

Fra pressekontor til veloljet lobbymaskin

Statoils arbeid med informasjon og
samfunnskontakt 1972 - 1984

Andreas Brandt



Masteroppgave i historie
Institutt for arkeologi, konservering og historie

UNIVERSITETET I OSLO

Høst 2020

Fra pressekontor til veloljet lobbymaskin

Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt 1972 -
1984

© Andreas Brandt

2020

Fra pressekontor til veloljet lobbymaskin

Andreas Brandt

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

Sammendrag:

Denne oppgaven tar for seg utviklingen i Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt i perioden 1972-1984. Det som kjennetegner denne utviklingen er at politisk kommunikasjon ble stadig viktigere og mer dominerende.

Da Statoils informasjonsavdeling ble etablert i 1974, var det likevel med redaksjonelle arbeidsmetoder og pressenormer som grunnlag. Selskapets første informasjonssjef, Arne H. Halvorsen omtalte seg som Statoils redaktør, og hadde bakgrunn fra pressen. Han var opptatt av at selskapet skulle kommunisere åpent og sannferdig, og organiserte informasjonsavdelingen etter modell fra en redaksjon. Han og Statoils administrerende direktør Arve Johnsen møttes i visjonen om at Statoil skulle være folkets læremester, og skolere befolkningen og beslutningstakere i hvordan oljeindustrien fungerte. Slik trodde de at støtten til Statoil i opinionen ville blomstre. Halvorsen klarte imidlertid aldri å ta eierskap til den politiske kommunikasjonen i selskapet, og han forsvant derfor ut ved overgangen til 1980-tallet.

Inn kom den skarpskodde lobbyisten Willy Olsen. Han revolusjonerte selskapets arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Både gjennom en mer strategisk holdning til arbeidsområdet, og gjennom en tydeligere arbeidsdeling internt i avdelingen tok han et langt skritt vekk fra redaksjonsmodellen. Samtidig igangsatte han en svært intens og effektiv lobbyvirksomhet. Påvirkningsarbeid rettet mot Stortinget hadde hovedkonkurrenten Norsk Hydro bedrevet flittig helt siden 1973. Statoil lyktes etterhvert med å innhente forspranget. I samme periode gjennomførte Statoil en regionalisering av informasjonsarbeidet, og satte seg som mål å vinne politisk støtte i lokalsamfunnene der de var tilstede, gjennom fagforeninger, leverandørindustri, fiskeri og distriktsinteresser. I samme periode begynte miljøet rundt Høyres leder Kåre Willoch å legge en slagplan for hvordan man kunne vingeklippe Statoil, som man oppfattet som en gjøkunge i det norske statsapparatet.

Da Willoch-regjeringen vant valget i 1981 gikk den raskt inn for en reform av Statoil, som truet både selskapets frihet og eiendommer. Det resulterte i full krig mellom Statoil og Willoch-regjeringen, som vedvarte frem til 1984. Dette førte Statoil inn i en krigsmentalitet, der politisk kommunikasjon, strategisk PR og intens lobbyvirksomhet ble altoppslukende. Det handlet om selskapets overlevelse. Den intense politiske kommunikasjonen reddet selskapet gjennom krigen med Willoch, men hadde også negative konsekvenser på lengre sikt.

Forord

Etter to år føles det både rett og rimelig å kvittere ut det endelige resultatet av mitt dypdykk i Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt. I den sammenheng vil jeg takke de som har gjort det mulig å komme i mål med dette prosjektet. Det gjelder i første rekke min eminente veileder Einar Lie, som har rettleidet og motivert meg helt frem til målstreken. Videre vil jeg takke resten av prosjektgruppen i equinor50-prosjektet for innspill og tilbakemeldinger underveis.

Det aller mest givende med dette arbeidet har vært å prate med de som opplevde hendelsene, personene og sakene som behandles i denne oppgaven. Derfor vil jeg takke Arve Johnsen, Bjørn Vidar Lerøen, Finn Kristensen, Gunnar Berge, Hans Henrik Ramm, Harald Norvik, Håkon Lavik, Karl Edwin Manshaus, Martin Bekkeheien, Odd Gullberg, Per Kotte, Toril Bakka, Tor Steinum og Willy Olsen for å ha stilt til intervju med meg, og dermed belyst denne historien ved hjelp av sine minner, vurderinger og erfaringer. Jeg vil også takke alle gode venner som tålmodig har hørt meg mase om dette prosjektet i evinnelige tider, og spesielt Øyvind Normann og Even Røed som kommet med viktige innspill. Jeg vil også sende en spesiell takk til mamma og mormor som har motivert meg til å fullføre prosjektet.

Kjære Caroline, tusen takk for all tålmodighet, støtte, hjelp og heiarop. Uten deg hadde rett og slett ikke dette vært mulig. Nå lover jeg å rydde på roterommet som jeg i lang tid har okkupert som skrivestue.

Bislett,

03. november 2020.

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	V
Forord	VII
Innholdsfortegnelse	VIII
1. Introduksjon	1
Problemstilling	2
Litteratur og historiografi	4
Teori og operasjonalisering	7
Metodiske utfordringer	11
Kilder	12
Disposisjon og struktur	14
2. Politiske privilegier og hanekamp (1972-1974)	16
Da lobbyismen kom til Norge	16
Avisens gullalder	18
Norges første informasjonssjef	19
En politisk fødsel	21
Enigheten brytes	23
Store fordeler	24
Gjerne flere Rettedøler	26
Tidlig informasjonsarbeid	27
En effektiv lobbyist	31
Vedtectsstriden	32
Adresse: Industriministeren	33
3. Etablering og oppbygning (1974-1976)	36
Redaktøren	36
Korrekt og sannferdig	38
Moralsk plikt til å informere	40
Ærgjerrig, men naturlig	42
Pressen i fokus	43
Samfunnskontakt	44

Ansatte og oppbygning	46
Lobbyisten Johnsen	49
L'Etat c'est moi	50
Inspirasjon og kompetansebygging	52
Ilandføring på Sotra	54
4. Vekst og vaktskifte (1977-1980)	57
Ambassadørkultur	57
Statoil og Norsk Hydro	59
Sokkelens mediebyrå	61
Informasjonsleder eller redaktør?	63
4. konsesjonsrunde	65
Regionalisering og ekspansjon	67
Halvorsens sorti	70
Et strategisk bytte?	71
5. Politisering, gjennomslag og vingeklipping (1980-1984)	74
Spinndoktoren	74
Arbeidsdeling og strategi	75
Fra Stortingsrestauranten til Tostrupkjelleren	77
En saga blått	78
«The Lobbysocks»	80
Ilandføringsspørsmålet	83
Et siste statsrådsbesøk	85
Willoch kvesser saksa	87
Parkveiens venner	89
Vingeklippingen	90
Slaget om Statfjord	92
6. Oppsummering og konklusjon	95
Kilder og litteratur	101

1. Introduksjon

De fleste nordmenn har et forhold til Equinor. Det er Norges største selskap, og majoriteten av aksjene eies av oss – det norske folk.¹ I tillegg er selskapet en stor arbeidsgiver, og mange har enten selv jobbet i selskapet eller kjenner noen som har gjort det. Ulike sider ved selskapet har i snart fem tiår vært gjenstand for offentlig debatt. Dette gjør at historien om Equinor har en prominent plass i historien om det moderne Norge. Da selskapet i 2022 fyller 50 år, er det en fin anledning til å dykke ned i både kjente og ukjente sider ved Norges største selskap. I denne oppgaven er det selskapets arbeid med informasjon og samfunnskontakt i perioden 1972-1984 som står i fokus.

Statoil ble opprettet ved enstemmig stortingsvedtak den 14. juni 1972. Selskapets oppgave var å delta i leting, utvinning, foredling og omsetting av petroleumsprodukter fra norsk sokkel. Selskapet var heleid av staten, og industriministeren utgjorde alene selskapets generalforsamling.² Dermed var Statoil til enhver tid underlagt politisk styring. Dette hindret likevel ikke selskapet i å bygge opp en stor avdeling for informasjon og samfunnskontakt (heretter informasjonsavdelingen). En av hovedoppgavene til denne avdelingen ble i stadig større grad å påvirke de samme politikerne som forvaltet det statlige eierskapet. I sitt arbeid med å sikre gjennomslag for selskapets interesser gikk Statoils ledere heller ikke av veien for å legge seg ut med både politiske partier, statsråder og sågar selveste statsministeren.

Selskapet ansatte sin første informasjonsarbeider i 1974. Ti år senere hadde informasjonsavdelingen i Statoil hele 26 ansatte, fordelt på kontorer flere steder i landet.³ Det var ikke bare populært. Kåre Willoch har i sine memoarer beskrevet Statoil som «en kombinasjon av forretning, forvaltning, politisk organ og propagandamaskin».⁴ Olje- og energiminister i Willochs regjering, Kåre Kristiansen delte oppfatningen til sin gamle sjef. Han skrev i sine memoarer at «Statoil drev en meget effektiv lobbyvirksomhet ovenfor politikere, og hele norsk presse».⁵ Mangeårig departementsråd i Olje- og energidepartementet, Karl-Edwin Manshaus omtaler Statoils informasjonsvirksomhet som «massiv» og hevder at den var helt overlegen konkurrentene både i mengde og kvalitet.⁶

¹ Se Kapitals liste over Norges 500 største selskaper pr. 16. juli 2020

² Njølstad, 2008, s. 629

³ Telefonkatalog for ansatte i Statoil. Finnes i SPA arkivboks Xd - 0007

⁴ Willoch, 2002, s 431-436

⁵ Kristiansen, 1990, s. 228

⁶ Intervju med Karl-Edwin Manshaus

På tross av at det er skrevet mye om ulike deler av Equinors historie, er det ikke gjennomført noen store arbeider som konsentrerer seg om selskapets informasjonsarbeid på 1970- og 1980-tallet. Dermed er det også vanskelig å bedømme hvorvidt Willoch, Kristiansen og Manshaus sine påstander speiler virkeligheten på en god måte. Det håper jeg at denne oppgaven kan bidra til å kaste lys over, slik at vi kan få en helhetlig forståelse av hvorfor selskapets arbeid med informasjon og samfunnskontakt utviklet seg slik det gjorde.

Et annet interessant aspekt ved oppgavens tema er at den kan bidra til å belyse nye sider ved norsk kommunikasjonshistorie. Harald Espeli tidfester profesjonaliseringen av arbeidet med informasjon og samfunnskontakt i norsk næringsliv til 1970-tallet. Han skriver at oljeselskapene, og spesielt Statoil, var sentrale i denne utviklingen.⁷ Gjennom å studere Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt kan vi lære mer om pionerne innen det norske kommunikasjonsfaget.

Dette bidrar også til å gjøre oppgaven dagsaktuell. Både i Norge og internasjonalt ser vi en trend der det blir færre journalister og flere kommunikasjonsrådgivere. Samtidig finnes det en rekke eksempler på at personer veksler mellom å jobbe i kommunikasjonsbransjen og i politikken. Dette har ført til diskusjoner om kommunikasjonsfagets rolle i sammenhengen mellom offentlighet og demokrati.⁸ Ved å undersøke og dokumentere hvordan Statoil etablerte, profesjonaliserte og utførte sitt informasjonsarbeid, og hvorfor informasjonsarbeidet i stadig økende grad dreide seg om politisk påvirkning, kan vi bedre forstå starten på en prosess hvor kommunikasjon og PR har fått en viktigere plass i det norske samfunnet.

Problemstilling

Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt på 1970- og 1980-tallet er et lite belyst historisk område. Da jeg startet arbeidet med denne oppgaven var det derfor med en åpen og søkende problemstilling: «Hvordan utviklet Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt seg i perioden 1972-1984, og hvilke konsekvenser hadde dette for selskapet». For å besvare problemstillingen begynte jeg å kartlegge oppbygningen og utviklingen av informasjonsarbeidet, uten noen klare forventninger til hva jeg ville finne. Tidlig oppdaget jeg at informasjonsarbeidet i starten av perioden var preget av pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder. Desto lenger ut i perioden jeg kom endret dette arbeidet karakter, og utviklet seg i retning av å fokusere stadig mer på politisk kommunikasjon. Denne

⁷ Espeli, 1999, s. 167-168

⁸ Allern et al. 2015, s. 65

utviklingen var svært tydelig i Statoils tilfelle, men en liknende utvikling fant også sted i Norsk Hydro. Dette var en interessant observasjon, som jeg raskt bestemte meg for å forfølge. Arbeidet med denne oppgaven har derfor i stadig økende grad stilt spørsmål ved hvorfor Statoils informasjonsarbeid i perioden 1972-1984 gikk fra å likne et pressekontor til å bli et veloljet lobbymaskineri, og hvilke faktorer som drev denne utviklingen frem. Før jeg begynte å analysere funnene mine ble det derfor nødvendig å formulere en ny problemstilling, som plasserte denne utviklingen i sentrum. Problemstillingen for denne oppgaven er dermed: *«Hvorfor utviklet Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt i perioden 1972-1984 seg fra å være preget av tradisjonelle pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder til å fokusere stadig mer på politisk kommunikasjon, og hvilke konsekvenser hadde denne utviklingen for selskapet?»*. Med det som utgangspunkt utformet jeg et teoretisk rammeverk som jeg mener egner seg godt til å besvare problemstillingen, noe jeg vil komme tilbake til senere i kapittelet. Samtidig vil jeg gjøre rede for teoriene og operasjonalisere begrepene som danner grunnlaget for analysen.

Problemstillingen tar utgangspunkt i en periode hvor Statoil både etablerte, bygde opp, og profesjonaliserte sitt arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Et avgjørende element for å undersøke utviklingen i informasjonsarbeidet var å slå fast hva som var utgangspunktet. Dette er knapt beskrevet i historiske arbeider. Derfor har en viktig del av mitt arbeid vært å kartlegge Statoils tidlige arbeid med informasjon og samfunnskontakt, og stille spørsmål ved hvorfor det var preget av pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder.

Videre løfter problemstillingen flere underliggende spørsmål. Dette gjelder i første rekke hvilke visjoner, normer og mål som dannet grunnlaget for utviklingen av informasjonsarbeidet, og hvordan disse endret seg underveis i perioden. Videre stiller den spørsmål ved hvilke krefter som drev informasjonsarbeidet i retning av politisk kommunikasjon. Det inkluderer både krefter utenfor selskapet og på innsiden av selskapet. Gjennom hele perioden var Arve Johnsen administrerende direktør i Statoil. Flere har hevdet at Johnsen tidlig forstod verdien av informasjon og samfunnskontakt, og at han var tett på dette arbeidet allerede fra starten.⁹ Hvilke avveininger og vurderinger gjorde Arve Johnsen i utviklingen av arbeidet med informasjon og samfunnskontakt, og hvordan bidro han til at utviklingen gikk i retning av politisk kommunikasjon? Videre hadde selskapet to ulike

⁹ Dette fremkommer i intervju med blant andre Håkon Lavik, Harald Norvik, Karl-Edwin Manshaus og Arve Johnsen selv

informasjonssjefer i perioden. Arne H. Halvorsen fra 1974 til 1979 og Willy Olsen fra 1980.¹⁰ Med utgangspunkt i problemstillingen er det interessant å se hvordan og hvorfor de to hadde ulike perspektiver og valgte å organisere informasjonsarbeidet på ulike måter.

Problemstillingen krever også et spesielt fokus på Statoils informasjonsavdeling, som var ansvarlig for Statoils daglige arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Her er det mange spørsmål som kan reises: Hvilke arbeidsoppgaver hadde avdelingen, hvem rekrutterte man – og hvorfor, hvordan så de ansatte på sitt eget arbeid, og hvordan utviklet dette seg over tid?

Videre løfter problemstillingen spørsmål ved hvordan det operative arbeidet med informasjon og samfunnskontakt ble utført, og hvordan dette endret karakter gjennom perioden. Problemstillingen stiller også spørsmål ved om utviklingen i informasjonsarbeidet ga positive eller negative resultater for selskapet på kort og lang sikt. Disse spørsmålene vil jeg belyse ved å se på noen av sakene som opptok selskapet i perioden.

For å sette det hele i perspektiv krever problemstillingen også at jeg undersøker hvordan andre selskaper arbeidet med informasjon og samfunnskontakt i perioden. Her vil jeg i hovedsak konsentrere meg om Norsk Hydro, som var Statoils fremste konkurrent. Til sammen vil disse spørsmålene besvare problemstillingen på en god måte, og skape et godt bilde av hvorfor informasjonsarbeidet utviklet seg fra å være preget av pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder, og i retning av politisk kommunikasjon.

Litteratur og historiografi

Utviklingen i Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt på 1970- og 1980-tallet er i liten grad studert tidligere. De politiske prosessene som omtales i oppgaven er godt belyst, men i liten grad med informasjon og samfunnskontakt som innfallsvinkel. Ingen av informasjonssjefene i denne perioden har en egen side på hverken Wikipedia eller i andre biografiske leksikon. Arbeidsmetodene, ambisjonene, visjonene, kulturen og utviklingen i informasjonsavdelingen er nesten ikke berørt. Det nærmeste man kommer er påstander av den typen vi har sett eksempler på fra blant andre Willoch og Kristiansen.

Det finnes imidlertid mange arbeider som tar for seg ulike deler av Equinors historie, og som berører tematikken for denne oppgaven. Flere av disse har selskapet selv tatt initiativ til. Bjørn Vidar Lerøens «Dråper av sort gull» (2002) ble utgitt i sammenheng med selskapets

¹⁰ I perioden fra Arne H. Halvorsen ble sykemeldt i 1979 og frem til Willy Olsen ble ansatt i 1980 var Arne Lervik konstituert leder av informasjonsavdelingen.

30-års jubileum. Denne tar for seg Statoils historie fra oppstarten og frem til 2002. Et annet verk er Håkon Laviks «Statfjord – Nordsjøens største oljefelt» (1997). Her tar Lavik for seg historien til Statfjordfeltet, og beskriver noen av de politiske prosessene som berørte feltet. Utfordringen med de to arbeidene er at begge er utgitt av Statoil, samt at både Lavik og Lerøen er tidligere ansatte i selskapet. Dermed må man regne med at arbeidene fremstiller Statoil i et fordelaktig lys. Derfor er det nødvendig med en kritisk distanse i lesningen av disse. Hverken Lerøen eller Lavik er faghistorikere, men journalister. Begge arbeidet med informasjon i Statoil, og før det i pressen. Dermed skriver de også om selvopplevde hendelser, og må dermed ansees som kilder i noen av spørsmålene. Spesielt i tilfellet Lavik må dette tillegges stor vekt, da han var selskapets pressetalsmann i perioden denne oppgaven tar for seg. Dermed var han også en aktør, og han bidrar med sine subjektive opplevelser. Av faghistoriske arbeider er kanskje det mest grundige Norsk Petroleumsforenings «Norsk oljehistorie» i tre bind. Disse er skrevet av historikerne Marie Smith-Solbakken, Helge Ryggvik, Tore Jørgen Hanisch og Gunnar Nerheim. Arbeidene tar for seg hovedtrekkene i norsk petroleums historie. Likevel går ikke disse i detalj i spørsmålene som denne oppgaven berører. Disse verkene har dermed i all hovedsak blitt brukt som bakgrunns litteratur.

Helge Ryggvik har også skrevet «Til siste dråpe – om oljens politiske økonomi» (2009). Her gjennomgår Ryggvik sentrale trekk ved norsk og internasjonal petroleumsnæring, i lys av den britiske økonomen David Ricardos teori om grunnrente.¹¹ Her berører han flere av sakene og spørsmålene som behandles i denne oppgaven. Noen av Ryggviks analyser vil derav også være relevante, selv om det meste vil ligge på siden av det jeg tar for meg.

I 2005 ble Norsk Hydros historie utgitt i anledning selskapets 100 års-jubileum. Dette arbeidet bestod av tre bind, hvorav bind to, skrevet av Einar Lie, tar for seg Norsk Hydros petroleumsdivisjon på 1970- og 1980-tallet. Deler av denne vil overlappe med denne oppgavens tema og periodisering.

I sin biografi om Jens Christian Hauge, under tittelen «Fullt og helt» (2008) tar Olav Njølstad blant annet for seg Hauges tid som styreleder i Statoil fra 1972 til 1974. Her berører han de politiske stridsspørsmålene selskapet sto ovenfor i Hauges periode. Njølstad behandler detaljert hvordan Hauge i samarbeid med Arve Johnsen opererte ovenfor de politiske myndighetene. Dette arbeidet har blitt benyttet flittig, spesielt i sammenheng med oppgavens

¹¹ David Ricardo (1772-1828) regnes som en av 1800-tallets mest innflytelsesrike klassiske økonomer, og anses ofte som etterfølgeren til Adam Smith. Se Ryggvik, 2009, s. 19-23

andre kapittel.

Under arbeidet med denne oppgaven kom Aage Storm Borchgrevink med sin bok om Equinors historie. «Giganten» (2019) er det verket som i størst grad berører problemstillingene som løftes i denne oppgaven. Den har vært svært nyttig lesning, og er en gjenganger i oppgavens noter. Borchgrevink bruker mye plass på de politiske prosessene selskapet sto ovenfor i perioden, og omtaler også selskapets informasjonsvirksomhet. Borchgrevink har intervjuet en rekke av de samme personene som jeg har pratet med.¹² Likevel er det naturlig nok ikke informasjon og samfunnskontakt som er Borchgrevinks innfallsvinkel.

Norsk oljemuseum i Stavanger har gjennom sine publikasjoner bidratt sterkt til temaets historiografi. Spesielt har deres årbok bidratt til å belyse Equinors historie. Blant annet har utgaven fra 1999 en artikkel om Statfjordsaken, og utgaven fra 1997 en artikkel om omorganiseringen av selskapet. I tillegg er museet ansvarlig for drift av nettressursene «Industriminnet Statfjord», «Industriminnet Frigg» og «Industriminnet Troll». Oljemuseet har også uavhengig av sine årbøker publisert en rekke artikler og publikasjoner som tar for seg ulike deler av norsk oljehistorie.

Utover dette har Håvard Brede Avens masteroppgave i historie fra Universitetet i Oslo i 2014, «Høyres syn på statleg eigarskap i norsk oljeverksemd 1970-1984», vært nyttig lesning. Den tar for seg hvordan Høyres syn på norsk oljepolitikk utviklet seg i perioden denne oppgaven behandler. Avens arbeid har bidratt til å forstå hvordan Høyres forhold til Statoil utviklet seg på 1970- og 1980-tallet.

Hva gjelder norsk kommunikasjonshistorie er det et begrenset fagfelt. Det fremste verket som overlapper tematisk og periodisk med denne oppgaven er Harald Espelis arbeid «Lobbyvirksomhet på Stortinget: Lange linjer og aktuelle perspektiver med hovedvekt på næringsinteresser og næringspolitikk» (1999). Her analyserer Espeli lobbyismens omfang og hvilken effekt den har hatt på Stortinget. I bokas kapittel 7, «Lobbyismens moderne gjennombrudd» beskriver Espeli oljeselskapenes arbeid med informasjon og samfunnskontakt på 1970-tallet. I tillegg har statsviter Johan P. Olsen skrevet «Det representative demokratiets møte med oljealderen» (1989). Her omtales forholdet mellom oljeselskapene og myndighetene. I tillegg diskuterer han utviklingen av informasjonsavdelinger i

¹² Både undertegnede og Borchgrevink har intervjuet Willy Olsen, Arve Johnsen, Hans Henrik Ramm, Harald Norvik, Gunnar Berge og Karl-Edwin Manshaus

oljeselskapene, og hvordan denne påvirket den norske offentligheten. Det har vært nyttig å se til Olsens verk, og påstander og poenger som presenteres av Olsen brukes i noen av oppgavens analyser. I tillegg berøres fagfeltet i Sigurd Allern, Eli Skogerbø og Øyvind Ihlen's «Makt, medier og politikk – Norsk politisk kommunikasjon» (2015). Her redegjøres det samtidig for en rekke begreper som det teoretiske rammeverket i denne oppgaven hviler på. I tillegg beskrives utviklingen i norsk presse og politikk i den aktuelle perioden.

Teori og operasjonalisering

I denne oppgaven vil jeg analysere hvorfor Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt i perioden 1972-1984 utviklet seg fra å være preget av pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder til å fokusere stadig mer på politisk kommunikasjon. Denne utviklingen kom jeg over da jeg lette etter informasjon om Statoils første informasjonssjef, Arne H. Halvorsen, og hans arbeid. Halvorsen hadde selv bakgrunn fra pressen, omtalte seg som Statoils redaktør, og ønsket å organisere informasjonsavdelingen på samme måte som en avisredaksjon. Som vi skal se i oppgavens kapittel 3 ble det også utgangspunktet for Statoils informasjonsarbeid. For å operasjonalisere pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder har jeg valgt å se nærmere på lærebøker i journalistikk fra perioden jeg skriver om. Det har jeg gjort for å unngå at moderne konsepter, som ikke var gjeldende på 1970- og 1980-tallet, blir lagt til grunn. I bøkene «Redaktør og journalist i nye roller?» (1976) og «Innføring i journalistikk» (1978) beskrives pressens arbeidsmetoder og normer. Her trekkes det frem at journalistikken skulle være objektiv. Dette defineres ved hjelp av begrepene «saklighet, relevans, upartiskhet og balanse».¹³ For utvelgelse av stoff skulle journalisten arbeide etter et «dommerideal», der personlige sympatier og antipatier ikke skulle påvirke hva man skrev om. Målet var at stoffet skulle bli nesten det samme uavhengig av hvem som utførte oppgaven. Informasjonen som fremkom i avisen skulle være så uhildet og nøytral som mulig.¹⁴ Åpenhet og tilgjengeliggjøring av informasjon var også viktige prinsipper for pressen på 1970-tallet. Journalistene skulle etterstrebe å være «folkets lærer som føler seg kallet til å virke i folkeopplysningens tjeneste».¹⁵ Videre skulle pressen opptre som «folkets etterretningstjeneste», men i motsetning til statens etterretningstjeneste skulle den være åpen, ikke lukket, «og gi menneskene informasjon om den verden de lever i».¹⁶ Journalistikken

¹³ Wale, 1978, s. 168

¹⁴ Hansen et al. 1976, s. 17

¹⁵ Ibid. s. 165

¹⁶ Wale, 1978, s. 156

skulle dermed være mekanisk, uhildet, åpen og ha som mål å spre kunnskap i befolkningen.

Spesielt interessant er redaktørrollen. I diskusjon om profesjonens utfordringer pekes det på at stadig større tilgang på informasjon og forsøk på manipulasjon gjorde det vanskelig å vite hvilken informasjon som var korrekt. I den sammenheng slås det fast at redaktørens rolle var å «søke og styre en utvikling slik at avisen blir en informasjonskilde for sine lesere». Redaktørens rolle i et avishus var dermed å sikre at avisens lesere kunne stole på at det som stod i avisen var sant. Redaktørens subjektive meninger skulle ikke spille inn. Det var «forskjell på informasjon og misjon».¹⁷

Avisens redaktør skulle ha en «fri og uavhengig ledelse av redaksjonen».¹⁸ Det innebar et tydelig lederansvar, både ovenfor medarbeiderne i redaksjonen, og ovenfor avisens eiere.¹⁹ Ovenfor de ansatte handlet det om å sikre et «redaksjonelt demokrati». Det innebar at journalistene skulle ha medbestemmelse i en rekke ulike saker. Det kunne for eksempel gjelde ansettelse og hva avisen skulle mene. Samtidig skulle det bidra til at journalistene fikk en fri rolle der de kunne utfolde seg journalistisk. Ovenfor eierne var det redaktøren alene som svarte for avisens redaksjonelle vurderinger.²⁰ Redaktørrollen kjennetegnes dermed av et komplekst og tydelig lederansvar. Samtidig som redaktøren alene sto ansvarlig ovenfor sine overordnede skulle vedkommende sikre sine ansatte frihet til å utøve journalistikk på egne premisser, innenfor avisens redaksjonelle linje. Det krevde en tydelig lederrolle, men en arbeidsmodell uten for rigid arbeidsdeling, og stor grad av frihet for de ansatte.²¹

Når man skal operasjonalisere «politisk kommunikasjon» må man først definere «politikk». I denne oppgaven vil jeg benytte meg av definisjonen som brukes i Allern, Ihlen og Skogerbøs «Makt medier og politikk». De mener at politikk handler om styringen av samfunnet; samarbeid og konflikt, verdier og interesser. Dermed definerer de politisk kommunikasjon som «all symbolbruk og alle forsøk på påvirkning i denne forbindelsen». Forfatterne hevder at alle som forsøker å påvirke de politiske beslutningsprosessene bedriver politisk kommunikasjon.²² I dette tilfellet er den aktuelle aktøren Statoil. Dermed vil oppgaven undersøke hvordan Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt i stadig økende grad hadde som mål å påvirke styringen av samfunnet. Begrepet politisk

¹⁷ Hansen et al. 1976, s. 13

¹⁸ Wale, 1978, s. 169

¹⁹ Ibid. s. 54

²⁰ Hansen et al. 1976, s. 33-48

²¹ Wale, 1978, s. 170

²² Allern et al. 2015, s. 13

kommunikasjon inkluderer også en rekke underkategorier, hvorav jeg spesielt vil fokusere på to av dem. Den første er hva forskere kaller strategisk PR. Dette begrepet betegner hvordan en virksomhet jobber for å bygge gode relasjoner mellom seg selv og sine omgivelser ved hjelp av kommunikasjon. Det innebærer både relasjonen til mediene, politikere, byråkrater, ansatte, kunder, lokalbefolkningen og andre virksomheter. Ihlen definerer strategisk PR som «virksomhetens målrettede bruk av kommunikasjon for å oppfylle sin misjon». Strategisk PR er dermed en mer kontinuerlig prosess enn det tradisjonelle PR-begrepet, som ofte er forbundet med et kortsiktig publisitetsjag.²³

Jeg vil også se på hva man i dagligtalen kaller «lobbyisme». Lobbyvirksomhet er regnet som et svært sentralt element i politisk kommunikasjon og kan defineres som alle forsøk fra organiserte interesser på å påvirke beslutningstakere på Stortinget og i regjeringen, samt byråkrater i forvaltningen.²⁴ Disse forsøkene vil i noen tilfeller finne sted på formelle arenaer, slik som gjennom høringer eller i formaliserte møter. Lobbybegrepet fokuserer likevel spesielt på de uformelle arenaene, utenfor korporatismens rammer, slik som under private middager, reiser eller uformelle telefonsamtaler. Mange har pekt på at en viktig del av lobbyvirksomheten er å produsere såkalte «legislative subsidies». Dette innebærer at lobbyister presenterer beslutningstagere for materiale som skal understøtte, informere eller hjelpe til med forberedelsene av politiske saker. Å utarbeide forslag, merknader og utredninger ansees som et av de viktigste virkemidlene i lobbyismen.²⁵

En viktig pressenorm er å informere korrekt og sannferdig. Politisk kommunikasjon er ikke en motsats til dette, men målet med kommunikasjonen er ulik. Der pressens mål er å presentere informasjon på en objektiv måte, er målet med politisk kommunikasjon å fremstille informasjon for å oppnå et politisk mål. Der en redaksjon velger saker basert på tydelige nyhetskriterier velger en politisk kommunikator saker basert på hva som er formålstjenlig. Det betyr ikke at politisk kommunikasjon ikke er sannferdig, men at informasjon fremstilles på en subjektiv, ikke en objektiv måte. I pressen er det forskjell på informasjon og misjon. Den forskjellen finnes ikke i politisk kommunikasjon. Der informasjonen i seg selv er målet for en journalist, er den kun et middel for en politisk kommunikator.

En annen forskjell er forholdet til omverden. I strategisk PR er det viktig å knytte bekjenskaper og kontakter som gjør det mulig å nå sine mål. Det kan dreie seg om politikere,

²³ Ibid. s. 65

²⁴ Ibid. s. 232 - 235

²⁵ Ibid. s. 234

byråkrater, journalister eller andre med innflytelse. Gjennom «legislative subsidies» mater informasjonsmedarbeidere kontakter og bekjenskaper med selektiv informasjon som bygger opp under deres narrativ. Journalister vil ofte befinne seg på den andre siden av bordet. For dem er bekjenskaper og kontakter en kilde til informasjon. Deres jobb innebærer også å være kritisk i møte med informasjonsmedarbeidere. Norsk Journalistlag mente på 1970-tallet at alle PR-kilder skulle behandles av redaksjonen før de ble trykket i avisen.²⁶ Der åpenhet og tilgjengeliggjøring av informasjon er en viktig pressenorm vil strategisk PR og lobbyvirksomhet fokusere på å kontrollere hvilken informasjon som kommer ut, og hvordan den fremstilles. Her skiller journalistikk og politisk kommunikasjon seg fra hverandre.

Redaktørrollen er også ulik rollen til en informasjonssjef. Der redaktørens hovedansvar er å lede redaksjonen, og ivareta dens integritet og redaksjonelle linje ovenfor både eiere, ansatte og lesere, er informasjonssjefens rolle å lede en avdeling slik at man når de målene som er satt. I tillegg har redaktøren et ansvar for å legge til rette for at medlemmene av redaksjonen kan utfolde seg innenfor en gitt redaksjonell linje. Informasjonssjefens rolle er å sikre at arbeid gjennomføres etter planen, at leveransene er tilstrekkelige, og at man får gjennomslag. Dermed er det naturlig å tro at rollen til de ansatte i en redaksjon vil være friere enn rollen til de ansatte i en informasjonsavdeling. I informasjonsavdelingen vil også en tydeligere arbeidsdeling fremstå hensiktsmessig. En redaktør står alene ansvarlig for alt som foregår i redaksjonen, og alle svarer til vedkommende. I en informasjonsavdeling vil det ofte være ulike ledere for ulike fagområder eller prosjekter. Disse vil igjen vanligvis svare til informasjonssjefen, som har et overordnet ansvar, men som sjelden driver detaljstyring. Dermed gir forskjellen på de to fagområdene også et tydelig utslag i hvordan det faktiske arbeidet organiseres. Dermed skiller politisk kommunikasjon seg fra og pressenormer og redaksjonelle arbeidsmåter både hva gjelder normer, mål og arbeidsmetoder. Det er disse forskjellene, og i hvilken grad de preget Statoils informasjonsarbeid som er utgangspunktet for analysen, og problemstillingen som jeg tar jeg sikte på å besvare i konklusjonen.

Jeg har ikke valgt å ta i bruk noe ytterligere statsvitenskapelig eller kommunikasjonsfaglig teoretisk rammeverk i min analyse. Tidlig i arbeidet var dette noe jeg vurderte, men slo fra meg. Dette må sees på som en avgrensning. Tematikken som oppgaven tar for seg er i liten grad belyst. I arbeidet med denne oppgaven har jeg lagt ned mye tid og krefter i å etablere en forståelse for og en historie om pionervirksomheten i norsk

²⁶ Wale, 1978, s. 176

kommunikasjonsbransje. Nå som det er gjort, kan andre supplere analysen med teoretiske rammeverk og konsepter. I denne oppgaven vil jeg imidlertid nøye meg med å analysere en interessant utvikling – fra pressekontor til veloljet lobbymaskin, og beskrive den empiriske utviklingen i informasjonsarbeidet og tenkningen rundt informasjon og samfunnskontakt i perioden.

Metodiske utfordringer

Selskapet Equinor har byttet navn flere ganger. I perioden jeg skriver om het selskapet «Statoil». I dag heter selskapet «Equinor». Dette kan skape forvirring, da «Equinor» er et resultat av en rekke fusjoner, blant annet mellom de tre oljeselskapene Norsk Hydro, Saga Petroleum og Statoil. Derfor vil jeg omtale selskapet som «Statoil» når jeg omtaler selskapet før den 16. mai 2018, og «Equinor» når jeg omtaler selskapet etter denne datoen.

Som metode har jeg i all hovedsak benyttet meg av kritisk nærlesning av kildene. Jeg har vært på leting etter endring fra pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder til politisk kommunikasjon både når jeg har undersøkt det skriftlige kildematerialet, men også i intervjuer og memoarer. For å lykkes med dette er det viktig å sette seg inn i konteksten rundt kildene. Dette har jeg forsøkt å gjøre gjennom å kontinuerlig se til sekundærlitteratur, intervjuer og gjennom å sammenlikne kilder. Når det gjelder de skriftlige opp imot de muntlige kildene har jeg i utgangspunktet vektet disse likt.

I de kvalitative intervjuene har jeg i all hovedsak benyttet meg av åpnet intervju. Det innebærer å ha mindre strukturerte intervjuer der intervjuobjektet i stor grad får mulighet til å snakke fritt. For å fokusere på de områdene jeg har vært mest interessert i har jeg likevel utarbeidet en intervjuguide med spørsmål.²⁷ Jeg har tilbudt alle intervjuobjekter å få tilsendt intervjuguiden i forkant av intervju. I noen tilfeller har dette vært ønskelig, i andre tilfeller har det ikke vært ønskelig. Målet med intervjuene har likevel vært å gi intervjuobjektene så mye tid som mulig til å prate om de temaene de selv er opptatt av. Det har ført til at intervjuer har vart i alt fra en drøy halvtime, til ti timer.

Under intervjuene har jeg gjort notater, som jeg i etterkant har renskrevet. Deretter har jeg sendt notatene til intervjuobjektene, slik at de fått anledning til å komme med eventuelle forslag til endringer. Endringsforslag har jeg vurdert i hvert enkelt tilfelle. De ferdig verifiserte notatene har dermed fungert som kilde for meg i arbeidet med oppgaven.

²⁷ Jacobsen, 2005, s. 141-146

Når man baserer seg på menneskers erindringer er den menneskelige hukommelsen en av de største metodiske utfordringene man står ovenfor. Det gjelder både i memoarer og intervjuer. Menneskers hukommelse er flyktig, og ikke konstant. Dermed er ikke minnet en person forteller om i et intervju, eller skriver i en memoarbok en kilde til sannhet. Det er heller ikke en eksakt gjengivelse av hvordan vedkommende oppfattet det som fant sted, den gang det skjedde. I mellomtiden har det skjedd en rekke ting som kan påvirke personens minne.²⁸ For å bøte på dette problemet har jeg intervjuet mange personer om samme tema, og dermed stilt ulike personer samme spørsmål. Hvis flere erindringer en hendelse noenlunde likt, øker det sannsynligheten for at den kan ha hendt omtrent slik.

De aller fleste intervjuene er gjort ansikt til ansikt. Utbruddet av Covid-19, våren 2020 førte imidlertid til at dette en periode ble utfordrende. Derfor er intervjuene med Per Kotte, Finn Kristensen, Odd Gullberg og Toril Bakka gjort via telefon. Selv om dette er en detalj, fører telefonintervjuer til at man går glipp av informasjon som former virkelighetsbildet i et fysisk intervju. Likevel opplever jeg at det i liten grad har gått ut over kvaliteten på intervjuene. Martin Bekkeheien foretrakk å besvare mine spørsmål i eget notat.

Om arbeidet jeg forsker på har jeg valgt å bruke begrepene «informasjon og samfunnskontakt», slik Statoil selv gjorde i perioden. Fra et moderne perspektiv vil kanskje «kommunikasjon og påvirkningsarbeid» fremstå som mer dekkende begreper. Likevel er det viktig å ha i mente at det moderne kommunikasjonsfaget ikke var en definert profesjon tidlig på 1970-tallet. Det er også verdt å merke seg at Bård Glad Pedersen, som i dag leder Equinors avdeling for medierelasjoner har tittelen «informasjonsdirektør».²⁹ Som følge av oppgavens problemstilling vil jeg i all hovedsak ta for meg det eksternt rettede arbeidet. Selskapets interninformasjon vil dermed ikke behandles i denne oppgaven. Når interninformasjon analyseres, er det fordi det kan bidra til å kaste lys over problemstillingen.

Kilder

I arbeidet med oppgaven har jeg benyttet meg av en rekke ulike kilder. Blant annet har jeg hatt stor glede av ulike memoarbøker. I første rekke Arve Johnsens tre memoarbøker «Statoil-år: Utfordringen» (1988), «Statoil-år: Gjennombrudd og vekst - 1978-1987» (1990) og «Norges evige rikdom» (2008). Disse har bidratt med Arve Johnsens eget perspektiv på

²⁸ Se Fass, 2006 og Slettan, 1994, s 26-29

²⁹ Ekseth, Dagens Næringsliv, 18. april 2015

spørsmålene som behandles i denne oppgaven. I tillegg er bøkene svært detaljerte, og har dermed bidratt til å holde orden i kronologien. Det har samtidig vært viktig å holde Arve Johnsen på en armlengdes avstand. Han er en hovedaktør i historien, og kan dermed ikke få definere den. I tillegg skriver Arve Johnsen både overbevisende og troverdig. Derfor har det vært viktig å finne gode motstemmer. Det har jeg funnet blant annet i Kåre Willochs mange memoarbøker. I første rekke innebærer dette hans «Minner og meninger: Statsminister» (1990). I tillegg har Kåre Kristiansens bemerkninger fra sin memoarbok «Stå på Kåre K» (1990) vært interessant lesning. Det samme gjelder Gro Harlem Brundtlands erindringer i «Mitt liv» (1997).

Som en del av prosjektet «equinor50» ved Universitetet i Oslo har jeg hatt tilgang til Equinors privatarkiv. Letingen startet med å gjennomgå serien med styreprotokoller fra perioden, som for tiden er plassert på Riksarkivet i Oslo. Det ga meg noe begrenset utbytte, men jeg gjorde likevel et par funn av interesse. Neste stopp var Statsarkivet i Stavanger, hvor mesteparten av Equinors arkiver fra før 1990 står plassert. Her gikk jeg gjennom tre ulike serier bestående av til sammen omlag 70 bokser. Disse inneholdt i stor grad inn- og utgående korrespondanse, sakspapirer fra møter, notater, og telefonlister til ansatte. Her gjorde jeg en rekke interessante funn som kastet lys over spørsmålene oppgaven tar for seg. Likevel var det åpenbart at arkivene knyttet til informasjonsavdelingens arbeid er mangelfulle.

Etter dette dro jeg tilbake til Riksarkivet i Oslo for å gjennomgå serien med konsernledelsens arkiv. Her håpet jeg å finne flere kilder knyttet til etableringen og utviklingen av informasjonsavdelingen. I stedet fant jeg flere nyttige dokumenter vedrørende omorganiseringen av selskapet og operatørskiftet ved Statfjordfeltet. Jeg skulle ønske det fantes mer arkivmateriale som belyser arbeidet med informasjon og samfunnskontakt, men må konstatere at mye av arbeidet enten ikke har blitt dokumentert, eller har gått tapt.

Jeg har bare i begrenset grad benyttet meg av søk i aviser, tidsskrifter og andre publikasjoner. Der jeg har likevel har benyttet meg av dette, har jeg i hovedsak funnet frem til kilder ved hjelp av mediesøk i A-tekst. Jeg kunne definitivt ha brukt mediesøk mer aktivt i oppgavens kildearbeid. Da jeg likevel ikke har prioritert dette er det en tidsmessig avgrensning. Likevel vil det foreligge flere eksempler på presseutklipp i oppgavens kildehenvisninger. Når jeg har søkt etter kilder gjennom mediesøk er det fordi jeg ikke har funnet det øvrige kildematerialet dekkende.

En avgjørende kilde for oppgaven har vært kvalitative intervjuer. Ulike personer har bidratt med forskjellige perspektiver knyttet til spørsmålene som problemstillingen reiser. Jeg

har prioritert å intervjuere personer med et ulikt perspektiv på hendelsene og utviklingen som fant sted. En rekke tidligere Statoil-ansatte har latt seg intervjuere. I tillegg har jeg pratet med tidligere politikere som samarbeidet tett med selskapet i perioden. De har bidratt med uvurderlig informasjon. For å sikre at tidligere Statoil-ansatte og støttespillere ikke alene får skrive historien, har jeg også valgt å intervjuere ansatte fra konkurrerende selskaper, og politikere og byråkrater som hadde en mer kritisk innstilling til selskapet. Resultatet håper jeg er en nyansert historie, der ulike kilder og synspunkter drøftes på en ryddig måte.

I intervjuene har det vært viktig å ha i mente at de historiske hendelsene jeg analyserer ligger relativt nær vår egen tid, noe som kan ha innvirkning på informasjonen som intervjuobjektene har delt med meg. Det er rimelig å anta at det er detaljer intervjuobjektene ikke ønsket å dele. Bakgrunnen for dette er at temaet er sensitivt, og at intervjuobjekter ikke har ønsket å sette seg selv eller andre i et dårlig lys.

I alt har det blitt 14 intervjuer med ulike personer. Jeg kunne selvfølgelig ha intervjuet flere. Det er fortsatt mange mennesker i live som kan belyse spørsmålene som reises i denne oppgaven. Likevel føler jeg at intervjuisten i tilstrekkelig grad belyser spørsmålene jeg behandler, i samspill med litteraturen og arkivfunn. Jeg finner det lite sannsynlig at flere intervjuer ville ha endret funnene som gjøres eller konklusjonene jeg faller ned på. Flere av intervjuobjektene har også besvart spørsmål etterkant av intervju via e-post.

Disposisjon og struktur

Oppgaven er delt inn i 6 kapitler, inkludert en innledning og en oppsummering med konklusjon. I de to første årene etter selskapets etablering ble mange viktige beslutninger fattet. Disse bidro til å bygge en grunnmur for selskapet, og å gi selskapet frihet til å bygge opp en stor informasjonsavdeling. Statoil hadde et informasjonsbehov fra første stund. Likevel ansatte ikke selskapet sin første informasjonsmedarbeider før i 1974. I mellomtiden måtte andre ta ansvar. Disse prosessene vil jeg belyse i oppgavens andre kapittel. I dette kapittelet vil jeg også redegjøre for de politiske omstendighetene rundt selskapets opprettelse, og de politiske rammene Statoil opererte under. I tillegg vil jeg beskrive status knyttet til informasjon og samfunnskontakt i det norske samfunnet ved inngangen til 1970-tallet.

I oppgavens tredje kapittel vil jeg beskrive etableringen av informasjonsavdelingen og dens utvikling fra Arne H. Halvorsen ble ansatt som selskapets første informasjonssjef i 1974 og frem til utgangen av 1976. Her vil jeg også belyse hvilke visjoner og normer som lå til grunn for oppbyggingen av informasjonsarbeidet, med et spesielt fokus på Halvorsens rolle

og hans samarbeid med Arve Johnsen. Informasjonsavdelingens arbeidsoppgaver, organisering, oppbygging, og planer vil også stå i fokus. Slik vil jeg belyse hvordan pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder tidlig preget informasjonsarbeidet i Statoil. Mot slutten av kapitlet vil jeg også analysere den spede begynnelsen på utviklingen i retning av politisk kommunikasjon.

I oppgavens fjerde kapittel vil jeg behandle perioden fra 1977 og frem til Arne H. Halvorsen gikk av som informasjonssjef i 1980. I denne perioden hadde informasjonsavdelingen vokst betydelig i både arbeidsoppgaver og ansatte, noe som tvang frem nye arbeidsmetoder. Den tiltakende konkurransen med Norsk Hydro fikk utviklingen i retning av politisk kommunikasjon til å skyte fart. Det materialiserte seg blant annet i en regionalisering av informasjonsvirksomheten, en utbredt ambassadørkultur blant de ansatte og at man byttet ut selskapets informasjonssjef. Disse temaene vil stå sentralt i kapitel 4.

Kapittel 5 tar for seg perioden fra Willy Olsen ble ansatt som informasjonssjef i Statoil høsten 1980 og frem til 1984. Disse årene var preget av politiske dragkamper i møte med Høyrreregjeringen, hvor Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt spilte en avgjørende rolle. Ved å analysere stridsspørsmål om operatørskap, ilandføring og omorganiseringen av Statoil vil jeg vise hvordan politisk kommunikasjon etterhvert ble et altoppslukende fokus for Statoils informasjonsarbeid. Samtidig vil jeg analysere hvilke drivkrefter som lå bak denne utviklingen. I kapittel 6 vil jeg oppsummere mine hovedfunn og konkludere med bakgrunn i problemstillingen.

2. Politiske privilegier og hanekamp (1972-1974)

Da Statoil ble etablert i 1972 var det ikke vanlig for norske selskaper å ha store avdelinger for informasjon og samfunnskontakt. Noen hadde likevel begynt å arbeide med fagområdet, men profesjonen «informasjonsmedarbeider» var definitivt ikke hverken definert eller etablert. I starten av dette kapittelet vil jeg se nærmere på hva som var status for fagfeltet i Norge ved inngangen til 1970-tallet, og hvordan oljevirkosomheten bidro til å utvikle dette. Jeg vil spesielt se nærmere på arbeidet til de tidligste pionerne innen norsk kommunikasjonsfag.

Statoil ble etablert som et politisk prosjekt, og det skulle vise seg at den politiske velviljen ovenfor selskapet strakte seg langt i mange leire. Andre steder ble holdningen til selskapet raskt kjølig. Dette skulle prege den videre utviklingen av selskapets arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Jeg vil i dette kapittelet derfor belyse hvordan Statoil ble etablert. Samtidig vil jeg vise hvordan selskapet fikk enorme fordeler på norsk sokkel, og fikk i oppgave å ivareta en rekke interesser og funksjoner på vegne av staten.

I kapittelets andre del vil jeg kartlegge Statoils tidlige arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Jeg vil her belyse hvem som hadde ansvar for dette arbeidet før man hadde etablert noen informasjonsavdeling. Spesielt vil jeg ta styrelederen og administrerende direktørs rolle nærmere i ettersyn.

Da lobbyismen kom til Norge

I sin bok «Lobbyvirksomhet på Stortinget» beskriver Harald Espeli 1970-tallet som «lobbyismens moderne gjennombrudd i Norge». Bakgrunnen for dette mener han er flere endringer av politisk og samfunnsmessig art som fant sted rundt 1970. Blant annet peker han på at Stortinget igjen ble en politisk kamparena etter en lang periode med flertallsregjeringer. Valget i 1971 innledet en epoke hvor mindretallsregjeringer var regelen. Denne perioden varte med unntak av Willoch II-regjeringen (1983-1985) helt frem til 2005. Dermed måtte regjeringen søke støtte i Stortinget fra sak til sak, noe som skapte usikkerhet om regjeringens innstilling ville gå igjennom, eller bli endret ved komité- og stortingsbehandling. Det førte til at flere selskaper og organisasjoner så sitt snitt til å påvirke politikken i en bestemt retning. Der saksbehandlingen under flertallsregjeringene vanligvis var avsluttet når regjeringen avleverte sin innstilling, kunne man under mindretallsregjeringer påvirke saksgangen helt frem til endelig vedtak i Stortinget. Dette ga økt rom for å påvirke enkeltpolitikere og partier i retning av hva man selv anså som ønskelig, eller i det minste sikre at innstillinger ikke ble

endret i egen disfavør.³⁰ Stortingsrepresentantene ble også mer bevisst på sin makt. Stortinget overstyrte i perioden regjeringen i en rekke viktige saker, slik som inntektsopptrappingsvedtaket og innføringen av industristøtten.³¹

Ved inngangen til perioden, mellom 1971 og høsten 1972, satt Trygve Brattelis 1. regjering ved makten. Med unntak av Lars Korvalds korte regjeringsperiode etter EF-avstemningen, beholdt Arbeiderpartiet makten frem til 1981, med henholdsvis Bratteli, Nordli og Brundtland som statsministere. Høyres Kåre Willoch tok over regjeringskontorene etter valget i 1981. Hans første regjering var en mindretallsregjering utgått fra Høyre. I 1983 valgte KrF og Senterpartiet å gå inn i regjeringen, og Willoch ble dermed sjef for en flertallsregjering. Denne regjeringen satt frem til den mistet sitt flertall ved stortingvalget i 1985.³²

Espeli skriver at man på 1970-tallet så de første tegnene på en profesjonalisering av arbeidet med informasjon og samfunnskontakt i Norge. Dette inkluderte at flere i organisasjons- og næringsliv så på det som en viktig oppgave å holde tett kontakt med Stortinget og regjeringen. Her ble det brukt både formelle og uformelle kanaler. Likevel gikk det meste av nærings- og organisasjonslivets informasjonsbudsjetter til strategisk PR rettet mot den generelle opinionen. I perioden så man en drastisk økning i både selskapenes og organisasjonenes informasjonsbudsjetter, informasjonsavdelingenes størrelse og antallet frittstående oppdragslobbyister.³³

Espeli skriver at det moderne gjennombruddet for informasjon og samfunnskontakt i Norge hadde en direkte sammenheng med oppstarten av petroleumsaktivitet på norsk sokkel. Inntektene fra oljevirkksomheten førte til at statens inntekter vokste, og at man dermed kunne øke de statlige bevilgningene til ulike tiltak. At Stortinget ofte var villig til å strekke statens økonomiske forpliktelser lenger enn hva regjeringen ønsket, gjorde Stortinget til et spesielt viktig mål for lobbyister i perioden. Samtidig peker Espeli på at oljeselskapenes etablering i Norge på 1970-tallet i seg selv var avgjørende for fremveksten av en moderne kultur for informasjon og samfunnskontakt i Norge, fordi de tok med seg denne kulturen fra utlandet.³⁴

Det finnes lite litteratur som beskriver de utenlandske oljeselskapenes arbeid med informasjon og samfunnskontakt i Norge på slutten av 1960-tallet og begynnelsen av 1970-tallet. Det vi vet er at de hadde avdelinger for informasjon og samfunnskontakt ved sine

³⁰ Espeli, 1999, s. 167-168

³¹ Espeli, 1992, s. 231

³² Se regjeringen.no. *Kåre Willochs regjering*, URL

³³ Espeli, 1999, s. 174-177

³⁴ Ibid. s. 168-169

utenlandske hovedkontorer. Mange etablerte også denne typen virksomhet ved sine kontorer i Norge. Den bestod vanligvis av en eller to personer. De jobbet tett med hovedkontorene, samt den utenlandske konsernledelsen. Fokuset var å holde kontakt med embetsverket og industrikomiteen på Stortinget. Håkon Lavik forteller at de som arbeidet med informasjon og samfunnskontakt for de utenlandske selskapene ble kalt «fixers», og hevder at de kunne ordne alt fra bordellbesøk til dyre middager.³⁵ Gunnar Berge ble valgt inn på Stortinget 1969. Han husker at Phillips Petroleum hadde en medarbeider som ofte var innom Stortinget. Berge opplevde at de utenlandske oljeselskapene slet med å forstå den norske kulturen. «Oslo var noe helt annet enn Washington» sier han. Derfor var de utenlandske selskapene avhengige av norske rådgivere for å lykkes med informasjon og samfunnskontakt.³⁶

Det er naturlig at oljeselskapene kom tidlig i gang med et aktivt påvirkningsarbeid, med tanke på at petroleumssektoren i Norge var svært politisk styrt. Espeli skriver at oljeselskapene stadig utgjorde en større del av aktørene som deltok på høringer i finanskomiteen og industrikomiteen på 1970-tallet.³⁷ Oljeselskapene var også tidlig ute med å systematisere kontakten med politikere gjennom uformelle kanaler, utenfor korporatismens rammer.³⁸ Man kan altså si at starten på den moderne lobbyvirksomheten i Norge sammenfaller med perioden som behandles i denne oppgaven. Når Statoil bygde opp sitt arbeid med informasjon og samfunnskontakt var dermed ikke bare pionervirksomhet fordi selskapet var nytt, men også pionervirksomhet i en nasjonal kontekst.

Avisenes gullalder

Årene mellom 1969 og 1989 omtales ofte som «avisenes gullalder».³⁹ Det henger sammen med en rekke viktige endringer som fant sted i det norske presselandskapet ved inngangen til perioden. På 1960-tallet stod partipressen fortsatt sterkt. Hvilket parti man stemte på avgjorde hvilken avis man leste. Avisene hadde som hovedmål å være et organ for partiet de representerte. Ved overgangen til 1970-tallet tok avisene et skritt ut av politikken, og ble sett på som mer uavhengige enn tidligere. Pressen omfavnet rollen som offentlighetens «vaktbikkje» og «Den tredje statsmakt». Det nye hovedmålet ble å informere balansert, og belyse saker fra ulike vinkler. I tillegg gikk mediene fra å rapportere passivt om ulike

³⁵ Epost til forfatteren fra Håkon Lavik, datert 15.05.2019

³⁶ Intervju med Gunnar Berge

³⁷ Espeli, 1999, s. 185

³⁸ Allern et al. 2015, s. 237

³⁹ Ibid. s. 52

hendelser til å spille en mer aktiv rolle i samfunnsdebatten.⁴⁰ Den norske statsviteren Sigurd Allern har beskrevet 1960-tallets journalistikk som «stoppeklokke og referat-journalistikken». Han mener at 1970-tallets journalister var mer oppsøkende, og at mediene ble selvstendige aktører i denne perioden.⁴¹ Det stilte også nye krav til selskaper som ønsket å bruke pressen som et verktøy for å få ut informasjon.

Dekning av oljevirkosomheten var en prioritert oppgave etter funnene av olje på den norske kontinentalsokkelen. Oppstarten av petroleumsvirksomhet var et område som interesserte de brede lag av befolkningen. Derfor ansatte avishusene egne medarbeidere til å dekke oljesaker. «Oljefjournalistene» fulgte bransjen tett, og hadde hyppig kontakt med oljeselskapene. I tillegg dekket de utviklingen i oljepolitikken på Stortinget og i regjeringen. Det dukket også opp flere tidsskrifter og publikasjoner med petroleum som spesialfelt, blant annet «Teknisk ukeblad».⁴² Etableringen av oljefjournalistikken som fagdisiplin, og ikke minst oljefjournalistene selv, skulle prege arbeidet med informasjon og samfunnskontakt i oljeselskapene. At selskapenes aktiviteter ble fulgt tett av pressen førte til at de måtte bruke mer tid og krefter på pressehåndtering. Journalister skulle svares, intervjuer gjøres og aviser gjennomgås. Endringene i pressen skapte også et økt spillerom for å påvirke opinionen og beslutningstagere ved hjelp av strategisk PR. Det er grunn til å tro at selskapene fikk behov for noen som kunne ta ansvaret for pressehåndtering, slik at toppsjefene og ledelsen ikke måtte bruke all sin tid på å prate med journalister. Det krevde både kunnskap om oljeindustrien og gode kommunikasjonsevner. Samtidig var et bredt nettverk i pressen, en viss forståelse for politikk, og kjennskap til journalistenes arbeidsverktøy en fordel. Hva var vel da bedre enn å rekruttere nettopp blant oljefjournalistene? Før Statoil engang var etablert hadde landets fremste industrikonsern tatt på seg ledertrøyen i arbeidet med å profesjonalisere arbeidet med informasjon og samfunnskontakt i Norge.

Norges første informasjonssjef

I 1964 ansatte Norsk Hydro Jon Storækre til å lede selskapets arbeid med informasjon og samfunnskontakt.⁴³ Ved Storækres ankomst hersket det en holdning i Norsk Hydro om at informasjon ikke var en prioritert oppgave. Denne holdningen fikk Storækre i oppgave av

⁴⁰ Ibid. s 52-53

⁴¹ Ibid. s. 55

⁴² Berrefjord og Heum, 1983, s. 9-10

⁴³ Usignert notis utsendt fra NTB i anledning Jon Storækres 85-års dag. Denne ble trykket blant annet i Stavanger Aftenblad den 31. mars 2008

generaldirektør Johan B. Holte å endre. Storækre var en presseman, og opprinnelig fra Stavanger. Før han ble ansatt i Norsk Hydro var han blant annet leder av Stavanger Aftenblads Oslo-redaksjon og medlem av Stortingets presselosje fra 1956. Det var han frem til han begynte i Norsk Hydro i 1964. Han begynte sin karriere som journalist i Stavanger Aftenblad allerede i mai 1945. Politisk hadde han tilhørighet til partiet Venstre.⁴⁴ Som sjef for informasjon og samfunnskontakt i Norsk Hydro omtalte han seg som «redaktør». Det viser hvordan tradisjonelle pressenormer allerede på 1960-tallet preget tenkningen rundt informasjon og samfunnskontakt. En av hans tidligere kollegaer oppfatter det dithen at Storækre gjorde et valg: «en gang redaktør, alltid redaktør». Å ta på seg en tittel som «informasjonssjef» ville kanskje oppfattes som overløpervirksomhet blant hans gamle venner i pressen. Han husker Storækre som en pioner innenfor arbeid med informasjon og samfunnskontakt, og forteller at Storækre skal ha mye av æren for at Norsk Hydro ble et åpent og transparent selskap, som tidlig så verdien av samfunnsansvar. Han beskriver også Storækre som svært aktiv i sin rolle, og at han hadde et stort nettverk å spille på. Likevel forble journalistikken og pressen hans primære arbeidsområde. Storækre ble aldri noen strategisk politisk kommunikator.⁴⁵

Storækre var også kontroversiell. I en artikkel om hans datter fra 2010 beskrives han som en mann journalister både fryktet og respekterte. Kari Storækre sier at «de radikale journalistene i NRK mente han var en tyrann».⁴⁶ Det gjaldt ikke bare de radikale i NRK. Senere informasjonssjef i Norsk Hydro, Tor Steinum jobbet på 1970-tallet i NRK Dagsnytt. Han hadde bakgrunn fra Unge Høyre, og var dermed alt annet en radikal. «Jeg hadde ikke noe godt inntrykk av Storækre. Han vernet nok om Norsk Hydros interesser mer enn man burde gjøre som presseman» sier han i dag.⁴⁷ I tillegg ble Storækre av mange ansett som pompøs og vanskelig å ha med å gjøre. Han ønsket at all kommunikasjon skulle gå igjennom han, og fungerte som en portvokter for informasjon i Norsk Hydro. Han gikk heller ikke av veien for å be regjeringen om å holde saker tilbake, eller henge ut unge journalister ovenfor deres egen redaktør.⁴⁸ Dermed vil enkelte hevde at han i større grad kontrollerte informasjon enn han informerte. Hans rolle og innsats satte uansett standarden for den videre utviklingen av informasjon og samfunnskontakt i norske selskaper. Han var Norges første informasjonssjef.

⁴⁴ Usignert notis i Stavanger Aftenblad publisert i anledning Storækres 80-års dag den 31. mars 2003

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Alver, Dagbladet, 09.10.2010

⁴⁷ Intervju med Tor Steinum

⁴⁸ Kommer frem i intervju med blant annet Tor Steinum, Håkon Lavik og Odd Gullberg

Odd Gullberg var på 1960- og det tidlige 1970-tallet aktiv i ungdomspolitikken. Han holdt blant annet lederverv i Akershus- og Oslo Unge Høyre, og var organisasjonens generalsekretær fra 1971 til 1973. Etter han var ferdig i denne rollen ble han ansatt som politisk journalist i Aftenposten. Det engasjementet ble imidlertid kortvarig. Samme år fikk han en telefon fra generaldirektør Holte, som lurte på om Gullberg var interessert i å jobbe med informasjon og samfunnskontakt i Norsk Hydro. Holte fortalte at han ønsket en med bakgrunn fra Høyre, som kunne ta ansvar for å holde kontakten med de politiske miljøene. Til grunn for det lå en anerkjennelse fra Norsk Hydro om at olje var nesten like mye politikk som det var teknologi. I tillegg var Statoil etablert året i forveien, og Holte mente at det så ut til å bli «Arbeiderpartiets oljeselskap». Gullberg takket ja til jobben, og rapporterte de første årene til Jon Storækre. I Aftenposten var det imidlertid svært liten forståelse for Gullbergs valg om å si opp journalistjobben for å bli lobbyist.⁴⁹

Ansettelsen av Gullberg viser at tenkningen rundt informasjon og samfunnskontakt i Norsk Hydro hadde kommet langt allerede i 1973. På dette tidspunktet hadde ikke Statoil engang ansatt sin første informasjonsmedarbeider. Gullbergs politiske rolle er også det første tegnet på at utviklingen i norsk informasjonsvirksomhet gikk i retning av politisk kommunikasjon. Der Storækres arbeid var tuftet på pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder, hadde Gullberg en annen bakgrunn. Han kom fra politikken, og ble ansatt for å drive med politisk kommunikasjon. De fleste store selskaper hadde en viss kontakt med regjeringen, men systematisk kontakt med Stortinget var ikke spesielt vanlig. Den politiske kontakten som var ble ofte håndtert av administrerende direktør og styreleder. Dermed kan ansettelsen av Gullberg i 1973 ansees som det første skritt i en utvikling der politisk kommunikasjon ble stadig viktigere.

En politisk fødsel

Det var ingen selvfølge at Norge i 1972 skulle etablere et fulloperativt, statlig oljeselskap. Borten-regjeringen hadde på slutten av 1960-tallet økt det statlige eierskapet i Norsk Hydro til 51%. Det har blitt hevdet at dette ble gjort i den hensikt at Norsk Hydro skulle bli det nasjonale oljeselskapet.⁵⁰ Borten-regjeringen nedsatte også Knudsen-utvalget, som skulle utrede ulike måter å organisere oljeutvinningen på norsk sokkel. Når utvalgets innstilling kom

⁴⁹ Intervju med Odd Gullberg

⁵⁰ Ryggvik, 2009, s. 30

i 1972 hadde Trygve Bratteli og Arbeiderpartiet overtatt regjeringskontorene. Knudsen-utvalget innstilte på å opprette et statlig holdingselskap som ikke engasjerte seg i selve oljeutvinningen.⁵¹ Det var mer overens med Borten-regjeringens politiske preferanser enn Bratteli-regjeringens. Finn Lied ble ny industriminister for Arbeiderpartiet og som ny statssekretær utnevnte han Arve Johnsen. Departementets nye politiske ledelse ga embetsverket beskjed om å legge innstillingen fra Knudsen-utvalget i en skuff, og å planlegge for opprettelsen av et fulloperativt oljeselskap. Arve Johnsen hadde tidligere vært leder i Arbeiderpartiets industriutvalg. I den rollen skrev han et notat om hvordan den norske oljepolitikken kunne utvikle seg, som inkluderte planer for et fulloperativt, statlig oljeselskap. Dermed er det grunn til å tro at helomvendingen var alt annet enn tilfeldig.⁵²

I juni 1972 diskuterte Stortinget grunnlaget for norsk oljepolitikk. Allerede her oppstod det uenighet mellom de politiske fløyene. Til grunn for diskusjonen lå «de ti oljebud», som hadde blitt bifalt samme måned. Ett av budene var «at det opprettes et statlig oljeselskap som kan ivareta statens forretningsmessige interesser og ha et formålstjenlig samarbeid med innenlandske og utenlandske oljeinteresser».⁵³ Mye av debatten handlet om hva Statoil skulle være. Høyres representanter var opptatt av at det ikke måtte hope seg opp for mye penger i selskapet, og at selskapet skulle ha et utstrakt samarbeid med private aktører. Arbeiderpartiet fryktet at private interesser skulle stikke av med profitten fra norsk oljevirkosomhet. I tillegg ble det diskutert hvordan man kunne gi selskapet forretningsmessig frihet, og samtidig få på plass gode mekanismer for parlamentarisk kontroll. Selv om Stortinget enstemmig sluttet seg til opprettelsen av et statlig oljeselskap, var selskapets oppgaver, oppbygning og kompetanseområder ikke tydelig definert.⁵⁴

I sin masteroppgave viser Håvard Brede Aven til at historikerne Einar Lie, Helge Ryggvik og Tore Jørgen Hanisch har hevdet at Høyre egentlig var motstandere av å opprette Statoil. Aven selv konkluderer med at Høyres holdning til opprettelsen var uavklart.⁵⁵ Hans Henrik Ramm sier at man ikke visste hvilket selskap man fikk ved opprettelsesvedtaket, fordi selskapet beskrevet i «de 10 oljebud» like godt kunne vært det ikke-operative selskapet Knudsen-utvalget hadde skissert. At opprettelsen fant sted i samme periode som Norge søkte medlemskap i EF er noe Ramm mener at er viktig for å forstå Høyres holdning. Han sier at

⁵¹ Aven, 2014, s. 32

⁵² Lerøen, 2002, s. 38-41

⁵³ Innst. S. nr. 294 (1970-71)

⁵⁴ Lerøen, 2002, s. 45-47

⁵⁵ Aven, 2014, s. 32

Høyre i utgangspunktet ønsket seg et selskap med halvt statlig og halvt privat eierskap, i tråd med ideen om selveierdemokratiet, men at dette falt bort da EF-regler forbød medlemsland å forfordele selskaper som ikke var heleid av staten.⁵⁶ Han peker også på at Høyre ønsket politisk enighet i forkant av EF-avstemningen i 1972.⁵⁷ Derfor er det nærliggende å konkludere med at selv om alle partier i 1972 var enige om at man skulle opprette et statlig oljeselskap, var man ikke enige om hvilket selskap man opprettet. Det var et dårlig utgangspunkt for å videreføre en enighet.

Enigheten brytes

Den 18. september 1972 fant Statoils første generalforsamling sted på industriminister Finn Lieds kontor. Jens Christian Hauge ble utnevnt til styreleder. Han var tidligere forsvarsminister og justisminister for Arbeiderpartiet og hadde ledet Hjemmefronten under andre verdenskrig. På tross av dette var Hauge også en kontroversiell figur. Bjørn Vidar Lerøen skriver at mange oppfattet han som «[Arbeider]partiets privatpraktiserende industriminister».⁵⁸ Den første oppgaven som tilfalt styret var å ansette administrerende direktør. Etter at jobben var utlyst konkluderte Hauge med at søkerlisten var «nokså meget skuffende», og styret bestemte seg for å lete aktivt etter andre kandidater. Da falt Hauges blikk på den nylig avgåtte statssekretæren i Industridepartementet. Arve Johnsen var 42 år gammel, utdannet både siviløkonom og jurist, og hadde i perioden som statssekretær permisjon fra jobben som salgssjef for magnesiumsdivisjonen i Norsk Hydro.⁵⁹

At ledelsen i selskapet var pepret med folk fra Arbeiderpartiet, skapte stor frustrasjon på borgerlig side. Der opplevde man at Arbeiderpartiet tok kontroll over det nye oljeselskapet gjennom utnevnelsen av Hauge og Johnsen. Samtidig bidro det til å skape et bilde av at Statoil var mer Arbeiderpartiets oljeselskap enn Norges oljeselskap.⁶⁰ Det er ingen tvil om at dette dannet grunnlaget for senere konflikter rundt selskapet. På spørsmål om man i Høyre opplevde at forholdet mellom Arbeiderpartiet og Statoil var tett allerede fra oppstarten, sier Hans Henrik Ramm at «det lå i sakens natur basert på hvordan selskapet ble startet. Da satt

⁵⁶ Selveierdemokratiet var et viktig prosjekt for Høyre på 60- og 70-tallet. Det ble båret frem av blant annet Jan P. Syse og Kåre Willoch. Ideen var å gi alle lik mulighet til å delta i aksjemarkedet, og dermed sikre spredning av økonomisk eiermakt og muligheter. Se Sejersted, 1984, s. 235-259

⁵⁷ Intervju med Hans Henrik Ramm

⁵⁸ Lerøen, 2002, s. 69-61

⁵⁹ Njølstad, 2008, s. 631

⁶⁰ Lerøen, 2002, s. 60

Finn Lied som statsråd og Arve Johnsen som statssekretær, og så satte de inn Jens Christian Hauge som styreleder. Han innsatte igjen Arve Johnsen som administrerende direktør». ⁶¹

Et annet moment i Høyres kritikk var retningen selskapet tok. Man opplevde at Arbeiderpartiet ikke søkte konsensus, men egenrådig tok kontrollen over selskapets utvikling. En episode som trekkes frem var da selskapets vedtekter ble vedtatt på selskapets første generalforsamling. Hans Henrik Ramm sier at Høyre opplevde at industriminister Finn Lied la til siste leddsetning i formålsparagrafen, bak Stortingets rygg. Dermed var ikke Statoils oppgaver kun på sokkelen, men også «[...] annen virksomhet som står i naturlig forbindelse». ⁶² Ramm sier at det skapte irritasjon hos de borgerlige partiene. Det hadde sammenheng med at de ikke ønsket at Statoil skulle engasjere seg i foredling og salg av petroleum. Man mente at det holdt i massevis at Statoil pumpet olje på kontinentalsokkelen. Høyre ønsket å «stoppe Statoil i strandkanten». ⁶³ Da selskapet likevel etablerte seg innen petrokjemisk industri og basevirksomhet, erkjente sentrale miljøer i Høyre at utviklingen var umulig å reversere, og at man heller måtte sende selskapet tilbake til utgangspunktet. Dermed hevder Ramm at ideen om omorganiseringen som skulle skje ti år senere, oppstod allerede i 1974. ⁶⁴ En illustrerende kuriositet er at metaforene som skulle prege debatten rundt omorganiseringen så dagens lys allerede tidlig på 1970-tallet. Arbeiderpartiets Rolf Hellem advarte mot en «vingestrekking» av Statoil allerede i 1972/1973, mens Høyres Olav Knudson på samme tidspunkt brukte ordet «gjøkunge» for å beskrive Statoils utvikling. ⁶⁵

De politiske prosessene knyttet til opprettelsen av Statoil er et viktig bakteppe når vi skal analysere selskapets arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Ikke bare fordi den politiske kontakten, og ikke minst konfliktnivået, med tiden skulle bli stor. Først og fremst er det en viktig faktor fordi de politiske uenighetene dannet grunnlaget for den politiske kontakten selskapet senere utviklet og profesjonaliserte.

Store fordeler

Selv om frustrasjonen i Høyre vokste i takt med at Statoils konturer ble definert, hadde Statoil også mye politisk vilje i ryggen. Det politiske flertallet med Arbeiderpartiet i spissen ønsket å legge kraftig til rette for at Statoil skulle vokse og gro. Det førte til at Statoil fikk store

⁶¹ Intervju med Hans Henrik Ramm

⁶² Borchgrevink, 2019, s. 40

⁶³ Intervju med Hans Henrik Ramm

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Sitert i Olsen, 1989, s. 104

fordeler, og en privilegert rolle i norsk petroleumspolitik. I mars 1973 vedtok Stortinget å overføre statens eierandeler på kontinentalsokkelen til Statoil. Det førte til at Statoil automatisk fikk minst 50% av eierandelene i alle fremtidige og eksisterende lisenser.⁶⁶ Dette ble møtt med skepsis fra Høyre, som fortsatt var redd for at det skulle hope seg opp store økonomiske verdier i selskapet. De ønsket ikke et generelt vedtak som inkluderte fremtidige eierandeler, men at overføring måtte skje ved særskilt stortingsvedtak.⁶⁷

Stemningen ble ikke bedre da man i 1984 innførte prinsippene om bæring og glideskala. Sistnevnte ga Statoil anledning til å øke sin eierandel i gunstige felt fra 50% til 70-80%, på bekostning av de andre lisenspartnerne. Glideskalaen betød at selskapet raskt kunne bli fullstendig dominerende på norsk sokkel. I tillegg innførte man prinsippet om at andre oljeselskaper måtte bære en stor andel av Statoils lettekostnader.⁶⁸ Spesielt kontroversielt var det at dette også skulle gjelde de andre norske oljeselskapene. Begge ordningene var ekstremt lukrative for Statoil, og ble møtt med kraftig motstand i både Høyre og blant konkurrentene.⁶⁹ Statsdeltagelse, glideskala og prinsippet om bæring bidro til å politisere selskapet ytterligere. Det skapte politisk frustrasjon, og Statoil fikk fiender i oljenæringen. I årene fremover ble de store fordelene viktige elementer i kritikken av Statoil.⁷⁰ Det er imidlertid ikke grunnlag for å vurdere om Statoil forsøkte å påvirke disse prosessene. Det er ikke umulig at det var kontakt mellom selskapet og politiske myndigheter. Likevel må disse vedtakene sees i lys av at det var en villet politikk fra stortingsflertallet. Espelid omtaler derav utviklingen som preget opprettelsen av for Statoil for en «industriell nynasjonalisme».⁷¹

I tredje konsesjonsrunde fikk Statoil også innvilget informasjonsansvaret i alle grupper gjennom avtalene om statsdeltagelse.⁷² Dette gjorde seg først, og kanskje viktigst, gjeldende for Statfjordfeltet. Her var amerikanske Mobil operatør. Arve Johnsen sier at han tidlig ga uttrykk ovenfor departementet om at Statoil burde ha informasjonsansvaret ved Statfjord, men at det ikke skjedde uten kamp. Når han ser tilbake mener han at beslutningen om å gi Statoil informasjonsansvaret etter tredje konsesjonsrunde fikk usedvanlig stor

⁶⁶ Lerøen, 2002, s. 52

⁶⁷ Dokument skrevet til Høyres Stortingsgruppe av Hans Henrik Ramm fra 1981. Upublisert

⁶⁸ Lie, 2005, s. 30

⁶⁹ Aven, 2014, s. 80. Fremkommer også i intervju med Hans Henrik Ramm

⁷⁰ Se eksempelvis Osmundsen, 1981, s. 44-45

⁷¹ Espeli, 1992, s. 19

⁷² Dokument som beskriver Statoils informasjonsansvar for grupper i tredje konsesjonsrunde, finnes i SPA arkivboks Da - 0045

betydning for arbeidet med informasjon og samfunnskontakt i Statoil.⁷³

Et annet element som tidlig måtte avklares var forholdet mellom Statoil og eierne, altså staten. Dette ble fastsatt gjennom prosessen knyttet til Statoils vedtekter, som vil bli behandlet senere i dette kapittelet. Resultatet ble at selskapet hvert år la frem sine planer for kommende år med økonomiske oversikter for selskapets generalforsamling. Dette dannet videre grunnlag for en årlig stortingsmelding, som holdt Stortinget orientert om Statoils planer og prosjekter.⁷⁴ Disse planene ble kalt «§10-planer», og ga selskapet en mulighet til å kommunisere direkte med landets folkevalgte.

Gjerne flere Rettedøler

Allerede første dag på kontoret mottok Arve Johnsen blomster fra Stavanger-ordfører Arne Rettedal. Det skulle vise seg å bli starten på et langt og tett forhold som skulle prege hele perioden og tematikken som denne oppgaven behandler.

Allerede midt på 1960-tallet, før man hadde funnet en dråpe olje på norsk sokkel, hadde Arne Rettedal sett at oljevirkosomheten kunne bli viktig for Stavanger-samfunnet. Tradisjonelt hadde Stavanger levd godt på hermetikkindustrien i byen, men på 1960-tallet var denne på retur. Derfor var man på jakt etter ny industri som kunne skaffe arbeidsplasser til Stavanger. Arne Rettedal så at oljeindustrien kunne bli redningen, hvis man spilte kortene sine riktig.⁷⁵ Da amerikanske oljeselskaper begynte å lete langs norskekysten på midten av 1960-tallet, la Rettedal ned en iherdig innsats for å sikre at de valgte Stavanger som base. Senere tok boreselskapet Odeco kontakt med Rettedal, og fortalte at deres ansatte trengte boliger, noe ordføreren ordnet sporenstreks.⁷⁶ Ved opprettelsen av Statoil og Oljedirektoratet i 1972, var et av de fremste spørsmålene hvor hovedkontoret for disse skulle ligge. Valget stod mellom Bergen, Trondheim og Stavanger. Sistnevnte vant frem, blant annet på bakgrunn av at oljeselskapene allerede hadde etablert seg i Stavanger. Dermed skal Rettedal ha mye av æren for at Stavanger ble Norges oljehovedstad.⁷⁷

De politiske partiene i Stavanger stod sammen om denne utviklingen, og oljerelaterte saker gikk raskt gjennom i bystyret. Likevel er det langt fra kontroversielt å hevde at Arne Rettedal ledet an. Han så at oljeindustrien kunne bli nøkkelen til byens fremtidige vekst. I dag

⁷³ Intervju med Arve Johnsen

⁷⁴ Njølstad, 2008, s. 639-640

⁷⁵ Gjerde, Norsk oljemuseum, URL

⁷⁶ Borchgrevink, 2019, s. 25-26

⁷⁷ Lerøen, 2002, s. 48

er Stavanger, som på midten av 60-tallet var en av Norges fattigste byområder blant de stedene i landet med høyest gjennomsnittsinntekt.⁷⁸

Det fremstår som om Arve Johnsen og Arne Rettedals strategiske interesser var sammenfallende.⁷⁹ Arne Rettedal så på Statoil som en viktig bedrift for Stavanger, som kunne gi byen flere tusen nye arbeidsplasser, og samtidig et kraftig oppsving i skatteinntang. I tillegg var det grunn til å tro at selskapet ville gi byen befolkningsvekst, og tiltrekke seg innbyggere med høy utdanning. For Arve Johnsen var det viktig at Statoil hadde et godt forhold til den politiske ledelsen i Stavanger kommune. Dette handlet om å sikre praktiske formål som tomter til utbygging og ekspansjon, men også at Stavanger var en norsk storby, som kunne hjelpe Statoil til å få politisk gjennomslag. I tillegg representerte Arne Rettedal Høyre, og Stavanger hadde stemt blått siden etter andre verdenskrig.⁸⁰ Som vi har sett begynte forholdet mellom Statoil og Høyre å surne allerede før Johnsen hadde landet på Sola. Det så ikke ut til å påvirke Arne Rettedal. Å ha en sentralt plassert høyremann som bestevenn kunne ved tid og stunder vise seg nyttig for Statoil. Dette må Arve Johnsen ha sett. På spørsmål om sin relasjon til Arne Rettedal sier Arve Johnsen at «det var kort og godt en helt sentral person som jeg samarbeidet svært tett med. En meget trivelig mann, og en meget begavet politiker. Jeg pleier å si at vi skulle gjerne hatt flere Rettedøler».⁸¹ Dermed hadde Statoil skaffet seg et trygt fysisk, så vel som politisk, hjem i Stavanger.

Var det gode forholdet til Arne Rettedal et strategisk grep fra Statoils side? Svaret er troligvis både ja og nei. Først og fremst hadde Arve Johnsen og Arne Rettedal overlappende interesser. De ønsket begge at Statoil skulle vokse og lykkes. De ble på mange måter tvunget til å samarbeide. Når forholdet likevel ble nært og personlig, skyldes det nok god personkjemi. Dermed gjorde det meste seg selv. Forholdet til Rettedal ble dermed en grunnstein i Statoils arbeid med samfunnskontakt.

Tidlig informasjonsarbeid

Det første tegnet på tenkning rundt informasjon og samfunnskontakt i Statoil finner vi i referatet fra styremøtet den 4. januar 1973:

«Styret fant det nødvendig at selskapet åpnet seg for allmenheten i den grad dette var mulig. Man understreket

⁷⁸ Gjerde, Norsk oljemuseum, URL

⁷⁹ Intervju med Gunnar Berge

⁸⁰ Gjerde, Norsk oljemuseum, URL

⁸¹ Intervju med Arve Johnsen

nødvendigheten av snarest å ansette en informasjonsmedarbeider på høyt nivå i organisasjonen som kunne ha ansvaret for denne viktige funksjonen. Administrerende direktør kunne meddele at 6-10 aviser hadde bedt om intervju, og at det bare var et tidsspørsmål om når han måtte la de få anledning til dette. Styret anmodet ham om å imøtekomme avisenes forespørsler snarest mulig».⁸²

Av dette kan vi lese at selskapets ledelse tidlig forstod viktigheten av å kommunisere eksternt. På dette tidspunktet hadde selskapet kun ansatt administrerende direktør og en sekretær. At man allerede da tenkte på å ansette informasjonsmedarbeidere tyder på at informasjon tidlig var et prioritert fagområde. I tillegg påpekes det at man ønsket en informasjonsarbeider «*på høyt nivå i organisasjonen*». Dermed virker det som om man lette etter noen som kunne ta aktiv del i selskapets utvikling gjennom ledergruppen. Likevel er det tydelig at pågang fra pressen utløste behovet for å rekruttere informasjonsfolk.

Hvorfor selskapet likevel ikke rekrutterte informasjonsmedarbeidere på over et år vet vi ikke. Behovet ble gjentatt under et møte i ledergruppen den 2. oktober 1973. Da kom det opp i sammenheng med påstander om at pressen stadig trykte saker som hadde feil og mangler. Igjen ser vi at pågang fra pressen drev frem behovet for profesjonelle informasjonsfolk. I samme sak diskuterte ledergruppen hvordan Statoil kunne få et bedre forhold til Industridepartementet, uten at det ble satt i sammenheng med informasjonsarbeidet.⁸³ Referatet konkluderte med at å ansette en informasjonsmedarbeider «*will be considered*». Dette møtet fant sted kun to måneder før Arne H. Halvorsen ble ansatt. Dermed er det naturlig å tro at rekrutteringsprosessen startet etter dette. Samtidig ser det ut til at behovet for å håndtere pressen førte til at Statoil ansatte sin første informasjonssjef.

Et naturlig spørsmål å stille er hvordan Statoil håndterte informasjon og samfunnskontakt frem til Arne H. Halvorsen ble ansatt i 1974. Kildene avslører at Christian Halvorsen, som ledet selskapets administrasjonsavdeling, i samarbeid med markedsføringsjef Erik Schanche fikk ansvaret for oppgaver som vanligvis ville tilfalt en informasjonsavdeling. I referatet fra et møte i ledergruppen den 12. juni 1973 kan man lese at: «Halvorsen og Schanche får ansvar for å fremlegge en «rekvisitt-plan» med Statoils emblem, farger for brevark, konvolutter, visittkort, interne meldinger, blanketter, etc. Fremlegges på tirsdagsmøte så fort som mulig».⁸⁴ På ledergruppemøtet den 5. mai 1973 påpekte man at det

⁸² Protokoll fra styremøte i Statoil ASA, 04.01.1973. Finnes i SPA arkivboks Aba - L0001

⁸³ Referat fra møte i Statoils ledergruppe, 12.06.1973. Finnes i SPA arkivboks Da - 0018 (i referatet står det at møtet fant sted den 06.12.1973, likevel regner jeg med, basert på referatets innhold at møtet fant sted den 12.06.1973)

⁸⁴ Ibid.

var viktig å «[...] å bruke «Statoil + vårt merke så mye som mulig for å innarbeide det hos publikum». Dette ansvaret ble også gitt til Christian Halvorsen og Erik Schanche. Videre i samme referat fremkommer det at Christian Halvorsen fikk ansvaret for å utarbeide en plan for anskaffelse av bøker og tidsskrifter.⁸⁵ Inntrykket styrkes ytterligere av referatet fra møte i ledelsesgruppen den 4. september 1973. Her leverte Schanche innstilling i sak om valg av reklamebyrå. Videre diskuterte ledergruppen utarbeiding av brosjyre om selskapet. Denne var det også Schanche som fikk ansvar for. Han og Christian Halvorsen fikk samtidig ansvaret for utarbeidelse av maler for selskapets eksterne foredragsvirksomhet.⁸⁶

Arve Johnsen bekrefter at Christian Halvorsen og Erik Schanche hadde en viktig rolle i det tidligere informasjonsarbeidet. Christian Halvorsen hadde ansvar for myndighetskontakt lokalt og regionalt. Dette falt seg naturlig, da han var fra Stavanger.⁸⁷ Han stod blant annet for samtalene med Stavanger kommune for å få tildelt tomt for Statoils hovedkontor.⁸⁸ Erik Schanche fikk ansvar for konkurrent- og kundekontakt. Det bekreftes av arkivene. Blant annet presenterte Schanche et konkurrerende oljeselskap på hvert av ledergruppens møter.⁸⁹ På spørsmål om hvem som ledet det tidlige informasjonsarbeidet i Statoil, peker likevel Arve Johnsen på seg selv. Han omtaler informasjonsarbeidet i selskapet som en «daglig egeninnsats innover og utover». Ifølge Johnsen ønsket han å prioritere tre områder da han ble administrerende direktør i Statoil. Det første var sikkerhet for mennesker og utstyr. Den andre var forskning og utvikling, og det tredje var informasjon.⁹⁰

Det er tydelig at Arve Johnsen hadde med seg tanker og erfaringer knyttet til informasjon og samfunnskontakt da han ble ansatt i Statoil. Hans tidligere arbeidsgiver, Norsk Hydro, hadde som vi har sett kommet langt i utviklingen av informasjonsarbeidet. Hans erfaring fra tiden som statssekretær var også god ballast. Her lærte han både det politiske maskineriet å kjenne og hvem som var sentrale i ulike beslutningsprosesser. I tillegg fikk han mange kontakter i pressen.⁹¹ Selv trekker han også frem tiden som leder av

⁸⁵ Referat fra møte i Statoils ledergruppe, 05.5.1973. Finnes i SPA arkivboks Da - 0018

⁸⁶ Referat fra møte i Statoils ledergruppe, 04.09.1973 Finnes i SPA arkivboks Da - 0018

⁸⁷ Intervju med Arve Johnsen

⁸⁸ Dette kommer frem i en rekke referater fra ledelsesgruppen, blant annet datert 02.10.1973. Finnes i SPA arkivboks Da - 0018

⁸⁹ Referat fra møte i Statoils ledergruppe, 06.12.1973. Finnes i SPA arkivboks Da - 0018. Her kan man lese at Schanche presenterte Conoco. På neste møte skulle han presentere Mobil

⁹⁰ Intervju med Arve Johnsen

⁹¹ I Johnsen, 1989, s. 20. Her skriver Johnsen han at han kjente mange av journalistene som møtte han da han ble presentert som ny Statoilsjef

Studentersamfunnet i Bergen, redaktør i studentavisa og befalsutdanningen fra forsvaret som arenaer hvor han lærte mye om informasjon og samfunnskontakt.⁹²

«Så blir dette din livsoppgave» sa Jens Christian Hauge til Arve Johnsen da han ble ansatt som administrerende direktør i Statoil. Selv om han nok var skeptisk til å binde seg for et helt livsløp, tyder mye på at Johnsen tok Hauges ord på alvor. Johnsen opplevde å ha fått et tydelig mandat: Å bygge opp et oljeselskap som skulle forvalte verdiene på norsk sokkel, på vegne av det norske folk.⁹³ Tidligere hadde Norge produsert råvarene, for å så å selge dem ut av landet for videreforedling. For Johnsen var det viktig å unngå at det samme skjedde med oljen.⁹⁴ Han kunne sin oljehistorie. Johnsen hadde lest om John D. Rockefellers Standard Oil, og hvordan Rockefeller gjennom rørledninger og kontroll med næringskjeden monopoliserte det amerikanske oljemarkedet. Standard Oil var verdens første vertikalt integrerte oljeselskap. Johnsen ønsket å skape det samme, ikke i kapitalismens tjeneste, men i det norske folks tjeneste. Oljeformuen skulle hentes opp fra havbunnen, transporters, foredles og selges uten at en krone gikk i lomma til noen andre enn det norske folk. Da mente Johnsen at Statoil måtte gjøre hele jobben selv, fra boring til transport, raffinering og salg.⁹⁵

Om han skulle lykkes, er det grunn til å tro at den norske opinionen måtte kjøpe hans visjon. Derfor mente Johnsen at Statoil hadde et særskilt ansvar for å lære det norske folk hvordan oljenæringen fungerte. Slik ønsket han å sette nordmennene i stand til å treffe kloke beslutninger om oljeformuen. For Johnsen var kunnskap også en forutsetning for en bred folkelig støtte til Statoil. Hans hypotese var at om folk forstod selskapets rolle ville det også vinne oppslutning. Johnsens pedagogiske prosjekt var også et politisk prosjekt. Stortingspolitikere og regjeringen hadde aldri vært i sanddynene i Midtøsten eller på oljefeltene i Mexicogolfen. De fleste kunne ingenting om oljenæringen. Derfor måtte også politikere settes i stand til å forvalte oljeformuen, og forstå hvorfor Statoil var deres viktigste verktøy for å gjøre nettopp det.⁹⁶

Denne visjonen hadde vidtrekkende konsekvenser for Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Standard Oil hadde lært Johnsen hvorfor Norge trengte et fulloperativt oljeselskap. Nå ville han lære sine landsmenn det samme. Pressenormen om å være «folkets lærer» var tydelig tilstede. Om Johnsen lyktes ville det ikke bare holde oljeformuen unna

⁹² Intervju med Arve Johnsen

⁹³ Poenget er hentet fra intervju med Finn Kristensen

⁹⁴ Toril Bakka peker i intervju på at dette var viktig for Arve Johnsen helt fra hun startet i selskapet

⁹⁵ Borchgrevink, 2019, s. 41

⁹⁶ Intervju med Finn Kristensen

hendene til utenlandske kapitalister, men også trygge Statoils rolle. Dermed innebar Johnsens pedagogiske prosjekt også et tydelig element av strategisk PR. Johnsen mente at Statoil kunne skape gode relasjoner til opinionen og norske beslutningstagere ved hjelp av kunnskapsformidling. Dermed var hans prosjekt preget av tradisjonelle pressenormer, men innebar samtidig åpenbare elementer av politisk kommunikasjon.

En effektiv lobbyist

Mellom 1972 og 1974 ble det gjort en rekke politiske vedtak som var avgjørende for Statoils videre utvikling. I den sammenheng drev Statoil for første gang målrettet politisk kommunikasjon. Arve Johnsen sier at han og Jens Christian Hauge samarbeidet om kontakten med sentrale myndigheter. Likevel fremstår det tydelig at det var Hauge som var den ledende kraften.⁹⁷ Arbeidet med de politiske sakene mellom 1972 og 1974 er godt dokumentert, blant annet gjennom Arve Johnsens egne memoarer.

I Olav Njølstads biografi om Jens Christian Hauge beskrives de politiske sakene som Hauge jobbet med i sin tid som styreleder. I første rekke gjelder dette retten til å håndtere norsk royaltys-olje, Statoils inntog i petrokjemisk industri, byggingen av oljerørledningen Norpipe og striden om Statoils vedtekter.⁹⁸ I samtlige saker hadde Hauge og Johnsen et tett samarbeid. Likevel er det vanskelig å unngå fornemmelsen av at Hauge var kjørelærer, og Johnsen på oppkjøring.

Hauge var en markant politisk figur, som hadde vært en viktig aktør i norsk nærings- og samfunnsliv siden krigens slutt. I tillegg til å ha nær kontakt med politisk ledelse, hadde Hauge også mange innflytelsesrike venner, blant annet den mektige LO-lederen Tor Aspengren og tidligere statsminister Einar Gerhardsen. Han hadde lang erfaring med styrearbeid i statlige selskaper. Blant annet var han styreformann i SAS, styreformann i Nationaltheatret og i radiofabrikken Radionette. I flere av disse rollene viste Jens Christian Hauge seg som en strålende lobbyist. Han opptrådte ofte som proaktiv heller enn reaktiv i møte med sine statlige oppdragsgivere. Når han var styreformann i SAS skrev Hauge ofte i dagboken sin at han «gikk innom departementet i dag for å se om jeg fant statsråden hjemme». Om så var tilfellet fikk han gladelig 10-15 minutter for å legge frem sin sak. I tillegg var han svært grundig i sitt arbeid, og alltid oppdatert på både sak og historikk.⁹⁹ Det

⁹⁷ Kommer frem i intervju med blant annet Karl-Edwin Manshaus og Håkon Lavik

⁹⁸ Njølstad, 2008, s. 632

⁹⁹ Ibid. s. 625-626

samme skulle bli gjennomgangsmelodien i Statoil.

Vedtektstriden

Den mest krevende saken Hauge håndterte, handlet om Statoils vedtekter. Dette var i realiteten en strid om hvor mye finansiell og forretningsmessig frihet Statoil skulle ha. Saken vokste frem som et resultat av de stadige uenighetene mellom Statoils styre og Industridepartementet, men også på grunn av misnøye fra politikere på borgerlig side.¹⁰⁰

I 1973 hadde styret i Statoil fått flere påminnelser fra Korvald-regjeringen om at selskapet måtte utarbeide permanente vedtekter til å erstatte de midlertidige vedtektene fra selskapets første generalforsamling. Det er blitt hevdet at Hauge konsekvent utsatte behandlingen i håp om at Arbeiderpartiet skulle gjenvinne regjeringsmakten ved valget i 1973.¹⁰¹ Dette er ikke usannsynlig. Det er grunn til å tro at Hauge og Johnsen regnet med at Statoil ville ha mer innflytelse over prosessen med Arbeiderpartiet tilbake i regjeringskontorene. Samtidig opplevde Statoil at det gjeldende vedtektsettet fungerte tilstrekkelig. Hauge så ikke behov for endringer. Noe som taler i favør av at man aktivt utsatte saken, er at den faktisk ble liggende til over valget. Da ble Arbeiderpartiets Ingvald Ulveseth ny industriminister. Først da han etterspurte forslag til vedtekter våknet Statoil. Hauge svarte at han ikke så behov for noen større endringer i vedtektene. Samtidig lå det et forslag på bordet i Industridepartementet som overførte en rekke fullmakter fra selskapsstyret til departementet. Forslaget innebar at departementet skulle ansette administrerende direktør, fastsette budsjetter og ha siste ord i utforming av avtaler med samarbeidspartnere.¹⁰²

Da Hauge ble kjent med dette, ble han rasende. Han gikk tilbake til Statoil-styret og fikk gjennomslag for et helhetlig forslag til vedtekter. Ulveseth gikk god for forslaget. Da det kom innvendinger fra Finansdepartementet, tok Hauge selv regien. Han skrev egenhendig et tilsvar som Ulveseth sendte til Finansdepartementet. Deretter oppsøkte han statsminister Bratteli for å si at Ulveseths standpunkt i saken, som i realiteten var skrevet av Hauge selv, var «et klokt opplegg i tråd med den tenkning som hadde utviklet seg innenfor Arbeiderbevegelsen». Plutselig satt Hauge på alle sider av bordet.¹⁰³

Stridens kjerne var selskapets §10. Denne paragrafen slo fast hva Statoil skulle legge

¹⁰⁰ Hanisch og Nerheim, 1992, s. 306-316

¹⁰¹ Lerøen, 2002, s. 154

¹⁰² Njølstad, 2008, s. 638

¹⁰³ Ibid. s. 636-643

frem for generalforsamlingen, altså industriministeren.¹⁰⁴ Dette var den vanskeligste paragrafen å samle tilstrekkelig enighet om. Tilslutt skrev derfor Hauge, i forståelse med Ulveseth, et forslag til ny §10. Her kom han med noen mindre innrømmelser, men hans hovedstandpunkt om å sikre Statoil finansiell og forretningsmessig frihet ble stående. Det hele endte med at Hauges syn i hovedsak vant frem ved stortingsbehandlingen i juni 1974.¹⁰⁵

Vedtektsstriden er interessant av flere grunner. Det er den første, men ikke siste, kampen om Statoils frihet. I tillegg ble avgrunnen som var skapt mellom byråkratene i Industridepartementet og Statoil enda dypere. Samtidig oppfattet selskapets krasseste kritikere i Høyre at vedtektsstriden viste at de hadde rett hele tiden: Statoil var ikke til å styre, og Arbeiderpartiet var i lomma på Hauge og Johnsen. Hauge var Statoils første lobbyist. I vedtektsstriden tok han i bruk både formelle og uformelle arenaer, tok direkte kontakt med beslutningstakere og la frem «legislative subsidies». Det viser at Statoil tidlig hadde et tydelig forhold til politisk kommunikasjon. Likevel er det lite som tyder på at resten av organisasjonen var involvert i dette arbeidet. Hauge var styreleder, ikke informasjonssjef. Dermed er det rimelig å anta at politisk kommunikasjon var en arbeidsoppgave man opplevde at lå til selskapets ledelse: Styret og administrerende direktør.

Adresse: Industriministeren

Allerede under Hauges tid som styreleder så man at direkte kontakt med regjeringen var metoden for å sikre Statoil politisk gjennomslag. I likhet med Stortinget, kjente Statoil tilsynelatende kun statsråden. Flere har pekt på at Arve Johnsen aldri gikk vanlig tjenestevei, men alltid rett til statsråden. Karl-Edwin Manshaus forteller at dette skapte stor frustrasjon i embetsverket.¹⁰⁶ På spørsmål om dette var noe Johnsen lærte av Jens Christian Hauge, er Johnsen avvisende. Han forteller at denne praksisen var noe han plukket opp da han var statssekretær i Industridepartementet. Det finner jeg lite troverdig. Jens Christian Hauge hadde i 1972 over 30 års politisk erfaring i ulike ministerposter. I tillegg hadde han gjennom sine styreverv og som privatpraktiserende advokat drevet påvirkningsarbeid rettet mot myndighetene like lenge. Johnsen hadde et snaut år som statssekretær i Industridepartementet å vise til. Det er hevet over enhver tvil at Johnsen lærte mye om politisk kommunikasjon i de to årene han samarbeidet med Hauge. Det inkluderte både metode, form og tone. Hvorfor

¹⁰⁴ Hanisch og Nerheim, 1992, s. 306-316

¹⁰⁵ Njølstad, 2008, s. 636-643

¹⁰⁶ Intervju med Karl-Edwin Manshaus

skulle han ikke det, med tanke på at Hauges arbeid i perioden i ga Statoil store gjennomslag? Vedtektsstriden viser også at det var Hauge som flyttet sjakkbrikkene. Johnsen fulgte etter. En alternativ tolkning er at Hauge tok støytten, slik at Johnsen slapp å bruke velvilje på å krangle med myndighetene. Selv om dette kan ha vært et element, er det åpenbart at Hauge var den mest erfarne av de to og den med den med kortest ventetid på statsrådets venteværelse. Det fremstår nesten som om han hadde i oppdrag å sette Johnsen i stand til å stå på egne bein i fremtidige møter med politikkenes brutalitet.

Samtidig er det ingenting som tyder på at hverken Hauge eller Johnsen i selskapets tidlige år hadde noen systematisk kontakt med Stortinget, med unntak av den korte perioden under Korvald-regjeringen, da Arbeiderpartiet var henvist til Løvebakken. Et interessant moment er i så henseende at selv om både Johnsen og Hauge hadde bred politisk erfaring, var denne i liten grad fra parlamentarisk arbeid. Begge hadde jobbet i regjering, men ingen av dem hadde vært stortingsrepresentanter. Det kan ha bidratt til at ingen av dem kjente Stortinget spesielt godt, eventuelt at de ikke var spesielt interessert i Stortinget og dets arbeidsmåter. Det kan også være en erkjennelse av at regjeringen til syvende og sist hadde den utøvende makten. Statoil var et statseid foretak, med industriministeren som generalforsamling. Det kan tenkes at man oppfattet det som uryddig å ta direkte kontakt med stortingsrepresentanter. På den andre siden skulle ikke det komme i veien hverken før eller senere. I tillegg vet vi at Hauge gjerne gikk en runde med sitt kontaktnett i det norske industriaristokratiet om han ikke opplevde statsråden som lydør.¹⁰⁷ Den direkte kontakten med statsråden hadde også vært metoden han brukte på vegne av andre selskaper han representerte. At både Hauge og Johnsen opplevde Stortinget som en lite oversiktlig er ikke usannsynlig. I sin tid som statsråd hadde Hauge en rekke ubehagelige konfrontasjoner på Stortinget, også med egen partigruppe. Ved hans avgang som forsvarsminister skrev arbeiderpressen at han var «regjeringens mest forfulgte medlem».¹⁰⁸ I rettferdighetens navn må det nevnes at strategien fungerte. Statoil fikk gjennomslag ved hjelp av en tett kontakt med regjeringen. Det trenger ikke å ligge noe mer dramatisk bak den manglende kontakten med Stortinget enn at man ikke så behovet.

Arve Johnsen sier at han selv og Hauge hadde noe ulike oppfatninger knyttet til informasjonsarbeid. Johnsen sier at han ønsket å åpne opp så mye som mulig, mens Hauge

¹⁰⁷ Njølstad, 2008, s. 624

¹⁰⁸ Se ibid. del tre, kapittel 2. Sitat hentet fra s. 475

ønsket at man skulle være mer lukket. Ifølge Arve Johnsen fant man «et slags kompromiss».¹⁰⁹

Jens Christian Hauge gikk av som styreleder i Statoil i 1974. Han hadde brukt de siste to årene på å krangle med alt og alle for å sikre Statoil et best mulig fundament. Han innså kanskje at det ikke ville være formålstjenlig for hverken han selv eller Statoil å fortsette som styreleder. Han brukte sin innflytelse til å sikre at Finn Lied ble oppnevnt som hans etterfølger.¹¹⁰ Da var stol-leken komplett. Selskapets to fødselshjelpere fra tiden i Industridepartementet var nå henholdsvis styreleder og administrerende direktør. Omtrent samtidig som Hauge forlot selskapet, ansatte Statoil sin første kommunikasjonsmedarbeider. Det offentliggjorde Arve Johnsen i et møte med ledelsesgruppen den 3. desember 1973. Arne H. Halvorsen ville tiltre stillingen om tre måneder.¹¹¹

¹⁰⁹ Intervju med Arve Johnsen

¹¹⁰ Njølstad, 2008, s. 640

¹¹¹ Referat fra møte i Statoils ledergruppe, 03.12.1973. Finnes i SPA arkivboks Aba - L0001

3. Etablering og oppbygning (1974-1976)

Ansettelsen av Arne H. Halvorsen i 1974 er et tidsskille i Statoils historie. Ved å ansette sin første informasjonssjef, tok selskapet et langt skritt i retning av å profesjonalisere arbeidet med informasjon og samfunnskontakt. I dette kapittelet vil jeg undersøke hvem Arne H. Halvorsen var, og hvilke ideer og visjoner han hadde for informasjonsarbeidet. Jeg vil også se på hvordan Statoil midt på 1970-tallet bygde opp sin informasjonsavdeling, hvilke personer de ansatte og hvilke arbeidsoppgaver medarbeiderne hadde. Videre vil jeg kartlegge hvilke kilder til inspirasjon Statoil lente seg på når man utviklet arbeidet med informasjon og samfunnskontakt.

Den fremste saken for Statoil i denne perioden var utvilsomt utbyggingen av Statfjordfeltet. Forhold som navnsetting av feltet vil jeg behandle i dette kapittelet. Jeg vil avslutte kapittelet med å analysere informasjonsarbeidet Statoil la ned våren og sommeren 1976 i forsøket på å ilandføre oljen fra Statfjordfeltet på Sotra.

Jeg vil likevel starte med å tegne et bilde av Arne H. Halvorsen som person og informasjonssjef. Selv om han hadde en svært sentral rolle i selskapet, er det lite informasjon å finne om ham. Han nevnes ikke med et ord i Aage Strøm Borchgrevinks «Giganten». I Arve Johnsens egne bøker nevnes han kun i en bisetning.¹¹² Jeg har et inntrykk av at Arne H. Halvorsen har havnet i historiens glemmebok. Da jeg tidlig i arbeidet med denne oppgaven spurte personer med lang erfaring fra kommunikasjonsavdelingen i Statoil om Halvorsen, visste de ikke hvem han var. Selv å fastslå hvorvidt han fortsatt levde tok tid. Jeg håper denne oppgaven kan bidra til å kaste lys over hans historie, og hans bidrag til kommunikasjonsfaget på et tidlig stadium.

Redaktøren

Arne H. Halvorsen ble født i Porsgrunn i 1933 og døde i 2006, 72 år gammel. Ifølge hans nekrolog, som stod på trykk i Stavanger Aftenblad den 31. mai 2006, startet Halvorsen sin karriere i lokalavisen Varden i Skien etter at han hadde fullført sin utdanning. Deretter jobbet han en periode ved Associated Press sitt kontor i Oslo, før han ble ansatt i Svolværposten.

¹¹² Halvorsen nevnes i Johnsen, 1988, s. 103 og Johnsen, 2008 s. 112. I sistnevnte skriver Johnsen i at «den siste ankomne var Arne H. Halvorsen. I flere år hadde han hatt ansvar for olje- og gassaker i Stavanger Aftenblad. Han var blant de fremste på dette fagområdet i Norge, og fikk ansvar for å bygge opp Statoils avdeling for informasjon og samfunnskontakt, en oppgave han i en årrekke løste på en utmerket måte».

Under oppholdet nordpå ble Halvorsen kjent som en dyktig næringslivsjournalist. Dette førte til at han ble hentet til Stavanger Aftenblad i 1962. I Halvorsens nekrolog pekes det på at han tidlig så mulighetene for oljevirkosomhet i Stavanger, og at han var en sentral aktør da Stavanger ble Norges oljehovedstad.¹¹³ Halvorsen var den første som rapporterte om Essos funn av oljeforekomster på norsk sokkel i 1966, og han har derfor blitt omtalt som «Norges første oljejournalist».¹¹⁴ Halvorsen bidro også til opprettelsen av oljekonferansen ONS i 1974, og var en viktig tilrettelegger for den første oljeutstillingen i Stavanger. Det hevdes at Halvorsen raskt ble en av Europas fremste oljejournalister, og at han nøt stor respekt i det internasjonale fagmiljøet. Han vant flere priser for sitt arbeid, og mottok blant annet Industriforbundets journalistpris to ganger.¹¹⁵ De muntlige kildene bekrefter inntrykket av Halvorsen som en anerkjent og dyktig oljejournalist. Karl-Edwin Manshaus beskriver han som «kanskje den aller beste».¹¹⁶ Håkon Lavik sier at Halvorsen hadde «en voldsom standing i det journalistiske fagmiljøet på 70-tallet».¹¹⁷ Halvorsens dyktighet var også grunnen til at Arve Johnsen ansatte han som Statoils første informasjonssjef:

«Da jeg begynte å jobbe i Industridepartementet, begynte jeg også å lese Stavanger Aftenblad. Der jobbet Arne. Jeg la merke til det han skrev. Han var den best skolerte oljejournalisten i Norge. Det er bakgrunnen for at han ble ansatt.

Da Arne ble ansatt var det lite kunnskap om petroleum i Norge, unntatt hos Arne H. Halvorsen. Når jeg så at han var den beste på dette området, og samtidig hadde et enormt nettverk, både nasjonalt og internasjonalt, var jeg aldri i tvil».¹¹⁸

Halvorsens journalistbakgrunn, tekniske innsikt og store kontaktnett passet godt inn i Arve Johnsens visjoner. Derfor ble han ansatt som Statoils første informasjonssjef våren 1974.

Akkurat som Jon Storækre i Norsk Hydro, foretrakk Arne H. Halvorsen tittelen redaktør fremfor informasjonssjef. Han signerte ofte utgående korrespondanse med denne tittelen, som også ble brukt når han uttalte seg i pressen.¹¹⁹ På spørsmål om hvordan de ansatte i informasjonsavdelingen oppfattet seg selv sier Halvorsens nære medarbeider, Håkon

¹¹³ Halvorsens nekrolog i Stavanger Aftenblad, usignert, publisert 31.05.2006

¹¹⁴ Omdal, Stavanger Aftenblad, 10.06.2018

¹¹⁵ Halvorsens nekrolog i Stavanger Aftenblad, usignert, publisert 31.05.2006

¹¹⁶ Intervju med Karl Edwin Manshaus

¹¹⁷ Intervju med Håkon Lavik

¹¹⁸ Intervju med Arve Johnsen

¹¹⁹ Eksempelvis i brev fra Arne H. Halvorsen til oljeutvalget i Sund. Dokumentet finnes i SPA arkivboks Di – 0550. Se også blant annet Dyrnes, VG, 27.06.1979. Her omtales Halvorsen som Statoils redaktør.

Lavik at «vi var journalister. Arne var redaktør og jeg var redaksjonssekretær».¹²⁰ Her ser vi et illustrerende eksempel på at Statoils informasjonsavdeling ble bygget etter modell av en avisredaksjon. Toril Bakka som var Halvorsens sekretær forteller det samme. Hun opplevde at Halvorsen i det daglige arbeidet var opptatt av at informasjonsavdelingen skulle jobbe som en redaksjon.¹²¹ Titler og en arbeidsmåter som hørte hjemme i pressen dannet dermed grunnlaget for etableringen av Statoils systematiske arbeid med informasjon og samfunnskontakt. At Halvorsen og Lavik oppfattet seg selv som journalister, viser også at de tok yrkesstoltheten med seg inn i nye roller.

Da Halvorsen ble ansatt som informasjonssjef i Statoil, ble han også en del av Statoils ledergruppe. Her skal han ha vært en aktiv bidragsyter over flere år.¹²² Vi kan lese ut fra styreprotokollene at Halvorsen også deltok i styremøter, og noe som ble gjort ved særskilt vedtak under styremøtet 17. April 1974.¹²³

Korrekt og sannferdig

I Equinors arkiver finnes det et dokument datert 3. juli 1974 med overskriften «Statoils informasjonsvirksomhet». Dette var Halvorsens utkast til plan for Statoils informasjonsarbeid, og bidrar på en unik måte til å kaste lys over hvilke normer, ambisjoner og strategiske avveininger som formet Statoils informasjonsavdeling. I tillegg foreligger det et referat fra et møte mellom Arne H. Halvorsen og Arve Johnsen datert 25. juli samme år. Her ble Halvorsens utkast til plan diskutert, og konklusjoner trukket. Referatet gir et svært godt innblikk i samarbeidet og dynamikken mellom administrerende direktør og informasjonssjefen. De to dokumentene viser tydelig hvordan pressenormer lå til grunn for Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Prinsipper som sannferdighet, saklighet, åpenhet og informasjonsformidling preget Halvorsens tankegang. Dokumentene styrker også inntrykket av at Halvorsen hadde redaksjonen som modell når han bygget opp Statoils informasjonsavdeling.

¹²⁰ Rollefordelingen og tittelbruken bekreftes blant annet i et brev fra sekretær Berit Rynning Øyen til «Ingeniørnytt». Her skriver hun at «vedlagt følger etter avtale med vår redaksjonssekretær, Håkon Lavik to stk. Fargedias [...]». Brev finnes i SPA arkivboks Di - 0549,

¹²¹ Intervju med Toril Bakka

¹²² Intervju med Håkon Lavik

¹²³ Protokoll frå styremøte i Statoil ASA datert 17.4.1974. Finnes i SPA arkivboks Aba - L0001

I planutkastet datert 3. juli åpnet Halvorsen med å slå fast at «formålet med selskapets informasjonsvirksomhet må være å skape et best mulig arbeidsmiljø for selskapet». ¹²⁴ I forlengelsen av det kommer Halvorsens normative tro på å formidle sannheten klart til syne. Halvorsen mente at en forutsetning for å lykkes med informasjonsarbeidet var at informasjonsavdelingen til enhver tid var informert om alt som skjedde i selskapet. Bakgrunnen var en tydelig frykt for å feilinformere pressen. For å illustrere viste han til en situasjon der Statoil hadde solgt royaltyolje til Conoco, uten at informasjonsavdelingen var varslet. ¹²⁵ Om det skriver Halvorsen at «vi kunne her kommet i den situasjonen at Informasjonsavdelingen uforvarende hadde fremsatt løgner ovenfor omverden, og en Informasjonsavdeling som blir grepet i løgn mister troverdighet også på andre områder». ¹²⁶

Halvorsens kontrollbehov var dermed fundert i en normativ frykt for å feilinformere. Gjennom sine mange år i pressen hadde han lært at redaktørens viktigste oppgave var å forsikre leserne om at det som sto i avisen var sant. Denne lærdommen tok han med seg inn i rollen som redaktør i Statoil. Pressen og andre skulle ha tillit til at informasjonen som kom fra Statoil var sannferdig og korrekt. Selv om poenget var normativt forankret, handlet det vel så mye om å bevare Statoils troverdighet. Å miste troverdigheten blant publikum ville være en stor strategisk utfordring. Halvorsens innfallsvinkel fremstår likevel fundert i tradisjonelle pressenormer, og var basert på egne erfaringer med oljenæringen:

«Vi er statsselskap som prinsipielt bør spille med mer åpne kort enn et privat selskap. Om vi på sikt størrelsesmessig skulle utvikle oss til et Shell eller BP bør vi unngå den avstand og fremmedgjøring som er grunnlaget for den utbredte skeptisk holdning blant publikum til slike selskaper» ¹²⁷

Halvorsen ønsket at Statoils holdning til informasjon skulle være annerledes enn hva han hadde opplevd hos andre oljeselskaper. For å oppsummere anså Halvorsen det som sin jobb å sikre at informasjon som kom fra Statoil var sannferdig og korrekt. Dermed ble pressens sannhetsnormer en viktig målestokk for Statoils informasjonsarbeid.

¹²⁴ Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da - 0010

¹²⁵ I 1973 bestemte staten at den ønsket å ta ut 10% av sin fortjeneste i løpende oljeproduksjon. Denne oljen ble kalt «Royaltyolje». Se Njølstad, 2008, s. 634

¹²⁶ Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da - 0010

¹²⁷ Ibid.

Moralsk plikt til å informere

Samtidig ønsket Arne H. Halvorsen å skape en informasjonskultur der åpenhet var en bærebjelke: «I Statoils tilfelle kommer det også en rekke særhensyn inn i bildet. Det viktigste av disse er at Statoil står i spissen for en næringsutvikling som kan komme til å få mer å bety for norsk samfunnsutvikling enn noe annet enkelt fenomen, og at vi derfor har en moralsk plikt til å informere i større utstrekning enn selskaper flest».¹²⁸

Halvorsens moralske plikt til å informere minner om pressens ideal om å være folkets åpne etterretningstjeneste. Plikten Halvorsen beskriver, er definitivt drevet mer av norm enn av strategi. Toril Bakka bekrefter inntrykket. Hun sier at «åpenhet og redelighet var viktig for Arne H [...] Han var veldig bevisst på å gi informasjon til ansatte, og samfunnet for øvrig om hva selskapet skulle være (...) Han ville at de ansatte skulle være informerte om hva oljen ville bety for det norske folk, og være gode ambassadører for selskapet ut i det norske samfunnet».¹²⁹

Selv om målet om åpenhet var normativt, mente Arne H. Halvorsen også at «korrekt, systematisk kommunikasjon om selskapets virksomhet vil bidra til å skape forståelse for Statoil, og dermed gi selskapet det gode omdømmet blant folk flest som vi bør etterstrebe».¹³⁰ Dermed mente han at åpenhet og sannferdighet i det lange løp ville gagne Statoil, også strategisk. Dette inntrykket styrkes av at Halvorsen videre i dokumentet adresserte de politiske stridighetene knyttet til Statoils stilling i det norske samfunnet. Han konkluderte med at det meste av kritikken mot selskapet var basert på misforståelser som kunne løses ved hjelp av korrekt informasjon.¹³¹ Dermed kan man argumentere for at fokuset på åpenhet og sannferdighet var strategisk fundert. Likevel fremstår Halvorsen naiv når han hevder at konfliktene knyttet til Statoil skyldes misforståelser. Som vi har sett var disse i første rekke en konsekvens av politisk uenighet, uenighet om ansettelse og uenighet om selskapets utvikling.¹³² Den typen utfordringer må man tro at kunne løses gjennom politisk kommunikasjon, ikke gjennom åpenhet og sannferdighet alene. Den erkjennelsen mangler Halvorsen. Dermed er det nærliggende å konkludere med at Halvorsens ønske om åpenhet hadde sitt fundament i tradisjonelle pressenormer.

¹²⁸ Ibid.

¹²⁹ Intervju med Toril Bakka

¹³⁰ Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da - 0010

¹³¹ Ibid.

¹³² Se kapittel 2

Videre stemte Halvorsens visjoner som hånd i hanske i møte med Arve Johnsen sine ideer om Statoils plikt til lære det norske folk om oljenæringen. Troen på at folket ville øke forståelsen for Statoil om de bare ble gitt kunnskap gjennomsyrrer Halvorsens visjoner. Det innebærer et positivt syn på både egen arbeidsgiver og opinionen. Dermed møtes Halvorsen og Johnsen i en felles tro på et pedagogisk prosjekt. Likevel sitter jeg med et inntrykk av at Johnsen i større grad vektla de strategiske delene av prosjektet, og Halvorsen de normative. Toril Bakka forteller en illustrerende historie: Da Halvorsen og Bakkas ektemann traff hverandre for første gang, uttrykte Bakkas ektemann en skepsis til om oljen ville ha en positiv effekt på Stavanger. Halvorsen ble rasende og fornærmet. Bakka sier at «han ville ha gode historier som beskrev hvor viktig oljen var for Norge, og det trodde han fullt og helt på».¹³³

Åpenhet og sannferdighet var viktige prinsipper for Arne H. Halvorsen. Dermed fremstår han som en foregangsmann på disse feltene, spesielt om du sammenlikner med lukkethetskulturen som Jon Storækre praktiserte i Norsk Hydro. På den andre siden kan Halvorsen fremstå som en naiv presseman. Når de andre oljeselskapene valgte en lukket og selektiv tilnærming til informasjonsarbeidet, var det kanskje gode grunner til det. Når det er sagt, var Statoil et statselskap som vanskelig kunne praktisere den samme lukketheten som de private. Gjennom §10-planene ble selskapets planer lagt frem for offentligheten. Dermed ville alt bli kjent, før eller siden. Av referatet fra møtet hvor Johnsen og Halvorsen diskuterte sistnevnte planer tyder mye på at Johnsen syntes at idealismen gikk litt langt:

«Vi bør benytte begrepet informasjonsansvar i stedet for moralsk plikt til å informere. Enighet om at vi har et informasjonsansvar som er større enn det som gjelder for selskap flest. Vi bør unngå henvisninger til at det står strid om Statoil. Statoils sentrale rolle i norsk oljeutvikling bør ikke overspilles.»¹³⁴

I sin bok om oljebransjens påvirkning på det norske representative demokratiet hevder Johan P. Olsen at oljeselskapene brukte sine informasjonsavdelinger for å skape et gunstig bilde av seg selv, mer enn å informere.¹³⁵ Det er en dårlig beskrivelse av verdiene som lå til grunn for etableringen av Statoils informasjonsavdeling. Halvorsen var naturlig nok opptatt av å stille selskapet i et godt lys. Likevel så han ingen motsetning mellom dette og å informere på en åpen og sannferdig måte. Tvert imot mente han at det var to sider av samme sak. Arbeidet bygget dermed helt tydelig på tradisjonelle pressenormer.

¹³³ Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da - 0010

¹³⁴ Dokument datert 25.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da - 0010

¹³⁵ Olsen, 1989, s. 172

Ærgjerrig, men naturlig

Halvorsen hadde høye ambisjoner for selskapets informasjonsarbeid. Å utarbeide en presentasjonsbrosjyre om selskapet var hans førsteprioritet. Denne skulle produseres i en norsk og en engelsk utgave, og være en «nøktern utstyrt presentasjonsbrosjyre, der eneste ekstravaganse er noen 4-fargebilder». Manuset skulle Statoil utarbeide selv, og forventet pris på brosjyren, som man trodde kunne brukes i 1-2 år, var 60 000 kroner.¹³⁶ Under et styremøte i august 1974 informerte Arne H. Halvorsen om planene for brosjyren.¹³⁷ Under styrets møte i februar 1975 ble det endelige utkastet drøftet. I vedtaket heter det at «forslaget til en brosjyre om Statoil ble godkjent med den merknad at det i eget avsnitt måtte komme klart frem hvorledes Statoils kompetanse område var avgrenset i forhold til de politiske myndigheter».¹³⁸ Selv om man i 1975 la hele brosjyren på is, viser den møysommelige behandlingen at Statoils informasjonsarbeid tidlig var en prioritert oppgave.

Videre ønsket Halvorsen at Statoil skulle etablere sitt eget tidsskrift, som alle husstander i Norge skulle få tilsendt.¹³⁹ Styret sluttet seg til planen, med en bemerkning om at opplegget var «ærgjerrig, men naturlig».¹⁴⁰ Som aktuelle temaer for tidsskriftet nevnte Halvorsen «den geologiske og geofysiske bakgrunn for det som skjer i Nordsjøen», «undersøkelsesaktiviteter», «produksjon» og «transportobjekter m/Norpipe som demonstrasjonsobjekt». Målet var å publisere det første eksemplaret i sammenheng med at Statfjordfeltet ble erklært drivverdig.¹⁴¹ Det forelå også planer for en småskriftserie under tittelen «Statoil bibliotek», som skulle gjøres tilgjengelig for allmenheten. Hvorfor ønsket Statoil å sende et tidsskrift med avanserte tekniske temaer hjem i postkassen til alle nordmenn? Selv skriver Halvorsen at:

«Med den spesielle stilling som Statoil har i det norske samfunn har vi en særlig plikt til å orientere de som egentlig eier oss, det vil si nordmenn i sin alminnelighet. Disse «eierne» treffer vi ved å henvende oss direkte til husstandene. Jeg vil derfor forslå at det eksterne skriftet starter som en publikasjon rettet og sendt til samtlige av landets husstander.»¹⁴²

¹³⁶ Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da – 0010

¹³⁷ Protokoll fra styremøte i Statoil ASA datert 02.08.1974. Finnes i SPA arkivboks Aba - L0001

¹³⁸ Protokoll fra styremøte i Statoil ASA datert 15.02.1975. Finnes i SPA arkivboks Aba - L0001

¹³⁹ Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da – 0010

¹⁴⁰ Protokoll fra styremøte i Statoil ASA datert 15.02.1975. Finnes i SPA arkivboks Aba - L0001

¹⁴¹ Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da – 0010

¹⁴² Ibid.

I likhet med Arve Johnsen ønsket Halvorsen at Statoil skulle lære nordmenn om oljebransjen. Planene om å etablere tidsskrift, utvikle brosjyrer og småtidsskrifter må dermed ses på som fysiske uttak av ideene om det pedagogiske prosjektet. Tankegangen fremstår tydelig farget av pressenormen om å være «folkets lærer». Selv om temaene han foreslo var avanserte erkjente også Halvorsen at publikasjonene måtte ha en «enkel og direkte form, som er kortfattet, men likevel helt klart, fortelle hva Statoil er, hvem vi er, og hvordan vi arbeider».¹⁴³

Man kan se på det pedagogiske prosjektet som et strategisk grep for å skape støtte og forståelse for Statoils rolle i befolkningen. Hvis det var tilfellet fremstår det imidlertid lite hensiktsmessig fokusere på avanserte tekniske temaer, slik som «den geologiske og geofysiske bakgrunn for det som skjer i Nordsjøen» i første utgave av Statoils tidsskrift. Temaene Halvorsen mente var aktuelle for publikasjonene var tilsynelatende valgt ut fra objektive nyhetskriterier heller enn strategiske hensyn. En slik holdning stemmer godt overens med pressenormen om at det objektive «dommeridealet» skulle være styrende for utvelgelse av stoff. Det tyder på at Halvorsen i liten grad tok inn over seg det pedagogiske prosjektets elementer av strategisk PR, noe vi har sett at Arve Johnsen vektla.¹⁴⁴

Pressen i fokus

Når Halvorsen skulle redegjøre for sine planer knyttet til ekstern informasjon åpnet han med å slå fast at massemedia var en av selskapets viktigste målgrupper.¹⁴⁵ Igjen ser vi dermed at mediehåndtering tidlig var informasjonsavdelingens hovedoppgave. Samtidig var det i møte med pressen at Halvorsens kompetanse kom til sin rett, noe de detaljerte planene også viser.

Det pedagogiske prosjektet inkluderte også journalistene. Halvorsen ønsket å arrangere kurs for pressefolk og en studiereise til Staffjordfeltet for oljemedarbeiderne i de ulike avisene. Oljebransjen var stadig et nytt fenomen i Norge i 1974, og få journalister hadde inngående kjennskap til næringen. Gjennom skoleringsopplegg og samarbeid, ønsket Halvorsen å legge til rette for at journalistene kunne dekke Statoil på en god måte. Han var ikke bare folkets lærer. Journalistene trengte også en god dose kunnskap.

Videre påpekte Halvorsen at «pressemeldinger og pressekonferanser er upopulære fenomener i norsk presse. Vi kommer derfor i bare liten utstrekning til å bruke slike

¹⁴³ Ibid.

¹⁴⁴ Se kapittel 2

¹⁴⁵ Halvorsen skriver at: «folk flest henter sin informasjon om verden omkring seg fra massemediene, hvilket gjør aviser, kringkasting, tidsskrifter m.m til en av våre viktigste målgrupper». Se Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da – 0010

virkemidler, men helt kan vi ikke unngå det». Han skrev også at: «[...] det i presserelasjoner alltid dreier seg om en toveis kommunikasjon».¹⁴⁶ Halvorsen foretrakk dialog og samhandling med pressen, heller enn enveiskommunikasjons fra Statoils side. Det bygger oppunder bildet av Halvorsen som en tilhenger av åpenhet, og tyder samtidig på at Halvorsen hadde et positivt syn på pressens samfunnsoppdrag. Videre skrev han at «de fleste pressefolk er velkvalifiserte utøvere av sitt yrke, som er basert på et klarere definert etisk grunnlag enn de fleste andre yrker».¹⁴⁷ Dette styrker inntrykket av at Arne H. Halvorsen hadde et positivt syn på journalister. Helt eksplisitt mente han på at pressen hadde høyere etiske standarder enn andre yrkesgrupper. Med det som bakteppe er det ikke så rart at han ønsket å bygge informasjonsavdelingen på basis av nettopp pressenormer.

Det ble bestemt at Arne H. Halvorsen skulle være Statoils pressetalsmann. Dette begrunnes ikke ytterligere, men det er grunn til å tro at man ønsket å avlaste Arve Johnsen, som hadde hatt denne rollen frem til Halvorsen ble ansatt. Likevel skulle man gi pressen et årlig intervju med Arve Johnsen.¹⁴⁸ Det fremstår som en mer strategisk vurdering. Gjennom å tilrettelegge for et årlig intervju kunne Statoil i større grad definere temaer og rammer for intervjuet. Det er også et brudd med åpenhetslinjen som Halvorsen ellers holdt høyt.

Totalt sett fremstår presseopplegget som Halvorsen skisserte både solid og godt faglig begrunnet. Det var her han kom til sin rett. Samtidig fremstår de strategiske avvegingene tydeligere, selv om de var tydelig fundert i tradisjonelle pressenormer. Halvorsen kjente journalistenes tenke- og arbeidsmåte. Dermed var han også godt egnet for å skape gode relasjoner til pressen.

Samfunnskontakt

«Jeg ser bl.a. at Norsk Hydro har endret navn på sin informasjonsavdeling til avdeling for informasjon og samfunnskontakt. Bakgrunnen for dette er at avdelingens arbeid i stigende grad har dreiet seg om kontakt med lokale og sentrale myndigheter, organisasjoner, undervisningsinstitusjoner etc.». Slik innledet Halvorsen sine planer for selskapets samfunnskontakt. Det skinner igjennom at Halvorsens erfaring knyttet til samfunnskontakt var mindre enn hans presseerfaring. Det gikk imidlertid ikke ut over ambisjonsnivået.

Halvorsen ønsket å invitere nøkkelbetsmenn til et to-dagers besøk hos Statoil, og å

¹⁴⁶ Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da - 0010

¹⁴⁷ Ibid.

¹⁴⁸ Ibid.

lage et liknende opplegg for diplomater i utenriksstjenesten. Han ville også invitere Rogalandsbenken på Stortinget til et besøk hos Statoil, og eventuelt ta dem med ut på Statfjordfeltet.¹⁴⁹ I referatet fra møtet mellom Halvorsen og Johnsen dukket det opp en rekke nye tiltak, som ikke var å finne i Halvorsens opprinnelige plan. Det er grunn til å tro at Arve Johnsen kom med disse suppleringsene. Ett av de nye punktene var å invitere ordførere og rådmenn fra Porsgrunn, Skien og Bamble på besøk til Statoil. Det må sees i sammenheng med at Statoil i perioden etablerte seg innen petrokjemisk industri i Telemark.¹⁵⁰ Videre planla man å holde en presentasjon om selskapet for Stavanger bystyre.¹⁵¹

Halvorsen ønsket å videreføre det pedagogiske prosjektet til den politiske arenaen, ved hjelp av besøk og presentasjoner. Om målet var å posisjonere selskapet strategisk skulle man tro at man prioriterte de viktigste interessentene først. Det er naturlig at Rogalandsbenken ble ansett som viktig, men det fremstår mer uforklarlig hvorfor Halvorsen ønsket å prioritere embetsverket og utenriksstjenesten. Dette var viktige institusjoner, men i et politisk perspektiv skulle man tro det hadde mer for seg å prioritere eksempelvis industrikomiteen på Stortinget eller Arbeiderpartiets sentralstyre, Først etter møtet med Johnsen ble de strategiske elementene tydeligere, gjennom å fokusere på politikere i Telemark og Stavanger, to viktige lokalmiljøer hvor Statoil var tilstede. Dermed ser vi nok et eksempel på at selv om Halvorsen og Johnsen delte visjonene om et pedagogisk prosjekt var Johnsens tenkning mer preget av strategisk PR. Et annet trekk med et tydelige elementer av strategisk PR var at man ønsket å få innflytelsesrike personer til å bruke selskapets kalenderbøker, som ble sendt til alle landets departementer, fylkesmenn, ordførere og stortingsrepresentanter.¹⁵²

Aktivitetene Halvorsen og Johnsen ble enige om ble raskt iverksatt. I november 1974 inviterte Halvorsen til det planlagte møtet med politisk ledelse i Telemark. Det ble innledet av Arve Johnsen og avsluttet med middag.¹⁵³ I januar 1975 arrangerte Statoil et seminar for utenriksdepartementets presseutsendinger, og i desember 1974 holdt Statoil en orientering for Stavanger bystyre.¹⁵⁴ I januar 1975 avholdt selskapet det planlagte kurset for oljejournalister. Statoil fortsatte å arrangere denne typen kurs gjennom hele perioden som behandles i denne

¹⁴⁹ Ibid.

¹⁵⁰ Se Johnsen, 1988, s.69-75

¹⁵¹ Dokument datert 25.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da - 0010

¹⁵² Ibid.

¹⁵³ Plan for gjennomføring av arrangementer datert 14.08.1974. Finnes i SPA arkivboks Di - 0548

¹⁵⁴ Ibid.

oppgaven.¹⁵⁵ Et orienteringsmøte for embetsmenn i Industridepartementet fant sted 5. november. 1974.¹⁵⁶

Toril Bakka forteller at hun opplevde samarbeidet mellom Halvorsen og Johnsen som «svært tett og fortrolig de første årene». Informasjonsavdelingen hadde kontorer i Lagårdveien 8 i Stavanger, sammen med Arve Johnsen, hans personlige sekretær og juridisk avdeling. Lunsjen spiste de sammen rundt et knøttlite spisebord. Om morgenen samsnakket Johnsen og Halvorsen, før Halvorsen under morgenmøtet med informasjonsavdelingen fordelte ansvar og arbeidsoppgaver. Det lille miljøet gjorde at Arne H. Halvorsen enkelt kunne konferere med Arve Johnsen gjennom dagen.

Halvorsens pressefaglige bakgrunn utfylte godt Arve Johnsens erfaring fra politikk og samfunnsliv. Begge var tilhengere av åpenhet, og begge mente at Statoil hadde et pedagogisk samfunnsoppdrag. Vi har sett hvordan pressenormer og redaksjonelle arbeidsmåter preget planene og visjonene for informasjonsavdelingen. Jeg vil nå se nærmere på hvilke utslag det fikk når Arne H. Halvorsen bygde opp sin informasjonsavdeling.

Ansatte og oppbygning

I 1975 hadde Statoils informasjonsavdeling et budsjett på ca. 750 000 kroner. Dette skulle dekke omfattende besøksvirksomhet, pressehåndtering, kurs for pressefolk, årsberetning, en brosjyre om Statoil, Statoilkalenderen og et bildebibliotek. Deler av budsjettet gikk også til å lønne avdelingens fem ansatte.¹⁵⁷ Å gå fra null til fem ansatte i løpet av et år må regnes som en rask vekst. Samtidig var ikke dette urimelig, da selskapet fikk stadig nye oppgaver. Ifølge et forslag til revidert budsjett for 1975, forventet konsernledelsen i Statoil å ha totalt 276 ansatte ved utgangen av året.¹⁵⁸ Dermed utgjorde de ansatte i informasjonsavdelingen en svært liten andel av den totale arbeidsstyrken.

I et portrettintervju med Berit Rynning Øyen fra 2008 kan man lese at hun ble ansatt i Statoil våren 1974 som selskapets ansatt nummer 41. Da var hun 26 år og fikk jobb som sekretær i informasjonsavdelingen. Artikkelen forteller at hun hadde hovedansvar for

¹⁵⁵ I brev form bekrefter informasjonssjef Willy Olsen at Statoil vil bidra til avvikling og finansiering av kurs for oljejournalister i Helgeland, og viser til at opplegget blir tilsvarende som i Stjørdal og Hammerfest. Dokument finnes i SPA arkivboks Di - 0558

¹⁵⁶ SPA arkivboks Di - 0548

¹⁵⁷ Dette kommer frem i et brev fra Arne H. Halvorsen til Arbeiderpartiets Stortingsrepresentant Rolf Hellem datert 6. Juni 1975. Finnes i SPA arkivboks Di - 0549

¹⁵⁸ SPA arkivboks DI - 0548

selskapets interninformasjon den første tiden.¹⁵⁹ Til det fikk hun hjelp av Toril Bakka, som ble ansatt som Arne H. Halvorsens sekretær i desember 1974. Hun kom fra jobben som sekretær for sportsredaksjonen i Aftenposten. Bakka forteller at det var mange søkere på stillingen hun endte med å få, og at Halvorsen selv var med på å intervju aktuelle kandidater.¹⁶⁰ Både Bakka og Øyen fikk journalistkurs ved Rogaland Distriktshøgskole betalt av Statoil, noe som nok en gang viser den tette sammenhengen mellom Statoils informasjonsavdelingen og journalistikken.¹⁶¹

Arne Lervik var utdannet geolog, og hadde i flere år arbeidet i Industridepartementet. Han ble hentet til Statoil av Arve Johnsen for å bidra til å bygge opp det geologiske fagmiljøet i selskapet. Etter en periode ble han flyttet til informasjonsavdelingen. Her var han et bindeledd mellom den kommunikasjonsfaglige kompetansen og den naturvitenskapelige kompetansen. Lervik var en dyktig pedagog, og kunne forklare både høy og lav hvor oljen lå, og hvordan man kunne hente den opp. I tillegg hadde han god kontakt med embetsmennene i Industridepartementet, og visste hvem som styrte med hva.¹⁶² Arne Lervik fikk også ansvaret for besøksvirksomheten i Statoil, et ansvar han hadde og perfektionerte gjennom mange år.¹⁶³

Håkon Lavik ble ansatt i Statoil i juli 1974. Han kom fra stillingen som journalist i Aftenposten, hvor han hadde dekket oljesaker. Lavik forteller at han fra 1971 hadde god kontakt med Arne H. Halvorsen gjennom deres felles virke som oljejournalister. På spørsmål om hvordan han ble ansatt i Statoil, forteller Lavik at han ble kontaktet av Arne H. Halvorsen, som spurte om han kunne komme en tur til Stavanger. Lavik reiste allerede neste morgen, og etter en kort samtale med Halvorsen ble han ansatt i selskapet. Lavik hadde ikke søkt på stillingen. Dette på tross av at stillingen var utlyst, noe som kommer frem av at avslag ble sendt til 25 personer som hadde søkt på stillingen, men som ikke fikk den. Mange av søkerne var fremtredende journalister i mediehus av nasjonal størrelse. I avslaget skriver Halvorsen at «det var sterk konkurranse om stillingen, men i siste instans var Håkon Lavik, med sin bakgrunn som landets fremste oljemedarbeider i dag, ikke til å komme forbi».¹⁶⁴ Dermed er det nærliggende å fastslå at Lavik ble headhunted av Arne H. Halvorsen.

Ansettelsen av Lavik avslører flere aspekter ved Halvorsens tankesett. Lavik var en

¹⁵⁹ Usignert, Stavanger Aftenblad, 31.03.2008,

¹⁶⁰ Intervju med Toril Bakka

¹⁶¹ Epost fra Håkon Lavik til forfatteren, datert 12.01.2020. Bekreftes av Toril Bakka i intervju

¹⁶² Intervju med Håkon Lavik.

¹⁶³ Dokument som beskriver planer for informasjonsavdelingen. Finnes i SPA arkivboks Da - 0010

¹⁶⁴ Brev finnes i SPA arkivboks Di - 0548

anerkjent journalist som samtidig kjente oljebransjen godt. På den andre siden hadde han ikke noe vesentlig politisk kontaktnett. Han var i liten grad et naturlig kontaktpunkt for Arbeiderpartiet, som satt med regjeringsmakten og samarbeidet tett med Statoil.¹⁶⁵ Hvorfor valgte ikke Halvorsen å ansette noen med et større kontaktnett i politikken generelt og Arbeiderpartiet spesielt?

Flere har pekt på at Arne H. Halvorsen hadde lite kontakt med politikere. Gunnar Berge sier at «jeg hadde kontakt med Arne H. Halvorsen, men han var ikke den jeg hadde mest kontakt med. Han var litt omstridt, og ikke alltid så lett å få tak på. Han var veldig lite synlig i stortingsmiljøet».¹⁶⁶ Som stortingsrepresentant fra Rogaland og attpåtil medlem av industrikomiteen skulle man tro at Statoils informasjonssjef ukentlig var i kontakt med Gunnar Berge. Harald Norvik var tidlig på 1970-tallet industri- og finanspolitisk sekretær for Arbeiderpartiets stortingsgruppe. Han sier at «han [Halvorsen] kjenner ikke jeg. Jeg vet jeg har møtt ham, men jeg hadde ingenting med han å gjøre».¹⁶⁷ Dette er også bemerkelsesverdig, da Norvik var «portvokter» for Arbeiderpartiets industrifaksjon på Stortinget.

At hverken Berge eller Norvik erindrer noe utstrakt kontakt med Arne H. Halvorsen tyder enten på at han ikke var interessert i, eller ikke forstod den politiske arenaen. Det vil i så fall være nærliggende å tro at Halvorsen hentet inn ressurser som kunne fokusere på de områdene hvor han selv var svak. Det burde vært mulig å finne en rekke dyktige journalister som hadde gode kontakter i Arbeiderpartiet, eksempelvis i Arbeiderbladet. Det finnes imidlertid ingen spor etter at man forsøkte å rekruttere en slik profil.

Kan det tenkes at man opplevde at Arve Johnsens kontaktnett og kompetanse knyttet til Arbeiderpartiet var tilstrekkelig? I så fall skulle man tro at Halvorsen bruke mye tid på å pleie kontakt med den borgerlige opposisjonen. Hans Henrik Ramm var i 1975 sekretær for Høyres stortingsgruppe. På spørsmål om sitt forhold til Halvorsen svarer Ramm at «han var veldig tilbakeholden. Jeg hadde ikke så mye kontakt med han. Litt på konferanser og pr. telefon».¹⁶⁸

Dermed er det vanskelig å se for seg at Halvorsen var spesielt involvert i kommunikasjonen med de nasjonale politiske miljøene i det hele tatt. Toril Bakka sier at hun ikke kan huske at Halvorsen hadde spesielt mye kontakt med politikere, utover Arne Rettedal.

¹⁶⁵ Intervju med Gunnar Berge

¹⁶⁶ Ibid.

¹⁶⁷ Intervju med Harald Norvik

¹⁶⁸ Intervju med Hans Henrik Ramm

Hun sier videre at «jeg tror ikke Arne var så interessert i politikk. Han ville bygge opp en journalistisk virksomhet, hvor han kunne hente inn politikere når han trengte det. Han hadde andre tanker om hvordan ting skulle presenteres. Han var uhildet, og det skulle være troverdig og objektivt».¹⁶⁹ Mye taler for at Halvorsen var mer interessert i journalistikk enn i politikk. Det fremstår heller ikke som om informasjonsavdelingen hadde et tydelig ansvar for den politiske kommunikasjonen de første årene. Derfor ansatte Halvorsen dyktige journalister, ikke de skarpeste politiske hodene. Den politiske kommunikasjonen var overlatt til konsernledelsen. En konsekvens av dette var at informasjonsavdelingen i liten grad evnet å ta grep om den politiske kommunikasjonen.

Ifølge en plan for videre utvikling av informasjonsavdelingen, hadde man i 1975 mål om at avdelingen skulle telle totalt 8 personer ved utgangen av 1976.¹⁷⁰ Planen var at informasjonsavdelingen skulle ha 12 ansatte innen 1979. I 1976 hentet Statoil nok en journalist da Jan Sirevåg ble ansatt i selskapet. Også han kom fra Stavanger Aftenblad.¹⁷¹ Redaksjonen var komplett. Andre tok seg av den politiske kommunikasjonen.

Lobbyisten Johnsen

Som vi har sett var Arne H. Halvorsen lite involvert i de politiske prosessene. Lavik sier at selv om Halvorsen hadde et politisk nettverk hadde han ikke nødvendigvis politisk teft.¹⁷² Hvilke konsekvenser hadde det for arbeidet med samfunnskontakt i Statoil?

Arve Johnsen svarer at Christian Halvorsen og Arne H. Halvorsen stod for mye av den lokale og regionale kontakten med politikere. Kontakten med de nasjonale politiske miljøene stod han for selv.¹⁷³ Flere har sagt det samme, og har fortalt om sine møter med lobbyisten Johnsen. Harald Norvik opplevde Arve Johnsen som en aktiv lobbyist. Han sier at Johnsen var svært effektiv, og at han hadde en helt egen fremgangsmåte. Han visste alt om «timing, klarhet og presisjon». Den innebar at han alltid overleverte et personlig notat til de som var involvert i beslutningen. Dette var aldri lenger enn to A4 sider, ofte bare en, og oppsummerte saken.¹⁷⁴ Slik ønsket Johnsen å fremstille saken fra sitt standpunkt, og legge tydelig

¹⁶⁹ Intervju med Toril Bakka

¹⁷⁰ Organisasjonsplan for informasjonsavdelingen. Finnes i SPA arkivboks Da – 0010

¹⁷¹ Jeg har ikke klart å oppdrive nøyaktig når ansettelsen av Sirevåg fant sted, men i SPA arkivboks Di - 0551, finnes det dokumenter som han har signert fra 1976.

¹⁷² Intervju med Håkon Lavik

¹⁷³ Intervju med Arve Johnsen

¹⁷⁴ Intervju med Harald Norvik

premisser. Dermed ser vi at «legislative subsidies» allerede tidlig på 1970-tallet var viktig for Statoils lobbyarbeid. Norvik opplever at Arve Johnsen var Statoils egentlige informasjonssjef frem til 1980, godt hjulpet av Henrik Ager Hansen og Martin Bekkeheien.¹⁷⁵ Bekkeheien bekrefter at både han og Henrik Ager Hansen spilte en viktig rolle i de politiske prosessene.¹⁷⁶

Gunnar Berge opplevde også Arve Johnsens opptreden ovenfor politikere som effektiv. Han sier at «Arve Johnsen hadde stamina. Først gikk han til departementets embetsverk, så til politisk ledelse, og hvis det fortsatt var vanskelig gikk han til Stortinget. Han ga seg aldri». Berge sier videre at «det var primært Arve Johnsens selv som hadde kontakt med Stortinget i denne tidlige fasen. «Han gikk ikke så mye på selve Stortinget, men inviterte heller folk opp på Grand Hotell».¹⁷⁷

Johnsens lobbyisme minner om en videreføring av Jens Christian Hauges måte å drive påvirkningsarbeid. Den var direkte, saksdrevet og preget av «legislative subsidies». Jeg har ikke funnet noen tydelig sammenheng mellom Johnsens forsøk på politisk påvirkning og det øvrige informasjonsarbeidet i selskapet i denne fasen. Politikk var tilsynelatende en ledelsesoppgave, som Johnsen holdt i sammen med konsernledelsen. Det fremstår heller ikke som om det lå noen tydelig strategi til grunn. Johnsens arbeid fremstår som ad-hoc-lobbyisme. Gjennom sin plassering i Stavanger var Statoil også lenger unna makta, sammenliknet med for eksempel Norsk Hydro. Det kan ha gjort det vanskelig å holde følge med de politiske diskusjonene i hovedstaden. Uansett er det tydelig at Arve Johnsen i denne perioden var den viktigste driveren i selskapet når det kom til politisk kommunikasjon.

L'Etat c'est moi

Navn på oljefelt var noe partene i lisensene vanligvis ble enige om. Likevel insisterte Statoil på å bestemme navn på Statfjordfeltet.¹⁷⁸ Av styreprotokollene kommer det frem at det opprinnelig ble foreslått å døpe feltene sør for 62. breddegrad etter norske «oppdagelsesreisende, vitenskapsmenn og andre fremtredende personer». På det første, og største feltet, ble navnet «Nansenfeltet» foreslått.¹⁷⁹ Forslaget falt imidlertid ikke styret i

¹⁷⁵ Intervju med Harald Norvik

¹⁷⁶ Finn Kristensen peker i intervju på det samme. Martin Bekkeheien skriver i sitt notat at han og Ager Hansen begge var delaktige i de politiske prosessene

¹⁷⁷ Intervju med Gunnar Berge

¹⁷⁸ Lavik, 1997, s. 24

¹⁷⁹ Saksdokument til styremøte i Statoil den 14. mai 1974. Finnes i SPA arkivboks Aba L0001. For fremtidige felt ble det foreslått navn som «Foyn, Sars, Amundsen, Sverdrup»

smak, og administrasjonen ble bedt om å foreslå nye navn. Enden på visen ble at felt sør for den 62 breddegrad skulle få navn som ble innledet med prefikset «stat» knyttet sammen med et suffiks fra norsk topografi. Det mente man ga en klar identifisering av eierforholdet, samtidig som man fikk fremhevet det utpreget norske. Statfjordfeltet ble foreslått som navn på «Det norske Brent».¹⁸⁰

Prinsippet om å døpe alle felt for «stat» etterfulgt av en naturformasjon ble effektivt motarbeidet.¹⁸¹ Karl-Edwin Manshaus forteller at det var stor irritasjon i embetsverket over Statoils bruk av ordet «stat». Da selskapet ønsket å kalle Sleipner-feltet for «Statvik» tvang embetsverket Esso til å sende ut en pressemelding om at Sleipner var navnet på feltet. Manshaus omtaler navnepraksisen som «fjollete» og et utløp for stormannsgalskap.¹⁸² Sleipnerhistorien bekreftes av kildene.¹⁸³ I et notat fra januar 1975 fremstår Arve Johnsen svært fortumlet etter å ha lest en pressemelding om at blokk 15/6 hadde fått navnet Sleipner. I et felles brev til Oljedirektoratet i januar 1975 redegjorde Statoil og Esso for at feltets navn egentlig skulle være Statvik, og informerte om at de tok sikte på å lansere dette navnet så fort man hadde funn å offentliggjøre. Avslutningsvis ble det påpekt at man ønsket å unngå bruk av Sleipner-navnet frem til man fikk på plass Statvik-navnet.¹⁸⁴ Slik ble det ikke, men Statoil ga ikke opp. Da man i 1978/1979 skulle gi navn til det som etterhvert ble kjent som Gullfaks, foreslo Statoil å døpe feltet både Statvik og Statdal. Da slo myndighetene fast at de ikke kom til å godkjenne flere feltnavn som inneholdt ordet «stat».¹⁸⁵

Hvorfor var det så viktig for Statoil hva feltene skulle hete? Manshaus mener det dreide seg om maktkamp. «Det var av og til litt vanskelig når Statoil helst ville ha alt, og oppførte seg som om de selv var departementet. [...] Statoil ønsket helst å være som et statlig oljeselskap i et u-land - uten noen reguleringsmyndighet», reflekterer han.¹⁸⁶ Samtidig oppfattet Arve Johnsen nettopp at Statoil ivaretok det norske folks interesser på sokkelen. Ordet «stat» var også et politisk ladet begrep som ble oppfattet ulikt basert på ideologiske preferanser. Vi vet at Statoil stod Arbeiderpartiet nært, og at både Johnsen og Halvorsen var

¹⁸⁰ Protokoll fra styremøte i Statoil ASA datert 02.08.1974. Finnes i SPA arkivboks Aba - L0001

¹⁸¹ Lavik, 1997, s. 24

¹⁸² Intervju med Karl-Edwin Manshaus

¹⁸³ Notat datert 26.09.1974. Her fastslår Arne H. Halvorsen at han og Esso er enige om at navnet på feltet skulle være «Statvik». Notatet finnes i SPA arkivboks Di - 0549

¹⁸⁴ Brev datert 16.01.1975 finnes i SPA arkivboks Di - 0550

¹⁸⁵ Lavik, 1997, s. 24

¹⁸⁶ Intervju med Karl-Edwin Manshaus

medlemmer av Arbeiderpartiet.¹⁸⁷ Ordet «stat» er et hedersbegrep på venstresiden. På høyresiden er det stikk motsatt. Den samme utfordringen oppstod da selskapet fikk sitt navn. Da Arve Johnsen foreslo «Statoil» reagerte styrets nestformann Vidkunn Hveding, som var medlem av Høyre.¹⁸⁸

Prinsippene for navnsetting av felt er et tydelig eksempel på bruk av strategisk PR. Statoil ønsket å bruke feltnavn – et av de tydeligste symbolene de hadde til rådighet – for å bygge gode relasjoner til opinionen og kommunisere med befolkningen. Selskapet ønsket å fortelle omverdenen at det var statens representant på sokkelen – altså folkets representant. Det var et tydelig mål, jamfør det pedagogiske prosjektet, og ønsket om å formidle Statoils rolle. Ved å kombinere ordet «stat» med et suffiks tilknyttet norsk natur er det grunn til å tro at Statoil ønsket å appellere til hva Espeli kaller en industriell «nynasjonalisme» eller Borchgrevink kaller «oljenasjonalisme». Dette var tydelige strømminger i samfunnet tidlig på 1970-tallet.¹⁸⁹ Med tanke på at «stat» er et politisk ladet ord, som forarget departementet og høyresiden, kan man imidlertid diskutere hvor godt man lyktes.

Helge Ryggvik hevder at navnet Statoil ble valgt for å fremheve ovenfor embetsverket og politikerne at selskapet var en del av statsapparatet. Her mener jeg han bommer. Vi har allerede sett hvor sentralt det pedagogiske prosjektet stod hos Johnsen og Halvorsen. Navnepolitikken fremstår som et utslag av dette. Statoil ønsket å fortelle at selskapet forvaltet oljeformuen på vegne av Det norske folk. Dermed var det folket, og ikke embetsverket og politikere ordet «stat» i var ment å treffe. Gjennom en tydelig symbolsk navnepolitikk ønsket selskapet å signalisere hvem de var og hva de representerte.

Inspirasjon og kompetansebygging

Statoils informasjonsavdeling var pionerer på sitt felt. De første medarbeiderne hadde tung presseerfaring. Ingen av dem hadde imidlertid erfaring fra informasjonsarbeid. Håkon Lavik forteller at han og Halvorsen lot seg inspirere av møtene de hadde med utenlandske oljeselskaper da de selv var oljejournalister. Som et positivt eksempel trekker han frem Phillips Petroleum. Der inviterte toppsjefene i selskapet hver uke en gruppe mediefolk for å

¹⁸⁷ Johnsens partitilknytning er kjent. Lavik forteller i intervju at Halvorsen opprinnelig var medlem av partiet Venstre, men at han senere meldte seg inn i Arbeiderpartiet.

¹⁸⁸ Borchgrevink, 2019, s. 39

¹⁸⁹ Se Espeli, 1992, s. 231 og Borchgrevink, 2019, s. 116-135.

prate på bakgrunn over en kaffekopp.¹⁹⁰ Han sier at den åpne kommunikasjonen ovenfor pressen var noe de lot seg inspirere av, og som de ønsket å bruke i sitt eget informasjonsarbeid. Det kjenner vi igjen fra Halvorsens egne planer om toveiskommunikasjon og en aktiv dialog med pressen.

Som motsats til Phillips viser Lavik til Conoco. Her opplevde de lobbykultur som bestod av dyre middager, helgweekender med hele familien og åpenbar smøring av politikere. Lavik forteller at han og Halvorsen ikke hadde sansen for dette. Han peker også på de franske selskapene, Elf og Total som verstinger. Lavik erindrer at de arrangerte turer til Frankrike med politikere og embetsfolk, og at de hadde et rykte på seg for å drive med bestikklser. Halvorsen og Lavik omtalte tradisjonelle lobbyister for «frosker».¹⁹¹ Det viser en tydelig antipati ovenfor de mer eksplisitte delene av politisk kommunikasjon.

Allerede i planene fra sommeren 1974 ble det slått fast at informasjonsavdelingen skulle se nærmere på europeiske og amerikanske oljeselskaper.¹⁹² I 1975 var Arne H. Halvorsen og Håkon Lavik på besøk hos informasjonsavdelingen i BP. De skrev begge takkebrev til selskapet i etterkant. Halvorsen fortalte om et stort læringsutbytte av besøket, og at de gjerne ville komme tilbake for å lære mer om et magasin selskapet utga. Lavik takket også pent for besøket, og spurte hvorvidt Statoil kunne kjøpe et opplæringsopplegg selskapet hadde. Han ba videre om å sende Arne Lervik på en liknende opplæringstur.¹⁹³ I juni 1975 besøkte Halvorsen og Lavik Conoco, og senere samme år besøkte de to Shell i Nederland.¹⁹⁴ I 1976 ble Jan Sirevåg også sendt på besøk til kommunikasjonsenheten til Conoco.¹⁹⁵

Det var åpenbart stor interesse for å innhente kunnskap og kompetanse fra utenlandske oljeselskapers informasjonsvirksomhet. I tillegg til selskapene som allerede er nevnt peker flere på det italienske selskapet AGIP, som var en del av ENI-gruppen, som en viktig inspirasjonskilde for Statoil. Lavik sier at «jeg og Arne besøkte AGIP mange ganger, og lærte mye av disse. AGIP hadde mange profesjonelle informasjonsfolk».¹⁹⁶ Karl-Edwin Manshaus sier at «de [Statoil] så veldig mye til italienerne og ENI». Han husker at Arve Johnsen og

¹⁹⁰ Intervju med Håkon Lavik. «Bakgrunn» betegner en samtale mellom journalist og kilde der begge er innforstått med at det ikke blir sitert fra samtalen.

¹⁹¹ Ibid.

¹⁹² Notat fra møte 25.07.1974 finnes i SPA arkivboks Da – 0010

¹⁹³ Dokumentene fra februar 1975 finnes i SPA arkivboks Da - 0010

¹⁹⁴ Brev datert 02.06.1975 finnes i SPA arkivboks Di – 0549

¹⁹⁵ Brev datert 02.12.1976 finnes i SPA arkivboks Di - 0551

¹⁹⁶ Intervju med Håkon Lavik

Finn Lied reiste sammen til Italia for å treffe selskapene der.¹⁹⁷ Dette bekreftes av at ENI tilsynelatende var et av de første selskapene Halvorsen og Lavik besøkte, allerede i november 1974.¹⁹⁸

Hva lærte Halvorsen og Lavik på sine besøk til utenlandske oljeselskaper? For det første er det sannsynlig at de fikk nye perspektiver. Det er ikke så rart at Statoils informasjonsvirksomhet så til de grader var fundert i redaksjonelle arbeidsmetoder og pressenormer da de ansatte til alt overmål hadde journalistbakgrunn. Med tanke på at informasjonsfaget i liten grad var utviklet i Norge var det naturlig at man søke ut i verden, hvor informasjonsavdelingene var større og profesjonen mer utviklet. Gjennom sine møter kan det tenkes at informasjonsmedarbeiderne i Statoil fikk andre impulser, som kunne supplere og nyansere erfaringene de hadde med seg fra pressen. Det kan derfor ha vært en faktor som førte til at politisk kommunikasjon ble viktigere i Statoils informasjonsarbeid.

Ilandføring på Sotra

«Petroleum fra den norske kontinentalsokkel skal som hovedregel ilandføres i Norge. Det kan gjøres unntak for tilfeller hvor samfunnspolitiske hensyn gir grunnlag for en annen løsning». Slik lyder det sjette oljebud.¹⁹⁹ Da man skulle bygge ut Statfjordfeltet bød imidlertid den over 300 meter dype «norskerenna» på problemer. Med teknologien som fantes midt på 1970-tallet kunne man bare bygge store oljerørledninger på dyp inntil 150 meter. Dermed fremstod bøyelasting som det beste alternativet for transport av Statfjordoljen. Likevel mente Statoil at teknologien som var nødvendig for å legge rør på dybder over 300 meter ville være på plass innen overgangen til 1980-tallet.²⁰⁰ Derfor ble det igangsatt en stor studie av mulige ilandføringssteder langs norskekysten. Man konkluderte med at det mest egnede stedet ville være på nordsiden av Sotrahamnvøya i Hordaland.

Da Mobil i 1976 skulle levere søknad om utbygging av Statfjordfeltet oppstod det uenighet om nettopp transportsystemet innad i gruppen. Der Statoil gikk inn for å løse de teknologiske utfordringene for rørledningstransport til Norge, ønsket gruppens øvrige medlemmer bøyelasting som permanent transportløsning. Feltets samlede investeringer løp til 20,5 milliarder kroner uten rørledning, og ville bli om lag 6 milliarder kroner dyrere med rørledning. Likevel valgte regjeringen å slå fast at Statoil/Mobil-gruppen måtte arbeide for å

¹⁹⁷ Intervju med Karl-Edwin Manshaus

¹⁹⁸ Takkebrev finnes i SPA arkivboks Di - 0548.

¹⁹⁹ Innst. S. nr. 294 (1970-71)

²⁰⁰ Johnsen, 1988, s. 161-162

løse de tekniske utfordringene med sikte på ilandføring av oljen i Norge.²⁰¹

Informasjonsprosjektet som oppstod i kjølvannet av denne saken viser en tydelig bevegelse i retning av politisk kommunikasjon. Håkon Lavik skriver i sin bok om Statfjordfeltet at «interessen for arbeidet var stor, og Statoil som stod for ilandføringsstudien kom til at for å tilfredsstille lokalbefolkningen måtte der møter og informasjon til» (sic). Han forteller videre at de fikk produsert en skalert modell av det nordlige Sotra som viste hvor oljeterminalen skulle ligge. Denne tok de med seg rundt på møter i bedehus og på ungdomsskoler på Sotra. I lommene hadde de monopol-hus som de kunne sette inn i modellen om noen påpekte at de hadde glemt et hus eller et båtnaust. I tillegg presenterte de prosjektet, og svarte på spørsmål lokalbefolkningen måtte ha.²⁰²

Mesteparten av møtevirksomheten Lavik viser til fant sted våren og sommeren 1976. Møtene ble arrangert sammen med de berørte kommunene – Fjell og Sund.²⁰³ Det er bevart mye korrespondanse mellom Statoil og de berørte kommunene. Man diskuterte blant annet møter med lokalbefolkningen og kommunestyret, og hvordan man kunne få grunneierne med på grunnundersøkelser.²⁰⁴ Skal man tro Håkon Lavik lyktes Statoil med den lokale samfunnskontakten. Han skriver om ilandføringen at den «hadde fenget, både i lokalmiljøet og i Hordaland».²⁰⁵ Han forteller også at de to ordførerne gledelig stilte som guider på Sotra da industrikomiteen var på befaring på området i mai 1976. Kommunestyrene var meget velvillig innstilt til mulig industrietablering, og industrikomiteen fikk et klart inntrykk av at dette var noe lokale myndigheter ville satse på.²⁰⁶ Det oppstod også en egen aksjonsgruppe på Sotra med kritiske røster, som var redd for utviklingen i lokalsamfunnet. I arkivet finnes det korrespondanse mellom Statoil og denne, som viser at Statoil inviterte til samarbeid.²⁰⁷ Nasjonale beslutningstakere var også involvert i arbeidet. «Der la vi opp til systematisk kontakt med stortingsrepresentantene fra Hordaland og Rogaland, i tillegg til alle relevante

²⁰¹ Ibid. s. 163-164

²⁰² Lavik, 1997 s. 44. Utdypet i intervju.

²⁰³ Eksempelvis sendte Jan Sirevåg den 22. juni 1976 en telex til Sund formannskap, med instruksjoner for et møte som skulle finne sted på Sund Ungdomsskole den 29. juni klokken 20. Her ba han samtidig om at modellen Lavik omtaler ble fraktet og montert på ungdomsskolen i forkant av møtet. Modellen skulle være tilgjengelig for innbyggerne i flere dager etter møtet. Sirevåg ba videre om at formannskapet var behjelpelig med å henge opp en vedlagt plakat på kjøpesenteret ved Tofteøy. Dokumenter finnes i SPA arkivboks Di – 0551

²⁰⁴ Et godt eksempel på dette er brev signert Jacob Middelthon til ordfører i Sund kommune, hvor han ber kommunen kontakte enkelte grunneiere, og undersøke hvordan de stiller seg til grunnundersøkelser. Finnes i SPA arkivboks Di - 0550

²⁰⁵ Lavik, 1997, s. 49

²⁰⁶ Ibid. s. 46

²⁰⁷ SPA arkivboks Di - 0551

politikere og media. ordførere og formannskapsmedlemmer», sier Arve Johnsen.²⁰⁸

Pressen ble også brukt aktivt i arbeidet. I juni 1976 bestilte Statoil en annonse i Bergens Tidene.²⁰⁹ Samme måned inviterte Håkon Lavik redaksjonen i NTB til befarings på Sotra. I tillegg skrev Arne H. Halvorsen lange reprimander til henholdsvis NRK og Sotranytt i saker hvor han mente at fakta var fremstilt feil.²¹⁰

Arbeidet på Sotra er tilsynelatende første gang informasjonsavdelingen ledet et arbeid basert på tydelig og systematisk politisk kommunikasjon. Gjennom fysiske møter med kommuner og lokalbefolkning, et aktivt pressearbeid, og pedagogiske tiltak som en fullskalert modell som kunne suppleres med monopolhus, jobbet informasjonsavdelingen etter en tydelig strategi. Gjennom bruk av strategisk PR og lobbyvirksomhet lyktes man med å engasjere lokalmiljøet, og gjøre lokalpolitikere til gode ambassadører for prosjektet. Et naturlig oppfølgingsspørsmål er hva som var driveren for at Statoil tok i bruk denne typen politisk kommunikasjon? Fra mitt standpunkt ser det ut til at den politiske kommunikasjonen var nødvendig om man skulle klare å få Stortinget med på en ilandføring av olje på Sotra, på tross av at operatøren og de andre rettighetshaverne ikke ønsket denne løsningen. Dermed blir spørsmålet hvorfor ilandføringen var så viktig for Statoil. Mitt inntrykk er at Statoil på dette tidspunktet ønsket å vokse, og at ønsket om ekspansjon dermed var en viktig driver. Videre er det grunn til å tro at Arve Johnsen så en mulighet til å ta ytterligere skritt mot vertikal integrasjon gjennom å ilandføre olje til Norge. Dermed ble politisk kommunikasjon drevet frem som et middel, for å nå selskapets mål. Selv om det aldri ble noen ilandføring av olje på Sotra, så spilte arbeidet på Sotra en viktig rolle i utviklingen av Statoils informasjonsarbeid.

²⁰⁸ Intervju med Arve Johnsen

²⁰⁹ SPA arkivboks Di - 0551

²¹⁰ SPA arkivboks Di - 0551 og Di - 0552

4. Vekst og vaktskifte (1977-1980)

Statoils informasjonsavdeling vokste raskt frem mot 1980. Som vi så i forrige kapittel, regnet man med å være åtte ansatte i avdelingen ved utgangen av 1976, og 12 ansatte innen 1979. En ansattliste fra sent i 1979 eller tidlig i 1980 viser at informasjonsavdelingen på det tidspunktet talte totalt 16 personer. Innen den tid hadde avdelingen også ulike arbeidssteder, og selskapet hadde ansatt egne oversettere, illustratører og fotografer.²¹¹ Dermed vokste avdelingen raskere enn hva man hadde sett for seg i 1975. Flere med journalistbakgrunn hadde kommet inn, blant annet journalistene Thorvald Buch Hansen, Oddbjørn Lange og Leif Berge, alle med bakgrunn fra Stavanger Aftenblad. Toril Bakka sier ironisk at Statoil på et tidspunkt hentet nesten hele redaksjonen i avisen.²¹² Samtidig fortsatte en utvikling der politisk kommunikasjon ble stadig viktigere. Pressenormer og redaksjonelle arbeidsmåter ble sakte, men sikkert erstattet av politisk kommunikasjon, lobbyvirksomhet og strategisk PR. I dette kapitlet vil jeg belyse og analysere prosessene som preget Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt fra 1977 og frem til tiårsskiftet. Jeg vil starte med å belyse arbeidskulturen som eksisterte i Statoils informasjonsavdeling.

Ambassadørkultur

Arbeidskultur preger et selskap og menneskene som jobber i det. I Statoils historie er det skrevet mye om arbeidskulturen på sokkelen, på borerigger og blant «gutta på gølv». Først ble en røff arbeidskultur fra de amerikanske sørstatene introdusert for nordmennene. Dette virket fremmed for mange av de norske arbeiderne, som var vant til trygge forhold og høy organisasjonsgrad. Senere oppstod det sterke fagforeninger, og mot slutten av 1970-tallet opplevde man en rekke streiker på sokkelen.²¹³ Et område som derimot ikke er spesielt godt belyst er arbeidskulturen og arbeidsmiljøet blant de som ikke gikk i kjeledress og var møkkete på hendene, men som hadde dress og slips som arbeidsantrekk.

Da Arne H. Halvorsen ble informasjonssjef i Statoil, gjorde han interninformasjon overfor selskapets ansatte til en prioritert oppgave. Det viktigste uttrykket for dette var etableringen av internavisen «STATUS». I sine planer fra 1974 skrev Halvorsen at internorganet ikke bare skulle formidle informasjon om hva som skjedde innenfor selskapet.

²¹¹ Fremkommer av telefonliste til ansatte som finnes i SPA arkivboks Xd - 0007

²¹² Intervju med Toril Bakka

²¹³ Se Ryggvik og Smith-Solbakken, 1997, kapittel 5 og 6

Halvorsen skrev at: «I noen utstrekning bør det etter min oppfatning også oppta stoff om ting som skjer utenfor huset, men som angår oss. Jeg tenker da ganske særlig på ting som skjer i Stortinget og i Regjeringen, men også samfunnet for øvrig».²¹⁴ Ønsket om å oppdatere egne medarbeidere på hva som skjedde utenfor Forus, er noe Toril Bakka kjenner igjen. Hun sier at «interninformasjon var også viktig. Statoil støvsugde universitetene i inn- og utland for kloke hoder. Tanken var å informere om hva som skjedde, slik at alle ansatte kunne være gode ambassadører for selskapet».²¹⁵

Det vitner om en tankegang der man ønsket å gi de ansatte et tydelig verdigrunnlag, og den kunnskapen som var nødvendig for å representere selskapet på en god måte. Samtidig viser det at Johnsen og Halvorsens pedagogiske prosjekt også gjorde seg gjeldende innenfor veggene på Forus. Martin Bekkeheien var fra midten av 1970-tallet sentral i Statoils ledergruppe. Han mener at den indirekte samfunnskontakten, som ambassadørkulturen i selskapet representerte, var en av grunnene til at Statoil lyktes med politisk påvirkning på 1970- og 1980-tallet:

«Informasjonsavdelingen er viktig, og står for den mer formelle side av slik virksomhet (kommunikasjon). Men etter min vurdering er den uoffisielle informasjons og samfunnskontakten viktigere om mye mer omfattende. Statoil hadde og har og har et stort antall medarbeidere som også er viktige relasjonsbyggere i sin kontakt gjennom jobben de gjør med utenforstående. (...) Alle ansatte er i realiteten i større eller mindre grad gjennom sin kommunikasjon med andre, og adferd med på å kommunisere og profilere selskapet med basis i en sterk bedriftskultur, delt verdigrunnlag og klare etiske retningslinjer».²¹⁶

Bekkeheien mener at Statoils ansatte bidro til politisk gjennomslag gjennom sine møter med leverandørindustrien, forsknings- og utdanningsinstitusjoner, fiskerinæringen, fagbevegelsen, underleverandører og ikke minst familie og venner. Han gir ambassadørkulturen mye av æren for oppslutningen Statoil opplevde.²¹⁷ Tor Steinum er opptatt av det samme. Hans oppfatning er at Statoil i perioden spilte på nettopp industrimiljøene, verkstedene og fagbevegelsen.²¹⁸ Det samme gjaldt Norsk Hydro, som aktivt brukte sine fagforeninger for å få politisk gjennomslag.²¹⁹ Dermed var ikke dette noe unikt for Statoil. Det hjalp lite å løpe i møter med politikere om man ikke klarte å bygge gode relasjoner til ulike samfunnsaktører som påvirket

²¹⁴ Dokument datert 03.07.1974, finnes i SPA arkivboks Da - 0010

²¹⁵ Intervju med Toril Bakka

²¹⁶ Notat fra Martin Bekkeheien

²¹⁷ Ibid.

²¹⁸ Intervju med Tor Steinum

²¹⁹ Lie, 2005, s. 54-55

prosessene. Bekkeheien er inne på denne betenkeligheten:

«Min erfaring er at å forsøke seg med lobbying inn mot de reflekterte og kunnskapsrike beslutningstagerne er fånyttet og kan lett virke mot sin hensikt. For meg dreier påvirkning av tunge deltagere i politiske beslutningsprosesser seg først og fremst om å sikre seg at disse har relevant og god kunnskap om de faktorer som er kvintessensen i beslutningsgrunnlaget. Eneste måten å sikre det på er gjennom åpen, ærlig og tillitsfull dialog med viktige deltakere i beslutningene».²²⁰

Å informere de ansatte om hvilke politiske saker som opptok selskapet var definitivt en aktiv bruk av strategisk PR. Målet var å skape gode relasjoner til egne ansatte, som igjen skulle skape gode relasjoner til omverdenen. Dermed aktiverte man den ressursen de ansatte representerte. Når vi ser at denne tenkningen skriver seg helt tilbake til da Halvorsen skrev ned sine planer sommeren 1974, nyanserer det bildet av at han ikke var opptatt av politikk. Samtidig fremstår en slik form for politisk kommunikasjon mer i tråd med Halvorsens tanker og verdisett enn tradisjonell lobbyisme. Ved å bruke internavisa for å bevisstgjøre de ansatte, ble den politiske tenkningen hans tatt ut gjennom redaksjonelle arbeidsmetoder. Utviklingen i interninformasjonen er likevel et bilde på at politisk kommunikasjon stadig ble viktigere for selskapet. Ved å bevisstgjøre arbeidsstokken kunne Statoil dra nytte av flere tusen gode ambassadører rundt middagsbord, bardisker, fagforeningsmøter og bedehus, som kunne tale selskapets sak, og dermed påvirke politiske beslutninger.

Statoil og Norsk Hydro

I sin artikkel «Ingen kjærlighetshistorie», som ble publisert i sammenheng med fusjonen mellom Statoil og Norsk Hydro skriver Einar Lie at:

«Bak den kommende storfusjonen ligger en lang historie med hard konkurranse, store motsetninger - og til dels bittert uvennskap. (...) Et forsmådd Hydro ble snart den sterkeste og mest direkte kritikerne av Statoils makt. Statoil var gjennom hele 1970-tallet festet politisk i Arbeiderpartiet. I økende grad søkte Hydro sammen med de borgerlige og særlig Høyre i oljepolitiske saker. Omkring tildelingen av store felt sent i 1970-årene og tidlig i 1980-årene var alliansene klare i en intens og ikke alltid helt renhårig lobbyvirksomhet».²²¹

Borchgrevinks beskrivelse stemmer godt overens med Lies. Han forteller at Johnsens nestkommanderende, Henrik Ager Hansen ofte innledet møter med å spørre «hvordan kan vi

²²⁰ Epost fra Martin Bekkeheien til forfatteren datert 15.05.2020

²²¹ Lie, Aftenposten, 2007

ta rotta på Hydro i dag?».²²²

Norsk Hydro var «industrikonsernet med stor I» i Norge, og hadde en lang og tradisjonsrik historie. De kom tidlig med i oljeeventyret, og fikk eierandeler i både Frigg- og Ekofiskgruppen. Norsk Hydro så for seg å bli det store, norske oljeselskapet. Da Statoil ble etablert i 1972, med enorme fordeler på sokkelen, var det åpenbart frustrerende for Hydro.²²³ Utover 1970-tallet så man flere steile kamper mellom de to. Det utviklet seg etter hvert en konkurranse om herredømmet på Norsk sokkel mellom Statoil og Norsk Hydro.

Hvilken innvirkning hadde denne konkurransen på arbeidet med informasjon og samfunnskontakt i Statoil? Arve Johnsen sier at likhetstrekkene mellom hvordan Statoil og Norsk Hydro jobbet med informasjon var mange, men at sistnevntes informasjonsavdeling lenge var mye større enn den var i Statoil. I sammenheng med Statoil/Hydro-fusjonen pekte Johnsen samtidig på at konkurranseforholdet mellom de to selskapene hadde vært fruktbart for utviklingen i det norske oljemiljøet.²²⁴ Norsk Hydro hadde kontakter i alle politiske leire, i hele det norske organisasjonsdemokratiet, og alle steder hvor Norsk Hydro var til stede. Harald Norvik beskriver Hydro som «det største kommunikasjonsselskapet i Norge» tidlig på 1970-tallet. Han sier at om Statoil skulle utfordre Norsk Hydros hegemoni var de nødt til å «slå seg inn i arenaen», noe som ikke kunne skje uten å trække på noen tær.²²⁵ Det var på mange måter Norsk Hydro som satte standarden for arbeid med informasjon og samfunnskontakt gjennom arbeidet til Jon Storækre, og senere Odd Gullberg. I tillegg hadde Hydro et svært veletablert kontaktnettverk, både på Stortinget, i regjeringen og i sivilsamfunnet forøvrig.

Arve Johnsen sier ironisk at «Hydropartiet» var det største partiet på Stortinget, og viser dermed til den tverrpolitiske oppslutningen rundt selskapet. Johnsen hadde selv arbeidsbakgrunn fra Norsk Hydro, og lærte mye av det han beskriver som et «velsmurt kommunikasjonsmaskineri».²²⁶ Det forsterker inntrykket av at Statoil gjennom hele 1970-tallet halset etter Norsk Hydro i arbeidet med informasjon og samfunnskontakt. Norsk Hydro startet med å rekruttere journalister og redaktører. Statoil fulgte etter. Norsk Hydro spilte på lokalpolitikere og lokalmiljøene der de var til stede. Statoil fulgte etter. Norsk Hydro ga ut magasinet «Hos Hydro». Statoil etablerte «Statoil Magasin». Det var imidlertid en arena der

²²² Borchgrevink, 2019, s. 135

²²³ Lie, 2005, s. 19-33

²²⁴ Sitert i *ibid.* s. 30

²²⁵ Intervju med Harald Norvik

²²⁶ Intervju med Arve Johnsen

Norsk Hydro ikke kunne konkurrere med Statoil, og det var i kontakten med Arbeiderpartiregjeringen. Norsk Hydro søkte imidlertid mot Høyre, og etablerte et stadig tettere samarbeid med det viktigste opposisjonspartiet.²²⁷

De to selskapene konkurrerte på en rekke ulike arenaer, inkludert teknologi, tildelinger, eierandeler eller operatørskap. Men oljeindustrien i Norge var svært politisk styrt. Dermed ble rivaliseringen flyttet inn på den politiske arena. Da var arbeidet med informasjon og samfunnskontakt helt avgjørende for å få vinne frem. Likevel var forholdet mellom informasjonsmedarbeiderne i de to selskapene godt og kollegialt. Når de ikke tok en øl med stortingspolitikere eller journalister, kunne de godt ta en øl med hverandre, og snakke både fag og ikke-fag.²²⁸

Rivaliseringen med Norsk Hydro var en viktig driver for at Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt beveget seg i retning av politisk kommunikasjon. Samtidig ser vi at politiseringen av informasjonsarbeidet startet i Norsk Hydro, og at Statoil fulgte etter. Norsk Hydro hadde fordelen av å være tettere på maken, da de holdt til i Oslo. Stortinget var bare et steinkast unna. Arve Johnsen måtte fly om han skulle treffe styre og stell.

Sokkelens mediebyrå

Selv om man så en dreining i retning av politisk kommunikasjon under hans ledelse, forble Arne H. Halvorsen tro mot sin rolle som Statoils redaktør. Han hadde sin tyngde i funksjonen som pressetalsmann.²²⁹ All kommunikasjon med pressen ser ut til å ha gått igjennom han, og Halvorsen uttalte seg jevnlig på vegne av selskapet. I saker hvor det var naturlig at Arve Johnsen eller Finn Lied uttalte seg, inntok Halvorsen tilretteleggerrollen og foreslo uttalelser, arrangerte pressekonferanser og skrev pressemeldinger.²³⁰ I et dokument som beskriver rutiner for pressehåndtering ble det presisert at alle pressehenvendelser skulle til Halvorsen personlig. Det samme gjaldt alle forespørsler om foredrag.²³¹ Halvorsen skrev en rekke kronikker og innlegg på vegne av Statoil, og når han mente at en avis hadde trykket en sak som ikke medførte korrekt sendte han lange dementier til redaktøren.²³² Han var også pressetalsmann for Statfjordgruppen, og arkivene viser at han engasjerte seg tungt i dette

²²⁷ Se Lie, 2005, s. 19-55

²²⁸ Dette trekkes frem i intervju med både Odd Gullberg og Tor Steinum

²²⁹ Observasjonen er hentet fra notat fra Martin Bekkeheien

²³⁰ Dette finnes det en rekke eksempler på blant annet i SPA arkivboks Di - 0552

²³¹ SPA arkivboks Da - 0040

²³² Gode eksempler på dette finnes i SPA arkivboks Di – 0552, Di – 0550 og Di - 0554

arbeidet.²³³

Det er tydelig at kontakten med pressen fortsatte å være Arne H. Halvorsens fremste arena. All korrespondanse knyttet til pressehåndtering skulle igjennom han, og i de tilfellene hvor andre skulle uttale seg tok han likevel ansvar for å sikre et godt resultat. Han sørget for at alt ble korrekt, og at budskapet var sannferdig, og i tråd med viktige pressenormer. Dette stemmer godt overens med den tradisjonelle redaktørrollen som alene stod ansvarlig for alt som skjedde i redaksjonen. I Halvorsens tid var Statoils informasjonsavdeling norsk sokkels eget mediebyrå.

Halvorsens tradisjonelle holdning til informasjonsarbeidet hindret likevel ikke Statoil i å ta i bruk mer moderne kommunikasjonsmidler. Allerede i 1974 planla Halvorsen å lage en film om Statoil. Denne ble produsert i årsskriftet 1975/1976 og var en 20 minutter lang fargefilm som tok for seg Statoils historie og utviklingen på norsk sokkel. Håkon Lavik skrev manuset.²³⁴ Den ble vist frem under møter med besøkende, blant annet politikere, i hvert fall frem til 1978.²³⁵ Etter hvert ble det også laget en egen film om Statfjordfeltet, som ble brukt i møter med eksterne.²³⁶

I 1978 ansatte Statoil sin egen fotograf. Leif Berge hadde 20 år bak seg som fotojournalist i Stavanger Aftenblad. I et intervju i anledning hans 80-årsdag fortalte Berge at det var Halvorsen som oppfordret han til å søke på stillingen.²³⁷ Håkon Lavik forteller at Arve Johnsen var svært opptatt av å dokumentere selskapets historie gjennom fotografier. «Alt som var verdt å fotografere skulle fotograferes», erindrer Lavik.²³⁸ Berge fikk ansvar for å bygge opp et omfattende bildearkiv.²³⁹

Arbeidet med bilder og video fremstår strategisk fundert. Gjennom å benytte seg av levende eller stillbilder ble det mulig å vise frem oljeplattformer og konstruksjonsarbeider til folk som aldri hadde vært i nærheten av kontinentalsokkelen. Man kunne ta sokkelen med seg rundt i møter med politikere, byråkrater, fagforeninger og andre interessenter med mål om å skape forståelse og entusiasme. Her er det dermed et tydelig element av strategisk PR.

Publikasjoner og rapporter ble etterhvert et viktig område for Statoil.

²³³ Kommer frem av brev sendt fra Halvorsen til Stavanger Aftenblad som finnes i SPA arkivboks Di – 0552. Se også SPA arkivboks Di - 0554 for ytterligere dokumentasjon

²³⁴ SPA arkivboks Di - 0551

²³⁵ Program for politikermøter finnes i SPA arkivboks Da - 0552

²³⁶ SPA arkivboks Da - 0552

²³⁷ Torp, Stavanger Aftenblad, 03.01.2015

²³⁸ Intervju med Håkon Lavik

²³⁹ Organisasjonsplan for informasjonsavdelingen fra 1988 finnes i SPA arkivboks Da - 0010

Informasjonsavdelingen fikk ansvar for å produsere disse. I 1978 gikk Halvorsens store drøm i oppfyllelse. Da så «Statoil Magasin» dagens lys. Det skulle bli Statoils eksterne tidsskrift, og ble utgitt en gang i kvartalet. Det redaksjonelle arbeidet og styringen av magasinet var lagt til informasjonsavdelingen. I tillegg nedsatte Arne H. Halvorsen et redaksjonsråd bestående av åtte Statoilsansatte som skulle «være en antenne for den daglige redaksjonsledelse av magasinet», og man håpet at redaksjonsrådet skulle fange opp signaler fra ulike avdelinger. Halvorsen var, som for alt annet, ansvarlig redaktør for magasinet.²⁴⁰ Statoil Magasin hadde en viktig rolle i Statoil frem til 2000-tallet, og Halvorsen ønsket at det skulle være «Statoils visittkort ute i verden».²⁴¹ Etableringen og organiseringen av Statoil Magasin er et godt bilde på hvor innarbeidet redaksjonelle arbeidsmetoder og verktøy var i selskapet rundt 1978.

Videre var informasjonsavdelingen ansvarlig for å utarbeide Statoils årsmeldinger og halvårsmeldinger. Disse ble ofte brukt strategisk for å fremheve områder man mente var viktige for selskapet.²⁴² Utarbeiding av §10 planene lå til informasjonsavdelingen. I sammenheng med produksjonen av disse utarbeidet man også perspektivplaner som pekte på fremtidig utvikling i nye deler av landet, slik som Nord-Norge og Midt-Norge. Målet var å skape optimisme rundt Statoil i nye deler av landet.²⁴³ Den aktive bruken av årsmeldingen og §10 planene er et område hvor politisk kommunikasjon kommer til syne. Statoil benyttet muligheten til å kommunisere direkte og strategisk ovenfor politikerne med mål om å skape gode relasjoner, og forme deres syn på virkeligheten. Statoil Magasin fremstår mer som et utslag av Halvorsens tradisjonelle tenkning, der objektiv og sannferdig informasjon ble presentert i et redaksjonelt format.

Informasjonsleder eller redaktør?

I 1976-1977 arbeidet et utvalg med den fremtidige organiseringen av avdelingsstrukturen i Statoil. Her ble også organiseringen av informasjonsavdelingen behandlet. I Halvorsens innspill til utvalget skrev han at «informasjonsavdelingen er så liten og oversiktlig at den ikke er strukturert i seksjoner eller grupper. Alle medarbeidere rapporterer direkte til avdelingsleder. (...) Avdelingen er nå i ferd med å rekruttere tre nye medarbeidere, men har

²⁴⁰ Innkalling til første møte i redaksjonsrådet for «Statoil magasin» finnes i SPA arkivboks Da - 0010

²⁴¹ Intervju med Toril Bakka

²⁴² Hel og halvårsmeldinger står oppført som arbeidsoppgaver i omorganiseringsplanen fra 1978 i SPA arkivboks Da - 0010. At de ble brukt strategisk fremkommer av intervju med Toril Bakka

²⁴³ Intervju med Håkon Lavik

ingen planer om å endre sine organisasjonsforhold».²⁴⁴ Dette har mye til felles med en redaksjonell arbeidsmetode der alle rapporterer til redaktøren som har det totale ansvaret for avdelingens arbeid, både oppover og nedover. Utover det var det lite spesialisering av arbeidsoppgaver. Halvorsen ønsket at det skulle forbli slik. Da organisasjonsutvalgets arbeid ble avsluttet ved årsskiftet 1977-1978 ble det likevel foreslått store endringer i organiseringen av informasjonsavdelingen. Her kan man lese at:

«Avdelingslederens faglige funksjon [talsmannfunksjonen] ventes å tilta vesentlig i årene fremover etter hvert som Statoils engasjement tiltar. Til nå har avdelingslederen brukt en vesentlig del av sin tid til administrasjon av avdelingen. Det er aktivitet som for en stor grad kan delegeres. Dette vil være nødvendig for at avdelingslederen skal kunne utføre sine daglige funksjoner.»²⁴⁵

Dermed ble utfallet av omorganiseringen at Halvorsen i mindre grad skulle være avdelingsleder, og i større grad fylle rollen som pressetalsmann og redaktør. Blant arbeidsoppgavene han ønsket å delegere finner man avdelingens daglige administrasjon, intern informasjon i avdelingen, oppfølging av avdelingens budsjetter og personalsaker. Dermed ønsket Halvorsen å bli fritatt fra mesteparten oppgavene som dreide seg om ledelse og administrasjon, for å prioritere pressearbeidet.²⁴⁶

Arne Lervik ble tiltenkt en rolle som seksjonsleder, med ansvar for generell informasjon, og fellestjenester. I sin nye rolle ble han en slags kontorsjef og Halvorsens stedfortreder. Videre fikk Einar Haukaas ansvar for publikasjoner, Jan Sirevåg ansvar for Statfjordfeltet og Leif Berge for illustrasjoner og fotografier. Disse skulle rapportere til seksjonsleder Arne Lervik, som igjen rapporterte til Halvorsen. Sammen skulle de utgjøre avdelingens lederteam. Den nye organiseringen gikk dermed tydelig i retning av en mer spesialisert rollefordeling, der ulike personer hadde et bestemt ansvar. Introduksjonen av mellomledere var også et tydelig skritt bort fra redaksjonsmodellen. At Halvorsen ønsket å frasi seg mye av lederansvaret førte til reaksjoner blant de ansatte. En av avdelingens medarbeidere skrev i sin tilbakemelding at: «Som ansvarleg for generell informasjon har eg eit KLART behov for eit nærmare samarbeid med avdelingsleiar. Særleg gjeld dette i arbeidet med årsmeldinga, og det eksterne tidsskriftet selskapet planlegg. (...) Dette arbeidet KREV ei DIREKTE linje til avdelingsleiar, alle mellomledd er rett og slett av det vonde».²⁴⁷ Det

²⁴⁴ Halvorsens innspill til organisasjonsutvalget finnes i SPA arkivboks Da - 0010

²⁴⁵ Ibid.

²⁴⁶ Ibid.

²⁴⁷ Se Haukaas innspill i SPA arkivboks Da - 0010

fremstår som om man hadde behov for mer avdelingsleder og mindre redaktør. Det samme kan man lese ut av innspillet til Toril Bakka. Hun skriver at «det er et sterkt behov for å ha en daglig administrativ leder som i størst mulig grad er tilstede og tilgjengelig for personalet».²⁴⁸

Ut av omorganiseringen i 1977/1978 kan man lese at Arne H. Halvorsen var lite tilgjengelig for de ansatte i avdelingen, Selv så ikke Halvorsen problemet, da han opprinnelig mente at det ikke var behov for endringer. Trolig fikk han tilbakemeldinger om at han var for lite tilgjengelig, og at han måtte delegere noe bort. Da valgte han å delegere bort oppgavene som avdelingsleder for å prioritere arbeidet med redaktør- og talsmannsrollen. Innspillene fra avdelingen tyder på at de ansatte mente han burde prioritert annerledes. At Halvorsen prioriterte som han gjorde, gir grunn til å stille spørsmål ved om han mestret å inneha lederansvaret i avdelingen. Uansett førte omorganiseringen i 1977/1978 til at avdelingen fikk en tydeligere arbeidsdeling, at de ansatte fikk tydeligere arbeidsoppgaver, og at man gikk bort fra prinsippet om at alle rapporterte til redaktøren. Dermed ser vi at omorganiseringen svekket den redaksjonelle arbeidsmetoden som Halvorsen sverget til.

4. konsesjonsrunde

I 4. konsesjonsrunde var det viktigste for Statoil å bli tildelt operatørskapet ved et norsk oljefelt. Arve Johnsens blikk falt på blokk 34/10. Allerede før tildeling var blokka blitt kjent under navnet «Gullblokken», og det ble bestemt at denne skulle deles ut i forkant av 4. konsesjonsrunde. På grunn av utblåsing ved Ekofiskfeltet ble tildelingen utsatt til etter stortingsvalget i september 1977. Arve Johnsen skrev i sin dagbok at dette kunne ødelegge for Statoils muligheter for å bli operatør på blokken.²⁴⁹ Her er det grunn til å tolke Johnsen dithen at han var redd for at de borgerlige partiene skulle vinne stortingsvalget. Det så lenge ut til å skje, men en gjenglemt sekk med stemmer til Sosialistisk Venstreparti i Nordland sendte Hanna Kvanmo inn på Stortinget, og sikret flertall for venstresiden.²⁵⁰ Johnsen skriver at:

«Statsråden i Industridepartementet kom fortsatt til å være Bjartmar Gjerde. Etter hjemkomsten hadde jeg samtaler med Bjartmar Gjerde og hans statssekretær Lars Uno Thulin om blokk 34/10. Mitt syn var at blokken skulle utlyses på vanlig måte. Det gikk noen timer med til drøftelse av denne saken. Jeg pekte på betydningen av å få en tildeling som kanskje kunne lede til at Statoil ble det første nasjonale selskap som fikk en utbyggingsoppgave på norsk sokkel. Argumentet ga uttelling. Etter inngående drøftelser ble konklusjonen at

²⁴⁸ Se Bakkas innspill i SPA arkivboks Da - 0010

²⁴⁹ Sitert i Johnsen, 1988, s. 209

²⁵⁰ Malvin, NRK.no, 11.09.2009

blokken skulle tildeles Norsk Hydro, Saga og Statoil i fellesskap».²⁵¹

Tildelingen av Gullfaks viser tydelig hvordan Statoils strategi for samfunnskontakt fungerte på slutten av 1970-tallet. Den bestod av at Arve Johnsen satte seg ned med industriministeren og kom frem til en løsning. Det er ingenting som tyder på at Johnsen involverte informasjonsavdelingen i dette arbeidet. Det er også lite som tyder på at Johnsen i spørsmålet hadde kontakt med andre enn statsråden. Naturlige kontaktpunkter ville vært Gunnar Berge eller Finn Kristensen, men ingen av disse erindrer å ha blitt kontaktet av Statoil i sammenheng med 4. konsesjonsrunde.²⁵² I tillegg avslører Johnsens dagboknedtegnelser at han ikke hadde noen «plan B» om en borgerlig regjering skulle overta makta. Johnsens strategi for påvirkning var dermed sårbar - og syltynn i møte med politiske endringer. Det virker ikke som om Johnsen var forberedt på å forholde seg til et borgerlig politisk flertall.

Blokk 30/10 ble før tildeling kjent som «Sølvblokka». Også her fikk Statoil operatørskapet. Men det var en hake. Tildelingen innebar en klausul om at «departementet har forbeholdt seg retten til å revidere hvilket selskap som skal være operatør ved disse blokkene». Ifølge Borchgrevink var dette et grep fra regjeringen for å kunne gi operatørskapet til Norsk Hydro om begge blokkene kom til utbygging samtidig. Han mener at dette er et eksempel på at Arbeiderpartiet, slik Finn Kristensen også har hevdet, ønsket seg en balansert utvikling mellom Statoil og Norsk Hydro.²⁵³ Hans Henrik Ramm mener imidlertid at dette var et skinnvedtak som ble gjort for å fremstå balanserte. Han sier at «om de to kom til utbygging samtidig var jo noe Statoil kunne bestemme selv, så lenge de var operatør begge steder. Dermed var det helt usannsynlig at disse skulle komme i utbygging samtidig».²⁵⁴ Trolig er svaret en mellomting. Det var åpenbart et gjennomslag for Statoil å bli tildelt operatørskapet ved begge blokkene. Samtidig så Arbeiderpartiet at man sto i fare for en kraftig skjevfordeling. Norsk Hydro drev også kraftig lobbyvirksomhet for å sikre operatørskapet ved blokken. «Dette jobbet vi intenst med. Vi brukte alle krefter og knep vi hadde», sier Odd Gullberg.²⁵⁵ Blant annet presset Norsk Hydros fagforeninger på regjeringen for å gi selskapet operatørskapet.²⁵⁶ I kampen om Sølvblokken ledet dermed Statoil 2-1 til pause, men vedtaket ga ikke Norsk Hydro noen grunn til å gi seg halvveis. Blokk 30/6 skulle senere få navnet

²⁵¹ Johnsen, 1988, s. 209

²⁵² Intervju med Finn Kristensen og Gunnar Berge

²⁵³ Borchgrevink, 2019, s. 122-123

²⁵⁴ Intervju med Hans Henrik Ramm

²⁵⁵ Intervju med Odd Gullberg

²⁵⁶ Lie, 2005, s. 45-49

Oseberg, og kampen om feltet var definitivt ikke over.

Fjerde konsesjonsrunde bidro til en ytterligere politisering av Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt, først og fremst fordi konsesjonsrunden er det største som er gjennomført på norsk sokkel. Det var mye olje å kjempe om. Både kampen om «Gullblokka» og «Sølvblokka» var intens, og preget av lobbyisme fra både Statoil og Norsk Hydros side. Norsk Hydros tette kontakt med Stortinget ga resultater. Dette var en arena hvor Statoil var fraværende. Samtidig viste kampen om blokkene at Arve Johnsens politiske strategi var sårbar. Han peker selv på at en glemt sekk med stemmer trolig reddet Statoils operatørskap ved Gullfaks. Det som sikret Statoil gjennomslag var at Arbeiderpartiet hadde regjeringsmakten. Den politiske situasjonen ble stadig mer usikker, og Johnsen visste ikke om han kunne stole fullt og helt på Arbeiderpartiet. Når Norsk Hydro kjørte en finger i Statoils øye i kampen om «Sølvblokka», på tross av Johnsens venner i regjeringen, skjønnte kanskje Johnsen at det var på tide å øke innsatsen.

Regionalisering og ekspansjon

På slutten av 1970-tallet startet Statoil en regionalisering av arbeidet med informasjon og samfunnskontakt. Frem til da hadde all informasjonsvirksomhet foregått fra Stavanger. I 1976 åpnet Statoil sitt første kontor utenfor Oljehovedstaden. Det var lokalisert i Harstad, og åpnet i sammenheng med letevirksomheten nord for 62. breddegrad.²⁵⁷ Etterhvert flyttet også flere av Statoils aktiviteter til Bergen. Senere fremsto også Kristiansund som en viktig oljeby, og Statoil etablerte base her i 1980.²⁵⁸ Med basevirksomheten, og de nye regionskontorene, fulgte også informasjonsvirksomheten.²⁵⁹

Den første informasjonsmedarbeideren ved kontoret i Harstad var Per Kotte. Han begynte i Statoil 1. januar 1980, og hadde ansvar for informasjon og samfunnskontakt i Nord-Norge, men dekket også Midt-Norge de to første årene. Kotte forteller at han var Statoils første informasjonsmedarbeider utenfor Stavanger. Kotte var opprinnelig fra Steinkjer, og etter studiene fikk han jobb som sekretær for Landsdelkomiteen for Nord-Norge, som var opprettet av Kommunaldepartementet. Gjennom dette arbeidet lærte han Nord-Norge å kjenne. Han ble senere ansatt i Tromsø kommune, før han ble sekretær for Nord- Norsk oljeråd. Etter noen år fikk han i oppdrag å opprette Oljedirektoratets regionskontor i Harstad,

²⁵⁷ Øvrebekk, Stavanger Aftenblad, 03.01.2015

²⁵⁸ Meland, Kulturminne Draugen, URL

²⁵⁹ Intervju med Toril Bakka

før han jobbet med informasjon og samfunnskontakt for Esso i Nord-Norge. Gjennom dette arbeidet opparbeidet Kotte seg et stort nettverk nordpå. Han kjente ordførere, rådmenn og alle journalister det var verdt å snakke med i landsdelen.²⁶⁰

Kotte kjente allerede Arve Johnsen da de satt sammen i Landsdelkomiteen for Nord-Norge. Stillingen i Statoil ble han tilbudt av Arne H. Halvorsen, men innen han begynte i jobben hadde Halvorsen blitt sykemeldt.²⁶¹ I løpet av den første uken i jobben sendte Kotte ut møteinvitasjoner til alle NRKs distriktskontorer og regionaviser i Nord-Norge, Nord-Trøndelag og Møre og Romsdal, i tillegg til en rekke lag, foreninger og politikere. Om bare en tiendedel av møteinvitasjonene Kotte sendte ut resulterte i møter må han ha hatt full kalender i flere måneder. Selv forteller Kotte at han de tre første årene hadde 170 reisedøgn årlig.²⁶² Kottes arbeidsoppgaver var å holde foredrag, delta i møter og prate med presse og myndigheter i Nord- og Midt-Norge. Kotte hadde mye kontakt med politikere, spesielt de han hadde stiftet bekjentskap med på 1970-tallet. Han forteller at de ofte tok kontakt når de hadde spørsmål, og at han ble et naturlig kontaktpunkt for oljeindustrien i Nord-Norge.²⁶³

Ansettelsen av Per Kotte er en milepæl i historien om Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Det er også et tydelig skritt i retning av politisk kommunikasjon. For det første var Kotte den første informasjonsmedarbeideren som ble ansatt uten journalistisk bakgrunn. Kottes erfaring var sterkere knyttet til samfunnskontakt og politikk. I tillegg hadde han et solid kontaktnett, som han fra første stund benyttet seg av, og fokuserte på å utvide. Han var ingen klassisk lobbyist og forteller at han aldri ble bedt om å prate med noen om en spesifikk politisk sak.²⁶⁴ Hans arbeid passer bedre inn i kategorien strategisk PR: Han skulle skape gode relasjoner for selskapet, og spre entusiasme i Nord-Norge. Han bygde lojalitet og kommuniserte både gjennom personlige møter, telefon og gjennom media. Han ble oljeindustriens representant i Nord-Norge, og dermed det naturlige kontaktpunktet for politikere, byråkrater og journalister.²⁶⁵

I tillegg tar regionaliseringen inn over seg at et viktig trekk ved det norske politiske systemet er sterke lokale og regionale sentre. Lokal forankring er derfor viktig, også fordi

²⁶⁰ Intervju med Per Kotte

²⁶¹ Ibid.

²⁶² I nesten all utgående korrespondanse åpner Kotte med å beklage sent svar grunnet stor reisevirksomhet. Se SPA arkivboks Di – 0555

²⁶³ Intervju med Per Kotte

²⁶⁴ Intervju med Per Kotte. Selv om geologen Arne Lervik allerede jobbet i informasjonsavdelingen ble han opprinnelig ansatt i en annen avdeling

²⁶⁵ Intervju med Per Kotte

lokal- og regionalaviser tradisjonelt har hatt svært stor betydning.²⁶⁶ Gjennom å regionalisere informasjonsvirksomheten kunne Statoil dra nytte av begge disse faktorene. Nordmenn har også en større identifikasjon med sitt hjemsted enn andre europeere. Vi fremstår mer som «lokalister» enn nasjonalister. Det bidrar til at konflikten mellom sentrum og periferi er spesielt sterk i det norske politiske systemet.²⁶⁷ Gjennom å være til stede i lokalsamfunn og regionale sentre kunne Statoil knytte bånd til nye deler av landet, og samtidig vinne politisk støtte for sine løsninger.

Denne utviklingen skjedde ikke i et vakuum. I Norsk Hydro var det vanlig at man hadde informasjonsansvarlige ute på fabrikkstedene. For eksempel hadde man en informasjonsansvarlig på Herøya, som blant annet hadde ansvar for lokal samfunnskontakt.²⁶⁸ Norsk Hydro hadde gjennom mange år bygget opp god kontakt med lokalmiljøene der de var tilstede, og visste hvordan de skulle bruke dette for å få politisk gjennomslag.²⁶⁹ Dermed kan man se på regionaliseringen av informasjonsvirksomheten som Statoils forsøk på å etterlikne en modell som hadde vist seg vellykket for Norsk Hydro, og samtidig som et ledd i konkurransen med dem. Dermed er konkurransen med Norsk Hydro en svært viktig drivkraft for at Statoil igangsatte og videreutviklet regionaliseringen av informasjonsarbeidet.

Regionaliseringen stanset ikke i Nord-Norge. I 1981 ansatte Statoil Stig Ottesen som informasjonssjef ved Statoils Bergenskontor. Han var journalistutdannet, og hadde blant annet jobbet ved Dagsnyttis Bergensredaksjon. Senere var han informasjonssjef i Bergen kommune, og kom til Statoil fra denne jobben.²⁷⁰ I midten av 1982 ansatte man den første informasjonsmedarbeideren ved Kårstø. I tillegg til Stavanger var det ved disse tre stedene Statoil hadde informasjonsmedarbeidere i 1984.²⁷¹

Ved inngangen til 1980-tallet fremstår det som om Statoil satte seg et strategisk mål om å vinne politisk støtte i lokalsamfunnene langs kysten, og andre steder hvor selskapet var tilstede. Dette var et ledd i konkurransen med Norsk Hydro. I kontakten med kystsamfunnene hadde Statoil en fordel av å ha hovedkontor i Stavanger, kontra Norsk Hydro som holdt til i Oslo. Målet var å knytte gode relasjoner til leverandørindustrien langs kysten, for ikke å

²⁶⁶ Allern et al. 2015, s. 19

²⁶⁷ Ibid. s. 295

²⁶⁸ Intervju med Tor Steinum. Her er det nye vanskelig å tidsbestemme utviklingen. Steinum ble ansatt i Norsk Hydro i 1983, og sier at en regionalisert struktur på dette tidspunktet var «veletablert»

²⁶⁹ Flere intervjuobjekter peker på dette, blant annet Karl-Edwin Manshaus og Tor Steinum

²⁷⁰ Notis skrevet av NTB i sammenheng med Ottesens 70-års dag, publisert i Bergens Tidene

²⁷¹ SPA arkivboks Xd - 0007

snakke om fagforeningene som var tilknyttet den. I tillegg var fiskerimiljøene, FoU-miljøene og utallige kommunestyre viktige maktfaktorer som Statoil ønsket på sin side.²⁷² Dermed er regionaliseringen av informasjonsarbeidet også nært beslektet med ambassadørkulturen som vi har sett at sto sterkt selskapet. Gjennom fysisk tilstedeværelse var det mulig å vinne støtte og tillit i lokalsamfunn og næringsregioner der stortingsrepresentantene hadde lange tradisjoner for å stemme i tråd med sine valgdistrikts interesser.

Halvorsens sorti

1978 ble et strevsomt år for Statoil. En rekke dødsulykker preget selskapets dagsorden.²⁷³ Toril Bakka sier «du kan tenke deg at det var hektisk i avdelingen vår da», og viser til at hun og en tidligere kollega nylig og over 40 år senere pratet om hvor stort arbeidspresset var knyttet til disse ulykkene.²⁷⁴ Utsettelse og kostnadsoverskridelser ved Statfjordfeltet førte også til mange søvnløse netter for Statoil-ledelsen. Arve Johnsen beskriver det som en «tøff tid».²⁷⁵ Det hele toppet seg 13. oktober 1978 da teknisk direktør i Statoil, Kåre Frank, skjøt seg selv på hybelen sin. Bakgrunnen var at han ble beskyldt for korrupsjon i sammenheng med valg av leverandør for dekket på Statfjord B. Dagen etter kunne man lese på forsiden i VG at «Statoildirektør funnet skutt».²⁷⁶ Bakka erindrer at Arne H. Halvorsen var sliten etter alle hendelsene i 1978.²⁷⁷ Dessverre skulle ikke 1979 bli noe bedre. I juni 1979 ble Statoil kontaktet av det meksikanske oljeselskapet PEMEX. De ba om bistand i sammenheng med en oljeutblåsning i Campeche-bukten i Mexico-gulven. Forespørselen var om Statoil kunne sende oljevernutstyr og mannskaper omgående, noe Statoil gjorde.²⁷⁸

I en pressemelding fra Statoil kommer det frem at «det fremgår av rapporten [til Olje- og energidepartementet] at oljevernaksjonen i Mexico har hatt lav effektivitet». Oljelensene fungerte ikke som man håpet, fartøyene som trengtes for å bruke lensene riktig var ikke skaffet til veie, og man hadde ikke sendt nok utstyr til Mexico. Oljevernaksjonen fikk mye publisitet i Norge, og Statoil kom raskt under kritikk. Flere mente at oljevernaksjonen i Mexico avslørte manglende norsk oljevernberedskap.²⁷⁹ I tillegg ble Statoil beskyldt for å

²⁷² Martin Bekkeheien trekker frem disse miljøene som viktige i sitt notat

²⁷³ Se Ryggvik og Solbakken, 1997 s. 206-212

²⁷⁴ Intervju med Toril Bakka

²⁷⁵ Johnsen, 1990. s. 52-53

²⁷⁶ VG, 14. oktober 1978. Gjengitt i Tollaksen, Stavanger Aftenblad 31.11.2019

²⁷⁷ Intervju med Toril Bakka

²⁷⁸ Johnsen, 1990, s. 81, og avisinnlegg signert Henrik Ager Hansen som finnes i SPA arkivboks Di - 0554

²⁷⁹ SPA arkivboks Di - 0554

feilinformere den norske opinionen om hva som foregikk i Mexico, gjennom å fremstille aksjonen som betraktelig mer vellykket enn den var. Halvorsen hadde vært sakens ansikt utad. Nå ble han beskyldt for å føre pressen og det norske folk bak lyset.²⁸⁰ Det var et hardt slag for en mann som hadde bygget hele sin karriere på pressenormer om åpenhet, og å informere sannferdig og korrekt. Det var mer enn Halvorsen tålte. Han ble sykemeldt, og kom aldri tilbake i jobben som informasjonssjef i Statoil.²⁸¹ I tråd med at Arne Lervik var Halvorsens stedfortreder rykket han inn som fungerende leder for informasjonsavdelingen.²⁸² Han begynte å møte under denne tittelen i Statoils styre fra og med april 1980. Da hadde ikke Halvorsen møtt i styret på lenge.²⁸³

Et strategisk bytte?

Da Halvorsen ble friskere ønsket han seg tilbake i jobben som informasjonssjef. Det var imidlertid ikke ledelsen interessert i. Per Kotte tror man var engstelige for at Halvorsen skulle få et tilbakefall.²⁸⁴ Toril Bakka er inne på det samme. Hun sier at «da [Halvorsen ble sykemeldt] begynte nok Arve Johnsen å se seg om etter en ny informasjonssjef. Det kan være han tenkte at Arne ikke taklet presset jobben innebar». Bakka åpner også for at strategiske vurderinger lå bak Halvorsens sorti. «Den offisielle grunnen var at Arne H. var syk. I realiteten tror jeg Arve trengte en person som hadde et større nettverk innenfor politikk og fagforbund og i samfunnet for øvrig».²⁸⁵ Var sykdommen bare et dekke å kvitte seg med Arne H. Halvorsen? Selv hevder Arve Johnsen at sykdommen til Halvorsen i etterkant av utblåsing i Mexico ikke var avgjørende for skiftet av informasjonssjef:

«Det handlet om utviklingen av selskapet ved inngangen til 1980. Vi skulle ansette 300 nye personer det året. Etterspørselen etter informasjon vokste raskt. Samtidig hadde man regionalisert informasjonsvirksomheten. Da trengte jeg en informasjonssjef som forsto organisasjon, samtidig som han kunne drive løpende informasjonsarbeid. Da måtte jeg spørre om det var Arne. H. Halvorsen, og det var det ikke. Han klarte ikke å

²⁸⁰ I VG den 27. juni 1979 kan man lese at sjefen for statens oljevernkontor hevder at Statoils informasjon fra oljevernaksjonen i Mexico ikke gir et korrekt bilde. En forsker ved SINTEF sier at det norske oljevernutstyret «har vært til ingen nytte». I samme sak står det at «(...) Arne H. Halvorsen som har foret den norske opinionen med opplysninger fra Mexico hele tiden. Se Dyrnes, VG, 27.06.2979.

²⁸¹ Dette fremkommer blant annet i intervju med Håkon Lavik, Toril Bakka og Per Kotte. Toril Bakka omtaler helseproblemene som «svært høyt blodtrykk», Håkon Lavik kaller det «helt knekt psykisk». Per Kotte beskriver lidelsen som hva vi i dag ville kalt «utbrent»

²⁸² SPA arkivboks DI - 0554

²⁸³ Protokoll fra styremøte i Statoil ASA, 24.04.1980. Finnes i SPA arkivboks Aba – L0008

²⁸⁴ Intervju med Per Kotte og Håkon Lavik

²⁸⁵ Intervju med Toril Bakka

løfte informasjonsarbeidet til øverste nivå - strategisk inn i konsernledelsen, selv om han var en meget god journalist som var veldig god til å informere. Det holdt ikke lenger å diskutere hva som stod i avisen om morgenen, man måtte tenke langsiktig».²⁸⁶

Som vi har sett, var Arne H. Halvorsen tro mot pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder. Aller helst ville han være redaktør. Det Arve Johnsen trengte i overgangen til 1980-tallet var en annen form for informasjonsleder. Det er naturlig å tro at Johnsen hadde kommet til denne konklusjonen før utblåsningen i Mexico - kanskje i sammenheng med 4. konsesjonsrunde eller i arbeidet med regionaliseringen. At Halvorsens sykdom enten fremskyndte, eller aktualiserte behovet for å bytte informasjonssjef fremstår likevel sannsynlig. Som vi har sett forekom det også reaksjoner i informasjonsavdelingen på at Halvorsen ikke var nok tilstede. Da han bestemte seg for å delegere arbeid, valgte han å prioritere talsmannsrollen og redaktøransvaret fremfor lederansvaret. Halvorsen var ingen strategisk informasjonsleder med politisk teft. Han var en glimrende skribent, journalist og redaktør. Martin Bekkeheiens versjon av hvorfor man byttet informasjonssjef stemmer godt overens med den til Arve Johnsen. Han sier at utfordringene Statoil sto overfor i Arne H. Halvorsens tid som informasjonssjef, endret karakter på vei inn i 1980-årene. Der 1970-tallet var preget av etablering og posisjonering, handlet 1980-årene om operatørskap, utbygging, boring, plattformdrift, sikkerhet og organisasjon- og kompetanseutvikling. Det økte behovet for strategisk arbeid og politisk kommunikasjon.²⁸⁷

Bekkeheien opplevde ingen dramatikk knyttet til Arne H. Halvorsens avgang, og sier det var naturlig at han trådte til side.²⁸⁸ Halvorsen gikk over i en rolle som spesialrådgiver, og forble tilknyttet informasjonsavdelingen frem til han pensjonerte seg i år 2000, etter 26 år i Statoil. Da var han anerkjent som en av Norges fremste eksperter på OPEC.²⁸⁹ Selv om Martin Bekkeheien og Arve Johnsen ikke opplevde noen dramatikk tilknyttet Halvorsens avgang, er det mye som tyder på at Halvorsen selv opplevde det annerledes. I et brev Halvorsen skrev i august 1980 skinner det gjennom at han ikke forsonte seg med situasjonen:

«Jeg er ikke særlig opptatt av titler, men når det blant annet i forbindelse med PR-komiteen for ONS-82 åpenbart har oppstått enkelte misforståelser med hensyn til min situasjon er det behov for en oppklaringsrunde:

²⁸⁶ Intervju med Arve Johnsen

²⁸⁷ Notat fra Martin Bekkeheien

²⁸⁸ Ibid.

²⁸⁹ Udatert ansattliste i SPA arkivboks Xd – 0007 samt artikkel i Stavanger Aftenblad i sammenheng med Halvorsens pensjon i 2000. Se Ask, Aftenposten, 11.09.2000

Av helsemessige årsaker har jeg trukket meg tilbake fra den daglige ledelse av Statoils informasjonsavdeling. Noen annen endring av min status er ikke skjedd, og min tittel er følgelig den samme som den alltid har vært – «Redaktør».²⁹⁰

Det er forståelig at Halvorsen opplevde situasjonen som urettferdig. Han ønsket å komme tilbake etter et sykefravær som følge av jobbrelatert stress. Det hjalp lite når Halvorsen ikke lenger var den Arve Johnsen trengte. Mye tyder på at det pedagogiske prosjektet forsvant med Halvorsen. Kanskje følte Arve Johnsen at det ikke ga de strategiske resultatene han ønsket. Johnsen var opptatt av at det pedagogiske prosjektet skulle skape gode relasjoner mellom Statoil, opinionen og beslutningstakerne. Halvorsen var mer opptatt av å utgi tidsskrift om geologiske formasjoner og brønnteknikk. Politisk kommunikasjon ble stadig viktigere for Statoil. Hvorvidt Halvorsen ikke klarte eller ikke ønsket å endre seg i takt med denne utviklingen, er vanskelig å fastslå. Resultatet ble at Arve Johnsen måtte foreta et strategisk bytte. Politiseringen av arbeidet med informasjon og samfunnskontakt i norsk næringsliv akselererte imidlertid etter at Willy Håkon Olsen landet på Sola lufthavn i 1980.

²⁹⁰ Korrespondanse finnes i SPA arkivboks Di - 0556

5. Politisering, gjennomslag og vingeklipping (1980-1984)

Ved inngangen til 1980-tallet var Statoil et stort selskap, med enorme eierinteresser på norsk sokkel. I tillegg var definitivt den politiske enigheten som preget opprettelsen av selskapet brutt. Sterke krefter i Norge mente at Statoil hadde for mye makt, og at man måtte ta drastiske grep for at selskapet ikke skulle bli en stat i staten.²⁹¹ I tillegg var Statoil klare til å gå løs på nye oppgaver på norsk sokkel. Det innebar blant annet operatøransvar, og å konstruere revolusjonerende transportsystemer for petroleum på havbunnen. Det er også i denne perioden vi ser konsekvensene av politiseringen, noe jeg vil belyse i løpet av kapittelet.

Disse endringene i selskapets ambisjoner, fokusområder og driftsvilkår endret også arbeidet med informasjon og samfunnskontakt. Mot slutten av 1970-tallet hadde Arve Johnsen fortsatt en rød telefon til industriministerens kontor, men det var kun fire hundre stemmer i Nordland som hadde sikret at Gjerde fortsatte som industriminister i 1977. I 1981 skulle det avholdes et nytt stortingsvalg, og det var tydelig at den røde telefonlinjen ville kuttes omgående hvis Kåre Willoch fikk regjeringsoppdraget. Norsk Hydro pratet godt med opposisjonen, og Johnsen forstod at Statoil ikke kunne gamble på at Gjerde ble i statsrådsstolen for alltid. Derfor satte han seg på flyet til Oslo.

Spinndoktoren

Willy Olsen fra Moss hadde jobbet 15 år i mediebransjen, blant annet som reporter og vaktstjef i NRK. I 1980 var han ansatt som redaksjonssjef i Arbeiderbladet.²⁹² Av utdanning var han sosialøkonom. Røttene hadde han i Arbeiderpartiet, og han hadde fortsatt mye med partiet å gjøre. Han var godt ansett i politiske kretser, og hadde et stort nettverk på Stortinget.²⁹³ Ifølge Håkon Lavik søkte Arve Johnsen råd hos sine venner i Arbeiderpartiet da han lette etter en erstatter for Arne H. Halvorsen. De pekte på Willy Olsen.²⁹⁴

Olsen forteller at Arve Johnsen ofte kom innom hans kontor i Oslo da han arbeidet i Arbeiderbladet. Johnsen spurte flere ganger om Olsen kunne tenke seg å jobbe for Statoil. I

²⁹¹ Notat fra Martin Bekkeheien

²⁹² Johansen, Journalisten utgave nr. 18, 2013 og Johnsen 188, s. 30

²⁹³ Intervju med Gunnar Berge og Tor Steinum og notat fra Martin Bekkeheien

²⁹⁴ Intervju med Håkon Lavik

1980 takket han ja.²⁹⁵ Arve Johnsen bekrefter at de to kjente hverandre før Olsen ble ansatt i Statoil. I sin bok «Utfordringen» fra 1988 beskriver Johnsen Olsen på følgende måte:

«I årenes løp har jeg møtt en rekke informasjonsledere i norsk næringsliv, og ingen av dem kan måle seg med Willy. Han er grundig og rask på samme tid, og har en utrolig arbeidskapasitet og er kreativ som få. Han var med i alle sentrale saker fra første dag, og maktet å formidle bedriftens holdninger og budskap på et meget tilfredsstillende vis så vel nasjonalt som internasjonalt».²⁹⁶

30 år senere har ikke lovordene endret seg: «Han var god på både ledelse og informasjon. Det var helt sentralt. Det finnes noen som er meget gode på både informasjon og organisasjon samtidig. Willy er en slik».²⁹⁷ Det holdt ikke lenger å diskutere hva som stod i avisen om morgenen. Man måtte diskutere hva som skulle stå i avisen neste uke. Det evnet Olsen, samtidig som han kunne utvikle en regionalisert og voksende informasjonsavdeling. Toril Bakka oppfattet Olsen som en god leder. Han var lett å samarbeide med, god til å delegerer og fantastisk til å informere staben sin.²⁹⁸

Dermed er det all grunn til å tro Arve Johnsen når han peker på behovet for en organisatorisk dyktig informasjonsleder som begrunnelsen for å ansette Willy Olsen. At han ikke legger vekt på Willy Olsens store nettverk, kjennskap til Stortinget og evner som lobbyist fremstår imidlertid kunstig. Konfrontert med at mange har pekt på Olsens evner som lobbyist som en viktig grunn til å ansette han, svarer Johnsen at «her vil jeg bare svare ja».²⁹⁹

Det Arve Johnsen fikk i Willy Olsen var en komplett informasjonssjef, som kunne håndtere både presse, informasjon og samfunnskontakt på et strategisk nivå, og samtidig organisere informasjonsavdelingen på daglig basis. I tillegg fikk han en førsteklasses lobbyist, som allerede hadde et stort kontaktnett på Stortinget. Gjennom å ansette Willy Olsen kunne Arve Johnsen enkelt forsere mange av utfordringene Statoil hadde ved at de var lokalisert i Stavanger, ikke i Oslo.

Arbeidsdeling og strategi

Toril Bakka opplevde at arbeidet i informasjonsavdelingen ble mer strategisk når Willy Olsen kom til Forus. «Han fortalte oss på et tidlig tidspunkt hva han tenkte i ulike saker. Dermed ble

²⁹⁵ Intervju med Willy Olsen

²⁹⁶ Johnsen, 1988, s. 30

²⁹⁷ Intervju med Arve Johnsen

²⁹⁸ Intervju med Toril Bakka

²⁹⁹ Intervju med Arve Johnsen

strategien innarbeidet i hele avdelingen, slik at folk visste hva vi skulle publisere og hvem vi skulle snakke med. (...) Han ga oss tillit, og fikk lojalitet tilbake», forteller Bakka.³⁰⁰ Mye tyder på at Olsen innførte en klarere arbeidsdeling i avdelingen. Olsens kanskje viktigste grep var å skille ut ansvaret for pressehåndtering fra sin egen portefølje. Dette ble overlatt til Håkon Lavik. I en adresseliste 1984 står Håkon Lavik titulert som «Pressetalsmann».³⁰¹

Dermed tok Olsen et langt skritt bort fra organiseringen som kjennetegnet Halvorsens redaksjon, der alle rapporterte til han. Tydeligere arbeidsoppgaver og en klarere ansvarsfordeling gjorde det mulig å bygge spisskompetanse. Rollen som pressetalsmann passet Håkon Lavik godt, og han fikk en nøkkelrolle i utviklingen av Statoils strategiske PR. Ifølge ham selv hadde han 32 600 presseomtaler i løpet av et år.³⁰² Per Kotte erindrer at da NTB sendte ut oversikt over når viktige personer skulle ha sommerferie, så stod Håkon Lavik rett etter Kong Olav.³⁰³ Willy Olsen endret arbeidsfordelingen i informasjonsavdelingen slik at den ble mer spesialisert. Det førte til at ressurser som Håkon Lavik kunne fokusere på det han var best på, og mest interessert i – nemlig pressearbeid. Samtidig avlastet dette Olsen.

I tillegg ser vi en dreining fra å informere «åpent og sannferdig» under Halvorsen til å informere «strategisk og målrettet» under Olsen. Et eksempel på dette er bruken av eksklusivitet i møte med pressen. «Da Willy kom begynte vi å plukke ut hvilke journalister som skulle få den saken og den saken. (...) Man tenkte mer strategisk over hvor man publiserte, og hvem man ga sakene til, og hvordan man kunne bruke journalisten», forteller Bakka.³⁰⁴ Eksklusivitet gjør informasjonen mindre tilgjengelig, og gir avsenderen, altså Statoil, en større mulighet til å styre hvordan informasjonen blir fremstilt. Gjennom å bygge opp et nært forhold til enkelte journalister, og gi dem saker eksklusivt, vil noen hevde at man skapte et avhengighetsforhold mellom journalist og selskap. Selskapet trengte journalisten for å få ut informasjon på den måten de ønsket, og journalisten måtte skrive saker som presenterte informasjonen slik Statoil ønsket, ellers ville han trolig ikke få flere eksklusive saker. Dette er et langt skritt vekk fra pressenormene om åpenhet og objektivitet som preget Halvorsens tenkning om pressearbeid. Samtidig er det et tydelig skritt i retning av strategisk PR.

Regionaliseringen av informasjonsarbeidet fortsatte under Willy Olsen. I 1981 ansatte Statoils informasjonsavdeling Leif Nygård, med Statpipe som arbeidsoppgave. Lønnen var

³⁰⁰ Intervju med Toril Bakka

³⁰¹ SPA arkivboks Xd - 0007

³⁰² Intervju med Håkon Lavik

³⁰³ Intervju med Per Kotte

³⁰⁴ Intervju med Toril Bakka

110 000 kroner i året.³⁰⁵ Samme år ble Ådne Brathammer ansatt som informasjonsmedarbeider på Kårstø. Til han skriver Olsen at «jeg vil forsøke å lyse ut stillingen i begynnelsen av august, så snart feriemaset er over. Min hensikt er at du skal få stillingen, og at vi gjennom utlysningen forsøker å kartlegge hva som kan være av «ressurser» i området».³⁰⁶ Hva som menes med «ressurser» kan man bare gjette, men Olsens strategiske tilnærming skinner tydelig igjennom.

Arve Johnsen sier at de to hadde et meget tett samarbeid. «Han fikk brede fullmakter. Vi hadde kontakt hele tiden. Av og til var vi to sider av samme sak. Noen ganger frontet han, noen ganger frontet jeg. I tillegg visste han alltid at jeg holdt ryggen hans, også når det blåste».³⁰⁷ Willy Olsen opplevde også deres forhold som svært fortrolig. Han forteller at han og Johnsen hadde egne møter i forkant av alle møter i konsernledelsen.³⁰⁸ Olsen ser raskt ut til å ha blitt Johnsens nærmeste medarbeider. Vi har nå sett på hvordan Willy Olsen innførte mer strategiske normer og arbeidsmetoder i informasjonsavdelingen. Vi skal nå se nærmere på hvordan han akselererte arbeidet med politisk kommunikasjon.

Fra Stortingsrestauranten til Tostrupkjelleren

«Han var like mye i stortingsrestauranten som de som jobbet der. Han drev rett og slett lobbyvirksomhet». Slik erindrer mangeårig departementsråd, Karl-Edwin Manushaus, Willy Olsens aktiviteter på 1980-tallet.³⁰⁹ Olsen bekrefter at han hadde mye kontakt med stortingsmiljøet. Han forteller at han tidlig i sin Statoil-karriere var på Stortinget nesten hver uke. Dette var avgjørende for å vite hva som skjedde og hva som stod på dagsorden. Han beskriver seg selv som en «insider», og at hans nærvær i stortingsmiljøet ikke var unaturlig. Etter endt besøk i hovedstaden dro han tilbake til Stavanger og diskuterte informasjonen han hadde oppdrevet med Arve Johnsen.³¹⁰ Han var på mange måter Statoils øyne og ører i Oslo.

Willy Olsen gikk umiddelbart i gang med å forandre Statoils informasjonsavdeling fra et pressekontor til en veloljet lobbymaskin. Dermed er han en slags antitese til Arne H. Halvorsen. Likevel var også Olsen preget av 1970-tallets ideer om at informasjon og samfunnskontakt var tett knyttet opp til journalistikken. Han kom selv fra pressen, og så på

³⁰⁵ SPA arkivboks Di - 0557

³⁰⁶ Ibid.

³⁰⁷ Intervju med Arve Johnsen

³⁰⁸ Intervju med Willy Olsen

³⁰⁹ Intervju med Karl-Edwin Manshaus

³¹⁰ Intervju med Willy Olsen

seg selv som journalist, også i tiden som informasjonssjef. Medlemskapet i Norsk journalistlag beholdt han også.³¹¹ Samtidig var det knyttet til samfunnskontakt og lobbyisme at Olsen fremstår som en avgjørende endringsfaktor. Der Arve Johnsen i all hovedsak hadde hatt kontakt med regjeringen, snakket Olsen med stortingsrepresentantene. Der Johnsen i stor grad benyttet seg av de formelle rammene i korporativismen, benyttet Olsen de uformelle. Kontakt med regjeringen og departementet var fortsatt Arve Johnsens domene. Han pratet ikke mye med stortingsrepresentanter, akkurat som Olsen ikke pratet med statsråder. Olsen kunne imidlertid fortelle Arve Johnsen at nå var det på tide å ta en prat med statsministeren, og hva han burde si.³¹² Samtidig innhentet han kontinuerlig informasjon for å avgjøre hva som skulle være Statoils neste trekk for å nå sine mål. Dermed supplerte Olsens aktive lobbyvirksomhet på Stortinget Johnsens kontinuerlige kontakt med regjeringen. Gjennom å fokusere på de uformelle kanalene ga Olsen Statoils politiske kommunikasjon en ny oktav, som passer godt inn i det tradisjonelle lobbybegrepet. Man kan hevde at Johnsens lobbyvirksomhet ovenfor regjeringen også foregikk utenfor formelle rammer. Samtidig var Statoil var et heleid statlig selskap, hvor Arve Johnsen var administrerende direktør. En samtale mellom Johnsen og olje- og energiministeren var dermed å regne som en samtale mellom administrerende direktør og eier. Det er ikke en unaturlig relasjon. Olsens gjøren og laden på Stortinget foregikk derimot å langt utenfor korporatismens rammer.

Samtidig satte Olsens informasjonsinnhenting Statoil i stand til å kommunisere mer strategisk. Gjennom å vite hva som var under oppseiling, og hvem som mente hva om det ene og det andre, fikk man et bedre beslutningsgrunnlag når man skulle diskutere strategiske avvenninger og samle seg om tiltak. Det gjorde at Statoil kunne fatte bedre beslutninger for å nå sine politiske mål. I neste omgang la det til rette for mer bruk av strategisk PR, og en mer vellykket lobbyvirksomhet. Som vi har sett var det åpenbare interne grunner til at Johnsen valgte å ansette Olsen, men det var også eksterne krefter i sving. En politisk blåmandag var under oppseiling for Statoil, noe som tvang selskapet til å tilpasse seg en ny fiende.

En saga blått

I mars 1981 mottok Statoil et brev fra den nylig avgåtte Unge Høyre-lederen Terje Osmundsen. Han tilbød Statoil å forhåndsbestille hans «debattbok om Statoil». «Jeg antar at

³¹¹ På spørsmål om hvordan han så på seg selv oppgir Olsen i intervju at han var en journalist, også i tiden som informasjonssjef.

³¹² Intervju med Gunnar Berge

det blant Statoils mange medarbeidere vil være interesse for å kjøpe denne til en billig penge», skrev Osmundsen. Willy Olsen svarte at Statoil ønsket å kjøpe 10 eksemplarer, under forutsetning av at de fikk boken før de var å finne i butikkene. Om dette ikke lot seg gjøre ville Statoil heller kjøpe bøkene i en bokhandel.³¹³ Det er tvilsomt om Olsen forstod hvor definerende Osmundsens korte bok ville bli for hans egen arbeidshverdag.

Tittelen på boka ble «Gjøkungen – Skal Statoil styre Norge?». Her hevdet Osmundsen at det foregikk en maktkonsentrasjon i Statoil, og at pengestrømmene i selskapet ville bli enorme frem mot 1990. Avslutningsvis tegnet Osmundsen opp ulike alternativer for Statoil-reform. Forslagene minnet om de som kom ut av Høyres oljepolitiske komité, noen år i forveien.³¹⁴ Osmundsen gikk også til angrep på Statoils informasjonsavdeling. Han hevdet at Statoil rekrutterte det som var av oljefjournalister i Norge. Som eksempel brukte han Willy Olsen og Håkon Lavik. «Erfaringene viser m.a.o at noen av de flittigste og viktigste deltagerne på den ene siden av pressekonferansebordet før eller siden ender opp på den andre siden som talsmenn for Statoil», skrev Osmundsen.³¹⁵ Begrepet «Gjøkunge» festet seg, og den nærliggende metaforen «vingeklipping» ble brukt om å reformere Statoil.³¹⁶

Samtidig var ikke forslagene som fremkom i Osmundsens bok nye. Allerede i 1980 hadde Høyre fått med seg Senterpartiet og KrF på en mulig oppdeling av Statoil. Merknadene de borgerlige partiene samlet seg om i 1980 utgjorde senere grunnlaget for Høyres oljepolitiske motmelding i 1981. Denne var enda mer eksplisitt på at Høyre ønsket å reformere Statoil.³¹⁷ Hans Henrik Ramm førte motmeldingen i pennen. Han sier at målet med den var å konkretisere den fremvoksende oppfatningen på borgerlig side om at man måtte omorganisere Statoil. Videre forteller han at Osmundsens bok var et forsøk på å popularisere stoffet i motmeldingen, og gjøre dette tilgjengelig for et bredere publikum.³¹⁸

Hvordan reagerte Statoil på blåmandagen? Håkon Lavik erindrer at han selv tok altfor lett på det. Willy Olsen ble sur, og Arve Johnsen ble forbanna.³¹⁹ Likevel er det tydelig at den politiske utviklingen også tvang frem endringer i Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Den politiske utviklingen, der et stadig mer aggressivt Høyre angrep

³¹³ Korrespondanse mellom Willy Olsen og Terje Osmundsen finnes i SPA arkivboks Di - 0556

³¹⁴ Aven, 2014, s. 87

³¹⁵ Osmundsen, 1981, s. 135-138

³¹⁶ Aven, 2014, s. 87

³¹⁷ Ibid. s. 83

³¹⁸ Intervju med Hans Henrik Ramm

³¹⁹ Intervju med Håkon Lavik

Statoil, var en viktig driver for at selskapet satset mer på politisk kommunikasjon. Viktige skritt i retning av en tydeligere politisk profil var allerede tatt. Regionaliseringen av informasjonsarbeidet gjorde det mulig å samle politisk støtte for Statoil i nye deler av landet. Det gjorde det også mulig å knytte sterke politiske bånd til stortingsrepresentanter med tilhørighet og lojalitet andre steder enn i Oslo. Det inkluderte også representanter fra de borgerlige partiene.³²⁰ De som drev frem ønsket om en Statoil-reform var i stor grad et miljø med tyngdepunkt i Oslo Høyre. Dermed ble også målet om å vinne støtte i kystsamfunnene stadig viktigere.³²¹ Ansettelsen av Willy Olsen gjorde informasjonsavdelingen i stand til å kommunisere mer strategisk og målrettet. I tillegg var en mer treffsikker lobbyvirksomhet på trappene. Statoil fikk en ny fiende i Kåre Willoch. Willoch, på sin side, hadde andre venner.

«The Lobbysocks»

Flere statsvitere har forsket på praktiske forhold ved lobbyisme. De har konkludert med at en ideell lobbyist bør utvikle sin evne til å lytte, samle informasjon og bygge relasjoner gjennom en opptreden som er tilsynelatende høvsk. Videre anbefales det at lobbyister utvikler en taktikk som sørger for at man kan skape gode relasjoner til interessentene over et lengre tidsrom, og at man bør etterstrebe vinn-vinn løsninger.³²²

Dette er en beskrivelse som passer Willy Olsen som hånd i hanske. Martin Bekkeheien omtaler Olsen som en utadvendt og humørfylt mann som hadde en enestående evne til å komme i kontakt med mennesker.³²³ Hans tilstedeværelse på arenaer der stortingsfolk møttes opplevdes ikke påtrengende, men naturlig. Gunnar Berge erindrer at Olsen ofte inviterte ned på Halvorsens konditori, «for der var det så gode wienerbrød».³²⁴ Tostrupkjelleren var på dette tidspunktet et viktig samlingsted for politikere og journalister.³²⁵ Berge sier at Arve Johnsen aldri var å finne her. «Men Willy Olsen tok kveldsvakten, for ikke å si nattevakten».³²⁶ Harald Norvik sier at Willy Olsen sugde informasjon til seg som en svamp, og deretter formidlet den på en enkel måte. Videre opparbeidet Olsen seg et nettverk

³²⁰ I intervju forteller Per Kotte at han gjennom sitt virke i Nord- og Midt-Norge knyttet sterke bånd til blant annet Høyres tidligere ordfører, og senere stortingsrepresentant, Arnljot Norwich og stortingsrepresentant fra Nord-Trøndelag Senterparti, Reidar Due

³²¹ Martin Bekkeheien skriver blant annet i sitt notat at han opplevde at kyst-Høyre fra Kristiansand til Harstad var svært kritiske til omorganiseringen av Statoil

³²² Allern et al. 2015, s. 235

³²³ Notat fra Martin Bekkeheien

³²⁴ Intervju med Gunnar Berge

³²⁵ Brøymer, Aftenposten, 25.05.2013

³²⁶ Intervju med Gunnar Berge

av informanter, men at han sjelden delte informasjonen han satt på.³²⁷ I sine memoarer gir KrF-politiker Kåre Kristiansen oss et innblikk i Olsens arbeidshverdag:

«Selskapets informasjonssjef møtte vanligvis opp på Stortinget i god tid før Statoils saker skulle opp, og påvirket aktivt både enkeltpersoner og grupper med Statoils syn, selv når dette var i strid med regjeringens syn. Han laget også utkast til innlegg for representantene, om det skulle være ønskelig. Jeg fikk rapporter om at denne lobbyvirksomhet i flere tilfeller gikk ut på å motarbeide forslag som Statsråden – selskapets generalforsamling hadde fremmet».³²⁸

Olsen var ikke alene om å drive åpenbar lobbyvirksomhet på Stortinget. Odd Gullberg hadde gjort det siden 1973. Det er ikke urimelig å tro at Willy Olsen ble ansatt etter inspirasjon fra Gullbergs rolle i Norsk Hydro. Gullberg forteller at han og Olsen i stortingsmiljøet ble kjent som «The Lobbysocks» etter at Bobbysocks vant den internasjonale finalen i MGP i 1985.³²⁹ I 1983 ansatte Norsk Hydro også NRK-journalist Tor Steinum som pressetalsmann.³³⁰ Hans rolle var i første omgang tilsvarende Håkon Laviks rolle i Statoil, noe som ga Odd Gullberg kapasitet til å fokusere på lobbyvirksomhet. Senere ble Steinums rolle også tettere knyttet til samfunnskontakt, i tråd med at behovet økte.³³¹

En av de viktigste oppgavene for oljelobbyistene var å få god kontakt med stortingspolitikere. Omgangsformen beskriver Steinum som «gjennom møter, telefoner og pils».³³² Gullberg forteller at han på 1970- og 1980-tallet utviklet et godt forhold til kretsen rundt Kåre Willoch. Blant dem fant man noen av de «ivrige vingeklipperne»: Hans Henrik Ramm, Terje Osmundsen og Eivind Reiten. Gullberg erindrer «noen heftige kvelder hjemme hos meg, hvor vi ble sittende og løse verdensproblemer til langt på natt».³³³

Den uformelle samfunnskontakten handlet om å knytte kontakter, nettverk, og å skape fortrolige og vennskapelige forhold til beslutningstagere. Slik kunne selskapene komme med uformelle innspill, være diskusjons- og sparringspartnere og forme beslutningstagernes virkelighetsoppfatning. I tillegg handlet det om å mate sine støttespillere med argumenter, informasjon, tall og kalkyler som kunne brukes for å underbygge deres sak. Odd Gullberg har bidratt med godt bilde på dette. En ettermiddag satt han, Høyres Odd Vattekar og Hans

³²⁷ Intervju med Harald Norvik

³²⁸ Kristiansen, 1990, s. 228

³²⁹ Intervju med Odd Gullberg

³³⁰ Ibid.

³³¹ Beskrives i intervju med Tor Steinum og Odd Gullberg

³³² Intervju med Tor Steinum

³³³ Intervju med Odd Gullberg

Henrik Ramm i stortingsrestauranten, samtidig som en oljemelding ble debattert i stortingssalen. Gullberg foreslo at Vattekar skulle foreslå å fritta de norske selskapene fra å bære Statoil letekostnader. Vattekar mente at det var håpløst. Forslaget var fremmet tidligere, og det begynte allerede å bli sent på kvelden. Han så ingen grunn til å forlenge møtet unødvendig. Hans Henrik Ramm var av en annen oppfatning. Han løp av sted, og kom tilbake med et ferdigskrevet innlegg, og et forslag. Vattekar tok mot til seg, gikk opp i salen og fremmet forslaget. Det gikk gjennom da to av posisjonens representanter hadde forlatt salen for å prioritere julehandel. Da Gullberg etter møtet skulle feire med en kopp kaffe, kom industriminister Bjartmar Gjerde bort og ga han en verbal overhøvling av de sjeldne.³³⁴

Utover den rent uformelle samfunnskontakten foregikk det også en semiformell samfunnskontakt. Gullberg forteller at Norsk Hydro prioriterte å invitere politikere på besøk til fabrikker og aluminiumsverk i utlandet. Det ga tid til å prate med beslutningstagere i en uforstyrret atmosfære. Turene var også populære blant stortingsrepresentantene. Gullberg husker at en tidligere formann i industrikomiteen ringte og spurte «hvor skal vi reise i høst?». Spesielt lurte han på om Norsk Hydro hadde noen fabrikker ved Adriaterhavet? Det hadde Odd Gullberg dessverre ikke, og kompromisset ble et besøk ved en fabrikk i Nederland.³³⁵ Statoil var også opptatt av å invitere beslutningstagere på tur. I så henseende var det en fordel å holde til i Stavanger. Selv om Oljehovedstaden ikke akkurat var Dubrovnik, falt det seg naturlig for prominente gjester å bli natten over. Da stilte Statoil selvfølgelig med middag. Arkivene viser at denne typen aktivitet økte etter at Willy Olsen tok over som informasjonssjef. Han var alltid involvert i alt fra å utarbeide program, til å plukke ut retter på menyen.³³⁶ Hvert år arrangerte Statoil også en middag for sentrale pressefolk.³³⁷

Det er blitt hevdet at både Norsk Hydro og Statoils informasjonsmedarbeidere skrev innlegg, merknader og forslag på vegne av stortingsrepresentanter.³³⁸ Tor Steinum bekrefter at dette var noe både han selv og Willy Olsen gjorde.³³⁹ Gunnar Berge opplevde det samme. Han sier at «mange stortingsrepresentanter setter stor pris på å få hjelp, da det er en veldig omfattende jobb. Noen var for eksempel ikke så flinke til å skrive. Willy var strålende til å

³³⁴ Historien forekommer også i Lie, 2005, s. 49, men utdypes i intervju med Odd Gullberg

³³⁵ Intervju med Odd Gullberg

³³⁶ Programmer, invitasjoner og korrespondanse vedrørende besøk fra Storting og regjering finnes det en rekke eksempler på i SPA arkivboks DI – 0556, Di – 0544 og Di- 0554

³³⁷ Invitasjon til årlig pressemiddag for 1984 finnes i SPA arkivboks Di - 0563

³³⁸ Se Lie, Aftenposten 2007, eller Kristiansen, 1990, s. 228

³³⁹ Intervju med Tor Steinum

skrive, og hjalp representantene gjerne. Slikt skapte tillit». ³⁴⁰ Da Willy Olsen sluttet i Statoil, ble han feiret under en samling på Forus. Her skal det ha blitt vist en film hvor Finn Kristensen sa at «Willy Olsen er den personen som har fått flest av sine meninger presentert fra Stortingets talerstol uten noensinne å ha stått der selv». ³⁴¹ I arkivene finnes det flere eksempler på at Statoil utstyrte stortingsrepresentanter med argumenter. ³⁴²

Dette viser hvordan både den uformelle og semiformelle kontakten med beslutningstagere blomstret på 1980-tallet. Vi ser at «legislative subsidies» ble et stadig viktigere verktøy for både Statoil og Norsk Hydro. Slik kunne selskapene først fremme forslag til vedtak, og deretter bidra til å underbygge ønsket utfall med kalkyler, utredninger og argumenter. Det var en avgjørende vending i Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt. Selv om både Arve Johnsen og Jens Christian Hauge tidligere hadde benyttet seg av «legislative subsidies», var denne aktiviteten rettet primært mot regjeringen, og avsenderne var formelle representanter. ³⁴³ I 1981 var det tydelig at Stortinget var den nye kamparenaen, og at soldatene ikke bar uniform. Samtidig viser det hvilken avgjørende driver konkurransen mellom Statoil og Norsk Hydro var for politiseringen av informasjonsarbeidet.

Ilandføringsspørsmålet

Arve Johnsen skriver at ingen beslutning om petroleumsvirksomheten kan måle seg med stortingsvedtaket om utbygging av Gullfaks, Heimdal og Statpipe. ³⁴⁴ I tiden før vedtaket var det store uenigheter om hvor Statpipe skulle ilandføres. Statoil ønsket ilandføring på Kårstø i Rogaland. Norsk Hydro ønsket Mongstad i Hordaland. Våren 1981 pekte regjeringen på Kårstø. Det var likevel kun et halvt år til stortingsvalget, og borgerlig side ledet på målingene. Om saken ble liggende over valget kunne det være i Norsk Hydros favør. ³⁴⁵

Lokaliseringssaker har spilt en betydelig rolle i norsk politikk. Finn Kristensen erindrer en gang Rolf Presthus og han selv stod bak i stortingssalen og ventet på at nok en

³⁴⁰ Intervju med Gunnar Berge

³⁴¹ Ibid.

³⁴² Eksempler på dette er blant annet brev fra KrFs Svein Alsaker til Willy Olsen i 1983 der han «takker for tilsendte dokumenter. Videre skriver han at han «som ny (og uerfaren) i industrikomiteen kan ha behov for hjelp og opplysninger. Korrespondanse finnes i SPA arkivboks Di – 0559. Et annet eksempel er brev fra Olsen til Rogaland Høyres Claus Feyling i sammenheng med ilandføringsspørsmålet der Olsen skriver at «I samtale med Henrik Ager Hansen skal du ha gitt utrykk for ønske om en argumentsamling. Jeg har utarbeidet et forslag hvor jeg ikke går inn i økonomiske vurderinger. Korrespondanse finnes i SPA arkivboks Di – 0556.

³⁴³ Se kapittel 2

³⁴⁴ Johnsen, 1990, s. 149.

³⁴⁵ Borchgrevink, 2019, s. 96

lokaliserings sak skulle avgjøres. De var skjønt enige om at hvis Vårherre skulle vende tilbake til jorden i nær fremtid, ville Stortinget umiddelbart ta stilling til lokaliseringen.³⁴⁶ Kampen om ilandføring ble en sak der Hordaland og Rogaland stod imot hverandre. Bak hver av partene lusket henholdsvis Statoil og Norsk Hydro, og trakk i trådene.³⁴⁷

For Statoil var det viktig å få lokalpolitikere i Rogaland til å stå opp for Kårstø-alternativet. I månedene før stortingsvedtaket hadde Statoil derfor en rekke møter med ordførere, velforeninger og lokalbefolkningen nær Kårstø. Her fortalte Statoil hva ilandføring ville bety for lokalsamfunnet. For å illustrere sendte Statoil formannskapene på Karmøy, i Tysvær og Haugesund for å se på gassterminalen i St. Fergus i Skottland.³⁴⁸ I tillegg matet man lokalpolitikere med argumenter og andre «legislative subsidies». Norsk Hydro gjorde det samme ovenfor politikere i Hordaland, og skal man tro Gunnar Berge, lyktes begge parter godt. Han minnes en voldsom oppmarsjering av lokalpolitikere på Stortinget. Samtidig foregikk en innbitt kamp mellom Hordaland- og Rogalandsbenken, også internt i partiene.³⁴⁹ Saken endte med en komfortabel seier til Kårstø-alternativet med stemmetallene 94-54.³⁵⁰

Både Statoil og Norsk Hydro førte kampen gjennom lokalpolitikere. Selv stod de for argumentasjonen og utredninger.³⁵¹ Statoil hevdet at Kårstø-alternativet var billigere enn Mongstad.³⁵² I tillegg var avstanden gassen måtte fraktes kortere ved Kårstø. Statoil mente videre at havneforholdene på Kårstø var bedre, og at en utbygging ved Mongstad var mer teknisk krevende.³⁵³ Norsk Hydro argumenterte med at ved å legge rørledningen lengre nord kunne den også få med seg gass fra Frigg og Oseberg, noe Kårstø-alternativet ikke gjorde.³⁵⁴

Dermed benyttet begge parter seg av politisk allmenngjøring, noe som er ansett som en av de viktigste strategiene innen lobbyisme. Poenget er å fremstille ens eget mål, i dette tilfellet ønsket ilandføringssted, som i alles interesse.³⁵⁵ Begge selskaper pekte på faktorer som kostnader, havneforhold og fleksibilitet, i tillegg til utviklingen av lokalmiljøene.

³⁴⁶ Intervju med Finn Kristensen.

³⁴⁷ Hadland, Norsk Oljemuseum, URL

³⁴⁸ Intervju med Håkon Lavik og Arve Johnsen. Den heftige møtevirksomheten knyttet til saken beskrives også i Statoil, 1986, s. 7-9.

³⁴⁹ Intervju med Gunnar Berge

³⁵⁰ Borchgrevink, 2019, s. 97

³⁵¹ Intervju med Gunnar Berge

³⁵² Beskrives i intervju med Håkon Lavik. Kommer også frem av Willy Olsens brev til stortingsrepresentant Claus Feyling som finnes i SPA arkivboks Di - 0556

³⁵³ Intervju med Håkon Lavik

³⁵⁴ Intervju med Hans Henrik Ramm

³⁵⁵ Allern et al. 2015 s. 238

Sannheten var egentlig en annen. Tidligere Statoildirektør, Jan Wennesland sier det kanskje best: «Beslutningen om å kjøre gass til Kårstø synes å være tatt ut fra lange og solide utredninger. Sannheten er at vi ikke ønsket at Hydro skulle få gassen inn til Mongstad»³⁵⁶

Den politiske allmenngjøringen fortsatte også etter at vedtaket var et faktum. Da gjennomførte Statoil en tydelig sjarmoffensiv i Tysvær kommune. Det inkluderte blant annet å ansatte en egen informasjonsmedarbeider ved Kårstø, og produsere en egen film om prosjektet.³⁵⁷ I tillegg ble ordførerne i området invitert til sammenkomster på Forus for diskusjoner om prosjektet og påfølgende middag.³⁵⁸ I en bok som ble sendt til alle husstander i Tysvær kommune rykket Statoil inn en annonse som avsluttes med setningen «Statpipe er kommet til Kårstø for å bli en del av lokalsamfunnet i fremtida».³⁵⁹

Den politiske kommunikasjonen var medvirkende til at Statoil fikk gjennomslag for ilandføring ved Kårstø. Det betyr imidlertid ikke at de var bedre i denne øvelsen enn Norsk Hydro. Arbeiderpartiet var for ilandføring på Kårstø, men opplevde utbrytere fra Hordaland. Flertallet i småpartiene var for Mongstad, men også her var det utbrytere. Flertallet i Høyre gikk inn for Kårstø fordi man konkluderte med at de to alternativene var like gode. Da fulgte man operatørens anbefaling.³⁶⁰ Trolig avgjorde nettopp det saken. Ilandføringsspørsmålet er likevel beskrivende for hvor langt dreiningen mot politisk kommunikasjon hadde kommet i Statoil høsten 1981: En lobbyvirksomhet som rettet seg både mot sentrale, lokale og regionale myndigheter var etablert. Gjennom utstrakt bruk av «legislative subsidies» og politisk allmenngjøring lyktes selskapet med å engasjere ulike krefter. Ved hjelp av strategisk PR bygde Statoil sterke og gode relasjoner til en rekke interessenter, med mål om gjennomslag.

Et siste statsrådsbesøk

Før kampen om ilandføringen utspant seg i Stortinget, hadde det foregått et spill i kulissene. Departementet og oljedirektoratet var motvillige til å vedta både ilandføringsprosjektet og Gullfaksutbygningen samtidig. De mente at Statoil tok seg vann over hodet. I 1980 ble Arvid Johanson ny olje- og energiminister. Johanson lyttet til embetsverket, og ønsket ikke å

³⁵⁶ Sitatet er hentet fra Borchgrevink, 2019, s. 139-140

³⁵⁷ SPA arkivboks Di - 0557

³⁵⁸ SPA arkivboks Di - 0556

³⁵⁹ Boka det siktes til handlet om Tysfjord kommune og ble utgitt av Stegaberg idrettslag i Tysvær. Annonsen var illustrert med bilde av to smågutter. Willy Olsen forklarer i korrespondanse at dette er ment som et symbol på at Statpipe ville «gi en ny tid for de som vokser opp i Tysvær og området rundt. At den nye virksomhet vil føre til nye muligheter for dem». Korrespondanse finnes i SPA arkivboks Di 0557

³⁶⁰ Intervju med Hans Henrik Ramm

innstille i begge saker samtidig. Da gikk Johnsen til statsminister Brundtland, og argumenterte for at vedtaket måtte på plass. Metoden var sedvanlig for Johnsen. Han skrev et A4-ark om saken, som han overleverte statsministeren, olje- og energiministeren og nøkkelpersoner på Stortinget. Etter et møte i samarbeidsutvalget mellom Arbeiderpartiet og LO kom det en ny setning inn i stortingsproposisjonen, som åpnet for å starte feltutbyggingen på Gullfaks, samtidig som man vedtok ilandføring ved Kårstø.³⁶¹ Gunnar Berge hevder at dette allerede var avklart mellom Brundtland og Johnsen før møtet i samarbeidsutvalget, men at man tok beslutningen der for å unngå at Johanson skulle føle seg overkjørt. LO var opptatt av de nye arbeidsplassene prosjektet kunne skape, og da kunne ikke Johanson si nei. Berge mener at Johnsen fryktet for utfallet om saken ble utsatt til etter stortingsvalget.

Da Stortinget hadde vedtatt utbyggingen av både Statpipe og Gullfaks, skulle Olje- og energidepartementet vurdere utbyggingsplanene nærmere før de ga endelig tillatelse. Tillatelsen ble gitt av Gro Harlem Brundtlands regjering den 9. oktober 1981, en måned etter at regjeringen hadde tapt stortingsvalget.³⁶² Da skulle regjeringen egentlig ha fungert som et forretningsministerium, men valgte likevel å gi godkjenningen i et av sine siste statsråd. På den ene siden var det ingen stor dramatik knyttet til et slikt vedtak. Stortinget hadde sagt sitt, og regjeringen hadde dermed ryggdekning for å gi den formelle tillatelsen. På den andre siden skal et forretningsministerium kun ta seg av de løpende forretninger i påvente av at den nye regjeringen tiltrer. Dermed ville det ikke vært unaturlig å la en slik sak ligge frem til en ny regjering var på plass. En nærliggende konklusjon er at regjeringen Brundtlands godkjenning av utbyggingsplanene i oktober 1981 var ukontroversiell, men likevel ikke tilfeldig. Flertallet bak stortingsvedtaket var tverrpolitisk. Derfor er det tvilsomt om en ny regjering ville omgjort det. Likevel kan godkjenningen fremstå som et godt eksempel på mistilliten som hersket i oljepolitikken mellom Høyre og Arbeiderpartiet, og indirekte Norsk Hydro og Statoil. I tillegg viser det hvordan Arve Johnsen videreførte sin særegne måte å jobbe på, også etter at informasjonsarbeidet ble mer politisert under Willy Olsen. Dermed overtok ikke lobbyvirksomheten rettet mot Stortinget for aktiviteten Johnsen hadde drevet mot regjeringen. Den kom i tillegg. Samtalene med statsminister Brundtland høsten 1981 skulle imidlertid markere en brå slutt for Johnsens jevnlige besøk i regjeringskvartalet. Den 14. oktober 1981 ble Høyres Kåre Willoch utnevnt til statsminister i Norge.

³⁶¹ Johnsen, 1990, s. 48

³⁶² Intervju med Gunnar Berge. Underbygges i intervju med Harald Norvik

Willoch kvesser saksa

Willochs inntog i regjeringskontorene sammenfalt ironisk nok med at Statoil for første gang utbetalte utbytte til staten.³⁶³ Kåre Willoch hadde allerede før han overtok som statsminister vært kritisk til Statoil. Han mente at Statoil ikke fulgte opp sine forpliktelser overfor Stortinget og at Høyre var forhindret fra å yte innflytelse over selskapet, fordi Arbeiderpartiet hadde plassert sine politikere i selskapets viktigste funksjoner. Han var frustrert over selskapets fordeler på sokkelen og han irriterte seg over Statoils informasjonsavdeling. I ettertid har han beskrevet denne som «stor og profesjonell, før det var vanlig i norske bedrifter å satse noe særlig på slikt». Han mente informasjonsavdelingen bidro til å «bygge opp myten om Statoils fabelaktige dyktighet og vellykkethet». Han kritiserte Arve Johnsens evne til å godsnakke med politikere, og mente at næringslivet ikke hadde noe annet valg enn å danse etter Statoils pipe.³⁶⁴ «Den handlekraftige og visjonære Arve Johnsen [gjorde Statoil til] en kombinasjon av forretning, forvaltning, politisk organ og propagandamaskin» oppsummerte Willoch i 2002.³⁶⁵ Selv snakket han usedvanlig godt med Generaldirektøren i Norsk Hydro.³⁶⁶

Høyres valgprogram gikk kraftig til angrep på Statoil, noe som ble et viktig tema i valgkampen 1981. Willoch følte derfor at han hadde et tydelig mandat til å igangsette arbeidet med en reform av Statoil.³⁶⁷ Willoch utnevnte Terje Osmundsen til sin personlige sekretær, og mannen bak Høyres oljepolitiske motmelding, Hans Henrik Ramm ble statssekretær i Olje- og energidepartementet. De to ble kjent som henholdsvis Willochs veskebærer, og Willochs lommekalkulator. Som olje- og energiminister falt valget på tidligere nestformann i Statoils styre, Vidkunn Hveding. Willoch skriver at «i Vidkunn Hveding hadde vi fått en Olje- og energiminister med et skarpt blikk for de fristelser og problemer som Statoils privilegier innebar, og den personlige integriteten til å stå imot majoritetens overtro».³⁶⁸

I ni år hadde Arve Johnsen spasert rett inn til olje- og energiministeren. Om det ikke hjalp, tok han heisen opp til statsministeren. Kort tid etter regjeringsovertagelsen ba Arve Johnsen om et møte med Hveding. Da Johnsen ble kalt inn på kontoret, introduserte

³⁶³ Johnsen, 1990, s. 156

³⁶⁴ Willoch, 1990, s. 284-289

³⁶⁵ Willoch, 2002, s. 431-436

³⁶⁶ Se Lie, 2005, s. 20-33

³⁶⁷ Willoch, 1990, s. 284-289

³⁶⁸ Ibid. s. 287

statsråden ham for byråkratene og politisk ledelse i departementet. Disse hadde Johnsen gått rett forbi i årevis. Det tok lang tid før Johnsen kom på besøk igjen.³⁶⁹ Det var nye tider.

Allerede i februar 1982 fattet regjeringen vedtak om at operatøransvaret på Oseberg skulle overføres fra Statoil til Norsk Hydro. Statoil ble informert om beslutningen via en pressemelding fra NTB. Johnsen skriver at han og Henrik Ager Hansen dagen før vedtaket hadde et møte med Hveding. Johnsen hadde som vanlig med seg en A4-side som argumenterte for hvorfor man burde utsette operatørskiftet. Johnsen skriver at «Statsråden virket ikke særlig interessert i våre argumenter». Tilslutt ble Johnsen og Ager Hansen bedt om å gå. Hveding hadde et viktig møte med Norsk Hydro.³⁷⁰ Regjeringen trakk også tilbake Brundtland-regjeringens proposisjon om å gi Statoil operatørskapet på Troll, og stanset den planlagte overføringen av operatørskapet ved Staffjord.³⁷¹ Likevel var det et lyspunkt å spore: Statoils trofaste støttespiller Arne Rettedal ble utnevnt til Willochs kommunalminister.

I mars 1982 nedsatte regjeringen et utvalg under ledelse av tidligere stortingsrepresentant fra Rogaland Høyre, Gunnar Hellesen, som skulle se på statens rolle i olje- og gassvirksomheten. Willoch skriver at regjeringen oppfattet at valgseieren ga dem et tydelig mandat til å sette klare mål og rammer for utvalgets arbeid. Det skulle ikke være tvil om at utvalgets oppgave var å foreslå en reform av Statoil.³⁷² Dette førte til at Hellesen trakk seg som leder for utvalget, etter samtale med Arve Johnsen.³⁷³ Det er nærliggende å tro at Høyre regjeringen valgte Hellesen ut fra strategiske årsaker. Først og fremst at han var fra Rogaland, slik Hanisch og Bould argumenterer for. Regjeringen håpet at en omorganisering ville være enklere å svelge for kyst-Høyre om en vestlending førte an.³⁷⁴

Jens Christian Mellbye overtok lederskapet i utvalget, som dermed ble hetende «Mellbyeutvalget». Det la frem sin innstilling i februar 1983. Utvalget foreslo en rekke tiltak for å begrense Statoils makt og økonomiske vekst. Det viktigste var å dele Statoils eierandel i eksisterende felt i to, og at den ene skulle tilfalle av staten. Det samme skulle gjelde i fremtidige tildelinger. Utvalget foreslo videre å utbalansere Statoils makt i lisensene gjennom nye stemmereglene. I tillegg ble det foreslått tiltak for å styrke Saga og Norsk Hydro.³⁷⁵

³⁶⁹ Historien forekommer i Borchgrevink, 2019. Utdypes i intervju med Hans Henrik Ramm.

³⁷⁰ Johnsen, 1990, s. 175-176

³⁷¹ Lerøen, 2002, s. 73-74

³⁷² Willoch, 1990, s. 289

³⁷³ Johnsen, 1990, s. 180 samt Intervju med Håkon Lavik

³⁷⁴ Bould og Hanisch, 2001, s. 8

³⁷⁵ Krogh, 1997, s. 45-46

Mellbyeutvalgets innstilling var en krigserklæring mot Statoil. Den friheten som ble kjempet gjennom av Jens Christian Hauge under vedtektsstriden, var nå under angrep. Det samme gjaldt privilegiene og eiendelene som selskapet møysommelig hadde opparbeidet seg. Statoil sto ovenfor en eksistensiell krise. Alle andre saker som opptok selskapet bleknet i møte med denne. Statoil rigget seg for en krig med Willoch, der politisk kommunikasjon var det viktigste våpenet. Før Mellbyeutvalget la frem sin innstilling, gikk Senterpartiet og KrF inn i det som ble en flertallsregjering. KrFs Kåre Kristiansen avløste Hveding som olje- og energiminister. Dermed var Willoch avhengig av mellompartiene for å vingeklippe Statoil.

Parkveiens venner

Tidlig i mitt arbeid kom jeg over «Parkveiens venner». Denne høyst uformelle gruppen besto av Høyres Arnljot Norwich, Senterpartiets Reidar Due og Arbeiderpartiets Finn Kristensen. Alle tre satt i industrikomiteen, som henholdsvis leder, nestleder og sekretær.³⁷⁶ Et fjerde medlem var KrFs Svein Alsaker.³⁷⁷ Navnet kom av at de fire hadde stortingsleiligheter i samme blokk i Parkveien. Gruppen ble døpt av Jo Benkow da en gjeng stod ved vinduet i stortingssalen under et kveldsmøte. Da Due, Alsaker, Norwich og Kristensen kom ut av døra på Løvebakken sa Benkow: «følg godt med på hva som skjer de nærmeste dagene og ukene. For her ser du Parkveiens venner på vei hjem, for å avklare noen viktige standpunkter». «Han var jo inne på noe der», forteller Kristensen: «Vi diskuterte oss ofte frem til fornuftige løsninger. På enkelte områder, særlig når det gjaldt å bygge opp Statoil som selskap var vi ofte enige».³⁷⁸ Arve Johnsen omtaler de fire som «en firerbande i god forstand».³⁷⁹

At «Parkveiens venner» fant sammen i et ønske om å utvikle Statoil er ikke så rart. Arnljot Norwich var tidligere ordfører i Harstad, hvor Statoil åpnet sitt første kontor utenfor Stavanger. Han hadde i sin tid som ordfører mye kontakt med Per Kotte, og Statoil var en viktig arbeidsgiver i hans valgdistrikt.³⁸⁰ Det samme gjaldt nord-trønderen Reidar Due. Kotte hadde god kontakt med Senterpartiet i Nord-Trøndelag og Aker Verdal, som var en stor arbeidsgiver i regionen, fikk mange viktige kontrakter fra Statoil. Tidligere hadde Due vært

³⁷⁶ Stortinget.no, URL med oversikt over medlemmene av Energi og miljøkomiteen i perioden 1981-1985

³⁷⁷ Gro Harlem Brundtland omtaler gruppen som «Parkveien gutta» i Brundtland, 1997 s. 390. I intervju har blant andre Arve Johnsen, Håkon Lavik og Finn Kristensen referert til denne gruppen som «Parkveiens venner».

³⁷⁸ Intervju med Finn Kristensen

³⁷⁹ Intervju med Arve Johnsen

³⁸⁰ Norwich hadde god kontakt med Statoil. Et eksempel er da Statoils styre skulle gjennomføre en befarings på baseområdet i Harstad i 1981. Da inviterte de stortingsrepresentant Norwich på middag som eneste gjest. Middagsinvitasjon sendt fra Jacob S. Middelthun på vegne av Finn Lied finnes i SPA arkivboks Eaf - 0068

kritisk ovenfor Statoil, men dette endret seg utover 1980-tallet.³⁸¹ Alsaker kom fra Hordaland, hvor Statoil også hadde virksomhet. Kristensen var Arbeiderpartiets fremste oljepolitiker og hadde derfor tett kontakt med Statoil. I tillegg var han innvalgt fra Telemark hvor Statoil var involvert i petrokjemisk industri. Strategien om å vinne lokalmiljøene hvor Statoil var tilstede gjennom å regionalisere informasjonsvirksomheten bar frukter.

På spørsmål om hvordan kontakten med «Parkveiens venner» foregikk, svarer Arve Johnsen at «de ble bearbeidet jevnlig og nært av meg, Willy og andre fagfolk vi hadde med oss».³⁸² Selv om Parkveiens venner hadde gode grunner til å stå opp for Statoil viser gruppens fremvekst samtidig hvor effektivt Statoils politiske kommunikasjon var blitt utover 1980-tallet. Gjennom å identifisere stortingsrepresentanter som hadde likelydende interesser som Statoil, og sette disse i kontakt med hverandre, kunne man skape vinn-vinn-situasjoner. Det kjennetegner lobbyvinnere.³⁸³ Gjennom det Johnsen omtaler som «jevnlig bearbeiding» klarte Statoil å bygge lojaliteter, tillit og en felles forståelse. Deretter kunne selskapet fore de fire med «legislative subsidies», som de kunne ta med seg inn i partigrupper, industrikomiteen og i møte med journalister. «Parkveiens venner» var også nøkkelpersoner i kampen mot omorganiseringen. Håkon Lavik forteller at det var Willy Olsen som arbeidet mest med dette spørsmålet.³⁸⁴ Det all grunn til å tro at han pratet jevnlig med «Parkveiens venner». I tillegg hadde Arve Johnsen fortsatt gode kontakter i regjeringen.³⁸⁵ Foruten Arne Rettedal, var Senterpartiets landbruksminister Finn T. Isaksen også en nær støttespiller. Han hadde tidligere vært styremedlem i Statoil.³⁸⁶

Vingeklippingen

Under høringsrunden tilknyttet Mellbyeutvalgets innstilling kjempet regjeringen og Statoil om å få flest høringsinnspill på sin side. Når Hans Henrik Ramm reflekterer over situasjonen, sier han at «vanligvis er det høringsinstansene som skal påvirke regjeringen. I dette tilfellet var det snarere regjeringen og Statoil som prøvde å påvirke høringsinstansene». Han minnes

³⁸¹ Borchgrevink, 2019, s. 132

³⁸² Intervju med Arve Johnsen

³⁸³ Allern et al. 2015, s. 235

³⁸⁴ Intervju med Håkon Lavik

³⁸⁵ Et godt eksempel på dette finner vi når Johnsen fikk vite at Vidkunn Hveding var innstilt som nytt styremedlem i Statoil etter Finn Lied i 1984. Da ringte han umiddelbart Isaksen og Rettedal som dagen etter tok saken opp med Kåre Willoch. Historien gjengis i Johnsen, 1990, s. 229-231

³⁸⁶ Intervju med Hans Henrik Ramm samt Borchgrevink, 2019, s. 133. Bekreftes også av Arve Johnsen i Johnsen, 1990, s. 221

en situasjon der han og Willy Olsen møttes i heisen hos Industriforbundet. Olsen skulle ned og Ramm skulle opp.³⁸⁷ Etter at forslaget fra Mellbyeutvalget kom på bordet, dukket det også opp et nytt punkt i programmene under politikerbesøk hos Statoil: «Konsekvenser av Mellbyeutvalget».³⁸⁸ Samtidig er det tydelig at Statoil ikke så seg tjent med å gå i åpen konflikt med regjeringen. På spørsmål om hvordan Statoil brukte pressen for å påvirke prosessen, sier daværende pressetalsmann Håkon Lavik at de kun snakket med journalister på «bakgrunn».³⁸⁹ Finn Kristensen og Reidar Due tordnet mot utvalgets forslag fra Stortingets talerstol. Samtidig tippet fagforeninger og næringsinteresser opp på statsrådets kontor, og snakket Statoils sak.³⁹⁰ Mange års arbeid med å bygge ambassadører ga uttelling.

Da regjeringen våren 1984 behandlet saken, innså Arne Rettedal og Finn T. Isaksen at en omorganisering var uunngåelig. Det samme gjorde Finn Kristensen og Gunnar Berge, noe de formidlet til Statoilledelsen.³⁹¹ Gunnar Berge sier at «dialogen med Statoil var vanskelig. Arve Johnsen var fly forbanna, og ønsket ikke kompromiss i det hele tatt. Vi handlet ut ifra hva vi mente var i Statoil interesse, men også for å sikre en stabil oljepolitikk».³⁹² Tilslutt innså Johnsen alvoret. Å unngå en omorganisering var ikke et oppnåelig mål. Da måtte man finne et nytt. Konklusjonen ga seg selv: «Det sentrale for Statoil var å holde Statfjord utenfor. Arve Johnsen sa til oss at dette stod om Statoils overlevelse», erindrer Gunnar Berge.³⁹³

Når det politiske målet var definert, opererte Statoil som en veloljet lobbymaskin. Argumentene var at Statfjord allerede var i drift, og at selskapet derfor burde kunne anta at konsesjonsvilkårene ikke skulle gis tilbakevirkende kraft. I tillegg ble det vist til at Statoil var i en prosess der man ønsket å overta operatørskapet på Statfjord, noe som kunne bli vanskelig om deres rolle ved feltet ble redusert.³⁹⁴ Mantraet fra Statoils allierte var at Statfjord var smertegrensen for hva Statoil kunne miste, og fortsatt ha en fremtid.³⁹⁵ Selv om argumentet ikke bet på de mest ihuga vingeklipperne, så var hverken mellompartiene, opposisjonen eller kyst-Høyre interessert i å gamble med Statoil overlevelse. Ifølge Hans Henrik Ramm var det derfor avklart internt i regjeringen før forhandlingene med Arbeiderpartiet at Statfjord skulle

³⁸⁷ Intervju med Hans Henrik Ramm

³⁸⁸ Dette fremkommer blant annet i program for besøk fra Norge industriforbund og besøk fra olje og energiminister Kåre Kristiansen i SPA arkivboks Di -0546

³⁸⁹ Intervju med Håkon Lavik. Pekes også på at Statoil holdt en lav profil i Krogh, 1997 s. 46.

³⁹⁰ Borchgrevink, 2019 s. 130

³⁹¹ Ibid. s. 131

³⁹² Intervju med Gunnar Berge

³⁹³ Ibid.

³⁹⁴ Johnsen, 1990, s. 220

³⁹⁵ Borchgrevink, 2019, s. 133

holdes utenfor reformen. Det måtte til for å sikre støtten til Isaksen, Rettedal og Kristiansen, samt deres bakland, Norwich, Due og Alsaker. De holdt imidlertid tett om dette under forhandlingene med Arbeiderpartiet, slik at det skulle oppleves som en seier.³⁹⁶ Dermed var allerede det meste avgjort da Gunnar Berge og Finn Kristensen gikk til Gro Harlem Brundtland, og ba henne invitere Willoch til forhandlinger om oljepolitikken. Kompromisset som oppstod i kjølvannet av disse forhandlingene hadde dermed lite å si for utfallet. Statoil hadde allerede avgjort saken gjennom en kraftig politisk ressursmobilisering.

Var Statoil fornøyd med kompromisset? «Sånn passe», sier Håkon Lavik.³⁹⁷ «Det var brukbart», sier Arve Johnsen.³⁹⁸ Hans Henrik Ramm sier at «de var nok ikke fornøyd med noe som helst», og legger til at «men det var jo viktig for dem at de fikk beholde Statfjord». Selv hevder Ramm at Høyre var svært fornøyde med reformen.³⁹⁹ Likevel tenker han nok i sitt stille sinn at man gjerne skulle ha klippet Statoils vinger litt lengre inn, i hvert fall om vi skal tro Kåre Willoch.⁴⁰⁰ Kampen om Statfjordfeltet var imidlertid alt annet enn over.

Slaget om Statfjord

I utvinningstillatelsen ved Statfjordfeltet stod det at staten hadde opsjon til å overta som operatør ved feltet ti år etter at det ble erklært for drivverdig. Denne rettigheten ble senere overført til Statoil. I 1984 hadde ti år gått, og Statoil var forberedt på å overta operatørskapet.⁴⁰¹ Likevel varierte forståelsen av avtalen. Karl-Edwin Manshaus hevder at klausulen i utvinningstillatelsen kun skulle benyttes dersom Mobil opererte i strid med norske myndigheters interesser. En slik klausul ville da fungere som en nødutgang. Han mener at dette var den rådende forståelsen i Olje- og energidepartementet.⁴⁰² Arve Johnsen hevder på sin side at det var han som under styrebehandlingen av utvinningstillatelsen foreslo at det burde legges inn en klausul om operatørskifte. Han sier at departementet ble forbauset over forslaget, og at han selv fremforhandlet avtalen med Mobil.⁴⁰³ Det er tydelig at det ikke fantes noen felles forståelse av hva klausulen innebar.

Som vi har sett, trakk Willoch-regjeringen tilbake stortingsmeldingen om

³⁹⁶ Se Borchgrevink, 2019, s. 133. Utdypet i intervju med Hans Henrik Ramm

³⁹⁷ Intervju med Håkon Lavik

³⁹⁸ Intervju med Arve Johnsen

³⁹⁹ Intervju med Hans Henrik Ramm

⁴⁰⁰ Willoch, 1990, s. 293

⁴⁰¹ Borchgrevink, 2019, s. 127

⁴⁰² Intervju med Karl-Edwin Manshaus

⁴⁰³ Intervju med Arve Johnsen.

overdragelse av operatørskapet i 1981. I 1983 kom spørsmålet opp i sammenheng med behandlingen av §10 planen for påfølgende år. I energi- og industrikomiteen endte flertallet, under ledelse av «Parkveiens venner», med å vedta en innstilling om at operatørskiftet skulle finne sted så raskt som mulig, mot regjeringens vilje. En slik innstilling var politisk sprengstoff. Det hele endte med at Willoch selv tok turen til Stortinget, og fikk skrevet om innstillingen. Kompromisset var å utsette saken ett år.⁴⁰⁴

Slik ble det, og saken kom opp ved behandlingen av §10 planen for 1975. Oljedirektoratet og embetsverket mente fortsatt at en rekke forutsetninger ikke var oppfylt. Mobil selv kunne strekke seg til å overlate operatørskapet til Statoil i 1995, og argumenterte med den miljømessige og økonomiske sikkerheten på feltet.⁴⁰⁵ Krefter som Hans Henrik Ramm og Karl-Edwin Manshaus ønsket ikke operatørskifte i det hele tatt. Regjeringen samlet seg om å foreslå at operatørskiftet skulle finne sted den 1. januar 1990. Arne Rettedal, som ellers var svært positiv til Statoil, var forsiktig i spørsmålet om operatørskifte. Han hadde ansvar for sikkerheten til arbeiderne på feltet. Finn T. Isaksen argumenterte imidlertid sterkt for å overføre operatørskapet så raskt som mulig. I ryggen hadde han Senterpartiets stortingsgruppe, under ledelse av Reidar Due.⁴⁰⁶ Da regjeringen forhørte seg med sine stortingsgrupper om de kunne godta overføring 1. januar 1990, svarte Senterpartiet nei. Reidar Due stilte seg på bakbeina. Dermed var det ikke flertall for regjeringens forslag, og den hadde ikke noe annet valg enn å fastslå at opsjonen skulle benyttes så raskt som mulig, med hensyn til sikkerhet og operasjon, mellom 1987 og 1989. Statoil overtok operatørskapet ved Statfjordfeltet den 1. januar 1987.⁴⁰⁷

Hans Henrik Ramm og Karl-Edwin Manshaus peker på operatørskiftet som selve kroneksemplet på at Statoil fikk betalt for å ha bygget opp en sterk informasjonsavdeling.⁴⁰⁸ Det er vanskelig å hevde noe annet. Det finnes ikke mange eksempler på at et statseid selskap har fått gjennomslag for sine ønsker, når en flertallsregjering, ansvarlig departement og direktorat har ment det motsatte. Statoil jobbet i mange år med operatørskiftet. Toril Bakka husker at Arve Johnsen helt fra hun ble ansatt i selskapet pratet om operatørskiftet. Metaforen han brukte var at Mobil var kjørelærer, og Statoil var eleven. En dag skulle Statoil

⁴⁰⁴ Lavik, Norsk Oljemuseum, s. 75-76. Hans Henrik Ramm bekrefter hovedtrekkene i historien i intervju

⁴⁰⁵ Willoch, 1990, s. 294

⁴⁰⁶ Ibid. s. 296

⁴⁰⁷ Borchgrevink, 2019, s. 134

⁴⁰⁸ Intervju med Hans Henrik Ramm og Karl-Edwin Manshaus. Ramm gir uttrykk for det samme i Borchgrevink, 2019, s. 134

selv ta over styringen.⁴⁰⁹ Allerede i 1978 konkluderte et internt Statoil-dokument med at alle nødvendige avklaringer og beslutninger for overtagelse av operatørskapet burde foreligge i løpet av året. Samme år opprettet Statoil en prosjektgruppe som jobbet med saken. Den ble ledet av Martin Bekkeheien. Statoils styre ble jevnlig oppdatert på gruppens arbeid.⁴¹⁰ Våren 1981 ble muligheten for å legge frem operatørskiftet i sammenheng med saken om Statpipe og Gullfaks drøftet med regjeringen. Arve Johnsen argumenterte sterkt for dette, men Arvid Johanson valgte å utsette saken. Da Willoch-regjeringen trakk tilbake meldingen om operatørskifte, forsterket Statoil gruppen rundt Bekkeheien, og man fokuserte på å dokumentere hvorfor det var formålstjenlig med et operatørskifte.⁴¹¹ Dermed hadde Statoil i mange år jobbet strategisk og målrettet for å få på plass et operatørskifte. Willy Olsens informasjonsavdeling hadde utarbeidet politisk allmenngjort argumentasjon basert på norsk oljenasjonalisme, og deretter spredt det glade budskap.⁴¹² Det er all grunn til å tro at saken ble løftet i både formelle og uformelle fora. Både på Forus, på Stortinget, i regionskontorene og i samtaler med verftsneringen, lokalpolitikere og fagforeningspamper. Når ting ble satt på spissen hadde Statoil bygget opp så mye lojalitet hos sine støttespillere at Reidar Due satte foten ned mot regjeringens forsøk på å utsette overdragelsen. Statoil hadde lykket med å skape gode forbindelser til sine omgivelser. Mobil hadde en motoffensiv like før operatørskiftet ble vedtatt, men kom til kort. Både fordi de ikke forstod norske forhold, men også fordi de var alt for sent ute.⁴¹³ Statoil hadde foret sine allierte med «legislative subsidies» og argumenter om hvorfor operatørskiftet var viktig i årevis. Dermed står vi ovenfor et svært godt koordinert eksempel på vellykket politisk kommunikasjon. Statoil tok de fleste tangenter i bruk, og var bedre forberedt enn både amerikanerne og Willoch. Med seieren i slaget om Statfjord nådde nivået av politisk kommunikasjon i Statoil et høydepunkt som man aldri skulle se igjen.

⁴⁰⁹ Intervju med Toril Bakka

⁴¹⁰ Johnsen, 1990, s. 122-124

⁴¹¹ Ibid. s. 102-165

⁴¹² Borchgrevink 2019, s. 132-136.

⁴¹³ Ibid. s. 128-129

6. Oppsummering og konklusjon

Problemstillingen denne oppgaven har forsøkt å besvare er hvorfor Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt i perioden 1972-1984 gikk fra å være preget av tradisjonelle pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder til å fokusere stadig mer på politisk kommunikasjon. I de foregående kapitlene har jeg beskrevet og analysert denne utviklingen. Jeg vil nå oppsummere mine funn, og konkludere i spørsmålet om hvorfor utviklingen fant sted, og hvilke konsekvenser den hadde for selskapet.

Etter opprettelsen av Statoil ble politisk påvirkning raskt et viktig område for selskapet, men det tok tid før dette arbeidet ble systematisert.⁴¹⁴ Arne H. Halvorsen bygde selskapets informasjonsavdeling på et fundament av pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder. Informasjonen skulle være åpen og sannferdig. Statoil skulle være folkets lærer, og sokkelens pressekontor. De ansatte var journalister og Halvorsen var redaktør. Hans visjoner og arbeidsmåter stemmer godt overens med lærebøkene for journalister fra 1970-tallet. Dette kom blant annet til uttrykk ved at Halvorsen og Arve Johnsen møttes i en visjon om at Statoil skulle lære det norske folk om oljeindustrien. De to var overbevist om at kunnskap ville øke oppslutningen om Statoil. Ved hjelp av tidsskrifter, video og fotografier skulle budskapet forkynnes. På samme måte ønsket Statoil å spre kunnskap om selskapet blant myndighetspersoner, beslutningstagere og journalister. Dette arbeidet bar mer preg av å være en pedagogisk øvelse enn strategisk politisk kommunikasjon. Arve Johnsens påvirkningsarbeid ovenfor regjeringen skiller seg ut i så måte.

Et vendepunkt var kommunikasjonsarbeidet som ble gjennomført i sammenheng med ilandføringsprosjektet på Sotra. Her arbeidet informasjonsavdelingen for å engasjere lokal- og fylkespolitikere, samt lokalbefolkningen, ved hjelp av både strategisk PR og klassisk lobbyisme. Statoil serverte de lokale aktørene argumentene i form av «legislative subsidies», før de ble sendt på frierferd til Oslo. Grunnen til at Statoil igangsatte prosjektet på Sotra var ønsket om å få kontroll over nye deler av næringskjeden.⁴¹⁵ Dermed kan vi fastslå at ønsket om ekspansjon og vertikal integrasjon var en viktig drivkraft for å starte utviklingen i retning av å politisere informasjonsarbeidet. Dette ønsket utviklet seg frem mot 4. konsesjonsrunde til en konkurranse med Norsk Hydro.

Likevel klarte aldri Arne H. Halvorsen å bli en strategisk informasjonsleder med fokus

⁴¹⁴ Se kapittel 2

⁴¹⁵ Se kapittel 3

på politisk kommunikasjon. Hans normer og interesser befant seg i journalistikken. Selv om det er lett å avskrive Halvorsen som en naiv idealist, må man huske på at han holdt fast ved sine idealer fordi han trodde de ville gi best resultater for Statoil. Da informasjonsavdelingen ble omorganisert i 1977/1978, viste Halvorsen derfor motvilje mot endringer, og ønsket å beholde redaksjonen som ideal. Samtidig ble Arve Johnsen stadig mer usikker på hvor han hadde Arbeiderpartiet, og hva som ville skje derom de borgerlige partiene fikk makten. Behovet for politisk kommunikasjon økte, og Johnsen opplevde ikke at det pedagogiske prosjektet han og Halvorsen hadde vært samlet om bar de nødvendige fruktene. Dette førte samlet sett at Arve Johnsen besluttet å sette Halvorsen til side i 1979.⁴¹⁶

Det kan se ut som om Halvorsens periode som informasjonssjef i Statoil var blottet for utvikling i retning av politisk kommunikasjon. Det stemmer ikke. Under hans ledelse igangsatte Statoil arbeidet på Sotra og senere regionaliseringen av informasjonsarbeidet. Per Kotte ble ansatt ved Harstad-kontoret av Halvorsen. Kotte var ikke bare den første informasjonsmedarbeideren utenfor Stavanger. Han var også den første som ble ansatt med bakgrunn fra politikken. Hans oppgaver var å drive med relasjonsbygging og strategisk PR.⁴¹⁷ Dermed ble flere av milepælene i utviklingen mot et mer politisert informasjonsarbeid nådd på Halvorsens vakt. Likevel hverken ønsket eller evnet han å sette i gang den typen eksplisitt lobbyisme som ble vanlig senere. I hans periode var det Statoils ønske om ekspansjon som drev behovet for mer politisk kommunikasjon. Gradvis tok konkurransen med Norsk Hydro over som den drivende kraften for politiseringen av informasjonsarbeidet. Et resultat av dette var at informasjonsarbeidet ble regionalisert. Arve Johnsen kjente Norsk Hydro godt. Han visste at «Hydropartiet» var Stortingets største. Etter modell fra Norsk Hydro etablerte Statoil et mål om å vinne politisk støtte i kystsamfunnene der de var til stede, og dermed også blant leverandørindustrien, fiskerinæringen, fagforeningene og lokalpolitikerne.⁴¹⁸

For å lykkes med det ble Willy Olsen ansatt som informasjonssjef i 1980. Han innledet et tett og fortrolig samarbeid med Arve Johnsen. Olsen gjennomførte en rekke endringer i informasjonsavdelingen, som gjorde det mulig å jobbe mer strategisk og politisk. Det inkluderte større grad av arbeidsfordeling, eksklusive innsalg til pressen og et tydeligere politisk fokus. Den nye strukturen var mer fleksibel enn redaksjonen til Halvorsen, noe som gjorde det mulig for Olsen å være mye tilstede i Oslo og drive lobbyvirksomhet. Det gjorde

⁴¹⁶ Se kapittel 4

⁴¹⁷ Ibid.

⁴¹⁸ Ibid.

han side om side med Norsk Hydros Odd Gullberg, som hadde holdt på slik siden 1973. Det er nok et tegn på at konkurranseforholdet mellom de to største norske oljeselskapene var en viktig driver for politiseringen av informasjonsarbeidet. At Norsk Hydro få år senere ansatte Tor Steinum som pressetalsmann, etter inspirasjon fra Olsens tydelige arbeidsdeling i Statoil, viser at denne påvirkningen gikk begge veier.⁴¹⁹

Ilandførings spørsmålet illustrerer at både Statoil og Norsk Hydro hadde systematisert og profesjonalisert sitt arbeid med politisk kommunikasjon ved inngangen til 1980-tallet. Gjennom å utstyre lokalpolitikere med argumenter, forslag og kalkyler, forsøkte hvert av selskapene å overbevise stortingsflertallet om at sin løsning var mest samfunnsnyttig. Begge parter lyktes godt. Likevel er det vanskelig å se for seg at innsatsen hadde noen avgjørende betydning for utfallet av saken. Frem til 1981 var rivaliseringen med Norsk Hydro den viktigste driveren for at Statoils informasjonsarbeid utviklet seg i retning av politisk kommunikasjon.

Høyre hadde lenge vært kritiske til Statoil. Mot slutten av 1970-tallet materialiserte denne misnøyen seg i et ønske om å omorganisere selskapet. Høyres angrep på Statoil ble en gradvis viktigere driver for politiseringen av informasjonsarbeidet. Etter regjeringsskiftet i 1981 tok imidlertid kampen mot Willoch over som den altoverskyggende driveren. Statoil måtte kjempe for sin overlevelse, noe som etterhvert førte til at selskapets arbeid med informasjon og samfunnskontakt ble gjennompolitisert. Friheten som Jens Christian Hauge hadde kjempet frem stod i fare. Det samme gjorde møysommelig oppbygde verdier og privilegier. Regjeringsskiftet markerer dermed overgangen til en krigsmentalitet der politisk kommunikasjon var Statoils fremste våpen.

Fra 1981 til 1984 handlet derfor det meste om politisk kommunikasjon. Det kom til uttrykk gjennom utstrakt bruk av lobbyvirksomhet og strategisk PR. Krigsmentaliteten som preget selskapet førte til at Statoil i 1984 nådde det absolutte høydepunktet hva gjaldt politisk kommunikasjon. Ironisk nok ble dermed Kåre Willoch den fremste driveren for utviklingen av den politiske kommunikasjonen i Statoil som han selv foraktet.⁴²⁰

For å konkludere i problemstillingens første spørsmål: Hvorfor utviklet Statoils arbeid med informasjon og samfunnskontakt i perioden 1972-1984 seg fra å være preget av tradisjonelle pressenormer og redaksjonelle arbeidsmetoder til å fokusere stadig mer på

⁴¹⁹ Se kapittel 5

⁴²⁰ Ibid.

politisk kommunikasjon? Det fremstår tydelig at politisk kommunikasjon ble et viktig verktøy for å oppfylle Statoils mål om ekspansjon og vertikal integrasjon på midten av 1970-tallet. Dermed skjøt utviklingen fart, noe som eksemplifiseres godt ved ilandføringsprosjektet på Sotra. Deretter tok konkurransen med Norsk Hydro stadig mer over som den drivende faktoren. Her er regionaliseringen av informasjonsarbeidet og fjerde konsesjonsrunde gode eksempler på en rivalisering, som nådde toppen i sammenheng med ilandføringsspørsmålet. Frem mot valget i 1981 tok kampen for selskapets frihet og privilegier, og imot Willochs vingeklipping, stadig over som drivende faktor. Den utviklet seg etterhvert til en altoverskyggende krigsmentalitet der all kommunikasjon ble politisk kommunikasjon frem mot 1984. Fiendskapet ovenfor Norsk Hydro og Willochregjeringen var dermed avgjørende faktorer som førte til en stadig utvikling i retning av politisk kommunikasjon,

Samtidig skal man ikke overse Arve Johnsen som en selvstendig faktor i utviklingen. Fra selskapet så dagens lys var det han som ledet det politiske arbeidet. I tråd med arbeidsmengden vokste hans behov for flere hender og hoder. Da Arne H. Halvorsen ikke lenger fylte behovet, hentet han inn Willy Olsen. Til sammen var de tre, og en rekke andre ansatte i selskapet, viktige drivkrefter som flyttet informasjonsarbeidet i en politisk retning.

Så til det andre spørsmålet problemstillingen reiser: Hvilke konsekvenser fikk den politiske utviklingen i informasjonsarbeidet for Statoil? Ved første øyekast er det lett å si at den var avgjørende i positiv forstand. Ved hjelp av politisk kommunikasjon klarte Statoil å etablere viktige lojaliteter som brakte selskapet helskinnet gjennom vingeklippingen. Det kanskje beste eksemplet er fremveksten av «Parkveiens venner», der alle medlemmene kom fra lokalsamfunn hvor Statoil var en viktig faktor. Det samme kan sies om det gode forholdet til statsrådene Isaksen og Rettedal. Gjennom å utarbeide «legislative subsidies» til sine støttespillere i regjering og Storting, og ved hjelp av allierte i fagbevegelsen og næringslivet ble det skapt et bilde av at Statfjord var tålegrensen for selskapets overlevelse. Slik satt Statoil de ivrigste vingeklipperne sjakk matt. Hverken opposisjonen, mellompartiene eller kyst-Høyre ville risikere at giganten veltet. Statoil fikk ikke fullt gjennomslag, men berget uavgjort. Seieren dro de i land da operatørskapet ved Statfjordfeltet ble overført, mot operatøren, Oljedirektoratet, Olje- og energidepartementet, ansvarlig statsråd og statsministerens vilje. Ramm og Manshaus har derfor rett når de sier at Statoil fikk betalt for å ha bygget opp en stor og slagkraftig informasjonsavdeling.⁴²¹ Dermed hadde dreiningen i

⁴²¹ Ibid.

retning av politisk kommunikasjon positive effekter for selskapet, i hvert fall på kort sikt.

Hadde politiseringen også en pris? Hvis vi ser ut over tidshorisonten for denne oppgaven, er det hevet over enhver tvil. For de fleste politikere er det en selvfølge at regjeringen styrer statselskapene, ikke motsatt. I Statoils tilfelle kunne man stille spørsmål ved en slik doktrine. Da budsjettoverskridelsene på Mongstad kom for en dag, var det ingen politisk nåde å søke for Arve Johnsen. Selv ikke industriminister Finn Kristensen kunne redde Johnsen da ting raknet i 1987.⁴²² Willy Olsen gikk også med i dragsuget Mongstad. Han ble beskyldt for å ha villedet pressen aktivt i Mongstad-saken, og ble fratatt sitt medlemskap i Norsk journalistlag. Som en direkte konsekvens vedtok organisasjonen å nekte journalister som gikk over til å bli «kommunikatører» i næringslivet å beholde sitt medlemskap.⁴²³

Willy Olsen var lojal. Ifølge Harald Norvik ble det også hans bane. «Willy valgte å være lojal mot Arve og ledelsen frem til saken sprakk», sier han. Norvik tok over stafettspinnen som Statoilsjef etter Johnsen. «Når jeg kom til Statoil måtte jeg stille spørsmål ved om jeg kunne beholde Willy i stillingen som informasjonsdirektør. Det var ikke mulig fordi han hadde mistet tillit i pressen på grunn av Mongstad. Jeg ønsket imidlertid å beholde Willy i selskapet, og han ble bedt om å lede kontoret vårt i London», sier han over 30 år senere.⁴²⁴ Som en ironisk sluttnote er det kanskje betimelig å trekke frem Arne H. Halvorsens ord fra 1974: «[...] En informasjonsavdeling som blir grepet i ren løgn mister raskt sin troverdighet også på andre områder».⁴²⁵ Det er ikke utenkelig at Halvorsen satt med et lurt smil om munnen, og tenkte på den gang «åpenhet og sannferdighet» var stikkordene for Statoils informasjonsarbeid. En NTB-melding datert 22. september 1988 forkynte Olsens avgang, som ble begrunnet med den massive kritikken i kjølvannet av Mongstad-saken.⁴²⁶

Mot slutten av Arve Johnsens periode var Statoil et ekstremt politisk ladet selskap. Derfor følte Harald Norvik et behov for å ta selskapet ut av politikken. «Jeg var opptatt av at informasjonsavdelingen ikke skulle gå i Stortinget», sier Norvik.⁴²⁷ Er det en fallitterklæring til informasjonsregimet på 1980-tallet? Jeg leser det ikke sånn. Situasjonen fra 1981-1984 var ekstraordinær. Det hersket en krigsmentalitet i Statoil som krevde uvanlige tiltak. Etter omorganiseringen var imidlertid krigen over. Mye tyder på at krigsmentaliteten likevel levde

⁴²² Borchgrevink, 2019, s. 186

⁴²³ Johansen, Journalisten, utgave nr. 18 i 2013

⁴²⁴ Intervju med Harald Norvik

⁴²⁵ SPA arkivboks Da - 0010

⁴²⁶ NTB, usignert, 22.09 1988

⁴²⁷ Intervju med Harald Norvik

videre i Statoil etter at freden var kommet. Det samme gjorde forargelsen blant politikere som følte seg overkjørt av selskapet.⁴²⁸ Akkurat som at Halvorsen måtte vike for en ny tid, løp tiden fra lobbyisme i Stortingsrestauranten og på Tostrupkjelleren. Toril Bakka opplevde at politiseringen gradvis forsvant da Harald Norvik kom inn, samtidig som man fortsatte å ha en tydelig arbeidsdeling. Lederfaget ble løftet frem på bekostning av politisk lobbyisme. Den nye lederen i informasjonsavdelingen, Ole Aga hadde ingen informasjonsfaglig bakgrunn. Han var geolog.⁴²⁹ I et dialektisk perspektiv kan man se på Olsens lobbymaskin som en antitese til Halvorsens pressekontor. Norviks regime blir i så måte en syntese, som bygde videre på styrkene til begge modeller, men forsøkte å begrense svakhetene.⁴³⁰ Konklusjonen må dermed bli at politiseringen av informasjonsarbeidet fikk Statoil gjennom krigen med Willoch, men samtidig skapte en rekke nye utfordringer for selskapet.

Historien om Statoils informasjonsarbeid i perioden 1972-1984 er først og fremst historien om nybrottsarbeid. Om mennesker som fikk i oppdrag å bygge en virksomhet helt fra grunnen av. Det fantes ingen bruksanvisning eller lærebok. De måtte prøve og feile. Statoils informasjonsavdeling er selve prototypen på en moderne kommunikasjonavdeling. Derfor er historien om den også viktig å fortelle.

⁴²⁸ Norvik er selv inne på dette i intervju. Han sier at «Den stilen Arve førte var en annen enn den jeg førte, og den var helt nødvendig fra 1972 til 1980. Denne var kompromissløs og litt militær. Spørsmålet er om man burde ført den samme stilen fra 1980 og utover. Jeg kunne aldri ha bygget opp Statoil, akkurat som at Arve ikke ville ha gjennomført det jeg mente var nødvendig å gjøre, og i alle fall ikke på den måten jeg gjorde det»

⁴²⁹ Intervju med Toril Bakka

⁴³⁰ Se Elster, 1979, 128-131.

Kilder og litteratur

Arkiver

Statsarkivet i Stavanger/Riksarkivet i Oslo

Equinor/Statoil ASAs privatarkiv, PA - 1339 (forkortet SPA)

Serie Aba – Styreprotokoller

Serie Eaf – Konsernledelsens arkiv

Serie Da – Sak og korrespondansearkiv

Serie Di - Statoil Service Centre historisk arkiv

Serie Xd – Telefonkataloger, adresselister

Memoarer

Brundtland, Gro Harlem. *Mitt liv – 1939-1986*. Oslo: Gyldendal, 1997.

Gøthe, Odd Chr. *Ærlig talt! Om industriskandaler, statsråder og annet*. Oslo: Tiden forlag, 1988.

Johnsen, Arve. *Statoil-år: Utfordringen*. Oslo: Gyldendal, 1988

——— *Statoil-år: Gjennombrudd og vekst 1978-1987*. Oslo: Gyldendal, 1990.

——— *Norges evige rikdom: oljen, gassen og petrokronene*. Oslo: Aschehoug, 2008.

Kristiansen, Kåre. *Stå på Kåre K! Erindringer 2*. Oslo: Schibsted, 1990.

Ramm, Hans Henrik. *Nu går alt så meget bedre*. Oslo: Atheneum 1985

Willoch, Kåre. *Minner og meninger 3 – Statsminister*, Oslo: Schibsted, 1990.

——— *Myter og virkelighet*. Oslo: Cappelen forlag, 2002.

Litteratur:

Allern, Sigurd, (red), Øyvind Ihlen og Eli Skogerbo. *Makt, medier og politikk – Norsk politisk Kommunikasjon*. Oslo: Universitetsforlaget, 2015.

Aven, Håvard Brede. *Høgres syn på statleg eigarskap i norsk oljeverksemd 1970-1984*. Masteroppgave i historie, Oslo: Universitetet i Oslo, 2014.

Berrefjord, Ole og Per Heum. *Oljepolitikk: Oljepolitikken og leverandørspørsmålet. En FAFO-rapport*. Oslo: Tiden forlag, 1983.

Bould, Martin, og Tore Jørgen Hanisch. *'Vingestrekkingen' av Statoil: overgang fra et sterkt privilegert til et mer normalt selskap*. Kristiansand: Agder College, 2001.

Statoil. *Statpipe: En europavei for norsk gass*. Stavanger: Statoil, 1986.

- Borchgrevink, Aage Storm. *Giganten – Fra Statoil til Equinor: Historien om selskapet som forandret Norge*. Oslo: Kagge Forlag, 2019.
- Elster, Jon. *Forklaring og dialektikk: Noen grunnbegreper i vitenskapsteorien*. Oslo: Pax forlag, 1979.
- Espeli, Harald. *Lobbyvirksomhet på Stortinget: Lange linjer og aktuelle perspektiver med Hovedvekt på næringsinteresser og næringspolitikk*. Oslo: Tano Aschehoug, 1999.
- . *Industripolitikk på avveie: Motkonjunkturpolitikken og Norges Industriforbunds rolle 1975-1980*. Oslo: Ad Notam Gyldendal, 1992.
- Fass, Paula. *The memoir problem*. Reviews in American History, volume 34, 2006.
- Hansen, Guttorm, Hans Andre Ihlebækk, Trygve Moe og Trygve Ramberg. *Redaktør og journalist i nye roller*. Oslo: Journalistisk institutt, 1976.
- Hanisch, Tore Jørgen og Gunnar Nerheim. *Norsk oljehistorie: Fra vantro til overmot*. Oslo: Leseselskapet, 1992.
- Jacobsen, Dag Ingvar. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode. 2. Utgave*. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS. 2005.
- Lahlum, Hans Olav. *Reiulf Steen – Historien, triumfene, tragediene*. Oslo: Cappelen Damm 2019.
- Lavik, Håkon. *Statfjord – Nordsjøens største oljefelt.*, Stavanger: Statoil, 1997.
- Lerøen, Bjørn Vidar. *Dråper av svart gull – Statoil 1972-2002*. Stavanger: Statoil, 2002.
- Lie, Einar. *Oljerikdommer og internasjonal ekspansjon – Hydro 1977-2005*. Oslo: Pax forlag, 2005
- Njølstad, Olav. *Jens Chr. Hauge - Fullt og helt*. Oslo: Aschehaug, 2008.
- Olsen, Johan P. *Petroleum og politikk: Det representative demokratiets møte med oljealderen*. Oslo: Tano, 1989.
- Osmundsen, Terje. *Gjøkungen: skal Statoil styre Norge?* Oslo: Dreyer, 1981.
- Ryggvik, Helge. *Til siste dråpe – Om oljens politiske økonomi*. Oslo: Aschehoug, 2009.
- Ryggvik, Helge og Marie Smith-Solbakken, *Blod, svette og olje, Norsk Oljehistorie Bind 3*, Oslo: Ad Notam Gyldendal, 1997.
- Sejersted, Francis. *Opposisjon og posisjon: Høyres historie 1945–1981*. Oslo: J.W. Cappelens forlag, 1984.
- Slagstad, Rune. *De nasjonale strateger*. Oslo: Pax, 1998.
- Slettan, Dagfinn. *Minner og kulturhistorie: Teoretiske perspektiver*. Trondheim: Historisk Institutt ved Universitetet i Trondheim, 1994.

Wale, Torbjørn. *Innføring i journalistikk*. Oslo: Institutt for journalistikk, 1978.

Artikler fra Norsk Oljemuseum:

Gjerde, Kristin Øye. *Oljebyen Stavanger*. Norsk oljemuseum, URL, lastet ned 10. oktober 2020.

Hadland, Gunleiv. *Stortingsvedtak om gass til Kårstø*. Norsk oljemuseum, URL, lastet ned 10. oktober 2020

Meland, Trude. *Statoil informasjonsansvarlig*. Industriminne Statfjord, URL, lastet ned 15. august 2020.

——— *Fjerde konsesjonsrunde på norsk kontinentalsokkel*. Industriminne Frigg, URL, lastet ned 15. august 2020.

Krogh, Finn. *Reorganiseringen av Statoil – «vingeklipping» eller symbolpolitikk*. Norsk oljemuseums ordbok 1997.

Lavik, Håkon. *Statfjordsaken*. Norsk oljemuseums årbok 1999.

Norsk Oljemuseum, usignert. *Base på Sotra*. Industriminne Statfjord, URL, lastet ned 15. august 2020.

Presseutklipp:

Alver, Erik. – *I en periode hadde jeg ingen penger*. Dagbladet, 9. oktober 2010.

Ask, Alf Ole. *Mr. OPEC takker av*. Aftenposten, 11. september 2000.

Brøymer, Bjørn. *Kjelleren som forsvant*. Aftenposten, 25. mai 2013.

Ekseth, Fredrik Chr. *Han er ny informasjonsdirektør i Statoil*. Dagens Næringsliv, 18. april 2015.

Eriksen, Malvin. *50 glemte stemmer ga valgbombe*. NRK.no, 11. september 2009.

Johansen, Glenn Slydal. *Derfor var kommunikatørene uønsket i NJ*. Journalisten, utgave nummer 18 i 2013.

Kvendseth, Kristian Oftedal. *Viking, fattigdom, krigsårene og Arne Rettedal. Dette er Sven Egil Omdals artikkelserie om Stavanger*. Stavanger Aftenblad, 7. desember 2018.

Lie, Einar. *Ingen kjærlighetshistorie*. Aftenposten, 3. januar 2007.

NTB, usignert. *Willy H. Olsen går av som Statoils informasjonsdirektør*. NTB 22. september 1988.

Omdal, Svein Egil. *Den første oljen var en ikke-nyhet*. Stavanger Aftenblad, 18. juni 2018.

Stavanger Aftenblad, usignert. *Leif Berge 80 år*. Stavanger Aftenblad 19. desember 2014.

- «*Jubilanter – Jon Storækre 85 år*». Stavanger Aftenblad, 29 mars 2008.
- *Nyengasjert og nyforelsket gullklokkemottager*. Stavanger Aftenblad, 31. mars 2008.
- *NEKROLOG: Arne H. Halvorsen er død*, Stavanger Aftenblad, 31 mai 2006.
- *Jon Storækre 80 år*, Stavanger Aftenblad. 31. mars 2003.
- Svensen, Rolf Dyrnes. *Ikke korrekt bilde*. VG, 27 juni 1979.
- Tollaksen, Tor Gunnar. *Sjokket som sikret Rosenborg gigantkontrakt*, Stavanger Aftenblad, 23. november 2019.
- Torp, Anne H. *Ser verden med sitt tredje øye*, Stavanger Aftenblad, 3. januar 2015.
- Øvrebekk, Hilde. *Ny giv for Statoil i Harstad*, Stavanger Aftenblad. 8 november 2011.

Stortingsdokumenter og Norske offentlige utredninger:

- Innst. S. nr. 294 (1970-71). Innstilling fra den forsterkede industrikomité om undersøkelse etter og utvinning av undersjøiske naturforekomster på den norske kontinentalsokkel m. m.*
- NOU 1983: 16. Organiseringen av statens deltagelse i petroleumsvirksomheten.*

Andre nettsteder:

- Regjeringen.no. *Kåre Willochs regjering*. Udatert URL: <https://www.regjeringen.no/no/om-regjeringa/tidligere-regjeringer-og-historie/sok-i-regjeringer-siden-1814/historiske-regjeringer/regjeringer/kare-willochs-regjering-1981-1986/id438728/>
- Stortinget.no. *Energi- og miljøkomiteen 1981-1985*. Udatert URL: <https://www.stortinget.no/nn/representantar-og-komitear/komiteane/historiske-komitear/Energi--og-industrikomiteen/?lvl=False&pid=1981-85#primaryfilter>
- Kapital.no. *Liste over Norges 500 største selskaper*. 16. juli 2020. URL: <https://kapital.no/reportasjer/2020/07/16/7547889/regnearket-med-de-500-storste-selskapene-i-norge>

Intervjuer:

- Intervju med Arve Johnsen, tidl. administrerende direktør i Statoil, 16.10.2019
- Intervju med Bjørn Vidar Lerøen, tidl. informasjonsmedarbeider i Statoil, 01.04.2019
- Intervju med Finn Kristensen, tidl. olje- og energiminister for Arbeiderpartiet og stortingsrepresentant, 20.04.2020

Intervju med Gunnar Berge, tidl. nestleder i Arbeiderpartiet og stortingsrepresentant,
07.06.2019

Intervju med Hans Henrik Ramm, tidl. statssekretær i Olje- og energidepartementet,
07.06.2019

Intervju med Harald Norvik, tidl. administrerende direktør i Statoil og tidl. statssekretær i
Olje- og energidepartementet, 13.06.2019

Intervju med Håkon Lavik, tidl. pressetalsmann i Statoil, 02.04.2019

Intervju med Karl-Edwin Manshaus, tidl. departementsråd i Olje- og energidepartementet,
08.04.2019

Notat fra Martin Bekkeheien, tidl. direktør i Statoil (spørsmål besvart via notat), 27.04.2020

Intervju med Odd Gullberg, tidl. informasjonssjef i Norsk Hydro, 31.07.2020

Intervju med Per Kotte, tidl. informasjonsmedarbeider i Statoil, 07.07.2020

Intervju med Toril Bakka, tidl. informasjonsmedarbeider i Statoil, 07.04.2020

Intervju med Tor Steinum, tidl. informasjonssjef i Norsk Hydro, 07.05.2020

Intervju med Willy Olsen, tidl. informasjonssjef i Statoil, 27.03.2019