

# Redaktørstyrte mediers troverdighet

En analyse av VGs troverdighetsarbeid i Bar Vulkan-saken

**Synne Margrethe Knutsen**

RETKOM4195 – Masteroppgave i retorikk og språklig kommunikasjon  
Vår 2022

Masterprogram: Nordiske studier  
Studieretning: Retorikk og språklig kommunikasjon  
Institutt for lingvistiske og nordiske studier, Universitetet i Oslo  
Det humanistiske fakultet



Copyright Synne Margrethe Knutsen

2022

Redaktørstyrte mediers troverdighet – en analyse av VGs troverdighetsarbeid i Bar Vulkan-  
saken

Synne Margrethe Knutsen

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

## Sammendrag

Denne masteroppgavens formål er å undersøke hvordan redaktørstyrte mediehus jobber med å styrke og bevare sin troverdighet og legitimitet i offentligheten, og hvilke bransjespesifikke vilkår som aktualiseres i slikt arbeid.

For å komme nærmere et svar på dette undersøkes en særlig illustrerende case: den såkalte «Bar Vulkan-saken». I 2019 omtalte VG en dansevideo fra Bar Vulkan, av Trond Giske og en 27 år gammel kvinne. I saken ble kvinnen sitert på noe hun mener hun aldri sa, og det viste seg at VGs sak hadde alvorlige mangler. VG ble i tiden som fulgte sterkt kritisert for både kildebehandlingen og sakens fremstilling, og VG ble felt i PFU for brudd på flere punkter i Vær Varsom-plakaten. Saken belyser sentrale områder i presseetikken, og krisen satt VGs troverdighet og legitimitet på prøve. Som en av de mest sentrale retoriske responsene på krisen utarbeidet og offentliggjorde VG en evalueringsrapport som tar for seg VGs håndtering av saken.

Gjennom analyser av VGs troverdighetsarbeid i evalueringsrapporten kommer det frem at VG fremsetter et virkelighetsbilde der verden ser ut til å deles inn i kilder, sitater, saker og journalisters rolle. VGs argumentasjon for egen troverdighet baserer seg i stor grad på demonstrering av forståelse for og etterlevelse av presseetiske standarder, og presseetikken aktualiseres også som et viktig bransjespesifikt retorisk vilkår i seg selv – både i denne situasjonen og for redaktørstyrte medier generelt. Men dette forutsetter også kunnskap om presseetikk hos det retoriske publikummet, og her aktualiseres også en utfordring. Det er ikke gitt at befolkningen har kunnskap om Vær Varsom-plakatens innhold, og det er ikke gitt at befolkningen godtar at mediene og presseetikken legger alle premissene.

Oppgaven bidrar til å belyse hvorfor det er viktig å undersøke bransjespesifikke vilkår i sammenheng med troverdighetsarbeid generelt og krisekommunikasjon spesielt, ettersom hver bransje har en egen form for troverdighet – som igjen er et viktig retorisk vilkår å ta høyde for.

## Forord

Da jeg begynte på en bachelorgrad på Handelshøyskolen BI for noen år siden, hadde jeg nok ikke trodd at jeg skulle ta en mastergrad i retorikk på UiO noen år senere. Men nå som jeg straks er ferdig med to år på masterstudiet i retorikk og språklig kommunikasjon, er jeg svært takknemlig for at jeg i løpet av bachelorgraden ble introdusert for retorikken og valgte denne veien videre. Retorikkfaget har gitt meg en verktøykasse full av kunnskap jeg allerede har fått oppleve at er nyttig og anvendelig i arbeidslivet, og jeg vil gjerne takke dyktige og engasjerte forelesere for å ha bidratt til min faglige utvikling og interesse for faget.

Innlevering av denne masteroppgaven markerer slutten på min studietid, og det er flere som fortjener en takk for at arbeidet kom i mål. Den største takken går til Eirik Vatnøy, som har vært en strålende veileder gjennom hele prosessen. Tusen takk for motiverende ord, uvurderlig kunnskapsdeling og nyttige diskusjoner. Deretter vil jeg takke familie, venner og samboer for oppmuntring og gode råd på veien. Jeg gleder meg til sommerferie med dere.

Synne Knutsen

Oslo, 2022

# Innholdsfortegnelse

<b>SAMMENDRAG.....</b>	<b>III</b>
<b>FORORD .....</b>	<b>IV</b>
<b>INNHALDSFORTEGNELSE .....</b>	<b>V</b>
<b>1.0 INNLEDNING.....</b>	<b>1</b>
1.1 PROBLEMSTILLING .....	2
1.1.2 PRESISERINGER OG FAGLIG FORANKRING .....	3
1.2 TIDLIGERE FORSKNING .....	5
<b>2.0 TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 JOURNALISTIKK OG PRESSENS SAMFUNNSOPPDRAG.....	8
2.2 DAGENS MEDIEVIRKELIGHET .....	9
2.3 KRISEKOMMUNIKASJON OG KRISENS FASER .....	10
2.4 KRISENS FASER.....	11
2.5 ETHOS OG TROVERDIGHET .....	12
2.6 DEN RETORISKE SITUASJON OG RETORISKE VILKÅR .....	15
2.7 OPPSUMMERING AV DET TEORETISKE RAMMEVERKET.....	16
<b>3.0 METODE .....</b>	<b>17</b>
3.1 RETORISK TEKSTANALYSE.....	17
3.2. ANALYSE AV VIRKELIGHETSBILDER .....	18
3.3 ARGUMENTASJONSANALYSE .....	20
3.4 TEKSTUTVALG OG DESIGN .....	21
<b>4.0 ANALYSE.....</b>	<b>23</b>
4.1 KRISENS FASER.....	23
4.1.2 PRE-KRISEFASEN .....	23
4.1.2 KRISEFASEN.....	24
4.1.3 POST-KRISEFASEN .....	26
4.1.4 DEN RETORISKE SITUASJONEN .....	27
4.2 VIRKELIGHETSBILDER I VGs EVALUERINGSRAPPORT .....	28
4.2.1 DEL 1 I RAPPORTEN – «INNLEDNING» .....	28
4.2.2 DEL 2 I RAPPORTEN – «KRONOLOGISK GJENNOMGANG AV SAKEN» .....	30
4.2.3 DEL 3 I RAPPORTEN – «EVALUERING».....	33
4.2.4 DEL 4 I RAPPORTEN – «LÆRINGSPUNKTER/TILTAK» .....	35
4.3 ARGUMENTASJONSANALYSE.....	36
4.4 ETABLERING AV VGs ETHOS .....	41

4.4.1 KOMPETANSE .....	41
4.4.2 KARAKTER.....	41
4.4.3 VELVILJE .....	43
<b>4.5. RETORISKE VILKÅR .....</b>	<b>43</b>
<b>4.6 OPPSUMMERING AV FUNN I ANALYSENE .....</b>	<b>45</b>
 <b><u>5.0 DRØFTING .....</u></b>	 <b><u>46</u></b>
 5.1 HVORDAN STYRKE OG BEVARE TROVERDIGHET OG LEGITIMITET I OFFENTLIGHETEN? .....	46
5.2 HVILKE BRANSJESPEKIFIKKE VILKÅR MÅ REDAKTØRSTYRTE MEDIER TA HENSYN TIL? .....	49
 <b><u>6.0 AVSLUTTENDE ORD .....</u></b>	 <b><u>52</u></b>
 <b><u>REFERANSELISTE.....</u></b>	 <b><u>53</u></b>

## 1.0 Innledning

Redaktørstyrte medier har mange oppgaver i det norske samfunn – journalistikken deres skal informere, avsløre og stille kritiske spørsmål. Den skal være en bærebjelke i demokratiet og verne om ytringsfrihet og pressefrihet. Mediehusene har altså et betydelig ansvar, og for å utføre samfunnsoppdraget sitt er mediene særlig avhengige av sin troverdighet og legitimitet i offentligheten. Hvis ikke befolkningen har tillit til mediene og deres journalistiske virksomhet, har ikke mediene lenger mulighet til å utøve sitt samfunnsoppdrag. Hvordan skal mediene bidra til opplyste politiske valg dersom ingen tror på det som formidles i nyhetene? Hvordan skal de bedrive gravejournalistikk hvis ingen vil stille opp som kilder? Hvordan skal de bidra til ytringsfrihet hvis ingen ønsker å dele meningene sine i medienes kanaler?

Bakgrunnen for denne masteroppgaven er en stor interesse for mediebransjen og medienes rolle i det norske samfunn. I dagens medielandskap får norske redaktørstyrte medier stadig større konkurranse fra store internasjonale aktører, nye medieplattformer og raske endringer i norske medievaner. Konkurransen om folkets oppmerksomhet er stor, og mediehusene må vise at de fortjener folks tid. Temaet for oppgaven er også inspirert av Svein Tore Bergestuen og Eva Sannums podkast «Tut & Mediekjør». Podkasten handler om hvordan journalistikken blir til, og «formålet med podkasten er å øke kunnskapen om, og dermed tilliten til, redaktørstyrte medier» (Sannum & Bergestuen, u.å.). Sannum og Bergestuens utrettelige engasjement for presseetikk, journalistisk virksomhet og økt mediekunnskap blant befolkningen har gitt meg et nytt syn på journalistikken og medienes samfunnsrolle – og ikke minst en forståelse for hvor vesentlig det er for pressen å ha tillit i befolkningen.

Fra et retorikk- og kommunikasjonsfaglig perspektiv er det dermed svært interessant å se nærmere på hvordan norske mediehus jobber med troverdighetsarbeid, særlig i sammenheng med kriser som potensielt kan sette troverdigheten og legitimiteten på prøve. Videre er det relevant å undersøke hvilke retoriske vilkår som er ekstra avgjørende å ta hensyn til i akkurat mediebransjen, når mediene jobber med krisehåndtering og troverdighetsarbeid.

## 1.1 Problemstilling

Denne oppgaven vil styres av følgende overordnede problemstilling:

*Hvordan jobber redaktørstyrte mediehus med å styrke og bevare sin troverdighet og legitimitet i offentligheten, og hvilke bransjespesifikke vilkår aktualiseres i slikt arbeid?*

For å komme nærmere et svar på den overordnede problemstillingen, vil jeg løfte frem og undersøke en særlig illustrerende case fra moderne norsk journalistikk: den såkalte «Bar Vulkan-saken». I februar 2019 omtalte VG en dansevideo, der den da 27 år gamle Sofie danset med Trond Giske på utestedet Bar Vulkan i Oslo. I saken stod det at en tillitsvalgt hadde sendt en bekymringsmelding om Trond Giske til Arbeiderpartiet, som en reaksjon på videoen (Melgård et al., 2019). Sofie ble sitert på følgende i saken: «Vi danset og hadde det hyggelig, så ble det litt mye, så jeg og venninnen min dro derfra» (Bjøntegård et al., 2019). Men Sofie ønsket hverken at videoen skulle bli spredd, at videoen skulle bli varslet om, eller å bli sitert, og endte med å klage VG inn til Pressens Faglige Utvalg (PFU). I klagen skrev hun blant annet at hun følte seg presset, uthengt og dårlig behandlet av VG (Bjøntegård et al., 2019). Hun mener hun aldri sa at det «ble litt mye» og forsøkte flere ganger å få sitatet endret, men det tok hele fire uker før VG redigerte sitatet. Saken fikk bred oppmerksomhet, og endte med at VG ble felt i PFU for brudd på fem punkter i Vær Varsom-plakaten (Bjøntegård et al., 2019).

Ifølge Medietilsynets undersøkelse av tillit til mediene i den norske befolkning falt også tilliten til VG etter hendelsen (Medietilsynet, 2019a, s. 39). Det er vanskelig å si med sikkerhet om det skyldtes Bar Vulkan-saken, men direktør i Medietilsynet Mari Velsand påpekte at tilliten til nyheter fra VG falt etter den mye omtalte mediedekningen av denne saken (Medietilsynet, 2019b). VG gjorde samtidig uvanlig mye for å granske egen redaksjon etter hendelsen, og innrømmet også å ha begått flere presseetiske overtramp (Bjøntegård et al., 2019). Casen fremstår dermed umiddelbart interessant for oppgavens overordnede problemstilling, både fordi saken belyser sentrale områder i presseetikken og fordi det ble vesentlig for VG å jobbe med sin troverdighet og tillit i befolkningen i tiden som fulgte.

For å strukturere arbeidet og oppgaven finner jeg det hensiktsmessig å jobbe ut fra to forskningsspørsmål knyttet til casen:

- 1. Hva gjør VG i Bar Vulkan-saken for å bevare og eventuelt gjenopprette sin egen troverdighet?*
- 2. Hvilke retoriske vilkår, forstått som bransjespesifikke vilkår, kommer til syne i VGs troverdighetsarbeid i krisehåndteringen?*

Analysedelen i denne oppgaven vil styres av disse to spørsmålene. Jeg vil først analysere hva VG gjør, og deretter bruke denne forståelsen til å se nærmere på hvilke bransjespesifikke vilkår for troverdighetsarbeid som kommer til syne. Til slutt vil jeg drøfte funnene i analysene opp mot den mer generelle, overordnede problemstillingen.

#### 1.1.2 Presiseringer og faglig forankring

Når jeg i denne oppgaven bruker begrepet «redaktørstyrte mediehus» mener jeg norske mediehus som har en ansvarlig redaktør, og som plikter å opptre i tråd med Vær Varsom-plakaten og Redaktørplakaten. Vær Varsom-plakaten er etiske normer for pressen, som gjelder for hele den journalistiske prosessen (Pressens Faglige Utvalg, u.å.). Videre har begrepet redaktøransvar både en strafferettslig, sivilrettslig og arbeidsrettslig side, og «utgangspunktet er det mandat ansvarlig redaktør gis av utgiver eller eier av medieforetaket. Dette bygger på en avtale mellom medieeierne og redaktørene, den såkalte Redaktørplakaten, som omhandler redaktørens rettigheter, ansvar og plikter» (Norsk Redaktørforening, 2020). Kjernen i avtalen er at redaktøren skal arbeide uavhengig av utgiver/eier, altså kan ikke utgiver, eier eller andre i ledelsen overprøve redaktøren i redaksjonelle spørsmål.

Med at mediene jobber for sin «legitimitet i offentligheten» mener jeg at målet er at befolkningen forstår medienes rolle og hvorfor de redaktørstyrte mediene er viktige i samfunnet, og dermed mener at mediene har en legitim rolle som man anerkjenner og synes har en viktig funksjon. Mediene må ha troverdighet i befolkningen for å oppnå dette, og troverdighetsarbeid blir dermed vesentlig for å oppnå legitimitet. Både troverdighet og legitimitet er essensielt for at de redaktørstyrte mediene skal kunne utføre sitt samfunnsoppdrag. I teori-kapittelet i denne oppgaven vil jeg redegjøre for retorikkens syn på troverdighet, altså ethos.

Med troverdighetsarbeid mener jeg arbeid i form av kommunikasjon og handlinger som har som mål å styrke, bevare eller gjenopprette mediehusets troverdighet.

Krisehåndtering på sin side kan innebære så mangt, men jeg vil i denne oppgaven fokusere på kommunikasjonsaspektet i krisehåndtering. Jeg tar utgangspunkt i følgende definisjon av krisekommunikasjon, presentert av Frandsen og Johansen (2017):

Crisis communication is a complex and dynamic configuration of communicative processes which develop before, during and after an event or situation that is interpreted as a crisis by an organization and/or by other voices in the arena. Crisis communication also includes how various actors, contexts, and discourses (manifested in specific genres and specific texts) relate to each other. (s. 148)

Dette er en bred oppfattelse av krisekommunikasjon, som (i motsetning til en smal) også omfatter det som skjer før og etter en krise. Følgelig gir det et mer helhetlig bilde enn å utelukkende undersøke det som skjer mens selve krisen pågår. Ettersom det jeg utforsker i denne oppgaven særlig dreier seg om troverdighetsarbeid og bransjespesifikke aspekter, er det også relevant å undersøke arbeidet som ble gjort før og etter stadiet med en pågående krise.

Videre har jeg i problemstillingen valgt å bruke formuleringen «bransjespesifikke vilkår». Dette vil jeg i denne oppgaven knytte til retoriske vilkår, som fungerer som rammer i en retorisk situasjon (Kjeldsen, 2018, s. 56). Vilkårene omhandler begrensninger og muligheter i en retorisk situasjon, som retoren i situasjonen både må tilpasse seg til og evne å benytte. Valget av ordet «bransjespesifikke» er heller ikke tilfeldig. Helle Sjøvaag (2020) forklarer at journalistikkforskningen i Norge kjennetegnes av at man forstår journalistikken som institusjonell og lener seg på et institusjonsteoretisk grunnlag (s. 7–8). Videre argumenterer hun for at institusjonsteorien er nyttig for å forstå dagens institusjonelle problemer i journalistikken, men at problemene ikke kan løses av institusjonsperspektivet (Sjøvaag, 2020, s. 11). Basert på dette kan man nok argumentere for at «institusjonsspesifikke vilkår» hadde vært en hensiktsmessig formulering i oppgavens problemstilling. Men formålet med denne oppgaven er ikke å komme med en utdypende forklaring av de institusjonelle utfordringene i journalistikken, selv om det er vesentlig å forstå de institusjonelle problemene for å forstå hva de retoriske vilkårene er i mediebransjen. Mitt mål med denne oppgaven er at den skal være et bidrag til forståelsen av hvordan retoriske vilkår er avgjørende for effekten av krisekommunikasjon generelt, og i mediebransjen spesielt. Dette ønsket for oppgaven bygger på at jeg har en oppfatning av at kommunikasjonsrådgivere ofte jobber ut fra et «bransjeperspektiv», hvor man etterstreber mest mulig kunnskap om den bransjen organisasjonen man rådgir opererer i. Dermed er målet at oppgaven ikke bare skal belyse

hvilke retoriske vilkår redaktørstyrte medier bør være oppmerksomme på i egen krisekommunikasjon, men at oppgaven også kan være til inspirasjon for kommunikasjonsrådgivere eller forskere som ønsker å undersøke hvilke vilkår som er til stede i krisesituasjoner i sin egen bransje. Baktanken er altså at problemstillingen også kunne vært rettet mot andre bransjer, eksempelvis sjømatbransjen, energibransjen eller finansbransjen.

## 1.2 Tidligere forskning

Det er forsket mye på tillit til mediene i Norge, og vi vet mye om hvor høy tillit mediene i Norge har. Medietilsynet gjør jevnlige undersøkelser av den norske befolknings tillit til mediene, og i 2019 svarte mer enn åtte av ti at «norske medier i hovedsak er til å stole på» (Medietilsynet, 2019a, s. 40). Også Nordiske Mediedager gjør jevnlige medieundersøkelser, og i 2020 svarte 62 % av «publikum» at de hadde «noe tiltro» til mediene generelt og 22 % svarte at de hadde «stor tiltro» til mediene generelt (Nordiske Mediedager, 2020, s. 3).

Det er også forsket mye på journalistikk i Norge, og ifølge Helle Sjøvaag (2020) preges forskningen av tre ting: et innenfra-blikk som følge av at forskerne som oftest har jobbet som journalister selv, amerikansk eller britisk teorigrunnlag, og en bred forståelse av journalistikk der populære former for journalistikk inkluderes i samfunnsoppdraget (s. 7). Hun problematiserer dette ved å argumentere for at innenfra-blikket kan resultere i en manglende evne til å ta høyde for interessentenes rolle i journalistikken, og at det amerikanske mediemarkedet og mediesystemet er vesentlig ulikt det norske. Med bakgrunn i dette vil jeg i denne oppgaven forsøke å være bevisst på å se journalistikken – og særlig det som kan aktualisere bransjespesifikke vilkår – fra flere faglige perspektiver, og lene meg på journalistikkteori som tar utgangspunkt i den norske medievirkeligheten.

Nyere krisekommunikasjonsforskning kan ifølge Frandsen og Johansen (2017) deles inn i to forskningstradisjoner: «the rhetorical and text-oriented tradition» og «the strategic and context-oriented tradition» (s. 93). Den første er inspirert av både den klassiske retorikken og den moderne retorikken, og *the study of apologia*. Den andre tradisjonen er inspirert av fagfelt som PR, markedsføring og organisasjonsstudier. Selv om det presenteres som to forskjellige tradisjoner, påpekes det at de har flere likheter. I begge tradisjonene anses *kontekst* som viktig, og *omdømme* forstås som en viktig ressurs som kan trues av kriser (Frandsen & Johansen, 2017, s. 93). Det som hovedsakelig ser ut til å skille de to tradisjonene er at den strategiske tradisjonen inkluderer fasene før og etter en krise, mens den retoriske tradisjonen hovedsakelig fokuserer på selve krisen og kriserespons-strategier. Når jeg kombinerer de to tradisjonene, så er det for både å beskrive hendelsesforløpet i Bar Vulkan-saken og for å

identifisere de viktigste elementene i krisekommunikasjonen – og videre kunne bruke retorikken til å undersøke hvordan kommunikasjonen fungerer.

Troverdighet behandles i retorikken som *ethos*, som omhandler mottakers vurdering av avsenders troverdighet (Kjeldsen, 2018, s. 80). Ifølge Kjeldsen (2018) viser flere studier at *ethos* er helt avgjørende dersom man ønsker å påvirke noen (s. 81). Men hva sier forskningen om hva troverdighet og *ethos* egentlig er? I Kjeldsens (2018) gjennomgang av empirisk forskning på troverdighet beskriver han hvordan flere forskere i nyere tid har forsøkt å slå fast hvilke dimensjoner troverdighet består av (s. 98–101). I gjennomgangen forklarer han at sosialpsykologer i moderne tid har forsøkt å vitenskapelig fastslå hva troverdighet består av, men at man i dag stort sett er tilbake til Aristoteles' tre dimensjoner: kompetanse, karakter og velvilje (2018, s. 101). Samtidig er det fortsatt usikkerhet rundt hva troverdighet og *ethos* faktisk er, hvilket særlig har å gjøre med retorikkens situasjonsperspektiv. Hvem og hva en mottaker anser som troverdig varierer fra situasjon til situasjon. «Det situationelle har alltid været det mest centrale og problematiske i retoriske studier. Sådan er det også inden for den retoriske forskning i troværdighed.» (Kjeldsen, 2018, s. 103).

Blant kommunikasjonsforskere er det en utbredt enighet om at troverdighet er en *multidimensional perception construct* (Lock & Seele, 2017, s. 586). De tre dimensjonene er avsender, mottaker og budskap. Lock & Seele (2017) argumenterer videre for at mange teorier om troverdighet ikke tar høyde for alle tre, og at dette kan være problematisk – særlig når man ser på troverdighet i interaksjonsbasert kommunikasjon (s. 587). Innen PR og strategisk kommunikasjon ser troverdighet ut til å stadig behandles i sammenheng med tillit og *trustworthiness*, innen disipliner som organisasjonskommunikasjon (Lock & Seele, 2017, s. 586), politisk kommunikasjon (Ihlen & Raknes, 2022) og krisekommunikasjon (Offerdal et al., 2021) – og her vender forskerne seg jevnlig til retorikken. Offerdal, Just og Ihlen (2021) argumenterer for at “studying trustworthiness through the rhetorical construct of *ethos* provides a clear foundation for the conceptualization of trust, generally, and holds advantages for the application of the concept within crisis and risk communication, specifically” (s. 248). I et mer helhetlig perspektiv kan retorikken ifølge Ihlen (2010) hjelpe PR-forskere å forstå og forklare hvordan organisasjoner forsøker å nå spesifikke mål, for eksempel legitimitet, og hvordan organisasjoner jobber med å bygge relasjoner til interessenter (s. 59–62).

Retoriske vilkår behandles i retorikkforskning ofte i sammenheng med *den retoriske situasjon*. Lloyd F. Bitzer presenterte i 1968 kanskje den mest siterte og omdiskuterte teorien om den retoriske situasjon. I artikkelen *The Rhetorical Situation* forklarer han at enhver retorisk situasjon konstitueres av et påtrengende problem (*exigence*), publikum (*audience*) og

retoriske vilkår (*constraints*) (Bitzer, 1968, s. 6). Bitzer (1968) forklarer *constraints* som hendelser, objekter, personer og relasjoner som kan begrense avgjørelsene og handlingene som behøves for å gjøre noe med det påtrengende problemet (s. 8). Bitzers perspektiv anser altså *constraints* som «tvingende», og Kjeldsen har derfor tidligere oversatt begrepet til *tvingende omstendigheter* (Kjeldsen, 2018, s. 50). I senere tid har Kjeldsen (2018) valgt å bruke *retoriske vilkår* i stedet for, hvilket harmonerer med hans forklaring av begrepet som både *begrensninger* og *muligheter* i situasjonen (s. 56). Fordi retoriske vilkår innebærer alt fra avsenders karakter til interessenters holdninger og normer i samfunnet kan man anta at det vil være et svært omfattende – og kanskje ikke hensiktsmessig – arbeid å forsøke å definere nøyaktig hva vilkårene er på en måte som kan generaliseres til alle mulige retoriske situasjoner. Tendensen ser heller ut til å være at forskere bruker teori om den retoriske situasjon og retoriske vilkår til å undersøke aktuelle vilkår i spesifikke situasjoner – som potensielt kan si noe om aktuelle vilkår i lignende situasjoner – for eksempel i konkrete kriser (Mral, 2008; Kjeldsen, 2004) eller i situasjoner hvor selskap må forholde seg til at de blir gitt skyld for klimautfordringer (Ihlen, 2007).

Det eksisterer altså omfattende forskning på journalistikk, redaktørstyrte mediers samfunnsrolle og medienes tillit i befolkningen på den ene siden, og krisekommunikasjon, troverdighet og retorikkens rolle i ulike akademiske kommunikasjonsdisipliner på den andre siden. Men det er heller sjelden at disse veiene krysses, og det er her jeg ser et mulighetsrom for denne oppgaven. Jeg håper den kan bidra til å belyse hvordan det å sette alt dette i sammenheng kan føre til nye perspektiver på troverdighetsarbeid i redaktørstyrte medier.

## 2.0 Teori

I denne delen av oppgaven vil jeg redegjøre for relevant teori om journalistikk, medienes samfunnsoppdrag, kriser og krisekommunikasjon, troverdighet og den retoriske situasjon. Dette er det sentrale teoretiske rammeverket for analysedelen i oppgaven.

### 2.1 Journalistikk og pressens samfunnsoppdrag

Martin Eide (2011) beskriver journalistikk på følgende vis: «Journalistikk er en moderne institusjon som innhenter, bearbeider og formidler informasjon som gjør krav på å være sann, og som kan være demokratisk relevant.» (s. 10). Definisjonen beskriver altså journalistikken som institusjonalisert. Eide (2011) forklarer at det betyr at «det er snakk om en praksis med utstrekning i tid og rom, at bestemte regler og konvensjoner har satt seg og at det er etablert et normativt fundament» (s. 11). Han påpeker videre at formuleringen «kan være demokratisk relevant» betyr at journalistikk ikke alltid er, eller alltid trenger å være, demokratisk relevant, men at journalistikkfagets selvforståelse tilsier at journalistikken spiller en nøkkelrolle i demokratiet. Journalistikken skal søke sannheten og gi samfunnsborgerne tilgang på offentlig relevant informasjon, og på den måten bidra til borgernes forståelse av samfunnet og mulighet til å delta i et virksomt demokrati (Eide, 2011, s. 12).

Journalistikkens rolle i samfunnet knyttes ofte til begrepet «samfunnsoppdrag», som historisk sett kan knyttes til ideologien om pressen som den fjerde statsmakt (Roppen & Allern, 2010, s. 12). Roppen og Allern (2010) forklarer dette som at pressen fungerer som en motmakt til den lovgivende statsmakt, den utøvende statsmakt og den dømmende statsmakt, altså de tre ordinære statsmaktene (s. 12). Det vil si at oppdraget innebærer å granske statsmaktene. I dag beskrives samfunnsoppdraget på mange forskjellige måter, men hovedtrekkene baserer seg på Vær Varsom-plakatens beskrivelse av «pressens samfunnsrolle». Der står det blant annet at «ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn» og at «pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk» (Pressens Faglige Utvalg, u.å). Videre legges det vekt på at pressen skal verne om ytringsfrihet, trykkefrihet og offentlighetsprinsippet, og at pressen har rett til å avdekke kritikkverdige forhold og formidle informasjon om hendelser i samfunnet. En interessant faktor i Vær Varsom-plakaten er at den også sier at: «Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på

hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.» (Pressens Faglige Utvalg, u.å.). Pressen skal altså drive kritisk journalistikk også innad i sin egen andedam.

Vær Varsom-plakaten behandler også etiske normer knyttet til «integritet og troverdighet», «journalistisk atferd og forholdet til kildene» og «publiseringsregler» (Pressens Faglige Utvalg, u.å.). Førstnevnte omhandler blant annet redaktørens ansvar, viktigheten av at alle redaksjonelle ansatte verner om sin uavhengighet, troverdig og integritet, samt flere punkter om behandling av reklame, sponing og videreformidling av PR-stoff. Angående kildeforhold og journalistisk atferd fokuseres det på bredde og relevans i kilder, viktigheten av å klargjøre premiss og opptre hensynsfullt i kontakt med kilder og at kilder gjengis korrekt. Publiseringsreglene består av hele 17 punkter, knyttet til blant annet saklighet og omtanke i både innhold og presentasjon, krav om å rette og beklage feilaktige opplysninger, og retten til tilsvar og samtidig imøtegåelse.

De presseetiske reglene er med andre ord relativt omfattende. De har samtidig stor legitimitet i Norge og legger grunnlaget for den journalistiske virksomheten (Bjerke, 2010, s. 71). Pressens etterlevelse av Vær Varsom-plakaten reguleres også av Pressens Faglige Utvalg (PFU), som er en selvdømmeordning opprettet av Norsk Presseforbund. «PFU har som formål å fremme den etiske og faglige standard i norske medier, gjennom å behandle klager mot disse.» (Norsk Presseforbund, u.å.).

## 2.2 Dagens medievirkelighet

I boken *Journalistikkens problem: demokrati, økonomi og teknologi* drøfter Helle Sjøvaag (2020) journalistikkens rolle i demokratiet i det norske samfunn, med fokus på hvordan demokrati, økonomi og teknologi virker som en del av journalistikken i dag. Sjøvaag (2020) mener journalistikken har et institusjonelt problem, og argumenterer for at det grunnleggende problemet ligger i spenningen mellom samfunnsoppdrag og inntekter (s. 9).

Sjøvaag (2020) beskriver samfunnsoppdraget som det å granske makten og formidle informasjon som bidrar til at borgerne kan gjøre informerte valg (s. 9). For at de redaktørstyrte mediene skal kunne utføre samfunnsoppdraget sitt må de ha tilstrekkelig avstand til makten, hvilket også er viktig for troverdigheten i journalistikkens rolle. Dermed blir det grunnleggende vesentlig at de fleste mediene er privateide, og ikke statlig eide, for å sikre uavhengigheten og avstanden til makten (Sjøvaag, 2020, s. 8). Men privateide selskap er avhengig av å tjene penger, og journalistikken er også avhengig av en sterk økonomi for å beholde uavhengigheten fra både annonsører og politikere. Med konkurranse fra

internasjonale aktører som stjeler av mediekonsumentenes tid, økt spredning av fake news og synkende annonseinntekter, endres rammene for journalistikkens virke.

En grunnleggende forutsetning for offentlig debatt, meningsdannelse og overvåking av makt er at befolkningen klarer å skille fakta og løgner (Sjøvaag, 2020, s. 67). Derfor er falske nyheter en trussel mot demokratiet, og Sjøvaag (2020) argumenterer for at det blir viktig at mediene kommuniserer mer om profesjonaliteten i det journalistiske yrket for at de skal beholde sin posisjon som en legitim institusjon med en viktig, demokratisk rolle i samfunnet (s. 67). Det må kommuniseres tydeligere hvilke metoder mediene bruker, hvordan de forholder seg til kilder og hvordan journalistikken blir til. For styrken i journalistikken som institusjon er nettopp de normene og praksisene journalistikken baseres på – som, dersom man lykkes med å gjøre dem tydelige for befolkningen, beviser hvorfor journalistikken er til å stole på og tilfører samfunnet noe viktig (Sjøvaag, 2020, s. 67).

### 2.3 Krisekommunikasjon og krisens faser

Finn Frandsen og Winni Johansen (2017) forklarer at det finnes mange ulike definisjoner av «organizational crises», og i boken *Organizational Crisis Communication* presenterer de flere ulike definisjoner. Felles for de fleste definisjonene er at kriser innebærer en potensiell negativ påvirkning på organisasjonen, og noen inkluderer også en potensiell negativ påvirkning på bransjen eller interessentene (Frandsen & Johansen, 2017, s. 35-37). En annen fellesnevner er at kriser ofte består av uforutsigbare hendelser. Flere definisjoner inkluderer også at kriser oppfattes ulikt av ulike interessenter i situasjonen. Frandsen og Johansen (2017) forklarer også *double crisis*, som kan oppstå dersom den originale krisen ikke håndteres riktig (s. 38). De forklarer videre at *den andre krisen* ofte er en kommunikasjonskrise, altså en krise forårsaket av dårlig krisekommunikasjon rundt den første krisen (2017, s. 39). Konseptet tilsier altså at krisekommunikasjonen er avgjørende for hvordan krisen utspiller seg.

I denne oppgaven vil jeg som tidligere nevnt ta utgangspunkt i Frandsen og Johansens (2017) definisjon av krisekommunikasjon:

Crisis communication is a complex and dynamic configuration of communicative processes which develop before, during and after an event or situation that is interpreted as a crisis by an organization and/or by other voices in the arena. Crisis communication also includes how various actors, contexts, and discourses (manifested in specific genres and specific texts) relate to each other. (s. 148)

Denne definisjonen legger dermed føringer for min forståelse for kriser. Definisjonen tilsier at en hendelse eller situasjon er en krise dersom den oppfattes som en krise av noen av aktørene, altså enten organisasjonen selv, media, kunder, eller andre interessenter. På bakgrunn av denne oppgavens problemstilling knyttet til arbeid med å styrke, bevare eller gjenopprette troverdighet og legitimitet, vil jeg ta utgangspunkt i at en hendelse eller situasjon er en krise dersom den kan ha negativ påvirkning på bedriften eller bransjens troverdighet og legitimitet.

## 2.4 Krisens faser

En rekke forskere har forsøkt å dele opp kriser i ulike faser, og det er stor variasjon i hvor mange faser man mener det er og hva man mener er viktigst i krisehåndteringen og krisekommunikasjonen i de ulike fasene. Frandsen og Johansen tar utgangspunkt i følgende inndeling, originalt presentert av Coombs (1999): *the pre-crisis stage*, *the crisis stage* og *the post-crisis stage*. Jeg vil videre ta utgangspunkt i Frandsen og Johansens forståelse av fasene.

I pre-krisefasen handler det om å forhindre kriser og best mulig forberede organisasjonen på kriser som kan skje eller kommer til å skje (Frandsen & Johansen, 2017, s. 70–71). I denne fasen er det vesentlig å tidligst mulig identifisere mulige, kommende kriser, og avdekke tegn på at en krise er i emning. Dette er vesentlig for å kunne forberede seg best mulig, og ikke minst for å undersøke om det er mulig å unngå at krisen blir et faktum. Det kan høres simpelt ut å følge med på om det kan komme en krise, men dette er et komplekst arbeid med mange faktorer som det ikke alltid er enkelt eller mulig å ta høyde for.

Selve krisefasen starter når krisen er et faktum, altså når organisasjonen og/eller andre interessenter er klar over at det er en krise eller anser det som en krisesituasjon (Frandsen & Johansen, s. 80). I starten av denne fasen er ting ofte uoversiktlig. Fokuset i denne fasen er hovedsakelig på å koordinere og utløse de rutinene man har for krisehåndtering og krisekommunikasjon, og gjøre det man kan for å gjøre risikoen for negative konsekvenser av krisen minst mulig (Frandsen & Johansen, 2017, s. 80–82). Den største utfordringen i denne fasen er ofte å trykke på de riktige knappene til rett tid. Det kan være svært avgjørende at organisasjonens respons på krisen er passende, og at den skjer til rett tid og med de riktige talspersonene. Fasen er ofte preget av stress, uklarheter, informasjonsmangel og tidspress, hvilket ofte skaper en utfordrende situasjon. Hva gjelder krisekommunikasjonen bør man definere mål for kommunikasjonen, budskap, hvem det er mest hensiktsmessig å ha som avsendere, hvilke interessenter man skal informere og hvordan disse prioriteres, og hvilke kanaler man skal eller ønsker å bruke (Frandsen & Johansen, 2017, s. 82–83). Knyttet til dette er det naturligvis ofte en fordel om organisasjonen har brukt pre-fasen godt, og dermed har

svar på flest mulig av disse spørsmålene før selve krisen er et faktum. Samtidig må krisekommunikasjonen koordineres og integreres med krisehåndteringen.

I post-krisefasen handler det om å lære, omstille seg og starte på nytt (Frandsen & Johansen, 2017, s. 83–85). For å lære av krisen er det vesentlig å evaluere hvilke konsekvenser krisen fikk og hvordan krisehåndteringen og krisekommunikasjonen fungerte. Konsekvenser innebærer alt fra økonomiske tap til negativ påvirkning på organisasjonens omdømme. Utfordringen i denne fasen er å faktisk lære av krisen, og bruke dette i videre arbeid – både for å være bedre forberedt i fremtidige kriser, og for å undersøke om organisasjonen kan eller bør endre noe knyttet til den daglige driften. En detaljert evaluering og en forståelse for hvorfor krisen ble et faktum kan nemlig i noen kriser føre til at en organisasjon ser behov for å justere alt fra arbeidsmetoder til holdninger, og evner man å bruke lærdommen fra en krise riktig kan det føre til at organisasjonen utvikler seg positivt (Frandsen & Johansen, 2017, s. 83–85).

Denne måten å dele inn krisens faser på bygger på en idé om at kriser utspiller seg i en lineær livssirkel, noe som særlig i senere tid vært gjenstand for kritikk (Frandsen & Johansen, 2017, s. 85–86). En av hovedutfordringene er at det ofte er vanskelig å skille de ulike fasene, fordi fasene gjerne overlapper hverandre. Fokuset på hva som er viktig i de ulike fasene har også blitt kritisert: læring bør for eksempel skje i alle fasene, ikke bare etter krisen. Ofte vil det også være faktum at ulike interessenter oppfatter at krisen er på ulike stadier til ulik tid. Det kan for eksempel hende at en organisasjon ikke selv anser en situasjon som en krise enda, samtidig som visse interessenter opplever krisen som et faktum. Eller motsatt: organisasjonen opplever å være i krise, samtidig som ingen eksterne ville ansett situasjonen for å være i krisefasen enda. Ofte kan også en krise i krisefasen skape nye kriser, og man kan dermed være i både en pre-krisefase og i en krisefase samtidig.

I likhet med mye PR- og strategisk kommunikasjonslitteratur er denne teorien av det mer instruerende slaget, med et tydelig fokus på nytteverdien for dem som skal anvende dette i praksis. Men teorien kan også nyttes til å forklare hvordan en krise utspiller seg og undersøke hvordan krisehåndtering og krisekommunikasjon har foregått i henhold til teoriens fokus på hva som er mest avgjørende i de ulike fasene. Dette kan la oss avdekke viktige aktører, hendelser og handlinger i en krise, og hvordan dette har fungert sammen.

## 2.5 Ethos og troverdighet

Ethos omhandler mottakers vurdering av avsenders troverdighet, og er en svært viktig faktor for å påvirke noen (Kjeldsen, 2018, s. 81). Avsender kan både være en enkeltperson, en

bedrift eller en institusjon. Samtidig er ikke ethos et fast trekk ved en avsender, det handler om mottakers oppfatning av avsenders ethos i en bestemt situasjon eller på et visst tidspunkt (Kjeldsen, 2018, s. 82). Ethos er altså en foranderlig kvalitet, som kan endres hver gang en avsender gjør eller sier noe (eller ikke sier noe, for den saks skyld, særlig dersom det eksisterer forventninger om at man burde si noe). I den klassiske retorikken består ethos av tre dimensjoner som utgjør en avsenders ethos: *fronesis* (kompetanse), *arete* (god karakter) og *eunoia* (velvilje overfor mottaker) (Kjeldsen, 2018, s. 83). En avsender kan score høyt på én av dimensjonene og lavt på en annen, og viktigheten av å score høyt på de ulike dimensjonene varierer fra situasjon til situasjon. Noen ganger trenger man ikke ha kompetanse om noe spesielt for å være troverdig, det kan være viktigere å bli oppfattet som en med god moral og stor velvilje. Andre ganger er kompetanse det viktigste, for eksempel dersom man uttaler seg som fagekspert.

Kjeldsen (2018) argumenterer for at det særlig i nyere tid også har blitt viktig å være autentisk for å bli ansett som troverdig (s. 83–86). Han forklarer dette som å fremstå ekte, personlig og naturlig, at man er konsekvent i fremtoning og holdning over tid, og ikke minst å ikke fremstå som om man har et formål om å påvirke noen. I antikken var veltalenhet og det å fremstå godt forberedt viktig for talerens ethos, men i moderne tid kan det motsatte være vel så viktig. Det avhenger selvsagt av situasjonen, men det å fremstå som upolert, åpen, personlig og ikke fremstå som at man prøver å påvirke noen, kan i visse situasjoner være svært effektivt for å bli oppfattet som troverdig. Særlig dersom man ønsker å fremstå som «en av oss», for mottaker, kan det være hensiktsmessig å unngå det mer polerte og upersonlige som kan skape en større følelse av avstand mellom mottaker og avsender. Kjeldsen (2018) forklarer at man kan tenke seg at autenticitet kan være en ny eller oversett faktor for *god karakter* og *velvilje*, men han argumenterer også for at det kanskje bør være en egen dimensjon som man enda ikke har forsket tilstrekkelig nok på til at det har blitt definert som en egen ethos-dimensjon (s. 85).

Ethos er som nevnt et foranderlig og dynamisk fenomen, og det er derfor vanlig å dele ethos inn i innledet, avledet og endelig ethos (Kjeldsen, 2018, s. 87–92). Innledet ethos er den oppfatningen mottaker har av avsender *før* vedkommende skal kommunisere noe. Altså, dersom man skal se en næringslivsleder bli intervjuet i en nyhetssending, vil den oppfatning mottaker har av lederen før vedkommende begynner å snakke være lederens innledede ethos. Innledet ethos er altså et utgangspunkt, og kan ha stor påvirkning på hvordan man oppfatter noen. Det påvirker gjerne forventningene man har til vedkommende. Avledet ethos handler om det en avsender sier og gjør i en bestemt situasjon, som kan styrke eller svekke

vedkommendes troverdighet. Her inngår både argumenter, det vedkommende kommuniserer, ordvalg og stil, fremførelsen og den ikke-verbale kommunikasjonen. Alt dette vil påvirke avledet ethos. Endelig ethos kan forklares som summen av innledet og avledet ethos, altså den oppfatning mottaker har av avsenders troverdighet etter at mottaker har lest, sett eller hørt kommunikasjon fra avsender. Endelig ethos vil dermed fungere som innledet ethos neste gang mottaker utsettes for kommunikasjon fra vedkommende.

Tradisjonelt har retorikkfaget hatt enkeltpersoner som talere i fokus, men i nyere tid har *organizational rhetoric* blitt et eget forskningsfelt dedikert til studier av kommunikasjon fra organisasjoner (Ihlen & Heath, 2018, s. 7–8). Baumlin og Scisco (2018) forklarer at vi i dag aksepter organisasjoner som «talere», med egne stemmer, hensikter og ansvarsområder (s. 201). Videre argumenterer de for at Aristoteles, Cicero og Burke gir tre ulike innganger til vår forståelse av organisasjoners ethos som komplementerer hverandre. Basert på Aristoteles' retorikk forklarer Bamlin og Scisco (2018) at også organisasjoner kan konstruere sin ethos og oppnå troverdighet ved å demonstrere kompetanse, god karakter og velvilje (s. 209). Med en kommersiell organisasjon som eksempel, forklarer de at det å identifisere og møte kundenes forventninger, ønsker og interesser er en måte å vise både kunnskap og velvilje. Samtidig kan velvilje også demonstreres ved å tilby de produktene kundene ønsker seg og ved å bedrive aktiviteter som er i tråd med interessentenes interesser og verdier i den aktuelle bransjen. God moralsk karakter demonstreres gjennom organisasjonens behandling av interessenter. Ved å vise at organisasjonen behandler interessenter bra, vil andre personer også ha større sannsynlighet for å tro at de selv vil bli behandlet bra. Ihlen (2009) på sin side forklarer at kompetanse kan demonstreres ved å vise kunnskap om det aktuelle emnet eller ved bruk av for eksempel fagteknisk språk (s. 363–364). McCroskey og Teven (1999) forklarer at velvilje kan demonstreres ved å vise forståelse, empati og lydhørhet overfor publikum (s. 92).

Baumlin og Scisco (2018) kaller Aristoteles' utgangspunkt for «rational ethos», mens Ciceros utgangspunkt benevnes «ethos of sympathy» (s. 204). Basert på Ciceros utgangspunkt konstrueres ikke ethos gjennom en organisasjons kommunikasjon, det er heller kommunikasjonen som avslører organisasjonens ethos (Baumlin & Scisco, 2018, s. 204). “Ciceronian ethos displays or dramatizes a speaker's “milder feelings,” of the sort that create bonds of sympathy or likemindedness between speakers and audiences” (Baumlin & Scisco, 2018, s. 204). Avslutningsvis lar Burkes utgangspunkt oss utvide vår forståelse for organisasjoners ethos, gjennom hans fokus på identifikasjon (Baumlin & Scisco, 2018, s. 202). Baumlin og Scisco (2018) forklarer at mennesker av natur ønsker å identifisere seg med noe større enn seg selv, for eksempel organisasjoner (s. 208). Organisasjoners ethos kan

styrkes dersom organisasjonen klarer å demonstrere interesser, holdninger og atferd publikum kan og ønsker å identifisere seg med.

I sum gir disse utgangspunktene en bred inngang til å utforske organisasjoners troverdighetsarbeid.

## 2.6 Den retoriske situasjon og retoriske vilkår

Som nevnt er det situasjonelle noe av det mest karakteristiske ved retorikken, og man kan forstå den retoriske situasjon som konstituert av tre elementer: det påtrengende problem, publikum og de retoriske vilkår (Bitzer, 1968). Bitzer (1968) hevder at visse situasjoner har utfordringer eller mangler som krever en handling eller en respons, og dersom det er snakk om en utfordring eller mangel som kan påvirkes av kommunikasjon er det snakk om en retorisk situasjon (s. 6–7). Det påtrengende problemet må altså være noe man kan påvirke ved hjelp av kommunikasjon for å være et retoriske problem. Videre er et publikum bare et retorisk publikum dersom det er mulig å påvirke dem med kommunikasjon og publikummet har mulighet til å påvirke problemet (Bitzer, 1968, s. 7–8).

Det tredje elementet kaller Bitzer *constraints*, som jeg som tidligere nevnt vil kalle retoriske vilkår slik Kjeldsen gjør. Bitzer (1968) forklarer det slik: “(...) every rhetorical situation contains a set of constraints made up of persons, events, objects, and relations which are parts of the situation because they have the power to constrain decision and action needed to modify the exigence.” (s. 8). Han forklarer at dette kan innebære alt fra holdninger og tradisjoner til fakta og bilder, og i tillegg tilfører den som velger å entre situasjonen og bringe en diskurs til torgs egne retoriske vilkår. Det kan for eksempel være vedkommendes ethos, stil og argumentasjon. Videre deler han vilkår inn i to grupper, de taleren selv bringer med seg og de som allerede er i situasjonen. Kjeldsen (2018) forklarer at dette bygger på det Aristoteles kalte fagtekniske og ikke-fagtekniske bevismidler (s. 56). De fagtekniske er retorens tre bevismidler, ethos, logos og pathos, og de ikke-fagtekniske er de vilkårene man ikke kan styre, men må forholde seg til. Man kan også dele vilkårene inn i *fysiske* vilkår og *kulturelle eller psykologiske* vilkår (Kjeldsen, 2018, s. 56). De fysiske er, som navnet tilsier, vilkår som for eksempel begrensninger i mediet eller det fysiske rommet man kommuniserer i. Videre legger Kjeldsen vekt på at de kulturelle og psykologiske vilkårene er de viktigste å identifisere, hvilket kan være for eksempel holdninger eller normer som strider mot avsenders budskap. Det er vesentlig at avsender forstår og tilpasser seg de retoriske vilkårene, både for å vite hvilke begrensninger man må forholde seg til og for å identifisere muligheter man kan utnytte.

Bitzers forklaring av den retoriske situasjon tilbyr et praktisk rammeverk for å identifisere de ulike elementene i situasjonen, men i dagens samfunn kan det ifølge Kjeldsen (2008) være nødvendig å utvide vår forståelse for retoriske omstendigheter. I dag er nemlig ikke kommunikasjonssituasjoner så avgrensede som de fremstår i den antikke retorikken (Kjeldsen, 2008, s. 43). Særlig påvirker de tre tendensene fragmentering, foranderlighet og kompleksitet dagens retoriske situasjoner. Moderne medier har bidratt til at vi ofte ser multimedial kommunikasjon med uklare avsendere, og internett lar oss produsere kommunikasjon i fellesskap samtidig som vi kan bytte på å være avsendere og mottakere (Kjeldsen, 2008, s. 43–44). Samtidig er hastigheten i kommunikasjonen større i dag, og samfunnsmessige forhold, problemstillinger og institusjoner har blitt mer komplekse enn tidligere (Kjeldsen, 2008, s. 44–45). Resultatet av alt dette er at en avsender ofte må forholde seg til flere påtrengende problemer og flere ulike publikumsgrupper på samme tid, samtidig som de retoriske vilkårene blir mer komplekse.

Når jeg i denne oppgaven inkluderer både Bitzer og Kjeldsens syn på den retoriske situasjon, er det med mål om å dra nytte av Bitzers anvendelige rammeverk samtidig som Kjeldsens teori gir en forståelse for kompleksiteten i dagens retoriske situasjoner.

## 2.7 Oppsummering av det teoretiske rammeverket

Gjennom teorikapittelet har jeg redegjort for det sentrale teoretiske rammeverket for oppgavens analyser. Teorien knyttet til journalistikk og dagens medievirkelighet gir et vesentlig grunnlag for å forstå hvordan medienes samfunnsoppdrag, presseetikk, økonomi og teknologi påvirker journalistikkens spilleregler. Dermed utgjør denne teorien et viktig bakgrunnstappe for å forstå de retoriske vilkårene i Bar Vulkan-saken, som har utgjort muligheter og begrensninger for VGs troverdighetsarbeid. Definisjonene av kriser og krisekommunikasjon gjør det mulig å forstå Bar Vulkan-saken som en krise der troverdighetsarbeid er nødvendig, og teorien om krisens faser danner grunnlaget for en analyse av hendelsesforløpet og identifisering av den retoriske situasjonens elementer. Teorien knyttet til ethos, organisasjonsretorikk og den retoriske situasjonen utgjør det retorikkfaglige grunnlaget for retorisk analyse. Samlet gir teoriene en mulighet til å analysere Bar Vulkan-saken i lys av flere fagfelt som belyser ulike aspekter som alle virker inn på VGs troverdighetsarbeid.

## 3.0 Metode

I denne delen av oppgaven vil jeg redegjøre for metodevalg, forskningsdesign og tekstutvalget som legger grunnlaget for analysedelen i denne oppgaven. Den overordnede metoden jeg skal bruke er retorisk tekstanalyse, også kalt retorisk kritikk. Som jeg redegjør for videre i dette kapittelet, innebærer retorisk tekstanalyse at man tar utgangspunkt i retoriske teorier eller begreper og analyserer teksten i lys av dette (Kjeldsen, 2018, s. 289). Med bakgrunn i oppgavens problemstilling knyttet til å undersøke troverdighetsarbeid og bransjespesifikke vilkår, vil teorien jeg har presentert om troverdighet og den retoriske situasjon være de retoriske teoriene jeg tar utgangspunkt i. Samtidig finner jeg det nødvendig å utvide begrepsapparatet og analyseverktøyene ytterligere for å operasjonalisere teorien. Jeg vil derfor også bruke elementer av argumentasjonsanalyse og diskursanalyse for å avdekke argumentasjon og virkelighetsbilder i VGs krisekommunikasjon, og se på hvordan dette virker som en del av troverdighetsarbeidet. Det retoriske perspektivet vil være det overordnede, men argumentasjonsanalysen og diskursanalysen er egnet til å avdekke implisitte elementer i teksten – som igjen vil avdekke hvordan teksten kan virke på sine lesere utover eksplisitte retoriske virkemidler og strategier.

### 3.1 Retorisk tekstanalyse

Retorisk tekstanalyse, eller retorisk kritikk, er en systematisk undersøkelse av ytringer for å forstå ytringens bruk av retoriske appeller, ytringens funksjon og ytringens kvalitet (Kjeldsen, 2018, s. 286). Dette innebærer å analysere en retorisk ytring i den konteksten den befinner seg i, for å forstå hvordan den virker i den konkrete konteksten. Men målet er ikke bare å lære noe om hvordan retorikken fungerer i den aktuelle ytringen, men også å lære noe om retorikk generelt. Lisa Villadsen (2009) har definert retorisk kritikk på følgende måte: «et retorikfagligt baseret analyserende, fortolkende og vurderende tekstarbejde» (s. 196). Tradisjonelt sett var tekst som regel taler, men i dag kan en tekst i denne forstand være alt fra en video til en reklame eller en pressekonferanse.

Tradisjonelt har også retoriske analyser vært svært opptatt av effekt. Men det er ikke alltid enkelt, eller nødvendig, for en analyse å vurdere effekt. Kjeldsen (2018) forklarer at det i dag er utviklet flere former for retoriske analyser som har andre formål, for eksempel er man i metodene *retorisk nærlesning* og *fortolkende kritikk* mer opptatt av den retoriske, interne oppbyggingen i teksten og den eksemplifiserende kraft (s. 288). Målet med denne typen analyser er ikke å generalisere, og som nevnt er generalisering generelt en utfordring i

retorikken så lenge kjernen i retorikken er at den er situasjonell (Kjeldsen, 2018, s. 288).

Målet er å bidra med en såkalt *tykk beskrivelse*, som i denne sammenheng betyr «en analyse som fanger detaljene og enkelthederne og viser hvordan de fungerer sammen som en enhed i den konkrete ytring i den pågående situation» (Kjeldsen, 2018, s. 288).

Kjeldsen (2018) forklarer at retorisk kritikk og analyse kan være så mye forskjellig, og at det derfor ikke finnes en bestemt fremgangsmåte (s. 289). Men som regel tar retorisk kritikk og analyse utgangspunkt i retoriske teorier, begreper eller perspektiver, og bruker dette til å analysere en tekst. Man går i dybden i en tekst og ser på hvordan den er satt sammen og appellerer retorisk, og vurderer teksten i lys av det valgte utgangspunktet. Han forklarer likevel at det i de fleste tilfeller er relevant å utforske tekst-kontekst-forholdet, hvilket innebærer å hele tiden se på sammenhengen mellom og bevege seg mellom konkrete deler av en tekst, teksten i sin helhet og den retoriske situasjonen (Kjeldsen, 2018, s. 290). Kjeldsen (2018) argumenterer videre for at selv om det er vanskelig å generalisere, vil de mange ulike retoriske analysene som gjøres totalt sett bidra til vår forståelse av de uendelig mange måtene man kan appellere retorisk på (s. 292).

I denne oppgavens tilfelle legger jeg dermed til grunn at analysene bidrar til en tykkere beskrivelse av troverdighet, med mål om å få en rikere forståelse for hvordan redaktørstyrte medier kan operasjonalisere ethos-dimensjonene på en hensiktsmessig måte og hvilke retoriske vilkår det er mest avgjørende at de tar høyde for.

### 3.2. Analyse av virkelighetsbilder

Jan Svennevig (2009) er opptatt av hvordan ordvalg og uttryksmåter har konsekvenser for hvordan man oppfatter et saksforhold, og forklarer at «ulike betegnelser og måter å snakke om saksforhold på er med på å skape ulike virkelighetsbilder» (s. 175). For å analysere virkelighetsbilder i en tekst kan man undersøke for eksempel bruken av kategorisering og navngiving, metonymier, ordenes verdiladning, fremstillingen av prosesser og deltakere og perspektiver i teksten.

Hvordan man kategoriserer og navngir ting, fenomener og hendelser er ikke gitt, og det uttrykker derfor noe om avsenders interesser, perspektiv og virkelighetsoppfatninger (Svennevig, 2009, s. 177–178). Når man beskriver noe bruker man ofte ikke-bokstavelige formuleringer, som for eksempel metonymiske uttrykk. Metonymi er en billedlig uttryksmåte som baserer seg på nærhet eller fysisk forbindelse, og det finnes flere ulike typer metonymiske relasjoner (Svennevig, 2009, s. 185). Noen eksempler på metonymiske relasjoner er del for helhet, institusjon for aktør og produsent for produkt.

Videre er det relevant å undersøke ordenes verdiladning. «Ord, formuleringer og grammatiske konstruksjoner gir ikke bare informasjon om verden, men kan også uttrykke språkbrukernes *holdninger* til det de snakker om.» (Svennevig, 2009, s. 187). Noen ord er av natur uttrykk for positive eller negative holdninger til noe. Men mange ord er ikke i seg selv positivt eller negativt ladd, men kan oppfattes som det fordi de referer til noe man i en gitt kultur forstår som positivt eller negativt (Svennevig, 2009, s. 187).

Svennevig (2009) forklarer videre hvordan fremstillingen av prosesser og deltakere er med på å skape virkelighetsbilder (s. 190–192). Prosesser kan deles inn i tre ulike typer – tilstander, hendelser og handlinger – og valget av prosessstype kan uttrykke noe om avsenders perspektiv. Dersom noe beskrives som en handling, er det relevant å undersøke om den handlende og årsaken inkluderes i fremstillingen. Den handlende, også kalt *agens*, er altså den som har utført handlingen, og utelatelse av en agens kan uttrykke at avsender enten ikke finner utøveren relevant eller at man ikke ønsker å påpeke hvem som har utført eller har ansvar for handlingen. I tillegg er det relevant å undersøke hvilke omstendigheter som inkluderes i en beskrivelse av en prosess, fordi dette kan ha stor betydning for hvordan noe oppfattes (Svennevig, 2009, s. 192).

Menneskers subjektive bakgrunn er en betydelig del av deres virkelighetsforståelse, og faktorer som tidligere erfaringer, kunnskap og holdninger er med på å danne folks egne, unike perspektiv på en gitt sak (Svennevig, 2009, s. 193). Men vi har også evnen til å se en sak fra andres synsvinkler og forstå deres perspektiv, og eventuelt endre eget perspektiv som følge av forståelsen for andres. Svennevig (2009) forklarer at man på denne måten også kan etablere en intersubjektiv forståelse, der man i samarbeid danner felles perspektiver (s. 193). I en tekst kan man tolke forfatters perspektiv ved å undersøke språklige valg, ettersom ord og formuleringer som nevnt aldri er gitt – men sier noe om avsenders virkelighetsforståelse. Man kan også undersøke hvilke perspektiver som får slippe til, altså hvem som får komme til orde.

I sum vil det å lese for tekstens virkelighetsbilde gi et inntrykk av hvilket perspektiv VG formidler av saken og virkeligheten, hvilket vil bidra til å synliggjøre hvordan VG har jobbet med å bevare og gjenopprette egen troverdighet og hvilke retoriske vilkår som er til stede. Svennevig (2009) forklarer avslutningsvis at det å skape virkelighetsbilder ikke utelukkende innebærer å formidle sitt eget syn på et saksforhold, ofte ønsker man også å argumentere for at dette virkelighetsbildet er noe andre også bør dele (s. 202). Dermed blir det også relevant å undersøke argumentasjon når man ser på formidlede virkelighetsbilder, og for å gjøre dette vil jeg bruke Toulmins argumentasjonsmodell som analyseverktøy.

### 3.3 Argumentasjonsanalyse

Jørgensen og Onsberg (2008) definerer retorisk argumentasjon som «*kommunikation hvor afsender søger at vinde modtagers tilslutning til et begrundet synspunkt*» (s. 12). En forutsetning for argumentasjon er dermed at det finnes tvil, slik at man kan bruke argumentasjon til å vinne tilslutning til eget synspunkt og dermed overvinne denne tvilen (Jørgensen & Onsberg, 2008, s. 11).

Filosof og logiker Stephen E. Toulmin (2003) har utviklet en modell som beskriver argumenters oppbygning, og ved bruk av hans argumentasjonsmodell kan man identifisere et argument, elementene i argumentet og relasjonene mellom elementene. Jeg vil videre ta utgangspunkt i Jørgensen og Onsbergs (2008) beskrivelse av modellen. Ifølge modellen består et argument av seks elementer, der tre av dem er alltid er til stede enten eksplisitt eller implisitt. De tre faste elementene utgjør en grunnmodell, bestående av følgende elementer: påstand, belegg og hjemmel (Jørgensen & Onsberg, 2008, s. 16–18). En påstand er et synspunkt den som argumenterer ønsker å oppnå tilslutning til, og dermed det overordnede elementet i et argument. Belegg er informasjon som direkte støtter påstanden, og hjemmel er en generell regel som skal rettferdiggjøre bruken av belegget som direkte støtte for påstanden. Hjemmelen er ofte implisitt, og ved å identifisere hjemmelen kan man avdekke premisser mottaker må godta for å kunne si seg enig i påstanden. Samtidig er det ikke bare hjemmel som kan være implisitt, noen ganger er påstand eller belegg også implisitt eller underforstått i en argumenterende ytring. Jørgensen og Onsberg (2008) forklarer at det i retorikken er vanlig at deler av et argument er implisitt (s. 21).

Utover de tre faste elementene kan et argument inneholde tre ekstra elementer: styrkemarkør, gjendrivelse og ryggdekning (Jørgensen & Onsberg, 2008, s. 27–29). En styrkemarkør sier noe om hvor sikker avsender er på påstanden, og kan for eksempel komme til syne ved at den som argumenterer bruker ord som «sannsynligvis» eller «kanskje» i påstanden. En gjendrivelse er eventuelle forbehold eller usikkerheter, som kan gjøre at den generelle regelen i hjemmelen ikke vil være gjeldende for påstanden. Med dette kan avsender også bruke en gjendrivelse til å adressere eventuelle motargumenter fra mottaker. Ryggdekning er et konkret grunnlag for den generelle regelen i hjemmelen, og brukes derfor gjerne i tilfeller hvor det er knyttet tvil til hvorvidt mottaker vil akseptere hjemmelen som en gyldig, generell regel. Ryggdekning kan for eksempel være et konkret eksempel på en situasjon der den generelle regelen har vært gyldig.

Ved å bruke argumentasjonsanalyse er målet å få et tydeligere grep om eksplisitt troverdighetsarbeid. Som analysen vil avdekke bedriver VG direkte argumentasjon for egen

troverdighet, og ved å avdekke argumentasjonens implisitte premisser kan man også få et inntrykk av hvilke retoriske vilkår som fra VGs side aktualiseres som viktige, bransjespesifikke vilkår.

### 3.4 Tekstutvalg og design

Analysene vil styres av oppgavens forskningsspørsmål knyttet til casen, som presentert tidligere i oppgaven:

- 1. Hva gjør VG i Bar Vulkan-saken for å bevare og eventuelt gjenopprette sin egen troverdighet?*
- 2. Hvilke retoriske vilkår, forstått som bransjespesifikke vilkår, kommer til syne i VGs troverdighetsarbeid i krisehåndteringen?*

I analysekapittelet vil jeg først gi en oversikt over casen, altså Bar Vulkan-saken, ved å analysere krisens faser. Teorien jeg har redegjort for om krisens faser vil bli styrende for hvordan jeg avleser og formidler hendelsesforløpet. Samtidig vil jeg bruke analysen av krisens faser til å identifisere elementene i den retoriske situasjonen Bar Vulkan-saken utspiller seg i. Deretter skal jeg gjøre flere analyser av en tekst jeg finner særlig vesentlig i krisekommunikasjonsarbeidet som ble gjort i Bar Vulkan-saken: VGs evalueringsrapport med tittelen «Evaluering av VGs dekning av Trond Giske-videoen» (VG, 2019a – se lenke til rapporten i referanselisten).

Tekstvalget er ikke tilfeldig, det er derimot en strategisk utvalgt tekst som følge av en grundig gjennomgang av casen. Forut for analysen ligger en omfattende gjennomgang av krisen slik den utspilte seg i offentligheten, og dens etterspill i PFU. Videre har jeg gjort grundige gjennomlesinger av VGs ytringer som kan forstås som del av krisehåndteringen, blant annet intervjuer med VG-ansatte, VG-ansattes deltakelser i Dagsnytt 18 og Debatten på NRK, beklagelser og informasjon VG gikk ut med i egne kanaler, en pressekonferanse, og ikke minst VGs evalueringsrapport. Rapporten er en omfattende og lang tekst, og VGs avgjørelse om å utarbeide og offentliggjøre rapporten ble tatt mens VGs troverdighet ble betvilt. Samtidig inkluderer rapporten svært mye av den øvrige kommunikasjonen fra VG. Rapporten gir altså et helhetlig bilde av VGs krisehåndtering og troverdighetsarbeid.

Rapporten ble til som følge av krisen, og kan anses som et forsøk på en passende retorisk respons fra VG på flere av situasjonens påtrengende problemer. Evalueringsarbeidet og rapporten er utført og utarbeidet av interne i VG. Innledningsvis i rapporten står det at det

er en «evaluering av hvordan VGs nyhetsdekning av Trond Giske-videoen fra Bar Vulkan ble håndtert i, og av VGs redaksjon før, under og etter publisering» (VG, 2019a). Rapporten er på 56 sider totalt, delt inn i fire deler: «Innledning», «Kronologisk gjennomgang av saken», «Evalueringsrapport» og «Læringspunkter/tiltak» (VG, 2019a). Særlig i den kronologiske gjennomgangen er det gjort et omfattende arbeid med å kartlegge og granske hendelsesforløpet, og det er i forbindelse med evalueringsarbeidet gjort intervjuer med alle involverte internt i VG, samt Sofie. Hendelsesforløpet er i rapporten også dokumentert med blant annet skjermbilder av tekstmeldinger og lenker til omtalte artikler. Analysen min av krisens faser vil basere seg på hendelsesforløpet som er beskrevet i rapporten, samt supplerende kilder der det er relevant. Jeg vil samtidig påpeke at det eksisterer motstridende meninger om hendelsene i saken, der Sofie og parter i VG i flere tilfeller er uenige om hva som har skjedd. Men mine analyser har ikke som formål å avdekke den fulle sannheten, men å gjøre faglig forankrede analyser av kommunikasjonen, og jeg mener derfor det er formålstjenlig å ta utgangspunkt i rapportens gjennomgang av saken.

For øvrig ble rapporten i august 2019 felt i PFU for brudd på god presseskikk. Som nevnt innledningsvis ble VG felt i PFU for budd på flere punkter i Vår Varsom-plakaten i forbindelse med nyhetsdekningen og kildehåndteringen i Bar Vulkan-saken, og Sofie – som klaget inn VG til PFU – klaget også på arbeidet VG gjorde med evalueringsrapporten (Bjøntegård et al., 2019). Sofie mener rapporten inneholder en klar antydning om at hun lyver (Bjøntegård et al., 2019).

Som forklart vil evalueringsrapporten bli gjenstand for en retorisk analyse av troverdighet, etter at jeg har analysert krisens faser og den retoriske situasjonen. Særlig vil jeg ha som mål å komme nærmere et svar på hvordan VG forsøker å bevare og gjenopprette sin troverdighet. Videre vil jeg se på hvilke bransjespesifikke retoriske vilkår som kommer til syne. Teorien jeg har presentert om ethos, den retoriske situasjon og retoriske vilkår vil utgjøre det teoretiske grunnlaget for disse analysene. Teorien jeg har redegjort for som behandler journalistikk, medienes samfunnsrolle og dagens medievirkelighet vil være et viktig teoretisk grunnlag for å identifisere og forstå de retoriske vilkårene.

## 4.0 Analyse

I dette kapittelet vil jeg først forklare hendelsesforløpet i casen gjennom en analyse av Bar Vulkan-sakens krisefaser, og bruke dette til å peke på elementene i den retoriske situasjonen. Deretter skal jeg gjøre ulike analyser av VGs evalueringsrapport (VG, 2019a). Først vil jeg analysere hvilke virkelighetsbilder VG formidler i rapporten, og deretter vil jeg gjøre en argumentasjonsanalyse for å utforske hvilke premisser VGs argumentasjon bygger på. Deretter vil jeg bruke funnene som utgangspunkt for å se nærmere på hvordan VG forsøker å etablere sin ethos. Avslutningsvis ser jeg på hvilke retoriske vilkår som aktualiseres gjennom de øvrige funnene.

«Bar Vulkan-saken» handler som nevnt innledningsvis om VGs nyhetsdekning av en dansevideo i februar 2019. I videoen ser man Trond Giske danse med den da 27 år gamle Sofie, og det er Sofies venninne som har filmet. Kjernen i det som gjør saken til en krise, er at Sofie i VGs sak ble sitert på følgende: «Vi danset og hadde det hyggelig, så ble det litt mye, så jeg og venninnen min dro derfra» (Bjøntegård et al., 2019). Problemet var at Sofie ifølge henne selv, som vi skal se gjennom analysen, aldri sa «så ble det litt mye». Hun ønsket heller ikke å bli sitert i saken eller å fremstille hendelsen med Trond Giske som noe problematisk. VG ble i tiden som fulgte etter publisering av saken utsatt for omfattende kritikk fra flere hold, særlig knyttet til artikkelens fremstilling av hendelsen og kildehåndteringen av Sofie.

### 4.1 Krisens faser

#### 4.1.2 Pre-krisefasen

Onsdag 20.02.19 får VG et tips om en video av Trond Giske, og dette er i en periode hvor Trond Giskes mulige innstilling til tillitsverv i Trøndelag Ap debatteres (VG, 2019a, s. 6). VG-journalistene Marie Melgård og Lars Joakim Skarvøy får i oppgave å jobbe med saken. Senere samme dag får VG se en bekymringsmelding sendt inn til Ap som dreier seg om dansevideoen. Samme kveld møter Skarvøy Sofie for å få se videoen og høre Sofies beskrivelse av situasjonen. Det skjer mye på denne dagen, og Sofie og Skarvøy har bemerkelsesverdig ulike syn på dialogen mellom dem denne dagen (VG, 2019a, s. 8–11). Men sent på kvelden, etter møtet og mens saken er under produksjon, kommuniserer Sofie til Skarvøy at hun ikke vil bidra med sitat i saken og at hun føler saken vinkles til noe som ikke stemmer (VG, 2019a, s. 13–14).

Pre-krisefasen begynner allerede onsdag når tipset om dansevideoen kommer inn. VG kan kanskje ikke allerede da vite at det kan bli en krise, men de neste timene blir svært avgjørende. Dagen etter finner en ny telefonsamtale mellom Skarvøy og Sofie sted, der Sofie, ifølge henne, igjen forsøker å si at hun ikke vil medvirke i saken – men etter press fra Skarvøy svarer hun til slutt i frustrasjon at han bare får skrive det han vil siden han ikke hører på henne uansett (VG, 2019a, s. 26). Her kunne særlig Skarvøy forstått at dette kunne bli en krise. På dette tidspunktet kunne krisen også blitt unngått dersom Skarvøy og VG hadde tatt Sofie på alvor, og ikke publisert saken – eller ikke inkludert Sofies uttalelser mot hennes vilje. VG erkjente i ettertid også at de burde oppfattet disse signalene tidligere enn de gjorde (VG, 2019a, s. 48–49).

Litt senere samme kveld publiseres saken, med sitatet Sofie forsøkte å endre, og helst fjerne. En time etter publisering sender venninnen til Sofie, som filmet videoen, melding til Skarvøy og skriver: «Gratulerer med fantasifull artikkel!» (VG, 2019a, s. 21). Dette videresender Skarvøy til VGs sjefredaktør Gard Steiro. Dermed har Steiro også fått mulighet til å innse at dette kan bli en krise. Men ingen av dem tar det nok på alvor til å se konsekvensene som kommer. Samme kveld blir Steiro kontaktet av NRK, som opplyser Steiro om at Sofie og venninnen har sagt til NRK at VGs sak er overdrevet (VG, 2019a, s. 24). Skarvøy skriver også i en SMS til Sofie at han har forstått at Sofie har opplevd seg presset av VG (VG, 2019a, s. 22). Steiro og Skarvøy har deretter flere samtaler, der Skarvøy bekrefter overfor Steiro at sitatet fra Sofie er godkjent av henne (VG, 2019a, s. 25). Steiro svarer deretter NRK med at både sitatet og hele saken er godkjent av Sofie (VG, 2019a, s. 25). Få minutter senere publiserer NRK en sak der Sofie siteres på følgende:

Videoen ser verre ut enn det var. Det var ikke noe mer enn en dans. Det var vi som tok kontakt med han, ikke omvendt. Det var ikke noe annet enn hyggelig tone. Vi opplevde det som uproblematisk og greit, og han gikk vel fra utestedet før vi gjorde. (Ertesvåg et al., 2019)

#### 4.1.2 Krisefasen

Når NRK-saken publiseres, er krisefasen et faktum. I VGs evalueringsrapport står det følgende om Steiros reaksjon på NRK-saken:

I et intervju knyttet til evalueringen 23. mars oppgir Gard Steiro at han blir overrasket over innholdet i NRKs sak. Han opplever at denne saken på mange måter slår beina

under VGs sak, og inneholder opplysninger om hendelsesforløpet som VGs sak mangler. Han ser på denne mangelen som en vesentlig svakhet. (VG, 2019a, s. 26)

Med andre ord blir både VGs sjefredaktør, Skarvøy, VGs redaksjon, Sofie og lesere av NRKs sak på dette tidspunktet klar over noen av VGs feiltrinn i sin nyhetsdekning av saken, og potensielle konsekvenser ved å publisere en mangelfull nyhetsartikkel begynner å bli et faktum for VG. I NRK-saken er også Trond Giske kritisk til VG, der han blant annet sier: «Jeg håper dette fører til en diskusjon om denne typen journalistikk» (Ertesvåg et al., 2019). Steiro bestemmer at VG må henvise til NRKs opplysninger i VGs sak samme kveld, men sitatet fra Sofie blir stående uendret. Skarvøy sender flere meldinger til Sofie i løpet av kvelden uten å få svar, men etter at NRK-saken er ute – som innehar tilsvaret fra Steiro der han sier at sitatet og hele saken til VG er godkjent av Sofie – sender Sofie en lang SMS til Skarvøy. I meldingen skriver hun at hun gjentatte ganger har forsøkt å få VG til ikke å publisere sitatet, at Skarvøy har argumentert for at hun burde la seg sitere, og at hun i ren frustrasjon til slutt sa at Skarvøy kunne skrive det han ville (VG, 2019a, s. 26). Hun skriver også at det hun siteres på av NRK er akkurat det samme hun har sagt til Skarvøy. Steiro får se meldingen, og ringer deretter Sofie med mål om å få klarhet i situasjonen. Steiro og Sofie har delvis ulike oppfatninger av hva som ble sagt i denne samtalen, samt i en telefonsamtale dagen etter. Steiro mener Sofie bekrefter at noe i situasjonen med Giske var litt ubehagelig, mens Sofie mener hun flere ganger svarte nei på spørsmålet om hun hadde opplevd noe ved opplevelsen med Giske som ubehagelig (VG, 2019a, s. 27–28). Samtidig skjer også følgende:

I en intern, digital kommunikasjonskanal for politisk gruppe skriver nyhetssjef Eva-Therese Loo Grøttum:

*«Hva skjedde nå, hun har plutselig en annen oppfatning av saken?»*

Lars Joakim Skarvøy svarer:

*«Det er mye nå. Gard håndterer. Vet ikke det siste, men han skulle ringe kvinnen.»*  
(VG, 2019a, s. 28)

Det er altså blitt klart for VG at det er vesentlige utfordringer knyttet til saken, og NRK har publisert en sak som tilsier at VG har gjort feil. Neste morgen, fredag 22. februar, publiserer Trond Giske et lengre innlegg på Facebook med overskriften «VG bør beklage» (VG, 2019a,

s. 29). I innlegget skriver han blant annet at VGs sak tegner et bilde som er motsatt av virkeligheten, at VG ikke har dekning for saken sin, at VG bryter presseetikken, og at VG bør beklage. Samme dag blir Trond Giske vraket fra vervene han ble innstilt til, på grunn av dansevideoen (Heltne et al., 2019).

Steiro ringer Sofie igjen, og ifølge rapporten reagerer Steiro slik på samtalen: «Steiro får en dårlig følelse og skjønner at VG har en dårlig sak» (VG, 2019a, s. 30). De neste dagene blir VG kritisert fra flere hold. NRK publiserer også en ny sak, der det kommer frem at Sofie og venninnen som filmet føler de har blitt brukt i et politisk spill (Grønli & Hellesnes, 2019; VG, 2019a, s. 32–33). Steiro deltar i Dagsnytt 18 og Hanne Skartveit, politisk redaktør i VG, deltar i debatten på NRK hvor VG blir kritisert (VG, 2019a, s. 36–39). På morgenen den dagen Skartveit deltar på Debatten, fem dager etter at VG publiserte sin sak, skjer følgende:

Kort diskusjon mellom redaktørene cirka klokken 09.00. Til stede: Jane Throndsen, Tora Bakke Håndlykken og Hanne Skartveit. (Gard Steiro deltar).

Redaktørene skriver i en redegjørelse om diskusjonen at følgende ble sagt:

*«Nå handler det om å rette opp feil, om VGs troverdighet».* (VG, 2019a, s. 36)

På dette tidspunktet har altså VG blitt klar over at krisen kan skade VGs troverdighet, og dagen etter beklager VG for første gang i egne flater for at VGs sak ikke ga et tilstrekkelig bilde av situasjonen på Bar Vulkan (VG, 2019b). Men det omstridte sitatet i originalsaken blir fortsatt stående. Samme kveld blir nyhetsredaktør Tora Bakke Håndlykken gitt mandat til å starte en evaluering av hva som gikk galt i VGs arbeid med saken (VG, 2019a, s. 41).

#### 4.1.3 Post-krisefasen

Krisen er over i post-krisefasen omtrent en uke etter at saken først ble publisert i VG, når VG beklager i egne kanaler. I tiden som fulgte var det tilsynelatende noe roligere i omgivelsene, samtidig som VGs interne evaluering foregikk. Men den 20. mars blir et intervju med Sofie publisert i TV 2s kanaler, der hun forteller sin historie om opplevelsen med VG (Fossheim et al., 2019). TV 2s intervju med Sofie blir sitert i flere andre medier (VG, 2019a, s. 44).

Etter at TV 2-saken er publisert bestemmer VGs styreleder at det skal utarbeides en rapport med en grundig gjennomgang av hele saken, og rapporten skal offentliggjøres (VG, 2019a, s. 44). 21. mars, én måned etter at VGs første sak ble publisert, fjerner VG sitatet til

Sofie fra saken (VG, 2019a, s. 44). Den 27. mars legger VG frem evalueringsrapporten på en pressekonferanse (Røset, 2019). Rapporten omtales i flere medier (se for eksempel Enge, 2019 i Aftenposten og Svaar et al., 2019 i NRK). Deretter kan krisen tilsynelatende se ut til å være helt over, men den 29. april blir en klage fra Sofie registrert hos PFU (Bjøntegård et al., 2019). Den 28. august er saken ferdig behandlet i PFU, og de publiserer resultatet: VG ble felt på fem punkter i Vær Varsom-plakaten (Bjøntegård et al., 2019).

#### 4.1.4 Den retoriske situasjonen

«Bar Vulkan-saken» er en omfattende sak med mange hendelser og aktører, og analysen av krisens faser har bidratt til å synliggjøre sentrale elementer i krisens retoriske situasjon. Jeg vil nå bruke oversikten til å gjøre rede for den retoriske situasjonen, slik at elementene VG har måttet forholde seg til i krisehåndteringen og troverdighetsarbeidet blir tydeligere før jeg skal gjøre nærmere analyser av evalueringsrapporten.

Analysen av krisens faser gjør det tydelig at denne krisen ikke bare knytter seg til ett påtrengende retorisk problem. Det foreligger en rekke problemer som kan påvirkes gjennom retorikk og kommunikasjon, og man kunne også definert mange av de ulike hendelsene i saken som egne retoriske situasjoner. Grunnet denne oppgavens omfang, og analysens videre fokus på selve evalueringsrapporten, vil jeg forholde meg til krisen som én retorisk situasjon med flere påtrengende problemer:

- NRK publiserer en nyhetsartikkel som tilsier at VGs sak inneholder feil og mangler.
- Sofie retter direkte og indirekte kritikk mot VG i flere kanaler, og mener seg feilsitert av VG.
- Trond Giske retter sterk kritikk mot VG.
- Flere medier stiller kritiske spørsmål til VGs sak og VGs håndtering av saken.
- Det er stor uklarhet i hva som egentlig har skjedd i arbeidet med VGs sak.
- En rekke ulike interessenter forventer en oppklaring.

En fellesnevner for de påtrengende problemene er at de truer VGs troverdighet og legitimitet i offentligheten. Med dette tegner «offentligheten» seg også som en del av den retoriske publikum. Den store mediedekningen gjorde saken synlig for det norske folk og VGs lesere, som naturligvis er en viktig interessentgruppe for VG. Samtidig er de berørte og involverte i krisen en viktig del av den retoriske publikumet: Sofie, venninnen som filmet, Trond Giske,

Giskes familie, flere personer i Arbeiderpartiet, og personen som sendte inn bekymringsmeldingen. Dette er viktige retoriske publikumsgrupper fordi de kan avhjelpe flere av de retoriske problemene, i den forstand at VGs troverdighet og legitimitet kan trues i mindre grad dersom VG lykkes med å bevise sin troverdighet og legitimitet overfor dem. Ansatte i VG er også en del av det retoriske publikummet. Flere ansatte i VG var direkte involvert i saken, men resten av VG-husets ansatte, ledere og eiere er naturligvis også et publikum VG må forholde seg til og kommunisere til. De involverte kan bidra til å oppklare hva som egentlig har skjedd, og de resterende ansatte kan som potensielle VG-ambassadører bidra positivt til VGs truede troverdighet. Til slutt er også andre mediehus, journalister og bransjepersoner et viktig retorisk publikum. Krisen førte til flere diskusjoner om presseetikk og journalistiske arbeidsmetoder, og det ble viktig for VG å vise at de tok saken alvorlig og at feilene de gjorde ikke er representative for hverken bransjen eller VGs standarder.

Som det fremgår i analysen av krisens faser gjør VG mye underveis i kriseforløpet for å forsøke å komme med passende responser på de påtrengende problemene, og selve evalueringsrapporten er også en retorisk respons – der VG forsøker å svare på kritikken, oppklare hva som har skjedd, beklage sine feil og gjenvinne sin troverdighet. Videre skal jeg gjøre analyser av evalueringsrapporten og situasjonens retoriske vilkår.

## 4.2 Virkelighetsbilder i VGs evalueringsrapport

Ettersom VGs evalueringsrapport utgjør en essensiell retorisk respons fra VG på de påtrengende problemene, er det interessant å se på hva slags virkelighetsbilder VG formidler gjennom rapporten for å forstå VGs forståelse av situasjonen. For å analysere VGs virkelighetsbilder tar jeg utgangspunkt i Svennevigs teorier om virkelighetsbilder, som beskrevet i metodekapittelet. Herunder ser jeg på hvordan kategorisering og navngiving, bruk av metonymier, fremstillingen av prosesser og deltakere samt formidlet perspektiv skaper VGs virkelighetsbilder av saken.

### 4.2.1 Del 1 i rapporten – «innledning»

Rapportens første del har fått tittelen «Innledning», og inneholder en overordnet innledning og informasjon om begrensninger, rammer, involverte og metode. Denne delen strekker seg over fem sider. På første side står det følgende: «Dette er en evaluering av hvordan VGs nyhetsdekning av Trond Giske-videoen fra Bar Vulkan ble håndtert i, og av VGs redaksjon før, under og etter publisering.» (VG, 2019a, s. 1). Dokumentets funksjon kategoriseres altså som en «evaluering». Ordet og begrepet evaluering kan sies å i hvert fall til dels være positivt

ladd. Det skaper assosiasjoner til at man skal gjøre et grundig arbeid med å gå gjennom noe, undersøke hva som har vært bra og dårlig, og gjerne hva man kan lære av dette. Dokumentet kategoriseres også gjennomgående som en «rapport». Ifølge Bjørkdahl (2018) er rapporters viktigste virkemiddel nøytralitet, ettersom rapportsjangeren preges av tekster som er saklige, nøyaktige og systematiske (s. 8). Dermed skaper kategoriseringen og navngivingen «rapport» en fremstilling om at VGs rapport gir et nøytralt bilde av saken.

Videre navngis et sentralt objekt i setningen «Trond Giske-videoen». Sofie nevnes altså ikke i denne formuleringen, og det skapes et bilde av at den sentrale personen i videoen er Giske. Videre i den nevnte setningen presenteres «VG» og «VGs redaksjon» som deltakere i prosessen. På denne måten brukes institusjon for aktør. Det er ikke for eksempel Steiro eller Skarvøys håndtering, det er «VG» og «VGs redaksjon». Dette uttrykker noe om rapporten og VGs syn på ansvarsfordeling. Det er VGs redaksjon som blir gitt ansvaret for håndteringen av nyhetsdekningen av «Trond Giske-videoen». Involverte enkeltpersoner, som Steiro og Skarvøy som er sentrale aktører i denne saken, slipper til dels unna i denne formuleringen. De nevnes ikke eksplisitt, men de er samtidig en del av redaksjonen.

Bruken av metonymien «institusjon for aktør» går generelt igjen i hele innledningen. Det er gjennomgående «VG» som omtales, ikke enkeltpersoner, og dette gjelder både i positivt og negativt ladde setninger. For eksempel står det i innledningen: «VG har høye standarder for sitt journalistiske arbeid.» (VG, 2019a, s. 1). I denne setningen er det altså VG som institusjon som har høye standarder. Litt senere i innledningen står det følgende: «VG har begått en alvorlig feil.» (VG, 2019a, s. 1). Det er altså institusjonen som har gjort en feil, ifølge denne formuleringen, ikke enkelte ansatte. Samtidig står det også i innledningen: «I siste instans har ansvarlig redaktør det overordnede, juridiske og publisistiske ansvaret.» (VG, 2019a, s. 1). Men Gard Steiro, VGs ansvarlige redaktør, nevnes ikke i denne innledningen. Bruken av «VG» sier noe om rapportens virkelighetsbilde og perspektiv på ansvaret i denne saken: «VG» har gjort feil, og det er «VGs ansvar». I noen tilfeller utelates også en agens. Det står for eksempel i innledningen at: «Et sentralt funn i denne evalueringen er at for få av disse kvalitetssikrende ledernivåene har vært i funksjon i denne saken. Linjene er blitt for korte og utydelige. Viktige spørsmål er ikke blitt stilt internt.» (VG, 2019a, s. 1). Denne agensløse formuleringen fremhever rutinene i seg selv som noe som har sviktet, og fordekker samtidig at det har skjedd menneskelig svikt i saken. Dermed skapes et inntrykk av at det ikke er interessant hvem som har ansvar for at dette har skjedd, og at VG ikke finner det relevant å stille enkeltpersoner til ansvar.

Det eneste stedet en konkret person nevnes i innledningen, er i en positivt ladet sammenheng. Andre avsnitt lyder som følger:

Tora Bakke Håndlykken har ledet arbeidet med rapporten, i kraft av at hun er VGs nyhetsredaktør. Hun var på ferie da det journalistiske arbeidet med den aktuelle nyhetssaken pågikk. Av den grunn var hun ikke involvert i utarbeidelsen eller avgjørelsen om publisering av saken. (VG, 2019a, s. 1)

Formuleringene i dette avsnittet fraskriver Tora Bakke Håndlykken ansvar for feilene VG har begått, og fremstiller henne som en troverdig og objektiv leder av arbeidet. Hun var ikke involvert eller til stede, og hennes stilling som nyhetsredaktør gjør det naturlig at hun får oppgaven.

Dette fører meg også over på en interessant faktor med rapporten i sin helhet. VG har gjort feil, og VG skal selv evaluere hva som har gått galt og hva som har blitt gjort feil i arbeidet med saken. Dette er i seg selv med på å tegne VGs virkelighetsbilde av at de selv er i stand til å gjøre en nøytral, ærlig og troverdig evaluering av sitt eget arbeid.

#### 4.2.2 Del 2 i rapporten – «kronologisk gjennomgang av saken»

Etter innledningskapittelet i rapporten følger «Del II - Kronologisk gjennomgang av saken». Denne delen av rapporten strekker seg over 40 sider. Som kapitteltittelen tilsier er dette en kronologisk gjennomgang, men i tillegg til beskrivelser av hendelsesforløpet dukker det stadig opp innskytelser og kommentarer som er kommet til i løpet av evalueringsprosessen og etter at involverte parter hadde fått lese gjennom rapporten. Gjennomgangen er derfor tidvis utfordrende å følge, og man må holde tunga rett i munnen for å forstå hva som har skjedd når.

Gjennomgangen av saken bærer preg av at den for det meste fortelles fra VG-ansattes perspektiv. Mye av utgangspunktet for rapporten er en rekke intervjuer med de involverte fra VG, der intervjuere også har vært VG-ansatte, samt dokumentasjon VG har hentet inn underveis i evalueringsarbeidet. Sofie på sin side får ofte en stemme gjennom andre i denne gjennomgangen, eller ved at det er skjermbilder av SMS-dialog mellom Sofie og involverte i VG. Med «gjennom andre», mener jeg at for eksempel telefonsamtaler som omtales der Sofie har snakket med aktører fra VG beskrives av den andre parten og ikke Sofie selv. For eksempel står det følgende på side 16 i rapporten (VG, 2019a):

12:47

Sofie ringer Lars Joakim Skarvøy. Samtalen varer i cirka syv minutter. Oppringningen kommer etter at at Skarvøy har sendt tekstmelding 12:09 (se dokumentasjon under punkt 21:04 til 23:16).

Tidligere samme dag har Skarvøy fått opplysninger om at Sofie opplevde møtet med ham på McDonalds kvelden i forveien som ubehagelig.

Skarvøy spør Sofie om dette stemmer. Dette avviser hun, ifølge Skarvøys redegjørelse. Tvert om gir hun uttrykk for at samtalen og kontakten hadde vært ryddig og god, oppgir han.

Skarvøy opplyser Sofie om at videoen er bredt spredt, og at VG fortsetter å jobbe med saken, ifølge sin egen redegjørelse. Han sier også at det er viktig at hennes versjon av hendelsesforløpet kommer frem.

Ifølge nyhetssjef Eva-Therese Loo Grøttum hadde hun og Skarvøy en diskusjon om dialogen med Sofie den ettermiddagen: «*Jeg blir beroliget av samtalen fordi inntrykket er at Sofie er fornøyd med dialogen med VG*», skriver Grøttum i sin redegjørelse til evalueringen. Grøttum er usikker på klokkeslettet for samtalen.

Her er altså journalist Skarvøys redegjørelse og perspektiv grunnlaget for fremstillingen av telefonsamtalen. Dette utdraget skaper et inntrykk av at involverte i VG har tatt informasjonen om at Sofie har hatt en negativ opplevelse med VG på alvor, ved at de har undersøkt om dette stemmer. Formuleringen «dette *avviser* hun» inneholder ingen modale hjelpeverb som modifierer påstanden, og uttrykker dermed at Skarvøys holdning er at dette er en sannhet. Samtidig får Sofie komme med sine motsvar hovedsakelig på to måter gjennom rapporten:

1. Rapporten viser flere ganger til intervjuet Sofie gjorde med TV 2, som ble publisert i TV 2s kanaler den 20. mars 2019 (Fossheim et al., 2019).
2. Sofie har kommet med kommentarer til rapporten etter gjennomlesing av den, og disse kommentarene er gjengitt i blått gjennom dokumentet.

I intervjuet med TV 2 forteller Sofie sin historie, og deler av dette blir direkte gjengitt i rapporten (f.eks. på side 9, 14, 18-19 og 28). Også her fortelles deler av historien gjennom journalister i TV 2, men i rapporten gjengis også direkte sitater fra Sofie, slik at hun på denne måten implisitt får forklart sitt syn på saken med sine ord i rapporten. Videre fremgår det i rapporten at Sofie har fått lese gjennom rapporten etter at den var utarbeidet, og fått mulighet til å legge til kommentarer. For eksempel ser man på side 10 i rapporten (VG, 2019a) at Sofie har gitt flere kommentarer til VG og Skarvøys fremstilling av møtet mellom Skarvøy og Sofie på McDonald's dagen før VG publiserte den første artikkelen om «Trond Giske-videoen». I

kommentarene fremgår det at Sofie mener Skarvøys fremstilling ikke er riktig, og det er tydelig at de to i utgangspunktet hadde veldig ulike oppfatninger av hva som skjedde og hva som ble sagt under møtet.

Virkelighetsforståelsene er med andre ord svært ulike, men VG formidler at de etter hvert endret perspektiv. I rapporten fremgår det at Skarvøy og de andre involverte fra VG inntok et nytt perspektiv på saken etter at de fikk tilstrekkelig kunnskap om hvordan Sofie hadde opplevd kontakten med VG. For eksempel fremgår det på side 10–11 i rapporten (VG, 2019a) at Skarvøy i et internt intervju den 4. mars mente at det var riktig av VG å publisere saken på det tidspunktet det ble gjort og at Sofie ble veldig godt ivaretatt av han i kildekontakten. Deretter fremgår det i rapporten at Skarvøy i et nytt intervju den 18. mars innrømmer å ha mislyktes i sitt journalistiske arbeid. Han sier blant annet følgende:

*For meg er det helt åpenbart at jeg har mislyktes med min kontakt med Sofie. Det er mitt ansvar å gjøre henne trygg og sørge for at hun er komfortabel med saken når, og etter, vi publiserer.*

*Det klarte jeg ikke, og det tar jeg stor lærdom av og har reflektert nøye over.* (VG, 2019a, s. 11, kursiv i originalen)

I rapporten fremgår det også at VG endret den opprinnelige artikkelen torsdag 21. mars. De fjernet det omdiskuterte sitatet fra Sofie og la til en disclaimer i artikkelen. I rapporten står det at disclaimeren lød som følger:

*NB! Etter publisering av denne saken har kvinnen som ble filmet sagt til TV 2 at hun ikke har følt seg godt ivaretatt av VG. Hun sier situasjonen på Vulkan hele tiden var uproblematisk for henne, og hun ønsket ikke at videoen skulle bli spredd eller varslet om. VG har beklaget overfor kvinnen, og manuset er endret slik at sitatet fra henne ikke lenger er med. Dette gjelder også formuleringen «Kvinnen bøyer seg deretter unna Giske». Denne endringen ble gjort 21. mars 2019. (VG, 2019a, s. 44–45)*

Her fremkommer det altså at VG har endret perspektiv på saken fra det perspektivet de hadde ved publisering av artikkelen. Deres endrede perspektiv er også grunnlaget for beklagelsen og innrømmelsen av feilene VG har gjort, som kommer som følge av evalueringsarbeidet.

#### 4.2.3 Del 3 i rapporten – «evaluering»

Del 3 i rapporten har fått tittelen «Evaluering» og strekker seg over åtte sider (side 46–53). I denne delen av rapporten innrømmer VG å ha begått en rekke feil, blant annet knyttet til kildehåndteringen av Sofie, svikt i reportasjeledelsen og at VGs beklagelse kom for sent. Det VG derimot ikke vil innrømme, er å bevisst ha fabrikkert et utsagn fra Sofie, slik Sofie mener de har gjort (VG, 2019a, s. 46). Dette er gjennomgående i rapporten, der Skarvøy flere ganger påpeker at han ikke har fabrikkert sitatet. I evalueringsdelen fremgår det at det er tydelig for VG at Skarvøy har behandlet kilden feil og presset henne for hardt, og at Sofies reaksjoner og beskrivelser fremstår som troverdige og konsekvente – men at faktorer som notater og e-poster fra Skarvøy fra og etter møtet med Sofie støtter opp om hans forklaring (s. 46–47). Det påpekes også at ingen av samtalene med Sofie er tatt opp, og at det derfor er umulig å dokumentere hva som er sagt.

I rapporten står det følgende på side 47, etter en gjennomgang av både Sofie og Skarvøys versjoner av saken:

Vår vurdering er at VG her har sviktet i håndteringen av Sofie som kilde og intervjuobjekt. Hun er blitt satt under et sterkt press, og sitert på utsagn som hun ikke kan stå inne for. Dette er kritikkverdig. I møtet med kilder som ikke er profesjonelle, skjerpes kravene til kildekontakt og kvalitetssikring.

Vi finner imidlertid ikke grunnlag for å konkludere med at VGs reporter bevisst har fabrikkert et utsagn fra Sofies side. Kontakten mellom journalisten og Sofie bærer nærmest preg av at hun gir opp å formidle den versjonen hun ønsker å stå inne for, noe som er alvorlig nok i seg selv og understøtter at hun har følt seg presset. (VG, 2019a)

VGs formidlede perspektiv og virkelighetsfremstilling er altså at Skarvøy ikke bevisst har fabrikkert noe, men at Sofie har blitt presset til å si noe hun ikke kan stå inne for. Her er det flere interessante ordvalg og formuleringer. For det første står det altså at «VG her har sviktet i håndteringen av Sofie», og at hun er «sitert på utsagn hun ikke kan stå inne for». Det VG har gjort feil er håndteringen av Sofie, og resultatet er at hun har blitt sitert på noe hun ikke kan stå inne for. VGs virkelighetsoppfatning her er altså ikke at VG har feilsitert henne. Formuleringene tilsier at VG mener Sofie har sagt det de siterte henne på, det er bare måten de fikk henne til å si det på som er kritikkverdig. Dette perspektivet understøttes også av formuleringen «hun gir opp å formidle den versjonen hun ønsker å stå inne for». I denne

formuleringen ligger det implisitt at VG mener Sofie ikke har klart å formidle det hun ville, hvilket også er en forholdsvis nedlatende formulering. Videre er det et interessant ordvalg i formuleringen «vi finner imidlertid ikke grunnlag for å konkludere med at VGs reporter bevisst har fabrikkert et utsagn fra Sofies side». Ordvalget «bevisst» åpner for at man kan forstå det slik at reporteren «ubevisst» kan ha fabrikkert sitatet. Samtidig samsvarer ikke muligheten for at det ubevisst kan være fabrikkert med resten av utdraget, der det fremstilles som at Sofie har sagt det de har sitert henne på – selv om hun ikke kan stå inne for det. Med andre ord er det noen inkonsekvente virkelighetsframstillinger her som fremstår som motstridende. Det fremstår noe utydelig hva VG egentlig mener har skjedd.

Denne utydeligheten kommuniserer også usikkerhet, og formuleringen «ingen av samtale med Sofie er tatt opp. Det er derfor umulig med sikkerhet å dokumentere hva som er sagt i noen av samtale mellom journalist og kilde» adresserer dette (VG, 2019a, s. 47). Formuleringen åpner for at leser kan gjøre sin egen fortolkning, men samtidig kom avsnittet om at ikke samtale er tatt opp *før* avsnittet om hva VGs vurdering er. Det viser altså at VG, på tross av at det er umulig å si noe med sikkerhet, likevel har en oppfatning av at Sofie ikke har rett når hun sier at sitatet er oppkonstruert fra VGs side.

Samtidig uttrykker alt dette noe om VGs virkelighetsforståelse i stort. VG legger frem et virkelighetsbilde der verden ser ut til å deles inn i kilder, sitater, saker og journalisters rolle. Dette fremstår som meningsbærende begreper for dem. Med andre ord forstås deltakerne som journalister og kilder, prosessen er kildehåndtering, en samtale er et intervju med en kilde som gir sitater. Det følger forståelsesrammer med hvordan VG presenterer deltakere og prosesser, og i rapporten oppleves det som at denne virkelighetsforståelsen omtrent presses på utenforstående også. Sofie omtales som en «kilde», selv om det kommer frem i rapporten at kontakten mellom Sofie og VG aldri var et «intervju». I den kronologiske gjennomgangen står det følgende på side 9 i forbindelse med Skarvøys redegjørelse for møtet med Sofie:

Jeg sier til henne at det er viktig at alle nyanser som kan forklare hvordan denne situasjonen oppstår er med i saken, og at jeg derfor helst vil intervju henne slik at hun kan fortelle hele hendelsesforløpet. Det vil hun ikke. Jeg spør derfor om vi heller bare kan ha et kort sitat der hun forklarer hva som skjer på slutten av videoen. (VG, 2019a)

Med andre ord forstår VG altså Sofie som en kilde, selv om ikke det har foregått et intervju og selv om det etter hvert blir tydelig også for VG at Sofie aldri ønsket å bli sitert. Formuleringen nevnt tidligere, om at «VG her har sviktet i håndteringen av Sofie som kilde

og intervjuobjekt» betegner også Sofie som et intervjuobjekt – til tross for at VG hele tiden var klar over at Sofie ikke ønsket å bli intervjuet. Følgelig formidler VG et inntrykk av at så lenge en journalist har snakket med en person i det hele tatt, vil VG forstå vedkommende som et intervjuobjekt og en kilde. Dette legger også premisset for at VG kan bedømme sine feil som feil knyttet til *kildehåndteringen*, der grunnlaget er at ikke-profesjonelle kilder må håndteres annerledes og at denne håndteringen må kvalitetssikres i større grad.

Forståelsen av «sitat» er også interessant. Det kommer frem i rapporten at Sofie sendte en SMS til Skarvøy etter møtet på McDonald's, der hun sier hun ikke vil gi noen kommentar til saken (VG, 2019a, s. 14). I en telefonsamtale dagen etterpå spør likevel Skarvøy Sofie hva hun synes om sitatet. «Ifølge Skarvøy er hun ikke veldig «giret», men sier hun skjønner at dette er en sak, hvorfor vi må lage en sak og at hun forstår hvorfor VG ønsker at hun skal si noe.» (VG, 2019a, s. 18). Videre står det at hun spør han «om ikke bare den første leddsetningen «vi danset og hadde det hyggelig» kan stå i stedet. Ifølge Skarvøy sier han at det vil være litt rart, når folk kan se videoen og selv se at hun bøyer seg unna» (VG, 2019a, s. 18). Til slutt sier som tidligere nevnt Sofie at han får skrive det han vil, siden han ikke hører på henne uansett. Det fremstår dermed som at VG her forstår sitat som det Skarvøy mener at han og Sofie forhandlet seg frem til.

De bransjespesifikke og meningsbærende begrepene er dermed med på å etablere en formidlet virkelighetsforståelse hos VG, som legger premisset for deres fremstilling av saken.

#### 4.2.4 Del 4 i rapporten – «læringspunkter/tiltak»

Siste del i rapporten har fått tittelen «Læringspunkter/tiltak», og strekker seg over halvannen side (VG, 2019a, s. 45–55). Først gjentas noe av innledningen, om VGs høye standarder og strenge krav knyttet til sitt arbeid, før det poengteres at mye av dette har sviktet i arbeidet med denne saken. Deretter listes en rekke tiltak VG har tatt som følge av denne saken.

Under mellomtittelen «4.2 Læringspunkter i VG» beskrives som nevnt de høye standardene i VG, før det fremkommer at mye av dette har sviktet: «Hverken kildebehandlingen, kvalitetskontrollen eller de redaksjonelle kommandolinjene har fungert som normalt. Vi har heller ikke fullt ut etterlevd VGs praksis når det gjelder å undersøke, rette opp og beklage feil» (VG, 2019a, s. 54). Deretter står det følgende: «Saken har også minnet oss om at det kan være svært krevende å være i medienes søkelys. Nå har vi erfart hvordan det er å være på den andre siden. Den lærdommen skal vi ta med oss.» (VG, 2019a, s. 54). Avslutningsvis er det en setning om at VG kommer med tiltak for å sikre at etiske standarder ivaretas og styrkes. At VG ikke har «fullt ut etterlevd VGs praksis» kan forstås som en

formildende omskriving, der VGs formidlede virkelighetsoppfatning er at de har fulgt praksisen for å undersøke, rette opp og beklage – bare ikke fullt ut. Tittelen er som nevnt «læringspunkter», men det fremkommer ikke tydelig hva læringspunktene er. Det står at de har høye standarder og strenge krav i VG, og at mye har sviktet i denne saken. Men akkurat hva de har lært klargjøres ikke ytterligere her. Unntaket er poenget om at de har erfart hvordan det er å være i medienes søkelys, hvilket kan forstås som en anerkjennelse av at det har vært tøft for Sofie å være i medienes søkelys.

Under neste mellomtittel, «4.2 Tiltak», listes det opp en rekke tiltak VG har fattet som følge av denne saken (VG, 2019a, s. 54–55). Blant annet står det at «det etableres nye og klarere retningslinjer for VG-medarbeideres forhold til og behandling av kilder», at «all publisering basert på bruk av anonyme kilder skal fra nå av avklares på redaktørnivå» og at «alle VGs journalister skal jevnlig trenes i bruk og forståelse av VGs etiske regelverk» (VG, 2019a, s. 54). Avslutningsvis står det at rapporten ikke markerer slutten på VGs arbeid med saken, og at VG skal «ta med oss kritikk og feil som viktige læringspunkter inn i vår opplæring, organisasjonsutvikling samt redaksjonelt arbeide fremover» (VG, 2019a, s. 55). Ved å poengtere at det er snakk om «nye og klarere» retningslinjer anerkjenner VG at retningslinjene de tidligere har hatt ikke har vært tilstrekkelige. Videre uttrykker formuleringen «fra nå av» i sammenheng med avklaringer på redaktørnivå at dette ikke tidligere har vært praksis, og at de ser at det er behov for det. Det avsluttende poenget om at saken har resultert i læring VG tar med seg videre i opplæring, organisasjonsutvikling og arbeid formidler også at VGs perspektiv er at saken har avdekket at det er nødvendig for VG å gjøre endringer i sitt daglige virke.

### 4.3 Argumentasjonsanalyse

Gjennom analysen av VGs formidlede virkelighetsbilder kommer det frem at VGs perspektiver på saken inneholder en rekke påstander: VG har – på tross av å ha gjort flere feil – hatt presseetiske standarder i fokus også i arbeidet med nyhetsdekningen av dansevideoen, VG evner å lære av sine feil, og Skarvøy har ikke fabrikkert et sitat fra Sofie.

I tillegg kan man forstå både de nevnte påstandene og rapporten i sin helhet som belegg for en påstand om at VG, tross denne saken, er et troverdig og seriøst mediehus med en legitim samfunnsrolle. I rapporten fremgår det at det noen dager etter publisering av saken ble sagt følgende i en diskusjon mellom VG-redaktørene tirsdag 26. februar: «*Nå handler det om å rette opp feil, om VGs troverdighet*» (VG, 2019a, s. 36). På dette tidspunktet kom det ifølge rapporten flere mediehenvendelser knyttet til saken, og det var altså blitt klart for VG at

deres troverdighet var blitt satt på prøve. Dagen etterpå fikk Håndlykken i oppgave av Steiro å starte en evaluering av hva som gikk galt i VGs arbeid med dekningen av videoen, frem til publisering (VG, 2019, s. 41). Jeg tolker dette som at evalueringsarbeidet, som endte i evalueringsrapporten, i seg selv også blant annet hadde som mål å bidra positivt til VGs troverdighet. Derfor finner jeg det også interessant å se på hvordan VG argumenterer for egen troverdighet i rapporten. Med Toulmins argumentasjonsmodell som rammeverk vil jeg gjøre en analyse av hvordan VG argumenterer for de nevnte påstandene.

Selv om jeg tar utgangspunkt i at ett av målene med rapporten har vært å vise at VG er et troverdig mediehus med en legitim samfunnsrolle, er det ikke slik at «VG er troverdig» er en eksplisitt påstand gjennom rapporten. Det argumenteres derimot både eksplisitt og implisitt for at VGs arbeidsmetoder, standarder og presseetiske regler er av høy standard, hvilket danner argumenter som fungerer som belegg for påstanden om at VG er et troverdig mediehus. For eksempel er det flere slike argumenter å finne i rapportens innledning. Tidlig i innledningen står det følgende: «VG har høye standarder for sitt journalistiske arbeid.» (VG, 2019a, s. 1). Setter man dette inn i Toulmins argumentasjonsmodell kan man forstå setningen som et belegg for den implisitte påstanden «VG er et troverdig mediehus». Hjemmelen vil i så fall være at mediehus som har høye standarder for sitt journalistiske arbeid er troverdige mediehus. Hjemmelen bygger videre på et premiss leser må godta for å kunne bli overbevist om at VG er et troverdig mediehus, nemlig at høye standarder for journalistisk arbeid faktisk resulterer i at mediehuset er troverdig.

Videre finner jeg følgende belegg: «VGs ambisjon er å være Norges ledende mediehus innen undersøkende journalistikk, og løpende avsløre kritikkverdige forhold i samfunnet. For å ivareta dette samfunnsoppdraget, har VG strenge rutiner for kildehåndtering, kildevern, gjengivelse av sitater, samtidig imøtegåelse og flere andre presseetiske prinsipper». (VG, 2019a, s. 1). At VG har strenge rutiner for etterlevelse av viktige presseetiske prinsipper fungerer altså også som et belegg for påstanden om at VG er et troverdig mediehus, og man kan formulere hjemmelen slik: «Et mediehus som har strenge rutiner for etterlevelse av viktige presseetiske prinsipper er et troverdig mediehus».

Det høres kanskje logisk ut at høye standarder og strenge rutiner sikrer troverdig journalistikk, men man må også ta konteksten i betraktning. På tidspunktet for publisering av rapporten har VG vært utsatt for omfattende kritikk, og man kan anta at det for mange ikke holder å få høre at VG har høye standarder. I fortsettelsen i innledningen adresserer VG dette ved å skrive at: «I nyhetsdekningen av denne saken er flere av disse rutinene brutt. Allerede før evalueringen er avsluttet, har VG erkjent at det er begått alvorlige feil, og beklaget disse»

(VG, 2019a, s. 1). Dette kan man også anse som et belegg for påstanden om VGs troverdighet, hjemlet i at «dersom man gjør feil, men erkjenner og beklager disse, er man fortsatt troverdig». Basert på hjemmelen kan man identifisere premisser som leseren må godta for å la seg overbevise av argumentet. For det første må man være grunnleggende enig i at man kan gjenvinne tillit etter å ha begått feil ved å beklage feilen(e). For det andre må man være enig i at VG i det hele tatt har erkjent og beklaget feilene som er gjort.

Videre i innledningen står det at det er «viktig for alle involverte at denne rapporten er så åpen og ærlig som mulig. VG har begått en alvorlig feil. For å gjenvinne tilliten, kan VG hverken holde tilbake informasjon eller unngå å rette kritisk blikk mot seg selv» (VG, 2019a, s. 1). Av dette kan man formulere følgende belegg for påstanden om VGs troverdighet: «I rapporten har VG hatt fokus på å være så åpen og ærlig som mulig». Hjemmelen kan da forstås som at «åpenhet og ærlighet fører til troverdighet». Premisset leser må godta, er at VG og alle involverte faktisk har klart å legge all egeninteresse til side og være helt åpne og ærlige i evalueringsprosessen.

Gjennom rapporten, særlig i den kronologiske gjennomgangen, identifiserer jeg flere argumenter med en implisitt påstand om at særlig VGs ledere har hatt presseetiske standarder i fokus i arbeidet med dekningen av dansevideoen. For eksempel finner jeg følgende, eksplisitte belegg i forbindelse med en redegjørelse den 4. mars der Steiro sier at «han i et møte torsdag morgen sa til journalistene Lars Joakim Skarvøy og Marie Melgård at en bør ha hele rekken av kilder med kvinnene og Sandli» (VG, 2019a, s. 15). Hjemmelen kan videre formuleres slik: «Å sikre at man i en nyhetsartikkel har inkludert alle relevante kilder viser at man har presseetiske standarder i fokus.» For å godta dette som grunnlag for Steiros fokus på presseetiske standarder må leseren være enig i et premiss om at det å få høre fra alle relevante kilder gjør saken nyansert og troverdig, og ikke minst må leser selv koble at det å inkludere hele rekken av kilder er en form for god utøvelse av presseetiske standarder. Videre i rapporten står det følgende knyttet til arbeidet med saken før publisering: «Nyhetssjef Eva-Therese Loo Grøttum redigerer manus. Hun vurderer at enkelte formuleringer knyttet til videoen ikke er publiserbare, fordi vi ikke har dekning for dem. Disse endres.» (VG, 2019a, s. 15). Dermed kan «Grøttum redigerte manus fordi hun mente det ikke var dekning for enkelte formuleringer» tolkes som et belegg for den implisitte påstanden om VG-ledelsens presseetiske fokus. Hjemmelen kan her formuleres slik: «Å sikre at man har dekning for formuleringer i en nyhetssak er vesentlig i god presseetikk.» Også her må leser selv koble og godta at det å sikre dekning for innholdet er en form for god utøvelse av presseetiske

standarder. Argumentene jeg har presentert i dette avsnittet kan igjen fungere som belegg for påstanden om at VG er et troverdig mediehus.

For påstanden om at VG evner å lære sine av feil finner jeg flere belegg særlig i del fire i rapporten. Tiltakene VG har fattet som følge av saken, er i seg selv belegg for at de har lært av sine feil. Sammenfattet kan man stille opp argumentet slik:

**Belegg:** VG har fattet en rekke tiltak for å unngå å gjøre de samme feilene igjen.

**Hjemmel:** Dersom man endrer på rutiner som har latt feil kunne oppstå, har man lært av sine feil.

**Påstand:** VG evner å lære av sine feil.

For å bli påvirket av argumentet, må leser anse tiltakene som tilstrekkelige for å forhindre lignende feil i fremtiden. I tillegg må man stole på at disse tiltakene faktisk gjennomføres og får en påvirkning på den daglige driften, og ikke forblir i rapporten.

Den siste påstanden jeg vil undersøke nærmere, er påstanden om at Skarvøy ikke har fabrikkert et utsagn fra Sofie. I rapporten står det at Skarvøy sendte en e-post til redaksjonen etter den første telefonsamtalen med Sofie, der han blant annet skrev at Sofie på et tidspunkt hadde opplevd Giskes oppførsel som upassende (VG, 2019a, s. 47). I tillegg står det at Skarvøy gjorde notater underveis i møtet med Sofie. «Dette støtte opper om hans forklaring» (VG, 2019a, s. 47), konkluderes det med i rapporten. Tidligere i rapporten, etter en gjengivelse av Skarvøys redegjørelse for møtet med Sofie, står det følgende:

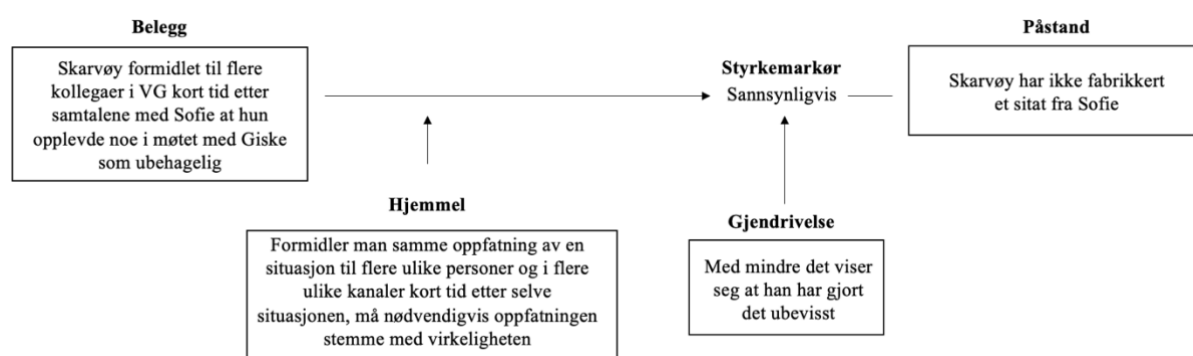
Etter gjennomlesing av denne rapporten 26. mars påpeker Eirik Mosveen at Skarvøy ringer ham fra en taxi minutter etter møtet på McDonalds. Det som ble sagt i samtalen, er fullstendig konsistent med hva som ble sagt i ettertid, og som står i Skarvøys notater fra møtet. (VG, 2019a, s. 9).

Dermed kan man formulere belegget slik: «Skarvøy formidlet til flere kollegaer i VG kort tid etter samtalene med Sofie at hun opplevde noe i møtet med Giske som ubehagelig».

Hjemmelen kan da formuleres slik: «Formidler man samme oppfatning av en situasjon til flere ulike personer og i flere ulike kanaler kort tid etter selve situasjonen, må nødvendigvis oppfatningen stemme med virkeligheten».

Jeg vil også presisere at det i rapporten kommer frem at Skarvøy selv er tydelig på at han ikke har fabrikkert sitatet, mens VG konkluderer slik: «Vi finner imidlertid ikke grunnlag

for å konkludere med at VGs reporter bevisst har fabrikkert et utsagn fra Sofies side.» (VG, 2019a, s. 47). Som forklart i analysen av virkelighetsbilder åpner formuleringen «ikke bevisst» for at man kan forstå det som at det finnes en mulighet for at Skarvøy ubevisst har fabrikkert sitatet, hvilket er mulig å forstå som en styrkemarkør og en gjendrivelse i argumentet. Man kan tolke det som at «Skarvøy sannsynligvis ikke har fabrikkert sitatet, med mindre han har gjort det ubevisst». Samler man alt dette i den utvidede versjonen av Toulmins modell vil argumentet se slik ut:



Her er det imidlertid noen vesentlige premiss leser må godta for at VG skal oppnå tilslutning til påstanden. For det første må man stole på at redegjørelsene fra Skarvøy (og Mosveen) er sannferdige. For det andre må man godta hjemmelens premiss om at det å formidle samme oppfatning til flere personer kort tid etter hendelsen beviser at oppfatningen er korrekt. Hjemmelens gyldighet er det mulig å se for seg at en leser kan betvile, og jeg finner det vanskelig å finne informasjon i rapporten som kan fungere som ryggdekning for hjemmelen – hvilket potensielt kunne gjort det enklere å godta hjemmelens rettferdiggjøring av belegget.

I rapportens totalt 56 sider kan man naturligvis finne flere argumenter enn de jeg har valgt ut her, og man kunne funnet andre belegg for påstandene. Ved gjentatte gjennomlesinger av rapporten har jeg etterstrebet å trekke ut det jeg oppfatter som mest gjennomgående og representativt for helhetsinntrykket. Oppsummert legger VG stor vekt på å vise og demonstrere sine høye standarder og strenge rutiner for etterlevelse av presseetiske prinsipper, samtidig som de anerkjenner at de har gjort flere feil i denne saken. I denne sammenheng bygges argumentasjonen på en demonstrering av at VG har lært av sine feil og iverksatt tiltak som skal forhindre at de samme feilene skjer igjen. Videre forutsetter en del av argumentene at leser har en ganske stor forståelse for og kunnskap om presseetikk, og at de deler VGs forståelse av kilder og sitater. Jeg vil nå se på hva disse funnene kan si om VGs etablering av ethos.

#### 4.4 Etablering av VGs ethos

I denne delen av analysen skal jeg undersøke hva funnene i de foregående analysene uttrykker om VGs forsøk på å konstruere og demonstrere egen ethos, i lys av teorien presentert tidligere i oppgaven knyttet til ethos og organisasjonsretorikk.

##### 4.4.1 Kompetanse

De foregående analysene viser at VG forsøker å etablere sin troverdighet knyttet til kompetanse ved å demonstrere nødvendig og forventet journalistisk kompetanse, særlig knyttet til presseetikk og den journalistiske arbeidsprosessen. Dette kommer til uttrykk i rapporten gjennom både virkelighetsforståelsen de presenterer og argumentasjonen. Som nevnt uttrykker VG en virkelighetsoppfatning basert på et slags journalistikkfaglig perspektiv, og de bruker et fagteknisk språk ved bruk av begreper som «kilde», «kildehåndtering», «sitat» og «dekning for formuleringer». I argumentasjonen kommer det til uttrykk ved at VGs argumentering for egen troverdighet baseres på premisser knyttet til VGs høye standarder og strenge rutiner for presseetikk og journalistiske metoder. Dette kan forstås som et forsøk på å formidle at VG innehar nødvendig kompetanse til å være et troverdig mediehus med en legitim samfunnsrolle. VG anerkjenner dog at flere av disse standardene og rutineene har sviktet i denne saken, men de forsøker å vise at dette ikke er forenelig med deres standarder.

Det kritiske for om VG vil oppnå troverdighet basert på dette, er om publikum deler VGs forståelse for journalistisk virksomhet. Det er ikke gitt at mannen i gata, forstått som leser av VGs innhold, har den samme forståelsen for kilder, sitater og god kildehåndtering som det VG har. Har de ikke det vil det være vanskeligere å godta kompetansen som tilstrekkelig, og mindre sannsynlig at de tillegger VG troverdigheten de ber om.

I analysen av VGs virkelighetsforståelse kom det også frem at VG mener de selv er i stand til å evaluere sitt eget arbeid. I rapporten er det hentet inn relevant dokumentasjon og det foreligger beskrivelser av evalueringsmetoden (VG, 2019a, s. 2–5). På denne måten kommer det også til uttrykk at VG ber om troverdighet basert på kompetanse knyttet til evalueringsarbeid. Men dette forutsetter at publikum anerkjenner kompetansen som tilstrekkelig nok til å utføre arbeidet uten å bli påvirket av egeninteresser.

##### 4.4.2 Karakter

Knyttet til ethos-dimensjonen god karakter og moral, ser det ut til at VG ber om troverdighet på grunnlag av en form for integritet der VG behandler berørte parter med respekt. Gjennom

analysen av virkelighetsbilder i rapporten kom det frem at VG underveis i evalueringsarbeidet endret perspektiv på saken, etter å ha skaffet seg tilstrekkelig oversikt og forståelse for hendelsesforløpet og Sofies opplevelse. At VG evner å endre perspektiv kan forstås som et forsøk på å demonstrere at VG ønsker å behandle Sofie bra. Videre kan det faktum at VG stort sett står samlet som institusjon, ved for eksempel å formidle at «VG har gjort feil», «VG må gjenopprette tillit» og «VG finner det nødvendig å gjøre en rekke tiltak for å sikre ivaretagelse og styrking av presseetiske standarder», forstås som en måte å vise god karakter og moral på. VG plasserer ikke all skyld hos enkelte journalister, men tar som arbeidsgiver ansvar for å støtte sine ansatte og anerkjenne flere svikter i rutiner som samlet sett har resultert i feilene som ble begått. Det kan også forstås som et forsøk på å vise at VG behandler sine ansatte bra, som også er en viktig interessentgruppe.

Argumentene som bygger på premisset om at man kan være en troverdig aktør til tross for at man gjør feil dersom man erkjenner, beklager og lærer av disse, gir også uttrykk for VGs forsøk på å demonstrere integritet. De er opptatt av vise at de forstår at de har gjort feil, at de ønsker å beklage og at de innehar evnen til å rette et kritisk søkelys på eget arbeid. Det er likevel ikke gitt at lesere av rapporten vil konkludere med at VG fortsatt er troverdige så lenge de har erkjent, beklaget og lært av sine feil, det forutsetter kanskje særlig at leser tror på at resultatet er at VG ikke vil gjøre samme feil igjen. Som tidligere påpekt presenteres det heller ikke helt tydelig hva VGs læringspunkter er.

Samtidig forutsetter dette også at publikum aksepterer at VG viser en relevant form for moral der de relevante moralske dimensjonene faktisk er i spill. Det kommer til uttrykk i rapporten at VG endrer perspektiv og beklager overfor både Sofie og lesere og vil lære av sine feil i kildehåndteringen, men fokuset på presseetiske standarder kan fordekke det publikum potensielt finner viktigst. Det er mulig befolkningen anser moralsk anstendighet som noe annet enn det VG legger til grunn her, og at publikum dermed kan stille spørsmål ved for eksempel *hvorfor* Sofie har blitt presset for hardt av journalisten, og hvorfor ikke VG vil innrømme at sitatet er fabrikkert. Disse spørsmålene får ikke noe tydelig svar i rapporten, og resultatet kan være at ytringen i publikums øyne avslører VGs ethos som svak fremfor at teksten konstruerer VGs ethos som sterk. Videre kan mangel på felles forståelse for god moral gjøre det vanskeligere å kommunisere et felles ståsted som kunne latt publikum tilskrive VG troverdighet gjennom identifikasjon.

#### 4.4.3 Velvilje

Knyttet til velvilje-dimensjonen ser det ut til at VG hovedsakelig ber om troverdighet på grunnlag av evnen til å vise forståelse og lydhørhet overfor de berørte i saken og publikummet som ønsker en oppklaring. Dette kommer til uttrykk ved at VG erkjenner og beklager sine feil. Samtidig kom beklagelsene sent i denne saken, og noen kan mene at de kom så sent at beklagelsene mistet mye av sin verdi. Man kan også anse hele rapporten som et forsøk på å uttrykke VGs velvilje, overfor både de berørte i selve saken og VGs lesere. VG forsøker å vise at de forstår alvoret, og ønsker å strekke seg langt for å finne ut hvor det har gått galt i arbeidet med saken og hva de kan lære av dette. I PFUs uttalelse om saken bemerker også de at det foreligger en omfattende og uvanlig erkjennelse av feil fra VGs side (Bjøntegård et al., 2019). At VG som forklart tidligere viser gjennom sine formidlede virkelighetsbilder at de evner å endre perspektiv, kan også forstås som et forsøk på å vise en form for velvilje i tillegg til god moral.

Samtidig forutsetter dette at publikum aksepterer dette som den relevante formen for velvilje, og her kan det være en potensiell utfordring at VG selv har utført evalueringen. Selv om de forsøker å demonstrere vilje til å legge ned en stor innsats i arbeidet, og viser til at ansatte som ikke har vært involvert i saken har ledet arbeidet, kunne det ha vist enda større velvilje å engasjere en utenforstående og upartisk aktør til å utføre evalueringen. Et kritisk publikum kan potensielt reise spørsmålet om hvorfor ikke de lar noen andre gjøre det.

Det faktum at de ikke vil konkludere med at det omstridte sitatet er fabrikkert, kan også være problematisk for demonstreringen av VGs velvilje. De er villige til å innrømme dårlig behandling av Sofie, men vil ikke erkjenne at hun ikke har sagt det hun siteres på. Det fremstilles som at hun i beste fall er virrende og ombestemmer seg. Med andre ord er det ikke gitt at publikum opplever VG som forståelsesfulle og lydhøre overfor sitt publikum, og mangelen på full innrømmelse kan gjøre det vanskeligere å gi VG sympati for at feil kan skje.

#### 4.5. Retoriske vilkår

I denne delen av analysekapittelet vil jeg undersøke hvilke retoriske vilkår som kommer til syne gjennom funnene i de foregående analysene av VGs troverdighetsarbeid.

Et vesentlig retorisk vilkår i denne situasjonen ser ut til å være publikums forventninger om at VG følger presseetikkenes normer. Flere av de påtrengende problemene omhandler nettopp at VG ble utsatt for kritikk for presseetiske overtramp. VGs rapport gir uttrykk for at de har vært bevisste på dette retoriske vilkåret ved at de forsøker å argumentere

for egen kompetanse knyttet til presseetikk og journalistiske arbeidsmetoder, og ved at VG ber om troverdighet på grunnlag av nettopp denne kompetansen. Det kommer for eksempel til uttrykk i innledningen i rapporten, hvor det gjøres forsøk på å demonstrere VGs kunnskap om presseetikk. Vilkåret har gitt dem begrensninger i form av at de hele tiden har måttet forholde seg til at alt som kan bryte med presseetikken kan utsette dem for ytterligere kritikk, men det har også gitt dem en mulighet til å bruke presseetikken som et rammeverk for evalueringen av deres eget arbeid. Evalueringskapittelet i rapporten dreier seg i stor grad om hvorvidt VG har hensyntatt presseetiske normer i Bar Vulkan-saken, og tiltakene de gjør rede for skal være med på å forhindre overtramp av presseetiske normer.

Samtidig består presseetikken av et veldig spesifikt sett med normer for bransjen, hvilket er viktig for journalistikken og mediehusenes legitimitet, og som forklart kommer dette til syne i VGs krisekommunikasjon. Men dette forutsetter også kunnskap, og det er ikke gitt at flertallet i befolkningen har særlig mye kunnskap om Vær Varsom-plakatens innhold. Dette er vilkårets vanskelige side, for selv om bransjefolk er godt kjent med presseetikken og kan godta premisser knyttet til presseetikken, er det ikke gitt at allmuen ser det på samme måte. Skal man treffe befolkningen som retorisk publikum, må man anerkjenne og svare til folkets forventninger til anstendig adferd. Det hjelper ikke å argumentere med grunnlag i Vær Varsom-plakaten hvis folket mener at noe rett og slett er «slemt gjort». Mediene lever av sine lesere, og derfor må bransjen anerkjenne folkets dom som vel så viktig som presseetikken.

Videre fungerer forventninger til at VG tar høyde for maktforholdet mellom medier og kilder som et retorisk vilkår i denne situasjonen. Mye av kritikken mot VG gikk nettopp på presseetiske overtramp i kildehåndteringen, knyttet til at Sofie følte seg presset, dårlig behandlet og feilsitert av VG. Særlig viktig er det å hensynta dette maktforholdet når kilden har lite medieerfaring, hvilket er meget aktuelt i denne saken hvor kilden ikke er en medievandt person. Dette vilkåret kommer ekstra tydelig til syne i denne saken fordi VG ikke i tilstrekkelig grad har tilpasset seg begrensningen dette vilkåret fører med seg.

Et annet retorisk vilkår som kommer til syne, er publikums forventninger om at VG er et politisk uavhengig mediehus. I denne krisen ble VG beskyldt for å ha tatt del i et politisk spill, som Sofie også opplevde seg utnyttet i. I rapportens redegjørelse for Dagsnytt 18-sendingen Steiro deltok i, samme dag som Sofie ga uttrykk for å ha blitt utnyttet i et politisk spill, fremgår det at politisk redaktør i Nordlys kritiserer VG for ikke å ha gjort det tydelig i sin nyhetsdekning at den som sendte inn bekymringsmeldingen om dansevideoen hadde en agenda knyttet til å få Giske ut av norsk politikk (VG, 2019a, s. 35–36). Steiro på sin side anerkjenner at det foregår en maktkamp i Arbeiderpartiet som nyhetsmedier alltid må forholde

seg til, men argumenterer for at VG intervjuet varsleren og stilte ham de spørsmålene de da mente var kritiske og relevante. I rapporten anerkjenner dog VG at de burde beklaget tydeligere og tidligere overfor Trond Giske (VG, 2019a, s. 53).

Et siste retorisk vilkår jeg vil trekke frem er publikums forventninger om at man retter og beklager feil raskest mulig. Dette er en norm i norsk kultur generelt, men det er også konkret innlemmet i presseetikkenes normer. Det kunne fungert som både en begrensning og en mulighet i denne situasjonen, men kommer sterkest til uttrykk ved at det har vært en begrensning VG ikke tok tilstrekkelig høyde for. Dette fikk de også mye kritikk for, og ikke minst ble VG felt i PFU for ikke å ha beklaget og rettet raskt nok. Samtidig kan vilkåret utgjøre en mulighet VG også kan sies å ha utnyttet: Da de først innså alvoret, gikk de uvanlig langt i å innrømme presseetiske overtramp og granske eget arbeid for å gjøre opp for seg.

De retoriske vilkårene jeg har presentert her er hovedsakelig kulturelle og psykologiske vilkår, særlig knyttet til holdninger og forventninger til pressens samfunnsrolle og etterlevelse av presseetikken. Samtidig aktualiserer det hvordan VG må ta hensyn til at publikumsgruppene deres er svært ulike, særlig må man skille mellom bransjefolk og befolkningen/lesere og deres syn på presseetikk og generell forståelse for god moral.

#### 4.6 Oppsummering av funn i analysene

Gjennom analysen av virkelighetsbilder kommer det frem at VG legger mye av ansvaret for feilene som har skjedd på «VG» fremfor enkeltpersoner og at VG mener de selv er i stand til å utføre et troverdig og objektivt evalueringsarbeid. Videre er et av hovedfunnene hvordan VG fremsetter en virkelighetsforståelse der verden deles inn i kilder, saker, sitater og journalisters rolle. VGs virkelighetsframstilling inneholder også flere påstander, som at VG tross alvorlige feil har hatt presseetikk i fokus, at VG evner å beklage og lære av sine feil, og at VG ikke har fabrikkert et sitat fra Sofie. I denne sammenheng argumenterer de også for egen troverdighet. Fellesnevneren for virkelighetsframstillingen og argumentasjonens premisser er at det knyttes til journalistisk arbeidsprosess, hvilket også kommer til syne i analysen av VGs forsøk på å etablere egen ethos. Troverdigheten de ber om bygger i stor grad på kompetanse knyttet til arbeidsform og en integritet forankret i forståelsen for og etterlevelsen av presseetikken. Dermed aktualiseres også presseetikken og de forventinger den gir publikum som et viktig retorisk vilkår. Samtidig viser analysene at nettopp dette fokuset bærer med seg utfordringer, for det er ikke gitt at publikum deler VGs virkelighetsforståelse – og i så fall minker sannsynligheten for at publikum tilskriver VG den troverdigheten de ber om.

## 5.0 Drøfting

I dette kapittelet skal jeg drøfte funnene i analysen opp mot oppgavens overordnede problemstilling:

*Hvordan jobber redaktørstyrte mediehus med å styrke og bevare sin troverdighet og legitimitet i offentligheten, og hvilke bransjespesifikke vilkår aktualiseres i slikt arbeid?*

Først vil jeg diskutere hva analysefunnene kan si om redaktørstyrte mediers arbeid med å styrke og bevare sin troverdighet og legitimitet i offentligheten, og deretter hvilke bransjespesifikke vilkår som aktualiseres i slikt arbeid.

### 5.1 Hvordan styrke og bevare troverdighet og legitimitet i offentligheten?

Basert på teorien og analysene har det tegnet seg et bilde av hvordan VG forsøker å etablere sin troverdighet i evalueringsrapporten. Det kommer til uttrykk at VG mener viktig kompetanse for et redaktørstyrt mediehus i stor grad dreier seg om presseetikk, altså Vær Varsom-plakatens etiske normer. VG forsøker ikke bare å vise at de har kunnskap om og forstår journalistikkens etiske regelverk, men også å demonstrere hvordan dette etterleves i deres daglige redaksjonelle virksomhet. Det er også eksempler på at VG forsøker å demonstrere kompetanse knyttet til samfunn og politikk, noe man også kan anse som vesentlig kompetanse for mediehus som bedriver kritisk journalistikk på makten i samfunnet.

Men for å vinne troverdighet ved å demonstrere denne kompetansen, må publikum for det første anse den presseetiske kompetansen som den mest relevante i denne situasjonen og for det andre bli overbevist om at VG faktisk har tilstrekkelig kompetanse. Det holder ikke å si at man har det, man må også bevise det gjennom handling. Dekningen av dansevideoen beviste ikke akkurat presseetisk etterlevelse, så det essensielle vil være om publikum stoler på at dette ikke er representativt for VGs daglige virke. Samtidig belyser Bar Vulkan-saken et viktig poeng for bransjen i sin helhet: kriser som omhandler den type feil VG gjorde i dette tilfellet, kan potensielt true hele journalistikken som institusjon sin legitimitet og troverdighet. Krisen oppstod som følge av kritiske feil og svakheter i arbeidsmetoder, det var ikke bare en uheldig hendelse man ikke kunne unngått. Dersom publikum uten journalistikkfaglig kompetanse ender opp med å tro at dette er representativt for mediehusenes journalistiske virke, kan det svekke deres troverdighet til journalistikk generelt.

Videre forsøker VG å demonstrere god karakter og moral ved å ta det alvorlig at de har begått kritiske feil. Dette kommer til uttrykk ved at de i det hele tatt satt i gang evalueringsarbeidet, ved å innrømme at de har begått flere presseetiske overtramp, og ved å vise villighet til å endre perspektiv på saken. Samtidig kan som nevnt det at VG selv – og ikke en ekstern aktør – har stått for evalueringsarbeidet potensielt svekke VGs ethos. På den ene siden kan det oppfattes som god moral å gjøre et så omfattende arbeid, men på den andre siden kan det hende noen setter spørsmålstegn ved motivasjonen til å selv utføre arbeidet. VG argumenterer for at de i rapporten er så åpne og ærlige som mulig, og det avgjørende vil da være om lesere av rapporten stoler på lovnaden. Hvorvidt leser stoler på dette eller ikke, vil påvirkes av lesers oppfatning av VGs innledede ethos. Dersom man fra før av har en oppfatning av at VG er svært troverdig, vil man være mer tilbøyelig til å anse rapporten som troverdig. I tillegg kan det at VG fremstiller sin virkelighetsforståelse som at VG som institusjon må ta ansvar for feilene, forstås som et forsøk på å vise god moral. Basert på VGs arbeid kan man trekke ut at det å vise god moral for et redaktørstyrt mediehus, kan innebære å tørre å rette et kritisk søkelys mot seg selv, ikke gi journalister ansvar for noe som egentlig er redaktørens ansvar, og innrømme og beklage presseetiske overtramp dersom det skjer. Men som diskutert i analysen er det en forutsetning at publikum anser dette som den relevante formen for god karakter hos et mediehus.

Evalueringsarbeidet og rapporten i seg selv kan også forstås som en måte å demonstrere VGs velvilje overfor publikum, med mål om å styrke VGs avledede ethos. At rapporten ble offentliggjort viser også velvilje til å rette et kritisk søkelys mot seg selv. Det faktum at det foreligger en rekke skjermbilder av SMS-er er med på å vise VGs åpenhet og velvilje til å legge alle kortene på bordet. Rapporten inneholder også eksterne kilder og ytringer som retter sterk kritikk mot VG. Eksempelvis redegjørelsene for nyhetsartikler der andre medier stiller VG i et dårlig lys, tekstutdragene fra Dagsnytt 18 og Debatten, og ikke minst Sofies fremstillinger av saken – om enn ofte gjengitt gjennom hennes uttalelser til andre medier. De to siste delene i rapporten, der VG erkjenner å ha behandlet Sofie på en kritikkverdig måte og gjør rede for tiltak som innføres for å sikre høyere grad av etterlevelse av presseetikken, kan også oppfattes som demonstrering av VGs velvilje overfor Sofie og alle som måtte betvile VGs journalistiske metoder. Samtidig fremkommer det vesentlige svakheter i VGs evne til å vise velvilje i det de ikke konkluderer med at sitatet Sofie nekter for å ha sagt er fabrikkert av VG, og ved at VG ikke lot utenforstående utføre evalueringen. Å ikke legge seg helt flat og ikke tørre å la andre undersøke eget arbeid, kan potensielt oppfattes

som det motsatte av velvilje, og i verste fall oppleves som en «avsløring» av svak ethos – sett fra Ciceros perspektiv.

Som beskrevet i teorikapittelet er også det å være autentisk en viktig faktor for troverdighet, enten man anser det som inkludert i en av de tre ovennevnte ethos-dimensjonene eller som en egen dimensjon (Kjeldsen, 2018, s. 83–86). Det å være autentisk innebærer å være åpen, ærlig, personlig og konsistent. VG forsøker i rapporten å fremstå som åpne og ærlige, og ved å inkludere skjermbilder av SMS-dialog og møtereferater tør de å være personlige. Men konsistente er de bare delvis. Fra tidlig i krisefasen inkluderte VG det som kom av kritikk og nye perspektiver i andre medier i sine egne saker. Men virkelighetsforståelsen og argumentasjonen knyttet til det omstridte sitatet er ikke spesielt konsistent. Det nevnes flere ganger at VG har tiltro til Sofie og ikke har noen grunn til å tro at hun snakker usant, men VGs konklusjon indikerer samtidig at Sofie lyver. Dermed er det uklart hvordan VG egentlig mener at dette henger sammen, og de motstridende poengene skaper forvirring for det retoriske publikummet som potensielt kan oppfatte det slik at VG ikke fullt og helt tør eller ønsker å ta et tydelig standpunkt. I starten av krisefasen var VG heller ikke konsekvente i form av hva ulike talspersoner sa om saken og hvilke handlinger VG selv foretok seg for å rette og beklage. VG uttrykte for eksempel få dager etter at saken ble publisert at den var mangelfull og inneholdt feilaktige opplysninger, men likevel tok det fire uker før sitatet tilskrevet Sofie ble redigert. At VG brukte lang tid på å få full oversikt og etter hvert beklage, er også mye av grunnlaget for kritikken de ble utsatt for og Sofies klage til PFU. Dette understreker viktigheten av å være samkjørte internt om hva talspersoner fra mediehuset skal uttale, og det å sørge for at alle internt oppnår den samme virkelighetsforståelsen.

Effekten av VGs troverdighetsarbeid i rapporten vil også påvirkes av lesernes oppfatning av enkeltaktørenes troverdighet, VGs troverdighet og tilliten til mediene som institusjon. Når Steiro uttaler seg kan man anta at han har en viss troverdighet fra før, i hvert fall blant deler av det retoriske publikummet, basert på hans lange erfaring fra mediebransjen og rolle som sjefredaktør i VG. Men dersom man ikke anser VG som en troverdig aktør, vil sannsynligheten for at man anser Steiro og andre talspersoner i VG som troverdige synke. I tillegg er publikums tillit til mediene som institusjon vesentlig. Anser man ikke journalistikkens virke som troverdig og legitim, blir sannsynligheten liten for at man anser et mediehus som er gjenstand for omfattende kritikk som troverdig. Dermed blir journalistikken som institusjon sin troverdighet og legitimitet i offentligheten et premiss for de enkelte mediehusenes troverdighet. Men dette går begge veier. Økt tillit til redaktørstyrte mediehus

generelt kan øke tilliten til de enkeltstående mediehusene, og økt tillit til et enkelt mediehus kan påvirke tilliten til mediebransjen generelt.

## 5.2 Hvilke bransjespesifikke vilkår må redaktørstyrte medier ta hensyn til?

Journalistikken som institusjon fungerer fordi den har klart å legitimere sin rolle i samfunnet. Men denne rollen, og journalistikken og journalisters legitimitet og troverdighet, settes stadig på prøve. Som forklart i teorikapittelet mener Sjøvaag (2020) at mediene må kommunisere mer om metoder, kildehåndtering og den journalistiske prosessen (s. 67). Dette ble aktualisert i VGs troverdighetsarbeid i rapporten, hvor det som nevnt var et stort fokus på VGs rolle som redaktørstyrt mediehus og deres journalistiske metoder. Det kan tyde på at VG selv anså nettopp det å kommunisere og være åpen om metoder og den journalistiske prosessen som vesentlig i sin krisehåndtering. Dette bransjespesifikke vilkåret kan fungere som en mulighet i retoriske situasjoner der redaktørstyrte medier bedriver troverdighetsarbeid, ved at man kan bruke åpenhet om metoder og redaksjonell virksomhet til å styrke mediehusets troverdighet og legitimitet. Samtidig fungerer det som en begrensning ved at det innebærer en risiko for mediebransjens troverdighet dersom mediehusene ikke hensyntar vilkåret i stor nok grad, og kommuniserer noe som gir befolkningen grunn til å sette spørsmålsteget ved journalistikkens virke.

Videre utgjør presseetikken i seg selv et viktig, bransjespesifikt vilkår. Det er en tradisjon i Norge for at pressen følger sitt etiske rammeverk, hvilket gjør at publikum også forventer at mediehusene gjør det. Dette gjelder ikke bare offentligheten og medienes lesere, men også annonsører, staten og andre viktige interessenter. For eksempel belyser Bar Vulkan-saken særlig hvordan det å ikke behandle kilder i tråd med presseetikken resulterte i en krise. Når mediene bryter med presseetikken får de et troverdighetsproblem, hvilket ble tydelig aktualisert i Bar Vulkan-sakens kriseforløp og VGs troverdighetsarbeid i ettertid – hvor de la mye vekt på å kommunisere at de har kunnskap om presseetikken regler for kildehåndtering, og at bruddene på dette førte til flere tiltak som skulle sørge for bedre ivaretagelse av presseetiske standarder i fremtiden.

Samtidig mener jeg at vi her ser et paradoks. VG ber om troverdighet knyttet til forståelse for og demonstrering av kompetanse knyttet til presseetikken, og ved å være åpne om sine arbeidsmetoder og prinsipper. Men dette forsterker også VGs grep om deres virkelighetsframstilling. Som jeg diskuterte i analysen av retoriske vilkår, er det ikke gitt at befolkningen har kunnskap om presseetikken eller godtar at etterlevelse av Vær Varsom-

plakaten alltid vil samsvare med befolkningens oppfattelse av «god moral» og «det riktige å gjøre». Når krisen i Bar Vulkan-saken springer ut av at en person som ikke ønsker å være en kilde eller å bli sitert, blir behandlet og omtalt som en kilde og sitert på noe vedkommende gjentatte ganger gir uttrykk for aldri å ha sagt – så samsvarer sannsynligvis ikke dette med befolkningens forståelse for «kilde» og «sitat», og kanskje heller ikke med befolkningens oppfatning av god moral. Når VG håndterer disse tingene fra et strengt journalistisk perspektiv, så kan journalistikkens eget fagspråk og virkelighetsbilde maskere presseetikkens egentlige hensikt. Man risikerer også at medienes troverdighet svekkes når man driver troverdighetsarbeid på denne måten, dersom ikke publikum aksepterer at det er mediene og bransjen (og VG) selv som legger alle premissene.

En annen faktor knyttet til presseetikken, som også ble aktualisert i Bar Vulkan-saken, er forventningen om at pressen er politisk uavhengig. I Bar Vulkan-saken ble VG beskyldt for å ha tatt del i et politisk spill, og saken aktualiserte hvordan mediene må ta høyde for at potensielle beskyldninger om at de ikke er politisk uavhengige kan være et viktig retorisk vilkår å ta høyde for – kanskje særlig i saker som involverer politikere – for ikke å risikere å skade mediets troverdighet og legitimitet.

Videre aktualiserte Bar Vulkan-saken et bransjespesifikt vilkår knyttet til medienes makt til å påvirke enkeltpersoners liv negativt. Dette er samtidig noe av forutsetningen for å kunne utføre samfunnsoppdraget. Hadde ikke mediene hatt muligheten til det, hadde det ikke vært et viktig oppdrag å overvåke makten – og eventuelt kunne påvirke den, direkte eller indirekte, dersom reelle kritikkverdige forhold avdekkes. Men i Bar Vulkan-saken ble Sofie, som ikke kan sies å være en «maktperson» i det norske samfunn, svært negativt påvirket uten at VG hadde dekning for det. Dette brøyt med forventningen om at mediene skal: «Opptre hensynsfullt i det journalistiske arbeidet. Misbruk ikke andres følelser, manglende medieerfaring, uvitenhet eller sviktende dømmekraft.» (Pressens Faglige Utvalg, u.å.). Én ting var håndteringen av Sofie i forbindelse med nyhetssaken, men Sofie har også gitt uttrykk for at evalueringsarbeidet og -rapporten var en stor belastning (Bjøntegård et al., 2019). Å ikke evne å ta høyde for maktforholdet mellom mediene og kilder kan potensielt påvirke tilliten til mediene generelt negativt. Fallet i VGs tillit i ettertiden av Bar Vulkan-saken er også med på å indikere alvorlighetsgraden i dette.

At et mediehus gjør feil fører meg også over til et retorisk vilkår knyttet til publikums forventninger om at man beklager og tar selvkritikk når man gjør feil. Dette kan naturligvis være et retorisk vilkår i mange bransjer, men det blir særlig aktuelt i mediebransjen fordi Vær Varsom-plakatens behandling av teamet gjør det til en del av institusjonens etiske normer. Bar

Vulkan-saken aktualiserte dette i stor grad da VG brukte lang tid på å rette og beklage, noe de både ble felt i PFU for og fikk omfattende kritikk for. Det kan også tenkes å ha en sammenheng med publikums forventninger til at pressen formidler korrekt og sannferdig informasjon, og at en beklagelse dermed blir forventet i spesielt stor grad når såpass grunnleggende forventninger til journalistikken blir brutt slik de ble i Bar Vulkan-saken.

Et annet bransjespesifikt vilkår som ble aktualisert i Bar Vulkan-saken er spenningen mellom kampen om folks tid og risikoen for å publisere falske nyheter. I dagens medielandskap er det et stort fokus på å vinne kampen om folks tid, hvilket ser ut til å bli stadig mer utfordrende som følge av konkurranse fra internasjonale aktører og endrede medievaner. Det er vesentlig for de norske redaktørstyrte mediene å være tidlig ute med nyheter, ha eksklusive saker og kilder, og grave frem offentlig relevante kritikkverdige forhold. Både for å utføre samfunnsoppdraget sitt og for å tjene penger. Nok folk må foretrekke et visst mediehus som nyhetskilde for at det skal kunne tjene penger, som igjen er viktig for å kunne opprettholde driften og beholde uavhengigheten fra staten og annonsører. Dette trodde VG først at de gjorde med hell i Bar Vulkan-saken, men så viste det seg at det var vesentlige svakheter og kritikkverdige forhold i både selve saken og arbeidet med saken. Falske nyheter er med på å svekke journalistikkens troverdighet og folkets tillit til mediene, og kriser som Bar Vulkan-saken kan potensielt være skadelig for medienes troverdighet og legitimitet. Derfor må medier hele tiden forholde seg til dette dilemmaet og bransjespesifikke vilkåret: være først ute med viktige nyheter, men ikke risikere å spre falske informasjon.

Avslutningsvis aktualiserte Bar Vulkan-saken et bransjespesifikt vilkår knyttet til spenningen mellom redaktørers ansvar, den enkelte journalists ansvar og personalsaker. En redaktør er personlig ansvarlig for det redaksjonelle innholdet. Samtidig er, ifølge VGs rapport, den enkelte journalist ansvarlig for håndteringen av sine kilder (VG, 2019a, s. 47). I tillegg ble Bar Vulkan-saken en intern personalsak. Dette innebærer spenninger og forventninger det kan være utfordrende å forholde seg til og behandle på en passende måte eksternt. I VGs rapport fremgikk det hvordan Steiro stod i en vanskelig situasjon hvor han på den ene siden skulle forsvare og stole på sin egen journalist, og på den andre siden fikk motstridende utsagn fra kilden (VG, 2019a, s. 48). I redaktørstyrte mediehus må særlig redaktøren forholde seg til balansen mellom å skulle forsvare og beskytte journalistene og det redaksjonelle arbeidet, ta nok selvkritikk når det trengs, og samtidig sørge for å ikke uttale seg om interne personalsaker eller risikere å sette journalister i en posisjon der de får ansvar for noe som egentlig er en redaktørs ansvar.

## 6.0 Avsluttende ord

Med et analysemateriale på 56 sider har det vært umulig å inkludere alt som kan finnes interessant og relevant i analysen i denne oppgaven, men jeg mener at jeg har trukket ut det som er mest karakteristisk, gjennomgående og relevant for oppgavens problemstilling.

Gjennom oppgaven har jeg belyst hvordan VG har bedrevet troverdighetsarbeid i krisehåndteringen av Bar Vulkan-saken, og hvilke retoriske vilkår som kommer til syne. I dette arbeidet har det blitt avdekket en del utfordringer, som vil være gjeldene i mediebransjen generelt. Åpenhet om metoder, journalistisk virke og arbeidsprosesser er ifølge teorien – og tilsynelatende ifølge VGs krisekommunikasjon – viktig for å styrke medienes troverdighet og legitimitet i offentligheten, og presseetikken fører med seg viktige retoriske vilkår. Men vi må også ta innover oss at denne insisteringen på å legge egne premisser basert på et journalistisk perspektiv kan være problematisk, særlig i møte med befolkningen som et retorisk publikum som ikke har bransjefaglig kompetanse og forståelse. Virkelighetsbildene man fremsetter må ikke komme i konflikt med publikums virkelighetsbilder, særlig dersom avsenders fremstilling av et virkelighetsbilde kan fremstå mer som en måte å forsvare seg selv på enn en måte å demonstrere åpenhet og ærlighet.

Dette belyser også mediebransjens særegne form for troverdighet, og ikke minst hvordan ulike bransjer må ta høyde for at troverdighet ikke er det samme i hver bransje. Samtidig viser det hvordan det å undersøke bransjens troverdighet som et viktig retorisk – bransjespesifikt – vilkår, er relevant når man undersøker kommunikasjon generelt, og krisekommunikasjon spesielt, fra et bransjespesifikt perspektiv.

For videre forskning hadde det vært interessant å se på hvordan publikum faktisk reagerer på redaktørstyrte mediers krisekommunikasjon. Dette vil kreve en form for resepsjonsstudier, som ligger utenfor denne oppgavens rammer og ambisjoner. Men oppgaven har likevel antydning av ting som er viktig i denne typen studier og jeg håper denne oppgaven kan være til inspirasjon for andre som ønsker å undersøke redaktørstyrte mediers troverdighetsarbeid eller bransjespesifikke vilkår i andre bransjer.

## Referanseliste

- Baumlin, J. S. & Scisco, P. L. (2018). Ethos and its Constitutive Role in Organizational Rhetoric. I Ø. Ihlen & R. L. Heath (Red.), *The Handbook of Organizational Rhetoric and Communication* (s. 201–213). Wiley-Blackwell.
- Bitzer, L. F. (1968). The Rhetorical Situation. *Philosophy & Rhetoric*, 1(1), 1-14.
- Bjerke, P. (2010). Samfunnsoppdraget – fra forpliktelse til rettighet. I J. Roppen & S. Allern (Red.), *Journalistikkens samfunnsoppdrag* (s. 68–91). IJ-forlaget.
- Bjøntegård, S., Ekeberg, L., Lund-Andersen, E., Hernæs, N., Fjeldheim, N., Hoff, K. T. & Kvalnes, Ø. (2019, 28. august). *Sofie mot Verdens Gang* (PFU-sak 099/19). Norsk Presseforbund. <https://presse.no/pfu-sak/099-19/>
- Bjørkdahl, K. (2018). Den innflytelsesrike nøytraliteten: Rapporten som demokratiets retoriske reisverk. I K. Bjørkdahl (Red.), *Rapporten: Sjanger og styringsverktøy* (s.7–33). Pax Forlag.
- Coombs, W. T. (1999). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Sage.
- Eide, M. (2011). *Hva er journalistikk*. Universitetsforlaget.
- Enge, C. (2019, 28. mars). Derfor tok det VG seks dager å beklage. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/rArmj3/derfor-tok-det-vg-seks-dager-aa-beklage>
- Ertesvåg, O. R., Fossen, C. H., Randen, A. & Tollersrud, T. (2019, 21. februar). Kvinnen som danset med Giske: – Det ser verre ut enn det var. *NRK*. <https://www.nrk.no/norge/kvinnen-som-danset-med-giske--det-ser-verre-ut-enn-det-var-1.14441359>
- Fossheim, K., Sørstahl, E. & Fremstad, M. (2019, 20. mars). Sofie (27) danset med Trond Giske. Nå forteller hun sin historie. *TV 2*. <https://www.tv2.no/spesialer/longread/sofie-27-danset-med-trond-giske-dette-er-hennes-historie>
- Frandsen, F. & Johansen, W. (2017). *Organizational Crisis Communication*. SAGE.
- Grønli, H. & Hellesnes, K. (2019, 25. februar). Filma dans med Trond Giske – føler seg brukte i politisk spel. *NRK*. <https://www.nrk.no/norge/kvinnene-bak-giske-video-foleseg-brukte-i-politisk-spel-1.14445082>
- Heltne, L., Oterholm, G., Rydne, N. & Aartun, J. S. F. (2019, 22. februar). Giske mister to toppverv i Trøndelag Ap. *Dagens Næringsliv*. <https://www.dn.no/politikk/politikk/arbeiderpartiet/trond-giske/giske-mister-to-toppverv-i-trondelag-ap/2-1-550322>

- Ihlen, Ø. (2007). Klimaendringene og oljeindustriens retoriske utfordring. *Rhetorica Scandinavica*, (43), 18–38. <https://www.retorikforlaget.se/klimaendringene-og-olieindustriens-retoriske-utfordring/>
- Ihlen, Ø. (2009). Good environmental citizens? The green rhetoric of corporate social responsibility. I R. L. Heath, E. L. Toth, & D. Waymer (Red.), *Rhetorical and critical approaches to public relations II* (s. 360–374). Routledge.
- Ihlen, Ø. (2010). The Cursed Sisters: Public Relations and Rhetoric. I R. L. Heath (Red.), *The SAGE Handbook of Public Relations* (2. utg., s. 59-70). SAGE.
- Ihlen, Ø & Heath, R. L. (2018). Introduction: Organizational Rhetoric. I Ø. Ihlen & R. L. Heath (Red.), *The Handbook of Organizational Rhetoric and Communication* (s. 3–13). Wiley-Blackwell.
- Ihlen, Ø. & Raknes, K. (2022). The game of goodwill: An exploratory study of discursive strategies of interest organizations in a consensus democracy. *Interest Groups & Advocacy*. <https://doi.org/10.1057/s41309-022-00153-4>
- Jørgensen, C. & Onsberg, M. (2008). *Praktisk argumentation*. Praxis - Nyt Teknisk Forlag.
- Kjeldsen, J. E. (2004). 11. septembers visuelle retorik. *Rhetorica Scandinavica*, (29/30), 50–69. <https://www.retorikforlaget.se/11-septembers-visuelle-retorik/>
- Kjeldsen, J. E. (2008). Retoriske Omstændigheter. Retorikken i en fragmentert, foranderlig og kompleks verden. *Rhetorica Scandinavica*, (48), 42–63. <https://www.retorikforlaget.se/retoriske-omstaendigheder/>
- Kjeldsen, J. E. (2018). *Vor tids retorikk: Indføring i moderne retorisk teori og metode*. Praxis.
- Lock, I. & Seele, P. (2017). Measuring Credibility Perceptions in CSR Communication: A Scale Development to Test Readers' Perceived Credibility of CSR Reports. *Management Communication Quarterly*, 31(4), 584–613. <https://doi.org/10.1177/0893318917707592>
- McCroskey, J. C. & Teven, J. J. (1999). Goodwill: A reexamination of the construct and its measurement. *Communications Monographs*, 66(1), 90–103. <https://doi.org/10.1080/03637759909376464>
- Melgård, M., Skarvøy, L. J., Mikaelson H. & Mosveen, E. (2019, 28. august). Tillitsvalgt sendte ny bekymringsmelding om Trond Giske. VG. <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/0E1Kl2/tillitsvalgt-sendte-ny-bekymringsmelding-om-trond-giske>
- Medietilsynet. (2019a). *Kritisk medieforståelse i den norske befolkningen: En undersøkelse fra Medietilsynet* (Rapport). Medietilsynet.

- <https://www.medietilsynet.no/globalassets/dokumenter/rapporter/kritisk-medieforstaelse-undersokelser-2019-2020/2019-Kritisk-medieforstaelse-rapport>
- Medietilsynet. (2019b, 29. oktober). *Åtte av ti har tillit til norske medier*.  
<https://www.medietilsynet.no/nyheter/nyhetsarkiv/aktuelt-2019/atte-av-ti-har-tillit-til-norske-medier/>
- Mral, B. (2008). Tsunamikrisen som epideiktisk situation. *Rhetorica Scandinavica*, (46), 36–55. <https://www.retorikforlaget.se/tsunamikrisen-som-epideiktisk-situation/?highlight=We%20Germans%20know%20what%20solidarity%20may%20accomplish>
- Nordiske Mediedager. (2020). *Medievaner og holdninger: Undersøkelse blant publikum, journalister, advokater og dommere, 10. mars – 27. april 2020* (Rapport). Nordiske Mediedager. [https://kyber.blob.core.windows.net/nmd/2978/medievaner-alle-grupper\\_rapport\\_2020.pdf](https://kyber.blob.core.windows.net/nmd/2978/medievaner-alle-grupper_rapport_2020.pdf)
- Norsk Presseforbund. (u.å.). *Om oss: Pressens Faglige Utvalg (PFU)*. <https://presse.no/om-oss/>
- Norsk Redaktørforening. (2020, 9. november). *Redaktøransvar*.  
<https://www.nored.no/Redaktoeransvar>
- Offerdal, T. S., Just, S. N. & Ihlen, O. (2021). Public Ethos in the Pandemic Rhetorical Situation: Strategies for Building Trust in Authorities' Risk Communication. *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*, 4(2), 247–270.  
<https://doi.org/10.30658/jicrcr.4.2.3>
- Pressens Faglige Utvalg. (u.å.). *Vær Varsom-plakaten*. Norsk Presseforbund.  
<https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>
- Roppen, J. & Allern, S. (2010). Journalistikkens samfunnsoppdrag. I J. Roppen & S. Allern (Red.), *Journalistikkens samfunnsoppdrag* (s. 2–34). IJ-forlaget.
- Røset, H. H. (2019, 27. mars). Evalueringen av saken om Giske-videoen: – Vi burde beklaget tydeligere. VG. <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/RRjGed/evalueringen-av-saken-om-giske-videoen-vi-burde-beklaget-tydeligere>
- Sannum & Bergestuen. (u.å.). *Tut & Mediekjør: En podkast om hvordan journalistikken blir til*. <https://www.sannumbergestuen.no/>
- Sjøvaag, H. (2020). *Journalistikkens problem: demokrati, økonomi og teknologi*. Universitetsforlaget.
- Svaar, P., Holm-Nilsen, S. & Kolberg, M. (2019, 27. mars). VG-journalist Lars Joakim Skarvøy til NRK: – Hun forteller en annen versjon nå. NRK.

[https://www.nrk.no/norge/vg-journalist-lars-joakim-skarvoy-til-nrk - -hun-forteller-en-annen-versjon-na-1.14493573](https://www.nrk.no/norge/vg-journalist-lars-joakim-skarvoy-til-nrk--hun-forteller-en-annen-versjon-na-1.14493573)

Svennevig, J. (2009). *Språklig samhandling: Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse* (2. utg). Cappelen Damm.

Toulmin, S. E. (2003). *The Uses of Argument* (oppdatert utg.). Cambridge University Press.

VG. (2019a). *Evaluering av VGs dekning av Trond Giske-videoen* (Rapport). VG.

<https://static.vg.no/vg-2019-evalueringsrapport.pdf>

VG. (2019b, 27. februar). VGs dekning av Giske-videoen. VG.

<https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/wEqvKG/vgs-dekning-av-giske-videoen>

Villadsen, L. (2009). Retorisk kritik. I C. Jørgensen & L. Villadsen (Red.), *Retorik: Teori og praksis*. Samfundslitteratur.