmetoder som kan brukes i samfunnsdebatter, slik som i dette prosjektet. Jeg har valgt nettopp denne metoden fordi diskursanalysen gjerne gjør seg ekstra egnet om man vil belyse hvordan argumentasjon kan endres og tilpasses over tid, uavhengig av om de substansielle forholdene nødvendigvis har endret seg tilsvarende (Jensen et al., 2018, s. 19). Definisjonsmakt, posisjonering og retorikk er nøkkelbegrep innenfor dette, da argumentasjon og fakta ikke nødvendigvis står i statisk forhold til hverandre. Ordet *diskurs* kan defineres som så mangt, avhengig av hva det er en forsker vil undersøke, men Jørgensen og Phillips mener likevel at man innenfor en bredere forståelse av hva det er, trygt kan si at diskurs er: «(...) en bestemt måte at tale om og forstå

verden (eller et udsnit af verden) på» (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 9). I dette prosjektet vil jeg ta utgangspunkt i at diskurs defineres som hvordan et saksområde og dets sosiale prosess forstås, snakkes om og rammes inn i offentligheten, noe jeg har tatt som inspirasjon fra Jensen, Jensen og Skedsmo (2018) i deres diskursanalyse av debatten om olje og gass i det grønne skiftet (s. 19).

Jeg har tidligere nevnt filosofen og historikeren Michel Foucault som hovedpersonen bak en revitalisering av det gamle begrepet diskurs. Det er også han som langt på vei har lagt grunnlaget for ideene, teorien og metoden som skulle bli diskursanalyse. Der er ikke en allmenn konsensus blant forskere om at hans teorier er riktige eller gode, men det er likevel vanskelig å unngå han i omtale av diskursanalyse, da de fleste diskursanalytiske retninger har røtter i hans teorier (Jørgensen & Phillips, 1999). Blant annet mente Foucault at det finnes maktforhold i forskjellige sosiale praksiser, men at makt kan ses på som noe produktivt og ikke kun som noe undertrykkende, og at det gjennom dette kunne produsere viten, diskurs og subjektivitet. Ser man på makt-begrepet gjennom dette, er makt med på å produsere vår omverden, og samtidig sette rammer for hvordan omverdenen skal se ut – på denne måten er makt både produserende og begrensende (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 21-22).

Diskursanalysen er både en teori og en metodologi som integrerer en analyse av kommunikasjonsprosesser, med analyse av bredere samfunnsmessige spørsmål om makt og politikk (Jensen, 2006, s. 297). En tekst, som er det empiriske grunnlaget en diskursanalyse bygger på, kan defineres som mer enn bare skrevet tekst. En tekst inkluderer både tekst, tale og ikke minst bildebruk. I mange analyseformer blir bildebruk tatt i betraktning som noe ved siden av teksten som analyseres, og gjerne hvordan bildebruken påvirker teksten på en eller annen måte. I diskursanalysen blir bildebruk i større grad sett på som tekst i seg selv, og er en likeverdig del av det empiriske utvalget (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 73).

Diskursanalysens tradisjon inneholder mange forskjellige retninger, både som teori og metode. Valg av teori og metode omhandler forskningsprosjektets tematikk og mål; forskeren må gjøre rede for hva det er vedkommende ønsker å finne ut av, og hvilken diskursretning som egner seg best som verktøy for å svare på dette. Maktforholdet mellom oljesiden og klimasiden i det norske paradokset kan ses som problematisk, derfor vil jeg argumentere for at kritisk diskursanalyse er hensiktsmessig å ta i bruk i dette prosjektet.

## 2.2.1 Kritisk diskursanalyse

Kritisk teori stammer først og fremst fra Frankfurterskolen og har sikte på å orientere seg rundt kritikk mot og forandring av samfunnet, der klassiske sosiologiske teorier kun har som mål å utarbeide en forståelse av det (Wodak & Meyer, 2009b). Ifølge Jørgensen og Phillips utøver man gjennom kritisk diskursanalyse en oppstilling av «[...] teorier og metoder til teoretisk at problematisere og empirisk at undersøge relationerne mellom diskursiv praksis og sociale og kulturelle utviklinger i forskjellige sociale sammenhænge.» (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 72). Med dette mener de at man gjennom denne typen kritisk teori og metode, kan finne kritikkverdige forhold mellom diskursiv praksis og samfunnet som helhet og dets utvikling. Det er et verktøy for å avdekke maktforhold i samfunnet – både synlige og ikke synlige – hvor bruken av denne makten ifølge forskeren er kritikkverdig.

Norman Fairclough og Ruth Wodak er to framtrepende forskere innenfor feltet. De har sammen oppsummert åtte trekk som er framtrepende i kritisk diskursanalyse; (1) kritisk diskursanalyse adresserer et problem, (2) maktrelasjoner er diskursive, (3) diskurs konstituerer samfunn og kultur, (4) diskurs gjør ideologisk arbeid, (5) diskurs er historisk, (6) linken mellom tekst og samfunn er mediert, (7) diskursanalyse er fortolkende og forklarende og (8) diskurs er en form for sosial handling (van Dijk, 2015, s. 467). Jeg skal i dette delkapittelet gjøre rede for teorien bak en kritisk diskursanalyse, med disse åtte trekkene som utgangspunkt.

Denne typen diskursanalyse er en kritikk av et hegemonisk system som forskeren selv er en del av, noe som kan være en påvirkende faktor. Vedkommende må med andre ord være klar over at deres arbeid er drevet av sosiale, økonomiske og politiske motiver – på lik linje som ved andre akademiske arbeider – på tross av at de forsøker å kritisere det. Det at forskeren stiller seg kritisk til samfunnets strukturer og prosesser, gjør ikke at hun eller han frigjøres fra deres plass i det sosiale systemet (Wodak & Meyer, 2009b). Likevel er det en gangs tradisjon i kritisk diskursanalyse at forskeren heller ikke legger skjul på at vedkommende har et standpunkt i tematikken som forskes på (Wodak et al., 2009, s. 8). Om man går inn i et forskningsfelt med et kritisk blikk, er det allerede tydeliggjort at forskeren tar fatt på arbeidet med en tanke om at det finnes en skjev maktstruktur, som vedkommende ønsker å få fram i dagens lys. Det å være kritisk til noe innenfor et forskningsfelt, er i seg selv et slags standpunkt. Da blir det viktig for forskeren å likevel ikke la dette styre hvordan prosjektet

utformes og empirien velges i den hensikt å framprovosere funn som underbygger hypotesene uten å ha grobunn i virkeligheten.

Som jeg har vært gjennom, ser Foucault på diskurs som en form for *sosial praksis*. Sosial praksis betegner all handling som foregår i et samfunn, og diskursiv praksis kan betegne *språkbruk* i den sosiale praksis (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 79). Med andre ord er all diskursiv praksis sosial praksis, mens sosial praksis er bredere enn kun diskursiv praksis. Gjennom dette argumenteres det for at det finnes et dialektisk forhold mellom enkelte diskursive hendelser og situasjoner, institusjoner og sosiale strukturer som rammer dette;

The discursive event is shaped by them, but also shapes them. That is, discourse is socially constitutive as well as socially conditioned – it constitutes situations, objects of knowledge, and the social identities of and relationships between people and groups of people. It is constitutive both in the sense that it helps to sustain and reproduce the social status quo, and in the sense that it contributes to transforming it. Since discourse is so socially consequential, it gives rise to important issues of power. (Norman Fairclough & Wodak, 1997, s. 258).

Hendelser og rammene rundt hendelsene er altså i en dynamisk prosess, hvor de påvirker og former hverandre, og samtidig er avhengige av hverandre for å være meningsbærende. Dette gjelder også i den sosiale sfære, hvor diskurs er i et dialektisk forhold med blant annet sosial kunnskap og identitet, noe som kan settes i direkte sammenheng med maktforhold i samfunnet.

Ved å benytte seg av en kritisk diskursanalyse, vil målet være å forsøke å synliggjøre slike samfunnshegemonier. Ved systematisering og klargjøring av begrepsbruk, holdninger og verdireferanser som ved første øyekast framtrer som naturlige, men som har en underforliggende agenda om du ser nærmere, kan man på denne måten «avsløre» hegemoniske tendenser (Wodak et al., 2009, s. 8). Innenfor dette er det hensiktsmessig å vende blikket mot hva som er *gyldig kunnskap* i tiden og stedet forskeren befinner seg, og hvordan denne kunnskapen dannes og videreformidles (Jäger & Maier, 2009). Kunnskap er relativt, og dens validitet avhenger av individers plass historisk og geografisk, samt individets klasserelasjon – deres *diskursive omgivelser*. Videre handler det om å se på hvilke funksjoner denne kunnskapen har for individer i dette stedet og denne tiden, og hvilke konsekvenser dette har for videre forming og utvikling av samfunnet. All form for kunnskap kan analyseres (Jäger & Maier, 2009, s. 34-35).

Som jeg så vidt har vært inne på er *makt* et viktig emne innenfor kritisk diskursanalyse for å forstå dynamikken i moderne samfunn. Makt er dog ofte et usynlig fenomen, og i en kritisk diskursanalyse er det derfor relevant å fokusere på lingvistiske manifestasjoner av makt, og gjennom dette få et innblikk i hvordan sosiale strukturer beveger seg (Wodak & Meyer, 2009a, s. 10). Ved å legge fokus på medietekster som representerer hverdagslig kommunikasjon i institusjonelle medier, og ikke mindre tekstutdrag produsert av lingvister, kan man gjennom kritisk diskursanalyse få et innblikk i diskursenes påvirkning på sosial og politisk virkelighet (Wodak et al., 2009, s. 8).

Diskurser er historisk utviklet, og må derfor forstås i forhold til deres tidligere kontekst. De er dynamiske og utvikler seg hele tiden i forhold til forskjellige samfunnsmessige og politiske tendenser, og det er dermed viktig å ikke se på dem som noe statisk og varig. Dette gjør at temaet favner om et interdisiplinært område, der man også kan ta stilling til sosiologiske, psykologiske og politiske komponenter ved området som forskes på (Wodak & Meyer, 2009a, s. 20-21). Dette kan omfatte både det teoretiske rammeverket til analysen og måten man samler inn empirisk materiale på. Dette åpner imidlertid også for at metoden kan brukes i en rekke disipliner, også journalistikkforskningen.

Det er ingen allmenn konsensus om hva en kritisk diskursanalyse er eller hvordan den skal utvikles. Likevel er det en del trekk som er fellesnevner for de fleste anerkjente analysemetodene og teoriene, som gjør at kritisk diskursanalyse skiller seg fra andre diskursanalyser og kan identifiseres som en særskilt retning. Jørgensen og Philips (1999) har skissert fem viktige trekk som man finner på tvers av de forskjellige retningene innenfor kritisk diskursanalyse.

For det første er det en enighet om at *sosiale og kulturelle prosesser har en delvis lingvistisk-diskursiv karakter*. Når man snakker om dette er det viktig å understreke at diskursiv praksis inkluderer både produksjonen av tekster, så vel som konsumering og fortolkning av disse tekstene. Disse diskursive praksisene ses som en viktig sosial praksis som er med på å konstituere den sosiale verden gjennom blant annet forskjellige typer lingvistiske formidlinger, samt reprodusere og forandre den (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 73). Formålet med en kritisk diskursanalyse er å belyse den lingvistisk-diskursive dimensjonen av samfunnsfenomener og forandingsprosesser. Det andre fellestrekket blant retningene innenfor kritisk diskursanalyse, er at diskurs blir sett på som *både konstituerende og konstituert*. Andre diskursretninger ser diskurs kun som konstituerende eller formende, mens i

den kritiske retningen ses diskurs i et dialektisk forhold til andre sosiale dimensjoner. Dette medfører at man ser diskurs som noe som er med på å forme den sosiale verden, samfunnet og identiteter, samtidig som det er et resultat av det.

For det tredje skal *språkbruk analyseres empirisk i den sosiale sammenheng*, ifølge forskere innenfor denne retningen. Dette betyr at det skal være en konkret språklig tekstanalyse av språkbruk i sosial interaksjon. Måten språk blir benyttet for å føre og definere kunnskap innenfor en bestemt diskurs, er målet med analysen. For det fjerde er det en enighet om at *diskurs fungerer ideologisk*. Det er en konsensus om at forskjellige diskursive praksiser bidrar til å produsere og reprodusere ulike maktforhold mellom samfunnsgrupper, slik som jeg tidligere har nevnt. I kritisk diskursanalyse ser forskeren det som sin oppgave å «avsløre» opprettholdelsen av den sosiale verden på makthavernes premisser, og bidra til en sosial forandring i bevegelse mot likhet (Jørgensen & Phillips, 1999). Den femte og siste fellesnevneren for retningen er at det er *kritisk forskning*. Dette betyr at forskeren ikke er politisk nøytral i analysens gang. Likevel er det et viktig premiss for å gjøre en analyse god i kritisk diskursanalyse at funn og konklusjoner er resultat av balansert empiri og tolkning. Jeg kommer til å gå nærmere inn på dette i kapittel 5.

Som ved de fleste forskningsmetoder innenfor humaniora, er det både positive og negative sider ved en kritisk diskursanalyse. Formålet ved bruken av denne typen metode er å avdekke maktstrukturer i samfunnet som forskeren mener er kritikkverdige, slik jeg tidligere skildret. Kritisk teori og metode er og har lenge vært møtt med kritikk, da det bryter med forskningstradisjonens mål om objektivitet. Om forskeren er kritisk til en sak eller tematikk, har vedkommende gjennom dette allerede uttrykt en form for subjektiv holdning til det som forskes på. Cameron og Panović (2014) rettferdiggjør dette ved å argumentere for at forskeren er en del av den verden som forskes på, og at det dermed blir umulig for vedkommende å tilnærme seg sin data uten noen forhåndsholdninger. Margareth Wetherell belyser en lignende fare ved kritisk tradisjon, i muligheten for at forskeren aldri blir overrasket over sine funn: «The world is already known and is pre-interpreted in light of the analyst's concerns.» (Wetherell, 2001, s. 384). Potensialet for at forskeren er partisk og at dette kan påvirke forskningsresultatet, er en av de mest utbredte kritikkene til denne typen metode. På grunn av dette blir det for en kritisk forsker enda viktigere å tilby leseren en innsikt i prosessen, både innenfor metodeutforming, utvalgsprosessen, databehandling, koding og analyse. På denne måten kan forskeren rettferdiggjøre sine funn overfor leseren. Samtidig finner jeg det relevant



å nevne at blant annet Fairclough ser på forskeren i en kritisk diskursanalyse som en aktiv kraft i politikken og samfunnet, som kan bidra til endringer der vedkommende finner det nødvendig fra et forskningsperspektiv (Wetherell, 2001, s. 384).

### **2.2.2 Nøkkelbegreper i kritisk diskursanalyse**

Fairclough har to måter å bruke begrepet diskurs på. Som jeg også har vært gjennom tidligere, ser han det som en sosial praksis innenfor språkbruken, dette i en mer abstrakt tanke om begrepet. I tillegg ser han det som en *måte å snakke på som gir betydning til opplevelser fra et bestemt perspektiv*, i en mer konkret forståelse. Eksempler på dette er diskurser som er adskilt fra andre diskurser; feministisk diskurs, sosialistisk diskurs, miljødiskurs eller forbrukerdiskurs (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 79). Han mener også at diskurs er med på å konstituere tre aspekter ved medlemmer av samfunnet, og blant disse er sosial identitet én av dem – i tillegg til sosiale relasjoner og kultur- og kunnskapssystemer.

Fokuset, når man utøver en kritisk diskursanalyse, skal være på to dimensjoner; *den kommunikative begivenhet* og *diskursordenen* (Jørgensen & Phillips, 1999). Den kommunikative begivenhet peker mot tilfellet av språkbruken som skal analyseres, det være seg en film, et intervju, en avisartikkel eller politisk uttalelse. En diskursorden er summen av diskurstyper (diskurser og sjangre) som brukes innenfor en sosial institusjon eller domene. På en måte kan man si at diskursordenen er en struktur, mens de kommunikative begivenhetene finner sted innenfor rammene strukturen setter og dermed reproducerer ordenen. Samtidig kan også de kommunikative begivenhetene endre rammene for diskursordenen, ved å dra på argumentasjon fra andre diskursordener og gjøre dem gjeldende innenfor den opprinnelige (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 83). De har altså et dialektisk forhold til hverandre. Den kommunikative begivenheten er det som utgjør helt praktisk det empiriske materialet i en kritisk diskursanalyse. Dette skal analyseres opp mot de spesifikke diskursordener som er overordnet den kommunikative begivenhet. Måten dette foregår på kommer jeg til å gå nærmere inn på i metodekapittelet. Det er viktig å undersøke relasjonene mellom sosiale institusjoner og diskursordenene knyttet til dem. Forholdet dem imellom er ikke enkelt og maktforhold kan ha påvirkende kraft. Forskjellige institusjoner kan ha like diskursive praksiser og én diskursiv praksis kan brukes på mange forskjellige måter av forskjellige institusjoner.

Et siste nøkkelbegrepspar jeg ønsker å nevne er begrepene *interdiskursivitet* og *intertekstualitet* (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 84). Interdiskursivitet er bruken av forskjellige diskurser på tvers av grensene til de forskjellige diskursordenene. Nye måter å argumentere for, samt å bygge på argumenter utenfra en bestemt diskursorden, kan være en bidragsyter i en diskursiv, og dermed også sosiokulturell, forandring. Derfor kan både diskursiv reproduksjon og forandring analyseres gjennom relasjoner mellom diskurser i en diskursorden samt relasjonene mellom forskjellige diskursordener. Interdiskursivitet er en form for intertekstualitet. Dette begrepet betegner når tekster trekker på andre tekster (Jørgensen & Phillips, 1999). I en kommunikativ begivenhet, begynner man aldri helt forfra, men bygger på argumenter som allerede er brukt før i den bestemte sammenheng eller i en annen. En tekst kan ses på som en del av en kjede, hvor en rekke tekster bygger på hverandre og inkorporerer elementer fra hverandre, og dermed både er påvirket av og påvirker historiens utvikling og forandring.

## **2.3 Studier av nasjonale identiteter**

Politiske diskurser bestemmes av samfunnet som diskursen utvikles i, og kan derfor ses på som en sosial praksis, slik jeg tidligere har skissert (Wodak & Meyer, 2009b, s. 17). I en studie gjort i 1999 av Wodak, De Cillia, Reisigl og Liebhart ble det vist til at diskursive konstruksjoner kan underbygge nasjonale fellesskap. Det ble her også funnet at forskjellige diskursive sosiale prosesser er med på å etablere nasjoner og nasjonale identiteter. Hva som ses på som nasjonal identitet i et land, er tidsbestemt og avhengig av prosesser i og utenfor landet. Analysen som ble utviklet i det nevnte studiet tok for seg innhold og tematikk i medietekster, av politiske uttalelser og av fokusgrupper. Målet er å analysere utvalgets tekst og språkbruk, for å avdekke strategier som er med på å etablere, bevare, forandre eller destruere identiteten, gjennom å utforske språklige virkemidler som er med på å skape en felles forståelse av hva nasjonen er, og hva den ikke er (Wodak et al., 2009). Teoriene jeg presenterer her, bruker jeg aktivt i utformingen av analysemodellen i kapittel 4.

Ifølge Wodak mfl. er nasjonal identitet er diskursiv konstruksjon (Wodak et al., 2009). Her kommer tanken om at diskurs er en sosial praksis inn som en nøkkelfaktor, da samfunn og deres medlemmer gjennom sosial praksis er med på å skape samfunnets identitet. Dermed blir det også mulig å analysere nasjonal identitet på et diskursivt nivå, gjennom å se på forskjellige sosiale praksiser som analysemateriale. Disse sosiale praksisene kan være alt fra

bokutgivelser, medieoppslag, offentlige publikasjoner til samtaler samfunnsmedlemmer imellom.

Nasjoner i alle størrelser kan ses på som *forestilte fellesskap* (De Cillia, Reissigl & Wodak, 1999). Selv i de minste nasjoner vil ikke samfunnsmedlemmer møte, snakke med eller høre fra majoriteten av nasjonen, men likevel vil de føle en tilhørighet til hverandre. Dette kommer blant annet av at de leser de samme avisene, ser de samme tingene på fjernsynet og lytter til de samme radioprogrammene. Ingen nasjon identifiserer seg med menneskeheten som en helhet, på tross av at vi fra naturens side er flokkdyr. Det å forholde seg til mennesker som er begrenset innenfor landegrenser, er en mer overkommelig måte å samle en befolkning. (De Cillia et al., 1999). Det vil altså si at en fra Kirkenes i Finnmark vil føle mer tilhørighet til de som bor syd i Norge, enn de vil føle til russere, på tross av at de bor et steinkast unna den russiske grensen. Det er som regel kun ved større angrep mot menneskeheten, som for eksempel ved terror, ekstreme naturkatastrofer eller epidemier/pandemier, at mennesker står sammen på tvers av landegrenser og andre geografiske eller politiske skiller, for menneskehetens skyld alene. Som regel vil vi nordmenn føle størst tilhørighet til våre landsfeller, eller strekke tilhørigheten ut til våre skandinaviske naboer.

Den nasjonale identiteten bygges opp av en felles historie og minner. Dette kalte Maurice Halbwachs for et *kollektivt minne* (De Cillia et al., 1999). Disse erindringene av tidligere hendelser blir selektivt frambrakt som viktige i et samfunn, og er med på å skape historien samfunnet er bygget på. Gjennom dette kan man forsøke å identifisere en kobling mellom de teoretiske diskursene rundt nasjonal identitet og hverdagens myter og symboler i et gitt samfunn (De Cillia et al., 1999). Sett i sammenheng med det kollektive minnet og en felles forståelse av nasjonens historie, mener Clifford Geertz at man kan se nasjonalitet som et narrativ. Med dette mener han at samfunn gjennom deres narrativ blir fortalt noe om den sosiale verden de lever i, slik at narrativer gir den sosiale verden en mening (De Cillia et al., 1999, s. 155). Disse historiene produseres og reproduseres av aktører med en interesse i å spre nettopp disse historiene, og på den måten gi en spesifikk mening til den nasjonale identiteten.

I Norge, som alle andre nasjoner, har vi et stort utvalg kollektive minner som har vært med på å utvikle vår nasjonale identitet i den ene eller andre retningen. Norges grunnlovsdag i 1814 kan betraktes som et felles minne i norsk historie og preger mange nordmenns forhold til Danmark, på tross av at ingen som opplevde dette er gjenlevende i landet i dag. Ting man har lært gjennom grunnskole, og som har vært del i dannelsesreisen, setter seg gjerne som et

minne på tross av at en selv ikke enda var født eller husker det. På samme måte kan Brundtlands storhetstid på 80-90-tallet og funnet av Ekofisk i 1969 ha påvirkning i utviklingen av nasjonens felles minne.

Stuart Hall fokuserer på kulturens rolle i konstruksjonen av nasjoner og nasjonal identitet, og argumenterer for at nasjoner er systemer av *kulturelle representasjoner* i hans bokkapittel *The Question of Cultural Identity* (Hall, 1996). Mennesker er med på å forme ideen om nasjonen, da den er representert i deres nasjonale kultur. Den nasjonale kulturen er i seg selv en diskurs, da den bidrar til å skape mening som igjen er med på å påvirke egne handlinger, så vel som hvordan vi forstår oss selv.

[...] National cultures construct identities by creating meanings of 'the nation', with which we can *identify*; these are contained in stories that are told about the nation, in memories which link its present to its past and in the perceptions of it that are constructed of it. (Hall, 1996, s. 613).

Man kan altså se linker mellom både Hall, Halbwachs og Geertz tanker om nasjonal identitet. Den nasjonale kulturen er avhengig av narrativet og historien, for at konseptet nasjonen skal være meningsbærende. Nasjonal kultur er verken statisk eller forutbestemt. I dag, med vårt multikulturelle samfunn og internett i nærmest enhver lomme, kan det være utfordrende å definere en felles nasjonal kultur for samfunnet som en helhet. Likevel er det elementer ved nasjonens historie og de felles minnene dette skaper, samt naturressurser og holdning som kan sette føringer for hvordan kulturen i et land formes og utvikles. I den forbindelse er det vesentlig å trekke inn forskjellen mellom kultur og sosial identitet. Man kan se sosial identitet som «gruppedannelser og sosiale grensdragninger» som danner formen for hvordan en nasjonal identitet ser ut, mens kulturen kan ses som en «felles mening» som hyppigere svinger og blir påvirket utenfra, men likevel innenfor rammene til den sosiale identiteten (Eriksen & Neumann, 2011, s. 5).

The national identity of individuals who perceive themselves as belonging to a national collectivity is manifested, *inter alia*, in their social practices, one of which is discursive practice. The respective national identity is shaped by the state, political, institutional, media and everyday social practices, and the material and social conditions which emerge as their results, to which the individual is subjected. This discursive practice plays a central part both in the formation and in the expression of national identity. (Wodak et al., 2009, s. 29).

Ut ifra dette sitatet, kan man anta at diskursiv praksis har en nøkkelrolle i etableringen av nasjonal identitet. Forskjellige samfunnsinstitusjoner, blant annet medieinstitusjonen, er sammen med på å forme og utvikle en nasjons identitet, og dermed er den diskursive praksisen i disse forskjellige institusjonene også relevante å analysere i henhold til nasjonal identitet. Som jeg var inne på tidligere er all diskursiv praksis en form for sosial praksis, mens ikke all sosial praksis er diskursiv praksis. Hvordan samfunn og deres medlemmer oppfatter og uttrykker sin identitet, og spesielt da sin nasjonale identitet, er sterkt knyttet til disse forskjellige diskursive praksisene.

### 3 Norske identiteter

Nasjonal identitet kan altså identifiseres som en diskursiv konstruksjon av blant annet forestilte felleskap, felles minner og felles kultur (De Cillia et al., 1999). Det er en kompleks og vanskelig målbar størrelse, og det å skulle identifisere *den norske identitet* med base i konkret forskning kan være en utfordring. Utfra tidligere litteratur innenfor denne tematikken finnes det i større grad kommentarer på tematikken enn faktisk empirisk analyse. Å komme med en ren konklusjon på hva norsk identitet er, kan være problematisk i et land med en stor variasjon innenfor holdninger, kultur og politisk ståsted. Et konkret svar på hva norsk identitet er, med to streker under, er en forskningsutopi som ikke har grobunn verken her eller i humaniora generelt. Likevel mener jeg at tidligere forskeres og teoretikers tanker og drøftinger angående hva norsk identitet er og hvordan forskjellige hendelser og politiske utfordringer og seire har påvirket dette, er faktorer det er fruktbart å skildre i dette kapittelet. Jeg ser det også som relevant her å trekke inn måten norske regjeringer har bidratt til å utvikle den norske identiteten, og da spesifikt innenfor spenningen mellom oljen og klima. Ved å eksemplifisere fra nyeste oljemelding (2010-2011), nyeste energimelding (2015-2016) og nyeste klimamelding (2016-2017), vil jeg argumentere for at jeg i det minste kan skape et slags bilde av måten den norske staten ønsker å vinkle landets identitet. På denne måten får jeg skildret flere forskjellige aspekter ved den norske identiteten som senere vil drøftes opp mot analysen.

I Norge er diskursen *nasjonal identitet* et viktig aspekt i det offentlige ordskiftet, så vel som i den mentale habitus i befolkningen. I en studie utført i 1991 ble det funnet at ordet «norsk» var det tredje vanligste ordet som ble brukt i norske aviser (Eriksen & Neumann, 2011, s. 5). Nordmenn har en tendens til å se og omtale den norske identiteten på en måte som har grunnlag i et glansbilde av hva Norge er. Både tanken om Norge som en *underdog*, og samtidig et land med moralsk overlegenhet ligger sterkt i befolkningen (Eriksen & Neumann, 2011, s. 14). Og det skal heller ikke legges skjul på at Norge som nasjon har lyktes på flere områder. Landet befinner seg blant vinnerne på lister som blant annet måler generell lykke (Helliwell, Layard & Sachs, 2019), ytringsfrihet (ReportersWithoutBorders, 2019) og beste land å bo i (Kovacevic et al., 2018). Internasjonale kåringer som disse kan være med på å underbygge glansbildene nordmenn holder av seg selv og staten. Noreng (2018) argumenterer for en holdning blant nordmenn som flinkest i alt – han ramser opp; effektivitet, oljevirkosomhet, skoler, miljøvern, bistand og fredsbygging (s. 143).

Nordmenns historie og relasjon med de andre skandinaviske landene og resten av Europa har hatt en definerende rolle innenfor hvordan de oppfatter seg selv. Tanken om selvstendighet sitter hardt i etter historien om Norge som kasteball mellom Danmark og Sverige, noe som igjen fikk betydning for bruken av ordet «union» under EU-debatten i 1994 (Eriksen & Neumann, 2011). Som et resultat har befolkningen stemt ned forslag om medlemskap i den europeiske union ikke bare én, men to ganger. Forholdet Norge og Europa imellom er varierende, på én side er landet geografisk og historisk en del av kontinentet mens på en annen side framstår europeere som «de andre» i en identitetskonstruksjon (Eriksen & Neumann, 2011, s. 5). Norge som et «annerledesland» var en idé som ble etablert under folkeavstemningen, og et begrep som fikk røtter langt inn i den norske folkesjela. Nordmenn er ikke som alle andre, de var endelig et selvstyre, og ville gjerne fortsette med dette litt til. De kunne dyrke sin egen historie, som en gammel vikingnasjon, som et nøysomt bondesamfunn og som en fredelig velferdsstat.

Innenfor Norges landegrensener finnes det en natur mange nordmenn mener det er viktig å ta vare på. Landet har kun bebyggelse på 1,7% av landarealet (SSB, 2018) og har en av verdens lengste kystlinjer (SSB, 2013). Bare dette i seg selv peker mot at vi har mye natur å kunne oppleve. Dette har blitt en av Norges stoltheter, en viktig faktor i utviklingen av den nasjonale kulturen vår, og følgende en del av vår identitet. Norsk turkultur stammer fra romantikken, hvor den norske borgerligheten fikk et inntrykk av norsk natur gjennom kunstverk (Wermskog, 2016, s. 15). I løpet av den første halvdel av 1800-tallet ble det anlagt infrastruktur som skulle gjøre det mulig for nordmenn å oppleve naturen landet hadde å tilby, noe som var begynnelsen på den turkulturen som kan oppleves i dag. Nordmenn liker å gå tur for turens skyld – 70-80% av befolkningen driver med en eller annen form for friluftaktivitet (Wermskog, 2016, s. 13). Folkeeventyrene er også ofte basert på norsk natur, med fjorder og fjell, Espen Askeladd er et eksempel på dette. Med naturen så bundet til nasjonalidentiteten, følger naturvern og miljøvern naturlig etter. I en internasjonal undersøkelse i 1992 svarte 72% av alle nordmenn at de ville velge å beskytte miljøet overfor økonomisk vekst og 66% svarte at de så global oppvarming som «et veldig seriøst problem» (Andresen & Butenschøn, 2001, s. 342). Det finnes også opptil flere eksempler på tilfeller hvor nordmenn har tydd til aksjoner og demonstrasjoner mot politisk bestemte inngrep i naturen; Alta-aksjonen om Kautokeinovassdraget, demonstrasjoner mot oljeutredning i Lofoten, Vesterålen og Senja, og motstanden mot vindkraft på land som vi ser i dag, for å nevne noen.

På den andre siden har den norske identiteten sterke bånd i velferdsstaten og den norske modellen (Eriksen & Neumann, 2011, s. 11), som har en sterk økonomisk forankring i petroleumsindustrien. Før funnet av Ekofisk lille julaften 1969 så Norges økonomi ganske annerledes ut enn etter 70-tallets utvikling av Norge som ressursstormakt, både innenfor den tradisjonelle fiskeindustrien og nå også innenfor petroleum (Tamnes, 2009). Ønsket om statlig kontroll over viktige økonomiske virksomheter har vært et spesielt trekk innenfor norsk økonomisk politikk, spesielt når norske naturressurser er involvert (Lie, 2012, s. 143). Interessen for ressursene i Nordsjøen var stor fra blant annet amerikanerne, og det ble viktig for Norge å beholde kontroll over benyttelsen og eksporten av egne ressurser. På tross av politisk uenighet mellom Arbeiderpartiet og Høyre, ble Statoil etablert som et rent statlig oljeselskap og fikk i oppgave å stå for statens forretningsmessige engasjement i oljesektoren (Lie, 2012, s. 146). Ingen hadde sett for seg verken hvor stor sektoren skulle bli eller hvor betydningsfull denne statlige kontrollen over økonomien viste seg å være framover. Likevel ble det raskt tydelig at det var snakk om store pengesummer. I et håp om å unngå samme feil som Nederland gjorde på 70-tallet<sup>2</sup>, ble det viktig å avklare hvordan Norge skulle forvalte denne pengestrømmen, spesielt med tanke på at den var så sterkt knyttet til tilfeldige ytre forhold (Lie, 2012, s. 152). Etter lang debattering ble planen å la pengene gå gjennom et eget fond og investeres i utlandet, noe som gikk gjennom i Stortinget i 1990. I 1996 kom første innskudd i det som i dag heter Statens Pensjonsfond Utland – eller på folkemunne *Oljefondet*. I skrivende stund er oljefondet verdt over 10 000 milliarder kroner (NBIM, 2019).

Norge kan altså identifiseres som et land med sterk kultur innenfor natur, naturvern og ikke minst engasjement innenfor klimasaken. Landet samles innenfor identiteten som et godt og grønt land. Samtidig har landet gjennom funn og utnyttelse av store petroleumsressurser utviklet seg til å bli verdens femte største eksportør av olje (Ihlen, 2007, s. 12). Dessuten har petroleumssektoren sysselsatt mange mennesker i landet (i 2016 kunne 183 800 stillinger direkte eller indirekte knyttes til petroleumsnæringen (SSB, 2017)) og generelt sett blitt en av de mest velutviklede industriene landet har. Dermed kan man si det er et paradoksalt forhold innenfor den norske identiteten, det jeg i innledningen presenterte som det norske paradokset.

På tidlig 2000-tall skildret Andresen og Butenschøn en endring i norsk miljøpolitisk engasjement. Jeg har tidligere vist til hvordan kommunikasjonen av norsk petroleum endret

---

<sup>2</sup> I løpet av 70-tallet gikk Nederland gjennom det som senere har blitt omtalt som *hollandsk syke*, hvor plutselige store inntekter til staten og sysselsetting ble fulgt av et raskt tap i konkurransevne og kraftig innstramning i offentlig og privat pengebruk (Lie, 2012, s. 151).



seg i løpet av 90-tallet og tidlig 2000-tall, da det ble nødvendig for industrien å definere diskursen selv, før miljøbevegelsen fikk definisjonsmakten. I tillegg til at det var et skifte i mediebildet, var det også et skifte i den norske politikken. Norge var et klimapolitisk aktivt land på 80-tallet både på nasjonalt og internasjonalt plan, med Brundtland i spissen (Andresen & Butenschøn, 2001). Fra 1991 var det et skifte i norsk engasjement, noe som kom fram ved klimakonvensjonen i Rio de Janeiro i 1992. Internasjonale klimahandlinger og samarbeid ble nøkkelford innenfor de norske kravene, en tendens som ble gjentatt når Kyotokonvensjonen nærmet seg i 1996 (Andresen & Butenschøn, 2001, s. 339-340). Dette hadde å gjøre med at petroleumsindustrien på denne tiden var voksende. Det ville bli dyrt for Norge å kutte i utslippene der hjemme, noe industrien lobbet sterkt overfor regjeringen. Denne interaksjonen mellom makten og industrien legitimerte den nye politikken som la til rette for å jobbe for kutt i andre land og som dannet grunnlaget for det vi i dag kaller klimakvoter. Norge fikk i Kyotoprotokollen dispensasjon til å øke utslippene med 1% i perioden fram til 2008-2012 der andre land skulle kutte, men allerede i 1998 var økningen på 18% (Andresen & Butenschøn, 2001, s. 344-345).

Det var også et skille innad i politikken angående hvordan Norge skulle tilnærme seg klimatrusselen. Hovden og Lindseth (2004) skildret hvordan det var et paradigmeskifte innenfor klimaengasjement på 90-tallet, hvor skillet mellom politiske aktører som ønsket nasjonal handling og som ville arbeide for internasjonalt samarbeid ble større. Innenfor diskursen om nasjonal handling var Sosialistisk Venstreparti, Venstre, Kristelig Folkeparti, Senterpartiet og deler av Arbeiderpartiet, mens innenfor diskursen om internasjonalt samarbeid var størstedelen av Arbeiderpartiet og Høyre samt oljeindustrien, forretningsindustrien og handelssektoren (Hovden & Lindseth, 2004, s. 76). Det argumenteres her for at det er dyrere å gjøre kuttene i Norge fordi elektrisitetsforbruket her i stor grad er fornybar, og at det dermed vil være mer kostnadseffektivt å tenke globalt (Gloppen et al., 2014).

Én måte å forsøke å skape et bilde på hvordan staten underbygger sitt bilde av den norske identiteten, er å se på regjeringens meldinger til stortinget. Stortingsmeldinger fra norske regjeringer skildrer hvordan den norske stat definerer landets politiske identitet.

Innledningsvis nevnte jeg hvordan norske regjeringer gjennom oljemeldingen, energimeldingen og klimameldingen bygger opp under norsk identitet både som en sterk klimastat og som en sterk og varig petroleumsstat. Problematikken rundt det å identifisere seg

som begge innad i én og samme stat får heller lite oppmerksomhet. Med andre ord kan det tyde på at de som sitter på makten i Norge styrer unna dette spenningsforholdet når det skal rapporteres fra de to departementene for henholdsvis Klima- og miljø og Olje- og energi. De få tilfellene hvor de to diskursene omtales sammen, spiller regjeringen på den samme typen argumentasjon som de gjorde på 90-tallet og slik petroleumsindustrien kommuniserer selv utad. At den norske oljen er klimavennlig relativt sett.

Slik jeg har vært inne på, er en nasjon et forestilt felleskap. Måten dette bygges opp på er å trekke fram hva en nasjon har felles sammen, og gjerne også hva som skiller den fra andre nasjoner. «Norges petroleumsressurser er det norske folks eiendom og skal komme hele samfunnet til gode.» Slik begynner stortingsmelding 28 *En næring for framtida – om petroleumsvirksomheten* (2010-2011). Gjennom denne typen argumentasjon samles det norske folk ved å eie noe sammen, noe som gir en felles inntekt til landet. I stortingsmelding 25 *Kraft til endring: Energipolitikken mot 2030* bygges det norske felleskap ved å sammenligne norske og europeiske energisystem: «Særlig har klimautfordringen bidratt til store endringer i mange av energisystemene i Europa, der kraftforsyningen i stor grad har vært basert på energi fra kullkraftverk. Europeiske energimarkeder gjennomgår omstillinger som både gir nye utfordringer og muligheter for Norge.» (2015-2016, s. 6). Her blir de forskjellige nasjonene i Europa samlet sammen til en større masse, som gjennom historien har basert sin energiforsyning på skittent kull. Måten Norge skal møte dette skildres slik:

Norge har et godt utgangspunkt i møte med utfordringene og mulighetene. Vi har en energiforsyning med lave klimautslipp. Der andre land nå er i starten på sin omstilling til en mer klimavennlig energiforsyning, er norsk kraftsektor nær utslippsfri. Med samme type kraftproduksjon som i Europa, ville klimagassutslippene fra den norske kraftsektoren tilsvart nesten halvannen ganger dagens samlede utslipp i Norge. Vi har en stor industri med utgangspunkt i vannkraft, og vi bruker fornybar strøm i husholdningene og deler av transportsektoren. (25, 2015-2016, s. 7).

I møte med verdens klimaendringer nevnes ikke norsk fossil industri, i denne meldingen er landets industrielle utgangspunkt vannkraft og fornybar energi. Dessuten er «andre land», som for øvrig er en relativt diffus størrelse, i starten av en omstilling til mer klimavennlig energiforsyning, og det fremmes at Norge allerede er godt rustet og nærmest ikke behøver noen omstilling i det grønne skiftet.

I stortingsmeldingene finnes det også eksempler på hvordan den norske identiteten bygges opp gjennom å trekke på samfunnsmedlemmers felles minne. «Det er om lag 50 år siden muligheten for å finne petroleumsforekomster på norsk sokkel ble et tema. I 1963 erklærte Norge statsoverhøyhet over kontinentalsokkelen.» (St. meld. nr. 28, 2010-2011, s. 5). Oljen og petroleumsindustrien har unektelig vært med på å definere den norske politiske historien. Dette er noe som blir lagt vekt på i oljemeldingen fra 2011, så vel som i klimameldingen fra 2017: «Gjennom de siste 40–50 årene har petroleumsvirksomheten utviklet seg til vår største næring [...]» (s. 12). Det er en viktig del av historien vår, og vi kan daglig nyte godene som denne næringen har beriket oss med, noe som kan gjøre det vanskelig å kritisere den. Det er vrient å se for seg hvordan Norge hadde sett ut om vi aldri fant oljen.

Den norske oljehistorien har røtter langt tilbake, til en tid hvor vi enda ikke hadde vært under verken Sverige eller Danmark, men fortsatt var en sterk og selvstendig nasjon på toppen av næringskjeden. «Navn er viktige som symbol. Dette gjelder også for petroleumsforekomster. Mange felt i Norge har navn som er hentet fra norrøn mytologi og har dype nasjonale røtter. Dette er en tradisjon som bør videreføres.» (St. meld. nr. 28, 2010-2011, s. 7). For det første gjør denne typen navngiving av de norske petroleumsfeltene dem til noe nasjonalromantisk og fint. Er det egentlig mulig som nordmann å ikke være stolt av Troll, Kvittebjørn, Aasta Hansteen og Edvard Grieg? For det andre underbygger denne typen argumentasjon en følelse av samhold. Vi blir minnet på at vi tross alt er en gammel nasjon som har våre egne ting uavhengig av de andre skandinaviske landene, noe vi må huske og være stolte av, og gjennom dette blir oljen nesten en norsk verdi.

Også innenfor energimeldingen bygges historien om Norge gjennom å se tilbake på felles minner, om enn litt annerledes. Meldingen som kom fem år senere legger vekt på landets lange tradisjon for grønn og fornybar energi. «Utviklingen av Norge til en energinasjon startet for over hundre år siden.» (St. meld. nr. 25, 2015-2016, s. 5). Også her trekkes den norske økonomiske gevinsten inn: «Vannkraften har i over hundre år lagt grunnlaget for industriutviklingen og norsk velferd» (St. meld. nr. 25, 2015-2016, s. 10). Norsk velferd har med andre ord flere velgjørere, og det kan virke som at den som får æren, er den parten det passer best at får æren i det politiske landskapet samfunnet befinner seg i på et bestemt tidspunkt. I 2011 var det oljen, i 2016 var det fossen. Som jeg nevnte i kapittel 2, er diskurser og diskursordener dynamiske og må ses i forhold til tiden de er gjeldende i (Wodak & Meyer, 2009a). Dette kan også gjøre seg gjeldende innenfor det politiske feltet.

Regjeringen vil forene rollen som stor energi- produsent med en ambisjon om å være ledende i miljø- og klimapolitikken gjennom å fortsette å utnytte petroleumsressursene samtidig som arbeidet med å effektivisere aktiviteten på kontinentalsokkelen skal videreføres. (St. meld. nr. 28, 2010-2011, s. 7)

Stoltenberg-regjeringen møtte med andre ord spenningen mellom oljen og klima ved direkte å henvise til hvordan begge aspektene ved den norske identiteten kan opprettholdes samtidig. Det kan virke som at den lobbyingen oljesektoren begynte med på 90-tallet og den diskursdefineringen de drev fram på begynnelsen av 2000-tallet har vært med på å sette føringer for hvordan den norske stat identifiserer Norge. Derfor blir spørsmålet om norske journalisters dekning av dette spenningsforholdet et viktig spørsmål å stille.

## 4 Analysens rammeverk

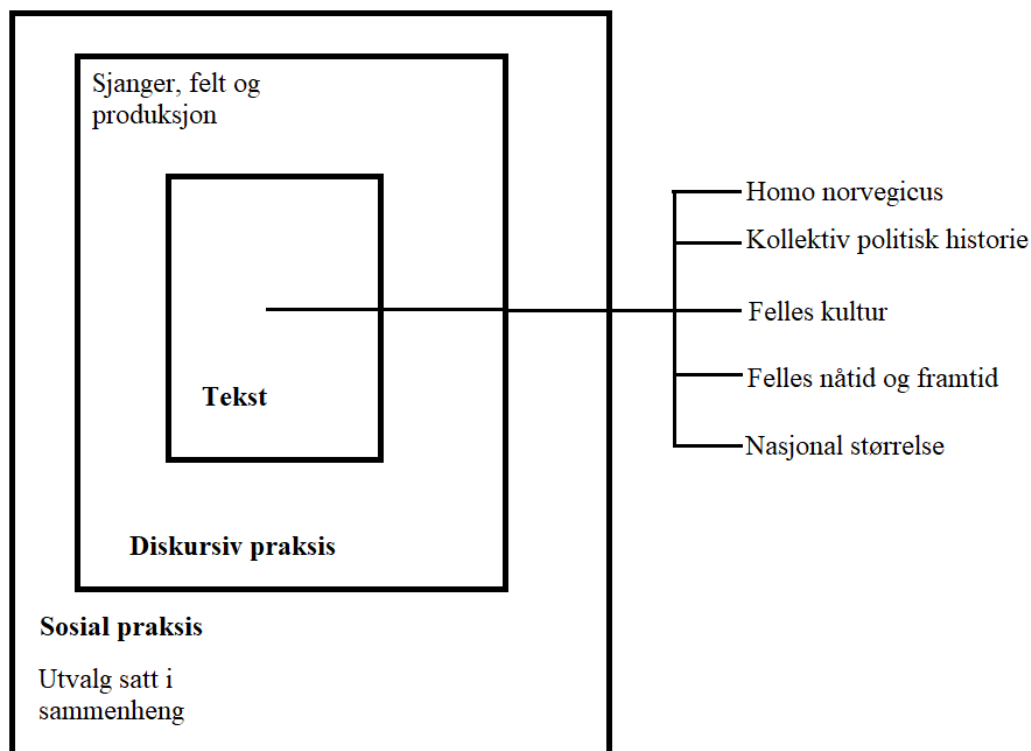
Som tidligere nevnt, kan kritiske diskursanalyser utvikles på mange forskjellige måter, slik at de kan tilpasses de kommunikative begivenhetene som skal analyseres. Jeg skal analysere hvordan to motstridende aspekter av *den norske identiteten* har blitt omtalt i norske aviser i løpet av 2018, og har derfor valgt å ta inspirasjon fra to forskjellige analysemodeller av henholdsvis Norman Fairclough og Ruth Wodak, i utviklingen av mitt rammeverk. Jeg vil argumentere for at ved å la meg inspirere av begge i utviklingen av egen modell og utforming, vil jeg med større tyngde kunne svare på spørsmålet jeg stiller, som er: I hvilken grad og på hvilken måte dekkes identitetsspenningen mellom olje-Norge og klima-Norge av norske journalister, og hvordan kan vi gjennom dette forstå det norske paradokset?

Norman Fairclough kan ses på som en av de fremste og mest anerkjente akademikerne innenfor kritisk diskursanalyse (Jørgensen & Phillips, 1999). Han siteres og trekkes fram i mange forskningsprosjekter som tar i bruk denne forskningstradisjonen (Cameron & Panović, 2014; Hornmoen, 2014; Jørgensen & Phillips, 1999; A. Naper, 2014), og har utviklet en modell som er oversiktlige og med noen ganske klare retningslinjer for bruk. Jeg kommer til å bygge opp analysen etter Faircloughs *tredimensjonale modell*, hvor forskeren gjennom de tre analytiske nivåene *tekst*, *diskursiv praksis* og *sosial praksis* analyserer tekst for å avdekke relasjonelle maktforhold i samfunnet. Disse tre nivåene vil jeg gå nøye gjennom i dette kapittelet.

Ruth Wodak mfl. (2009) utviklet en metode som tar for seg på hvilken måte *nasjonal identitet* blir skapt av forskjellige diskursive prosesser i samfunnet, slik jeg gjorde rede for i kapittel 2. Denne metoden ble utviklet i forbindelse med en analyse av den nasjonale identiteten i Østerrike, men er utviklet på en måte som gjør den overførbar til andre analyser av nasjonal identitet. Grunnen til at jeg ikke baserer hele min analyse etter denne modellen, er at det er deler av den som ikke gjør seg relevant i min analyse. Det er likevel fasetter ved denne analysen som jeg kommer til å ta i bruk som verktøy innad i nivåene i Faircloughs modell. I kapittel 2 gjorde jeg rede for åtte kjennetegn Wodak og Fairclough tillegger den kritiske diskursanalysen og utfra dette finner jeg det trygt å la meg inspirere av de to i utviklingen av min modell.

Jeg har tidligere skrevet om *kommunikativ begivenhet* og *diskursorden*. Den kommunikative begivenheten er den konkrete empirien jeg benytter i analysen. Nyhetsartiklene som utvalget

består av skal leses, analyseres og ses på i forhold til dets tilhørende diskursorden(er). Alle tilfeller av språkbruk kan ses på som en kommunikativ begivenhet (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 80). Begivenhetene skal analyseres i tre dimensjoner, som setter rammer for analysens løp: (1) tekst, (2) diskursiv praksis og (3) sosial praksis (se figur 2.1).



Figur 2.1: Min analysemodell, inspirert av Faircloughs tredimensjonale modell og Wodaks modell for analyse av nasjonal identitet.

Tekst er her et vidt begrep som favner over mye, men innenfor min analyse hvor empirien vil være bestående av avisartikler, vil tekst inkludere først og fremst skrevet tekst og bildebruk. Tekstanalysen omhandler de konkrete trekk ved teksten, slik som vokabular, argumentasjonssystemer, kildebruk og setningers oppbygning, og hvordan disse konstruerer diskurser og sjangere. Diskursiv praksis peker mot tekstens sjanger, produksjon og konsumpsjon, og står i sterk forbindelse med tekstens egenskaper. Det er likevel viktig å skille de to dimensjonene analytisk. Analysen av diskursiv praksis dreier seg om tekstforfatteres bruk av allerede eksisterende diskurser og sjangre for å skape en tekst, og om hvordan mottakere anvender disse allerede eksisterende diskurser i deres konsumpsjon og fortolkning (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 81). Til sist skal en kommunikativ begivenhet ses i forhold til den bredere sosiale praksisen den er en del av. Fokus er de diskursive praksisers rolle i opprettholdelsen av sosial orden og sosial forandring, ved å analysere konkrete tilfeller

av kommunikativ begivenhet *som en del av diskursordenen*. I praksis vil dette omhandle å sette analysens funn i de to foregående nivåene i sammenheng med tidligere forskning, og diskutere hvordan de kommunikative begivenhetene opptrer i forhold til dette.

Jeg tar inspirasjon fra Wodak mfl. (2009) sin metode ved å legge fokus på språkbruken som bidrar til å sette føringer for vår opplevelse av den norske identitet i henhold til olje og klima. Jeg trekker inspirasjon i hovedsak på denne modellen innenfor tekstnivået og i sosial praksis i min analysemodell. Jeg vil nå gå grundigere gjennom de tre nivåene i analysen.

## 4.1 Tekst

I en kritisk diskursanalyse er teksten i sentrum. Denne tekstlige delen av analysen er hvor man kan se det tydelige skillet fra andre diskursanalytiske tilnærminger, ved at den benytter seg av klart lingvistiske analyseredskap (Norman Fairclough, 1998). I denne delen skal jeg altså gå inn i språket i teksten, gjennom nærlesing og tekstanalyse. Fowler (1991) mener kritiske lingvister forsøker å sette søkelys på språklige mønstre av holdninger og verdier som blant mediekonsumenter faller rent naturlig (s. 67). Disse gjentakende mønstrene er med på å skape en diskursorden, slik at én setning i en tekst får mer mening da det blir satt i kontekst med den diskursive formasjonen teksten refererer til (Cameron & Panović, 2014). Dette kan ses i sammenheng med det jeg tidligere har omtalt som skjulte maktforhold.

### 4.1.1 Retoriske virkemidler under lupen

Som jeg har nevnt, handler en kritisk diskursanalyse om *hvordan* argumenter underbygger diskursive praksiser, noe som gir retorikken relevans. Det er vanlig å se på hvem som har *agens* i en situasjon, hvem som handler, og ikke minst hvem som ikke har agens i situasjonen, innenfor tradisjonen kritisk diskursanalyse (Svennevig 2009). Retorisk analyse som verktøy brukes for å oppdage språklige strategier og manipulasjon i tekster (Karlberg & Mral, 1998), noe som vil være et godt hjelpemiddel i en slik analyse av spenningen mellom olje-Norge og klima-Norge. I det journalistiske arbeidet mitt utvalg består av, vil måten budskapet kommuniseres på være viktig for forståelsen av budskapets bakenforliggende mål. Begrep fra retorisk teori og språkvitenskapen blir i denne delen av analysen relevante. Retorisk analyse er et bredt felt med en rekke verktøy og begrep, men da dette ikke kun er en retorisk analyse, vil jeg kun ta i bruk de mest grunnleggende.

De tre grunnleggende overbevisningsmidlene heter *ethos*, *logos* og *pathos*. Læren om disse har hatt stor innvirkning på hvordan argumentasjon har foregått og foregår, men de kan også brukes som et analytisk verktøy, til å bryte ned tekst og forstå hvilke valg som er tatt i den hensikt å overbevise mottakere.

Ethos handler om retorens troverdighet som person. Både personlighet og karakter, men også rollen personen har i samfunnet, kan påvirke graden av troverdighet mottaker finner retoren (Karlberg & Mral, 1998, s. 31). Hvem som har høy grad av ethos varierer blant forskjellige mottakere. Enkelte vil for eksempel tillegge olje- og energiminister Kjell-Børge Freiberg mye ethos, mens andre som enten er på andre siden av den politiske skalaen fra Fremskrittspartiet eller som tviler på dette departementets autonomi fra petroleumsindustrien, ikke vil tillegge hans person ethos. Det samme gjelder Greta Thunberg, som har blitt klimakampens store stemme i løpet av det siste året. Det finnes både de som tillegger henne mye ethos som en som har mobilisert en hel verden i kampen for endring, og andre som avblåser henne som et barn med en diagnose og en litt for stor rekkevidde. Det å skape en «vi-følelse» med publikum er et virkemiddel for å skape tillit og identifikasjon. Denne følelsen av å identifisere seg med taleren er veldig viktig, det hjelper nærmest ikke å snakke sant, så lenge taleren ikke er troverdig (Karlberg & Mral, 1998). En journalist kan øke egen ethos ved å bruke ethos argumentasjon, altså å trekke på argumenter fra en troverdig kilde. På denne måten kan ethos analyseres både gjennom hvem journalisten er, hvilke kilder journalisten bruker og om leseren kan identifisere seg gjennom bruken av «vi» i det formål å overbevise om at vi er mange.

Logos er retorens aktivisering av mottakers fornuft og kritiske sans (Karlberg & Mral, 1998, s. 34). Bruk av fakta og saklig argumentasjon er her sentralt, og hvordan dette blir lagt fram er dermed med på å bestemme hvorvidt mottaker finner argumentet troverdig. På denne måten henger logos tett opptil ethos, ved at retoren opparbeider seg ethos gjennom bruken av logos, og logos blir til gjennom sammenhengende, rasjonell tale fra talere med høy ethos. Karlberg og Mral (1998) mener tekstens logos opplyser, informerer og underviser sitt publikum. Hva som for publikum er fornuftig, varierer utfra mottakers *doxa*; deres normer og verdier, og deres *habitus*; kulturell, sosial og økonomisk kapital. Dette skal jeg gå nærmere inn på i kapittelet om diskursiv praksis. Vanlige verktøy for å øke tekstens logos er bruk av tall og statistikk, referering til forskningsrapporter eller andre former for fakta.



Det siste av de tre grunnleggende overbevisningsmidlene er pathos, og handler om følelser – både retorens og publikums (Karlberg & Mral, 1998, s. 34). Avhengig av retorens mål, kan vedkommende spille på mottakers engasjement, opprørthet, håp, glede og sinne for å underbygge sitt argument. Bildebruk er et effektivt virkemiddel for å framkalle følelser, samt bruk av adjektiver og sterke ord som vekker spesifikke konnotasjoner hos mottaker. Bruken av pathos i tekst kan virke samlende, i det at leser kan føle på et fellesskap med retoren gjennom en felles følelse.

*Identifikasjon* mellom avsender og mottaker er en viktig fasett innenfor retorikken.

Identifikasjon kan både ses på et mikronivå, gjennom at retoren bygger på felles verdier og interesser med mottaker, og på et meso- og makronivå, ved å se på fellesskap i lokalsamfunn eller i nasjonen som sådan. For eksempel vil bruken av nasjonalromantiske bilder av Norge trekke på identifikasjon av mottaker som nordmann. *Troper* er de språklige bildene som trekkes på i en tekst (Karlberg & Mral, 1998, s. 47). Disse kan være virkningsfulle midler for overbevisning og ses på som viktige i argumentasjonen. Bruken av metaforer, sammenligning, figurer og andre typer språklige bilder, kan være viktige hjelpemidler i forklaringen av mer abstrakte hendelser og situasjoner. Forståelsen av troper bygger på at mottaker får de samme assosiasjonene som retoren ønsker å fremme, en faktor det er viktig å ta til betraktning under analysen (Karlberg & Mral, 1998).

#### **4.1.2 Diskurser som bygger opp under nasjonal identitet**

I denne modellen bygger jeg opp tekstanalysen etter diskurser som har en betydning for nasjonal identitet. Disse diskursområdene er utviklet av Wodak mfl. (2009). Jeg skal analysere hvordan journalister forholder seg til spenningen mellom oljen og klima med *nasjonal identitet* som grunnlag. Diskursanalyse av mediedekningen av spenningen i det norske paradokset er blitt gjort i flere andre forskningsprosjekter med flere forskjellige vinklinger (Hornmoen, 2014; Jensen et al., 2018; A. Naper, 2014), men å analysere denne mediedekningen på bakgrunn av *norsk identitet*, er en mangel i forskningslitteraturen. I et politisk landskap med økende internasjonalt samarbeid i møte med klimakampen, har jeg argumentert for at nasjonal identitet innenfor dette er et viktig forskningsområde å ta for seg.

Jeg tar utgangspunkt i fem diskursive områder som har direkte sammenheng med en nasjons identitetsfølelse. Disse områdene er utviklet i 1999 av Wodak, de Cillia, Reisigl og Liebhart, i en analyse av nasjonal identitet i Østerrike. De fem områdene som tekstanalysen er bygget

opp av kaller jeg følgende; (1) ideen om *homo norvegicus*, (2) narrativet om en *kollektiv politisk historie*, (3) diskursiv konstruksjon av en *felles kultur*, (4) diskursiv konstruksjon av *en felles nåtid og fremtid* og (5) diskursiv konstruksjon av en *nasjonal størrrelse*.

Det første området omhandler forholdet mellom *oss* og *dem* i sammenheng med nasjonal identitet, men kanskje mest om *oss*. Altså å etablere en norskhet. *Homo norvegicus* kan identifiseres som «oss nordmenn» gjennom en emosjonell tilknytting til Norge. Innenfor dette kommer en felles nasjonal mentalitet og atferdsmessig disposisjon, eller vaner og forskjellige aspekter av det biografiske opphav av den nasjonale identiteten (Wodak et al., 2009, s. 30). I tillegg kommer *homo norvegicus* inn som gjeldende når det handler om «aktivisering» av den nasjonale identitet i enkelte situasjoner mer enn andre – eksempelvis kan man aktivisere en annen type norskhet og identitet når man befinner seg utenfor landet. Med *homo norvegicus*, følger også *homo externus*; de andre. Nasjonens fellesskap kan underbygges gjennom sammenligning med andre nasjoner eller grupper, ved å trekke fram egenskaper eller trekk de mangler. Tidligere nevnte jeg spenningen mellom Norge og Russland på starten av 2000-tallet og sammenligningen mellom «oss og dem» der – har vi fått et nytt «Russland» i dag?

Det andre diskursive området heter *kollektiv politisk historie*. Innenfor dette er det tidligere omtalte felles minnet et sentralt aspekt. Hva er det som historisk sett har vært med på å sette føringer for den nåværende forståelsen av den norske identiteter. Relevant for dette er blant annet politiske triumfer, blomstrende tider, velstand og medgang, så vel som nedgangstider, nederlag og kriser i samfunnet (Wodak et al., 2009). Også opprinnelsesmyter og mytiske figurer og personer går inn under den kollektive historien til en nasjon og kan virke samlende og definerende. Slik jeg skisserte i kapittel 3, står både oljediskursen og klimadiskursen sterkt i norsk historie.

*Felles kultur* er et diskursområde som omfatter språk, religion, og hverdagskultur (Wodak et al., 2009). I tillegg til dette gjør vitenskap og teknologi seg gjeldende innenfor denne diskursen, og hvordan disse aspektene er med på å forme den norske identiteten. Oljen er sterkt knyttet til både vitenskap og teknologi, da oljeteknologien kanskje er en av de mest utviklede teknologiene vi har i Norge. Også klima- og miljødiskursen er knyttet til vitenskapen og teknologien. Det offentlige ordskiftet i Norge angående dette omhandler blant annet forskning på, og utvikling av teknologi for fornybar energi. I tillegg går dette området gjerne på tvers av de to diskursene, med tanke på teknologi som gjør at vi kan omtale den norske oljen som grønn sammenlignet med oljen fra eksempelvis Saudi Arabia.

Diskursområdet *felles nåtid og fremtid* omhandler politiske prestasjoner, nåværende og fremtidige politiske problemer, kriser og trusler, forventede politiske mål og politiske verdier (Wodak et al., 2009). Disse forskjellige aspektene kan være med på å samle en nasjon og være identitetsskapende med tanke på hvordan landet er, hvordan det skal se ut i fremtiden og ikke minst hvordan det *ikke* skal utvikle seg til å bli. Innenfor alle disse politiske områdene kommer både oljepolitikk og miljøpolitikk inn som relevante. Dessuten er det en splittelse i hvordan forskjellige deler av samfunnet ser for seg at Norge skal se ut, og ikke se ut i framtiden, innenfor spenningen mellom oljediskursen og klimadiskursen.

*Nasjonal størrelse* handler om lokale, geografiske og fysiske elementer. Her kommer det nasjonale territoriet inn og inkluderer landegrensener, naturlige ressurser og landskaper. Norges nasjonale størrelse har i aller høyeste grad tilknytning til begge delene av det norske paradokset, da norske ressurser og landskaper har vært med på å sette føringer for nettopp dette. Hadde ikke Norge hatt oljeressursen, hadde vi muligens ikke hatt dette spenningsforholdet i identiteten vår. Dessuten er det heller ikke sikkert vi ville vært like opptatte av miljøet som vi historisk sett har vært, om det ikke hadde vært for det utstrakte naturlandskapet vi har i Norge, og senere heller ikke nødvendigvis så opptatt av klima.

Jeg skal analysere tekstene i utvalget gjennom hvordan hver av disse fem diskursområdene framtrer. På denne måten kan jeg undersøke hvordan norske journalister bidrar i utviklingen av nasjonal identitet gjennom tekstformidling. Ved å ta i bruk begrepene fra retorikken som verktøy vil jeg på dette nivået gjøre rede for hvilke grep som blir gjort i norske aviser for å overbevise leseren i en eller annen retning, innenfor rammene av de fem diskursområdene.

## 4.2 Diskursiv praksis

Som jeg kort nevnte innledningsvis i dette kapittelet, omhandler analysen av diskursiv praksis tekstens sjanger, produksjonsforhold og konsumpsjonsforhold. Fairclough argumenterer likevel for at hovedfokuset i analysen av diskursiv praksis ligger i *intertekstualitet*: «[...] on how the production and interpretation [...] of a text people draw upon other texts and text types which are culturally available to them. » (Norman Fairclough, 1998, s. 145). Det handler altså om hvilke forkunnskaper og holdninger mottaker har til sjangeren og diskursen teksten faller innunder. Her kommer begrepet diskursorden inn.

Hvilken, eller hvilke diskursordener er det utvalgets tekster faller under, og hvordan kan man se disse tekstene i forhold til hverandre.

For å kunne analysere dette i praksis, finnes det en rekke verktøy en forsker kan ta i bruk. Der jeg i tekstanalysen ser på diskursenes dimensjoner vedrørende nasjonal identitet, og hvordan spenningen mellom olje og klima i Norge som sådan blir omtalt, ser jeg i denne delen av analysen blant annet på hva nyhet som sjanger har å si for tekstens betydning (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 82). Også det journalistiske felt, avisers doxa og en journalists habitus er med på å forme en nyhetsartikkel, og derfor er det relevant å bruke disse begrepene som verktøy i analysen. Her er det viktig å understreke at sosiologen Pierre Bourdieu har sitt eget store forskningsfelt, slik at bruken av disse begrepene er kun til hjelp for å belyse faktorer som kan påvirke nyhetsproduksjon. I tillegg vil artikkelens produksjonsforhold og geografiske plassering ha en effekt på innholdet i nyhetsformidlingen, og er dermed et aspekt jeg mener det er fruktbart å inkludere.

Ved å bruke disse verktøyene til å analysere en nyhetsartikkel, kan forskeren også si noe om mottakerforhold. Dette analysenivået omhandler som sagt både produksjonsforhold og konsumpsjonsforhold. Det kan oppstå en utfordring der, når empirien kun inneholder tekster som er produsert og ikke mottakerens refleksjon om konsumpsjonsprosessen. Likevel vil jeg argumentere for at jeg ved å ta i bruk disse verktøyene også kan si noe om forholdene ved konsumeringen av medietekstene. I kapittel 2 nevnte jeg hvordan publikum fikk en rolle i medieforskningen (McQuail, 2010), og hvordan avsender kunne kode en tekst på spesifikke måter for å påvirke mottaker til å dekode etter ønsket vis (Hall, 1973). Hvordan dette kan analyseres, skal jeg gjøre rede for nedenunder.

#### **4.2.1 Nyhetssjangeren**

Hvilken sjanger en tekst hører hjemme i kan være en påvirkende faktor for hvordan teksten konsumeres av mottaker, og dermed ha betydning for tekstens innhold. Nyhetssjangeren har også distinkte kjennetegn og er utformet etter visse retningslinjer og egenskaper. Disse egenskapene og retningslinjene er med på å legge til rette for forventninger hos publikum, forventninger nyhetstekstene dermed bør møte for å opprettholde sin troverdighet.

Alt som skjer er ikke nyheter. En situasjon må oppfylle flere kriterier for å være nyhetsverdige, noe Fowler (1991) kaller *nyhetsverdier*. Gjennom dette får nyhetene en

portvaktfunksjon med begrensning og filtrering av de saker som til sist blir dekket av mediene. Begrepet om nyhetsverdier eller «news values» har sin opprinnelse fra Johan Galtung og Mari Holmboe Ruges (1965) og har senere i Norge blitt bearbeidet til de norske nyhetskriteriene forkortet med VISAK: vesentlighet, identifikasjon, sensasjon, aktualitet og konflikt (Handgaard et al., 2013). Disse kriteriene kan brukes som målestokk til journalistisk kvalitet, men også til å tilpasse saker slik at de framstår som nyhetsstoff (Hågvar, 2016).

Avisen kan anses om prototypen til alle moderne massemedier, og nyheter som sjanger er den sentrale ingrediensen i avisen (McQuail, 2010, s. 376). En kan skille nyhetssjangeren fra for eksempel kommentaren ved å se på nyhetsartikkelen som teksten som rapporterer og opplyser om hva nytt som har skjedd, mens kommentarjournalistikken drøfter hvordan mediekonsumenten skal forholde seg til det som har skjedd (Roksvold, 1997, s. 10). Nyhetene er altså muligens det første møtet leseren har med den spesifikke situasjonen. Likevel har leseren som regel et visst nivå av kunnskap i henhold til tematikken som blir dekket, og måten konsumenten leser nyhetsartikkelen på har dermed en virkning på måten teksten blir oppfattet.

På 1970-tallet kom det som Roksvold (1997, s. 86) omtaler som *sensasjonsavisa*, og den mer tabloide måten å rapportere nyheter på. Nyhetskriteriene sensasjon og identifikasjon kom mer i sentrum, noe som påvirket utviklingen av nyhetsartikkelen og mye av det kan man se i nyhetsjournalistikken i dag. Gjennom layout i både avisen som helhet og innad i nyhetsartikkelen, kan argumentasjon fra redaksjonens side skjules. I artikkelens øyemed gjøres dette for eksempel gjennom kilder for saken, vinkling, språklige bilder og kanskje viktigst er opplysningenes plassering (Roksvold, 1997, s. 95). Disse virkemidlene brukes gjerne for å fremme skjult argumentasjon gjennom å appellere til leserens pathos. Nyhetsrapporteringen har et mål om å være en objektiv rapport av det som har skjedd, og gjerne dekke begge sider av saken, men hvor mye plass de to sidene får, og hvor tidlig eller sent i artikkelen sidene nevnes, er med på å sette føringer for hvordan en mediekonsument forstår saken, noe jeg skal gå nærmere på i artikkelens produksjonsforhold.

#### **4.2.2 Habitus, doxa og det journalistiske felt**

Innenfor den diskursive praksis har journalistenes rolle i nyhetsformidlingen er sentral rolle. Jeg skrev tidligere at med mediernes økonomiske fall, har journalistikkens spesialisering også falt, noe som har påvirket journalistens ethos. Meningsjournalistikken – lederen og

kommentaren – har blitt et prioritert område, da det har blitt vanskeligere å konkurrere i den ustanselige nyhetssirkuleringen (Allern, 2001). Likevel er nyhetsjournalisten en aktør i nyhetsformidlingen, og det er derfor viktig i en kritisk diskursanalyse å se på journalistens bakgrunn, og om dette kan ha utslag på måten nyheten blir formidlet.

Dette kan settes i sammenheng med Pierre Bourdieus begrep *habitus*. Bourdieu argumenterer for at journalistenes kulturelle og økonomiske kapital, i tillegg til bakgrunn – altså deres *habitus* – kan ha utslagsgivende kraft på innholdet de produserer og hvordan dette konsumeres (Benson & Neveu, 2005). Profilerte journalisters omgangskrets består gjerne av mektige venner, noe som resulterer i elitenettverk, som igjen kan ha effekt på hvorvidt nyhetene oppfyller sin rolle som kritisk til samfunnets maktelite. Medlemmene av disse sosiale maktelitene og institusjoner med høy økonomisk og sosial kapital har stor makt over samfunnets offentlige diskurser (van Dijk, 2015, s. 466), selv om de muligens i dag har fått noe konkurranse fra kommentarfeltene og sosiale medier som sådan. Også en lezers *habitus* kan ha innvirkning på måten vedkommende tolker en nyhetsartikkel. I en analyse som ikke inneholder mottakeres refleksjon i utvalget, kan det være vanskelig å analysere mottakelse opp mot *habitus*, men det er likevel relevant å reflektere rundt dette.

Bourdieu definerer journalistikken som et eget felt, med sin egen logikk. Feltteorien omhandler hvordan makrostrukturer er linket til organisatoriske rutiner og legger vekt på maktens naturlige dynamikk (Benson & Neveu, 2005, s. 9). Også i det journalistiske felt er makt et sentralt aspekt, og kan ses på som et mikrokosmos i makrokosmoset, da det følger sine normer (Bourdieu, 2005). «Part of what is produced in the world of journalism cannot be understood unless one conceptualizes this microcosm as such and endeavours to understand the effects that the people engaged in this microcosm exert on one another» (Bourdieu, 2005, s. 33). Man må med andre ord forstå det journalistiske felt og hva som produseres der i forhold til hvilke praksiser og normer som definerer feltet, for å kunne forstå journalistisk arbeid. Dette mikrokosmoset består både av kulturell kapital (reportasjer og journalistiske kommentarer) og økonomisk kapital (markedsføring og opplagstall). Dette er med på å gjøre feltet autonomt, det har sine egne normer og verdier. Likevel argumenterer Bourdieu for at feltet kun er svakt autonomt, da det også er avhengig av det politiske og økonomiske feltet (Bourdieu, 2005).

Det journalistiske feltets egne normer og verdier omtaler Bourdieu som feltets *doxa*. *Doxa* forholder seg til diskurs, ved å være det som ikke omtales eller debatteres. Fairclough skriver

at diskurs er tekst som er skrevet med bakgrunn i det som er usagt; doxa (1995, s. 24). Dermed er de to aspektene gjensidig avhengige av hverandre. I en kritisk diskursanalyse er det et mål å avsløre ting som er *skjult* i teksten (Cameron & Panović, 2014, s. 3). Doxa oppfattes gjerne som naturgitte og hevet over enhver diskusjon, men er sosialt konstruerte forestillinger, ifølge Bourdieu (A. A. Naper, 2014). I denne sammenheng kan feltets doxa påvirke hvordan noe blir vinklet, som for eksempel en redaksjons uuttalte kriterier for hva som er en god sak. Disse VISAK-kriteriene varierer mellom forskjellige redaksjoner. En regionsavis kan vinkle en sak annerledes enn en riksavis, ved for å forsøke å gjøre saken relevant for regionens lesere. En problematisk side ved dette er at kriteriene kan gå på bekostning av sakens kompleksitet, noe Allern (2001) trekker fram. Om kriteriene som definerer det journalistiske felt blir slavisk fulgt, uten å ta hensyn til komplekse saker slik som klimasaken og oljesaken, kan innholdet bli så forenklet at det i ytterste instans kan bli galt eller irrelevant. På samme måte som innenfor habitus, vil også publikums doxa være relevant å ta i betraktning. På denne måten kan forskeren reflektere rundt hvordan forskjellige individer tolker artikler på forskjellige måter utfra deres egne verdier.

#### **4.2.3 Produksjonsforhold og ulike perspektiver**

Mottakeren av nyhetsrapportering har visse forventninger til hvordan en nyhetsartikkel er produsert. Dette har sammenheng med nyhetssjangeren og nyhetskriteriene jeg skisserte tidligere, men går også på et bredere plan enn dette. I tillegg til å oppfylle VISAK-kriteriene til hva som er en god artikkel, er det også forventninger om nyhetsrapporteringens objektivitet og rutinemessige produksjon. Journalisters objektivitet i produksjonen av nyhetsartikler kan ses som en form for mediepraksis (McQuail, 2010, s. 200). Denne praksisen følger journalisten i alle stegene av arbeidet og har dermed relevans både i innsamling, prosessering og formidling av informasjon. Innenfor objektivitet er *nøytralitet* en viktig fasett som journalisten bør etterstrebe. I tillegg kommer forsøk på å unngå partiskhet og underliggende motiver som viktige aspekter i nyhetsproduksjon. Dette er for å bygge oppunder nyhetssjangerens troverdighet, og i neste omgang styrke demokratiet gjennom fri flyt av informasjon.

Nyhetsrutiner er de repeterte mønstrene og praksisene journalister bruker for å produsere nyheter, og inneholder blant annet kildebruk, historiefortelling og disposisjon (Becker & Vlad, 2009). Hvem som blir brukt som kilder i en artikkel kan være med på å forme eller

vinkle innholdet i en nyhetsartikkel. Også måten *historien* er formet på, kan ha stor betydning for hvordan en artikkel leses – på engelsk kalles gjerne en nyhetsartikkel for «news story» noe som peker mot at nyheten som formidles, presenteres som en historie (Fowler, 1991). På tross av at en artikkel skal holde seg objektiv og rapportere begge sider av en sak, er det ikke nødvendigvis slik at begge sider vektes like mye. Som jeg så vidt var inne på under nyhetssjangeren, kan oppbygning ha en betydning for artikkelens innhold. For eksempel kan vinklingen i overskrift og ingress være førende for artikkelens overordnede holdning. Dessuten er tematikkens rekkefølge et viktig aspekt, nyhetsartikler bygges gjerne opp etter tanken om en omvendt pyramide, hvor det viktigste rapporteres først og det mindre viktige får plass lenger ned i saken. Dette fordi det er størst sjanse for at mottaker leser overskrift, ingress og de første avsnitt, mens ikke alle leser artikkelen i sin fullstendighet. Dermed er denne typen oppbygning av nyhetsartikkelen med på å understreke hva eller hvilken side av en debatt som er viktigst eller riktigst og blir en viktig fasett i analysen av diskursiv praksis.

Om man ser pressen som en samfunnsinstitusjon, er lokalpressen stemmen til byen, kommunen eller lokalsamfunnet den rapporterer fra og om (Engan, 2016). På samme måte er regionsavisen en institusjon som bygger nyhetshistorien etter hvilket område mottakeren befinner seg, slik som for eksempel at Adresseavisen dekker mer om forskningssentre som har med oljen å gjøre, mens Stavanger Aftenblad har mer fokus på oljeplattformene som ligger utenfor Rogaland. På denne måten er VISAK-kriteriene like for de forskjellige regionsavisene, mens hva som oppfyller disse kriteriene, varierer fra sted til sted. Rikspresen derimot har som mål å produsere nyheter som skal være relevante for leseren i hele Norge, og er dermed bygget opp på en annen måte. Avisens modelleiser – mottakers forutsatte kompetanser (Frandsen, 2000) – varierer med andre ord mellom de forskjellige regionene, samt for rikspresen som sådan. Jeg kommer ikke her til å gå gjennom hvordan de forskjellige avisene i utvalget opptrer annerledes i forhold til hverandre, men kommer heller til å ta opp dette i analysen i de tilfeller dette gjør seg relevant.

### **4.3 Sosial praksis**

*Sosial praksis* er den delen av analysen som går opp fra nivået som omhandler den kommunikative begivenheten, og diskuterer hvorvidt funnene forskeren har analysert seg fram til utfra de kommunikative begivenhetene empirien består av, er med på å reprodusere eller omstrukturere diskursordenen som sådan. Jeg har flere ganger nevnt at jeg i denne



oppgaven forstår begrepet diskurs som en form for sosial praksis. Med andre ord vil dette nivået av analysen omhandle selve diskursen satt i sammenheng med diskursordenen, mer spesifikt spenningen mellom oljediskursen og klimadiskursen som en sosial praksis. Dette vil mer teknisk sett bety at analysens funn i tekstnivået og diskursiv praksis-nivået skal settes i sammenheng med spenningen mellom disse diskursene på et overordnet nivå.

Wodak mfl. (2009, s. 33) omtaler dette som *strategier* eller handlingsplaner som bevisst eller ubevisst er med på å påvirke nasjoners oppfattelse av deres felles identitet. De deler dette opp i fire typer; dannende strategier, opprettholdende og rettferdiggjørende strategier, transformerende strategier og destruktive strategier. Disse strategiene er tekstuelle fremgangsmåter for å påvirke den nasjonale identiteten gjennom diskursiv praksis (Wodak et al., 2009). Dannende strategier handler om strategier som etablerer en spesifikk fasett innenfor en nasjons identitet, eller den nasjonale identiteten som helhet. Opprettholdende og rettferdiggjørende strategier forsøker å beholde og underbygge den eksisterende nasjonale identiteten eller deler av den, og rettferdiggjøre eventuelle problematiske aspekter ved den. Transformerende strategier forsøker å endre veletablerte deler av nasjonens identitet, gjerne i en spesifikk og uttenkt retning, og destruktive strategier omhandler å demontere deler av den nasjonale identiteten uten mål om at noe annet skal ta over. Én artikkel alene kan ikke forme en nasjonal identitet, men medietekster samlet kan være med på å forme det som gjennom en lengre utvikling blir sett på som nasjonal identitet.

I denne delen av analysen kommer jeg rent praktisk til å bruke funnene fra tekstanalysen og analysen av diskursiv praksis, og diskutere dette opp mot de teoriene og den tidligere forskningen som jeg presenterte i kapittel 2. Hensikten med dette nivået i analysen er å sette funnene i relasjon med noe ytterligere og overgripende, og se diskursordenen i sammenheng med andre diskursive praksiser. Målet er å diskutere hvilke strategier avisartiklene i utvalget tar i bruk, og hvordan dette kan påvirke den nasjonale identiteten i en eller annen retning.

## 5 Metodisk tilnærming

For å få et bilde av måten journalister bidrar til å skape, opprettholde, svekke eller ødelegge en nasjonal følelse og identitet når det gjelder tematikken olje-Norge og klima-Norge, mener jeg en kritisk diskursanalyse er et godt verktøy. Ved bruk av denne metoden kan jeg få en større innsikt i *hvordan* journalister dekker de to aspektene, og hvordan de framstilles i forhold til hverandre – om de i det helle tatt blir satt opp mot hverandre. Er det slik at konstruksjonen av Norges klimaidentitet har gått på bekostning av oljeidentiteten? Eller motsatt? Eller opprettholdes de på hver sin side i mediesfæren?

I dette kapittelet vil jeg presentere en nærmere gjennomgang av hvilke prosesser jeg har gjennomført i arbeidet for å utvikle mitt empiriske utgangspunkt. Her vil jeg gi en detaljert gjennomgang av metoder og valg, for å gi mest mulig innsyn i prosessen. Dermed vil det være tydelig for leseren hva det er jeg har tenkt og gjort, slik at jeg enklere kan rettferdiggjøre de funn jeg har gjort i analysen. I tillegg vil jeg gjøre rede for forskjellige tekniske aspekter ved denne typen analyse, som rettferdiggjør for valg av metode og bygger opp under oppgavens kvalitet. Jeg gikk i forrige kapittel igjennom hvordan analysen skal utføres gjennom tre nivåer. For å kunne utføre en slik analyse er det nødvendig å opparbeide seg et utvalg som inneholder relevant data som kan belyse forskningsspørsmålet jeg innledningsvis stilte.

### 5.1 Prosess og utvalg

Innenfor forskjellige forskningstradisjoner er det forskjellige måter å jobbe med datainnsamling. I kvantitative analyser er det tradisjonelt sett vanlig å jobbe *deduktivt*, altså jobbe utfra en hypotese, mens i kvalitative analyser er det tradisjonelt sett vanlig å jobbe *induktivt*, altså å utvikle teorien fra data (Thagaard, 1998, s. 174). Thagaard argumenterer for at for at det ikke lenger behøver å være et like skarpt skille mellom de to forskningstradisjonene. Med tanke på at det innenfor kvalitativ forskning nå har akkumulert til å bli en relativt stor forskningsbase, er det for eksempel mulig å arbeide utfra hypoteser også her. En *abduktiv* tilnærming ligger i spekteret mellom deduktiv og induktiv tilnærming, og fremhever det dialektiske forholdet mellom teori og data (Thagaard, 1998). En slik tilnærming har jeg til mitt forhold mellom data og teori, prosessen har vært dynamisk.

Jeg vil i dette delkapittelet redegjøre for analysens data. Jeg kommer først til å gå gjennom prosessen jeg gjennomgikk for å gjøre mitt utvalg, og hvilke valg jeg har gjort. I tillegg til dette, skal jeg presentere måten jeg senere behandlet empirien under analysen. På denne måten får leseren et innblikk i prosessen jeg var gjennom i bearbeidelsen av empirien og veien fram til de funnene og svarene jeg presenterer i analysekapittelet. Dette er med på å underbygge oppgavens kvalitet.

### **5.1.1 Empirisk utvalg**

Jeg har valgt å samle inn avisartikler som har stått på papir, av den enkle grunn at dette er statisk arbeid som ikke har blitt revidert flere ganger slik som nettavis-artikler. På denne måten kan jeg forsikre meg om at teksten jeg analyserer, er den teksten og bildebruken som originalt ble publisert. Jeg kunne nok i tillegg ha basert utvalget mitt på andre medieplattformer, men velger også aviser grunnet deres tilgjengelighet på Atekst, Retriever. Her kan jeg enkelt finne fram til artikler fra bestemte aviser, gjennom bruk av søkeord, avisutvalg og tidsavgrensning. Norge er et av relativt få land som fortsatt bruker aviser som en av hovedkildene til nyheter sammen med TV, og som ser på dette som en av de mest troverdige nyhetskildene (Eide et al., 2014b). Derfor er valget av avis som medium relativt sett mer dekkende empirisk sett enn det kanskje hadde vært i andre land som ikke bruker avismediet i like stor grad.

For å gjøre empirien relevant for analysen, er det nødvendig å opparbeide et utvalg som både er håndterbart og representativt. Med representativt mener jeg at jeg forsøker å få et overblikk over hvordan dekningen er generelt på temaet, og at jeg utfra de mange artiklene jeg gjør utvalget fra, forsøker å kartlegge og bygge empirien i samsvar med hvordan populasjonen ser ut. Innenfor en kvalitativ kritisk diskursanalyse kan de være lurt å tenke på størrelsen på utvalget en forsker skal analysere. Det kan bli vanskelig å gjennomføre en kritisk diskursanalyse om utvalget er for stort, fordi det kan gå utover kvaliteten på analysen. Det er viktig å gi datautvalget en viss bredde slik at det blir mulig å si noe om en større del av forskningsområdet, samtidig som det skal være mulig for forskeren å gjennomføre analysen. For å kunne si noe om teksten på et slikt nivå som er ønsket i denne typen metode, må utvalget være håndterbart, spesielt om forskeren er alene om prosjektet. Dermed blir det viktig å forsøke å opparbeide seg en balanse i utvalgets størrelse mellom hva som blir for mye og hva som blir for lite. Hensikten bak analysen er å redegjøre for hvordan medietekster og

offentlige publikasjoner kan være med på å definere og påvirke den norske identiteten, og avdekke eventuelle bakenforliggende maktforhold innenfor dette. Kritisk diskursanalyse på denne måten er et tidkrevende arbeid, og om utvalget blir for stort vil ikke tiden strekke til om jeg skal nå til dybden av diskursene i alle artiklene. Målet med analysen er ikke en større generaliserbarhet rundt *hva* som skrives om tematikken jeg har tatt opp, da ville det vært mer gunstig med for eksempel en kvantitativ innholdsanalyse (Cameron & Panović, 2014). Jeg har som sagt et mål om å analysere *hvordan* norske medier skriver om spenningsforholdet mellom oljen og klima.

Jeg har valgt å inkludere åtte av landets største aviser i mitt utvalg. Jeg har valgt aviser både utfra opplag, men også utfra geografisk bredde. Dette er fordi spenningsforholdet mellom Norge som klimastat og oljestat er tematisk befestet til de forskjellige plassene i Norge, enkelte steder er petroleumsindustrien synligere og viktigere enn andre steder. Samtidig varierer klimaengasjement også etter hvor i landet man befinner seg. Jeg ønsket å undersøke om geografisk plassering hadde påvirkning på diskursenes mediedekning i de forskjellige avisene. Da jeg begynte mitt empiriske arbeid, var tallene for Norges største aviser fra 2017 de nyeste tallene tilgjengelige (MedieNorge, 2019), og mitt utvalg baserer seg derfor på disse. Mitt utvalg inkluderer; Aftenposten, Verdens Gang, Dagbladet, Stavanger Aftenblad, Adresseavisen, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Nordlys.

I virkeligheten er Aftenposten Junior større enn både Nordlys og Fædrelandsvennen, men jeg valgte å sløyfe dem fra mitt utvalg, da det er en avis som skrives i hovedsak for unge, og dermed kommer innenfor en annen diskurs. Det kunne selvsagt vært interessant å se hvordan spenningsforholdet mellom olje og klima dekkes for unge, men det får i så fall komme med i neste forskningsprosjekt. Morgenbladet er også på listen over største aviser i landet, men gjennom datasamlingsprosessen, fant jeg ut at Morgenbladet ikke hadde noen nyhetssaker som dekket spenningen jeg analyserer. Dette kan ha noe å gjøre med hvilken type avis Morgenbladet er. Det er en avis som kommer ut én dag i uken, fredag, og inneholder som resultat en god del mer saktegående avissjangre som for eksempel intervjuer, meninger og andre typer innlegg. Dette går noe på siden av hva det er jeg ønsker å inkludere i analysen min, og det er grunnen til at Morgenbladet ikke har noen artikler med i utvalget mitt. I tillegg vil jeg nevne at Nordlys ikke er inkludert i listen over Norges 10 største aviser, men som Nord-Norges største avis valgte jeg å inkludere den i utvalget. Dette er fordi de syv andre avisene i utvalget dekker en geografisk bredde som ikke inkluderer Nord-Norge, hvor

oljetematikken også er relevant. I mitt empiriske utvalg, kan leseren se at det kun er én artikkel inkludert fra Nordlys. Dette er grunnet en overrepresentasjon av sjangerne debatt og meninger som dekket denne tematikken. Nyhetssaker i løpet av 2018 som dekket spenningen var kun et fåtall, og jeg har dermed kun inkludert én.

Jeg har valgt såpass mange av de største avisene for å forsøke å få en bredde i artiklene jeg skal ta utgangspunkt i når jeg velger ut mitt empiriske grunnlag. VG og Dagbladet er riksdekkende aviser som er med på å gi utvalget et oversiktsbilde, mens Aftenposten fra Oslo Stavanger Aftenblad, Adresseavisen fra Trondheim, Bergens Tidende, Nordlys fra Tromsø og Fædrelandsvennen fra Kristiansand er med på å gi utvalget geografisk bredde, og ser på spenningsforholdet fra en mer regionallokal vinkling. Da tematikken jeg forsker på både er aktuell på et nasjonalt plan samtidig som det er så geografisk avhengig, ser jeg det som relevant å bygge det empiriske grunnlaget mitt utfra dette. Jeg vil videre i oppgaven referere til avisene på denne måten:

Adresseavisen	AA
Aftenposten	AP
Bergens Tidende	BT
Dagbladet	DB
Fædrelandsvennen	FV
Nordlys	NL
Stavanger Aftenblad	SA
Verdens Gang	VG

Figur 3.1 Avisene vil videre refereres til med disse initialene.

I analysen kommer jeg til å referere til artikler gjennom disse initialene og artikkelens dato på denne måten; AA080818 betyr en artikkel fra Adresseavisen fra 8. august 2018.

Jeg har valgt å se på avisartikler som ble publisert i tidsrommet fra 1. januar 2018 til 31. desember 2018. Dette har jeg gjort fordi jeg ønsket å holde utvalget relativt aktuelt. Dessuten vil jeg argumentere for at året 2018 var et spennende år med tanke på tematikken i forskningsprosjektet. Spenningen mellom olje og klima i Norge har vært aktuelt hvert år til en viss grad hvis vi ser bakover de siste tiårene – Norge er tross alt et paradoksalt land – men 2018 var likevel et år som stakk seg litt ekstra ut. Eksempelvis gikk Norges største olje- og gass-selskap gjennom en navneendring fra Statoil til Equinor, noe de selv begrunner med selskapets utvikling til å bli et bredere energiselskap som også posisjonerer seg i industri for

fornybar energi (Equinor, 2019c). Selskapets nye storprosjekt, Johan Sverdrup-feltet, fikk dessuten mye mediedekning da feltet i løpet av dette året skulle sette standarden for framtidig norsk petroleumsproduksjon, med sitt fokus på klimatiltak. På den andre siden av spenningen var deknningen av FNs nye klimarapport og det tilhørende klimatoppmøtet i Katowice, som ved flere anledninger kritiserte norsk engasjement i henhold til petroleumssektoren. Med andre ord fikk spenningen mellom oljen og klima relativt bred oppmerksomhet i løpet av 2018, og derfor vil jeg argumentere for at året er både relevant og aktuelt å bruke i min empiri.

Gjennom bruken av søkemotoren og medietekstarkivet Atekst i Retriever, forsøkte jeg å samle inn samtlige artikler hvor spenningen mellom den norske oljen og klima ble diskutert, i den ene eller andre retning, i løpet av 2018. Dette gjorde jeg ved å definere avgrensning på tid og aviser, samt bruke spesifikke søkeord. I første runde søkte jeg på alle artikler som inneholdt olje\* og grønt\*, noe som ga 783 treff, og i andre runde søkte jeg på artikler som inneholdt petroleum\* og \*klima, som ga 163 treff. Jeg gjorde valget om å søke etter medietekster som inneholdt begge sidene av paradokset, fordi jeg ønsket at utvalget mitt skulle bestå av artikler som på en eller annen måte adresserer spenningen, og dermed kunne fokusere på *hvordan* dette angripes av de forskjellige mediehusene. Rene oljesaker eller rene klimasaker, som ikke tar stilling til det andre aspektet, anser jeg derfor som irrelevant for dette prosjektet.

Relevansen til samtlige av de i underkant av 1000 artiklene jeg traff i denne prosessen varierer veldig, både på innhold og andre kriterier jeg har satt for empirien. For eksempel spør jeg i problemstillingen min blant annet hvordan *journalister* dekker dette spenningsforholdet. Derfor har jeg konsekvent valgt artikler som er skrevet av journalister innenfor nyhetsseksjonen, og ekskludert debattinnlegg, meninger, ledere og så videre. Dessuten var det mange artikler som inneholdt søkeordene og var skrevet som nyhetsoppdrag av journalister, men som likevel ikke kunne ses som relevant i mitt utvalg. Blant annet fant jeg ut i løpet at prosessen at jeg med søkeordene olje\* og grønn\*, traff veldig mange matbaserte artikler og oppskrifter. Gjennom dette lærte jeg at disse søkeordene kanskje ga meg mer arbeid enn nødvendig, en lærdom jeg kan ta med meg videre, og dermed kanskje bruke andre søkeord ved neste forskningsprosjekt.

Ut fra de 946 artiklene jeg traff i mitt søk i Atekst, fant jeg ut at det var 58 artikler som falt innenfor alle de kriteriene jeg hadde satt for datautvalget mitt. Det at et så lavt antall falt

innenfor disse kriteriene har mest av alt å gjøre med den litt uheldige bruken av søkeord, men også kriteriene jeg hadde satt for sjanger og tematikk. Utfra disse 58 artiklene har jeg deretter valgt meg ut 29 artikler som skal analyseres, altså halvparten. Dette gjorde jeg for å holde utvalget håndterbart å kode og analysere for én person. Jeg valgte artiklene både utfra populasjonens helhetlige bilde og utfra hvilke artikler som i høyest grad og med mest omfang adresserte spenningsforholdet jeg analyserer. Eksempelvis består populasjonen av en overrepresentasjon av nyhetsartikler fra SA, og derfor gjør også utvalget dette. På samme måte var det et fåtall nyhetssaker fra NL, noe som hadde sitt utslag i utvalget. Listen over artiklene utvalget består av kan finnes i vedlegget, i tillegg til 7 artikler i sin helhet som representerer viktige funn i forskjellige deler av analysen.

### **5.1.2 Databehandling**

Etter å ha samlet mitt empiriske utvalg gjennom Atekst, tok jeg i bruk det kvalitativt analytiske verktøyprogrammet NVivo. Dette programmet brukte jeg først og fremst i den tekstanalytiske delen, for å kode tekstutdrag utfra de fem diskursområdene som skulle analyseres. Jeg importerte de 29 nyhetsartiklene utvalget består av inn i programmet, og laget nodene homo norvegicus, kollektiv politisk historie, felles kultur, felles nåtid og framtid og nasjonal størrelse. Disse diskursområdene har jeg nevnt før at ikke er gjensidig utelukkende, slik at flere av tekstutdragene i utvalget passet inn under flere noder samtidig. Dette ble tydelig både under koding og gjennom analysen, men jeg sørget for at eksemplene jeg trekker fram i løpet av tekstanalysen ikke repeteres.

Jeg kodet systematisk tekstutdrag fra de 29 artiklene, ut fra hvordan de kunne relateres til disse fem områdene og på den måten ha en betydning for utviklingen av norsk identitet. Innenfor diskursområdet homo norvegicus kodet jeg for eksempel tekstutdrag som bygger oppunder felleskapet både i positiv og negativ forstand gjennom bruken av «vi» og «Norge», samt ved å sammenligne Norge med andre nasjoner. Kollektiv politisk historie kodet jeg etter hvordan tekstutdrag refererte til hendelser og ting som hadde skjedd i fortiden og vinklet på en måte som refererer til norsk historie, mens felles kultur i stor grad ble kodet etter tekstutdrags omtale av norsk teknologi i en eller annen retning, eller der andre aspekter ved norsk kultur ble omtalt. I diskursområdet felles nåtid og framtid kodet jeg tekstutdrag som tok for seg dagens tilstand og tanker og mål for framtiden. Dette var også det største diskursområdet. Innenfor nasjonal størrelse kodet jeg tekstutdrag som omtalte norske

ressurser og bruken av disse, samt utdrag som omtalte områder hvor norske ressurser er et tema. Deretter systematiserte jeg tekstutdragene i hver av de fem diskursområdene etter om de var positive eller kritiske til diskursområdet. Dette gjorde jeg for hånd. Etterfølgende noterte jeg ned hvilke retoriske virkemidler journalisten hadde tatt i bruk, enten i egen tekst eller gjennom sitatbruk og referering, for å vinkle nyhetsartikkelen på en spesifikk måte.

Prosesen i andre nivå av analysen gikk ut på å analysere artiklenes utforming, vinkling og prosess, i tillegg til å ta stilling til aspektene *rundt* nyhetsartikkelen. Hvilke valg har journalisten gjort, hva har nyhetskriterier og de forskjellige avisenes doxa å si for informasjonen som formidles, og ikke minst hva har journalistens egen habitus å si. I en kvalitativ analyse skal ikke tall-funn vektlegges for mye, men jeg så det likevel som relevant å se på antall artikler som hovedsakelig var vinklet i oljens favør og i klimas favør, både gjennom overskrift og gjennom tekst. Jeg fargekodet tekstene etter hvorvidt de var kritiske til oljen som en «klimasynder», eller om oljen ble framstilt som et klimatiltak i møte med spenningen. På denne måten ble det tydelig hvilke artikler som hadde en bredde i vinkling og kildebruk, og hvilke artikler som hadde en mer ensidig vinkling. Det ble også synliggjort hvilke argumenter som kom tidlig i artiklene og hvilke som fikk plass i slutten, samt hvorvidt overskrifter og ingress representerte artikkelens innhold eller ikke. Dette gjorde jeg også for hånd, da jeg mener jeg fikk mer kontroll over datasettet på denne måten til dette spesifikke formålet. I tillegg laget jeg en oversikt over de forskjellige journalistene som stod for nyhetsartiklene i utvalget, og studerte bakgrunnen til de mest framtrædende for å undersøke om deres bakgrunn muligens kunne ha en innvirkning på deres journalistiske arbeid.

Det siste nivået i analysen, sosial praksis, er en diskusjon av funnene i nivå 1 og 2. Her lå fokus på å analysere hvordan resultatene jeg hittil hadde funnet kunne relatere til diskursformasjonen jeg gjorde rede for i kapittel 2, og hvordan jeg dermed kunne svare på forskningsspørsmålet jeg har stilt i prosjektet.

## 5.2 Oppgavens kvalitet

Innenfor kvalitativ forskning, kommer de tradisjonelle kvalitetsbegrepene validitet, reliabilitet og generaliserbarhet litt utenfor hva det er mulig å argumentere for. Dette fordi funnene ikke riktig kan være med på en større tendens slik som kvantitativ metode har som mål. Derfor er det andre mål å gå etter, for å argumentere for oppgavens kvalitet innenfor denne typen



analyse. Jeg vil derfor argumentere for denne oppgavens *troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet*.

Troverdighet omhandler forskerens fremgangsmåter i opparbeidelsen av selve dataen, og dermed et mål på dataens kvalitet. Kvalitativ analyse bryter med forskningslogikkens base i objektivitet, da forskeren selv er sitt eget forskningsverktøy (Thagaard, 1998, s. 179). Derfor er det viktig å gjøre rede for forskningssituasjonen og fremgangsmåten i innsamlingen av data. En utfordring ved en kritisk diskursanalyse omhandler først og fremst å ikke la egne meninger føre vei for analysens gang. Innenfor spenningsforholdet mellom olje og klima i Norge er det mange sterke meninger. Jeg gikk inn i dette prosjektet vel vitende om min egen holdning innenfor denne tematikken, men vil argumentere for at jeg ikke har latt dette påvirke min prosess under datainnsamlingen eller ved analysering av utvalget. Ved å ha tydeliggjort alle stegene i denne prosessen, vil det være mulig å etterprøve mine påstander om populasjon og utvalg. I tillegg vil jeg si jeg har på en god måte har gjort rede for utvalgsprosessen, hvor jeg har tydeliggjort kriterier, størrelse, feiltrinn og rettelser av disse. Ved å vise til utvalget i sin helhet i vedlegg, både gjennom referanseliste og eksempler, vil det for leseren være mulig å oppsøke utvalget. Analysemodellen er nøye gjennomgått, slik at det skal være tydelig for leseren hvordan dataen har blitt behandlet. Min redegjørelse for behandling av data gir leser innsyn i prosessen som helhet, noe som er med på å øke oppgavens troverdighet.

Oppgavens bekreftbarhet knyttes til vurdering av egen tolkning og dets grunnlag. Hvilke resultater har forskeren kommet til og hvilke grunner har vedkommende til at tolkningene er verdifulle og rette, og ikke minst rettferdiggjøre for hva bestemte diskurser blir satt i sammenheng med. Derfor er det viktig å holde seg kritisk til egne tolkninger, og sette de i sammenheng med annen forskning som kan underbygge egne funn (Thagaard, 1998, s. 181). Det kan også både være gunstig få en kollega til å se over tolkningene for å se om de samsvarer med egne, samt legge fram andre tolkningsmuligheter og resultater, og forklare hvorfor disse er mindre verdifulle enn egne resultater. Ved å basere diskursområdene i analysen på diskursområdene til anerkjente forskere innenfor feltet, mener jeg at dette kan underbygge oppgavens bekreftbarhet. Å si noe om norsk identitet utfra et utvalg på 29 artikler kan være vågalt, men ved å benytte en anerkjent metode for forskning på nasjonal identitet vil jeg argumentere for at jeg kan diskutere mine funn utfra en tanke om hva norsk identitet er. Jeg har også fått en kollega se over mine tolkninger i analysen, noe som var fruktbart både for meg og for analysen. Ved å ha gjennomført Faircloughs tre nivåer i analysen, har jeg kunnet

se mine funn i sammenheng med annen forskning, og dermed også fått mulighet til å se om mine funn kan underbygge dette. Alle disse tingene har vært med på å øke bekræftbarheten i dette prosjektet.

Overførbarhet er den siste og kanskje viktigste kvalitetssikringen av et forskningsprosjekt. Her er ikke målet å se mønster i dataene, men å se om analysens resultater og tolkninger også kan være relevante i andre sammenhenger (Thagaard, 1998, s. 184). Dette innebærer rekontekstualisering av egen teoretisk forståelse som er opparbeidet i prosjektet, over til en videre sammenheng, og på denne måten argumentere for at resultatene kan bidra til en mer generell teoretisk forståelse. Med andre ord øker funnenes rekontekstualisering i annen forskning både oppgavens bekræftbarhet og overførbarhet. Ved å knytte funn i del 1 og 2 av analysen opp mot tidligere forskningsprosjekter og teorier, har jeg kunnet argumentere for hvorfor dette forskningsprosjektet gjør seg gjeldende i den generelle forskningslitteraturen. Jeg vil dermed argumentere for at oppgaven er et bidrag til litteraturen, og at mine funn kan overføres og benyttes i andre forskningsprosjekter som befinner seg innenfor lignende tematikk.

Jeg ønsker avslutningsvis i dette kapittelet å reflektere litt rundt mitt valg av metode og gjøre rede for hvilke utfordringer jeg har møtt på i løpet av prosessen det har vært å skrive denne masteroppgaven. Det har vært en prosess hvor jeg har lært mye, også gjennom feiling, noe jeg finner viktig å reflektere rundt.

Det jeg fant mest utfordrende var å utvikle analysemodellen på en måte som kunne hjelpe meg til å svare på det jeg spør om i oppgaven. Kritisk diskursanalyse er en analysemetode som kan utvikles på mange forskjellige måter, og det kan være vanskelig å få grep om hvordan andre prosjekter har gjort det da det ofte ikke tydeliggjøres så veldig i forskningsartiklene som publiseres. Heldigvis kunne jeg undersøke hvordan andre masterstudenter har utviklet sine analysemodeller og snakke med veileder om hvordan jeg selv kunne utvikle dette. Ved å tilpasse modellen til Fairclough med nasjonal identitetsaspektet til Wodak, vil jeg argumentere for at jeg til slutt løste dette på en god måte, men det var en lang og til tider frustrerende prosess.

Datainnsamlingen var mer tidkrevende og utfordrende enn jeg hadde forestilt meg. Spesielt med tanke på det jeg tidligere var inne på angående valg av søkeord i A-tekst. Olje og grønn kan jeg i retrospekt se at nærmest er oppskriften på alt som har med salat og grønnsaker å

gjøre. Ved å få så mange treff, kunne jeg nok også tidlig ha sett at store deler av treffene var irrelevante, og muligens valgt meg noen andre søkeord for å gjøre det enklere for meg selv, men jeg velger å ta med meg dette som lærdom heller enn å irritere meg over det. På denne måten fikk jeg også bedre kjennskap til Retriever og bruken av denne nettsiden, noe som kan komme godt med senere.

En annen ting innenfor datainnsamling og koding som jeg vil gjøre rede for er eventuelle menneskelige feil. Jeg mener selv at jeg har vært nøye i prosessen det var å lese gjennom treffene jeg fikk i A-tekst og plukke ut populasjonen utfra mine kriterier, og deretter velge ut det empiriske grunnlaget. Også i kodeprosessen vil jeg si at jeg var nøye. Likevel er det forskjell på hodets klarhet og konsentrasjon klokken 09:00 tirsdag morgen og klokken 19:00 fredag kveld. Jeg har forsøkt å ikke la utenforliggende faktorer som dette påvirke prosessen, men jeg kan heller ikke garantere at dette ikke har forekommet. Jeg vil likevel understreke at om dette skal ha skjedd, vil det ha vært i så liten grad at det ikke bør ha hatt et større utslag på resultatene jeg har kommet fram til.

## 6 Analyse og diskusjon

Jeg har til nå i denne oppgaven lagt det teoretiske og metodologiske grunnlaget for analysen. Som jeg har nevnt, er tanken bak en kritisk diskursanalyse å avdekke bakenforliggende maktforhold i samfunnet, som forskeren finner kritikkverdige (Norman Fairclough & Wodak, 1997). Jeg har utviklet min metode med utgangspunkt i to viktige navn innenfor den kritiske diskursanalysens tradisjon, Norman Fairclough og Ruth Wodak. Den overordnede rammen i analysen er inspirert av Faircloughs tredimensjonale modell, hvor analysen deles i tre nivåer: tekst, diskursiv praksis og sosial praksis. Analysens tematiske utforming med fokus på nasjonal identitet er inspirert av Wodak mfl.

Gjennom å dele analysen i tre dimensjoner, får jeg muligheten til å systematisere funnene i de forskjellige nivåene, og trekke fram hvordan en tekst kan framstå gjennom spesifikke grep. Utfra dette kan jeg forsøke å belyse hvordan pressen muligens forholder seg til argumentasjonen fra maktstrukturer i samfunnet. I den første delen er målet å belyse språkbruk, bildebruk og kildebruk for å underbygge en agenda i artikkelen, enten skjult eller tydeliggjort. I del to er målet mitt å sette teksten i sammenheng med nyhetssjanger, nyhetsfelt og nyhetsproduksjonen, og analysere hva disse aspektene har å si for nyhetsdekningens innhold. Den siste dimensjonen omhandler enkelt forklart å sette del 1 og 2 i sammenheng med et samfunnets trender. I denne oppgaven vil dette bety at jeg kommer til å diskutere funnene i den retoriske og diskursive analysen i sammenheng med teorier og tidligere forskning som jeg tok opp i kapittel 2. Da kvalitativ forskningsmetode ikke kan belyse generelle funn i samfunnet, er målet heller å se om den dypere tekstuelle analysen kan vise til eller bryte med tendenser forskere tidligere har belyst. Gjennom disse tre analysedelene har jeg med andre ord mulighet til å analysere teksten i utvalget på tre forskjellige nivåer. Analysens diskusjon blir dermed inkludert innenfor dette kapittelet.

Problemstillingen jeg innledningsvis stilte og som jeg skal bruke denne analysen til å svare på lød som følger; *I hvilken grad og på hvilken måte dekkes identitetsspenningen mellom olje-Norge og klima-Norge av norske journalister, og hvordan kan vi gjennom dette forstå «det norske paradokset»?* For å kunne svare på dette, må jeg analysere prosessene i og rundt produksjonen av teksten, og videre sette dette i sammenheng med det norske samfunnet. Jeg begynner med tekstanalysen.

## 6.1 Tekst: en analyse av språkbrukens egenskaper

Jeg har tidligere skissert hvordan regjeringen bygger oppunder en positiv framstilling av Norge og norsk identitet gjennom stortingsmeldinger fra henholdsvis Olje- og energidepartementet og Klima- og miljødepartementet. Regjeringens måte å bygge nasjonal identitet gjennom stortingsmeldingen, viser et Norge som både kan være grønt og sort på samme tid, uten å adressere problemet ved dette. Spenningen mellom olje-Norge og klima-Norge tas ytterst sjeldent opp, og når de to diskursene omtales i forhold til hverandre er det først og fremst med et positivt fortegn. De bygger videre på den argumentasjonen som ble brukt av politikere på 90-tallet og som oljeselskapene selv kommuniserer, slik jeg skildret i kapittel 2. «Norsk olje er grønn, dette skal vi fortsette med og vi skal jobbe for enda grønnere olje».

Målet i denne delen av analysen er å se nærmere på ordlyden i norske aviser, innenfor deknningen av det norske paradokset. Fokuset er hovedsakelig rettet mot argumentasjonen som bygger oppunder de forskjellige diskursområdene jeg har delt tekstanalysen inn i, etter inspirasjon fra Wodak mfl.: homo norvegicus, kollektiv politisk historie, felles kultur, felles nåtid og framtid og nasjonal størrelse. Jeg ønsker å understreke at disse diskursområdene på ingen måte er gjensidig utelukkende. Med dette mener jeg at det er flere av tekstene og utdragene som hører hjemme i flere av diskursområdene simultant, noe jeg kommer til å gjøre rede for gjennom analysens gang.

Dette analysenivået er det mest omfangsrike nivået tekstmessig, da jeg her trekker på spesifikke utdrag fra nyhetsartiklene som på en eller annen måte har å gjøre med de fem diskursive områdene. Jeg belyser her hvilke retoriske grep journalisten bruker i tekst og bilde for å trekke på disse forskjellige diskursene som er med på å påvirke den norske identitet.

### 6.1.1 Homo norvegicus

Homo norvegicus omhandler hvordan medietekstene gjennom språkbruk og bildebruk bygger oppunder tanken om «oss nordmenn» (Wodak et al., 2009). I stortingsmeldingenes framstilling av homo norvegicus, var det først og fremst fokus på aspekter som gjør Norge til et bra land. Dette fant jeg på begge sider av spenningen mellom oljen og klima, Norge er først og fremst gode på begge arenaer. I klimameldingen og i energimeldingen er Norge gode til å være klimavennlig, i oljemeldingen er Norge gode til å utvinne olje. I de tilfellene

spenningsforholdet adresseres, trekkes oppmerksomheten vekk fra olje som noe dårlig gjennom å sammenligne med kull i Europa (*homo externus*) eller trekker på petroleumsindustriens argument om at norsk olje i seg selv er et klimatiltak. Diskursen *homo norvegicus* i norske *aviser* har en litt mer tosidig dekning av spenningsforholdet. En overvekt av artiklene tegner det samme bildet som stortingsmeldingene, mens et mindre antall også forholder seg kritisk til norsk engasjement i klimakampen på grunn av petroleumsindustrien.

«Helt syke tall fra Nordsjøens nye gigant» (SA230818). Equinors nyeste storprosjekt som skal åpne for produksjon november 2019, Johan Sverdrup, dekkes mye i løpet av 2018. Sitatet er fra artikkelens overskrift, og bruker sterke ord for å understreke hvor positivt dette er. «Helt syke tall» peker mot pengene som prognosene viser at Norge kommer til å tjene på åpningen av dette feltet, og bygger under en følelse av suksess. Tropen, eller det språklige bildet (Karlberg & Mral, 1998), som tegnes av «giganten» i Nordsjøen, trekker på størrelsen til feltet, som underbygger følelsen av økonomisk trygghet (vi er rike en stund til framover). Samtidig trekker tropen på det mytiske bildet av en faktisk gigant, fra det engelske ordet «Giant» som på norsk betyr kjempe. De norske petroleumsfeltene har, som jeg tidligere har diskutert, blitt koblet til norrøne og mytiske figurer i norsk historie, noe denne formuleringen spiller på. Sverdrup blir også tillagt flere metaforer: «Nordsjøens nye juvel» (SA230818) tegner et bilde av feltet som en edelsten, noe som både er vakkert og som vi kommer til å tjene gode penger på. Dette understrekes med bildebruken i artikkelen (se illustrasjon 1), som viser to glade direktører ute på den nye, rene og fargerike plattformen i sikkerhetsutstyr og med Nordsjøens horisont i bakgrunnen. Gjennom denne typen bildebruk, settes leseren allerede i godt humør før vedkommende rekker å begynne å lese.



Illustrasjon 1 (SA230818)

Ikke nok med at Sverdrup er et gigantfelt og en juvel, det er også et klimatiltak: «Johan Sverdrup skal nemlig forsynes med strøm fra land. – Dermed får feltet et av de laveste CO<sub>2</sub>-utslippene i verden, sier prosjektleder Trond Bokn i Equinor. - Vi vil spare miljøet for utslipp tilsvarende 230.000 personbiler i året.» (SA230818). I dette sitatet settes Norge og Sverdrup på kartet som en av de beste i verden, oljen som utvinnes herfra kan regnes som grønn. Ved å sidestille utslippene spart med et bilde på «230.000 biler i året» gis leseren noe relaterbart å sammenligne med, istedenfor antall tonn CO<sub>2</sub> som det ofte refereres til. Påstanden om at Sverdrup-feltet kommer til å «spare miljøet for» utslipp, er litt den samme argumentasjonen som når man snakker om å spare penger ved å handle noe du ikke behøver på salg.

Sverdrup er et populært tema i flere aviser: «Johan Sverdrupfeltet skal drives av strøm fra land i 50 år. Resultatet er et av feltene med lavest klimautslipp i verden.» (AA101018). Igjen understrekes det hvordan det nye norske feltet blir et av de grønneste feltene i verden. Nordmenn elsker tross alt å være verdensmestere uansett om det er Ingebrigtsen-brødrene eller oljen som drar inn gullmedaljen. «Gigantprosjektet er anslått å gi mer enn 900 milliarder kroner i inntekter til staten i løpet av feltets levetid.» (AA101018). Igjen blir prosjektet omtalt som en gigant som sikrer norsk velferd også inn i framtiden. Denne repetisjonen av feltet som forsørger av Norge er med på å definere diskursen, da medieinstitusjonen også har en definisjonsmakt.

«Oljeproduksjon er Norges viktigste inntektskilde i dag. Petroleum skaffer landet rundt 442 milliarder kroner i eksportinntekter i året og sysselsetter 170.000 mennesker.» (AP121018). Her fremmer journalisten en tanke om at Norge ikke kommer til å klare seg spesielt godt uten oljen. Vedkommende kunne skrevet «en av Norges viktigste», men valgte heller å utrope oljen som *den* viktigste inntektskilden. Dette bygges opp med logos argumentasjon (bruk av fakta og saklig argumentasjon (Karlberg & Mral, 1998)) angående hvor mye penger industrien bringer inn i året og hvor mange mennesker som er i arbeid på grunn av dem. Denne argumentasjonen velger journalisten selv å trekke fram i en artikkel hvor hovedtema er at Norge ifølge en BI-professor må fase ut oljeproduksjonen. Med andre ord så journalisten det som eget ansvar å understreke dette.

Norsk oljeproduksjon får støtte fra flere kanter i det norske mediebildet. «Statsminister Erna Solberg (H) sier til Upstream at nivået på den norske produksjonen er «historisk høyt.»» (AP210918). Her velger journalisten å trekke fram den norske statsminister som en støttespiller til norsk petroleum, en person med mye ethos i det norske samfunnet, altså en

person med sterk troverdighet (Karlberg & Mral, 1998). Ved å sitere hennes utsagn om at nivået på produksjonen er «historisk høyt» understrekes en suksess i dagens norske produksjon. Også andre personer med mye ethos stiller seg bak den norske oljen: «Ny oljeminister vil ha full gass for «ren norsk olje.»» (SA060918). Kjell-Børge Freibergs uttalelse om den rene norske oljen får plass i overskriften på artikkelen, noe som er med på å underbygge denne diskursive sannheten om at norsk olje faktisk er ren. Freiberg siteres også senere samme året på sin entusiasme over den norske oljen: «– Det føles veldig spesielt, nærmest overveldende. Betydningen dette feltet har for norsk oljeproduksjon og velferd er helt enorm, sier oljeministeren til Aftenbladet.» (SA101018). Freibergs bruk av ord som «overveldende», «spesielt» og «enorm» for å beskrive det nye Sverdrup-feltet, underbygger dets økonomiske betydning. Dessuten er denne typen ordbruk en form for pathos argumentasjon, ved at den fremmer leserens følelse av begeistring (Karlberg & Mral, 1998).

Der Equinor jobber for å kommunisere seg selv utad som et grønt selskap, spiller Aker BP (den tredje største operatøren på norsk sokkel) på den stolte norske oljetradisjon: «Driver ikke grønnmaling» (AP240718). Her trekker journalisten fram et sitat fra sjefen til Aker BP, som spiller på klimaengasjertes kritikk av oljeindustriens «grønnmaling». Dette begrepet har kommet som en kritikk til oljeindustriens egendefinering av seg selv som grønn, men blir her brukt av oljeselskapet selv til å skape distanse mellom seg selv og for eksempel Equinor, samtidig som de definerer seg selv før noen andre har muligheten til det. Dette oppfølges i artikkelen:

Vi skaper enorme verdier for samfunnet, staten og aksjonærene. Mitt viktigste bidrag er å gjøre inntektene til Norge så høye som mulig og dermed overgangen til et grønnere samfunn så glatt som mulig. Det gjør vi gjennom forbedringer, å redusere kostnader og øke produktiviteten. Jeg gjentar det gjerne: Vi er stolte av å være et olje- og gasselskap. (AP240718).

Her understrekes Aker BPs økonomiske betydning for Norge, slik at landet selv kan velge å bruke disse pengene til å skape et mer klimavennlig samfunn. Det er med andre ord ikke oljeselskapets ansvar å spille en rolle i det grønne skiftet, kun stå for kapitalen som kan føre oss dit. Ved å gjenta selv at Aker BP ikke har oljeskam, bruker de repetisjon som form for overbevisning.

Det er ikke kun oljen som bygger positivt under homo norvegicus. Stavanger, den norske oljehovedstaden, satser nå på også å bygge opp under den grønne delen av den norske



identiteten: «Fornybarfondet skal redde verden – og tjene penger»<sup>3</sup> (SA170118). Slik lyder overskriften i Stavanger Aftenblad januar 2018, byen er klar for å bli satt på kartet nok en gang. Homo norvegicus – og kanskje til og med homo *stavangericus* – underbygges gjennom argumentasjonen som superhelter i tegneserieverden bruker. «Redde verden» er retorikk fra en utopi, men underbygger en tanke om at fondet skal være med på å gjøre en reell forskjell framover. Dette følges opp med en type argumentasjon som sjelden kommer fra klima-siden, men som først og fremst tilhører forretningsdelen av Norge, fondet skal nemlig også «tjene penger». På denne måten taler journalisten Fornybarfondets sak til både klimaengasjerte og til forretningsverden. «- Det unike med dette fondet er jo størrelsen, og at vi faktisk kommer inn med AS Norge som garantist.» Her refereres det til at aksjeselskapet er statseid, slik store deler av petroleumsindustrien i Norge også var i oppstartsfasen, noe som underbygger en trygghet i fondet. Dermed øker deres troverdighet både som et selskap med gjennomslagskraft og holdbarhet.

Det er ikke mangel på positiv omtale av norsk petroleum i norske aviser. Om en skulle føle litt på skammen over å være nordmann med tanke på oljevirkosomheten, behøver man ikke lete så alt for lenge i norske aviser for å finne positive vinklinger av spenningen mellom oljen og klima innenfor diskursen homo norvegicus. Likevel kan en avisleser også finne kritiske vinklinger på «oss nordmenn» innenfor dette.

«Oljebransjen er den mest utslippsdrivende sektoren i Norge.» (SA051218). Dette skrives i Stavanger Aftenblad i sammenheng med FN's klimatoppmøte i Katowice i Polen. Påstanden gir ikke rom for tvil – oljebransjen er ikke *blant* de mest utslippsdrivende, den *er den* mest utslippsdrivende. Det blir lagt fram som et faktum. I sammenheng med klimatoppmøtet, var det flere aviser som tok til orde for å illustrere Norge i et mer kritisk lys: «Norge er en sinke [...] Det ser begredelig ut» (BT131218). Norge er ikke lenger en klimahelt som skal «redde verden» vi er en «sinke» i verdensperspektiv innenfor klimadiskursen, rapporteres det fra Katowice. «- Norge er ofte offensiv på klimatoppmøter og gjør mye riktig internasjonalt. Et eksempel er regnskogsatsingen. På hjemmebane er vi derimot en tung klimasinke.» (BT131218). Her trekkes landets internasjonale engasjement fram, og på denne måten kommer uttalelsen kritikerne i forkjøpet ved å spille på deres argument, for så å uttale at dette ikke er nok. På hjemmebane hevdes det at vi er en «tung klimasinke», en argumentasjon med

---

<sup>3</sup> Fornybarfondet endret i juni 2018 navn til *Nysnø Klimainvesteringer AS*, og er et norsk statsaksjeselskap som gjennom investeringer i ny teknologi skal bidra til reduserte klimagassutslipp (Nysnø, 2018).

pathos som både fremmer en følelse av flauhet og skuffelse. For noen kan denne typen argumentasjon virke provoserende, for andre som et signal til å skjerpe seg, alt etter leserens egen doxa, deres verdisett (Bourdieu, 2005).

«Forskningsleder: – Vi bør kutte i oljeproduksjonen» (SA171018). Journalisten bruker her ethos i sin rapportering, ved å understreke hvem det er som kommer med påstanden. Artikkelen har utgangspunkt i en forskningsrapport fra CREE (Oslo Centre for Research on Environmentally friendly Energy); *Parisavtalen og oljeeksporten*. «– Avtalen baserer seg på at hvert enkelt land skal redusere utslippene på eget territorium. Ønsker vi å bidra ytterligere til globale utslippskutt, kan dette oppnås blant annet ved å redusere selve oljeproduksjonen.» (SA171018). Gjennom å referere til denne rapporten, til Parisavtalen generelt og til forskerne som har arbeidet med dette, får artikkelen høy grad av både ethos og logos argumentasjon. Dette oppfølges utover i artikkelen:

Norske kutt virker. Oljenæringen i Norge mener at det ikke har noen hensikt å redusere produksjonen her hjemme fordi andre land vil øke sin produksjon. Dermed blir utslippene de samme. Våre empiriske beregninger tyder på at de globale utslippene vil falle. Det er riktig at en del av den norske produksjonsnedgangen vil bli kompensert av andre oljeprodusenter, men ikke alt, sier Fæhn. (SA171018).

Også denne argumentasjonen inneholder både sterk grad av ethos og logos i refereringen til rapportens konklusjoner angående norsk olje og forskeren selv, samtidig som oljenæringens diskurskooptering mister sitt grunnlag i samme hånd vending. Også flere aviser refererer til Norges lave engasjement på hjemmebane i henhold til Parisavtalen:

Mener Norge kan bidra mer. Hvis hele verden følger Norges klimapolitikk, vil gjennomsnittstemperaturen i verden øke med 2,2 grader innen dette århundret er omme, ifølge studien. Det er 0,2 grader over FN klimapanelens anbefaling. Men Yann Robiou du Pont, som har ledet studien, mener Norge kan bidra mye mer til å få ned utslippene. – Ved å eksportere fossilt brennstoff og lete etter mer olje i Arktis i stedet for å fase ut oljeboring, velger Norge å være en del av problemet fremfor løsningen, hevder du Pont. (AP281118).

Her ser man enda et eksempel på bruken av ethos og logos argumentasjon i journalistisk arbeid om klimarapportering, ved hjelp av henvisning til forskere og forskningsprosjekter. I dette utdraget blir det også åpnet for Norges mulighet til å være en del av løsningen, ved å understreke at «Norge kan bidra mye mer til å få ned utslippene». Denne formen for pathos

argumentasjon bygger både opp under håp og mot skuffelse – idet vi får høre at Norge velger å være «en del av problemet fremfor løsningen» ved å fortsette en ekspansiv oljesektor.

Statoil eller Equinor slipper heller ikke helt unna all kritikk innenfor diskursen homo norvegicus. «Statoil fremstiller seg som et grønt selskap, men mer enn 95 prosent av investeringene går til olje og gass.» (AP140218). Slik lyder det fra Aftenposten i februar 2018, kort tid før selskapets navneskifte blir offentliggjort og dekket i store deler av det norske mediebildet. Statoil har i lengre tid kommunisert utad sin store satsning på fornybar energi, og selv om tallene på ressursene som blir investert er høye, er andelen i selskapet relativt sett lavt. Dette settes det nå fokus på fra Aftenpostens journalist. Dette rapporteres også i Stavanger Aftenblad noen måneder senere:

Equinor-navnet skulle vise frem gamle Statoil som et bredt energiselskap. Men pengemessig er fornybar energi fortsatt en dråpe i havet. Equinors nye kvartalsrapport er den første de legger frem etter det mye omtalte navneendringen i vår. Statoil ble til Equinor, og selskapet skulle få bort de umiddelbare assosiasjonene til både stat og olje. Det nye selskapet var et bredt energiselskap. (SA271718).

Her skildres Equinors navneskifte som noe som skulle kommunisere selskapets utfoldelse i et bredere felt. Metaforen «en dråpe i havet» er en trope som betegner den lille andelen av selskapets kapital som går til annen energi enn den fossile – i tillegg til at metaforen refererer til selskapets aktivitet som skjer offshore. Journalisten avskriver med andre ord Equinors navneskifte og feltendring som symbolsk, mens selskapet i praksis ikke kan kalle seg et bredt energiselskap da hovedfokusets fortsatt ligger på fossile ressurser.

### 6.1.2 Kollektiv politisk historie

Nick Ashton (46) sitter på Equinors kjerneprøvelager på Lura og lukter på gamle steiner. – Hvis du lukter på disse, kjenner du eimen av olje og gass! Kalksteinene han nå har foran seg, er flere hundre millioner år gamle. De er hentet opp fra letebrønnen Lille Prinsen på Utsirahøyden, 200 kilometer vest for Stavanger. – Det er ikke så ofte vi får ta på steiner lenger – nå jobber vi mest med datamaskiner. (SA281218).

Den nye letesjefen i Equinor skildrer norsk velferds opprinnelse, i disse flere hundre millioner år gamle kalksteinene. Mellom journalisten og Ashton tegnes det et bilde av en historie som går veldig langt tilbake i tid, en tidsreise gjennom naturressurser hentet fra dagens

oljebrønner. Ved å gå tilbake til industriens røtter på denne måten, fremmes et bilde av en ren industri som har tatt i bruk de ressursene som har vært tilgjengelig i Norge opp gjennom historien. Oljens opprinnelse stammer fra disse håndgripelige stenene. Både disse – og en smilende og sympatisk utseende Ashton – er avbildet stort i artikkelen.

I dette diskursområdet ligger fokuset på hvordan medietekstene bygger opp nasjonal identitet gjennom å referere til nasjonens felles historie, gjerne gjennom bruken av felles minner og narrativ (Wodak et al., 2009). Ofte når oljehistorien skildres i oljens favør, vinkles det rundt dagens ignoranse av sektorens betydning i norsk historie: «[...] nordmenn neppe hadde tatt innover seg den økonomiske betydningen oljevirkksomheten har hatt for Norge.» (BT160218). Dette settes da gjerne i sammenheng med hva som bør skje framover, også i oljens favør – noe som kan diskreditere klimaengasjertes argument. Mellom linjene kan det leses at de ikke kjenner den historiske viktigheten, ei heller oljens store betydning i framtiden.

For å illustrere dette sammenlignet han oss med Sverige. Han viste da til at svenskene i hele den lange perioden fra 1900 til 1970 hadde hatt en disponibel inntekt per innbygger som var 20 prosent høyere enn det nordmenn hadde. Dette snudde da vi startet vår oljevirkksomhet på 70-tallet. Vi tok igjen svenskene, og hadde i 2016 en inntekt som lå 40 prosent høyere enn søta bror. (BT160218).

Norge har en relativt kort historie som et rikt velferdssamfunn, noe det av og til kan være vanskelig å huske – spesielt for de av oss som ble født etter 70-tallet og ikke har opplevd et Norge uten olje. I dette sitatet skildres den store forandringen Norge har vært igjennom på grunn av oljefunnet i 1969, og det kan være vanskelig å argumentere mot at dette har vært en god ting for Norge. Dette er både logos argumentasjon gjennom å vise til den tydelige økonomiske veksten, og pathos argumentasjon i å spille på det lekne konkurranse-kallenavnet vi nordmenn har til svensker – «søta bror». På denne måten skapes et bilde av historien vi kjenner, men kanskje behøver å bli påminnet.

Innenfor diskursen om felles politisk historie, finner vi også referanser til petroleumens nyere historie i Norge: «Siden 2002 er staten tilført over 5000 milliarder kroner fra petroleumsproduksjonen. Inntektene fra olje og gass er høyere enn de samlede inntektene fra formues- og inntektsskatt. Hver syvende krone på statsbudsjettet kommer fra Oljefondet.» (AP121018). Her bruker journalisten logos for å underbygge hvilken betydning oljeproduksjonen har hatt, ved å referere til det ufattelige tallet 5000 milliarder kroner, for så å

bryte det ned til et mer fattelig bilde av hvor stor andel det er i landets statsbudsjett. På denne måten understreker vedkommende hvor viktig oljen fortsatt er i dag, og ikke kun i velferdsstatens oppstartsfase.

Norges oljehistorie har ikke kun vært et økonomisk eventyr, landet har også en stolt tradisjon i å ta grønne valg, slik jeg har skissert kommunikasjonen utad tidligere. Dette kan også finnes innenfor historiediskursen: «På Troll-feltet har gassplattformen Troll A vært elektrifisert siden oppstarten i 1996.» (SA120618). Dette trekkes fram i forbindelse med at Equinor planlegger å elektrifisere enda tre plattformer, som i dag drives med gass. Troll A trekkes fram som et prakt eksempel, men er altså en av få plattformer som kan bidra til å få petroleumsbransjens historie til å fremstå grønnere.

Det finnes også de journalistene som dekker norsk oljehistorie i et mer kritisk øyemed: «Norge er blant verdens velstående land som har fått rikdommen som følge av høye klimautslipp.» (SA061218). Dette tas opp i sammenheng med Naturvernforbundet, som mener Norges utbetalte klimakompensasjon til verden bør regnes utfra historiske utslipp, og ikke i henhold til befolkningstall. Dette belyses ved å trekke fram at vår velferd har sitt grunnlag i store mengder klimagassutslipp. Bruken av ordet «rikdom» kan trekke på konnotasjoner fra eventyrverden, og dermed tolkes som at vi nordmenn bør ta ansvar for hva «oljeeventyret» har påført resten av verden gjennom økonomisk kompensasjon.

«Siden Norge er et rikt og høyutviklet land, samt har hatt relativt høye utslipp fra 1990, må vi bidra med en andel av innsatsen som langt overgår vår andel av verdens befolkning. Norges rettferdige andel av klimainnsatsen er altså større enn størrelsen på befolkningen skulle tilsi», heter det i rapporten. (SA061218).

I dette sitatet, fra en rapport bestilt fra Kirkens Nødhjelp, Regnskogfondet og Naturvernforbundet, trekkes det ikke fram noen tydelig kritikk av at Norge har den historien de har. Likevel kan det leses en viss grad av kritikk mellom linjene for eksempel i «samt har hatt relativt høye utslipp fra 1990». Det legges heller vekt på at landet nå i etterpåklokskapens navn, bør basere sin klimabistand på historiens utslipp. Ved å referere til etablerte organisasjoners rapporter, brukes det her logos argumentasjon.

Andre artikler er mer kritiske til Norges nyere historie: «– De norske utslippene har økt siden 1990, mens våre naboland og nesten alle andre europeiske land har klart å kutte sine utslipp av klimagasser.» (BT131218). Her blir landet satt opp mot både naboland og deler av Europa

hvor klima har vært på agendaen, og hva de forskjellige landene har utrettet i løpet av de siste 28 årene. Stortingsmeldingene trekker Europa fram som den store stygge kull-ulven, mens her er rollene omvendt. På tross av at det her ikke trekkes fram hvilket utgangspunkt de forskjellige landene har hatt til å gjøre kutt i utslipp, er det likevel oppsiktsvekkende at der andre har kuttet, har Norge økt. Argumentasjonen spiller på pathos ved å gi leseren en følelse av forlegenhet: «hvordan ble vi liggende så langt bak i utviklingen»?

Oljenæringen har nok vært litt gammeldags, og andre bransjer har vært raskere til å ta i bruk ny teknologi, sier Moreæus Hanssen til Sysla. [...] – Vi ble nok litt fete i de gode tidene. Bransjen ble vant til oljepriser på over 100 dollar fatet og trodde nesten det var den nye normalen. Derfor ble vi for lite drevet av teknologiutvikling og kostnadskutt. (SA200218).

I det offentlige ordskiftet blir ofte petroleumsteknologien i Norge trukket fram som teknologi i verdensklasse, og som resultat har landet verdens grønneste olje, slik jeg har skildret tidligere i kapittel 2 og i analysen. Her tegnes et litt annet bilde av en bransje som ikke har fulgt med på utviklingen, og som i dag ligger bakpå. Tropen at vi ble «fete i de gode tider» betegner en gammeldags tradisjon av en rik, fet og konservativ overklasse, som ikke følger med på tidens utvikling. Dette bildet underbygges av fortsettelsen om at «bransjen ble vant til oljepriser på over 100 dollar fatet» noe som også kan vise til en naivitet i bransjens tanker om samfunnsutvikling og økonomisk utvikling.

### 6.1.3 Felles kultur

Her ligger fokuset på å analysere hvordan medietekstene underbygger en felles kultur innenfor nasjonen (Wodak et al., 2009). Innenfor dette faller både hverdagskultur og språk som representerer nasjonen, og vitenskap og teknologi som nasjonen legger stolthet i. «– På intervjuet var de mest opptatt av hvor glad jeg var i å stå på ski. De ville at jeg skulle vite hva jeg gikk til der oppe, ler Ashton. Han trosset snø, kulde og mørke og takket ja til jobben. Det mener han er det beste valget han har tatt.» (SA281218). I saken om mannen som skal lede oljeletingen i Norge framover, møtes leseren med nordmenns felles kultur. Nordmenn er tross alt født med ski på beina. Bildet av engelskmannen fra Liverpool, som nå skal stå i fronten for å fortsette landets gullalder, mykner idet han tar del i denne indoktrinerte delen av den norske kulturen og identiteten.

En viktig del av norsk kultur ligger i teknologiutviklingen. I avslutningen av forrige delkapittel analyserte jeg et sitat som var kritisk til utviklingen i norsk petroleumsteknologi. På tross av dette får norsk teknologi i oljesektoren også mye skryt i norske medier: «Oljen kan bli mer klimavennlig, og nullutslippsvisjonen i 2050 er at olje og gass produseres uten utslipp.» (AA141218). Dette fremmes i sammenheng med tildelingen av det nye petroleumsforskningscenteret *LowEmission*. Nullutslippsvisjonen som er en del av Norges framtidige klimamål, defineres med en stadig produksjon av olje og gass, men at denne produksjonen ikke skal ha utslipp slik den har i dag. På denne måten rettferdiggjøres industrien også inn i nullutslippssamfunnet som skal finne sted om 30 år.

«Mer olje, bedre miljø.» (SA060918). Denne diskursive sannheten får plass i flere artikler, både i mitt utvalg og i et mer generelt mediebilde. Her skrives det i sammenheng med Freibergs klare tale som ny olje- og energiminister.

– På norsk sokkel stiller vi strenge krav til klimautslipp, og oljeselskapene har økonomisk egeninteresse av å ha lave utslipp. Politikken virker. Vår olje- og gassproduksjon har i snitt betydelig lavere utslipp enn verdensgjennomsnittet. Derfor er det bra også for klimaet at mest mulig olje som produseres globalt, hentes opp i Norge, sier Freiberg. (SA060918).

Det spilles både på logos og ethos argumentasjon i dette utdraget. Argumentet får troverdighet gjennom omtale av politikken, vektlegge at landet setter krav til utslipp og at det refereres til ministeren på feltet. Ved å trekke fram at «vår olje- og gassproduksjon har *betydelig lavere* utslipp enn verdensgjennomsnittet» brukes grepet identifikasjon ved at «vi står sammen» om dette, samtidig som at «vi» er nevneverdig flinkere til dette enn resten av verden. Igjen er vi flinkest. Dette oppfølges av ren pathos argumentasjon: «Og da blir jeg stolt. Norge er langt framme, og vi er best på karbonfotavtrykk og det å produsere olje med lite utslipp. Og det er noen som har gjort at vi har kommet dit, og de skal ha honnør.» (SA060918). Å direkte rapportere at en profilert politiker blir stolt av noe, fremmer en følelse av stolthet også hos leseren. Alt dette akkompagnert av et bilde av Freiberg selv på oljeplattformen i fullt utstyr (se illustrasjon 2). Her er han posisjonert som en dirigent og overskriften lyder «Norges oljedirigent: - Dette er industriell kunst» (SA101018). Igjen får leseren servert et bilde av den gode stemningen ute på Equinors plattformer, og denne repetisjonen underbygger en sannhet om hvordan det «alltid er» offshore. Samtidig fremmer bildet i seg selv et godt humør hos mottaker; nærmest uansett hvilket politisk eller kulturelt utgangspunkt mottakeren selv har, er dette et bilde som underbygger en eller annen form for positiv respons.



Illustrasjon 2 (SA101018).

Den grønne olje-diskursen opprettholdes som sagt flere steder: «Equinor jobber med å elektrifisere tre plattformer som i dag drives med gass. Det skal kutte CO<sub>2</sub>-utslippene med 600.000 tonn i året.» (SA120618). Igjen fremmes petroleumsteknologi som et klimatiltak i form av at utslipp fra plattformer skal kuttes, noe som isolert sett høres bra ut.

Blant annet fikk ordførerne se «Det grønne røret», som fører CO<sub>2</sub> ned under havbunnen igjen, etter at gassen er tatt ut. Ifølge produksjonsdirektør Asbjørn Løve på Sleipner Fler-felt, med åtte plattformer, blir det injisert 1 million kubikkmeter med CO<sub>2</sub> per døgn ned i Utsiraformasjonen fra Sleipner. – Hvis det var mulig å fange all som slippes ut i Europa, ville vi kunne injisere alt og lagre den her i 100 år fremover. (SA120618).

Røret som sørger for karbonlagring under havet har fått navnet «Det grønne røret». Dette er med på å underspille karbonutslippene fra gassen som utvinnes og eksporteres, og rettferdiggjør praksisen i klimaets navn. Det blir også uttrykt at det er mye plass til å lagre CO<sub>2</sub> i Utsiraformasjonen, noe som betegnes med at hele Europas utslipp i 100 år ville fått plass. Dette gir leseren et bilde av mulighetene for feltet.

Johan Sverdrup har jeg tidligere omtalt i analysen, hvor feltet blir omtalt som blant annet juvel og gigant av norske journalister. I sammenheng med omtalen om at feltet skal bli så effektiv som mulig med minst mulig utslipp, rapporteres det at: «Dette er en sentral del av



selskapets strategi og godt i tråd med våre veikart for både klima og norsk sokkel framover» (AA101018). Sverdrup-feltet har blitt et av Norges store klimatiltak på tross av at: «Feltet vil på det meste tilsvare 25 prosent av all norsk petroleumsproduksjon.» (AA101018). Det paradoksale i dette får heller lite oppmerksomhet.

Norsk oljeteknologi får skryt i mediebildet, og er med på å farge norsk felles kultur grønn. Framover kan den teknologiske kulturdiskursen også få flere grønne ben å stå på, om Stavanger Aftenblads dekning av Fornybarfondet er korrekt: «Hva skal så fondet egentlig gjøre? Kort fortalt skal det investere i grønn teknologi som enten direkte eller indirekte bidrar til å redusere klimagassutslippene i verden.» (SA170118). Gjennom dekningen av dette nyetablerte aksjeselskapet, får leseren en framtidsvisjon om mer penger investert i grønn teknologi, som ikke har å gjøre med petroleumsindustrien.

Norges Pensjonsfond Utland heter på folkemunne Oljefondet, da det forvalter inntektene fra ressursene av norsk olje og gass. Lenge har store deler av investeringene fra fondet også ligget i petroleumssektoren, men i 2018 kom nyheten om at fondet også skal kunne investere i fornybar energi: «MILJØJUBEL: Fornøyd med at Oljefondet får gå inn i sol og vind» (VG010618). I store bokstaver får leseren inntrykk av en stor miljøseier i Stortinget. Denne følelsen av en stor miljøseier stagnerer dog noe i løpet av tekstens forløp i resten artikkelen, et funn jeg kommer til å analysere nærmere i analysenivået som omhandler diskursiv praksis.

«– Vi må jakte ny teknologi og fornye oss.» (SA200218). Slik lyder oppfordringen fra en norsk oljetopp i Tyskland. Norge som ofte anser seg som frampå innenfor ny teknologi, blir her framstilt som bakpå i utviklingen. «– Vi må jobbe med vårt fotavtrykk, redusere utslippene og utvikle ny teknologi, sånn at vi blir en del av endringen – og ikke gårsdagens nytt.» (SA200218). Denne argumentasjonen spiller på frykten for å være «gårsdagens nytt» og understreker et behov for å agere. Det stilles også forslag til mulige steder å handle, noe som gjør utdraget både til en kritikk og en oppfordring. Dette er med andre ord ikke en kritikk av oljenæringen som sådan, men av oljenæringens kultur i Norge.

Norsk oljekultur får også kritikk når klimaproblematikken diskuteres i norske aviser. Diskursen «klimavennlig olje» har lenge vært dominerende i det offentlige ordskifte og politikken, noe som kan få stor definisjonsmakt i nasjonens kultur. Dette får her kritikk:

– Hemmes av oljebransjen. Silje Lundberg mener at oljebransjen er en hemsko for at Norge tar en større rolle i internasjonal klimapolitikk. – Oljebransjen spiller en stor rolle. Norges klimapolitikk er spesialtilpasset norsk oljepolitikk. Dette påvirker også Norges valg og posisjoner vi tar i internasjonal klimapolitikk, mener Lundberg. (SA061218).

Her problematiseres norsk oljepolitikks makt over klimapolitikken, samt Norges rolle som klimastat. Med underoverskriften «Hemmes av oljebransjen» tegnes et bilde av et Norge som ønsker å gjøre mer men som ikke har gjennomføringsevne grunnet en oljebransje som holder klimaagensen i sjakk. Ved å understreke at norsk klimapolitikk «er spesialtilpasset norsk oljepolitikk» belyses maktforholdet mellom de to diskursene. Dette kan settes i sammenheng med overgangen fra Statoil til Equinor. Dette har som tidligere nevnt, fått både ris og ros i norske aviser, spesielt i henhold til skiftet i identifikasjon som et bredere energiselskap. Både Equinor selv og norske aviser som rapporterer det, legger mye vekt på deres investeringer i fornybar energi framover. Bildet av et bredt energiselskap får noen riper med denne typen dekning: «Investerer mindre enn 5 prosent i grønn energi» (AP140218). Landets kultur innenfor grønn teknologi, kan virke som en fremstilling mer enn en praksis.

#### **6.1.4 Felles nåtid og framtid**

Norges felles nåtid og framtid er det diskursområdet som er mest betent i henhold til spenningen mellom oljen og klima. I tillegg omtales dette området mest av norske journalister. Innenfor dette diskursområdet er det et stort spenn både mellom hva som er planene framover, og hvilke fakta som betegner sannheten. Her henvises det til rapporter som framstiller framtidens behov i vidt forskjellige retninger, alt etter hva som argumenteres for. Tidligere i analysen har jeg skissert logos og ethos argumentasjon på hver side av spenningen, noe jeg kommer tilbake til i analysen av diskursiv praksis. Det kan likevel være interessant for leseren å bite seg merke i variasjonen mellom fakta i denne delen av analysen.

«Den som skal slukke lyset på norsk sokkel, er ikke født ennå» (AA141218). Dette er et uttrykk som med jevne mellomrom ytres fra oljeindustrien, og fungerer som en metafor for framtiden og industriens plass i den – at vi skal ha oljen i minst en mannsalder til. «Verden trenger olje og gass i mange tiår fremover, og den oljen og gassen må komme med lavest mulig klimagassutslipp.» (AA141218). Det framstilles som en ubestridelig sannhet at verden har behov for olje og gass i «mange tiår framover», noe som både underbygger og unnskylder norsk ekspansiv oljeindustri. Ved å trekke inn klimagassutslipp, eller heller vårt lave nivå av

det, blir industrien enda med rettferdiggjort. «Vi vil jobbe for å hjelpe industrien mot et slikt mål, ettersom de i dag står for en stor del av de samlede klimagassutslippene i Norge. Senteret vil dekke både kortsiktige og langsiktige mål, sier Torsæter.» (AA141218). Senteret som omtales er det nye forskningssenteret for miljøvennlig olje, og hun som uttaler seg er fra Sintef og skal lede senteret. I annen mediedekning har det blitt argumentert for at Norge allerede har en relativt sett grønn produksjon. I dette sitatet legges det derimot ikke skjul på at utslippene fra petroleumsindustrien utgjør en stor del av de norske utslippene totalt sett i dag. Dette kan være med på å øke troverdigheten i utsagnet. «Det er ikke snakk om hva vi skal leve av etter oljen, men hvordan vi skal få hentet ut olje og gass på en mest mulig miljøvennlig måte, sier hun.» (AA141218). Igjen trekkes det på et mye brukt utsagn, men her blir utsagnet vendt om. Ofte stilles spørsmålet «hva skal vi leve av etter oljen», mens her er det ikke engang en del av diskusjonen. Bruken av hva «vi» skal eller ikke skal leve av, underbygger en identifikasjon med leseren, dette omhandler oss alle.

Vi kan ikke se for oss et samfunn hvor det ikke langt inn i fremtiden også er betydelig behov for olje, forklarer han. Han støtter seg på Det internasjonale energibyrådet (IEA) som tror verdens oljeforbruk vil passere 100 millioner fat olje om dagen allerede i 2019, og at veksten vil fortsette. (AP240718).

Også her møtes leseren med en sannhet fra sjefen i Aker BP om at oljen er relevant også i all overskuelig framtid, og at det dermed er gunstig å satse på industrien framover. At behovet er «betydelig» er med på å understreke dette. I tillegg underbygges argumentet av dets støtte i IEA, noe som øker troverdigheten i utsagnet. Denne sannheten om at oljen er nødvendig i mange år framover, møter den avislesende nordmann flere steder: «Det viktigste olje- og gass-sektoren kan lese ut av regjeringsplattformen er at det er stø kurs, selv med Venstre i regjeringen, mener olje og energiminister Terje Sjøviknes (Frp).» (BT290118). I dette utsagnet fra den daværende olje- og energiministeren, siktes det til det nye regjeringssamarbeidet med Venstre og at deres grønne politikk ikke skal få komme i veien for Frps framtidsrettede oljepolitikk. Dette akkompagneres av en fornøyd, bakoverlent og avslappet Sjøviknes med hendene hvilende bak hodet (se illustrasjon 3). Denne bildebruken understreker oljedepartementets (og dermed regjeringens) avslappede holdning til oljens framtid. De som skulle være bekymret for petroleumsindustriens videre drift i møte med «det grønne skiftet» kan lene seg tilbake sammen med Sjøviknes og slappe av.



Illustrasjon 3 (BT290118)

«Verden skal [...] i mange år kunne bruk lønnsom, ren og sikker produsert norsk olje, samtidig som klimamålene skal nås. Det tjener Norge på, det tjener verden på, og det er bra for Norge og bra for verden.» (SA060918). Den nye olje- og energiminister Freiberg beroliger også petroleumssektoren med gjentakende positive ord om både nåtidens og framtidens oljeproduksjon. Ved å omtale oljen som «lønnsom, ren og sikker» og gjennom oppfølgingen om at landet skal nå klimamålene samtidig, fremmes en følelse av trygghet og godhet i omtalen. Troverdigheten øker også i Freibergs rolle som politiker og minister.

«Optimismen er tilbake i oljenæringen» (FV280818). Med denne overskriften underbygger journalisten troen på en lys framtid i petroleumssektoren. «Optimismen er tilbake» refererer til fallet i oljeprisen som begynte i 2014, og hvordan industrien har sett seg nødt til å avskjedige arbeidere og nedskalere. Nå er industrien tilbake på topp, og framtiden ser enda bedre ut. Journalisten følger opp dette med:

Kronprins Haakon åpnet i går olje- og energimessen ONS i Stavanger. Han benyttet anledningen til å minne om klimaendringene. – Trusselen fra den globale oppvarmingen påvirker alle industrier – og kanskje spesielt energisektoren. I tillegg vokser verdens befolkning, og det gjør helt klart også behovet for energi [...] En grønn energiframtid er et langsiktig mål og en langvarig overgang. I denne overgangen spiller deres industri en viktig rolle. Deres kunnskap, ekspertise og erfaring er nøkkelen til å utvikle nye løsninger. (FV280818).

Denne bekreftelsen av industriens betydning inn i framtiden fra Norges kongelige, fungerer som sterk ethos argumentasjon. Også hans omtale av klimaendringene og deres «viktige

rolle» i overgangen, samt omtalen av oljenæringens ekspertise og erfaring som «nøkkelen» i utvikling av nye løsninger, fungerer rettferdiggjørende for industriens framtid på norsk sokkel.

«Nå er det Ashtons ansvar at selskapet finner de petroleumsressursene som skal produseres på norsk sokkel om 10, 20 og 30 år.» (SA281218). Ashtons betydning i Equinor har jeg omtalt også tidligere i analysen. Journalisten underbygger dette ved å trekke fram hans ansvar også inn i de framtidige tiårene. «2018 er Equinors beste leteår siden oljekrisen rammet bransjen.» (SA281218). Flere aviser legger med andre ord vekt på at oljen har kommet seg etter nedgangen i 2014, og at dagens oljesektor er tilbake på topp. Dette fremmer en følelse av glede og vellykkethet også hos leseren, spesielt ved bruken av uttrykket «oljekrisen», som er en dramatisk trope for hva oljesektoren ble utsatt for, og som nå er en del av fortiden. «Målet er å gjøre et nytt storfund, og det begynner å haste. Når Johan Sverdrup og Johan Castberg er ferdig i 2022, står det ingen store prosjekter i køen. Det kan få dramatiske følger for norsk leverandørnæring.» (SA281218). Journalisten maler her et bilde av en industri som ikke bare kan lene seg tilbake og la tingene gå sin gang, videre leting i Ashtons regi er av stor betydning for Norges framtid. Artikkelen får enda mer troverdighet gjennom støtte fra uventet hold: «Han får delvis støtte av klimaforsker Bjørn Samset ved Cicero. – Det er et gyldig argument i den forstand at vi ikke kan stenge ned olje og gass over natten. Det ville vært verre enn selve klimakrisen, fordi samfunnet må rulle videre.» (SA281218). På grunn av at støtten til argumentet kommer fra flere hold, får artikkelen sterk logikk både for oljesektoren og klimasektoren.

Equinors framtidige klimatiltak får mye plass i flere aviser og av flere journalister i mitt utvalg: «Målet til Equinor er innen 2030 å kutte CO<sub>2</sub>-utslippene sine med 3,2 millioner tonn sammenlignet med 2008. – Så langt har vi levert 1,2 mill tonn, sier Nylund.» (SA120618). Dette skrives i sammenheng med elektrifiseringen av allerede aktive petroleumsfelt. Gjennom å referere til foreløpige resultater og framtidige mål, får utsagnet logikk tyngde og dermed økt troverdighet.

Oljesektorens rolle i framtiden har tyngde i Johan Sverdrup-feltet og dets produksjonsstart i 2019: «For velferdsstaten Norge kommer dette feltet til å være viktig i over 50 år framover.» (SA230818). Velferdsstaten er en av de tyngste fasettene i den norske identiteten, og dens styrke inn i framtiden er dermed en viktig del av dette diskursområdet. «Det er ingen tvil om at Johan Sverdrup er Equinors juvel – den foreløpig siste gigantutbyggingen på norsk sokkel i

overskuelig framtid. Nå er det nærmere ett år til feltet begynner å produsere.» (SA101018). Juvel- og gigantbetegnelsen blir igjen trukket fram av journalisten. Ved å understreke at Sverdrup er «foreløpig siste» åpnes det for leseren muligheter for flere gigantutbyggelser også inn i framtiden.

Norges grønne framtid i industrien får også plass utenfor oljediskursen: «Dersom fornybarfondet investerer 20 milliarder kroner over de neste 10 årene, vil dette bidra til økt private medinvesteringer på hele 124,5 milliarder kroner. Det er et vanvittig beløp som jo vil forandre verden.» (SA170118). I dette utdraget får leseren mer informasjon om hva Fornybarfondet (nå Nysnø Klimainvesteringer AS) skal gjøre i framtiden for å motarbeide klimaendringene. Når journalisten viser til summen som skal investeres i grønn teknologi, og hvordan dette vil akkumulere over de neste ti årene, får utsagnet mer troverdighet, enn om det kun ble referert til en lysere framtid. Ved å trekke fram sitatet om at det er snakk om et «vanvittig beløp som jo vil forandre verden» underbygger journalisten en framtid med store investeringer i grønn retning.

I store deler av diskursen om felles nåtid og framtid møtes leseren med lyse framtidsutsikter. Oljen skal være en del av Norge lenge, og den skal ikke minst være grønn. Dette kan ha noe å gjøre med at det både er mer behagelig å skrive om og lese om en lys framtid. Likevel finnes også den deknningen i norske aviser som underbygger en mer kritisk holdning til framtiden og hvordan Norge skal møte den: «Advarer mot nye oljeinvesteringer» (AP210918). Slik lyder overskriften i Aftenposten, hvor tidligere sjefsøkonom i Verdensbanken, Sir Nicholas Stern blir sitert. Oljens framtid får et annet lys på seg idet noen utenfor den norske oljeboblen uttaler seg, spesielt når en med så høy grad av ethos gjør det. «– Vi kommer ikke til å trenge særlig mye mer olje enn vi allerede har oppdaget. Så det å lete etter mer olje gir ikke noe særlig mening. Fremtiden ligger andre steder, sier Stern til NRK.» (AP210918). Der det i oljediskursen er livsviktig med nye store funn inn i framtiden, fremmes det her en framtid hvor nye funn ikke gir «særlig mening». Ved å understreke at framtiden «ligger andre steder», får Norge og leseren muligheten til å følge med i utviklingen. «Rapporten, som er finansiert av en rekke land, deriblant Norge, konkluderer blant annet med at olje i nær fremtid vil bli langt mindre relevant.» (AP210918). Her får argumentet om oljens mindre betydning i framtiden mer troverdighet gjennom logos virkemiddel ved å referere til rapporten fra New Climate Economy. Senere i artikkelen fastslår rapporten «[...] at det grønne skiftet går langt raskere enn ventet» og at «verden i løpet av de neste to-tre årene [må] legge om hele sin

infrastruktur til å bli fornybar og bærekraftig om man skal ha håp om å unngå mer enn to graders global oppvarming.» (AP210918). Sannheten om framtiden blir med andre ord helt annerledes gjennom disse argumentene, enn hvordan den så ut i mediedekningen som var vinklet i oljesektorens favør. I disse to sitatene vises det til at en grønn omveltning både *går* raskere enn noen hadde ventet, og at dette er en nødvendig utvikling om klimamålene Norge og verden har satt seg skal nås.

«– Det ville vært veldig fornuftig å slutte å lete etter olje. Det er 85 felt i produksjon på norsk sokkel i dag, og Johan Sverdrup-feltet skal alene produsere til 2070, lenge etter at Norge skal ha netto nullutslipp. Det vi driver med, er gambling med egen framtid, sier Hansmark.» (DB171118). Å spille på leserens fornuft er et retorisk grep som både kan overbevise og provosere, alt etter hvem som er mottakeren. Her trekkes det inn hvor mange aktive felt Norge har i dag, og hvor lenge det nye «gigantprosjektet» skal produsere inn i framtiden. Dermed får leseren et bilde av hvor stor industrien er, og vite at uavhengig av hvorvidt videre leting kommer til å skje på norsk sokkel, så vil industrien være her i minst 50 år til. Ved å omtale videre utviding av petroleumssektoren som «gambling», tegner Hansmark et bilde av en usikker framtid med dårlige utsikter.

«– Om ti år vil oljens betydning for statens totale inntekter være lavere, ja.» (SA171018). Oljens økonomiske framtid skisseres her av professor Klaus Mohn under økonomifestivalen Kåånomics. Hans uttalelser har høy grad av ethos med tanke på hans tittel, noe som underbygger utsagnet.

Har norsk oljebransje gått inn i solnedgangen? – Trenden er klar, og vi vil tjene mindre på olje. Men samtidig har vi nettopp åpnet et kjempestort nytt felt. Johan Sverdrup jo skal produsere i 40–50 år til. Så ikke akkurat solnedgang, men tidlig kveld, sier Mohn. (SA171018).

Slik avsluttes artikkelen. Tropa av ting som «går inn i solnedgang» symboliserer enden på historien, og ved at Mohn besvarer med å si at oljæraen har nådd en «tidlig kveld», underbygger han en tanke om at det går mot en slutt for det norske oljeeventyret ikke så alt for langt inn i framtiden. Tanken om at oljeverdien er på vei ned dekkes også av andre journalister: «Landets viktigste næring snart ulønnsom.» (AP121018). Ordlyden i dette utsagnet fungerer som skremmende for leseren, nordmenns viktigste inntektskilde kan bli irrelevant i framtiden. «Norsk oljeproduksjon må avvikles innen 2040, ifølge BI-professor

Jørgen Randers.» (AP121018). At disse uttalelsene kommer fra nok en professor er med på å underbygge argumentets troverdighet, norsk framtid i oljen kan vise seg å bli ulønnsom om leseren skal tro dem.

Da er det jo helt vilt at regjeringen legger opp til enda mer leteaktivitet for olje- og gassnæringen i nordområdene. Vi må kutte med 45 prosent innen 2030 for å nå 1,5 gradersmålet og komme i null med utslippene i 2050. Da tåler ikke klimaet enda mer utvinning av fossilt brensel. (BT131218).

Kritikken mot videre norsk oljeleting får her litt hardere ordlyd. Uttalelsen kommer fra direktøren av Bjerknes som rapporterer fra Katowice. Refereringen til klimamålene verden sammen har blitt enige om fungerer som argument for stans i letingen etter mer fossilt brensel, noe rollen til retoren også underbygger.

– Vi må tenke nytt og stort. Norge kan bli verdens første nullutslippsland. Vi har alle forutsetninger for å bli en stormakt på havvind. Våre fortrinn er en lang kyst, vi har kompetanse og ressurser til å bli en stormakt på denne formen for fornybar energi. Havvind kan bli et nytt industrieventyr for Norge. (BT131218).

Etter krass kritikk av Norges politikk angående videre leting, oppfordrer retoren videre til løsninger på det han mener er kritikkverdige. I denne uttalelsen fremmes landets prioriteringer som pekepinn mot hvilke forutsetninger det har til å bli et nullutslippsland. Ved å fremme løsninger istedenfor kun å ta opp det problematiske blir argumentet sterkere.

«[...] vi må ha en strategi. Vi er avhengig av olje- og gass i dag, men vi må forberede oss. Vi gjør alt vi kan for å gjøre økonomien grønnere. – Vi trenger et grønt skifte i vår økonomi.»

(NL250118). Slik lyder det fra Ola Elvestuen, den nye klima- og miljøministeren. I motsetning til sin tidligere regjeringskollega Søviknes, trekker han fram Norges avhengighet av petroleumsindustrien i dag som et problem som må løses. Han samler Norge i bruken av «vi» noe som inkluderer leseren i arbeidet rettet mot en grønnere økonomi i framtiden. Dessuten understreker han gjennom bruken av frasen «et grønt skifte» utviklingen som er i ferd med å skje i Norge og verden<sup>4</sup>. Også han får høyere grad av ethos i sin rolle som politiker og minister, liksom Freiberg, Søviknes og Solberg.

---

<sup>4</sup> «Det grønne skiftet» er en betegnelse på hvordan samfunnet skal møte klimautfordringene i framtiden gjennom tilpassing i de forskjellige institusjonene i samfunnet. Det er uenighet om hva «det grønne skiftet egentlig er,



## 6.1.5 Nasjonal størrelse

«På direkte spørsmål om hva Norge skal leve av etter oljen, svarer olje- og energiministeren at hans «fokus og jobb er å sørge for at Norge får ut de verdiene av de fantastiske mulighetene Norge har som energinasjon».» (AA141218). Norske ressurser har vært av stor verdi for landets økonomiske utvikling, noe som også får sin plass i norske aviser. I dette diskursområdet ligger fokus på hvordan medietekstene kan påvirke den norske identiteten ved å omtale konkrete, håndfaste aspekter ved Norge (Wodak et al., 2009). Dette inkluderer alt som befinner seg innenfor landets grenser, og omhandler gjerne landets natur og dets ressurser. Her siteres Freibergs uttalelser om hvordan landets ressurser skal utnyttes for å skape mest mulig økonomisk vekst. Ved å omtale ressursene som «de fantastiske mulighetene» settes oljen i et ettertrykkelig positivt lys. Dette møter avisleseren flere steder i utvalget mitt: «Oljenæringen har gjort Norge steinrikt» (BT160218). Journalisten trekker fram at norsk ressursforvaltning har bidratt til landets store kapital, noe vedkommende understreker bruken av «steinrikt». Dette setter tematikken for artikkelen, når han videre skriver:

Næringens heltestatus har fått seg en kraftig nesestyver. Olje handler ikke lenger bare om teknologi og ufattelige verdier. Nå blir olje aldri nevnt uten at det også snakkes om utslipp og klima. Statusnæringen som en mannsalder har tiltrukket seg de beste hodene er blitt en problemindustri. (BT160218).

At oljenæringen *har* vært med på å sørge for Norges velferd, skal en ikke stikke under stol, men her gjør journalisten det tydelig at klimadiskursens kritikk av industrien er problematisk. Dette understrekes ved den tydelige positivt ladde ordbruken i forbindelse med oljen, slik som «heltestatus» og «ufattelige verdier». Her blir med andre ord norske petroleumsressurser framstilt som noe utelukkende positivt, og kritikken angående utslipp og klimaendringer får rollen som en forstyrrende faktor og et slags hån mot den norske stolthet.

De norske oljeressursenes økonomiske verdi, er en viktig fasett innenfor diskursen nasjonal størrelse i norske aviser. Siden 2014, da det som omtales av journalistene som oljekrisen inntraff, har det vært en økonomisk nedgang i sektoren. Ifølge norske medier kan dette se ut til å snu nå: «Kombinasjonen av høy oljepris og kostnadskutt har sendt Statoil-aksjen mot gamle høyder.» (SA050218). Ut fra dette utdraget kan det se ut som om Norge igjen er på vei mot en ny storhetstid innenfor petroleumen. «I tillegg fikk de en god omvisning på den 25 år

---

men kan omtales som en mer sammensatt utvikling mot et mer bærekraftig samfunn (Haarstad & Rusten, 2018a).

gamle installasjonen som produserer inntekter på 40.000 kroner i minuttet.» (SA120618). I sammenhengen med elektrifiseringen av tre eldre plattformer i Nordsjøen, vinkles denne omvisningen også mot norske inntekter. Ved å bryte tallet ned fra en enorm sum som beskriver daglig, månedlig eller årlig inntekt, brukes et håndgripelig beløp som nordmenn flest har et forhold til, som til gjengjeld produseres i minuttet. Dette er med på å understreke de store summene det er snakk om at norsk petroleumsindustri tilfører landet, uten å gi leseren et uforståelig tall som det er vanskelig å sette i kontekst.

«Equinor advarer mot en politisk skapt usikkerhet ved å endre på dagens avgiftssystem, spesielt når sokkelen er inne i en moden fase. Dette mener selskapet også kan gjøre norsk sokkel mindre attraktiv.» (SA051218). Dette er en kritikk av de miljøtiltakene som ønskes gjort i norsk petroleumsindustri, for å gjøre det mindre gunstig med utslipp i sektoren. En slags bomring for oljen. Equinor uttaler gjennom dette at en endring i avgiftssystemet kan få følger for nasjonal og internasjonal aktivitet på norsk sokkel, noe som i neste omgang kan gå utover norsk økonomi. Ved å trekke fram at sokkelen «er inne i en moden fase» legges det vekt på at norsk petroleum har noen gode år framover, og argumenterer dermed for at det er et dårlig tidspunkt med klimatiltak *akkurat nå*.

Norske petroleumsressurser i Lofoten, Vesterålen og Senja har blitt en slags symbolsak for miljøaktivister, og i politikken er dette et hett tema: «Under forhandlingene sørget Venstre for at blant annet Lofoten, Vesterålen og Senja holdes fri for oljeaktivitet i denne stortingsperioden.» (DB210618). Denne typen forhandlinger kommer stadig opp til debatt nærmest ved alle store budsjettforhandlinger, og som jeg tidligere har nevnt er alle de tre største norske partiene for en utredning her. Derfor blir dette en viktig sak å trekke frem for Venstre, idet de som et parti med en grønn identitet inntreier i en blå regjering.

Norske ressursers økonomiske verdi får mye plass i avisene, men en kritikk mot ressursenes klimamessige og miljømessige påvirkning får også noe dekning. «Tall fra 2017 viser at næringen sto for omtrent 25 prosent av de totale klimagassutslippene i Norge.» (AA141218). Her møtes leseren med de store verdienes bakside, oljepengene står kanskje for hver syvende krone i statskassen, men samtidig så står de også for hver fjerde prosent av klimagassutslippene. Denne typen dekning åpner for refleksjon mellom hva som er viktigst, pengene eller klima. Dette er en problemstilling hele verden nå er i ferd med å ta stilling til.

«Fornybar energi er så lite at det ikke har fått sin egen kolonne i det offentlige regnskapet. Under «annet», der fornybar inngår, er det notert et driftstap på 68 millioner dollar i andre kvartal.» (SA270718). Equinors kommunikasjonsmessige storsatsning på ressurser som skal skape fornybar energi, får kritikk for ikke reelt sett å være stor nok. Ved å trekke fram det faktum at fornybar energi ikke engang får sin egen kolonne i kvartalsrapporten, tegnes et bilde av hvor lite det egentlig satses på. Dette understrekes igjen ved å nevne at det ligger under kolonnen «annet». En slik kolonne representerer ofte en samling av underprioriterte saker, noe som kan peke mot en slik type behandling av fornybare prosjekter i Equinor for øyeblikket.

«Arctic Frontiers-konferansen har invitert deltakere fra hele verden. Interessen for konferansen gjenspeiler interessen for ressursene i Arktis. Mens enkelte ønsker å begrense olje- og gassutvinning, for eksempel i regionen, er det andre sterke interesser for disse naturressursene.» (NL250118).

Norske petroleumsressurser i Barentshavet, har blitt trukket fram på en lignende måte som Lofoten, Vesterålen og Senja. Tanken om å begynne prøveboring her ses på av klimaaktivister og miljøaktivister som miljøkriminalitet med tanke på de smeltende polene, mens for andre ses tanken om å la ressursene ligge som bortkastet. Det er med andre ord stor uenighet om hvordan disse ressursene skal forvaltes, i Norge gikk det så langt som rettsak mellom Greenpeace og oljedepartementet: «I Norge har de nye konsesjonene i Barentshavet ført til kontroverser – og et søksmål mot staten for å bryte grunnloven. Staten vant i Oslo tingrett.» (NL250118).

Gjennom denne tekstanalysen har jeg trukket fram forskjellige tekstutdrag fra mitt utvalg som på en eller annen måte henviser til de fem diskursområdene som Wodak mfl. argumenterer for at har en betydning i utviklingen av nasjonal identitet. Tidligere har jeg skissert hvordan staten, gjennom regjeringenes stortingsmeldinger, har fremmet utelukkende positive vinklinger av spenningen mellom olje og klima, og på denne måten også fremmet et ukritisk bilde av Norge som nasjon. Tekstanalysen viste at norske medier gir et mer varierende bilde av hvordan norsk identitet blir bygget oppunder. Likevel vil jeg trekke fram at det var en overvekt av positive vinklinger, noe som kan peke mot trenden jeg presenterte i stortingsmeldingene. Disse funnene skal jeg trekke videre inn i analysen av diskursiv praksis hvor jeg ser dem i sammenheng med prosesser som foregår *rundt* teksten. Senere skal jeg også diskutere funnene i analysen av sosial praksis.

## 6.2 Diskursiv praksis: avisen og mottakeren

Analysen av diskursiv praksis er det andre nivået i min analysemodell. I tekstnivået ligger fokus på å analysere selve teksten og gjennom dette belyse måten journalistene skriver tekstene sine for å belyse en tematikk, omhandlende spenningen mellom oljen og klima i Norge. Innenfor dette nivået ligger fokus på å diskutere hvordan forholdene *rundt* teksten kan påvirke tekstens betydning. I kapittel 4, hvor jeg skisserte analysens rammeverk, gjorde jeg rede for at Fairclough mente det viktigste innenfor analysen av diskursiv praksis omhandler intertekstualitet. Med dette mener han hvordan tekstene trekker på andre tekster og mottakers forkunnskaper og holdninger til sjanger og diskursen som teksten faller under – tekstens diskursorden (Norman Fairclough, 1998). En av den kritiske diskursanalysens problematiske sider som jeg tidligere har drøftet, er det at en forsker sjeldent faktisk analyserer mottaker (Wetherell, 2001). Analysen tar som regel for seg tekstene som skal mottas, og drøfter heller hvordan dette *kan* mottas på forskjellige måter, dette er noe jeg også gjør i denne analysen. Måten å gjøre dette på er at jeg skal drøfte hvordan forskjellige faktorer er med på å forme tekstens mening: nyhetssjanger, det journalistiske felt og produksjonsforhold.

En måte å reflektere rundt hvordan tekster kan mottas av en leser, er å analysere artiklenes utforming. Slik jeg skildret i kapittel 4, har en nyhetsartikkels utforming mye å si for budskapet som formidles. I analysen av mitt utvalg, er et av de viktigste funnene knyttet til dette. I empirien kan det utfra overskriftene se ut som om det er en relativt sett jevn dekning av spenningen mellom olje-Norge og klima-Norge; 16 artikler er vinklet positiv til Norge og hva landet gjør innenfor oljen og klima mens 12 artikler er vinklet som kritiske til Norsk virksomhet (i tillegg til én artikkel (AP250818) som i overskriften peker begge veier). Disse tallene representerer imidlertid ikke nødvendigvis innholdet i empiriens nyhetsartikler. Gjennom kodingen av positiv og negativ holdning til norsk praksis, kom det nemlig fram en ubalanse i journalistens kildebruk og nøytralitet.

I nyhetsartiklene som omtalte spenningen i oljens favør, ble klimadiskursen i mange av artiklene vinklet positivt og som noe landet kan oppnå *gjennom* norsk olje. På denne måten fikk ikke kritikere plass til å argumentere mot dette, det kan virke som om det ikke engang ble gjort et forsøk på å få tak i et motsvar til disse artiklene (se vedlegg 2). I artiklene som dekket spenningsforholdet mellom klima og olje fra et klimaståsted, ga derimot journalisten oftere plass til en kritiker av klimasidens argument (se vedlegg 7). På denne måten kan det virke

som det utfra mitt utvalg blir opprettholdt en balanse i dekningen av spenningen fra klimasiden, mens det fra oljesiden ikke behøvdtes fordi de kunne trekke inn «grønn olje» og dermed gjøre artikkelen dekkende. Problemet med dette er at artiklene fra oljesiden faktisk ikke *er* dekkende, kun spiller på argumentasjonen jeg tidligere skildret at norske medier har adaptert fra norsk oljes kommunikasjonsrådgivning.

I de færre artiklene som dekkes fra oljesidens ståsted og som faktisk gir plass til klimakritikk, kommer gjerne kritikken helt til sist i artikkelen, hvor muligheten er større for at flere lesere har falt av. I tillegg til at det kommer sent i artikkelen, ble det også gjerne supplert med først å nevne det positive kritikeren eventuelt hadde å si om tematikken som dekkes, for deretter kort å nevne et som kilden mener er kritikkverdig. Dette vises for eksempel i AA141218 *Den som skal slukke lyset på norsk sokkel, er ikke født ennå* (se vedlegg 5) hvor det nye oljeforskningssenteret «LowEmissions» omtales. Her presenteres leseren for en fullsides sak om oljens framtid og senterets betydning for dette, mens helt til sist får Bjørn Hallvard Samset fra Cicero kommentere. Her trekkes det fram at han i utgangspunktet er positiv til nyheten om «LowEmissions», mens helt til sist får han med en kommentar om at han mener det er uheldig at annen forskning blir nedprioritert. I denne artikkelen får utforming en stor betydning for hvordan saken kan oppfattes, da den i aller størst grad understreker en positiv holdning til olje i framtiden. Ved å gi plass til en uttalelse fra Cicero som er delvis støttende, heves tematikkens troverdighet samtidig som at måten artikkelen er utformet på underbygger et uuttalt mål fra journalistens side om at leseren ikke nødvendigvis behøver å få med seg kritikken som nevnes til sist.

Som jeg så vidt nevnte, vil ikke en avisoverskrift nødvendigvis representere artikkelens innhold. Jeg fant likevel stort sett at dette gjaldt for klima- og miljøsidens, mens dekningen fra et oljeperspektiv ofte holdt på stemningen og tematikken som ble ytret i overskriften. Et eksempel på hvordan en sak er vinklet annerledes gjennom overskrift enn hva artikkelens innhold faktisk sier kan ses i VG010618 *MILJØJUBEL: Fornøyd med av Oljefondet får gå inn i sol og vind* (se vedlegg 8). Her setter overskriften og ingressen en stemning om at det blant miljøorganisasjoner er særlig god stemning overfor fondets unoterte fornybarinvesteringer, mens det er mer eller mindre gjennomgående i teksten at det både i Framtiden i våre hender og Zero er en frykt for at dette skal gå på bekostning av annen miljøinvestering og at det kan bli forholdsvis små investeringer i det store bildet. Dermed får leseren som skummer overskrift og ingress, samt artikkelens par første avsnitt et inntrykk av

en stor miljøseier i oljefondet, mens det i artikkelens helhetlige bilde kommer fram at dette er en seier med modifikasjoner. På denne måten vinkler VGs journalist dette som en gladsak som bygger opp under norsk identitet som en klimastat gjennom Oljefondet, mens det i virkeligheten ikke egentlig er det.

Hvordan nyhetskriteriene som setter føringer for hva som er en «god artikkel» benyttes, varierer mellom riksavisene og de forskjellige regionsavisene, dette går på de forskjellige avisenes doxa (Bourdieu, 2005). Hva SAs modelleser identifiserer seg med eller finner aktuelt og sensasjonelt, kan for eksempel være annerledes enn en modelleser i Trøndelag. Dette tydeliggjøres i empirien også. Det første og kanskje mest tydelige funnet som henviser til dette er at store deler av den generelle oljedekningen i Norge kommer fra Stavanger. 13 av de 29 artiklene som utgjør utvalget er fra SA, noe som også var en tendens i artiklens populasjon, slik jeg har argumentert for i kapittel 5. Stavanger blir ofte omtalt som Norges oljehovedstad, et kallenavn byen med rette kan gis. Utenfor Stavanger ligger både landets første og fleste oljefelt, og en stor andel av de som er sysselsatt i petroleumsnæringen her. Dette gjenspeiles i mediedekningen, nytt om oljen er både ofte aktuelt og identifiserbart blant menneskene i regionen avisen skriver for.

På tross av at oljedekningen i SA, hvor den blir satt i sammenheng med klima, i høyest grad er positiv, får også oljenæringen kritikk i klimaets øyemed i et mindretall av artiklene i utvalget. 7 av 13 artikler – altså like over halvparten – stiller seg rent positive til oljenæringen og fremmer det synet Jensen (2006) diskuterte angående boring som miljøargument som et svar til spenningen mellom disse to områdene. Dette funnet ser jeg ikke som spesielt overraskende, da det i stor grad bekrefter tidligere funn fra andre forskeres funn på feltet (Hornmoen, 2018; Jensen et al., 2018; A. Naper, 2014). I tre av artiklene fra utvalget fant jeg imidlertid mer eller mindre balanse i dekningen gjennom bruk av kilder og vinkling, og i to av artiklene stilte overvekten av journalistens tekst seg kritisk til oljebransjens historie og framtid i Norge. På tross av at denne typen dekning er i mindretall i SA, finner jeg det som et interessant funn. Denne typen dekning kan bryte med SAs modellesers forventninger, og på tross av at upopulære valg gjøres i norske aviser over hele landet, hadde jeg som forsker en hypotese om nærmest ren positiv omtale i SA angående olje som jeg her fikk motbevist.

Hvilken vinkling, og ikke minst vekslning av vinklinger, en journalist har på de forskjellige artiklene de har skrevet varierer. Utfra utvalget tydeliggjøres det at enkelte journalister som regel dekker spenningen mellom oljen og klima på en mer ensidig måte, mens hos andre

varierer vinkling og holdning mellom de forskjellige artiklene. Det kan virke som om journalistens habitus – deres bakgrunn innenfor kulturell og økonomisk kapital – har innvirkning på dette (Bourdieu, 2005).

Et eksempel på dette fra SA er forholdet mellom mediedekningen til to journalister som begge har skrevet et flertall av artiklene i utvalget. En av dem har jobbet i SA siden 1983, og har med andre ord vært i journalistgamet i mange år, sammen med en tilleggsrolle som styreleder og klubbleder i avisen. Dette kan gjenspeiles i nyhetsartiklene vedkommende produserer, hvor det varierer mellom vinkling fra oljesiden og klimasiden, i tillegg til bruken av forskjellige kilder fra forskjellige sider innad i artiklene som er produsert. Til sammenligning har den andre journalistens dekning en helhetlig vinkling i oljens favør i mitt utvalg, noe som kan gjenspeiles i vedkommende sin erfaring. Denne journalisten har jobbet siden 2012 i SA og Sysla<sup>5</sup>, og har med andre ord mindre medieerfaring noe som kan ha utslag på vedkommende sin kulturelle og sosiale kapital innenfor det journalistiske feltet. Dette kan igjen ha påvirkning på måten vedkommende produserer nyhetstekstene sine, som igjen kan ha innvirkning på historien som blir kommunisert ut til mottakerne.

Et lignende funn av at en journalists habitus har betydning for nyhetstekstenes varierende vinkling fant jeg også hos en annen journalist. De artiklene i mitt utvalg som vedkommende har skrevet varierer både i vinkling og i kildebruk, noe som kan ha sammenheng med lang og bred erfaring i journalistyrket. I tillegg til å ha vært politisk utenrikskorrespondent for både DN og AP i henholdsvis Stockholm, Brussel og New York, har vedkommende gitt ut flere bøker som tar for seg norsk og europeisk politikk, inklusiv norsk oljepolitikk. Vedkommende sin bakgrunn kan ha utslag i medietekstene, noe jeg vil argumentere for at mitt utvalg peker mot.

På tross av at det kan her virke som om journalistenes habitus har en effekt på måten de vinkler og balanserer sakene sine, vil jeg være forsiktig med å påstå at dette er et representativt funn for all deres mediedekning. Grunnen til dette er for det første størrelsen på mitt utvalg som ikke har grunnlag til å vise en bredde i deres generelle mediedekning og for det andre at alderskurve og kapitalkurve ikke nødvendigvis korrelerer. En eldre journalist har større sjanse for større og bredere nettverk, men kan også være konservativ i sin vinkling og valg. På samme måte behøver yngre journalister ikke nødvendigvis å stå på bar bakke i det

---

<sup>5</sup> Det redaksjonelle samarbeidet mellom mediehusene Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad.

journalistiske feltet. Dermed er det ikke en konklusjon jeg trekker, men et funn jeg finner det interessant å belyse.

Ved å ha avgrenset mitt utvalg til å bestå utelukkende av nyhetsartikler har jeg kunnet bruke nyhetssjangerens trekk og kriterier som verktøy i min analyse i tillegg til å gi utvalget en kontinuitet i form og stil. Dette har for meg vært et viktig poeng å understreke at analysen skulle svare på hvordan journalister spesifikt dekker spenningsforholdet mellom klima og olje, da journalister har makt innenfor mediefeltet, som igjen har en definisjonsmakt over diskurser som nordmenn kan knytte til den norske identitet. Denne avgrensingen har likevel også begrenset avisers dekning av spenningen i sin helhet, noe som har gitt utslag i utvalgets representasjon av forskjellige aviser. Som jeg kort nevnte i kapittel 5, dekket NL dette spenningsforholdet i større grad enn hva utvalget gir uttrykk for, men denne dekningen kom i form av andre avissjangre som debattinnlegg og kommentarer. Dermed falt disse artiklene utenfor rammene av mitt utvalg, noe som har gitt utslag i bredden på utvalget angående hvilke aviser artiklene stammer fra.

Det faktum at dekningen av spenningsforholdet mellom oljen og klima i Norge innenfor nyhetssjangeren er så lav, vil jeg argumentere for at er et funn i seg selv. I prosessen fant jeg 58 nyhetsartikler som innfridde de kriteriene jeg hadde satt for utvalget, slik jeg skildret i kapittel 5. Satt i sammenheng med at tidsperioden var over et helt år og antall mediehus var åtte, vil jeg argumentere for at dette er en liten populasjon å ta utgangspunkt i for å gjøre utvalget. Det kan selvsagt ha blitt gjort menneskelige feil i gjennomgangen av alle treffene jeg fikk på Retriever, både når det omhandler sjangerkriteriene, spenningsdekningen eller rett og slett gjennom søkeordene jeg valgte å bruke, noe som kan ha sørget for at artikler som kunne vært inkludert i populasjonen falt på utsiden. Likevel mener jeg at jeg gjennom utvalgsprosessen gjorde et grundig arbeid for å skape et helhetlig bilde av nyhetsdekningen av denne spenningen. Derfor tør jeg også påstå at relativt sett dekkes denne spenningen lite. Dette kan ha sammenheng med sjangerens kriterier, og da spesielt hvordan klimatematikken skal oppfylle målet om sensasjon og aktualitet. Klimaendringer og klimapåvirkning er en langsom prosess, et problem jeg tidligere har gjort rede for innenfor klimadekningen generelt. Klimadiskursen er vanskelig å kommunisere utad, både på grunn av vanskeligheten for å oppnå kriteriene for hva som er en god nyhet, men også på grunn av det faktum at det er vitenskap som skal videreformidles og oversettes, noe som kan gå på bekostning av dekningens kvalitet (Allan et al., 2000). De tidspunktene klimatematikken oftest kommer på



banen, er i de tilfeller hvor det for eksempel holdes klimatoppkonferanser eller hvor institusjoner uttaler seg om tematikken. I mitt utvalg blir dette tydelig da de fleste artiklene som har hovedsakelig en klimavinkling, har kommet i sammenheng med klimatoppmøtet i Katowice og rundt tiden da Statoil ble til Equinor.

I tekstanalysen nevnte jeg så vidt at bruken av hva som var fakta varierte i de forskjellige artiklene ettersom hvilken vinkling artikkelen hadde. For eksempel er det fakta at verden trenger mer olje i framtiden og at den norske oljen er det beste alternativet i møte med det grønne skiftet, men det er også fakta at norsk petroleum bidrar til at landet er en del av problemet i en grønn framtid. Disse sannhetene blir dekodet av mottakere på forskjellige måter, påvirket av faktorer som for eksempel individets habitus og politiske ståsted. Mottakeres nivå av kulturell og økonomisk kapital, og gjerne også deres egeninteresser i forhold til dette, vil ha betydning for hvilke av disse faktene som mottas som reelle. Jeg har skrevet om hvordan Lakoff (2010) argumenterer for at fornuft er individuelt og styrt av mottakerens kunnskap og følelsesrammer, og at de fakter som ikke passer innenfor disse rammene heller forkastes enn undersøkes nærmere. Dette kan trekkes til denne typen bruk av fakta. Det samme omhandler hvilke personer og kilder som mottaker faktisk mener at har høy grad av ethos. Noen vil tillegge Freiberg mye ethos i sin rolle som minister og politiker, mens noen vil mene Elvestuen har mer i sin motargumentasjon. Angående politikere har dette gjerne med hvilken side mottaker selv befinner seg i det politiske spekteret.

Gjennom tekstanalysen belyste jeg nyhetsartiklenes tekstuelle innhold, hvor jeg fant både positive og negative vinklinger av spenningsforholdet mellom oljen og klima i Norge. I dette analysenivået lå fokuset på å drøfte hvordan prosessene rundt en artikkel påvirker innholdet. De forskjellige funnene jeg her har presentert, har å gjøre med de aspektene i medie verden som bidrar til å forme hvordan nyhetssakene blir til. Flere av disse tingene vil jeg også argumentere for at kan ha en betydning for måten mediemottaker leser og forstår nyhetssakene. Gjennom forskjellige verktøy kan en journalist sette føringer for hvordan en tekst kan leses og oppfattes, og på denne måten fremme en skjult argumentasjon og overbevisning. Foucault så kunnskap som en form for makt og mediefeltet som en kilde til kunnskap (Hall, 1997, s. 45-47). På denne måten får mediene som en institusjon en form for makt. Dermed får metoden journalistene i praksis bruker for å produsere nyhetsdekningen betydning, noe bidrar til å gjøre dette nivået av den kritiske diskursanalysen viktig.

## 6.3 Diskusjon av sosial praksis: identitet og samfunn

Diskurs er sosial praksis. Dette utsagnet har vært en gjentagende påstand gjennom hele dette prosjektet. Hva dette egentlig betyr kan tolkes på forskjellige måter innenfor forskjellige tradisjoner i diskursverdenen, men jeg definerer dette etter en tanke om at diskurs er en bestemt måte å omtale verden på, enten om dette er gjennom medietekster, gjennom stortingsmeldinger, gjennom bøker eller gjennom helt alminnelige samtaler. Alle disse måtene å omtale verden på, er forskjellige former for sosial praksis, og gjennom en kritisk diskursanalyse ønsker forskeren å belyse hvordan disse sosiale praksisene bidrar til å forme samfunnet, og hvordan maktforholdene i disse sosiale praksisene er. I løpet av dette prosjektet har jeg presentert hvordan oljediskursen og klimadiskursen i Norge tidligere har forholdt seg til hverandre, med et utgangspunkt i at begge diskursene står sterkt i den norske identiteten. Dette identitetsperspektivet er en viktig faktor i prosjektet, og har vært med på å forme analysemodellen jeg har brukt og som et resultat også hvilke funn som kom fram i nivå 1 og 2 av analysen. Dette tredje og siste nivået omhandler hvordan disse funnene kan settes i sammenheng med det større bildet, noe som i praksis betyr at jeg skal diskutere mine funn utfra de faktorene jeg presenterte i kapittel 2 og 3. Hvordan dekker egentlig norske journalister spenningen mellom olje-Norge og klima-Norge, utfra et perspektiv om nasjonal identitet? Og hvordan kan vi gjennom dette forstå «det norske paradokset»?

Den kritiske diskursanalysens mål omhandler å belyse hvordan argumentasjon kan endres og tilpasses over tid – uavhengig av om de substansielle forholdene har endret seg tilsvarende. Forskere før meg har skissert hvordan oljeindustrien har endret sin egen argumentasjon om seg selv da det ble nødvendig for dem å ta stilling til klimaendringene (Jensen, 2006; Lie, 2012; Nilsen, 2001). Før klimasiden fikk mulighet, definerte oljesektoren seg som klimavennlig ved å legge fokus på produksjonen av olje og sammenlignet dette med andre land. Den samme prosessen fant også sted i politikken, som på tidlig 90-tall forstod at om landet skulle kunne fortsette å drive ekspansiv petroleumsvirksomhet på sokkelen, måtte den kommuniseres som et mer klimavennlig alternativ enn petroleum fra andre oljenasjoner. Det var et diskursivt skifte i Europa og verden, og klimakonvensjoner slo fast at det var på tide å starte et arbeid sammen mot global oppvarming. Norge måtte finne en måte å være med på dette samtidig som det ikke ble satt en stopper for oljesektoren, som hadde vist seg å være

svært lønnsom for staten. På denne måten unnskyldte Norge at landet var et av verdens største oljeeksportør, samtidig som vi fortsatt var en klimastat.

I gjennomgangen av den nyeste oljemeldingen (2010-2011), energimeldingen (2015-2016) og klimameldingen (2016-2017), ble det tegnet et bilde av at denne måten å vinkle norsk petroleum til å være en form for klimaengasjement, fortsatt brukes. Spenningsforholdet mellom de to vies heller lite oppmerksomhet i stortingsmeldingen, slik at den største tendensen er at klimaidentiteten bygges opp for seg og oljeidentiteten for seg, og Norge er flinke i begge leirer. Når likevel de to aspektene tas opp satt i sammenheng med hverandre, ligger fokuset først og fremst på hvordan *produksjonen* av norsk petroleum er mer klimavennlig enn annen petroleum. Dette fokuset på produksjonen har blitt et av de viktigste kortene å spille for både staten Norge og den norske oljevirksomheten, og gjennom repetisjon og troverdig argumentasjon har dette aspektet fått en viktig plass i oljens diskursorden. Dette på tross av hvor liten andel av klimagassutslippene som skjer under den faktiske produksjonen – 95 til 98% av utslippene skjer under forbrenningen av oljen (Fæhn et al., 2013, s. 21). På denne måten kan det argumenteres for at den norske staten henvender seg til det norske paradokset ved å avskrive spenningsforholdet mellom oljen og klima som ikke paradoksalt.

Det kan ses på som problematisk at oljeindustrien i Norge har så sterke bånd til regjeringen gjennom Olje- og energidepartementet, og at det viktig å reflektere rundt deres grad av politisk makt. Økonomisk kapital er makt slik Foucault så det, og oljeindustrien i Norge har store mengder med økonomisk kapital som staten Norge i dag er og har lenge vært avhengig av. Industrien har definert seg selv både som god og som grønn, noe som har blitt etablert som en diskursiv formasjon i samfunnet (Hall, 1997). Jensen (2010) kritiserer hvordan oljen i Norge har spilt på motdiskursens kjerneargument, snudd logikken på hodet og vinklet resonnementet til å bygge oppunder deres egen sak, ved å ramme den norske oljen som grønn. Ved å bruke diskurskooptering som et analytisk begrep, trekker han fram at denne måten å kommunisere på styrker egen sak samtidig som det svekker motparten. Denne typen argumentasjon finnes både i oljeindustrien selv og i regjeringens ytringer. Denne diskursive formasjonen kan dermed ses som et samarbeid mellom staten og oljesektoren, da alle disse partene har arbeidet utfra dette utgangspunktet i over to tiår. Maktforholdet disse to imellom skal jeg ikke begi meg ut på en diskusjon av, men jeg likevel trekke fram at begge disse har en viss form for makt i samfunnet, både økonomisk og politisk.

Den diskursive formasjonen som fremmer tanken om klimavennlig norsk petroleum har også i løpet av denne tiden nådd den norske befolkning i større eller mindre grad. Mye av kommunikasjonen har foregått gjennom mediekkanaler, slik at også medieinstitusjonen har sin del av ansvaret for utviklingen av diskursen klimavennlig olje. Medieoppslag er en kommunikativ begivenhet og en diskursiv praksis (Jørgensen & Phillips, 1999) noe som også gjør det til en påvirkende faktor innenfor utviklingen av nasjonal identitet (Wodak et al., 2009). Medienes rolle gjennom disse årene har vært viktig for hvordan synet på norsk petroleum har utviklet seg i landet, noe jeg har gjort rede for gjennom flere tidligere forskningsprosjekter (Hornmoen, 2011; Jensen et al., 2018; A. Naper, 2014). Gjennom tekstanalysen jeg har utført i denne analysen kom det fram at fem forskjellige diskursområder som direkte kan knyttes til nasjonal identitet er framtreddende også i det norske mediebildet – selv om diskursområdene var utviklet til en analyse av nasjonal identitet i Østerrike i 1999.

En måte å bygge oppunder nasjonal identitet gjennom kommunikative begivenheter er å underbygge følelsen av nasjonens felleskap. Wodak mfl. argumenterer for at alle nasjoner kan ses som forestilte felleskap, der individer føler et samhold med andre av den ene grunnen at de deler nasjonalitet. Tekst som underbygget dette i analysen, ga jeg navnet homo norvegicus. Måten avisartiklene i mitt utvalg adresserte spenningen i det norske paradokset innenfor dette diskursområdet, varierte veldig. Argumentasjon om «ren norsk olje» var en framtreddende tendens i deler av mediedekningen. Særlig framtreddende var denne typen argumentasjon i deknningen av de to olje- og energiministrene Norge hadde i løpet av 2018, Terje Søviknes og Kjell-Børge Freiberg. Dette kan da ses direkte i sammenheng med ordlyden i oljemeldingen fra 2010-2011, på tross av at den ble skrevet under Stoltenberg-regjeringen. Det kan virke som at olje- og energidepartementet har hatt den samme holdningen til norsk petroleum gjennom begge de to regjeringene, i hvert fall kan det se ut til at måten det norske paradokset behandles er mer eller mindre lik. Likevel fant jeg også tilfeller av kritiske perspektiver mot diskursområdet «oss nordmenn» i løpet av tekstanalysen. I disse tilfellene dekket journalisten for eksempel uttalelser fra nordmenn som befant seg utenfor Norge, slik som da det ble rapportert hjem fra klimatoppmøtet i Katowice (BT131218), eller i sammenheng med publisering av klimarapporter som viste til Norges manglende engasjement i et verdensperspektiv (AP281118, SA171018).

Den norske identiteten blir også påvirket av hvordan medieoppslagene omtaler den felles norske historien gjennom å omtale ting som for nordmenn er felles minner og som bygger

oppunder et felles narrativ. Oljeindustriens betydning gjennom de siste 50 årene får mye plass innenfor dette diskursområdet. For eksempel trekkes det en parallell til Sveriges utvikling til sammenligning med Norge gjennom 1900-tallet (BT160218), eller det legges vekt på hvor store økonomiske tilskudd landet har fått i løpet av årene som har gått (AP121018). Ved deknningen av Norges historie når det gjelder klimavennlig olje, vektlegges de feltene hvor Norge var tidlig ute med å elektrifisere virksomheten (SA120618). Denne måten å understreke oljesektorens viktighet i norsk historie kan det trekkes paralleller til måten regjeringen underbygget den norske historien i oljemeldingen. Det kan virke som om det er viktig også for norske medier å minne nordmenn på hvilken sektor det er som har sørget for landets velferd. Men deknningen her er heller ikke rent positivt vinklet, det var også artikler i utvalget som forholdt seg kritisk til oljevirkosomhetens betydning i den norske historien. Dette kom for eksempel i form av å kritisere landets nåværende engasjement i klimakampen, gjennom å peke mot at regnestykket for klimakompensasjon bør inkludere klimagassutslippene landet har stått for gjennom historien (SA061218), eller en kritikk av hvordan Norge har økt sine klimagassutslipp der andre land i Europa har kuttet i løpet av de siste 30 årene hvor dette har stått på dagsorden (BT131218). Det kan altså ses en bredde i deknningen som går under diskursområdet kollektiv politisk historie, men den kritisk vinklede deknningen i mitt utvalg er i mindretall sammenlignet med den positive.

Hall (1996) argumenterer for hvordan kultur er en viktig faktor innenfor nasjonal identitet, og det er derfor også viktig å se hvordan kommunikative begivenheter tar for seg aspekter som faller innenfor dette. I spenningen mellom oljen og klima kommer norsk teknologi inn som en viktig faktor innenfor nasjonal kultur, da argumentet om klimavennlig olje gjerne omtales i sammenheng med de teknologiske framskrittene landet har tatt for å komme dit de er i dag. Dette blir for eksempel tydelig i SA120618, hvor omtalen av «det grønne røret» som fører CO<sub>2</sub> ned under havbunnen under produksjon av norsk gass får fokus. Oljekulturen dekkes i aller størst grad i sammenheng med teknologien som gjør den norske petroleum grønnere, men det var også et tilfelle av kritikk mot oljens makt over klimapolitikk (SA061218).

Diskursområdet felles nåtid og framtid var det som var absolutt størst i tekstanalysen, og også der hvor spenningen i det norske paradokset tydeligst kom fram. Hvordan et land skal se ut i framtiden og ikke minst hva det er viktig å trekke fram i nåtiden, er viktig i forståelsen av en nasjon sin identitetsforståelse. Ambisjonene Norge har for framtiden er viktige i utforskingen av landets nåværende identitetsforståelse, og kvaliteten på disse ambisjonene innenfor oljen er

det forskjellige meninger om i mitt utvalg. Mediedekningen som var vinklet i oljens favør, så både sektorens store betydning langt inn i framtiden, det generelle behovet for olje i verden inn i framtiden samt viktigheten for nye, store, norske funn som et fokus i nærmeste framtid. Sannheten om hva framtiden kommer til å bringe, vek veldig fra sannheten som ble kommunisert fra kritikerne av olje inn i framtiden. Her ble det lagt mer vekt på hvordan oljeprisen mest sannsynlig kommer til å falle om få år, og at det grønne skiftet går hurtigere enn hva alle hadde forventet. I tillegg ble det trukket fram hvordan det er problematisk at Norge skal klare å være med på å bekjempe 1,5 graders oppvarming av jorden, med sin rolle innenfor petroleum. Innenfor dette diskursområdet er det altså stor uenighet om hva som er fakta innenfor oljediskursen og klimadiskursen, og ikke minst stor uenighet om hva Norge skal være i framtiden.

Jeg vil argumentere for at diskursområdet nasjonal størrelse favner over det som kan ses som essensen i det norske paradokset. I kapittel 3 skildret jeg hvordan norske ressurser har vært viktige faktorer for utviklingen av den norske identiteten, både innenfor natur og klimainteresse, og når det omhandler oljeressursene og den tilhørende industrien. I norske medier får landets nåværende aktivitet på sokkelen først og fremst positiv omtale. Måten vi forvalter ressursene vi i dag har tilgjengelig, får lite kritisk oppmerksomhet i utvalget. Det er først når det er tale om de eventuelle petroleumbrønnene som ligger i mer omstridte områder, at den kritiske vinklingen også får plass. Eksempelvis har området utenfor Lofoten, Vesterålen og Senja nærmest blitt en symbolsak innenfor norske ressurser (DB120618), samt økt aktivitet i Arktis (NL250118).

Ut fra mitt utvalg har jeg funnet at norske medier gir mye plass til den samme typen argumentasjon som jeg tidligere har vist at både regjeringen og oljesektoren bruker. Tanken om at norsk olje er klimavennlig får mye plass i samtlige av de fem diskursområdene som kan påvirke en nasjons identitetsutvikling i denne retningen. I tillegg fant jeg i analysen av diskursiv praksis at når denne vinklingen er et faktum i nyhetsartikkelen, gis klimasiden og kritikere av denne sannheten lite eller ingen oppmerksomhet. På denne måten blir det for leseren et ganske ensidig bilde av spenningsforholdet i det norske paradokset i disse nyhetsartiklene, som jeg vil argumentere for at bygger oppunder tanken om Norge som «gode» både innenfor klimadiskursen og innenfor oljediskursen. I denne typen mediedekning finner jeg altså tilfeller av det Wodak mfl. (2009) kaller opprettholdende og rettferdiggjørende strategier ovenfor nasjonens identitet.

Foucault mente det var viktig å analysere hvem som har makt i sosial praksis og den sosiale praksisen jeg analyserer er nyhetsartikkelen. Innenfor deknningen av spenningen mellom oljen og klima kan mye tyde på at journalistikken jobber for en opprettholdelse av begge diskursene i den norske identiteten. I analysen fant jeg at mye av mediedekningen som tok for seg dette spenningsforholdet, ofte bygde på argumentasjonen man kan finne fra de med en form for makt i samfunnet – da først og fremst oljesektoren selv som står for store deler av norsk velferd, og regjeringen gjennom spesielt Olje- og energidepartementet. Denne tendensen kan peke mot en intertekstualitet mellom nyhetsartiklene, stortingsmeldingene og oljeindustriens egne uttalelser – at nyhetstekstene trekker på argumentasjonen i disse tekstene (Jørgensen & Phillips, 1999). Ved å trekke på budskapet til de med makt i et samfunn på denne måten, kan det diskuteres hvorvidt medieinstitusjonen oppfølger sin rolle som en fjerde statsmakt. Denne typen maktpåvirkning i det offentlige ordskiftet kan ha en negativ konsekvens for tanken om det demokratiske idealet.

På tross av en overvekt av positiv dekning av spenningen mellom oljen og klima, er dette ikke den eneste typen dekning jeg fant i løpet av analysen. I flere av nyhetsartiklene som utvalget mitt bestod av, ble det også uttrykt forskjellige former for kritikk mot oljens rolle i nasjonen og ikke minst dets rolle inn i framtiden. Denne typen dekning var mest framtrædende under spesifikke hendelser som var med på å aktualisere klimasaken. I kapittel 2 skrev jeg om hvordan kommunikasjon av klima sliter på grunn av mangelen på dets rammer innenfor direkte menneskelige forhold, noe Lakoff (2010) kaller miljøets hypocognition. Ved at klimasakene først og fremst ble produsert i sammenheng med publikasjon av klimarapporter, i tiden rundt klimatoppmøtet i Katowice og i tiden rundt da Statoil ble til Equinor, kan det peke mot at klimasaken ikke kommer til å dekkes i større grad utenfor disse typen hendelser, fordi det ikke faller innenfor andre direkte menneskelige rammer slik som sport, helse eller økonomi. Denne tendensen kan også ses i forhold til nyhetssjangeren som sådan, og hvordan klimasaken ikke i utpreget grad oppfyller kriteriene for det som kan kalles en «god nyhetshistorie» (Handgaard et al., 2013).

De tilfellene hvor vinklingen av spenningsforholdet lå i klimasidens favør, var likevel ordlyden sterk om at norsk virksomhet er kritikkverdigg. I disse sakene var det mer fokus på å referere til troverdige kilder, slik som forskningsrapporter eller klimaforskere og økonomer. Til sammenligning var det i saker vinklet fra oljesektoren først og fremst fokus på politikere og aktører innenfor sektoren, og sterk bruk av pathos for å begeistre leseren over norsk

petroleum. På tross av at klimavinklingen var noe i mindretall og først og fremst ble tatt opp i sammenheng med hendelser som hadde med dette å gjøre, var sakene altså mer troverdige gjennom bruken av ethos og logos argumentasjon (Karlberg & Mral, 1998) og kan derfor for noen stille sterkere enn motparten. Denne typen dekning vil jeg derfor argumentere for at er tilfeller av enten transformerende eller destruerende strategier innenfor den norske identiteten som en klimastat og oljestat (Wodak et al., 2009). Transformerende gjennom kommunisering av det problematiske ved å kalle norsk olje for klimavennlig og dermed forsøke å *endre* oljediskursen til ikke å inkludere klimaaspektet. Destruerende ved å argumentere mot at Norge er eller kan identifisere seg som en klimastat, mens landet fortsatt har en aktiv oljevirkosomhet.

I analysen av diskursiv praksis kom det fram at en tendens blant flere av artiklene som forholdt seg kritiske til opprettholdelsen av det norske paradokset, var en større balanse i kildebruk og argumentasjon fra begge sider. Dette isolert sett kan ses på som noe positivt, da en nyhetssak skal forsøke å opprettholde en nøytralitet i det som dekkes. Likevel vil jeg argumentere for at det er enkelte problematiske sider også ved dette. I dekingen som var vinklet fra oljesiden, fant jeg som sagt liten grad av motargumentasjon, og i de tilfellene hvor det ble tatt opp var det sent i artikkelen og lite tekst sammenlignet med argumentasjonen for oljen. I dekingen av spenningen som hovedsakelig er vinklet i klimaets favør, får oljesektoren mer eller mindre like mye plass til sitt motsvar i artikkelen. Der hvor oljesektorens måte å forholde seg til klimaspørsmålet er å fremme tanken om den grønne oljen, åpner klimasektorens mer balanserte deking for en aksept av begge sider. Hvis man ser saken på denne måten, fungerer deler av denne dekingen også som en opprettholdende strategi i henhold til det paradoksale i den norske identiteten. Som en kritisk forsker ser jeg det problematiske i dette. Wodak og Fairclough argumenterte for at en kritisk diskursanalyse omhandler å belyse problematiske sider ved samfunnet, i et håp om forandring (Norman Fairclough & Wodak, 1997). Ved å belyse dette, ønsker jeg å skape en erkjennelse av balanseforholdet de to diskursene imellom. Likevel er det dumt å argumentere for mindre balanse i sakene som er vinklet i klimasakens øyemed, det faller litt under konseptet om «øye for øye gjør hele verden blind». Da er nok et bedre tiltak å øke balansen i dekingen av oljen.

Gjennom Stuart Halls teori om koding og dekodeing av medietekster, argumenterer McQuail for at medienes publikum har definisjonsmakt (McQuail, 2010). Utfra dette kommer en tanke i mediefaget om at enkelte måter å kode en tekst på, kan sette føringer for hvordan publikum



dekoder dem, gjennom mønstre og sjangertrekk. Gjennom analysen av diskursiv praksis ble det tydelig at journalistens utforming av nyhetsartikkelen kunne ha påvirkning på hvordan saken ble oppfattet av leseren. Bruken av vekting, oppbygning og argumentasjonsform hadde en betydning for vinklingen av innholdet i artiklene i en eller annen retning. Dette kan peke mot at journalisten bevisst eller ubevisst kan fremme ønsket budskap gjennom teksten. Også mottakerens habitus kan ha stor innvirkning på måten medieteksten leses (Bourdieu, 2005). Jäger og Maier (2009) omtalte hvordan kunnskap er en viktig faktor innenfor den kritiske diskursanalysen. Hva som er gyldig kunnskap er både historisk avhengig og individuelt. På et mikronivå, har mediekonsumenters kulturelle, økonomiske og sosiale kapital mye å si for hvordan en medietekst kan leses, gjerne i forhold til hvilke personer som har ethos og hva som anses som et argument med mye logos i deres øyne.

Det helhetlige inntrykket jeg har fått gjennom min analyse er at det fortsatt er en sterk interdiskursivitet mellom oljen og klima i norske aviser, og da først og fremst i oljediskursens favør. Det Jensen (2010) omtalte som oljesektorens diskurskooptering av klimasidens argumentasjon finnes det flere eksempler av i mitt utvalg, noe som kan peke mot at denne koopteringen var vellykket. Ved å ramme norsk olje inn som klimavennlig, eller i alle fall mer klimavennlig enn annen olje, mister klimasiden sitt viktigste argument mot videre petroleumsindustri på norsk sokkel. I mitt utvalg kom dette tydelig fram ved at det kunne synes som at journalisten ikke behøvde å dekke balansen i forholdet mellom de to, så lenge det ble understreket at produksjonen i seg selv var i klimaets navn. På denne måten blir det paradoksale i den norske identiteten uviktig og uriktig i denne typen vinkling, og Ihlen (2009) oksymoron innenfor oljediskursen lever i beste velgående. I tillegg til dette var det også tilfeller av problematisering av tanken om Norge som en klimastat, noe som først og fremst fikk plass i sammenheng med hendelser som var med på å aktualisere klimasaken utenfor landet. På denne måten ble leseren møtt med et eksternt blikk på hva Norge er og hvordan landets engasjement ser ut i henhold til klimasaken. Ved å fremme at landet velger å være en del av problemet istedenfor løsningen ved å velge ekspansiv petroleumsindustri, kan leseren få et inntrykk av den faktiske klimapåvirkningen norsk petroleum har.

I et identitetsperspektiv vil jeg argumentere for at disse er noen viktige funn. For det første kan det trekkes paralleller til andre forskningsprosjekt innenfor tematikken. Andre har tidligere funnet at norske medier bygger oppunder statens og oljesektorens definisjon av klimavennlig olje, noe jeg fant at fortsatt var en stor og viktig del av dekningen i 2018 blant

nærmest alle avisene som ble representert i utvalget. En slik oppfølging av tidligere funn kan være fruktbart for å tydeliggjøre og bygge oppunder denne tendensen – ved å gjøre de samme funnene som har blitt gjort i tidligere prosjekter blir forskningsfeltet som en helhet styrket. Dette er likevel kun en liten del av mitt bidrag innenfor feltet. Mitt hovedfokus i dette forskningsprosjektet har vært å belyse hvordan medietekstene i utvalget dekker spenningsforholdet i det norske paradokset innenfor en identitetsforståelse av nasjonen. Jeg vil argumentere for at dette er et viktig bidrag til feltet, når klimaengasjement blir satt i et internasjonalt perspektiv. Jeg kom med en påstand tidlig i prosjektet om at egen identifikasjon innenfor en nasjon kan ha betydning for internasjonalt engasjement, noe jeg har trukket til å omhandle samarbeidet verden nå forsøker å mobilisere i møte med menneskeskapt klimaendringer og global oppvarming. Refleksjon rundt forståelsen av den norske identiteten, og da spesielt med fokus på oljenasjonen satt opp mot klimanasjonen, kan ha stor betydning i møte med andre nasjoner. Dessuten vil jeg argumentere for at måten Norge identifiserer seg og hvordan andre land identifiserer landet ikke nødvendigvis samsvarer. Norges rolle som klimanasjon i denne sammenheng kan bli forstyrret av landets rolle som oljestat, både i nasjonal og internasjonal sammenheng, mens ved å identifisere seg *både* som klima- og oljestat kan samfunnet unnskyldes dette. Da kan til gjengjeld andre nasjoner oppfatte norsk klimaidentifikasjon som svekket, noe som kan ha utslag i det internasjonale samarbeidet. For å oppnå en forståelse av hvordan nasjonen oppfattes utenfra, er første steget å reflektere over hvordan nordmenn oppfatter seg selv.

## 7 Konklusjon

Innledningsvis i dette prosjektet spurte jeg i hvilken grad og på hvilken måte identitetsspenningen mellom klima-Norge og olje-Norge dekkes av norske journalister, og hvordan vi gjennom dette kan forstå «det norske paradokset». For å kunne svare på dette har jeg analysert 29 nyhetsartikler fra 8 av de største avisene i landet som på en eller annen måte henvender seg til spenningsforholdet mellom olje og klima som en del av den norske identitetsforståelsen. Gjennom en kritisk diskursanalyse som vektlegger måten kommunikative begivenheter påvirker utviklingen av nasjonens identitetsfølelse, har jeg funnet noen forskjellige måter denne dekningen foregår på. Jeg har belyst innholdet i tekstene ved å systematisere dem etter hvordan de skildrer nasjonen som et felleskap, trekker på kollektiv historie og kultur, hvordan de tegner en felles nåtid og framtid, og en felles eiendom i landets ressurser. Jeg har også analysert hvordan prosesser utenfor artiklene kan være av betydning for innholdet og budskapet, og muligens også legge føringer for hvordan tekstene mottas i samfunnet, selv om sistnevnte kan regnes mer som anekdotisk refleksjon enn som funn. Til sist har jeg diskutert tekstene i utvalget og funnene jeg har trukket fra disse, si sammenheng med tendenser i samfunnet.

I kapittel 5 gjorde jeg rede for prosessen jeg gikk gjennom da jeg skulle gjøre mitt empiriske utvalg. Det skulle vise seg at utav det store antallet treff jeg fikk i Retriever, var det kun et fåtall av dem som falt innunder kriteriene jeg hadde satt for utvalget. Interessen og mediedekningen av klimaendringer har til en viss grad økt i løpet av de siste årene (Haarstad & Rusten, 2018b), men det kan virke som at dette ikke blir satt i sammenheng med norsk petroleum i så veldig stor grad. Deler av forskningsspørsmålet mitt omhandler graden av mediedekning spenningsforholdet får av norske journalister. Selv om mitt utvalg kun baserer seg på en periode over et år, vil jeg utfra det jeg her har skissert argumentere for at dette dekkes i relativt sett liten grad. Det kan virke som at spenningsforholdet gis heller lite oppmerksomhet, mens at klima-Norge og olje-Norge i stor grad opprettholdes som deler av landets identitet på hver sin side. I de artiklene som til gjengjeld dekker denne spenningen, er altså vinklingen varierende.

I mitt utvalg fant jeg at den mest utbredte måten å henvende seg til spenningsforholdet mellom olje og klima i Norge, er å fremme ideen om at landets olje er renere og mer klimavennlig enn oljen som blir produsert i andre land. Fokuset legges på

klimagassutslippene som foregår under produksjonen av petroleum, og hvordan norsk produksjon legger stor vekt på å kontrollere disse. Dessuten argumenteres det for at verden også behøver petroleum i all overskuelig framtid, og at det dermed er bedre at verden får kjøpe «grønn, norsk olje» enn andre lands mer skitne olje, eller kull for den saks skyld. På denne måten kan Norge fortsette å identifisere seg som en klimanasjon, samtidig som landet fortsetter med en ekspansiv petroleumsindustri. Denne typen argumentasjon er den samme som brukes både av den norske regjeringen, spesielt innenfor Olje- og energidepartementet, samt av deler av petroleumssektoren selv. Jeg har tidligere problematisert båndet mellom regjeringen og oljesektoren via Olje- og energidepartementet, og hvordan dette båndet kan reflektere sektorens grad av makt i Norge, i tillegg til den økonomiske makten de har i landet. Med mediernes bruk av en lignende argumentasjon kan det virke som at de i disse tilfellene fungerer mer som en megafon enn en fjerde statsmakt, ved å videreformidle dette budskapet.

Dette var likevel ikke den eneste typen mediedekning jeg fant i utvalget. Flere av nyhetsartiklene omtalte spenningsforholdet med en kritisk vinkling. Her ble Norges rolle som klimanasjon problematisert når det ble satt i sammenheng med petroleumsindustrien i landet. I disse artiklene ble dessuten verdens petroleumsbehov i framtiden omtalt som synkende, og at behovet for norsk petroleum dermed ikke kom til å vare i all evighet. Hva framtiden hadde å bringe var med andre ord veldig sprikende mellom disse to typene vinklinger. Til gjengjeld var det blant disse artiklene gitt mer plass til motsvar fra oljesiden, noe som gjorde artiklene mer balanserte enn de artiklene som var vinklet i oljesidens favør. Dette gjorde at disse artiklene framstod mer balanserte, men åpnet imidlertid også for en opprettholdelse av diskursen «klimavennlig norsk olje».

Oppsummert kan jeg utfra mitt utvalg si at det er prosesser i den norske nyhetsformidling som både bidrar til å opprettholde, rettferdiggjøre, endre og ødelegge aspekter ved den norske identiteten. Oljesiden ønsker både å opprettholde Norge som klimastat og rettferdiggjør Norge sin oljeidentitet ved å kommunisere den som grønn. Klimasiden forsøker å endre sannheten om «grønn olje» i Norge og gjennom dette midlertidig ødelegge for at landet skal få identifisere seg som klimastat, så lenge de fortsetter med ekspansiv petroleumsindustri.

Jeg har lagt fokus på nasjonal identitet innenfor dette prosjektet. Spenningsforholdet mellom klima og olje i Norge har jeg vist at har fått mye oppmerksomhet i det norske forskningsmiljøet tidligere, dermed ville ikke en ren analyse av dette tilført forskningslitteraturen noe mer enn en styrke til feltets tidligere funn, eventuelt belyst en

endringstendens. Fokuset på den norske identiteten innenfor denne tematikken kan imidlertid være med på å belyse hvordan dette spenningsforholdet kan ha en betydning i en internasjonal sammenheng. Mange land i verden har lenge forsøkt å samle seg i kampen mot menneskeskapte klimaendringer, og Norge var tidlig ute med å engasjere seg i denne kampen. Likevel er det kanskje først i kjølvannet av Parisavtalen i 2015 og klimatoppmøtet i Katowice i 2018 at mange land for alvor har begynt å gjøre store endringer i egne samfunn for å møte det grønne skiftet. Norges rolle i dette samarbeidet får både skryt og kritikk – i utvalget mitt ble det for eksempel rapportert hjem fra Katowice at landet får skryt for internasjonalt engasjement, men at de på hjemmebane er noen «sinker» (BT131218). Norges identitet som klimanasjon kan sett utenfra med andre ord bli svekket når den settes i sammenheng med den ekspansive oljeindustrien de i dag driver. Dette kan være problematisk i et samarbeidsperspektiv, og jeg vil derfor argumentere for at dette prosjektet kan bidra til å starte en samtale om dette perspektivet. I møte med andre nasjoners identifikasjon av en selv, kan det være fruktbart å reflektere over egen identitet først, og eventuelle paradoksale forhold innenfor dette.

Denne analysen er på mange måter for snever til å kunne trekke noen konkrete konklusjoner angående den norske identiteten som en helhet, ei heller angående den generelle mediedekningen av spenningen mellom klima og oljesektoren i Norge. En slik kvalitativ analyse har sine mangler innenfor det å kunne trekke konklusjoner som belyser generelle trender i samfunnet, eller i denne sammenheng mediedekning. Dessuten kan kritisk metode by på utfordringer i sammenheng med at forskeren allerede har et standpunkt innenfor tematikken vedkommende undersøker. I denne sammenheng har jeg til gjengjeld sørget for at leseren får et godt innblikk i forskningsprosessen, og ikke latt mitt standpunkt være påvirkende i utvalgsprosess eller analyse. Angående den kvalitative analyseformen har jeg kunnet, på tross av mangel på generaliserende konklusjoner, belyse noen forskjellige måter å dekke spenningen mellom oljen og klima. Ved å trekke fram diskusjonsområder som har direkte sammenheng med nasjonens måte å identifisere seg på, har jeg kunnet si noe om måtene dette ble gjort i 2018 i norske aviser. Ved å arbeide kvalitativt istedenfor kvantitativt kunne jeg med andre ord si noe mer om dybden i nyhetsformidlingen istedenfor å belyse generelle tendenser som muligens skjuler viktige aspekter ved innholdet.

Identifikasjon, og spesielt nasjonal identitet, er et stort og til tider u håndgripelig felt. Jeg vil likevel argumentere for at det også er et særdeles viktig felt, spesielt innenfor

klimaengasjement. Utover denne studien er det mange retninger man kan gå i en videre forskningsretning. For eksempel kunne det vært interessant å jobbe videre med denne tematikken ved å analysere hvordan journalistene som dekker disse sakene arbeider. Gjennom intervjuer av journalister kan man som forsker kunne gå i dybden av prosessen det er å produsere disse type sakene, grunnene til valg av vinklinger og kildebruk. På denne måten kan man belyse prosessen fra en annen vinkel enn det jeg har benyttet meg av i dette prosjektet. Det kunne dessuten vært interessant å belyse identitetsprosesser utenfor nyhetssjangeren og analysere hvordan andre mediesjangre, eller medieplattformer for den saks skyld, forholder seg til det norske paradokset i et identitetsperspektiv.

# Litteraturliste

- Allan, S., Adam, B. & Carter, C. (2000). Introduction: the media politics of environmental risk. I S. Allan, B. Adam & C. Carter (Red.), *Environmental risks and the media* London, New York: Routledge.
- Allern, S. (2001). *Flokkdyr på Løvebakken : søkelys på Stortingets presselosje og politikkenes medierammer*. Oslo: Pax.
- Andresen, S. & Butenschøn, S. (2001). Norwegian Climate Policy: From Pusher to Laggard? *Politics, Law and Economics*, 1(3), 337-356.  
<https://doi.org/10.1023/A:1011576124137>
- Arbeiderpartiet. (2019). Olje og gass. Hentet 25.09.19 fra  
<https://www.arbeiderpartiet.no/politikken/olje-og-gass/>
- Baumberger, B. E. (2008). *Når StatoilHydro drar utenlands ... følger norsk presse etter? : en nyhetsanalyse med fokus på forholdet mellom journalist og kilde under nyhetsproduksjon og hvordan internasjonalisering i privat sektor virker inn på den journalistiske makten* (Mastergrad). Universitetet i Oslo, Oslo.
- Becker, L. B. & Vlad, T. (2009). News Organizations and Routines. I K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The Handbook of Journalism Studies* (s. 59-72). New York: Routledge.
- Benson, R. & Neveu, É. (2005). *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (2005). The Political Field, the Social Science Field and the Journalistic Field. I R. Benson & É. Neveu (Red.), *Bourdieu and the Journalistic Field* (s. 29-47). Cambridge: Polity Press.
- Boykoff, M. T. & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14(2), 125-136.  
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001>
- Cameron, D. & Panović, I. (2014). Critical Discourse Analysis. I D. Cameron & I. Panović (Red.), *Working with Written Discourse*. London: SAGE Publications Ltd.  
<https://doi.org/10.4135/9781473921917>
- European Commission (2018). 2030 climate & energy framework. Hentet 14.10.19 fra  
[https://ec.europa.eu/clima/policies/strategies/2030\\_en](https://ec.europa.eu/clima/policies/strategies/2030_en)

- Dale, B. & Andersen, G. (2018). Til Dovre faller? Norsk olje og grønn omstilling IH. Haarstad & G. Rusten (Red.), *Grønn omstilling: norske veivalg*. Bergen: Universitetsforlaget.
- De Cillia, R., Reisigl, M. & Wodak, R. (1999). The Discursive Construction of National Identities. *Discourse & Society: An International Journal for the Study of Discourse and Communication in Their Social, Political and Cultural Contexts*, 10(2), 149-173. <https://doi.org/10.1177/0957926599010002002>
- Eide, E., Elgesem, D., Gloppen, S. & Rakner, L. (2014a). *Klima, medier og politikk*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Eide, E., Elgesem, D., Gloppen, S. & Rakner, L. (2014b). Norske paradokser : Mediene, politikken og opinionen. I E. Eide, E. Eide, S. Gloppen & L. Rakner (Red.), *Klima, medier og politikk* (s. 9-22). Oslo: Abstrakt forlag.
- Engan, B. (2016). *Bindeledd og grensesnitt : Lokalavisen som formidler av stedlig identitet, institusjonell politikk og medborgerkultur* (Doktorgrad). Nord Universitet, Bodø.
- Equinor. (2019a). *Equinor Årsrapport 2018*. Brønnøysund: Regnskapsregisteret. Hentet 16.09.19 fra <file:///C:/Users/Bruker/Downloads/equinor-2018-aarsrapport.pdf>
- Equinor. (2019b). Johan Sverdrup. Hentet 28.10.19 fra <https://www.equinor.com/no/what-we-do/johan-sverdrup.html>
- Equinor. (2019c). Om navneendringen vår Hentet 14.10.19 fra <https://www.equinor.com/no/about-us/about-our-name-change.html>
- Eriksen, T. H. & Neumann, I. B. (2011). *Norsk identitet og Europa* (bd. 2). Oslo: Europautredningen.
- Fairclough, N. (1998). Political Discourse in the Media : An Analytical Framework. I A. Bell & P. Garrett (Red.), *Approaches to Media Discourse* (s. 142-162). Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Fairclough, N. & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis IT. A. van Dijk (Red.), *Discourse as social interaction* (bd. 2 ). London: SAGE Publications Ltd.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London: Routledge.
- Frandsen, F. (2000). *Umberto Eco og semiotikken*. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Fremskrittspartiet. (2019). Petroleumsvirksomhet. Hentet 25.09.19 fra <https://www.frp.no/tema/energi/petroleumsvirksomhet>



- Fæhn, T., Hagem, C. & Rosendahl, K. E. (2013). *Norsk olje- og gassproduksjon : effekter på globale CO<sub>2</sub>-utslipp og energisituasjonen i lavinntekstland*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 1, 64-91.
- Gloppen, S. & Rakner, L. (2015). Norske klimaparadokser. *Norsk statsvitenskapelig tidsskrift*, 31(3), 246-255.
- Gloppen, S., Rakner, L. & Vibe, V. (2014). Stortingsklima : Klima som valgkamptema og norske politikeres syn på klimautfordringene. I E. Eide, D. Elgesem, S. Gloppen & L. Rakner (Red.), *Klima, medier og Politikk* (s. 23-44). Oslo: Abstrakt forlag.
- Haarstad, H. & Rusten, G. (2018a). *Grønn omstilling : norske veivalg*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Haarstad, H. & Rusten, G. (2018b). Grønn omstilling og norske veivalg : introduksjon. I H. Haarstad & G. Rusten (Red.), *Grønn omstilling : Norske veivalg* (s. 11-26). Oslo: Universitetsforlaget.
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the television discourse*. Birmingham: University of Birmingham.
- Hall, S. (1996). The Question of Cultural Identity IS. Hall, D. Held, D. Hubert & K. Thompson (Red.), *Modernity : an introduction to modern societies*. Malden, Mass: Blackwell Publication.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: SAGE Publication Ltd.
- Handgaard, B., Simonsen, A. H. & Steensen, S. (2013). *Journalistikk : en innføring*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Haugseth, J. F., Huseby, V. B. & Skjølsvold, T. M. (2016). Ti klimalogikker: en kvalitativ analyse av klimatiltak i norsk offentlig debatt (2007-2013). *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 57(3), 285-314. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-291X-2016-03-03>
- Helliwell, J. F., Layard, R. & Sachs, J. D. (2019). *World Happiness Report 2019*. Hentet 13.03.19 fra <https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2019/WHR19.pdf>
- Hornmoen, H. (2011). Den krevende klimajournalistikken : medienes dekning av klimaendring og klimaforskning. I *Norwegian Open Research Archives*. Oslo: Novus forlag.

- Hornmoen, H. (2014). Splittet Klima : en kritisk diskursanalyse av petroleumsmeldingen. I E. Eide, D. Elgesem, S. Gloppen & L. Rakner (Red.), *Klima, medier og politikk* (s. 237-258). Oslo: Abstrakt forlag.
- Hornmoen, H. (2018). "Environmentally Friendly Oil and Gas Production": Analyzing Governmental Argumentation and Press Deliberation on Oil Policy. *Environmental Communication*, 12(2), 232-246. <https://doi.org/10.1080/17524032.2016.1149086>
- Hovden, E. & Lindseth, G. (2004). Discourses in Norwegian Climate Policy: National Action or Thinking Globally? *Political Studies*, 52(1), 63-81. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2004.00464.x>
- Høyre. (2019). Olje og gass. Hentet 25.09.19 fra <https://hoyre.no/politikk/temaer/energi-og-miljo/olje-og-gass/>
- Hågvar, Y. B. (2016). *Nyhetsjangerer i nettaviser : Tekstnormforskjeller mellom nett- og papirnyheter i VG, Dagbladet og Aftenposten 2010-2014*. (Doktorgrad) Universitetet i Oslo, Oslo.
- Ihlen, Ø. (2007). *Petroleumsparadiset: Norsk oljeindustri strategiske kommunikasjon og omdømmebygging*. Oslo: Unipub.
- Ihlen, Ø. (2009). The oxymoron of 'sustainable oil production': the case of the Norwegian oil industry. *Business strategy and the environment*, 18(1), 53-63. <https://doi.org/10.1002/bse.563>
- Jäger, S. & Maier, F. (2009). Theoretical and methodological aspects of Foucauldian critical discourse analysis and dispositive analysis IR. Wodak & M. Meyer (Red.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (bd. 2). Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Jensen, L. C. (2006). Boring som miljøargument? ; norske petroleumsdiskurser i nordområdene. *Internasjonal politikk*, 64(3), 295-457.
- Jensen, L. C. (2010). Norsk oljeboring for å hjelpe miljøet ; diskurskooptering som nytt analytisk begrep. *Norsk statsvitenskapelig tidsskrift*, 26(3), 185-203.
- Jensen, L. C., Jensen, Ø. & Skedsmo, P. (2018). *Norge og klimakrisen : debatten om olje og gass i det grønne skiftet* (bd. 6). Oslo: Novus forlag.
- Jørgensen, M. W. & Phillips, L. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode* Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.
- Karlberg, M. & Mral, B. (1998). *Heder och påverkan : att analysera modern retorik* (bd. 11). Stockholm: Natur och kultur.

- Kovacevic, M., Assa, J., Bonini, A., Calderon, C., Hsu, Y.-C., Lengfelder, C., ... Tapia, H. (2018). *Human Development Indices and Indicators*. New York Hentet 13.03.19 fra [http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018\\_human\\_development\\_statistical\\_update.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update.pdf)
- Lakoff, G. (2010). Why it Matters How We Frame the Environment. *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 4(1), 70-81. <https://doi.org/10.1080/17524030903529749>
- Lazarus, M., Tempest, K., Klevnäs, P. & Korsbakken, J. I. (2015). *Natural Gas: Guardrails for a Potential Climate Bridge*.
- Lie, E. (2012). *Norsk økonomisk politikk etter 1905*. Oslo: Universitetsforl.
- Mathismoen, O. (2018). Klimapanelet: Verdens utslipp må halveres de neste 12 årene. *Aftenposten*. Hentet 14.04.19 fra <https://www.aftenposten.no/verden/i/rLRBE8/Klimapanelet-Verdens-utslipp-ma-halveres-de-neste-12-arene>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed. utg., bd. 6). Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- MedieNorge, F. o. n. m. (2019). Opplagsutvikling for de ti største avisene i 2017. Hentet 11.03.19 fra <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis/353>
- Moser, S. C. (2010). Communicating climate change: history, challenges, process and future directions. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 1(1), 31-53. <https://doi.org/10.1002/wcc.11>
- Naper, A. (2014). Klimakrise eller oljefest? : perspektiver fra kommentariatet. I E. Eide, D. Elgesem, S. Gloppen & L. Rakner (Red.), (s. 217-235). Oslo: Abstrakt forlag.
- Naper, A. A. (2014). *Klimakrise eller oljefest? Perspektiver fra kommentariatet* (Masteroppgave). Universitetet i Oslo, Oslo.
- NBIM. (2019). Oljefondets markedsverdi. Hentet 26.10.19 fra <https://www.nbim.no/no/>
- Nilsen, Y. (2001). *En felles plattform? : norsk oljeindustri og klimadebatten i Norge fram til 1998* Senter for teknologi, innovasjon og kultur, Universitetet i Oslo Unipub, Oslo.
- Noreng, Ø. (2018). *Oljeboblen : enestående muligheter, forspilte sjanser*. Oslo: Gyldendal.
- Norsok. (2019). Norsok Standard Hentet 21.08.19 2019 fra <https://www.standard.no/>
- Nysnø. (2018). Om Nysnø. Hentet 02.01.19 fra <https://www.nysnoinvest.no/no/dette-er-nysno/>

- ReportersWithoutBorders. (2019). 2019 World Press Freedom Index Hentet 08.05.19 fra <https://rsf.org/en/ranking>
- Roksvold, T. (1997). Riss av norske avisers sjangerhistorie IT. Roksvold (Red.), *Avisssjangerer over tid* (s. 9-108). Fredrikstad: Institutt for journalistikk.
- Ryggvik, H. (2009). *Til siste dråpe : om oljens politiske økonomi*. Oslo: Aschehoug.
- SSB. (2013). Oversikt over geografiske forhold. Hentet 07.05.19 fra <https://www.ssb.no/a/aarbok/kart/i.html>
- SSB. (2017). Færre sysselsatte knyttet til petroleumsnæringen. Hentet 14.10.19 fra <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/artikler-og-publikasjoner/faerre-sysselsatte-knyttet-til-petroleumsnaeringen>
- SSB. (2018). Arealbruk og arealressurser. Hentet 07.05.19 fra <https://www.ssb.no/natur-og-miljo/statistikker/arealstat/aar>
- St. meld. nr. 28 (2010-2011). *En næring for framtida - om petroleumsvirksomheten* Oslo: Det kongelige Olje- og Energidepartement.
- St. meld. nr. 25 (2015-2016). *Kraft til endring : Energipolitikken mot 2030* Oslo: Det kongelige Olje- og Energidepartement
- St. meld. nr. 41 (2016-2017). *Klimastrategi for 2030 - norsk omstilling i europeisk samarbeid* Oslo: Det kongelige Klima- og Miljødepartement
- Sæther, A. K. (2017). *De beste intensjoner : oljelandet i klimakampen*. Oslo: Cappelen Damm.
- Tamnes, R. (2009). Et større Norge. I(s. S.259-324.). Oslo, Unipub.
- Thagaard, T. (1998). *Systematikk og innlevelse : En innføring i kvalitativ metode*. Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget.
- Trædal, E. (2018). *Det Svarte Skiftet* Oslo: Cappelen Damm.
- van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Analysis. I D. Tannen, H. E. Hamilton & D. Schiffrin (Red.), *The Handbook of Discourse Analysis* (bd. 2). Oxford: Blackwell.
- Wermkog, E. (2016). *Hvorfor fjelltur? : en kvalitativ undersøkelse av den norske turkulturen* (Mastergrad) Norwegian University of Life Sciences, Ås.
- Wetherell, M. (2001). Debates in Discourse Research IM. Wetherell, S. Taylor & S. J. Yates (Red.), *Discourse Theory and Practice : A reader* London: SAGE Publications Ltd.
- Wodak, R., De Cillia, R., Reisigl, M. & Liebhart, K. (2009). *The Discursive construction of national identity* (2. utg.). Edinburgh: Edinburgh University Press.

- Wodak, R. & Meyer, M. (2009a). *Critical Discourse Analysis : History, Agenda, Theory and Methodology* IR. Wodak & M. Meyer (Red.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (bd. 2). Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Wodak, R. & Meyer, M. (2009b). *Methods of critical discourse analysis* (2 utg.). Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Ytreberg, R. (2012). *Plagiatkontroll av PR og olja journalistikk : om distribusjon av pressemeldinger og kildekritikk* (Masteroppgave). Universitetet i Nordland, Bodø.
- Ytterstad, A. (2012). *Norwegian climate change policy in the media: Between hegemony and good sense*. Oslo: Universitetet i Oslo.

# Vedlegg

## Vedlegg 1. Artikkene i utvalget

*Adresseavisen* (10.10.18) «Johan Sverdrup-feltet skal drives av strøm fra land i 50 år»: NTB

*Adresseavisen* (14.12.18) «Den som skal slukke lyset på norsk sokkel, er ikke født ennå»:  
Hernes, Sigurd L.

*Aftenposten* (14.02.18) «Investerer mindre enn 5 prosent i grønn energi»: Ask, Alf Ole

*Aftenposten* (24.07.18) «Driver ikke grønnmaling»: Ask, Alf Ole

*Aftenposten* (25.08.18) «Norges bank: Selg oljeaksjene! Ekspertutvalg: Nei, ikke gjør det!»:  
Bjørnestad, Sigurd

*Aftenposten* (21.09.18) «Advarer mot nye investeringer»: NTB

*Aftenposten* (12.10.18) «Norge må fase ut oljeproduksjonen»: NTB

*Aftenposten* (28.11.18) «Hvis alle gjør som Kina, blir kloden 5 grader varmere»:  
Hammerstrøm, Inger Lise

*Bergens Tidende* (29.01.18) «Oljepolitikken ligger fast, selv med Venstre i regjeringen»: Ask,  
Alf Ole

*Bergens Tidende* (16.02.18) «Når ble vår viktigste næring ubetydelig?»: Østerbø, Kjell

*Bergens Tidende* (13.12.18) «Det ser begredelig ut»: Andersson, Atle

*Dagbladet* (21.06.18) «En stor skuffelse»: Fjellberg, Anders

*Dagbladet* (17.11.18) «Krever full oljestopp – knallharde krav til ny regjeringsplattform»:  
Rønning, Mats

*Fædrelandsvennen* (28.08.18) «Optimismen er tilbake i oljenæringen»: NTB

*Nordlys* (25.01.18) «Den nye klimaministeren kom til Tromsø med klar beskjed: - Flere tiår  
med innsats er mistet»: Solstad, Silje C.

*Stavanger Aftenblad* (17.01.18) «Fornybarfondet skal redde verden – og tjene penger»:  
Dommersnes, Tor Dagfinn

*Stavanger Aftenblad* (05.02.18) «Sattoil-kursen: Tilbake på 2014-nivå»: Myrset, Ola

*Stavanger Aftenblad* (20.02.18) «Oljetopp: - Oljebransjen har vært gammeldags»: Myrset, Ola

*Stavanger Aftenblad* (12.06.18) «Equinor vil ha landstrøm til tre plattformer»: Østebø, Jone

*Stavanger Aftenblad* (23.08.18) «Helt syke tall fra Nordsjøens nye gigant»: Dommersnes, Tor  
Dagfinn

*Stavanger Aftenblad* (27.08.18) «Equinors beste på fire år – men taper på grønn energi»:  
Bringslid, Marie Misund og Olsen, Adrian Nyhammer

*Stavanger Aftenblad* (06.09.18) «Ny oljeminister vil ha gull gass for «ren norsk olje»:  
Skarsaune, Erlend

*Stavanger Aftenblad* (07.09.18) «Sverdrup-feltet kan gi rekordhøy produksjon på norsk sokkel  
i 2024»: Myrset, Ola

*Stavanger Aftenblad* (10.10.18) «Norges oljedirigent: - Dette er industriell kunst»: Mullis,  
Magnus Ekeli

*Stavanger Aftenblad* (17.10.18) «Forskningsleder: - Vi bør kutte i oljeproduksjonen»:  
Dommersnes, Tor Dagfinn

*Stavanger Aftenblad* (05.12.18) «Vil skjerpe karbonprisen for oljebransjen»: Tollaksen, Tor  
Gunnar

*Stavanger Aftenblad* (06.12.18) «Norge bør betale mer for forurensende oljerikdom»:  
Tollaksen, Tor Gunnar

*Stavanger Aftenblad* (28.12.18) «Han har fått ansvaret for Equinors framtid på norsk sokkel»:  
Myrset, Ola

*Verdens Gang* (01.06.18) «Miljøjubel: Fornøyd med at Oljefondet får gå inn i sol og vind»:  
Framstad, Anders Park og Bøe, Eivind

## Vedlegg 2: Eksempel på diskursen Homo norvegicus og ubalanse i dekning fra oljevinkel (SA230818):



Prosjektleder Trond Bokn og konserndirektør Margareth Øvrum i Equinor viser stolt fram Johan Sverdrup-plattformene.

# Helt syke tall fra Nordsjøens nye gigant

**NORDSJØEN:** 9,3 millioner kroner i overskudd – i timen. Det er 223 millioner kroner i døgnet. Foreløpig snakker vi bare om begynnelsen. Etter 2022 blir det enda mer. Vi snakker Johan Sverdrup-feltet, Nordsjøens nye juvel.

Tor Dagfinn Dommersnes  
journalist  
td.dommersnes@aftenbladet.no



Jon Ingemundsen  
fotograf  
jon.ingemundsen@aftenbladet.no



Equinor elsker Johan Sverdrup-feltet, og i går kunne selskapet stolt vise fram to av fire plattformene som er på plass 14 mil vest av Stavanger. Alt ser ut til å stemme for dette oljefeltet.

– Vi er utrolig tilfredse og stolte over det som skjer her ute, sier Margareth Øvrum til Aftenbladet. Hun er konserndirektør for teknologi, prosjekter og boring i Equinor, og glad guide når pressen for første gang får besøke gigantfeltet som er under bygging.

– Jeg vil ikke nøle med å si at dette er det viktigste industriprosjektet i Europa. For velferdsstaten Norge kommer dette feltet til å være viktig i over 50 år

framover. Tingen kunne ikke vært bedre for Equinor. Funnet ble gjort i 2012, planene var klare i 2015, akkurat da leverandøri industrien trengte det som mest.

– Jeg tror faktisk vi reddet flere selskaper med denne utbyggingen, sier Øvrum. – Den kom akkurat da industrien trengte det som mest.

### Gode betingelser

Som kjent var det full krisestemning i bransjen etter oljeprisfallet høsten 2014.

Og dermed kunne Equinor få gode betingelser. Leverandørene anstrengte seg til det ytterste for å komme fram med bil-

lige løsninger. Resultatet ble at kostnadene ble kuttet fra 124,6 milliarder kroner til 88 milliarder kroner. Det er en besparelse på 30 prosent.

### Enorm fortjeneste

I første fase opereres det nå med break even med en oljepris på under 15 dollar fatet. Det betyr at kostnadene er dekket hvis man får 15 dollar fatet. Men oljeprisen er i dag 74 dollar fatet. Med dagens oljepris og dagens dollarkurs på 8,45 kroner, og en forventet produksjon de første årene på 440.000 fat per døgn, så blir overskuddet 223 millioner kroner i døgnet. Altså det man





Gangveien er bygget på Rosenberg verft.

## ! Gigant-prosjekt

• **I første fase** av Johan Sverdrup-utbyggingen ble kontrakter for over 60 milliarder kroner delt. Over 70 prosent har gått til norske leverandører. Hver dag i perioden 2016-2018, selve byggefasen i prosjektet, jobber over 12.000 mennesker med Johan Sverdrup over hele verden.

## ! Landstrøm

• **Johan Sverdrup** skal drives med kraft fra land. Det vil redusere offshore utslipp av klimagasser med 80–90 prosent, sammenlignet med en standard utbygging med gassturbiner på norsk sokkel.



Kristina Hagevik Brattøy og Nora Gjelsvik er prosesssteknikere og forteller hvor digitalt de arbeider på denne plattformen.



Drillerne Jostein Kløve og Lars Kristian Borlaug er veldig fornøyde med topp moderne arbeidsforhold på Johan Sverdrup-plattformen.

📷 JON INGEMUNDSEN

sitter igjen med etter at alle kostnadene er betalt.

De påfølgende årene blir produksjonen enda høyere (660.000 fat per døgn), og overskuddet stiger til 301 millioner kroner per døgn - med break even på 20 dollar fatet.

Dette er et tenkt tilfelle. Verken oljepris eller dollarkurs vil være den samme når produksjonen er på topp om kanskje halvannet år. Overskuddet kan bli lavere. Men også høyere.

### En voldsom optimisme

Det er en voldsom optimisme blant dem som jobber på plattformene nå i utbyggingsfasen. Og det er mange.

- Vi er 800 i tre skift. Det betyr 2400 i alt. Akkurat nå har vi vært 890 personer.

I driftsfasen skal det være om lag 200 personer på plattformene.

### Mange norske oppdrag

Margrethe Øvrum er veldig fornøyd med at over 70 prosent av kontraktene gikk til norsk in-

dustri. Boreplattformen er bygget av Aibel i Haugesund, og boligplattformen av Aker på Stord.

Alt har gått på skinner, ingen alvorlige hendelser, og kostnadene har gått nedover.

Det skyldes ikke minst at Equinor etter nøye overveielser tok sjansen på å engasjere løftefartøyet Pioneering Spirit, verdens største. Det løftet på plass hele dekket på boreplattformen i ett løft, noe som aldri har skjedd før. Det samme skal skje når boligplattformen og prosessplattformen kommer til feltet våren 2019.

- Vi sparer én million arbeidstimer per løft ved å bruke Pioneering Spirit, sier Trond Bokn. Det er viktig at så mye arbeid som mulig kan gjøres på land, alt er mer komplisert når det skjer til havs, ikke minst sammenkoblinger av modulene.

Det var likevel skummelt å satse på ett skip, og ett løft.

### To av fire

I dag er to av fire plattformer på plass på feltet, nemlig boreplatt-

formen og stigerørplattformen. Sistnevnte er selve tilknytningspunktet til land, derfra går oljerøret til Mongstad (sokkelens lengste og største oljerør) og derfra går gassrøret til Kårstø. Og dessuten strømkabelen til Haugsneset på Kårstø.

Johan Sverdrup skal nemlig forsynes med strøm fra land.

- Dermed får feltet et av de laveste CO<sub>2</sub>-utslippene i verden, sier prosjektleder Trond Bokn i Equinor. - Vi vil spare miljøet for utslipp tilsvarende 230.000 personbiler i året.

I welsenterer, altså kontrollrommet for boreoperasjonen, treffer vi Lars Kristian Borlaug fra Askøy. Han har 13 års erfaring som driller.

- Men aldri har jeg sett maken til topp moderne utstyr, sier han. - Her har vi en fantastisk god kontroll. Boringen kan skje både raskt og sikkert.

Nå ser han for seg at han skal jobbe på Johan Sverdrup i mange år framover.

- Ja, jeg håper det. De sier jo at feltet skal produsere i 50 år.

## ! Johan Sverdrup

• **Johan Sverdrup** er blant de fem største oljefeltene på norsk sokkel.

• **Med antatte** utvinnbare ressurser på mellom 2,1 og 3,1 milliarder fat oljeekvivalenter, er dette et av de viktigste industriprosjektene i Norge de neste 50 årene.

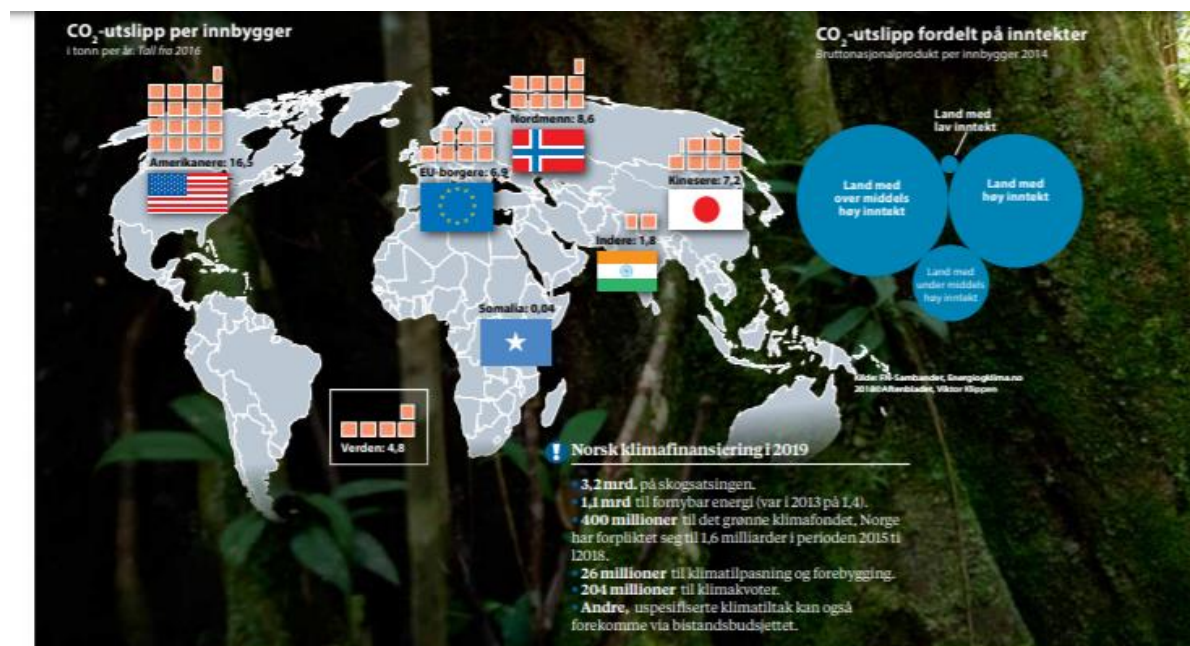
• **Johan Sverdrup-feltet** blir bygget ut i flere faser. Første fase skal etter planen starte opp sent i 2019, med en produksjonskapasitet anslått til 440.000 fat olje per dag.

• **Etter oppstart** av andre fase av prosjektet i 2022 ventes feltet å produsere 660.000 fat olje per dag når produksjonen er på topp, som utgjør nærmere 25 prosent av all norsk petroleumproduksjon. Plan for Utvikling og Drift (PUD) for andre fase skal innleveres før september 2018.

• **Partnere** er: Equinor: 40 prosent (operatør), Lundin Norway: 22,6 prosent, Petoro: 17,4 prosent, Aker BP: 11,6 prosent og Total: 8,4 prosent.



## Vedlegg 3: Eksempel på diskursen Kollektiv politisk historie (SA061218):



# – Norge bør betale mer for forurensende oljerikdom

**KLIMATILTAK:** Norge er blant verdens velstående land som har fått rikdommen som følge av høye klimautslipp. Skal Norge gjøre opp for seg, bør vi betale 65 milliarder kroner årlig i klimakompensasjon, hevder en rapport.

Tor Gunnar Tollaksen  
[tor.gunnar.tollaksen@aftenbladet.no](mailto:tor.gunnar.tollaksen@aftenbladet.no)

– Dette viser at Norge kan ta en mye større rolle i klimafinansiering enn det vi gjør i dag. Basert på historiske utslipp og at vi har bygd opp en stor nasjonalformue basert på eksport av olje, er Norges rettferdige andel av den globale klimafinansieringen på 65 milliarder kroner i året, sier Silje Ask Lundberg, leder av Naturvernforbundet.

Rapporten som viser dette, ble laget på oppdrag for Kirkens Nødhjelp, Regnskogfondet og

Naturvernforbundet og ble publisert tidligere i år. Rapporten tar utgangspunkt i Norges utslipp av klimagasser fra 1990. Blant de farligste klimagassene for atmosfæren er karbondioksid og metan.

Denne og neste uke er det klimatoppmøte i den polske gruvebyen Katowice. Her står blant annet klimafinansiering på programmet, og det er klart at rike land kommer til å bli presset mer for å øke klimafinansieringen til fattige land.

### Rikt og høyt utviklet

«Siden Norge er et rikt og høyt utviklet land, samt har hatt relativt høye utslipp fra 1990, må vi bidra med en andel av innsatsen som langt overgår vår andel av verdens befolkning. Norges rettferdige andel av klimainnsatsen er altså større enn størrelsen på befolkningen skulle tilsi», heter det i rapporten.

Ut fra et «rettferdighetsperspektiv» beskriver altså rapporten at Norge burde bidra med 65 milliarder i året, av disse skulle

vel 15 milliarder gått til klimatilpasning i utviklingsland.

– Vi forventer ikke at vi skal trappe opp klimafinansieringen til 65 milliarder i løpet av ett år, men rapporten sier likevel en del om hvor stor denne utfordringen er, og at vi må forplikte oss langt mer enn vi gjør i dag, mener Silje Lundberg.

Klima- og miljøminister Ola Elvestuen (V) ser ikke for seg en storstilt opptrapping av de norske bidragene.

– Nå finansierer vi mye allerede i dag. Både gjennom klima- og skoginitiativet hvor vi gir rundt 3 milliarder kroner årlig og til Det grønne klimafondet under FN.

I tillegg er vi blant landene som gir mest bistand per innbygger. Vi øker klimafinansieringen til utviklingsland i 2019-budsjettet, sier Ola Elvestuen.

Før seansen om klimafinansiering i Katowice sier Elvestuen at det kan være aktuelt for Norge å doble beløpet til FNs klimafond til 800 millioner årlig mellom 2019 og 2022. De siste fire årene har Norge gitt 400 millioner kroner årlig.

Silje Lundberg på sin side mener Norge bør spille en mer aktiv rolle og vise vei.

– Dagens internasjonale klimapolitikk styrer oss mot en betydelig varmere verden, og med

utslippsmålene fra de enkelte landene som er rapportert inn til Paris-avtalen, ligger vi an til 3 graders oppvarming. Det er langt unna målet om å holde den globale oppvarmingen under 1,5 grader, sier påpeker Lundberg.

### Norske utslipp øker

Hun legger til at dersom Norge skulle ha utslipp etter en rettferdig fordeling, viser rapporten at Norge måtte bidratt til kutt i klimagassutslipp tilsvarende 430 prosent innen 2030. Minst 53 prosent må tas hjemme, mens de øvrige kuttene skal tas internasjonalt.

Norge støtter fleksible, markedsbaserte tiltak i klimapolitikken. Det gjør at Norge kan ta utslippskutt andre steder enn i Norge ved kjøp av klimavoter.

Ola Elvestuen mener at markedsbaserte virkemidler som avgifter og klimavotemarked, vil fortsette å spille en stor rolle i arbeidet med å begrense klimagassutslippene.

– Disse virkemidlene skal mobilisere land til å påta seg større



«Norges klimapolitikk er spesialtilpasset norsk oljepolitikk. Dette påvirker også Norges valg og posisjoner vi tar i internasjonal klimapolitikk.

Silje Ask Lundberg, leder av Naturvernforbundet



Mye av Norges bidrag i klimakampen går til regnskogbevaring. I april i år besøkte statsminister Erna Solberg og Colombias president Juan Manuel Santos den lokale høvdingen Absalon Arango i regnskogen i Amazonas.  
 © TORE MEEK / NTB SCANPIX

» *Siden Norge er et rikt og høyutviklet land, samt har hatt relativt høye utslipp fra 1990, må vi bidra med en andel av innsatsen som langt overgår vår andel av verdens befolkning.*

Fra rapporten Norway's Fair Share 2018

ambisjoner for å øke den samlede klimainnsatsen i verden. Dette kan bidra til å kutte utslipp raskere enn om vi ikke har det, sier Ola Elvestuen.

**– Hemmes av oljebransjen**

Silje Lundberg mener at oljebransjen er en hemsko for at Norge tar en større rolle i internasjonal klimapolitikk.

– Oljebransjen spiller en stor rolle. Norges klimapolitikk er spesielt tilpasset norsk oljepolitikk. Dette påvirker også Norges valg og posisjoner vi tar i internasjonal klimapolitikk, mener Lundberg.

Miljøminister Ola Elvestuen sa tidligere i uken til Aftenbladet at klimapolitikken ikke er styrt av oljepolitikken.

– *Er de markedsbaserte klimatilstandene også et virkemiddel for å opprettholde status quo innenfor norsk oljepolitikk og at vi kan fortsette som før på dette området?*

– Nei, dette handler om å få til hurtigere utslippskutt og redusere veksten i klimagassutslipp

så raskt som mulig, også innenfor olje og gass. Skal vi nå 1,5 gradersmålet, må verden redusere klimautslippene. Det må også

skje en avkarbonisering på flere områder, noe som også betyr at forbruket av olje og gass må reduseres, sier Elvestuen.

**! FNs klimatoppmøte**

- **Hvor:** Katowice i Polen.
- **Når:** 3. til 14. desember.
- **Hva:** Verdens land skal bli enige om regler for oppfølging av Paris-avtalen.

**Klimaavtalen i Paris**

- **Vedtatt på** klimatoppmøte i desember 2015, signert av verdens land i 2016.
- **Slår fast at** den globale oppvarmingen skal holdes under 2 grader og helst begrenses til 1,5 grader.
- **Over 180 land** har levert inn frivillige utslippsmål som skal gjøre verden klimanøytral i slutten av århundret. Dette betyr at det ikke slippes ut mer klimagasser enn det som fjernes eller fanges i atmosfæren.
- **Utslippmålene** skal oppdateres hvert femte år, men de er ikke folkerettslig bindende.
- **Typiske farlige** klimagasser er CO<sub>2</sub> og metan.
- **Rike land skal** fra 2020 skaffe minst 100 milliarder dollar til klimatiltak i fattige land.
- **Fattige land som** rammes av klimaendringer får ikke erstatning, men kan få økonomisk støtte fra rike land.

# Ny olje- minister vil ha full gass for «ren norsk olje»

Erlend Skarsaune

journalist  
erlend.skarsaune@  
aftenbladet.no



Fredrik Refvem

fotoграф  
fredrik.refvem@  
aftenbladet.no



**SOLA:** Fersk olje- og energiminister Kjell-Børge Freiberg (Frp) vil produsere så mye norsk olje som mulig. For det vil også klimaet tjene på.

De jublet da beskjefelen kom. Nå klapper de. For da fagforbundet Lederne skulle arrangere energikonferanse, sto opprinnelig olje- og energiminister Terje Søviknes på programmet. Da han gikk av, var spørsmålet om den nye statsråden ville ta turen i stedet. Og det ville Kjell-Børge Freiberg.

Derfor løfter applausen stemningen på flyplasshotellet på Sola. Forbundsleder Audun Ingvarstun i Lederne håper på en statsråd som vil tale oljebran-

sjens sak, basere oljeåpning av Lofoten på fakta og ikke følelser. Ogsiden den nye statsråden ikke bare bor i Vesterålen, men har vært positiv til en konsekvensutredning, er håpet nå at han nå skal se på om det omstridte området kan åpnes.

Og det skulle Kjell-Børge Freiberg gjerne gjort. Men det er ikke så enkelt. For Freiberg er klar på at så lenge denne regjeringen sitter, blir det ingen konsekvensutredning.

- Synes du det er dumt?

- Jeg har hatt et annet standpunkt ganske lenge. Og hadde det vært opp til Hadsel kommune i perioden jeg var ordfører (fra 2007 til 2015, red. anm.) ville oljevirksomhet utenfor Lofoten, Vesterålen og Senja vært konse-

kvensutredet for ti år siden, sier Freiberg til Aftenbladet.

## Beholde Equinor-aksjene

Med jobben som oljestatsråd følger også en stor eierpost i Equinor, siden det er Olje- og energidepartementet som forvalter statens andel på 67 prosent av aksjene i selskapet - som Freiberg også omtaler som Statoil, før han korrigerer seg selv.

- Var du enig i navneskiftet til Statoil?

- Jeg bare registrerer at når du skal dømme unger og ha navn på selskap blir det alltid debatt. Nå heter de Equinor, og det vil jeg forholde meg til, selv om jeg også kan bømme og si Statoil. De har gjort sine vurderinger, og slik jeg kjenner selskapet, pleier de å være gode.

- Skal staten selge seg ned i Equinor?

- Nei.

- Hvorfor ikke?

- Regjeringen har ingen planer om det. Eierskapspolitikken ligger fast.

## Mer olje, bedre miljø

Til forsamlingen nevner han Paris-avtalen, med togradersmålet. At vi må ha mer energi og mindre utslipp. Og at verdens oljeforbruk årlig øker tilsvarende produksjonen fra norsk sokkel.

For olje- og energiministeren er det ikke nødvendigvis noen motsetning mellom fossile brennstoff og klimakampen, noe han mener Paris-avtalen støtter.

- Verden skal derfor i mange

år kunne bruk lønnsom, ren og sikker produsert norsk olje, samtidig som klimamålene skal nås. Det tjener Norge på, det tjener verden på, og det er bra for Norge og bra for verden, sier Freiberg.

Så gjentar Frp-ministeren budskapet både tidligere statsråder og Equinor gjentatte ganger har sagt: Å erstatte kull med gass er et kostnadseffektivt klimatilskott. Og derfor er gass og klimatilskott to ting som går hånd i hånd.

- På norsk sokkel stiller vi strenge krav til klimautslipp, og oljeselskapene har økonomisk egeninteresse av å ha lave utslipp. Politikken virker. Vår olje- og gassproduksjon har i snitt betydelig lavere utslipp enn verdensgjennomsnittet. Derfor er det bra også for klimaet at mest



Den ferske stataråden kom ikke alene til Sola. Magnus Tjostheim (rådgiver), Christian Haugen (politisk rådgiver), Håkon Smith Isaksen (kommunikasjonsrådgiver) og Lars Erik Aamot (ekspedisjonsjef i olje- og gassavdelingen i departementet) følger Kjell-Børge Freilberg vestover på første opptreden som olje- og energiminister.

mulig olje som produseres globalt, hentes opp i Norge, sier Freilberg.

*- Hvor troverdige er Equinor og andre oljeselskap som bredere energiselskap og aktører i klimakampen?*

- Hver dag gjøres det en fantastisk jobb, med et ønske om å gjøre ting bedre og mer effektivt. Jeg pendler mye og møter mange folk som jobber i bransjen. De forteller om hva de holder på med og gleden over det de gjør. Og da blir jeg stolt. Norge er langt framme, og vi er best på karbonfotavtrykk og det å produsere olje med lite utslipp. Og det er noen som har gjort at vi har kommet dit, og de skal ha honnør.

Samtidig er ikke statsråden

fornøyd med å være best.

- Det er bra at vi er der vi er, og at vi er best i klassen, men vi skal videre. Og her virker det norske systemet, siden høy kostnad på utslipp gjør at selskapene er interressert i å utvikle ny teknologi og slippe ut mindre.

*- Hva mener du med «ren norsk olje»?*

- At de gjennomsnittlige CO<sub>2</sub>-utslippene fra produksjonen av olje og gass norsk sokkel er vesentlig lavere enn de globale, sier Freilberg.

#### For framtiden

Når en åpning av nye leteområder for oljebransjen ikke kan skje utenfor Lofoten, er det Barentshavet som gjelder. Her er to felt i drift, Snøhvit med gass

og Goliat med olje, mens oljefeltet Johan Castberg er under utbygging.

Tidligere oljeminister Terje Søviknes fikk omfattende kritikk for hvordan Goliat-feltet var blitt håndtert, etter omfattende sikkerheitskritikk og debatt rundt lønnsomhet for Norge.

Freilberg vil ikke gå inn i Goliat-diskusjonen nå.

- Jeg har kjennskap til prosjektet og har registrert at det

har vært diskusjon rundt Goliat. Men dette er min tredje dag på jobb. Jeg ønsker ikke å kommentere på enkeltsaker og enkeltfelt før jeg har fått satt meg inn i alle relevante fakta.

Han kaller oljebransjen Norges viktigste og suverent største næring, med stor betydning for lokalsamfunn i hele landet - også i Lofoten. Men olje- og gassressurser varer ikke evig. Nye felt må finnes for at arbeidsplassene

til 170.000 personer skal ha en framtid, påpeker olje- og energiministeren.

- Heldigvis er det god aktivitet på norsk sokkel nå, og jeg er overbevist om at framtiden er lys. Men det betyr mye for mange at oljeselskapene får nytt areal de kan lete i. Hvis de ikke får tilgang, kommer det heller ikke nye prosjekt i framtiden. Man kan ikke være mot petroleumsaktivitet og for ringvirkninger.

#### Vakkert og fantastisk

På spørsmål fra salen om hva han tenker om tidligere olje- og energiminister Tord Liens uttalelse om at de som skal avslutte norsk oljeindustri ikke er født ennå, svarer Freilberg kjapt.

- Et vakkert, fantastisk sitat!

#### ! Kjell-Børge Freilberg (47)

• **Ny olje- og energiminister** for Frp, tok over for Terje Søviknes fra 31. august. Har tidligere vært ordfører i Hadsel kommune i to perioder, fra 2007 til 2015. Statssekretær i Olje- og energidepartementet fra oktober 2015 til juni 2017, så stortingsrepresentant for Nordland.

## Vedlegg 5: Eksempel på diskursen Felles nåtid og framtid (AA141218):

### » NTNU og Sintef tildelt et nytt forskningscenter

# - Den som skal slukke lyset på norsk sokkel, er ikke født ennå



Professor og minister: Professor James Dawson (t.v.) ved institutt for energi- og prosesseteknikk, viste olje- og energiminister Kjell-Børge Freiberg hvordan hydrogen kan bli en erstatting for gass i turbiner til energiproduksjon på oljeplattformer. Foto: MARIANN DYSDAHL

**Det sier olje- og energiminister Kjell-Børge Freiberg (Frp). Torsdag tildelte han NTNU og Sintef et nytt forskningscenter som skal gjøre norsk petroleumsvirksomhet mer miljøvennlig.**

#### » Trondheim Forskning

Møterommet ved varmeteknisk laboratorier hos NTNU-Sintef på Gløshaugen var flankert med blå ballonger i anledning nyheten om at NTNU og Sintef, i sterk konkurranse med Bergen og Christian Michelsen Research, er tildelt et nytt forskningscenter.

Malin Torsæter fra Sintef skal lede senteret, og de vil følge henne forsker på hvordan man kan redusere utslipp i offshore-petroleumsvirksomhet på norsk sokkel. Tall fra 2017 viser at næringen sto for omtrent 25 prosent av de totale klimagassutslippene i Norge.

#### 350 millioner kroner

Olje- og energiminister Kjell-Børge Freiberg åpnet torsdagens lansering med å gratulere forskningsmiljøet i Trondheim.

Så lenge verden etterspør olje og gass, må det også forskes på hvordan det kan hentes ut på en mest mulig klimavennlig måte, sa han under åpningen.

Olje- og energidepartementet vil hvert år i åtte år fremover tildele senteret 15 millioner kroner, som dermed betyr 120 millioner fra 2019 til 2026. Totalt får senteret 350 millioner kroner til å

drive forskning i perioden.

#### - Hvorfor satses dere på et forskningscenter som dette?

Fordi verden trenger olje og gass i mange tiår fremover, og den oljen og gassen må komme med lavest mulig klimagassutslipp. Vi er verdensledende når det kommer til klimagassutslipp, men vi skal bli bedre. Den jobben starter nå, her i Trondheim, sier Freiberg til Adresseavisen.

#### Ikke slutt for oljen

På direkte spørsmål om hva Norge skal leve av etter oljen, svarer olje- og energiministeren at hans «fokus og jobb er å sørge for at Norge får ut de verdiene av de fantastiske mulighetene Norge har som energinasjon».

#### - Så du ser ikke noen ende på oljeeventyret i Norge med det første?

Jeg tror den beste måten å oppsummere det på, er å si som en tidligere olje- og energiminister: Den som skal slukke lyset på norsk sokkel, er ikke født ennå, sier han og viser til nåværende NHO-direktør i Trøndelag, Tord Lien, som selv var til stede under den offisielle tildelingen.

#### - Stor dag for oss

Øverste representant for Sintef under lanseringen, var visesjef Reidar Bye.

Jobben starter nå, og samarbeidet med NTNU er en styrke for Norge, sa han under åpningen.

En av Sintefs viktigste roller, er å styrke industrien. Det gjør vi med dette senteret, fortsatte Bye.

Et overordnet mål er at senteret i samarbeid med NTNU skal utdanne 18 doktorgrads- og postdoktorstipendiater samt mer enn 30 masterstudenter. Prorektor for forskning ved NTNU, Bjarne Foss, er godt fornøyd med tildelingen.

Det er kjempetra at vi har fått tildelt dette i samarbeid med Sintef, sier han.

#### Videre oljeproduksjon

Det nye senteret får navnet «LowEmission», forteller senterleder Malin Torsæter.

#### - Selve oljen blir vel ikke noe renere av dette, kan driften av oljeplattformene?

Oljen kan bli mer klimavennlig, og nullutslippsvisjonen i 2050 er at olje- og gass produseres uten utslipp. Vi vil jobbe for å hjelpe industrien mot et slikt mål, ettersom de i dag står for en stor del av de samlede klimagassutslippene i Norge. Senteret vil dekke både kortsiktige og langsiktige mål, sier Torsæter. Hun legger til at senterets eksistens beror på at Norge ikke kutter ut oljen.

Det er ikke snakk om hva vi skal leve av etter oljen, men hvordan vi skal få hentet ut olje og gass på en mest mulig miljøvennlig måte, sier han. Torsæter forteller at et av målene blir å få gjort utbygginger av oljefelter i fremtiden mer miljøvennlig med tanke på CO<sub>2</sub>-utslipp til luft.

#### Tre temaer

Forskningscenteret skal ta for



Kake: Visesjefen i Sintef, Reidar Bye, senterleder for det nye forskningscenteret LowEmission Malin Torsæter, olje- og energiminister Kjell-Børge Freiberg samt prorektor for forskning ved NTNU, Bjarne Foss, kunne torsdag feire med bletkake etter at nyheten offisielt var sluppet. Foto: MARIANN DYSDAHL

seg tre temaer: Det første er å få til offshore energiforsyning med lavest mulig utslipp. Her vil det blant annet forskes på hvordan oljeplattformer kan ta i bruk mer effektive turbiner, for eksempel med CO<sub>2</sub>-fritt drivstoff, forteller Torsæter. I dag er det turbiner som står for energiproduksjonen på oljeplattformer som ikke er elektrifisert, og de går i hovedsak på fossilt brensel, ifølge henne.

Det andre temaet er å få ned energiforbruket på offshore-plattformer, og Torsæter viser til pumping av vann inn og ut av bakken som et eksempel. Disse to temaene skal så settes sammen til et tredje tema, som er energisystemer. Der skal de ifølge henne finne tiltak for å optimalisere hele offshore-systemet for å minimere utslipp.

#### Satsing på annen forskning

Klimaforsker ved Cicero, Bjørn Hallvard Samset, er i utgangs-

punktet positiv til nyheten om «LowEmission».

Realistisk sett varer oljealderen flere tiår til, og enda lenger hvis vi får til karbonfangst og lagring (CCS) på stor skala. Sett i den sammenheng er dette en god nyhet, for vi trenger effektivisering og reduksjon av utslipp også her.

Han mener imidlertid det er uheldig om annen forskning blir nedprioritert.

Hvis vi ser litt større på det, er det ikke denne typen forskning jeg helst ville sett en satsing på. Ikke fordi jeg er imot den, men fordi det er så mange andre tema som sårt trenger mer kunnskap om vi skal nå 2-gradersmålet. Jeg tenker da på CCS, der Norge med fordel kunne gjort mye mer, mener han og viser til energilagring og -transport, solcelleteknologi og energisparende tiltak for bygninger.

SIGURD L. HERNES 019 62 451  
sigurd.hernes@labros.no

## Vedlegg 6: Eksempel på diskursen Nasjonal størrelse (SA281218):

# Han har fått ansvaret for Equinors framtid på norsk sokkel

**SANDNES:** Med flere milliarder kroner i lommen skal Nick Ashton finne olje og gass i Norge. Men på fest snakker han helst om klimakrisen.

Som letesjef ønsker Nick Ashton å legge til rette for at Equinor tester helt nye letemetoder. - Slike «gamechangers» kan bidra til at vi gjør det neste storfunnet, mener han.

Ola Myrset  
journalist  
ola@oysla.no



Jarle Aasland  
fotograf  
jarle.aasland@  
aftenbladet.no



**N**ick Ashton (46) sitter på Equinors kjerneprøvelager på Lura og lukter på gamle steiner.  
- Hvis du lukter på disse, kjenner du eimen av olje og gass!

Kalksteinene han nå har foran seg, er flere hundre millioner år gamle. De er hentet opp fra letebrønnen Lille Prinsen på Utsirahøyden, 200 kilometer vest for Stavanger.

- Det er ikke så ofte vi får ta på steiner lenger - nå jobber vi mest med datamaskiner. Men som geolog er det jo steiner som er gøy, sier Ashton til Sysla.

### Beste leteår siden krisen

I mai ble engelskmannen Equinors letesjef for norsk og britisk sokkel. Det mellomstore oljefunnet Lille Prinsen i som-

mer var det første under hans ledelse. Det var også Equinors aller første funn etter at Statoil-navnet ble skrinlagt. Nå er det Ashtons ansvar at selskapet finner de petroleumsressursene som skal produseres på norsk sokkel om 10, 20 og 30 år.

- Det er et veldig stort ansvar. Dette er en viktig rolle for selskapet og Norge, som jeg har tatt over med ydmykhet. Men jeg er stolt over å få muligheten, sier han.

Starten har vært god. 2018 er Equinors beste leteår siden oljekrisen rammet bransjen. Totalt er det gjort ti kommersielle funn. Ikke siden 2013 er det funnet mer olje og gass.

- Det er fint å snu en negativ trend. Leting er noe av det første som blir rammet i nedgangstider.

Totalt har Equinor boret 21 letebrønner som operatør og partner i år. Ytterligere seks er satt i gang og blir boret gjennom juleen.

### Hasteoppdrag

Framover er det lagt opp til et omfattende leteprogram. De neste årene skal det årlig bores mellom 20 og 30 brønner. Det årlige letebudsjettet for norsk sokkel er på om lag 600 millioner dollar, drøyt fem milliarder kroner.

Målet er å gjøre et nytt storfunn, og det begynner å haste. Når Johan Sverdrup og Johan Castberg er ferdig i 2022, står det ingen store prosjekter i køen. Det kan få dramatiske følger for norsk leverandørnæring.

I tillegg ligger det an til et kraftig produksjonsfall på norsk sokkel. Uten betydelige funn kan produksjonen halveres på 15 år fra 2025 til 2040, ifølge tall fra analytikere i Rystad Energy.

- De neste fem årene blir svært avgjørende, erkjenner Ashton.

Fagforeningene og Oljedirektoratet (OD) er blant dem som har uttrykt bekymring for manglende storfunn. Direktoratet mener også at selskapene leter for lite etter gass. Gassrørene på havbunnen begynner å få ledig kapasitet og trenger påfyll for å holdes i live. Ashton lover at Equinor skal jakte både gass og olje.

- Gass blir en viktig prioritet for oss, og vi leter målrettet etter den. Gass er tradisjonelt litt mindre lønnsomt enn olje, men vi har mye infrastruktur vi vil utnytte. I det siste er det også gjort flere funn, sier han.

### Best norsk?

Nick Ashton ble født i Liverpool i 1972, da

Beatles var historie og byens røde fotballag i startgropen av sin storhetstid. Etter hvert dro han nordover for å studere geologi i Skottland, og etter fullførte studier gikk turen enda lenger nord. I 1997 dukket det nemlig opp en spennende jobb hos Statoil i Harstad.

- På intervjuet var de mest opptatt av hvor glad jeg var i å stå på ski. De ville at jeg skulle vite hva jeg gikk til der oppe, ler Ashton.

Han trosset snø, kulde og mørke og takket ja til jobben. Det mener han er det beste valget han har tatt. I 2002 flyttet briten til Stavanger, der han bortsett fra kortere opphold i Bergen og Libya har blitt siden.

- Nå vet jeg ikke lenger om jeg er mest norsk eller engelsk, sier Ashton på prikkfritt norsk, som har større innslag av nordnorsk dialekt enn britisk aksent.

I dag er han bosatt på toppen av Våland i Stavanger, med to barn på fem og sju år og kone som er overlege på Stavanger Universitetssykehus.

- Hvordan går det å kombinere småbarn og familieliv med en krevende toppjobb?

- Det er annerledes. Tidligere hadde jeg mange hobbyer, men de må vike nå. Nå er det familie og jobb som gjelder. Men



Slik ser det ut under riggen når Equinor leter etter olje. Her fra Songa Enabler under leting i Barentshavet.

FREDRIK REPVEM



Songa Enabler er den ene av to rigger som har drevet leteboring for Equinor i Barentshavet i år.

FREDRIK REPVEM

jeg fikk først barn som 39-åring og hadde mange år på egotripp før det, så jeg føler ikke jeg går glipp av noe. Jeg har reflektert en del over disse spørsmålene, sier Ashton.

#### Vil lete mye i nord

Årene i Harstad har gitt ham varme følelser for Nord-Norge. Derfor har han sterke meninger om petroleumsvirksomhet i landsdelen. Det gjelder også Lofoten og Vesterålen, som i mange år har vært en het potet i norsk debatt. Motstanderne mener området er for sårbart, men Equinor har alltid stått hardt på at regionen bør konsekvensutredes og åpnes for leting hvis utredningen gir klarsignal.

Ifølge Oljedirektoratets estimater kan det ligge om lag 1,2 milliarder fat oljeekvivalenter der. Det er omtrent halvparten av det laveste anslaget for hva som finnes på giganten Johan Sverdrup alene.

*- Hvorfor er det så viktig å åpne området selv om potensialet er relativt begrenset?*  
- Nye områder kan skape muligheter. Alt nytt areal hjelper for fremtiden, sier Ashton. Men det sentrale for oss er å følge myndighetenes beslutninger. Dette om-

rådet er jo ikke åpnet for petroleumsvirksomhet i dag.

Også enda lenger nord har letesjefen store forhåpninger. Ifølge OD ligger drøyt 60 prosent av de uoppdagede ressursene på norsk sokkel i Barentshavet. Etter flere års pause begynte Equinor å lete der igjen i 2017. Totalt er det gjort tre funn de to siste årene, men ingen så store at de forsvarer en selvstendig utbygging, slik selskapet hadde håpet. Ashton nekter likevel å kalle resultatene en skuffelse.

- Alle funn bidrar. Det er også viktig å huske på at dette er enorme områder med få borede brønner. Potensialet er stort, og allerede neste år har vi spennende muligheter der, sier Ashton.

#### Klimakrisen

Mens Equinor kjører på i Barentshavet

#### **N**icholas «Nick» Ashton

- **Født** i Liverpool i 1972.
- **Utdannet geolog** i Aberdeen og Edinburgh.
- **Ansatt i Statoil** i 1997. Har jobbet i selskapet hele karrieren.
- **Bosatt** på Vålønd i Stavanger.
- **Gift**, to barn på fem og syv år.
- **Aktuell**: Ble tidligere i år Equinors nye leteleder på norsk og britisk sokkel.

og på resten av norsk sokkel, står verden overfor en stadig mer tiltakende klimakrise. Parisavtalen fra 2015 har satt som mål å begrense den globale oppvarmingen til under to prosent sammenlignet med forindustriell tid. Flere rapporter har slått fast at verden må bruke mindre fossilt brennstoff om målet skal nås. Noen miljøforkjempere hevder norsk oljeindustri derfor raskt må legges ned, men flere mener vi bør slutte å lete etter nye ressurser.

*- Burde ikke stillingen som letesjef legges ned hvis kloden skal reddes?*

- Nei. Hver dag er jeg veldig stolt over å komme på jobb for å lete etter olje og gass. Det er ingen tvil om at vi står overfor en stor klimautfordring, men den løses ikke ved å strupe letingen. Selv i et tograders-

scenario vil det være behov for mye ny olje og gass. Her kan norsk sokkel med lave utslipp fra produksjonen spille en sentral rolle. I 2050 vil verden ha ti milliarder mennesker, og de trenger energi, sier Ashton.

Han får delvis støtte av klimaforsker Bjørn Samset ved Cicero.

- Det er et gyldig argument i den forstand at vi ikke kan stenge ned olje og gass over natten. Det ville vært verre enn selve klimakrisen, fordi samfunnet må rulle videre. Samtidig er det helt opplagt at bruken av olje, gass og kull må ned til null om ikke veldig mange tiår. Med dette bakteppet må Equinor ta en økonomisk beslutning om hvorvidt det er lønnsomt å lete etter mer, sier Samset.

#### Nye løsninger

Nick Ashton peker også på at Equinor jobber med nye løsninger, som fornybar energi og karbonlagring. Ifølge letetoppen er problemstillinger rundt klimaet og oljens rolle et tema han er svært opptatt av.

- Det er det jeg aller helst snakker om på møter og konferanser. Selv på fest snakker jeg ikke om annet enn klimakrisen. Det kommer jeg ikke til å slutte med.



Landets viktigste næring snart ulønnsom, ifølge BI-professor.

# - Norge må fase ut oljeproduksjonen

## ØKONOMI

**Norsk oljeproduksjon må avvikles innen 2040, ifølge BI-professor Jørgen Randers. Hårreisende utsagn, svarer Regjeringen.**

Professor Randers mener oljeproduksjonen blir ulønnsom om klimamålene skal nås.

- Vi bør fase ut norsk oljeproduksjon på en planlagt måte fra en topp i 2020 til ingenting i 2040, sier Randers til NRK.

Han er tidligere rektor ved BI og ledet lavutslippsutvalget.

### - Slutt for kull, olje og gass

Oljeproduksjon er Norges viktigste inntektskilde i dag. Petroleum skaffer landet rundt 442 milliarder kroner i eksportinntekter i året og sysselsetter 170.000 mennesker.

Randers mener at det norske samfunnet ikke tar inn over seg at om verden skal nå klimamålene som er fastsatt, vil bransjen bli ulønnsom.

- Man må rett og slett slutte å bruke kull, olje og gass, sier Randers.

Tidligere denne uken varslet FN's klimapanel at verden bare har cirka ti år på seg til å hindre en



**BI-professor Jørgen Randers mener ansatte i oljenæringen snart må omskoleres og få seg jobb i annen virksomhet**  
FOTO: JON-MICHAEL JOSEFSEN, NTB SCANPIX

katastrofal, global krise som følge av temperaturøkning på mer enn 1,5 grader.

Randers mener at man nå må bruke oljepengene til å omskolere 10.000 mennesker i året og flytte dem til andre områder der samfunnet trenger folk, som helse, omsorg, forskning, utdanning og reiseliv.

### Kraftig motbør

Regjeringen mener på sin side at utsagnet er hårreisende. Siden 2002 er staten tilført over 5000

milliarder kroner fra petroleumsproduksjonen. Inntektene fra olje og gass er høyere enn de samlede inntektene fra formues- og inntektsskatt. Hver syvende krone på statsbudsjettet kommer fra Oljefondet.

- Man trenger ikke være rakettforsker for å skjønne at å fase ut statens suverent største inntektskilde, vil påvirke det norske velstands nivået, sier statssekretær Ingvil Smines Tybring-Gjedde (Frp) i Olje- og energidepartementet. (NTB)

# MILJØ- JUBEL

## Fornøyd med at Oljefondet får gå inn i sol og vind

Av ANDERS PARK FRAMSTAD og EIVIND BØE

**Miljøorganisasjonene er positive til unoterte fornybarinvesteringer i Oljefondet, men uttrykker bekymring for at de kan bli små innenfor dagens miljømandat.**

Finanskomiteen på Stortinget vil at Oljefondet skal kunne investere i unotert infrastruktur innen fornybar energi.

En samlet komité ber Regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag til et konkret mandat for dette i neste års melding om fondet, skriver Arbeiderpartiet i en pressemelding.

Ikke overraskende vekker nyheten positive reaksjoner hos miljøorganisasjonene.

- Det er en fryd å se at gode argumenter vinner fram til slutt, sier generalsekretær Bård Vegar Solhjell i WWF Verdens naturfond i en kommentar.

Han mener at denne typen investeringer både er viktige for at fondet skal håndtere klimarisiko,

at det er et viktig bidrag for å nå klimamålene og vil bidra til å sikre en stabil verdensøkonomi.

- Noen tenker at det å investere i fornybar energi er en miljøsak med liten betydning for mennesker, velferd og økonomi. Det stemmer ikke. Om vi ikke endrer kurs, vil vi oppleve en global oppvarming som overstiger tre grader, sier Solhjell.

**- Kan bli smått**

Fremtiden i våre hender er blant organisasjonene som har arbeidet for unoterte fornybarinvesteringer i Oljefondet.

- At Oljefondet, som verdens største statlige investeringsfond, nå åpner for investeringer i sol- og vindkraft vil kunne ha enorm betydning for veldig mange mennesker og klodens klima, sier leder Anja Bakken Riise.

De er imidlertid kritiske til at endringen knyttes til fondets miljømandat, som angir investeringene i miljøteknologi til mellom 30 og 60 milliarder kroner.

- Vi frykter at dette fortrenger dagens grønne investeringer, og at det kan bli smått. Nå er det helt avgjørende at mandatet blir stort nok. Vi oppfordrer derfor regjeringen på det sterkeste til å gjøre investeringene utenfor miljømandatene. Det ligger store muligheter for Oljefondet i det grønne skiftet, sier Riise.

**Vil ha eget mandat**

Også Zero er glade, selv om de helst skulle sett et mandat som i større grad la opp videre vekst i denne typen investeringer.

- Dessverre ser det ut til at flertallet har gått inn for å begrense investeringene til å være innenfor de såkalte miljømandatene, som i dag utgjør under én prosent av fondet. Zero mener, i likhet med ledende finanseksperter, at såkalt unotert fornybar infrastruktur burde hatt et eget mandat, på linje med eiendom, sier leder Marius Holm.

Han viser til at regjeringen fortsatt har muligheten til å gi et bredere mandat, og at dette vil gjøre det mulig for fondet å gradvis bygge opp investeringer i unotert fornybar som i større grad vil sikre Oljefondet og Norge mot finansiell klimarisiko.

- Selv om det er mulig å øke størrelsen på miljømandatene, ville et eget mandat gi langt mer stabile rammebetingelser og gjøre det mulig å legge et løp for å bygge nødvendig kompetanse i Norges Bank, sier Holm.