

## **Klimakommunikasjon til inspirasjon og fortvilelse**

En retorisk effektstudie av Miljødirektoratets faktaark «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100»

INGRID LARSEN DIHLE

VEILEDER

Nils Martin Engebretsen

**Universitetet i Agder, 2019**

Fakultet for humaniora og pedagogikk  
Institutt for nordisk og mediefag





## Forord

Denne oppgaven er det avsluttende steget i å fullføre en master i samfunnskommunikasjon. Det har vært en omfattende prosess med enkelte nedturer, men mest av alt givende og lærerike oppturer. Til tider har det føltet ganske håpløst, men god støtte hjelper på det meste. Derfor er det mange som fortjener en stor takk for at denne oppgaven til slutt kom i havn.

Først vil jeg takke Miljødirektoratet for at de har stilt opp på intervjuer, gitt meg innsikt i deres prosesser, og for at de alltid har svart raskt på spørsmål.

Så vil jeg takke alle informantene som stilte opp på fokusgruppeintervju. Takk for at dere tok dere tid, var ærlige, og bidro til at denne oppgaven ble til.

Jeg vil rette en spesielt stor takk mine kjære medstudenter i samfunnskommunikasjon. Det er umulig å telle hvor mange samtaler vi har hatt om masteroppgaven. Jeg setter pris på alle frustrasjonene vi har delt, og alle oppmuntringene vi har gitt til hverandre. Sammen er vi sterkere, og jeg er så utrolig stolt av oss alle sammen.

Aller mest vil jeg takke min fantastiske veileder Martin Engebretsen. Du har hjulpet meg mer enn jeg noensinne kunne ha forventet med din solide faglige innsikt, konstruktive tilbakemeldinger, gode innspill og oppmuntring.

Til slutt vil jeg takke alle som har spurt om å få lese denne oppgaven nå som den er ferdigstilt. Det å vite at det er noen som venter på å lese oppgaven har motivert meg til å yte mitt beste. Så til deg som nå skal lese masteroppgaven: Takk for at du synes temaet virker interessant. Jeg håper du blir like inspirert av å lese den, som jeg ble av å jobbe med den.

Ingrid Larsen Dihle, Kristiansand, juni 2019.



## Sammendrag

I denne studien gjør jeg en retorisk analyse av Miljødirektoratets faktaark «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100», og undersøker hvordan det virker på ulike mottakergrupper. Faktaarket er basert på en tekst i spesialrapporten til FNs klimapanel om virkninger av en temperaturøkning på 1,5 grader. Tekstene i faktaarket er skrevet som tre historiefortellinger om forskjellige fremtider verden står overfor, avhengig av de ulike veivalg som tas.

Problemstillingen tar for seg hvilke retoriske strategier Miljødirektoratet benytter i faktaarket for å appellere til mottakerne, og hvordan disse strategiene virker på et utvalg av mottakergruppen.

For å besvare masteroppgavens problemstilling har jeg først utført en retorisk tekstanalyse av faktaarket. For å avdekke avsenders hensikt og prosess bak publiseringen, har jeg deretter gjennomført et ekspertintervju av tekstprodusentene fra Miljødirektoratet. For å undersøke hvordan et utvalg fra mottakergruppen oppfattet faktaarket, har jeg til slutt gjennomført to fokusgruppeintervjuer. En av gruppene besto av studenter fra Universitetet i Agder, og den andre besto av godt voksne informanter. I drøftingen løfter denne studien frem sosialpsykologiske og kognitive perspektiver for å diskutere hvordan og hvorfor faktaarket påvirket mottakerne forskjellig.

Resultatene fra studien viser at de retoriske strategiene brukt i faktaarket er effektfulle. Tekstene i faktaarket er basert på internasjonal forskning sammenstilt av FNs klimapanel, noe som styrker påstandenes troverdighet. Den dramaturgiske utviklingen bidrar til at pathos-effekten forsterkes av tekstenes rekkefølge, og fører til at mottakerne sitter igjen med sterkest inntrykk fra det mest dramatiske fremtidsscenarioet. Faktaarket gjorde inntrykk på mottakerne, men i hvilken grad og på hvilken måte varierte sterkt. Disse variasjonene var ikke bare basert på informantenes generasjonstilhørighet, men også på tidligere engasjement for klimasaken. Studien konkluderer med at selv om faktaarket hadde en effekt på informantene, ble det avdekket en avmaktsfølelse hos flere av dem, knyttet til hvorvidt de som enkeltmennesker kan bidra til å begrense den globale oppvarmingen. Andre opplevde økt motivasjon for handling. Arket utløste for øvrig en generell konsensus om at det kreves politisk styring og en overordnet omstilling i samfunnet for å reversere klimaendringene.



## Abstract

This study includes a rhetorical analysis of the Norwegian Environment Agency's fact sheet "Three different stories of a warmer world towards 2100," and reveals how it affects a selection of the target audiences. The fact sheet is based on a text from the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) report: "Global Warming of 1,5 °C". The fact sheet is written as three stories, presenting different scenarios of what might happened to the world in the future, as a consequence of global warming.

The research question of this study asks what rhetorical strategies the Norwegian Environment Agency use in the fact sheet to influence the readers, and how it affects a selection of the target audience.

To answer the research question, this study includes a rhetorical analysis of the fact sheet. To reveal the authors' purpose and process behind the publishing of the fact sheet, this study contains an expert-interview of representatives from the Norwegian Environment Agency. To discover how a selection of the target audiences were affected by the document, two focus groups were arranged. One of the groups consisted of students from the University of Agder, the other group consisted of people over the age of 50 years. In the discussion of the method findings, this study includes theory from social psychology and cognitive perspectives, to debate how and why the participants were affected differently.

The results from this study revealed that the rhetorical strategies implemented in the fact sheet were impactful. The texts are based on international research assembled by IPCC, which strengthens the credibility of the statements in the texts. The dramaturgical development and strategical order of the scenarios contribute to strengthen the pathos-effect, influencing the reader to be mostly affected by the last and most dramatic scenario. The effect of the fact sheet varied between the focus group participants. These variations were based on their generation, and earlier commitment to the climate issue. This study concludes that even though the fact sheet affected the participants, they all felt a certain powerlessness as individuals to be able to make a significant difference on the global warming issue. Others experienced increased motivation for action. Furthermore, the fact sheet triggered a general consensus that the issue demands political governance, and an overall change in society to reverse climate change.

## Innhold

Forord.....	i
Sammendrag.....	iii
Abstract .....	v
1.0 Innledning.....	1
1.1 Behov og motivasjon .....	1
1.2 Mål og problemstilling .....	2
1.3 Tidligere forskning .....	2
1.4 Avgrensning og oppbygging.....	3
1.5 Faktaarkets kontekst.....	4
1.5.1 FNs klimapanel .....	4
1.5.2 Spesialrapporten om 1,5 grader .....	4
1.5.3 Miljødirektoratet .....	5
1.5.4 Faktaarket.....	5
2.0 Teoretisk rammeverk .....	6
2.1 Innledning .....	6
2.2 Retorikk.....	6
2.3 Appellformene.....	7
2.4 Etos .....	8
2.4.1 Innledende, avledet og endelig etos.....	8
2.5 Logos.....	9
2.5.1 Enthymem .....	10
2.6 Topos.....	10
2.7 Patos.....	11
2.8 Dramaturgi .....	12
2.9 Retorisk sjanger .....	12
2.10 Den retoriske situasjonen.....	13
2.11 Kairos .....	14
2.12 Sosialpsykologiske og kognitive perspektiver .....	15
3.0 Metode .....	17
3.1 Innledning .....	17
3.2 Presentasjon av analysemateriale .....	17
3.3 Kvalitativ og fortolkende forskning.....	18
3.4 Casestudie.....	18
3.5 Triangulering.....	19



3.6 Tilnærming til empirien.....	19
3.7 Retorisk tekstanalyse .....	20
3.8 Det kvalitative intervjuet .....	21
3.9 Fokusgruppeintervju .....	21
3.10 Ekspertintervju .....	22
3.11 Avgrensninger av studien .....	22
3.12 Utvalg og fremgangsmåte .....	23
3.13 Metodiske refleksjoner .....	24
3.14 Ethiske hensyn .....	25
4.0 Analyse og presentasjon av funn.....	26
4.1 Tekstanalyse av faktaarket .....	26
4.1.1 Den retoriske situasjon .....	26
4.1.2 Kairos .....	29
4.1.3 Etos .....	30
4.1.4 Logos.....	30
4.1.5 Topos.....	32
4.1.6 Patos og dramaturgi .....	33
4.1.7 Bruk av illustrasjoner .....	35
4.1.8 Oppsummering .....	35
4.2 Ekspertintervju med tekstprodusentene .....	37
4.2.1 Prosessen bak publisering.....	37
4.2.2 Hensikten bak faktaarket .....	38
4.2.3 Språket i publikasjonen .....	38
4.2.4 Bildene.....	40
4.2.5 Målgruppe og spredning.....	40
4.3 Analyse og presentasjon av funn – fokusgruppe 1 .....	42
4.3.1 Informantene .....	42
4.3.2 Livsstil.....	43
4.3.3 Troverdighet .....	45
4.3.4 Inntrykk .....	46
4.3.5 Hensikt.....	48
4.3.6 Sjanger.....	49
4.3.7 Forskjeller fra annen klimakommunikasjon.....	49
4.3.8 Hva som kunne vært gjort annerledes .....	50
4.4 Analyse og presentasjon av funn – fokusgruppe 2.....	52
4.4.1 Informantene .....	52

4.4.2 Livsstil.....	53
4.4.3 Troverdighet.....	55
4.4.4 Inntrykk.....	56
4.4.5 Hensikt.....	59
4.4.6 Sjanger.....	60
4.4.7 Forskjeller fra annen klimakommunikasjon.....	60
4.4.8 Hva som kunne vært gjort annerledes.....	61
5.0 Drøfting.....	64
5.1 Innledning.....	64
5.2 Opplevelse av avmakt og endringsmotivasjon.....	64
5.3 Den retoriske situasjonen.....	65
5.4 Opplevd kairos.....	67
5.5 Opplevd etos.....	68
5.6 Opplevd logos.....	69
5.7 Opplevd topos.....	70
5.8 Opplevd patos.....	71
5.9 Opplevd dramaturgi.....	74
5.10 Opplevd sjanger.....	75
5.11 Viktigste funn.....	75
5.12 Refleksjoner knyttet til sosialpsykologi og kognitive prosesser.....	77
6.0 Konklusjon.....	80
6.1 Problemstillingen.....	80
6.2 Faktaarkets retoriske strategier.....	80
6.3 Effekten på mottakerne.....	81
6.4 Forklaringer knyttet til sosialpsykologi.....	82
6.5 Betydning for praksisfeltet.....	82
6.6 Studiens begrensninger.....	83
6.7 Videre forskning.....	84
Litteraturliste.....	85
Vedlegg 1.....	88
Vedlegg 2.....	89
Vedlegg 3.....	90
Vedlegg 4.....	90

## 1.0 Innledning

Klimaendringene verden står overfor har vært et omdiskutert tema i media de siste årene. Man ser gradvis en endring i menneskelig atferd, hvor de blir mer bevisste på kildesortering, og mer oppmerksomme på sin egen bruk av fossile energikilder og andre vaner som er skadelige for miljøet. Det finnes flere voksende miljøorganisasjoner, men det finnes også en stor andel mennesker som rent forneker menneskets innvirkning på klimaendringene. Mellom disse gruppene finnes den største gruppen; nemlig de menneskene som er klar over klimaendringene, men som likevel ikke implementerer vaner i hverdagen for å leve mer bærekraftig. Medlemmene av denne gruppen er ikke aktive miljøagenter, men de er påvirkelige.

Den 8. oktober 2018 publiserte FNs klimapanel (IPCC) en spesialrapport om virkningene ved en temperaturøkning på 1,5 grader innen år 2100. For å oppsummere de viktigste funnene i rapporten, publiserte Miljødirektoratet en pressepakke med flere faktaark som tilgjengeliggjør denne informasjonen. Ett av disse faktaarkene heter «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» (M-1118, 2018). Faktaarket tar for seg tre scenarier som beskriver hvordan verden vil se ut i år 2100, ved en temperaturøkning på 1,5, 2 og 3 grader. Dokumentet er skrevet på en fortellende måte, egnet til å skape et indre bilde for leseren om hvordan verden vil se ut, og hvilke store endringer som vil være en konsekvens av de forskjellige temperaturøkningene.

### 1.1 Behov og motivasjon

Min motivasjon for å velge dette faktaarket som analysemateriale, var at dette dokumentet hadde en sterk personlig innvirkning på meg. Det økte mitt engasjement for å motvirke klimatrusselen verden står overfor i dag. Jeg definerer meg selv i en gruppe mennesker som er klar over klimaendringene, men som opplever at det er utfordrende å skulle gjøre endringer i livsstilen for en mer bærekraftig levemåte. Jeg ser et behov for å undersøke om kommunikasjonsmetoden i faktaarket har like kraftig påvirkningskraft på andre mennesker, som på meg selv. Jeg synes det er interessant å belyse om dette kan variere på grunn av alder og bakgrunn. Mine personlige opplevelser teller lite som faglig belegg, jeg har derfor valgt å undersøke dokumentets effekt nærmere ved hjelp av metoder som kan gi et helhetlig perspektiv på avsenders hensikt, og målgruppers oppfattelse av dokumentet. Ved å undersøke

effekten av en bestemt type klimakommunikasjon, har jeg et grunnleggende ønske om å påvirke meg selv til å endre atferd, og samtidig avdekke hvilken tilnæringsmåte til kommunikasjon som er mest hensiktsmessig for å påvirke andre til å leve med en mer bærekraftig livsstil.

## 1.2 Mål og problemstilling

Målet med denne oppgaven er å belyse hvordan språket i offentlig informasjon virker på publikum, mer spesifikt å undersøke effekten av bestemte retoriske strategier innenfor klimakommunikasjon. Problemstillingen til oppgaven er todelt: Hvilke retoriske strategier benytter Miljødirektoratet seg av i faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100», og hvordan virker disse på aktuelle mottakergrupper? For å svare på det første spørsmålet har jeg utført en retorisk tekstanalyse kombinert med et ekspertintervju med tekstskaperne. For å svare på det andre spørsmålet arrangerte jeg fokusgruppeintervjuer med to lesergrupper: en med studenter og en med godt voksne informanter. Retorisk teori gir de viktigste perspektivene til oppgaven. Jeg håper denne studien vil være nyttig for de som er aktive aktører innenfor det aktuelle kommunikasjonsfeltet.

## 1.3 Tidligere forskning

Forskningsfeltet som denne studien kan bli kategorisert innenfor, er tekststudier av klimakommunikasjon. For å svare på problemstillingen bruker jeg også noe teori fra sosialpsykologien. Tidligere forskning som er relevant for denne oppgaven, er dels forskning på klimakommunikasjon og dels forskning på hvordan mennesker tar til seg informasjon. Cicero, eller Centre for International Climate Research, publiserte en artikkel 10. august 2018. Den heter «Effektiv klimakommunikasjon – Trender og fakta 2018» (Arnslett, Bjørnæs og Lannoo, 2018). I denne rapporten finnes en sammenstilling av forskning på klimakommunikasjon, som forfatterne har kommet frem til ved å intervjuere flere internasjonale kommunikasjonseksperter om hvordan de har erfart at det er mest virkningsfullt å skape engasjement om klimasaken. Basert på dette trakk de ut fem læringspunkter de mente var sentrale for å lykkes med klimakommunikasjon. Disse inkluderer troverdighet til avsender, at synlig engasjement smitter, at å kommunisere om lokale forhold er mest virkningsfullt, at det er viktig å tilpasse budskapet til målgruppen, og at samfunnet krever en helhetlig omstilling for å tilrettelegge for klimavennlig atferd. Marianne Aasen (2017) har skrevet en forskningsartikkel som heter «The polarization of public concern about climate change in

Norway». Denne studien undersøker hvordan identitet og verdier påvirker hvordan mennesker tar til seg informasjon om klima, og i hvilken grad mennesker med fundamentale forskjeller i verdier opplever klimatrusselen som bekymringsverdig. Hun avslørte en splittelse i bekymringsnivået for klimaendringer mellom mennesker som har forskjellige verdier i det norske samfunnet, basert på individualistiske verdier og egalitære verdier. I *The Psychology of Attitudes and Attitude Change* av psykologene Maio, Haddock og Verplanken (2019) skriver de om psykologien rundt menneskelig atferd og hvordan den kan endres. I kapittel 7 av boken fokuserer de på hvordan mennesker opplever klimatrusselen, via et psykologisk perspektiv. Konklusjonen var at atferd kan skyldes mange subtile faktorer som vi ikke legger merke til, annet enn våre egne holdninger. De beskrev tre viktige dimensjoner for å klassifisere atferd. Disse inkluderte direkte kontra indirekte erfaringer, gode versus dårlige resultater, og aktiv tilnærming versus unngående adferd (2019, s. 192). Til sist vil jeg fremheve Lilie Chouliaraki (2010) *Post-humanitarianism: humanitarian communication beyond a politics of pity*. I sin bok innen feltet kulturstudier presenterer hun sin teori om humanitære appellformer, og hvordan publikum responderer til kommunikasjon om lidelse. Dette er den eneste studien av de ovennevnte som jeg kommer tilbake til i denne studiens drøftingskapittel, ved å se nærmere på hvordan mennesker oppfatter og reagerer på kommunikasjon som tar opp et utfordrende tema.

#### 1.4 Avgrensning og oppbygging

Oppgaven sentrerer rundt Miljødirektoratets faktaark «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» (M-1118, 2018). Flere faktaark ble publisert av Miljødirektoratet for å formidle funnene som kom frem i spesialrapporten til FN's klimapanel om 1,5 grader. Av hensyn til oppgavens rammer er bare ett av disse faktaarkene tatt med i studien. Jeg valgte dette dokumentet fordi det er annerledes enn det jeg forbinder med vanlig klimakommunikasjon, som oftest er skrevet på et mer akademisk språk og som omfatter bruken av grafer og statistikk. Oppgaven er bygget opp ved at jeg først presenterer de utvalgte teoretiske rammene jeg har brukt for å etablere et perspektiv på problemstillingen. Empirien denne masteroppgaven tar utgangspunkt i, er faktaarket publisert av Miljødirektoratet og data fra intervjuene jeg har utført for å finne svar på problemstillingen. Videre i studien forklarer jeg hvilke metodiske tilnærminger som er brukt og hvilke muligheter og begrensninger disse gav. Metodene som er brukt er en kombinasjon av ulike kvalitative metoder, og består av en retorisk tekstanalyse av faktaarket, et ekspertintervju av representanter fra Miljødirektoratet,

og to fokusgrupper som ble utvalgt på grunn av informantenes alder. En av gruppene besto av studenter fra Universitetet i Agder, og den andre besto av deltakere som er godt voksne, og har alle passert 50 år. Funnene fra disse metodene er presentert i et analysekapittel, før de mest interessante funnene er diskutert i et drøftingskapittel. Konklusjonen vil redegjøre for de viktigste funnene, og gi svar på problemstillingen. Som vedlegg til denne studien finnes det analyserte faktaarket til Miljødirektoratet, intervjuguidene til ekspertintervjuet og fokusgruppeintervjuene, og godkjenningen for å utføre intervjuene fra Norsk senter for forskningsdata (NSD).

## 1.5 Faktaarkets kontekst

### 1.5.1 FNs klimapanel

FNs klimapanel ble etablert i 1988 av Verdens meteorologiorganisasjon (WMO) og FNs miljøprogram (M-1108, 2018). Alle medlemslandene i de to organisasjonene kan være med i FNs klimapanel, og per 2019 er det 195 medlemsnasjoner. FNs klimapanel samler vitenskapelig litteratur for beslutningstakere om klimaendringer, virkninger, de fremtidige risikoene og ulike typer av tilpasning og tiltak. FNs klimapanel foretar ikke egen forskning, men vurderer og samler publisert litteratur. Rapportene er skrevet av flere hundre ledende eksperter fra hele verden, som deltar frivillig med tid og ekspertise (M-1108, 2018). Før rapportene blir publisert, går de gjennom flere kommenteringsrunder for å sikre at de er objektive og dekkende. Flere tusen eksperter bidrar til å vurdere rapportene, slik at alle synspunkter i det vitenskapelige miljøet kommer frem (M-1108, 2018).

### 1.5.2 Spesialrapporten om 1,5 grader

Ifølge faktaarket «Lær mer om FNs klimapanel's spesialrapport om 1,5 grader» (M-1108, 2018), ble det besluttet i desember 2015 på et klimatoppmøte i Paris at en spesialrapport om 1,5 grader skulle bli produsert. På det samme møte vedtok 195 land Parisavtalen, som beskriver et langsiktig globalt temperaturmål om å holde økningen i den globale gjennomsnittstemperaturen godt under 2 grader, og tilstrebe å begrense temperaturøkningen til 1,5 grader. Spesialrapporten som ble publisert 8. oktober 2018 var utarbeidet av FNs klimapanel for å vurdere følgene av temperaturmålinger, og hvordan de i realiteten kan nås. I utarbeidelsen av spesialrapporten var 91 forfattere fra 40 land involvert. Rapportens helhet

vrurderer tre hovedtemaer. Hva som skal til for å begrense oppvarmingen til 1,5 grader; hvilke virkninger en oppvarming på 1,5 grader vil ha sammenliknet med 2 grader; og hvordan det er mulig å styrke den globale responsen og få til mulige tiltak for klimatilpasning og utslippsreduksjon (M-1108, 2018).

### 1.5.3 Miljødirektoratet

Miljødirektoratet er et norsk direktorat som ble opprettet 1. juli 2013 gjennom en sammenslåing av Direktoratet for naturforvaltning og Klima- og forurensningsdirektoratet (Miljødirektoratet, 2019). De er et statlig forvaltningsorgan underlagt Klima- og miljødepartementet, som jobber for å redusere klimagassutslipp, forvalte norsk natur og hindre forurensing. Miljødirektoratet er faglig uavhengig og gir råd om utvikling av klima- og miljøpolitikk. Deres hovedoppgaver er å samle og formidle miljøinformasjon; iverksette forvaltningsmyndighet; styre og veilede på regionalt og kommunalt nivå og delta i internasjonalt miljøarbeid (Miljødirektoratet, 2019).

### 1.5.4 Faktaarket

Faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» ble publisert av Miljødirektoratet samtidig som FNs klimapanel publiserte sin spesialrapport. Faktaarket inneholder tre historier som beskriver hvordan verden vil se ut i år 2100 basert på ulike veivalg. Historie 1 beskriver virkningen av en temperaturøkning på 1,5 grader i forhold til førindustriell tid. Historie 2 tar for seg hvordan verden vil se ut etter en øking i 2 grader, og Historie 3 beskriver en verden i år 2100 etter en temperaturøkning på 3 grader. Historiene er brukt for å synliggjøre utviklingen av klimagasser under ulike, men sannsynlige betingelser for befolkningsvekst, framgang av nye teknologier og økonomisk utvikling. Formålet med å presentere de tre scenarioene er å synliggjøre følgene av forskjellige mulige framtider (M-1108, 2018). Dokumentet er kalt et faktaark, men kan heller beskrives som en informasjonsbrosjyre. Det er tre fortellinger presentert over syv sider, hvor hver av fortellingene har sin egen tekstsider med en tilhørende illustrasjon på den motstående siden. Dokumentet kan derfor ikke i seg selv kalles et ark, og inneholder heller ikke fakta i den forstand vi er vant til å se fakta. Faktaene er i dette tilfellet basert med et grunnlag i internasjonal forskning, og presentert som tre forskjellige fremtidsscenarioer.

## 2.0 Teoretisk rammeverk

### 2.1 Innledning

Faktaarket publisert av Miljødirektoratet er en forenkling av den internasjonale forskningen sammenstilt av FNs klimapanel. Ved de fleste tilfeller av klimakommunikasjon, er mye av informasjonen presentert ved hjelp av grafer og statistikk. Faktaarket er et forsøk på å nå publikum via en annerledes kommunikasjonsmetode, gjennom tre foreklede og konkrete historier om hvordan verden vil se ut i år 2100 hvis gjennomsnittstemperaturen øker. Dette kapittelet vil forklare det relevante teoretiske rammeverket som er brukt i oppgaven for å svare på problemstillingen om hvilke retoriske strategier Miljødirektoratet benytter seg av i faktaarket, og hvordan disse virker på aktuelle mottakergrupper. Rammeteorien som er brukt for å belyse oppgavens funn er retorikk, for å undersøke hvordan tekstene argumenterer og bygger legitimitet. Som grunnlag for en videre forståelse av hvordan mennesket blir påvirket av informasjon, og gjennom dette kan endre atferd og holdninger, tar den andre delen av dette kapittelet for seg sosialpsykologi og kognisjon. Denne teoridelen blir primært brukt i drøftingen for å gi analyseresultatene en faglig kontekst.

### 2.2 Retorikk

Retorikk er den eldste språk- og kommunikasjonsvitenskapelige tradisjonen vi kjenner, og har sine røtter i antikken. Fra den greske opprinnelsen har retorikken vært en sentral del av språklæren og utdanningssystemet i mange land (Svendsen & Grue, 2018). Retorikk er altså navnet på den språkvitenskapelige tradisjonen, men skaper også grunnlag for begrepet retoriske ytringer, som er det fenomenet man studerer innenfor denne tradisjonen (Johannessen, Rasmussen & Rafoss, 2018, s. 186). Ifølge medieviteneren Jens Kjeldsen (2009, s. 16) skiller man i retorikken mellom tre retoriske felt. Disse er retorisk praksis (utens), retorisk teori (docens), og retorisk analyse og kritikk (studens). En retorisk ytring er «skapt av mennesker for mennesker» skriver Kjeldsen (2016, s. 15). Hensikten bak retorikk i praksis er å påvirke og overbevise publikum til talerens fordel. Johannessen m.fl (2018, s. 186) uttrykker det slik: «En retorisk ytring forsøker å overbevise gjennom kommunikasjon». Nærmere forklart vil det si at retorikk i praksis, altså en retorisk ytring, består av en taler som henvender seg til mottakere med hensikt om å påvirke ved hjelp av forskjellige virkemidler - slik som sakens innhold, gode argumenter, troverdighet og en riktig tilpasset utforming av ytringen.



Johannessen m.fl (2018, s. 188) skriver videre: «Hensikten med ytringen er ofte ikke det som sies ord for ord, men å få noe til å skje i kraft av disse ordene». Det vil si at ytringens hensikt ofte ligger implisitt, og i tillegg til ytringens innhold, må mottakerens følelser, posisjon og karakter, samt ytringens kontekst tas i betraktning om man vil forstå ytringens effekt.

Vellykket retorikk krever en sammensetning av mange retoriske faktorer. Retoriske teorier er antakelser som setter de retoriske faktorene i system, og redegjør for hvorfor og på hvilken måte en retorisk ytring er vellykket eller ikke. «Retorikken byr på analytiske verktøy for å forstå hvordan folk forsøker – og ofte klarer – å være overbevisende» skriver Johannessen m.fl. (2018, s. 185). I retorikken skiller man mellom snever persuasio og bred persuasio. Snever persuasio er den mest tradisjonelle oppfatningen, og omfatter ytringer som har til hensikt å overbevise i situasjoner hvor det er en grunnleggende uenighet mellom deltakerne. Bred persuasio omfatter kommunikasjon som får publikum til å akseptere, forstå eller medoppleve emnet som blir kommunisert (Kjeldsen, 2016, s. 19). Retorikk som snever eller bred persuasio representerer dermed forskjellige måter å forstå hva retorikk innebærer: å påvirke mottakernes meninger, holdninger og handlinger, som er særlig relevant i politiske eller kommersielle sammenhenger – eller å påvirke mottakerne i videre forstand, for eksempel ved å få et teaterpublikum til å le og gråte på rett sted. I denne oppgaven er det mest relevant å se på retorikk som snever persuasio.

### 2.3 Appellformene

Vellykket retorikk består av flere faktorer som sammen bidrar til å skape en vellykket retorisk ytring. En retorisk ytring virker overbevisende dersom den har appell. «Ytringer har appell dersom vi stoler på taleren, bryr oss om og aksepterer ytringen» skriver Johannessen m.fl (2018, s. 193). Etos, logos og patos er appellformene, eller bevismidlene i en retorisk ytring. Appellformene viser ulike måter å appellere til publikum på, altså ulike måter å henvende seg til de man søker å overbevise. Etos handler om talerens troverdighet, patos handler om å appellere til publikums følelser, og logos er appellen til publikums fornuft i form av argumentasjon. Alle appellformene blir hyppig brukt i tradisjonell klimakommunikasjon for å overbevise befolkningen om å ta ansvar for hvordan de utfører dagligdagse oppgaver som har en negativ innvirkning på miljøet. De retoriske begrepene presentert videre i dette kapitlet er rammeteorier for analysen.

## 2.4 Etos

Etos er en av de klassiske appellformene innenfor retorikk og handler om avsenders troverdighet. Kjeldsen definerer etos som «den oppfatning en mottager har av en avsender på et bestemt tidspunkt» (2016, s. 119). Hvis det retoriske publikum har tillit til avsenderen, vil det være lettere å overbevise om talerens budskap. Altså handler etos om mottakerens vurdering av avsenderens troverdighet. Ifølge Kjeldsen (2016, s. 118) er etos svært viktig for å få publikum til å lytte til det avsenderen vil formidle. I en talesituasjon vurderes både informasjonen som kommer frem gjennom det som blir sagt, og hvem som sier det. Etos inkluderer det inntrykket tilhøreren har av avsenders karakter, og logikken som talerens påstander er bygget på. Ifølge Aristoteles (2007) består etos av tre elementer: kompetanse, velvilje og moralsk karakter. Det å besitte disse tre elementene vil virke overbevisende på det retoriske publikum.

### 2.4.1 Innledende, avledet og endelig etos

Kjeldsen (2016, s. 125) skriver at etos styrkes og svekkes avhengig av hvordan taleren fremstår i selve situasjonen. For å forklare dette videre kan man skille mellom innledende, avledet og endelig etos. Innledende etos handler om den troverdigheten taleren har hos det retoriske publikum allerede før talen begynner (Kjeldsen, 2016, s. 125). Innledende etos har altså ikke noe å gjøre med hva som blir sagt, eller hvordan det blir sagt. Innledende etos er en form for ikke-retorisk bevismiddel, og en forutsetning for den retoriske etos som taleren skaper under sin tale. Publikums forhåndsinnstilling til taleren er avgjørende for hvordan de fortolker avsenderen og budskapet som kommer frem. Avledet etos er troverdigheten som avsender tildeles under sin talesituasjon, og kommer frem på bakgrunn av tilhørernes oppfatning av talerens retoriske handlinger (Kjeldsen, 2016, s. 128). Avledet etos kan også skapes gjennom talerens posisjon i forhold til mottakerens forventninger. Taleren kan få styrket sin troverdighet dersom argumentasjonen spiller på noe annet enn det mottakerne forventet. Ifølge Kjeldsen (2016, s. 130) er argumentasjonens kilder også noe som kan påvirke avsenderens troverdighet. Jo flere troverdige kilder som avsenderen henviser til, desto mer sannsynlig er det at taleren selv vil bli oppfattet som troverdig. Endelig etos er publikums oppfatning av avsenderens troverdighet etter at talen er ferdig, altså den troverdigheten som sitter igjen hos publikum etter avsluttet kommunikasjon. Endelig etos blir skapt som et

resultat av møtet mellom innledende etos og avledende etos. Kjeldsen (2016, s. 133) skriver at «dagens endelige etos er morgendagens innledende etos».

Gjennom innledende, avledet og endelig etos kan appellformen ansees som en dynamisk prosess som påvirker både mottaker og avsender. Klimakommunikasjon kan virke overbevisende hvis talerens påstander kommer fra en troverdig kilde. Miljødirektoratet refererer i faktaarket til at informasjonen er basert på internasjonal forskning via FNs klimapanel. Informasjonen som kommer frem har altså legitimitet fra flere kilder som kan ansees som troverdige. Internasjonal sammenstilling av forskning, FNs klimapanel og Miljødirektoratet som siste avsender.

## 2.5 Logos

En retorisk ytring har alltid en bestemt hensikt; et mål som avsenderen ønsker å nå ved å henvende seg til sine mottakere på en bestemt måte (Kjeldsen 2016, s. 37). For effektiv argumentasjon behøver man oftest argumenter som mottakeren oppfatter som logiske. Logos appellerer til publikums fornuft gjennom saklig argumentasjon. Denne appellformen er knyttet til tekstens innhold, og tar ikke til betraktning hvordan ytringen fremføres. «Når man undersøker logos, ser man på hvordan talerens argumentasjon er bygget opp», skriver Johannessen m.fl (2018, s. 201). Logos er anvendt på en vellykket måte når mottakernes rasjonalitet er påvirket via legitime logiske argumenter. De to hovedelementene i en logisk retorisk ytring er de sentrale påstandene og hvilke grunner som legitimerer dem (Johannessen m.fl, 2018, s. 201). Det er forholdet mellom disse grunnene og påstandene som er ment å appellere til fornuften. Premisset bak vellykket logos-argumentasjon er at det finnes en årsakssammenheng. «Når mottakeren av en tekst blir overbevist fordi de oppfatter resonnementene som sanne eller sannsynlige, har de blitt overbevist av det retoriske virkemiddelet logos», skriver Bakken (2009, s. 44). Logos handler altså om å overbevise publikum ved å bruke rasjonell og saklig argumentasjon. På den måten appellerer avsender til mottakerens fornuft og intellekt, og dermed til deres evne til å vurdere riktigheten av et gitt synspunkt eller budskap. Denne appellformen bygger ofte på fakta, statistikker og tall, det vil si ting som kan måles, veies og bevises (Johannessen m.fl, 2018, s. 201). Logos argumenterer for at noe er mer sannsynlig enn noe annet. I logos-argumentasjon er også holdbarheten til argumentene en avgjørende faktor. Holdbarhet handler om at taleren bør ha belegg eller bevis for at det hen sier, er sant eller sannsynlig. Det er ikke alltid taleren konkret kan bevise en påstand, men da bør hen likevel forsøke å bidra med argumenter som bygger opp under

påstanden. I faktaarket til Miljødirektoratet, er bevismiddelet hovedsakelig at informasjonen er basert på internasjonal og anerkjent forskning.

### 2.5.1 Enthymem

I en retorisk analyse av logos må man også ta i betraktning de tause ytringene. Altså ikke bare den ytringen som er beskrevet, men også det som teksten implisitt forutsetter. Dette kan eksempelvis være premisser for en påstand som mottakeren er i stand til å slutte selv, basert på egne erfaringer. Et enthymem er en ufullstendig uttrykt syllogisme, altså en logisk slutning hvor enten en av premissene eller konklusjonen er underforstått. Enthymemet er dermed en form for implisitt argumentasjon. Ifølge Aristoteles (2007) bygger enthymemet på sannsynligheter og indikasjoner, og er ofte det sentrale overtalelsesmiddelet - det som utgjør selve kjernen i overtalelsen. Kjeldsen (2016, s. 174) skriver at et enthymem virker overbevisende fordi det skaper en selvoverbevisning hos publikum. Det har evnen til å påvirke ved å motivere mottakeren til å skape argumentene selv. Informasjonen i faktaarket kommer frem i tre fortellinger om mulige framtidsscenarioer som ved å plassere leseren inn i scenarioenes nåtid, aktiverer mottakerne til selv å skape en logisk konklusjon, basert på egen kunnskap og egne erfaringer.

### 2.6 Topos

Hensiktsmessig kommunikasjon bør alltid ta utgangspunkt i felles og allmenne synspunkter som taleren deler med publikum. Et slikt felles ståsted kalles i retorikken for topos, det er altså et «sted» der det er lett å finne momenter og argumenter, da de vanligvis settes i forbindelse med det oppgitte temaet (Grue, 2018). Argumentets grunnlag og premisser kan være avgjørende for hvilken innvirkning taleren har på mottakerne. Selv om premissene er allmenne synspunkter som deles av tilhørerne, overbeviser de ikke av seg selv, de må bli satt i en logisk sammenheng med talerens påstand og begrunnelser (Kjeldsen, 2016, s. 157). Topos er det som underbygger og forbinder talerens påstand med hens begrunnelse for påstanden. Bak den retoriske bruken av konkrete argumenter ligger det allmenne synspunkter eller grunnleggende prinsipper, som taleren forventer deles av mottakeren. «Formelt topos er en form for formelt rasjonelle grunnresonnementer eller formelle tenkemåter som ligger til grunn for konkrete argumenter», skriver Kjeldsen (2016, s. 168). Ved at taleren etablerer et felles ståsted med publikum, vil det være lettere å lede dem mot talerens argumentasjon og oppfattelse av saken. Topos er et middel som bygger opp legitimiteten ved sakens argumenter,

men blir også hyppig brukt i ikke-argumentative metoder for overtalelse. Ved å spille på delte verdier og opplevelser, eksempelvis en delt frykt-følelse, har retoren også en mulighet til å danne en følelsesmessig tilknytning til sitt publikum.

## 2.7 Patos

Når man benytter verdiladete ord og uttrykk eller utmalende litterære beskrivelser, er dette typiske eksempler på patos (Ihlen, 2013, s. 92). Vellykket retorikk er avhengig av å vekke et engasjement hos publikum. Dette gjøres ofte ved å skape en følelsesmessig reaksjon. Ved å bevege publikum emosjonelt, kan man trigge et engasjement hos publikum som fører til at de bryr seg om temaet. Ved bruk av appellformen patos er det viktig at retoren tar hensyn til situasjonen, sin rolle og publikums forventninger. «Tekstens patos handler om de følelsene den retoriske ytringen fremkaller hos publikum», skriver Johannessen m.fl (2016, s. 197). Klarer retoren å vekke bestemte følelser hos publikum, kan det bidra til å holde på mottakernes interesse. Det kan også påvirke mottakerens vurdering av saken, som igjen kan motivere til handling. Det er mulig å skremme eller vekke avsky med negative følelser, eller lokke med positive følelser. Ifølge Ihlen (2013, s. 92) burde en offentlig instans som Miljødirektoratet trå forsiktig med hensyn til patos, mens vi forventer og tillater mer patosbruk av en frivillig organisasjon. Samtidig kan man mene at det er viktig at Miljødirektoratet påvirker gjennom patos, siden det bidrar til at publikum får en personlig tilknytning til problemet, og blir motivert til å handle og gjøre endringer i livet. Det er åpenbart mulig å gå for langt i å utmale alvor i klimaendringene som menneskeheten står overfor, og hva som kreves av oss dersom vi skal lykkes i å forminske skadene. Hvis dette ikke er kommunisert på en riktig måte, risikerer man at mange mennesker totalt distanserer seg fra temaet. Som nevnt i innledningskapittelet, vil jeg i drøftingen av funnene ta opp Lilie Chouliarakis teori om humanitære appellformer. Dette er for å undersøke hvordan kommunikasjon av skremmende forhold kan påvirke leseren. Av avgrensede årsaker vil jeg ikke forklare denne underteorien nærmere i dette teorikapittelet, men jeg vil gi en grundigere forståelse for teorien om de humanitære appellformene i drøftingskapittelet.

«For å overbevise publikum kan det være nødvendig å ha fokus på mulighetene vel så mye som farene vi står overfor» skriver Johannessen m.fl. (2018, s. 199). Faktaarket til Miljødirektoratet maler et bilde via deskriptiv tekst av hva som vil skje hvis temperaturgjennomsnittet på kloden øker med forskjellige antall grader. I skrevne tekster har ikke taleren mulighet til å vekke engasjement og fremme intensiteten i budskapet via

stemmebruk eller kroppsspråk, men ordbruken og hvordan tekstene er bygget opp er også effektive måter å benytte seg av patos på.

## 2.8 Dramaturgi

Miljødirektoratets bruk av patos i faktaarket kan forklares nærmere med begrepet dramaturgi. Dette begrepet har sitt opphav fra teaterverdenen og handler om dramaets oppbygging og struktur. Dramaturgi fra et tekstperspektiv forbindes ofte med hvordan fortellinger i teaterstykker, filmer og bøker er bygd opp. Den lineære dramaturgimodellen (Jensen & Tørdal, 2018) bygger på Aristoteles sine tanker om hvordan historien i et drama bør bygges opp. I både romaner, teaterstykket og spillefilmer kan fortelleren bruke lang tid på å introdusere hovedpersonene og konfliktene. Denne delen kalles derfor introduksjonen. Konfliktene trappes deretter langsomt opp mot et høydepunkt, fortellingens klimaks. Denne delen kalles komplikasjonen. I den avsluttende delen av fortellingen, som ofte blir kalt resolusjonen, utløses spenningen, og alle brikkene faller på plass (Jensen & Tørdal, 2018). Faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» har en struktur som bidrar til en spenningsoppbygging som trigger leseren til å ville fortsette å lese. I boken *Poetikken* beskrev Aristoteles allerede i år 335 f.Kr. hvordan konfliktene mellom hovedpersonene i et drama driver handlingsforløpet framover (Jensen & Tørdal, 2018). I faktaarket til Miljødirektoratet, står konflikten mellom klimautslipp og hovedpersonene: menneskeheten.

## 2.9 Retorisk sjanger

En sjanger kan beskrives som en klasse av tekster som bærer visse fellestrekk knyttet til form, innhold eller funksjon. Ifølge Svennevig (2009) skapes en sjanger av «visse normer og konvensjoner for hvordan tekster skal utformes, og dermed også for hvordan de leses og forstås». Innenfor retorikken blir en sjanger utgjort av situasjonelle krav, innholdsmessige og stilistiske karakteristika, og en særegen konfigurering av disse elementene (Kjeldsen, 2016, s. 96). Videre skriver Kjeldsen at innsikter i sjangernormene kan hjelpe med å finne ut av hvordan man best kommuniserer i bestemte situasjoner. Carolyn R. Miller er en kjent teoretiker innenfor en retorisk forståelse av sjangerbegrepet. Hun mener at sjanger er en form for sosial handling (Berge, 2001, s. 21), og beskriver sjanger slik (her oversatt med den eldre skrivemåten «genre»):

*Et kompleks av formelle og substansielle egenskaper som skaper en spesiell effekt i en gitt situasjon. På den måten blir genre mer enn en formell kategori. Den blir pragmatisk og fullstendig retorisk, et sammenkoblingspunkt av intensjon og effekt, et aspekt av sosial handling.*

Sjanger kan, ifølge Kjeldsen (2016, s. 99), forstås som et bindeledd mellom konkrete taler eller tekster, og abstrakte sosiale størrelser som institusjoner, samfunn og kultur. Sjangeren til faktaarket kan oppfattes som fortelling. Sjangeren fortelling benyttes oftest i skjønnlitterære tekster, i fiksjon, men ikke bare der. En fortelling kan være en kort eller lengre historie om noe som faktisk har skjedd, eller en fiksjonell tekst. Hensikten med slike tekster kan blant annet være å fortelle, underholde, fantasere, bevege og å påvirke (Rivelsrud, 2019).

Faktaarket handler om fremtidsantakelser basert på internasjonal forskning. Altså kan disse fortellingene forstås som faktabasert fiksjon.

## 2.10 Den retoriske situasjonen

En ytring virker alltid innenfor en viss kulturell og historisk sammenheng - en kontekst. I en retorisk analyse må en prøve å forstå teksten i lys av den sammenhengen den er ytret i. Klimaendringene har vært et omdiskutert tema de siste 40 årene (Stoknes, 2017, s. 42). Ved å ta til betraktning tidspunktet da faktaarket ble publisert, og via hvilke kanaler det ble distribuert, er det mulig å si noe om hvorvidt faktaarket fremstår som en passende respons til den aktuelle retoriske situasjonen. Konteksten som ytringen virker innenfor, er også kalt den retoriske situasjonen. Amerikaneren Lloyd F. Bitzer "oppfant" uttrykket i artikkelen "The rhetorical situation" i 1968 (Bitzer, 1968). Her beskrives en retorisk situasjon som den konkrete situasjonen eller konteksten som den retoriske ytringen blir skapt innenfor. Denne situasjonen inkluderer den identifiserte taleren, publikum og øvrige deltakere. Kjeldsen (2016, s. 81) skriver at en situasjon er retorisk hvis den kan løses eller modifiseres ved hjelp av effektiv kommunikasjon. Lloyd F. Bitzer (1968) forklarer videre at enhver retorisk situasjon alltid vil inneholde tre elementer. Disse omfatter et påtrengende problem, et retorisk publikum og de retoriske vilkår som foreligger.

Det påtrengende problemet er et problem som krever en løsning. Det er et retorisk problem dersom det kan løses, eller endres i positiv retning, ved hjelp av kommunikasjon. Dette kan for eksempel være informasjon om klimaendringene til befolkningen for at de skal bli oppmerksomme på hva slags negative konsekvenser deres handlinger kan medføre. Det

retoriske publikum består av mennesker som er påvirkelige av avsenderens retorikk, og som kan bidra til forandring. «Et retorisk publikum kan påvirkes og overbevises til å tenke eller handle på en bestemt måte, og har mulighet og vilje til å skape den forandringen som kan avhjelpe situasjonens påtrengende problem» (Kjeldsen, 2016, s. 83). De retoriske vilkår som foreligger i en retorisk situasjon er de rammene som taleren må arbeide innenfor. Det konkrete stedet eller plattformen for den retoriske ytringen spiller en stor rolle. «Ytringers retoriske kraft kan styrkes eller svekkes av om stedets mening passer til ytringen», skriver Johannessen m.fl (2018, s. 189). I relasjon til faktaarket, vil dette handle om hvor faktaarket er publisert og gjort tilgjengelig av Miljødirektoratet. De retoriske vilkår er altså de mulighetene og begrensningene som taleren må forholde seg til. Aristoteles skilte mellom to hovedtyper av retoriske vilkår (Kjeldsen, 2016, s. 87). De ikke-fagtekniske vilkår som består av omstendigheter som taleren ikke kan påvirke, og de fagtekniske vilkår som styres av taleren. Det siste kan omfatte talerens personlige karakter, bevismidler, stil og bruk av appellformer. Både taler og publikum er en del av de retoriske vilkårene. Ifølge Kjeldsen (2016, s. 87) er talerens oppgave i en retorisk situasjon å oppdage og utnytte de retoriske vilkårene for at ytringen vil påvirke publikum på den tiltenkte måten. Faktaarkets publisering skjedde i direkte sammenheng med publiseringen av FNs klimapanelers spesialrapport for 2018. Da denne rapporten fikk mye oppmerksomhet i media, ble publiseringstidspunktet høyst aktuelt, da det falt inn i en periode hvor tematikken rundt klima fikk høy prioritet i mediene (se seksjonen «Kairos» under).

### 2.11 Kairos

Vellykket kommunikasjon handler ikke bare om ytringen i seg selv, men å ytre det til rett tidspunkt. «I retorisk kommunikasjon er det rette øyeblikket helt avgjørende», skriver Kjeldsen (2016, s. 69). Kairos er en mulighet for handling, altså det rette tidspunktet til å si noe. «Kairos er en situasjonell anledning som gir taleren mulighet til å fremme en sak» (Kjeldsen, 2016, s. 70). Det handler altså om å utnytte et perfekt øyeblikk eller situasjon til å ytre noe. Hvis det ikke følges opp, vil det ideelle øyeblikket forsvinne. Filosofen Sokrates skrev at situasjonsfornemmelse er helt avgjørende for den gode retoriker (Kjeldsen, 2016, s. 70). Det handler om at det skal være riktig tid å ytre noe, og at saken eller ytringen skal være aktuell. Faktaarket ble som nevnt publisert i samtidig som FNs klimapanelers spesialrapport, som fikk stor oppmerksomhet i media. Kairos handler også om hvordan den retoriske ytringen



passer inn i mottakernes liv, altså om det var rette tidspunkt for ytringen i forhold til den kulturelle situasjonen mottakerne befinner seg i.

## 2.12 Sosialpsykologiske og kognitive perspektiver

Retorisk kommunikasjon kan informere om klimaendringene, og oppfordre mottakerne til å gjøre endringer i sitt daglige levemønster for å leve mer bærekraftig. For å forstå hva som skal til for å endre atferd hos enkeltmennesket, må vi se nærmere på hva teorier innenfor psykologi sier om temaet. Sosialpsykologi er det feltet i psykologien som omhandler det sosiale samspillet mellom mennesker, og hvordan dette samspillet formes av verdier, holdninger, sosiale systemer og den aktuelle situasjon (Svartdal, 2018). Sosialpsykologien har sitt hovedfokus på individet i en sosial situasjon, men studerer også forholdet mellom holdninger og atferd, og smågruppens funksjon, struktur og prosess. I sin tidlige utviklingsperiode frembrakte sosialantropologisk forskning ny kunnskap om forholdet mellom kultur og personlighet. Dette inspirerte sosialpsykologene til å gå i gang med inngående studier av forskjellige miljøers innvirkning på personlighetsutvikling (Svartdal, 2018). I følge Stoknes (2017, s. 85) er mennesker «sosiale dyr» og tenker mye over hva andre mennesker tenker og sier. «Andres nærvær påvirker vår atferd, oppmerksomhet og prestasjonsevne. Sosial oppmerksomhet er en viktig motivator» skriver Stoknes (2017, s. 86). Mennesker higer altså etter oppmerksomhet og sosial bekreftelse fra de sosiale omgivelsene de befinner seg i. Sosialpsykologi studerer hvordan menneskers atferd, tanker og følelser påvirkes av andre. Hvis man befinner seg i et sosialt miljø som har et grunnleggende engasjement for miljøvern, er det stor sjanse for at man selv adopterer dette engasjementet.

Som nevnt studerer sosialpsykologien forholdet mellom holdninger og atferd. I følge Stoknes (2017, s. 89) definerer psykologer innenfor denne tradisjonen holdninger som en innlært tendens til å verdsette noe. Holdninger er «lærte predisposisjoner til å respondere positivt eller negativt på en gitt person, atferd, påstand eller objekt» (National Academy of Sciences, 2014). Holdninger består av tre komponenter. En affektiv eller emosjonell komponent som går på hvilken følelse man har til en ting, person, sak eller hendelse. En atferdskomponent som handler om hva slags handlinger eller beredskap til å handle som ligger innbakt i holdningen, og til slutt finnes den kognitive komponenten, som tar for seg hvilke tanker, viten, og mening som aktiverer holdningen (Stoknes, 2017, s. 90). Det er den siste holdningskomponenten, altså den kognitive komponenten som vil bli vektlagt i denne studien.

Kognisjon handler om hvordan vi mennesker tenker og hvordan hjernen prosesserer informasjon (Stoknes 2017, s. 60). Begrepet tar blant annet for seg hvordan vi tenker når vi vurderer tilgjengelig informasjon for å skape egne meninger og fatte beslutninger. Kognitive funksjoners prosesser i menneskehjernen ligger til grunn for oppfattelse, tenkning og erkjennelse. Disse prosessene er sanseoppfatning, oppmerksomhet, forestillingsvirksomhet, hukommelse, begrepsdanning, språk, bedømming, resonnering og problemløsning (Teigen & Svartdal, 2018). Mennesket er altså avhengig av kognisjon for å fungere slik en selv eller miljøet rundt forventer. Forskere innenfor den kognitive forskningstradisjonen utforsker blant annet hvordan mennesket tenker når de vurderer tilgjengelig informasjon. Psykologen Per Espen Stoknes (2017, s. 122) har skrevet om fem psykologiske barrierer mot klimahandling: Distanse, dommedag, dissonans, benektelse og identitet. Disse barrierene vil bli presentert i drøftingen for å belyse teorier på hvorfor mennesker finner det utfordrende å etterstrebe en bærekraftig livsstil. I og med at tradisjonell klimakommunikasjon ofte består av et ganske faglig språk kombinert med grafer og modeller som et fåtall av «vanlige mennesker» har noe forhold til, kan det innebære at mottakere som ikke er vant med å bearbeide denne typen kommunikasjon, ikke oppfatter denne informasjon som viktig og relevant for eget liv. De oppfatter ikke at denne informasjon handler om en betydelig personlig risiko.

## 3.0 Metode

### 3.1 Innledning

I metodekapittelet vil jeg redegjøre for studiens datautvalg og metodiske tilnærming. Først vil jeg presentere analysemateriale, og videre forklare de metodene som er brukt for å gi svar på problemstillingen. Deretter vil jeg forklare framgangsmåten for hver metode, og videre vil jeg redegjøre for de metodiske begrensningene og etiske hensyn som ble tatt til betraktning i gjennomførelsen av studien. Enhver metode er gjenstand for kritikk, og derfor vil jeg også forklare de svakheter og reservasjoner som kan knyttes til min metodiske framgangsmåte.

### 3.2 Presentasjon av analysemateriale

I denne oppgaven er det gjort en kvalitativ retorisk tekstanalyse av et faktaark publisert av Miljødirektoratet, «se vedlegg 4». Dokumentet heter «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» og ble publisert i en informasjonspakke for å forenkle funnene i FN's klimapanels spesialrapport om 1,5 gradersmålet. Faktaarket ble publisert den 8. oktober 2018, og er basert på Cross-Chapter Box 8 i kapittel 3 av rapporten (M-1118, 2018).

Miljødirektoratet har oversatt og forenklet teksten, som beskriver hvilke konsekvenser global oppvarming vil ha på jorda og dens biologiske mangfold ved en temperaturøkning på henholdsvis 1,5, 2, og 3 grader. Faktaarket er skrevet som tre separate historier som hver tar for seg hvilke konsekvenser global oppvarming vil ha på verden slik vi kjenner den i dag, basert på ulike veivalg. Rapporten fra FN's klimapanel er basert på internasjonal forskning (Miljødirektoratet, 2018). Faktaarket er på totalt syv sider, hvorav tre av sidene inneholder komplementerende illustrasjoner til de tre fortellingene. Forsiden til faktaarket inneholder et forsidebilde, en innledende tekst som forklarer forskningsgrunnlaget for de tre fortellingene, samt logo og kontaktinformasjon til Miljødirektoratet.

Problemstillingen tilsier at denne studien skal avdekke hvilke retoriske strategier Miljødirektoratet benytter seg av i faktaarket, og hvordan disse strategiene virker på aktuelle mottakergrupper. Denne studien vil først analysere faktaarkets bruk av retoriske appeller, og deretter hvordan utvalgte målgrupper leser og oppfatter faktaarket. Målet for oppgaven er å undersøke om dokumentet har den påvirkningskraften avsender ønsker, og om fokusgruppene som ble intervjuet, ble påvirket på ulike måter på grunn av deres aldersgruppe. I lys av dette ønsker jeg å reflektere over hva slags klimakommunikasjon som er mest egnet til å påvirke mennesker som er klar over klimaendringene, men ikke gjør tiltak for å endre egen atferd. For

å opprettholde et logisk forhold mellom metode og problemstilling har jeg valgt kvalitative forskningsmetoder, som jeg mener er den mest hensiktsmessige tilnærmingen til studien. Alan Bryman (2012) skriver at fokuset for en kvalitativ tilnærming er å forstå verden gjennom fortolkende undersøkelser av sammenhenger i samfunnet.

### 3.3 Kvalitativ og fortolkende forskning

Kvalitativ forskning bygger på teorier, menneskelig erfaring og fortolkning. De nasjonale forskningsetiske komiteene (2019) skriver at i kvalitativ forskningsmetode blir det gjort en systematisk innsamling, bearbeiding og analyse av empiri fra samtale, observasjon eller skriftlig tekst. Ifølge Torp (2010) er målet med kvalitativ metode å undersøke meningsinnholdet i sosiale fenomener slik de oppfattes for de involverte. Metoden kan bli brukt til å systematisere og gi innsikt i språklige ytringer via tekst og tale, handling og atferd, og andre menneskelige uttrykk. For å analysere språk og handling, kreves det en refleksiv fortolkning av meningsdimensjonene for å utvikle vitenskapelig kunnskap. Kvalitativ forskningsmetode er spesielt velegnet hvis formålet med studien er å avdekke oppfatninger, opplevelser og hvordan bruk av kommunikasjonsmetoder påvirker det retoriske publikum (Fangen, 2015).

### 3.4 Casestudie

En casestudie er en studie av én utvalgt enhet. Dette tillater forskeren å analysere i dybden, noe som vil resultere i detaljerte og inngående beskrivelser av et fenomen. Dahlum & Wæhle (2010) skriver at problematikken rundt å fokusere på én analyseenhet er at et case kan være unikt og dermed ikke representativt for en større gruppe. Likevel blir denne typen studie ofte brukt ved at det åpner for en helhetlig og grundig undersøkelse av et fenomen, undersøkt i sin egen kontekst. Østbye, Knapskog, Helland, & Larsen (2013, s. 236) skriver at «en casestudie er en intensiv og detaljert studie av et enkelt tilfelle, enten for sin egen skyld eller fordi man mener at tilfellet belyser et generelt fenomen eller problem». En case-studie innebærer at forskeren fordyper seg i et fenomen og forsøker å kartlegge alle viktige aspekter ved det spesifikke fenomenet (Østbye m.fl. 2013, s. 235). Caset undersøkt i denne studien er som nevnt tidligere faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100». Ved å gi en detaljert analyse av faktaarkets egenskaper og hvordan det påvirker et utvalg av målgruppen, kan det bidra til en god forståelse for dokumentets påvirkningskraft.

### 3.5 Triangulering

Ved å undersøke et case, som i denne studien er ett enkelt dokument og dets effekt, er det mulig å kombinere flere ulike forskningsmetoder for å svare på problemstillingen. En slik metodekombinasjon kalles triangulering, og handler om å anvende flere metoder for å generere flere typer data om et bestemt forskningsspørsmål (Sage Methods, 2018). Denne studien bruker tre forskjellige kvalitative metoder for å svare på problemstillingen. Disse tre metodene inkluderer kvalitativ tekstanalyse av forskningsmateriale, kvalitative fokusgruppeintervjuer, og et kvalitativt ekspertintervju av tekstprodusentene fra Miljødirektoratet som avsender. Hensikten med trianguleringen er å styrke empirien og gjøre den mer troverdig, samt å belyse et fenomen fra flere vinkler.

### 3.6 Tilnærming til empirien

Problemstillingen til denne masteroppgaven lyder slik: Hvilke retoriske strategier benytter Miljødirektoratet seg av i faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100», og hvordan virker disse på aktuelle mottakergrupper? I denne formuleringen kommer det frem at studien skal undersøke hvordan kommunikasjonsformen i faktaarket til Miljødirektoratet påvirker leseren, og om det har en reell innvirkning på hvordan de opplever og aktivt forholder seg til nåtidens klimatrussel. Hovedmålet til oppgaven er derfor å undersøke om Miljødirektoratets faktaark har den påvirkningskraften som avsender ønsker. For å avdekke dette har jeg gjort en retorisk tekstanalyse av faktaarket for å se nærmere på hvilke appellformer som blir brukt for å påvirke leseren. Videre har jeg utført et intervju med representanter fra Miljødirektoratet for å få innsikt i deres hensikt bak publiseringen. For å undersøke om Miljødirektoratets hensikt samsvarer med hvordan leserne oppfattet dokumentet, organiserte jeg to fokusgrupper, en med studenter og en med mennesker i en alder over 50 år. Hensikten bak fokusgruppeintervjuene var å undersøke om faktaarket påvirker ulike målgrupper forskjellig på grunn av deres alder.

I teoridelen forklarte jeg de retoriske appellformene jeg har fokusert på i tekstanalysen, samt hvilke sosialpsykologiske perspektiver jeg har brukt for å kunne si noe om hvordan mennesker blir påvirket av informasjon. Analysedelen er derfor delt opp i fire deler. Første del er en retorisk tekstanalyse av faktaarket, i denne delen har jeg primært fokusert på hvordan de retoriske appellformene kommer til uttrykk, og hvordan den eksplisitte og implisitte argumentasjonen kommer frem, hovedsakelig via appellformene logos, patos og

etos. Videre følger tre intervju-analyser, først en med representanter fra Miljødirektoratet som avsender, og deretter to fokusgrupper. Analysedelen har som formål å belyse Miljødirektoratets og faktaarkets hensikt, for så å undersøke om kommunikasjonen har den påvirkningskraften som Miljødirektoratet ønsker. Videre i oppgaven vil jeg drøfte interessante funn og forskjeller mellom gruppene, og ved dette vil jeg belyse hvordan kommunikasjonsformen til faktaarket påvirker målgruppene på ulike måter. Selv om intervjuene gav informasjon om andre ting enn bare informantenes oppfattelse av faktaarket, har jeg avgrenset oppgaven ved å kun drøfte de funnene som er direkte relatert til problemstillingen. Jeg har diskutert de temaene som jeg oppfatter som de mest retoriske interessante, og som har størst betydning for formidlingen av dokumentets hovedbudskap. Jeg har valgt å organisere fokusgruppene ut fra alder, fordi jeg ville se nærmere på om denne variabelen kunne ha en tydelig innvirkning på respondentenes oppfattelse av faktaarket. Alder ble også valgt ut for å se om vilkår knyttet til oppvekst og miljø har en sterk påvirkningskraft i forhold til hvordan man tar til seg informasjon, spesielt med tanke på at klima og miljø er et tema som har vokst sterkt frem de siste årene. I fokusgruppene prøvde jeg å likestille representasjonen av menn og kvinner, og lyktes i den eldre gruppen, mens kjønnsfordelingen var noe mer ujevn i studentgruppen.

### 3.7 Retorisk tekstanalyse

Begrepet tekstanalyse er en generell beskrivelse på kvalitative studier av tekster. I en retorisk tekstanalyse er målet å avdekke hvordan tekstens argumentasjon og retoriske virkemidler blir brukt for å overbevise leseren om et bestemt budskap. Østbye m.fl (2013, s. 61) skriver at en retorisk analyse kan avdekke hvordan og hvorfor disse virkemidlene er brukt, og hvor godt de sannsynligvis fungerer for mottakelsen av budskapet. I Østbye m.fl (2013, s. 66) påpekes det at en tekstanalyse er objektstyrt, ved at fremgangsmåten til analysen blir avgjort av egenskapene til det analyserte materialet. En tekstanalyse kan også kalles for en dialog mellom forsker og tekst, hvor forskeren får svar på spørsmålene sine med grunnlag i teorien. Ifølge Østbye (2007, s. 66) dreier en tekstanalyse seg om å plukke teksten fra hverandre, for å så sette den sammen igjen på en måte som skaper en økt forståelse for teksten. Faktaarket til Miljødirektoratet inneholder tilhørende illustrasjoner til hver av historiene. Ifølge Kjeldsen (2016, s. 268) er en illustrerende fremvisning når noe vises visuelt slik at betrakteren får et inntrykk av hvordan det ser ut. Det er altså en spesiell form for illustrerende fremvisning som

utfører en antydende funksjon om emne eller området som behandles i den retoriske ytringen. Illustrasjoner kan være både direkte og indirekte representasjoner av tekstenes uttrykk.

### 3.8 Det kvalitative intervjuet

I denne studien undersøker jeg hvilken påvirkningskraft faktaarket har på leserne, gjennom å intervju deltakerne i to fokusgrupper. I følge Østbye m.fl (2013, s. 103) har kvalitative intervjuer en sentral plass i publikumsforskning, ved å analysere hvilken effekt ulike budskap har på utvalgte publikumsgrupper. Videre skriver de at kvalitative intervjuer er en sentral metode for å samle inn og analysere data tilknyttet personers oppfatninger, vurderinger og virksomhet. Et kvalitativt intervju er et dybdeintervju som gir muligheter til å studere den sosiale verdenen på en meningsfull måte. David Silverman (2016, s. 51) skriver at dybdeintervju gir forskeren tilgang til andres realiteter, og mener at slike intervju avdekker det analyserte fenomenets natur. Dette inkluderer de kulturelle rammeverkene hvor mennesker skaper mening av sine opplevelser, erfaringer og den sosiale verden som omgir dem. Kvalitative intervjuer kan også kalles samtaleintervjuer, da hensikten er å hente data fra intervjuobjektets egne oppfatninger og opplevelser. Det er vanlig å referere til intervjuobjektene som informanter, da dette betyr at forskeren «skal bli informert om innsikter, vurderinger og refleksjoner som den som intervjues forvalter» (Østbye m.fl 2013, s. 103). I denne studien er informantene referert til med både begrepet respondent og informant.

I forskning er det prosjektets problemstilling som må avgjøre hvilken metode som er mest formålstjenlig å bruke. For å undersøke hvordan publikum tar til seg informasjonen som kommer frem i det analyserte faktaarket, var kvalitative intervjuer etter min mening det mest hensiktsmessige i denne studien.

### 3.9 Fokusgruppeintervju

Det å bruke fokusgruppe for datainnsamling er en metode hvor utvalgte personer med relevant bakgrunn samles for å diskutere og belyse problemstillingen. Fokusgruppeintervjuer gir en dypere kvalitativ forståelse for målgruppens erfaringer og meninger, og består vanligvis av seks til tolv personer (Johannesen m.fl, 2016, s. 105). Et fokusgruppeintervju tilrettelegger for en gruppediskusjon fokusert rundt temaet forskeren ønsker å undersøke. Diskusjonen er vanligvis basert på en intervjuguide, og forskeren tar på seg rollen som moderator ved å stille spørsmål, holde flyt i diskusjonen og tilrettelegge for at alle informantene deltar (Silverman,

2016, s. 83). Vanligvis blir diskusjonen tatt opp på en lydopptaker, transkribert og videre analysert ved å sette funnene inn i en tematisk oversikt. Bruken av fokusgruppe som kvalitativ metode er mest utbredt innen markedsføring og sosiologi, og blir særlig brukt for å teste begreper, erfaringer og holdninger (Bjørklund, 2005, s. 43).

Målet med fokusgrupper er å bringe frem informantenes følelser, oppfatninger, holdninger og ideer om et utvalgt tema. Ifølge Wibeck (2000) oppstår det en gruppedynamikk mellom deltakerne i gruppen som genererer en rikere skala av ideer enn i et personlig intervju. Dette er på grunn av at fokusgrupper ikke bare gir informasjon om det ønskede temaet, men den gjensidige påvirkningen mellom gruppedeltakerne involverer interaksjonen ytterligere. I et fokusgruppeintervju kan man undersøke hvordan uttalelser fra en enkelt deltaker påvirker de andre deltakerne, og hvordan en diskusjon bringes fremover. Fokusgruppe ble valgt som en av intervjumetodene i denne studien for å få innsikt i informantenes oppfattelse av faktaarket til Miljødirektoratet. Informantene ble valgt ut på grunn av deres aldersgruppe, for å belyse om dette har en innvirkning på lesernes forståelse av dokumentet.

### 3.10 Ekspertintervju

Et ekspertintervju er en teknikk som lar forskeren få utdypende kunnskaper om et spesifikt tema fra de relevante informantene. Ifølge Berg (2007, s. 238) velges et ekspertintervju når forskeren ønsker en detaljert og grundig beskrivelse av fenomenet som studeres. I denne intervjuformen har forskeren mulighet til å avdekke informasjon fra en person som har ekspertinnsyn i det hen ønsker å analysere. Intensjonen bak et ekspertintervju er å forstå hvordan informanten opplever og reflekterer rundt sin egen situasjon og sine erfaringer. Ekspertintervju ble valgt som intervjumetode i denne studien for å avdekke avsenders hensikt, intensjoner og erfaringer rundt publiseringen av faktaarket. Ekspertene i dette tilfeller var ikke tilfeldig valgte fagpersoner, men to personer som var ansatt i Miljødirektoratet, og personlig involvert i dokumentet som undersøkes.

### 3.11 Avgrensninger av studien

Av hensyn til tidsmessige årsaker og størrelsesrammer denne masteroppgaver er produsert innenfor, måtte jeg foreta visse avgrensninger av studien. Faktaarket inneholder illustrasjoner som tilhører hver av de tre historiene i faktaarket. Det visuelle virkemiddelet er nevnt i analysen og i drøftingskapittelet, men det er ikke gjort noen grundig multimodal analyse av



faktaarket. Dette er begrunnet med at illustrasjonene har som en sentral hensikt å bryte opp teksten mer enn å være et selvstendig retorisk virkemiddel. De ble også i liten grad kommentert av informantene. Antall fokusgrupper ble begrenset til to, en med godt voksne respondenter fra 50 år og oppover, og en fokusgruppe med studenter fra Universitetet i Agder. Dette kan ikke sies å utgjøre et representativt utvalg av målgruppen, men det ble lagt vekt på å få en viss variasjon i yrker og studie-bakgrunn i de to gruppene. Fokusgruppeintervjuene ble begrenset til to stykker med tanke på kapasitet, og for å skape plass for denne oppgavens andre omfattende metoder, som tekstanalysen og ekspertintervju.

### 3.12 Utvalg og fremgangsmåte

Faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» ble valgt som analysemateriale da det var et dokument som hadde en sterk og følelsesmessig innvirkning på meg personlig. Jeg ønsket å undersøke effekten av faktaarket på en grundigere måte. Den retoriske tekstanalysen av faktaarket er kategorisert i henhold til faktaarkets retoriske situasjon for publisering og hvordan den appellerer til leserens følelser og fornuft. For å skape et overblikk over hvor disse appellformene kom frem i teksten, skrev jeg ut faktaarket og fargekodet de avsnittene og påstandene jeg mente representerte bruken av de ulike appellformene sterkest. Så gikk jeg gjennom de tre historiene, og analyserte sammenhengen og utviklingen av disse, samt tekstens sjangertype.

Etter at jeg hadde gjennomført tekstanalysen av faktaarket, laget jeg en intervjuguide «se vedlegg 1» til samtalen med representanter fra Miljødirektoratet for å avdekke deres hensikt og premisser bak publiseringen. Jeg tok kontakt med Miljødirektoratet over e-post, og ble videre henvist til de to personene som i hovedsak jobbet med utformingen og publiseringen av faktaarket. De takket ja til å møte meg for en lengre samtale, som endte med å vare i omtrent 1,5 time. Et par dager før intervjuet, fikk informantene tilsendt intervjuguiden så de kunne få en oversikt over hvilke temaer som ville bli diskutert i samtalen. Før intervjuet begynte, signerte begge informantene et samtykkeskjema. Samtalen ble gjennomført i et privat rom med de to informantene i et lokale som tilhører Miljødirektoratet. Etter intervjuet ble opptaket transkribert og samtalen ble kodet innenfor de relevante kategoriene for studien. Alle informantene ble tildelt kallenavn i form av bokstaver, disse bokstavene blir brukt for å referere til informantene i analysedelen til denne oppgaven.

I studien ønsket jeg å undersøke hvordan leserne ble påvirket av faktaarket basert på deres alder. Som representanter til fokusgruppene ønsket jeg derfor en gruppe med studenter i alderen 20-35, og en gruppe med personer over 50 år. Informantene i studentgruppen ble rekruttert via felles bekjente på Universitetet i Agder, og den eldre informantgruppen ble rekruttert via nettverket til mine foreldre. I studentgruppen var alderen mellom 20-36 år, og i den eldre gruppen var det et variasjonsspenn fra 53-58 år. Intervjuguiden ble strukturert etter funn i tekstanalysen og intervju med representanter fra Miljødirektoratet. Alle informantene i fokusgruppene fikk tilsendt både faktaarket og intervjuguiden et par dager i forkant. Før hvert fokusgruppeintervju skrev alle deltakerne under på et samtykkeskjema. Dette inneholdt deres rettigheter som informanter, og informasjon om hvordan dataene ville bli behandlet og videre brukt i studien. All informasjon fra datainnsamlingen ble oppbevart i en personlig mappe med passord, på en datamaskin som kun jeg hadde tilgang til med ytterlige passordtilgang. Dette var i henhold til NSDs retningslinjer for sikker oppbevaring av persondata. Personlig informasjon som ble transkribert var alder, yrke, studie og personlig oppfatning av eget engasjement for klima – alt knyttet til kallenavn, som blir presentert i begynnelsen av hver analysedel for fokusgruppene. Hver samtale varte i omtrent 1,5 time, og ble transkribert etter kategoriene som intervjuguiden informerte om. Etter transkripsjon ble opptakene av fokusgruppesamtalene slettet, og transkripsjonene ble kodet ved hjelp av open coding-metode. Ifølge Khandkar (2009) blir open coding brukt i kvalitativ metode ved å kode intervjumateriale etter utvalgte begreper for å se sammenhenger, likheter og ulikheter mellom forskjellige deler av det innsamlede materiale.

### 3.13 Metodiske refleksjoner

I denne studien har jeg anvendt kvalitative metoder for å finne svar på problemstillingen. Ifølge Ryen (2017, s. 31) finnes det flere standardinnvendinger mot å benytte seg av kvalitativt intervju som forskningsmetode. En av disse innvendingene er at en kvalitativ metode ikke genererer objektive data, fordi svarene som kommer frem ikke er representative for en hel populasjon. En annen innvending er at dataene som kommer frem ikke er fullstendig pålitelige, da de er blitt fremkalt via spørsmål som ofte er ledende. Ryen (2017, s. 131) skriver også at kvalitative intervju ikke er intersubjektive. Det vil si at leserne av faktaarket til Miljødirektoratet skaper ulike oppfatninger av innholdet. For å besvare en problemstilling som søker å generalisere hvordan mennesker oppfatter informasjonen som kommer frem i faktaarket, er altså ikke svarene fra tolv individer representative, sett i forhold

til hele allmennheten. Likevel var det mulig å identifisere interessante funn, og drøfte dem ut ifra de forskjellige temaene som kom frem i tekstanalysen. I informantgruppene var det rett nok ingen som var benektende av at klimaendringene er menneskeskapt, noe som begrenser studien ved at det ikke var informanter representert fra alle perspektiver på saken. I den eldre informantgruppen var alle bekjente av mine foreldre, noe som innebærer at de ikke hadde et fullstendig nøytralt forhold til meg som person. I studentgruppen var det også en informant jeg hadde kjennskap til fra før, som igjen kan svekke studiens nøytralitet i forholdet mellom forsker og informanter. Selv om noen av informantene hadde kjennskap til meg fra tidligere av, er det imidlertid ingen grunn til å tro at ærligheten i svarene og diskusjonen i gruppene ikke var troverdig.

Det å undersøke oppfattelsen til et lite utvalg mennesker genererer ikke data som er representative for en hel populasjon. Den kvalitative forskningsmetoden tilrettelegger på den andre siden for å gå i dybden av personers oppfattelse av det forskeren ønsker å studere. Ved å benytte meg av fokusgruppe som kvalitativ metode la jeg merke til sammenhenger mellom bakgrunn, engasjement for klima og oppfattelse av faktaarket som jeg bare kunne nå frem til via et dybdeintervju med utvalgte informanter. Ved å bruke kvalitative metoder kunne jeg gå dypt inn i en analyse av hvordan faktaarket bruker retoriske virkemidler til å påvirke hvordan leserne oppfattet dokumentet, og samtidig undersøke de utvalgte respondentenes forståelse av og reaksjoner på dette faktaarket. Intervjuguidene til ekspertintervjuet av Miljødirektoratet og fokusgruppene følger med studien som vedlegg.

### 3.14 Etiske hensyn

For å kunne benytte kvalitative intervju som metode måtte jeg søke om tillatelse fra Norsk Senter for Forskningsdata (NSD) «se vedlegg 3). Søknaden ble utformet i henhold til deres kriterier, og ble godkjent før jeg begynte prosessen med å rekruttere informanter. For å sikre informert samtykke fra respondentene måtte de i forkant av hvert intervju skrive under på et samtykkeskjema som forklarte studiens intensjoner og hvordan deres personopplysninger ville bli behandlet. Da det var en viss variasjon i hvilke opplysninger som kom med i studien fra representantene fra Miljødirektoratet og informantene i fokusgruppene, ble det laget to forskjellige samtykkeskjemaer. Etter at intervjuopptakene ble lagret i en database hvor bare jeg hadde passordtilgang, ble intervjuene transkribert uten bruk av ekte navn eller noen form for sensitiv informasjon om deltakere, og senere slettet.

## 4.0 Analyse og presentasjon av funn

I det følgende kapittelet vil jeg først presentere den retoriske tekstanalysen av faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100». Videre følger analysen av ekspertintervjuet med representanter fra Miljødirektoratet. Her er målet å belyse avsenders hensikt og premisser for publiseringen. I de to siste delene av analysekapitlet presenterer jeg funnene fra fokusgruppene. Deltakerne i den ene fokusgruppen er studenter på Universitetet i Agder. Den andre gruppen består av informanter i en aldersgruppe fra 50 år og oppover. Hensikten bak disse intervjuene var å undersøke hvilken effekt faktaarket har på et utvalg fra den relevante målgruppen, blant annet om de blir påvirket ulikt på grunn av alder.

### 4.1 Tekstanalyse av faktaarket

Faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» bruker en kombinasjon av retoriske virkemidler for å appellere til mottakerne. Den tekstuelle sammensetning av fornuftige og forskningsbaserte argumenter, med stigende dramaturgi og urovekkende fremtidsscenarioer søker sammen mot å skape en effektiv påvirkningskraft som virker hensiktsmessig hos mottakeren. Kombinasjonen av de retoriske virkemidlene resulterer i en fremstilling av forskningsbaserte fakta som søker å vekke interesse samtidig som den skaper troverdighet og virker overbevisende. Ved å undersøke den retoriske situasjonen rundt publiseringen av faktaarket, samt hvordan tekstene benytter seg av appellformene etos, logos, og patos vil jeg i det følgende belyse hvordan de retoriske virkemidlene sammen skaper en hensiktsrettet og effektiv kommunikasjonsform.

#### 4.1.1 Den retoriske situasjon

Faktaarket til Miljødirektoratet ble publisert som et supplement for enklere forståelse av funnene i et av kapitlene til FNs klimarapport, som kom ut den 8. oktober 2018 (Torgersen, 2018). Den retoriske situasjonen rundt publiseringen har – i tillegg til publikasjonens innhold, stil og struktur – stor betydning for hvorvidt kommunikasjonen var vellykket. Enhver ytrings vilkår og forhold danner grunnlaget for retorikken gjennom funksjonell kommunikasjon som tilpasses omgivelsene. Dette kalles den retoriske situasjonen. En retorisk situasjon består av et påtrengende problem som kan løses retorisk gjennom kommunikasjon, et retorisk publikum som er mottakelige for kommunikasjonen, retoriske vilkår som innebærer de rammene som ytringen forholder seg innenfor, og en passende respons som er tilpasset situasjonen.

Det påtrengende problemet faktaarket har til hensikt å informere om er at verden er i gang med å gjennomgå irreversible endringer som må motvirkes. Problemet som skaper grunnlag for hele ytringen er at verden må reddes, og at det må skje en helhetlig omstilling i hvordan menneskets samfunn fungerer på verdensbasis. Hensikten bak publiseringen var altså å informere om hvilke veivalg menneskeheten står overfor når det gjelder global oppvarming, samt bidra til en enklere og mer brukervennlig kommunikasjonsform for en liten del av rapporten til FNs klimapanel. Faktaarket forenkler informasjonen om hvilke reelle konsekvenser jorden står overfor ved en temperaturheving på 1,5, 2 og 3 grader. Dette inkluderer både biologiske, politiske og økonomiske virkninger oppvarmingen vil ha på kloden, virkninger som avhenger av i hvilken grad det er mulig og redusere verdens utslipp av CO<sub>2</sub>.

En kommunikasjonsutfordring angående klimakommunikasjon er at det har vist seg å være vanskelig å få til en bred oppslutning rundt livsstilsendringer. Selv om man stadig hører om en øking av naturkatastrofer slik som oversvømmelser, orkaner, tsunamier og andre typer ekstremvær i media, så er ikke leserens daglige liv direkte truet. Utfordringen har vært at selv om målgruppen er bred og nokså informert om de globale konsekvensene, er de ikke utsatt nok til å endre livsstil og atferd. Målgruppen, altså det retoriske publikum er mennesker som er mottakelige for informasjonen som er kommunisert. Klimakommunikasjon er utfordrende i seg selv ved at målgruppen føler avmektighet i det at problemet er såpass stort at deres handlinger som enkeltmennesker ikke vil ha noen betydelig innvirkning. En viss fremmedhet oppstår også i forhold til de konsekvensene som blir beskrevet, da det ikke angår mottakerens hverdag. Det er nettopp denne avmektigheten og distansen som har ført til at det er en høyere terskel for mottakere å implementere visse livsstilsendringer i sitt daglige liv. Faktaarkets utforming er et svar på denne utfordringen, ved å appellere til mottakerens omsorg for fremtidige generasjoner. Denne appellformen vil bli sett nærmere på videre i denne analysen under begrepet topos.

De retoriske vilkår ytringen opererer innenfor består av de forhold og avgrensningene som bidrar til utformingen av budskapet. Vilkårene er en del av situasjonens helhet, og legger grunnlag for de beslutninger og handlinger som er nødvendige for å kommunisere det påtrengende problemet. Det står presisert på forsiden til faktaarket at «Teksten er basert på Cross-Chapter Box 8 i kapittel 3 av FNs klimapanelers spesialrapport om global oppvarming på 1,5 grader». Ifølge Miljødirektoratets nettsider er FNs klimarapport et resultat av et samarbeid mellom 91 forskere fra 40 land, som med støtte fra 130 andre klimaeksperter har gjennomgått

mer enn 6000 nye vitenskapelige studier for å produsere rapporten (Miljødirektoratet, 2018). FNs klimarapport er altså forfattet av flere internasjonale forskere, og produsert av FNs klimapanel, som er en kjent og troverdig institusjon. Faktaarket ble publisert på Miljødirektoratets nettside og spredt via sosiale medier, det ble også linket til via aktuelle og relevante nyhetsartikler. Miljødirektoratet er et statlig forvaltningsorgan som er underlagt Klima- og miljødepartementet. Det faktum at teksten ble publisert av et offentlig direktorat, forsterker troverdigheten til innholdet i teksten. Global oppvarming har vært et mye omtalt tema de siste 40 årene (Weart, 2014). Det finnes også uenighet i om temperaturøkningen er et menneskeskapt fenomen eller ikke. Dette historiske, kulturelle og forskningsbaserte bakteppet bygger opp under troverdigheten og relevansen til denne forskningen, og igjen til faktaarket, da teksten bekrefter mye av det publikum har hørt vil være mulige utfall av klimaendringene ved tidligere diskusjoner. I tillegg har tekstene allerede oppnådd en innledende troverdighet hos mottakeren, ved at faktaarket er produsert og publisert av et offentlig direktorat, som igjen refererer til internasjonal forskning. Troverdighet som appellform er beskrevet nærmere i denne analysen under begrepet etos.

En passende respons på situasjonens påtrengende problem er nødvendig for å ytre vellykket kommunikasjon. Ved at en retorisk respons er passende, oppfyller den de kravene situasjonen ser etter. Et svar er passende hvis det endrer situasjonen, og fordi situasjonen gjør at budskapet blir vel mottatt. Publiseringen fant sted samme dato som klimarapporten ble sluppet, noe som bidro til at det var en høyst aktuell tidsperiode for publisering. Saken ble da også betydelig omtalt i media. Det faktum at faktaarket ble publisert på en tid hvor tema var aktuelt for mottakerne, vil analysen ta for seg under begrepet kairos. På første side til faktaarket står det at «Miljødirektoratet har oversatt teksten og forenklet den noe». Denne forenklingen av en forskningsrapport er et forsøk på å appellere til et publikum som ikke til vanlig leser eller setter seg inn i avanserte forskningsartikler. Denne allmennvennlige tilnærmingen til klimakommunikasjon har til hensikt å være mer mottakelig for en større andel av befolkningen, som gjenspeiles i hvem det er ytringen søker å overbevise. Ved å tekstlig illustrere mulige framtidsscenarier, samt inkludere visuelle virkemidler som formidler en tydelig endring i verden slik vi kjenner den i dag, er faktaarket et langt mer overkommelig og leselig dokument enn FNs klimapanelers originale rapport.

#### 4.1.2 Kairos

Som tidligere nevnt ble faktaarket til Miljødirektoratet publisert samtidig som FN's klimapanel publiserte sin internasjonale klimarapport for 2018, som mottok mye oppmerksomhet i media. Klimautfordringer, global oppvarming og menneskets innvirkning på jorda har vært en fremtredende diskusjon i flere tiår, og har vært særlig aktuell de siste årene. Kairos er et begrep i retorikken som tar for seg talesituasjonen, altså hvordan formidlingen passer inn i mottakerens liv. En ytring må være aktuell for publikum om de skal være mottakelige for den. De siste årene har man sett i samfunnet en fremvekst av flere miljøvernorganisasjoner. Det har også blitt et tydeligere fokus på klima og miljø blant politiske partier i Norge. Som et resultat har mennesker blitt mer oppmerksomme på informasjonen som blir kommunisert rundt dette temaet. Tidspunktet for publiseringen var også høyst aktuell da sommeren i Norge 2018 var usedvanlig varm, noe som mange hevdet var et direkte resultat av menneskeskapt global oppvarming og vårt høye utslipp av klimagasser. De siste årene har man også kunnet merke seg en øking i dødelige naturkatastrofer slik som tsunamier, skogbranner, oversvømmelser og uutholdelig hete. I media hører man stadig om forurensing i havet og døde sjødyr funnet med magen full av plast. I Historie 3 står det skrevet at «Livet for mange urfolk og lokale samfunn har blitt uholdbart». En omfattende flyktningkriser var nylig (i 2015) et høyst aktuelt tema i nyhetene. Faktaarket henviser til en større og enda mer omfattende flyktningkriser i fremtiden som et resultat av global oppvarming, hvor en mulig retur til hjemlandet vil være utenkelig på grunn av leveforholdene i mange land. Publiseringen av faktaarket var altså aktuelt for mottakernes liv ved at media i årevis har bygget opp en kollektiv oppfatning om at konsekvensene av global oppvarming vil være høyst alvorlige. Det har nå blitt lite populært å tilhøre den delen av befolkningen, eller et politisk parti, som ikke tar klimaendringene på alvor. Man kan se en stadig økning i bruk av elbiler og en god oppslutning rundt ulike former for resirkulering i samfunnet. Samtidig er det ikke tilstrekkelig med innbyggere som har strukket seg til å gjøre større endringer i sin livsstil for å begrense klimaproblemet. For eksempel ser vi en stadig økning i flyreiser (Kristiansen, 2017).

Talesituasjonen kan beskrives som en situasjon der den brede målgruppen har en viss oppmerksomhet og bekymring for problemet, men samtidig er tilbakeholdne med å gjøre store livsstilsendringer. Kairos handler ikke bare om hvordan budskapet passer inn i mottakerens liv, men tar også for seg hvordan mottakerne og deres situasjon har en sterk innvirkning på talerens valg av argumenter og stil. Faktaarket prøver å respondere på denne situasjonen med

å gi en overbevisende indikasjon på at små dagligdagse tiltak ikke er nok. Som nevnt tidligere i den retoriske situasjon, er det en stor utfordring at den brede målgruppen ikke føler presset til å foreta livsstilsendringer da konsekvensene ikke har en innvirkning på deres nåværende livssituasjon. Klimakommunikasjon og advarsler om en verden i stadig endring, resulterer i en mild bekymring hos mottakerne – noe som er et vanskelig utgangspunkt for reell endring. For å treffe den brede målgruppen av ikke-eksperter har avsender satset på fortellerstilen i stedet for å bruke skremmende grafer og statistikker. Selv om språket er dramatisk i beskrivelsen til tider, har ytringen også et element av håp, ved at den tar for seg forskjellige veivalg. Det gir et signal om at mennesker enda har en mulighet til å motvirke global oppvarming.

#### 4.1.3 Etos

Etos er det retoriske bevismiddelet som handler om talerens troverdighet. At det retoriske publikum har tillit til avsender og anser taleren som troverdig er avgjørende for hvilken effekt informasjonen i dokumentet vil ha på leseren. Miljødirektoratet er et offentlig direktorat. Dette medfører at historiene har en sterkt innledende etos, slik at det ikke er nødvendig å bygge denne appellformen videre i tekstene. Etos blir da heller ikke brukt som et tydelig appellerende element i dokumentet, så avsenders innledende etos-appell er avgjørende for effekten av tekstene. I innledningen til faktaarket står det for øvrig at historiene i dokumentet er basert på internasjonal forskning, ved å være et utdrag fra FNs klimapanels spesialrapport om global oppvarming på 1,5 grader. Dette bidrar til dokumentets avledet etos, hvor Miljødirektoratets innledende troverdighet er forsterket ved at tekstene er basert på internasjonal forskning fra en anerkjent institusjon som FNs klimapanel. Selv om tekstene beskriver tre mulige framtidsscenarier, kan vi derfor anta at historiene virker troverdige på grunn av avsenders posisjon i samfunnet og fordi FNs klimapanel er informasjonens faktakilde.

#### 4.1.4 Logos

Faktaarkets hensikt er å overbevise leseren om klimaendringene som vil skje hvis mennesker fortsetter å leve slik de gjør i dag. Tekstene er konstruert som tre mulige framtidsscenarier, og argumenterer for legitimiteten av disse scenarioene ved å benytte seg av appellformen logos. I en retorisk analyse av logos analyserer man hvordan og hvorvidt teksten argumenterer på en måte som er hensiktsmessig. Ofte blir viktige deler av argumentasjonen usagt, da tekstens utgangspunkt er at leseren allerede har kunnskap om temaet. Informasjonen faktaarket



kommuniserer inngår i et større logisk argument som ikke er eksplisitt uttrykt i tekstene. Hovedpåstanden til faktaarket er at temperaturen på kloden øker, og som et resultat av menneskeskapte klimaendringer kommer verden til å gå gjennom betydelige forandringer som er negative for menneskers og andre arters liv på jorden. I faktaarket til Miljødirektoratet, er det trukket frem eksempler på irreversible endringer verden vil oppleve i fremtiden på grunn av mengden utslipp av miljøgift. Endringene fremstilles som en logisk og nødvendig konsekvens av utslippene.

Faktaarket beskriver ingen handlingsalternativer til hvordan mennesker kan motvirke den globale oppvarmingen, disse handlingene er leseren nødt til å forestille seg selv. Det faktum at det ikke er nevnt noen handlingsalternativer i tekstene er ganske interessant, i og med at logos handler om en form for syllogisme, altså en logisk konklusjon. Påstandene i tekstene er beskrivelser av et premiss som inngår i argumentasjonen, hvor ikke hele argumentet er uttrykt. Leseren er dermed nødt til å trekke beslutninger på egen hånd, basert på logikken som skaper grunnlag for argumentets helhet. Som tidligere nevnt er ikke hovedargumentasjonen i teksten eksplisitt skrevet, men de usagte argumentene bidrar til en forståelse hos leseren om hva tekstene i hovedsak handler om. Et enthymem er et usagt argument som er det retoriske bevis. Ifølge Kjeldsen (2016, s. 173) er enthymemet det sentrale overtalelsesargumentet som utgjør selve kjernen i overtalelsen, og bygger på sannsynlighet og indikasjoner. Tekstene i faktaarket bæres opp av enthymemet som logisk formel, hvor dens styrke er at den aktiverer mottakerne til å selv trekke konklusjoner basert på egen kunnskap og livserfaring. Ved at leserne trekker egne konklusjoner om tekstenes betydning og argument, er mottakerne mer motivert til å følge tekstenes implisitte henvisninger. Det står ikke eksplisitt skrevet i faktaarket hvordan klimaendringene vil påvirke enkeltmennesker individuelt, men via en generell beskrivelse av verden skapes en forståelse hos leseren om hvordan de ulike scenarioene vil påvirke dem. Det er leseren selv som trekker disse logiske slutningene, basert på tidligere livserfaringer. Hovedargumentet er altså formulert gjennom logiske slutninger, som er forsterket og illustrert ved hjelp av de tre scenarioene. Som nevnt tidligere, innebærer tekstene beskrivelser av premisser som resulterer i at leseren former argumentet selv. Tekstene i seg selv er formet som fortellinger som ikke følger en klassisk logisk oppbygging. Logosargumentasjon er vanligvis skrevet i argumentasjonens form, hvor teksten begynner med å definere et problem, for å videre definere en mulig løsning på problemet og logisk begrunne den løsningen. En fortelling derimot, tilbyr ikke den samme logiske løsningen, derav er leseren nødt til å trekke sine egne konklusjoner.

Appellformen logos kommer også frem i innledningen til hver historie, hvor det blir redegjort for hvilke grunnlag og fremtidstiltak historien er basert på. I Historie 3 står det: «I 2020 avtar den internasjonale støtten til Parisavtalen, til tross for tidligere engasjement. I årene som følger reduseres CO<sub>2</sub> utslippene på lokalt og nasjonalt nivå, men innsatsen er begrenset og ikke alltid vellykket». Ved dette skaper innledningen til historien i faktaarket et grunnlag som argumenterer for legitimiteten til resten av historien, ved å klart forklare hvilke handlinger som vil resultere i de fremtidige konsekvensene. Videre er det konkludert i avslutningen til hver historie en kort forklaring av hvilke økonomiske og politiske konsekvenser klimaendringene vil ha. Denne bruken av logos argumenterer utover endringenes innvirkning på økosystemet. I sin logosappell, spiller faktaarket til Miljødirektoratet i hovedsak på logiske sammenhenger mellom klimaendringer og menneskets levestandard.

#### 4.1.5 Topos

Tekstene i faktaarket appellerer til mottakerne ved å argumentere for scenarioenes realisme ved å beskrive en tenkt fremtidssituasjon som er basert på internasjonal forskning. Historiene er skrevet i presens, noe som bidrar til å skape en livaktighet og en antakelse hos leseren om at det er slik fremtiden faktisk kommer til å se ut, basert på valg menneskeheten står overfor nå. Begrepet topos handler om å bygge på allmenne synspunkter, altså et felles ståsted som taleren deler med publikum. Tekstene bygger på to svært allmenne forutsetninger; at alle i målgruppen er opptatt av å bevare det miljøet de er vant med, og at leseren bryr seg om fremtiden til kommende generasjoner. Selv om disse forutsetningene ikke er eksplisitt skrevet, ligger de i grunn for hele argumentasjonen. Dette utgjør et felles ståsted mellom avsender og mottaker, som bidrar til en effektiv kommunikasjonsmetode.

Topos handler også om hvor argumentene blir trukket ut fra. Avsenderen har hentet sine argumenter i forskernes projeksjoner om fremtiden, ved at de er formulert i form av utmalende fortellinger i presens. Faktaarket fremstiller historiene som om de faktisk kommer til å skje, selv om det reelt sett er umulig å forutse helt sikkert hvordan fremtiden vil være. Dette er da altså en logosbasert topos-appell, ved at de projiserer mulige scenarioer basert på argumentasjon fra internasjonal forskning. «Hva skjer i verden fram mot 2100» er overskriften til første avsnitt i hver historie, det er altså skrevet som om tekstene under vil svare på hva som faktisk kommer til å skje, selv om faktaarket inneholder tre relativt forskjellige fremtidsscenarioer. Likevel skaper denne måten å skrive tekstene på en virkelighetsforståelse hos leseren hvor man føler at man befinner seg i den forklarte

fremtidssituasjonen i samtid med at historiene blir lest. Ved å være skrevet i presens, tar tekstene leseren med på en tidsreise frem i tid. Det felles stedet som blir skapt mellom avsender og mottaker, er i denne teksten at den er skrevet som om hele verden står sammen om muligheten til å ha en innvirkning på klimaendringene. Tekstene etablerer ikke seg selv som en ekspert som sitter på alle svar, eller forteller leseren om hvilke endringer mennesker burde gjøre i livet. Tekstene er skrevet på en nøytral måte. Som i starten av teksten presenterer at fremtidsscenarioene er noe som kommer til å skje hvis ikke hele menneskeheten tar grep. «Hvilke konsekvenser vil våre tids handlinger ha for menneskelig liv og biologisk mangfold i framtiden?» Denne setningen i introduksjonen skaper allerede et felleskap mellom avsender og mottaker, ved at teksten definerer seg selv på lik linje som leseren, istedenfor å virke anklagende eller bedrevitende i forhold til mottakeren. Teksten starter altså med å etablere topos ved å henvise til menneskers omsorg for neste generasjoner. «Tørke i Sør-Europa, Sør-Afrika og det vestlige Sahel, omfattende flom i Asia – alle forsterket gjennom global oppvarming...». Teksten kobler her klimaendringene til menneskers vanlige bekymringer, ved å forsterke hendelser som stadig blir dekket i media. Et annet eksempel på dette er som nevnt tidligere, hvordan tekstene refererer til økonomiske konsekvenser den globale oppvarmingen vil innebære, og påstander om dødelig tørke og andre kritiske naturkatastrofer. Om disse påstandene treffer målgruppen og medfører til en endring i deres livsstil til fordel for miljøet, er det som avgjør om bruken av topos har vært hensiktsmessig og virkningsfullt. Om dette er realiteten, vil denne analysen se nærmere på via fokusgruppeintervju med et utvalg av målgruppen.

#### 4.1.6 Patos og dramaturgi

De tre historiene i faktaarket bærer et tydelig preg av appellformen patos, som er det retoriske virkemiddelet som tar utgangspunkt i å appellere til leserens følelser for å overbevise og bevege mottakeren til handling. Tekstene beskriver dramatiske forhold med et relativt nøkternt språk, hvor tekstene formulerer traumatiske skildringer på en tilbakeholdent og informativ måte. Eksempler på dette er gjennomgående for alle tekstene, ved at de bygges opp rundt en serie påstander som tilsynelatende er fakta om hva som kommer til å skje, selv om utsagnene er fiksjon ved det faktum at det ikke er mulig og helt korrekt forutse framtiden. I Historie 2 står det skrevet at «migrasjon, tvungen forflytning og tap av identitet er omfattende i enkelte land, og fører til en tilbakegang i bærekraftig utvikling og menneskelig sikkerhet», dette utsagnet beskriver alvorlige konsekvenser på en informativ måte. Dette nedtonede og

informative språket kan i seg selv virke ganske urovekkende, ved at tekstene fastslår at påstandene faktisk vil bli virkelighet i fremtiden. Helhetlig sett gir faktaarket en tilsynelatende faktaorientert fremstilling selv om historiene er fiksjon. Beskrivelsene i tekstene forklarer enkelt hva som vil skje, uten bruk av tvilende ord slik som kanskje eller muligens. Dette fører til at utsagnene i teksten er fastslått som sikre påstander, som gir en patoseffekt som resulterer i at tekstene virker mer skremmende. Sjangeren til faktaarket kan anses som faktaorientert fiksjon, ved at påstandene er basert på forskning og vitenskap, men egentlig bare er fremstillinger av mulige framtider basert på forskjellige veivalg. Denne blandingen av sakprosa og faktabasert fiksjon virker urovekkende på grunn av den tilsynelatende sikkerheten knyttet til de dramatiske skildringene. Sjangeren til faktaarket kan anses særegent, som kombinerer fortellerstilen med et kort, nøkternt og saksorientert språk som skildrer dramatiske konsekvenser med en saklig fremstilling. Videre kommer patos frem i teksten via bruken av sterke ord som gradvis blir mer hyppig brukt gjennom de tre historienes utvikling. Utsagn som «dødelig», «arter utryddes», «flere år med katastrofer», og «irreversible endringer» bidrar til at leseren får en voksende forståelse for hvor alvorlige effektene av klimaendringene vil være, og hvilken innvirkning det vil ha på verden slik mennesker kjenner den i dag. I tekstenes utvikling er det en tydelig øking av disse sterke begrepene, som bidrar til en helhetlig fremskyndede dramaturgi.

Dramaturgi står for historienes spenningsoppbygging og økende dramatiserende effekt. I tekstenes helhet går den dramaturgiske utviklingen fra en levelig levestandard til det helt ulevelige. Et konkret eksempel på dette kan ses gjennomgående på slutten av hver historie, hvor det står en setning om hvordan livskvaliteten vil se ut i år 2100. Denne setningen blir mer inntrykksfull for hver historie, der den mildeste er Historie 1 og den mest oppsiktsvekkende står skrevet på slutten av Historie 3. «Livskvaliteten er fortsatt nokså lik som den var i 2020» lyder slutten på Historie 1. Her blir leseren informert om at hvis utfallet er en temperaturøkning på 1,5 grader, vil det ikke ha en veldig stor betydning på livskvaliteten til menneskene på jorden i forhold til hvordan tilstandene er i dag. «Fra 2020 går livskvaliteten hovedsakelig nedover og fattigdom har økt i stort omfang» lyder slutten på Historie 2, her er utfallet beskrevet på en bekymringsverdig måte som ikke lover godt for fremtiden. Det er presisert i begynnelsen av Historie 2 at dette er utslippsmålet av CO<sub>2</sub> som er satt av Parisavtalen. Altså bekrefter henvisningen til livskvaliteten i år 2100 at selv med dagens mål, er dette utfallet langt fra ideelt for menneskeheten. I siste setning av Historie 3 står det skrevet at «Allmenn helsetilstand og trivsel er kraftig nedsatt sammenlignet med 2020

og blir verre de neste tiårene». Ikke bare beskriver setningen et uønsket utfall, men strekker det videre ved å henvise til at situasjonen vil fortsette å forverre seg i tiden fremover fra dette.

#### 4.1.7 Bruk av illustrasjoner

Patos gjennom dramaturgi kommer også til syne i tekstene via illustrasjonene som er knyttet til hvert scenario. Miljødirektoratet har vært forsiktige i sin bruk av visuelle virkemidler. De har ikke brukt dramatiske bilder, men heller inkludert enkle, stiliserte illustrasjoner som indikerer en formørkende utvikling mellom de forskjellige scenarioene. Denne forsiktige, men likevel tydelige bruken av visuelle ressurser indikerer et ønske om å vise dramatiske forskjeller, men likevel ikke skremme leseren med detaljerte illustrasjoner av skremmende scenarioer. Fargene spiller en viktig rolle her. Bildet som tilhører Historie 1 er illustrert med friske farger, som grønn, gul og lyseblå. Himmelen er nesten helt klar og både landbruk og bruken av elektrisk transport kommer tydelig frem. Bildet som tilhører Historie 2 er preget av mørkere fargetoner og betydelig større bruk av fossildrevet transport. Bildet som tilhører Historie 3 har enda mørkere fargetoner som lilla, grå og mørkeblå. All illustrert transport er fossildrevet og været er preget av regn og sterk vind. Havnivået er tydelig høyere enn i de andre illustrasjonene, og det er ingen bebyggelse utenfor storbyen. Disse variasjonene i bildene er subtile, men likevel effektive. De inviterer leseren til å skape en intern bildedannelse som bidrar til å legge en stemningsramme over hver tilhørende historie. Hvis de tilhørende visuelle virkemidlene var fotografier, ville dette låst det visuelle til enkelte steder og tider. Bruk av stiliserte og enkle illustrasjoner overlater til leseren å relatere det visuelle til sine egne indre bilder av hvordan global oppvarming vil se ut. Dermed knyttes illustrasjonene mer til det underbevisste enn til konkret bildetolkning. Via fargebruken og små endringer i de visuelle formene, understreker disse variasjonene en mørk utvikling. Ved dette blir illustrasjonenes viktigste effekt den underbevisste opplevelsen av at det mørkner. Dette visuelle inntrykket styrker på en subtil måte opplevelsen av den dramatiske utviklingen i den tekstlige gjennomgangen.

#### 4.1.8 Oppsummering

I den retoriske tekstanalysen av faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» har jeg sett nærmere på hvordan ulike retoriske appellformer og virkemidler bidrar til å påvirke leseren til å ta inn over seg alvorret rundt temaet global oppvarming. Faktaarket ble publisert på en tid hvor tematikken rundt klima og menneskeskapt global oppvarming var

høyst aktuell i media, og bidro til en økt interesse og mottakelighet for temaet blant leserne. Miljødirektoratet som avsender har en grunnleggende troverdighet hos mottakerne, da de er et offentlig direktorat og statlig forvaltningsorgan. Ved å basere påstandene i tekstene på internasjonal forskning, formidlet gjennom et offentlig og troverdig direktorat, skaper det et godt grunnlag for en overbevisende argumentasjon. Det retoriske publikum var allerede mottakelige for informasjonen gjennom andre presseoppslag, og det hersket betydelig konsensus omkring det påtrengende problemet: for å redde jorden, må alle bidra ved å gjøre visse tiltak i dagliglivet. Likevel er det en utfordring å oppnå tilstrekkelige atferdsendringer, på grunn av mottakernes følelse av distanse og avmakt til temaet. I tekstene blir det eksplisitt beskrevet irreversible endringer, derfor blir den implisitte konklusjonen at vi mennesker må gjøre livsstilsendringer. Denne argumentasjonen fungerer som et entymem, og det er forholdet mellom det eksplisitte og det implisitte som gjør leseren til en aktiv fortolker, i stand til å trekke egne konklusjoner. Dermed blir informasjonen også mer relevant for den enkelte.

Tekstene skaper også en dramaturgisk effekt ved å bli mer dramatiske for hver historie. Påstandene i tekstene er skrevet på en nøktern og informativ måte, som bidrar til at den faktabaserte fiksjonen virker overbevisende. Ved å tilby en forenklet, fortellingsbasert og subtilt visualisert presentasjon av hvilke mulige fremtider verden står overfor, fremstår faktaarket til Miljødirektoratet som en effektiv og tilgjengelig respons på den retoriske situasjonen.

## 4.2 Ekspertintervju med tekstprodusentene

### 4.2.1 Prosessen bak publisering

Miljødirektoratet publiserte faktaarket som en forenkling av en tekst i FNs klimapanelers spesialrapport om 1,5 graders temperaturstigning. Før hver rapport fra FNs klimapanel blir publisert, går de gjennom flere runder med utkast, hvor samarbeidspartnere som myndigheter og forskere har muligheten til å bidra med kommentarer og innspill. Den originale teksten som er oversatt og forenklet i faktaarket, er en liten del av kapittel 3 i den offisielle rapporten. Tredje kapittel tar for seg hvordan en øking i den globale gjennomsnittstemperaturen på 1,5 grader vil påvirke naturlige og menneskelige systemer. Originalteksten er plassert i en separat tekstboks, altså en innrammet tekst som er en del av kapittelet. Klimaavdelingen til Miljødirektoratet er en av samarbeidspartnerne som blir tilsendt utkastene og har mulighet til å kommentere. Personene som ble intervjuet som ekspertdeltakere i denne studien er begge ansatt i klimaavdelingen til Miljødirektoratet, og vil heretter bli henvist til som M1 og M2. Som nevnt i innledningen, har Miljødirektoratet i flere år produsert faktaark når FNs klimapanel publiserer sine rapporter. Da Miljødirektoratet ble tilsendt første utkast av rapporten til FNs klimapanel, var originalteksten til faktaarket en tekst som gjorde sterkt inntrykk på informantene.

*Teksten var plassert helt bakerst og ganske gjemt i kapittel 3, men da jeg leste den første gangen sto den ut til meg som veldig annerledes enn resten av dokumentet. Jeg ble veldig grepet av kommunikasjonsformen, spesielt med tanke på hvordan de trekker konklusjoner i påstandene om hvordan fremtiden kommer til å være. Denne endringen i språket ville jeg trekke ut og presisere i et eget faktaark (Informant M1).*

Dokumentet ble diskutert på interne møter i Miljødirektoratet. Etter klarsignal fra resten av avdelingen, ble det bestemt at tekstene skulle bli publisert som et separat faktaark. Klimaavdelingen begynte så å arbeide med å oversette og forenkle originalteksten.

Som nevnt ble originalteksten oppdaget da klimaavdelingen fikk tilsendt det første utkastet av klimarapporten, og informantene fra Miljødirektoratet ble overrasket over at teksten fikk bli med i den siste og publiserte utgaven av rapporten.

*Vi synes det er ganske spesielt, men veldig bra, at teksten ble godkjent i rapporten. Den består jo av veldig interessant informasjon i en annerledes kommunikasjonsform enn resten av rapporten (Informant M1).*

I tekstene til faktaarket posisjonerer forfatterne fra FNs klimapanel seg som historiefortellere i år 2100, hvor de forteller om hvilke klimatiltak som har blitt gjennomført i løpet av årene, og hvilke virkninger og konsekvenser det har hatt på kloden. Informantene fra Miljødirektoratet fortalte at de ønsket å være så tro som mulig mot originaltekstene, da de mente det var mer virkningsfullt at tekstene faktisk ble godkjent av FNs klimapanel som en del av den publiserte rapporten, enn at de ble forfattet eller endret av Miljødirektoratet som mellomledd.

#### 4.2.2 Hensikten bak faktaarket

Ifølge informantene utgjør faktaarket et forsøk på å gjøre informasjonen i klimarapporten til FNs klimapanel mer tilgjengelig for allmennheten. Den offisielle rapporten er på rundt 700 sider, og er skrevet på et veldig akademisk språk.

*Vi pleier å publisere flere faktaark som deler av en større pakke med informasjon når FNs klimapanel publiserer rapporter. Dette er for å bryte opp teksten, trekke ut det viktigste og gjøre informasjonen mer overkommelig. Vi har publisert slike faktaark i noen år nå, vi gjør det samme hver gang det blir publisert en rapport fra FNs klimapanel (Informant M2).*

Ved å trekke ut noe Miljødirektoratet anså som veldig viktig informasjon, men som ellers var ganske bortgjemt i rapporten, ble det aktuelle faktaarket produsert.

*Når vi lager et faktaark, så trekker vi jo ut det vi synes er mest nyttig og interessant, og vi synes akkurat denne informasjonen var veldig spesiell og viktig å få frem (Informant M1).*

Andre faktaark som ble publisert samtidig, tar for seg noe av den samme informasjonen, men uten å bruke historiefortelling som kommunikasjonsform.

#### 4.2.3 Språket i publikasjonen

Tekstene i faktaarket er skrevet i verbformen presens. Dette gir et inntrykk av at leseren befinner seg i scenarioenes nåtid. At tekstene er skrevet på den måten, er en ren oversettelse av originalteksten hvor samme verbform er brukt. Ifølge informantene fra Miljødirektoratet, var dette noe som gjorde at tekstene skilte seg ut for dem. Verbformen viker fra hvordan resten av rapporten er skrevet, noe som de syntes var veldig interessant. Språket i seg selv var en medvirkende årsak til at de valgte å trekke ut teksten i et eget faktaark.



*Når det kommer til verbformen i tekstene ville vi være veldig tro mot den engelske og originale versjonen. Dette var noe som gjorde veldig inntrykk på oss, og da synes vi det var et viktig element å videreføre (Informant M2).*

Ifølge representantene fra Miljødirektoratet har FNs klimapanel veldig klare og strenge retningslinjer for hvordan klimareportene i sin helhet skal bli skrevet. Disse tekstene stakk seg ut som annerledes. Som nevnt i tekstanalysen, er påstandene i teksten skrevet på et ganske nøytralt og informativt språk. Produsentene av faktaarket så ikke et behov for å tilføre noe til påstandene i tekstene. De var i seg selv sterke og virkningsfulle, slik at det ikke var nødvendig og ytterligere dramatisere scenarioene.

*Det er jo sånn klimapanelet skriver. De skal være veldig informative, forskningsbaserte og nøytrale. Her ville vi også være veldig tro mot originalen. Det eneste vi gjorde var egentlig å oversette, korte ned, forenkle det akademiske språket og ta bort alle referansene (Informant M1).*

Tekstene virker også mer troverdige ved å være skrevet i et nøkternt språk, mener informantene. Det er ikke FNs klimapanel sin rolle å være dramatiske, deres hensikt er å kommunisere forskningsgrunnlaget, som skal være nøytralt og rent informativt. Ifølge Miljødirektoratets informanter, var dette også grunnen til at de valgte å ikke tilføye konkrete handlingsalternativer i teksten.

*Verken forfatterne av den originale teksten eller vi ville anbefale tiltak eller politikk. Tekstene var kun ment som et kunnskapsgrunnlag som vi håper politikere vil basere politikken sin på (Informant M2).*

Informantene fortalte at de opplevde at handlingsalternativene kom implisitt frem i hvert scenario. Historiene beskriver forskjellige veivalg, så den overordnede politikken er beskrevet i tekstene. Den forteller hva menneskene har gjort i hver historie, som resulterer i de forskjellige stigningene i temperatur.

*Rekkefølgen er jo heller ikke tilfeldig. Når man har lest gjennom, sitter man som oftest igjen med de mest dramatiske inntrykkene fra Historie 3. Det som er skummelt, er at hvor verden er på vei nå, er faktisk verre enn Historie 3. Det er ikke worst-case scenario (Informant M2).*

Hver tekst beskriver også hvilke tiltak som ble iverksatt i hver historie for å prøve å stanse stigningen i temperaturen. Historie 3 kan brukes som en oppskrift på hva verden ikke burde gjøre, ifølge de to informantene.

#### 4.2.4 Bildene

Bildene som følger med hvert av scenariene er enkle, stiliserte illustrasjoner med små endringer fra hvert bilde. Den tydeligste utviklinger kan man se i fargene.

*Vi engasjerte et byrå som vi har brukt flere ganger til å lage illustrasjoner basert på tekstene. De gikk noen runder før de ble godkjent, men de er veldig like de illustrasjonen vi har brukt før. Vi liker veldig godt den diskre, men likevel dramatiske effekten de gir (Informant M2).*

Det var ingen bilder som fulgte med originalteksten. Miljødirektoratet tilføyer faktaarkene illustrasjoner for å gjøre de mer levende og interessevekkende, samtidig som det bryter opp tekstene og all informasjonen som kommer frem via det verbalspråklige. Som informantene fortalte, har de brukt det samme byrået flere ganger. Dette skaper en kontinuitet i faktaarkene som binder dem sammen.

#### 4.2.5 Målgruppe og spredning

Målgruppen for faktaarket var ifølge informantene i prinsippet alle som har en interesse for temaet. Det kan være utfordrende å få folk til å lese faktaarkene, derfor sørget Miljødirektoratet for at de ble sendt til beslutningstakere, journalister, lærere og andre relevante mottakere i Norge.

*Vi vil at folk skal kunne forstå forskningen ganske greit uten særlige bakgrunnskunnskaper i klima. Vi håper journalister og lærere kan finne en måte og videreformidle denne kunnskapen på ut til befolkningen (Informant M2).*

Miljødirektoratet blir oppfordret av både departement og journalister til å fortsette og produsere faktaark. Denne etterspørselen blant formidlere og beslutningstakere fører til at Miljødirektoratet produserer faktaark til hver ny rapport.

*Det var jo en utfordring at rapporten ble sluppet på samme dag som statsbudsjettet. Men vi synes journalistene gjorde en god jobb i å knytte de to opp mot hverandre (Informant M2).*

Da spesialrapporten til FNs klimapanel ble publisert 8. oktober 2018, ble faktaarket delt på Miljødirektoratets nettsider og sendt ut til journalister. Faktaarket ble sluppet i forbindelse med presselanseringen til Miljødirektoratet, og via nyhetsbrev. Det ble publisert som et eget vedlegg i en liste på nettsiden til Miljødirektoratet som inneholdt alle relevante faktaark knyttet til rapporten. Lenken til denne nettsiden ble spredd på sosiale medier.

Oppmerksomheten rundt faktaarket økte på grunn av all oppmerksomheten FNs klimarapport fikk i media. Ifølge informantene fra Miljødirektoratet var det klimaavdelingen som produserte og publiserte faktaarket, men kommunikasjonsavdelingen som hadde ansvar for publisering og spredning. Informantene som ble intervjuet jobber i klimaavdelingen, og hadde derfor ikke svar på hvor vellykket kommunikasjonen var. Via e-post kontakt med kommunikasjonsavdelingen, kom det frem at de ikke hadde vært så involverte i spredningen av det analyserte faktaarket i seg selv, men klimaavdelingen sikret at de ble lenket til i presselanseringen av FNs rapport. For ytterligere spredning ble faktaarkene i etterkant av lanseringen tatt med på foredrag, konferanser og seminarer i regi av eller i samarbeid med Miljødirektoratet.

## 4.3 Analyse og presentasjon av funn – fokusgruppe 1

### 4.3.1 Informantene

Informant	Kjønn	Alder	Bransje	Engasjement for klima
A	Kvinne	58	Utdanning	Over middels
B	Kvinne	54	Hjemmeværende	Over middels
C	Mann	53	Politikk	Middels
D	Mann	58	IT	Over middels
E	Kvinne	54	Helse	Middels
F	Mann	56	IT	Middels

Tabell 1: Oversikt over informantene i fokusgruppe 1. Engasjement for klima er basert på respondentenes egenrapportering.

Fokusgruppen bestod av seks personer fra 50 – 60 år som alle har barn i voksen alder. Kjønnfordelingen var helt lik, med tre kvinner og tre menn. Heretter vil informantene bli referert til ved hjelp av bokstavene A – F. Informasjonsnivå om global oppvarming og nivå av tidligere engasjement var veldig varierende i gruppen. En fellesnevner var at alle stilte seg aksepterende til at global oppvarming til en viss grad er et menneskeskapt fenomen som mennesker via industri, politikk og individuelle handlinger kan ha en innflytelse på. Informant A og B hadde vært opptatte av klima siden 80-tallet, med varierende engasjement i forskjellige miljøorganisasjoner. Informant B fortalte at hun deltok i et forsøk på å starte et klimafokusert politisk parti i begynnelsen av 80-tallet, som falt gjennom på grunn av uenighet innad i gruppen om andre politiske aspekter.

*Jeg var veldig opptatt av miljø tidlig. Jeg var medlem av og støttet finansielt nesten alle miljøvennlige organisasjoner som var på den tiden. Jeg stemmer fortsatt grønt, men jeg har mistet motet over årene da det virker som det er så få som faktisk bryr seg (Informant B).*

Informant C er svært aktiv i dagens politikk og har et engasjement for miljø som kommer via hans deltakelse i et politisk parti.

*Jeg har aldri vært miljøaktivist, men det følger jo med min politiske overbevisning og det å tilhøre et parti som har en sterk klimapolitikk (Informant C).*

Som nevnt tidligere hadde alle respondentene i den eldre gruppen til felles at de var klar over klimaendringene, men hadde varierte måter å forholde seg til klimasaken på i praksis. Alle anerkjente endringene, og tok hensyn til problematikken i politiske valg. Likevel var det begrenset hvilke daglige vaner de hadde innført i sin livsstil av hensyn til klima. Ifølge Informant A, synes hun det var vanskelig å etterleve sin egen klimavennlige overbevisning.

*Jeg har alltid vært opptatt av det, selv om jeg ikke har vært så flink i praksis. Politisk har jeg alltid fokusert på det grønne aspektet med politikken, og jeg prøver å være obs på å begrense visse goder slik som flyreiser og kjøttforbruk. Samtidig synes jeg det er vanskelig og skulle gjøre en helomvending på hele livsstilen min (Informant A).*

Informant F kom opprinnelig fra Tyrkia, og hadde blitt mer bevisst på klimaendringene etter at han hadde sett hvilke konsekvenser klimaendringene til nå hadde påvirket hjemlandet.

*Til å begynne med var jeg ikke så obs på det, men gjennom årene har jeg jo sett noen globale og lokale endringer, spesielt i Tyrkia. Jeg prøver å orientere meg mer, men jeg har ikke gått så ned i dybden på temaet. Men jeg blir mer og mer opptatt av det etter som tiden går (Informant F).*

Informasjon og kunnskap om global oppvarming hos respondentene kom fra tradisjonelle og sosiale medier. Noe informantene hadde til felles var at alle tok del i miljøer som stadig ble mer opptatt av klima, som venner, politikk eller via et grønnere fokus på arbeidsplassen.

#### 4.3.2 Livsstil

Alle fokusgruppe deltakerne hadde allerede iverksatt visse tiltak i livet for å redusere sitt personlige utslipp. Alle anerkjente global oppvarming som menneskeskapt, og viste tydelig engasjement gjennom hele samtalen. Når de ble spurt om hvilke konkrete tiltak de hadde iverksatt i hverdagen for å bli mer miljøvennlige, var det flere likheter mellom respondentene. Alle deltakerne var bosatt i Oslo, og hadde derfor tilstrekkelig med kollektivmuligheter for transport. Alle benyttet seg av dette tilbudet til vanlig, og prøvde å kjøre så lite bil som mulig. Informantene fortalte at de om sommeren foretrakk å sykle og gå kortere distanser fremfor å ta kollektiv transport eller bil. To av respondentene hadde investert i elbil og elsykkel, og de andre deltakerne vurderte muligheten.

En annen likhet mellom respondentene var at de prøvde å redusere matsvinn og kjøttinntak. Alle resirkulerte papp, plastikk, matavfall og glass, og hadde de senere årene redusert innkjøp av klær.

*Jeg kjøper som regel bare klær som er brukt, og gir alltid gamle klær jeg ikke bruker lenger til frelsesarmeen (Informant B).*

*Hjemme kjøper vi nesten aldri kjøtt lenger, og lager mye vegetarmat. Vi prøver også alltid å kjøpe de økologiske og kortreiste alternativene (Informant E).*

Respondentene fortalte at de passet på å ikke fly for mye, men heller ta tog hvis de skulle reise innenlands. Hvis fly var eneste alternativ, betalte alle miljøavgift. For informant B, var det spesielt viktig å tilrettelegge for insekter i hagen.

*Jeg har dratt på Plantasjen for å forhøre meg om hvilke planter insekter liker, spesielt bier. I sommer skal jeg plante flere planter i hagen som tiltrekker seg bier (Informant B).*

Deltakerne hadde også langsiktige mål for å bli mer miljøvennlige i fremtiden. Disse innebar blant annet å selge huset til fordel for en mindre leilighet.

*Alle barna har jo flyttet ut nå så vi trenger jo ikke all den plassen lenger (Informant D).*

Fire av respondentene hadde planer om å bli vegetarianere, men årsaken til dette var en blanding av både klimavennlighet og dyrevelferd.

*For meg har det å spise mer vegetarmat kun vært med tanke på dyra, at det også har en innvirkning på miljøet er jo bare et kjempepluss (Informant E).*

Alle respondentene var enige i at selv om de gjorde sitt i hverdagen for å leve mer miljøvennlig, så følte de at det ikke hadde noen hensikt så lenge det ikke skjedde en overordnet politisk endring i samfunnet. Gjennom samtalen bidro informantene med tanker om hvilke endringer de ville se i samfunnet, blant annet i flytrafikken.

*Jeg har et ønske om at i fremtiden skal det være mulig å fly med et soldrevet fly (Informant B).*

Deltakerne ønsket alle en mer bærekraftig framtid, og sa seg villige til å frasi seg visse goder i hverdagen til fordel for miljøet.

*Jeg vil jo være så miljøvennlig som mulig, men det er ofte jeg ikke klarer å la være å gjøre ting jeg vet jeg ikke burde. Derfor er det viktig for meg at samfunnet tilrettelegger for meg så mye som mulig. Jeg må bli tvunget (Informant A).*

### 4.3.3 Troverdighet

Miljødirektoratet er et statlig og offentlig forvaltningsorgan underlagt Klima- og miljødepartementet. Organisasjonen er underlagt politisk styring, men er faglig uavhengig. Samtlige respondenter i gruppen oppfattet avsenderen som troverdig og med høy etos, selv om en av deltakerne ikke hadde kjennskap til direktoratet fra før. Deltakernes høye tillit til avsenderen var basert på det faktum at Miljødirektoratet er en statlig organisasjon.

*Dette er jo det mest nøytrale vi har i forhold til diverse interesseorganisasjoner. De er jo et offentlig organ som skal formidle forskningsbaserte fakta (Informant C).*

Informant A uttrykte at hun hadde høyere tillit til et direktorat enn politikere og andre interesseorganisasjoner.

*For meg har dette veldig høy etos, siden det er en statlig organisasjon og et politisk uavhengig direktorat. Jeg synes det er viktig at de bygger på FN's klimapanel, som for meg også er veldig troverdig. Deres hensikt er jo å være objektive og informere om fakta. Jeg ser ingen andre intensjoner som skulle fått meg til å tvile på deres troverdighet (Informant A).*

De andre respondentene var enige i denne tankegangen, og tilførte at hvis de ikke kan stole på at Miljødirektoratet formidler fakta, så er det ingen andre de kan stole på heller.

*Jeg vet jo ikke så mye annet enn det jeg blir fortalt via media og sosiale medier. Jeg føler ikke at jeg har noe annet valg enn å stole på at det de formidler er sant (Informant E).*

Selv om alle deltakerne var enige i Miljødirektoratets troverdighet, var det en av respondentene som likevel uttrykte en underliggende tvil.

*Jeg stoler jo på det de har å si, men jeg kjenner ikke så godt til dem. Det bekymrer meg litt at de er underlagt politisk styring. Hva skjer hvis det er et parti som kommer til makten som bestemmer seg for å kutte ned på bevilgningen eller kutte dem helt ut? Jeg liker tanken på et direktorat, men jeg vet ikke hvor tilstrekkelige de er i og med at de er budsjettstyrt (Informant F).*

Denne bekymringen påvirket imidlertid ikke oppfattelsen av faktaarketets legitimitet, da respondenten hadde full tiltro til direktoratets forskningsgrunnlag og intensjoner.

#### 4.3.4 Inntrykk

Etter gjennomlesning satt informantene ingen med varierte inntrykk av faktaarket. Til felles hadde respondentene en opplevelse av at det skapte ettertanke, men på forskjellig grunnlag. Tre av respondentene følte seg spesielt motiverte til å gjøre livsstilsendringer i hverdagen. Informant C presiserte at dette engasjementet var basert på medfølelse for fremtidige generasjoner. Han pekte videre på styringsmaktene som ansvarlige for endring.

*Jeg føler meg optimist på ungdommens vegne, vi voksne har en forpliktelse overfor neste generasjoner til å ta dette seriøst. Vi kan jo alle gjøre vårt, men først og fremst krever dette politisk styring (Informant C).*

Informant A følte motivasjon til endring etter at hun hadde lest faktaarket, likevel kom dette med sterk følelse av sinne og frustrasjon.

*Min første tanke er at vi må kjempe nå, og at kanskje eneste løsning er en verdensrevolusjon. Jeg blir så frustrert over at alle land fokuserer på vekst, bærekraftig vekst er jo bra men det virker som de fleste verdensmakter ikke tar hensyn i det hele tatt, blant annet ved å trekke seg ut av Parisavtalen (Informant A).*

Flere av respondentene følte seg demotiverte etter gjennomlesing, med en følelse av håpløshet for hvordan situasjonen er i dag angående den globale oppvarmingen av kloden.

Respondenten som fikk det mest pessimistiske inntrykket av faktaarket var deltakeren som hadde vært lengst engasjert i klimadebatten. Ifølge henne var førsteinntrykket etter gjennomgang en deprimerende følelse basert på håpløshet over hele situasjonen.

*Egentlig forsterket det bare følelsen jeg har hatt om at det er umulig å reversere dette. Jeg har prøvd i så mange år, men det spiller jo ingen rolle når ingenting endrer seg og det virker som alt bare handler om prat uten handling (Informant B).*



Dette ble støttet opp av en av informant D, som også kjente på følelsen av å ikke kunne yte nok. Denne respondenten jobber i en bedrift som utvikler bærekraftige løsninger til samfunnet. Han fortalte at han via arbeidsplassen hadde innsikt i den bærekraftige utviklingen i samfunnet som har blitt forsterket de siste årene. Faktaarket i seg selv fikk han til å føle seg demotivert, men den tidligere kunnskapen om temaet opprettholdt motivasjonen, og fikk ham til å ville fortsette med de miljøtiltakene han selv har implementert i sin livsstil.

*Faktaarket var informativt og beskrivende, men jeg føler egentlig at vi er for sent ute, dette burde vært reversert for lenge siden. Jeg prøver å holde motivasjonen oppe, men samtidig er det et vanskelig når det virker som de tingene vi enkeltmennesker gjør ikke har noen innvirkning (Informant D).*

Selv om det var forskjellige reaksjoner på faktaarket blant fokusgruppe deltakerne, var alle enige om at tekstene gav sterke inntrykk. Om dette førte til motivasjon, depresjon, håpløshet eller noe annet var svært individuelt. Dette varierte også med respondentenes bakgrunn, spesielt tydelig kom denne variasjonen frem via informantenes tidligere engasjement i klimadebatten. De respondentene som over en lengre tid hadde vært opptatte av miljø viste seg å være de som følte seg mest demotiverte. En fellesnevner for alle respondentene var at de følte til en viss grad at de selv ikke kunne yte nok som enkeltmennesker, men ville bidra med det de kunne, for eksempel ved politiske valg. En felles forståelse av tekstene blant informantene var at hvis verden skal stanse denne negative utviklingen i temperaturøkning, er det et sterkt behov for en endring i den overordnede politiske styringen på verdensbasis.

Som nevnt reagerte alle respondentene på faktaarket, men det var variert blant deltakere hvilken del av tekstene som gjorde mest inntrykk. Fem av respondentene pekte på Historie 3 som den mest virkningsfulle. Dette er teksten som inneholder de mest dramatiske skildringene. Det kom tydelig frem blant informantene at engasjementet virket til å stamme fra en omsorgsfølelse overfor sine barn og fremtidige generasjoner.

*Akkurat nå ser jeg så mørkt på fremtiden at jeg er overbevist om at det blir Historie 3 eller verre. Det verste for meg er at det er barna og barnebarna mine som må leve med dette her (Informant B).*

*Den tredje historien gjorde veldig inntrykk på meg, det er ikke en fremtid jeg vil at mine barn skal leve i. Spesielt det som står om at verden er ugjenkjennelig*

*sammenlignet med 2020 og at forventet levealder og livskvalitet er redusert (Informant A).*

Informant D jobbet som nevnt tidligere, i et firma som utvikler bærekraftige løsninger. Han oppfattet Historie 3 som en bekreftelse på hvor verden er på vei med dagens utvikling.

*Vi som jobber med dette ser jo at det sikkert kommer til å bli langt verre enn Historie 3, det ser ikke så lyst ut (Informant D).*

Det var kun informant C som opplevde Historie 2 som den mest inntrykksfulle, dette var på grunn av at historien tar for seg en temperaturøkning i 2 grader allerede innen 2050, et årstall som virker mer nært enn år 2100.

*Historie 2 tar jo for seg hvordan verden ser ut i 2050, og da lever jo jeg forhåpentligvis fortsatt. Det gav en nærhet til teksten som jeg ikke fikk av de to andre scenarioene (Informant C).*

#### 4.3.5 Hensikt

Fokusgruppe deltakerne forstod alle hensikten bak dokumentet som et ønske om å informere. Utover dette var det varierte oppfattelser på utdypelsen av dette. Til felles forsto alle hensikten som et ønske om å vekke opp leserne med saklig formidling og forenkling av forskning.

*Jeg leste det som et varsko-tegn for oss som kommer fra vestlige land. Det forteller jo om at vi i Norge også kommer til å bli hardt rammet. For meg virker det som et forsøk på å informere og mobilisere oss som ikke til vanlig tenker så mye over global oppvarming (Informant E).*

Ifølge fokusgruppe deltakerne var faktaarket vellykket i forhold til den antatte hensikten til avsenderen. Informantene opplevde tekstene som virkningsfulle, og de synes det var synd at de ikke hadde blitt eksponert for faktaarket utenom deltakelsen i fokusgruppen. Informantene uttrykte et ønske om bredere spredning av faktaarket, slik at flere mennesker hadde mulighet til å lese det.

*Jeg tar jo til meg det som står, men jeg vet ikke hvordan jeg skulle fått tak i dette faktaarket om du ikke hadde vist det til oss (Informant D).*

#### 4.3.6 Sjanger

Sjangeroppfatningen av faktaarket var ikke så klar for de fleste av respondentene. Den eneste som hadde en klar formening om tekstenes sjangertilhørighet var informant A.

*Jeg leste det som en sjangerblanding, teksten baseres jo på fakta selv om det er fiksjon. Jeg så ikke på det som en skjønnlitterær tekst, men heller en fagartikkel med et skjønnlitterært preg (Informant A).*

De andre respondentene fikk ingen klare assosiasjoner til en bestemt sjanger, og svarte på spørsmålet ved å snakke om språket generelt.

*Budskapet er jo veldig dramatisk i seg selv, så påstandene virker overbevisende uten at de behøver å legge på flere dramatiske adjektiver (Informant C).*

Informant F var uenig i dette, og oppfattet det nøkterne språket i historiene som upersonlig. Ifølge han selv, ville et mer personrettet språk være mer virkningsfullt.

*For meg virket teksten ganske sjelløs (Informant F).*

De resterende deltakerne hadde ingen annen oppfattelse av faktaarkets sjanger enn at det var informativt. De oppfattet det som faktabasert fiksjon, og som sådan en troverdig beskrivelse av utviklingen i de forskjellige fremtidsscenarioene.

#### 4.3.7 Forskjeller fra annen klimakommunikasjon

Når informantene ble spurt om hva de assosierte med kommunikasjon om klima, kom det frem at de fleste tenkte på skremmende saker i media, grafer og statistikk som viste en dramatisk temperaturstigning, og andre negative konsekvenser relatert til global oppvarming. Som nevnt tidligere fortalte alle respondentene at tradisjonelle og sosiale medier hovedsakelig var stedet de fikk mest informasjon om klima og global oppvarming. Informant C opplevde tekstene som mer troverdig enn klimakommunikasjon han ofte ble eksponert for i sosiale medier.

*Dette kommer jo fra et offentlig direktorat. Som oftest ser jeg filmer og bilder fra interesseorganisasjoner. De står jo for sin sak men man vet jo aldri hvor troverdige de er. Noen ganger kan de være litt ekstreme (Informant C).*

Informant A opplevde at informasjonen var mer virkningsfull da det var et fokus på påstander om hva som faktisk kom til å skje, fremfor grafer og statistikk som kun viste en øking over tid.

*Jeg har ikke fått så mye informasjon utenom media, men jeg synes tekstene var veldig urovekkende. Det er jo skrevet som tre historier, det jeg er vant til å lese inneholder ofte mye grafer og statistikk (Informant A).*

For informant D lignet informasjonen på det han ofte blir tildelt på jobben.

*I sin helhet er det jo informativt og faktabasert. Jobben min samarbeider jo også med Miljødirektoratet, så for meg var dette veldig likt det jeg har sett før (Informant D).*

Informant E og F synes tekstene var lettleste i forhold til annen klimakommunikasjon.

*Det er mye og dekkende informasjon samlet i ett dokument, det gav et overordnet blikk på problemet som jeg synes var veldig bra (Informant F).*

Informant B synes derimot tekstene var veldig kompliserte og bemerket at hun synes det var vanskelig å lese gjennom uten dyp konsentrasjon.

*Dokumentet er jo ikke så langt, men samtidig inneholder det veldig mye informasjon. Jeg synes det var vanskelig å ta til meg alt som sto, jeg var nødt til å lese gjennom flere ganger før jeg virkelig klarte å ta tekstene til meg (Informant B).*

#### 4.3.8 Hva som kunne vært gjort annerledes

Alle deltakerne opplevde dokumentet som virkningsfullt. To av respondentene synes faktaarket inneholdt all informasjon som behøvdtes for å virke overbevisende. De fire andre deltakerne hadde flere synspunkter på hva som kunne blitt gjort for å ha en enda større innvirkning på leserne. Et gjennomgående ønske var en mer tydelig beskrivelse av hvilke konsekvenser global oppvarming vil ha for flyktninger som er nødt til å forlate hjemstedene sine.

*Det ligger jo mellom linjene, men jeg skulle ønske det kom tydeligere frem. Det er jo et tema som mange bryr seg om, jeg tror ikke folk helt skjønner hvilke konsekvenser global oppvarming vil ha for potensielle klimaflyktning (Informant C).*

Informant F synes tekstene manglet et konkret budskap, og uttrykte misnøye over at scenariene tar for seg tilstandene som representative for hele verden i hver tekst, altså at de konsekvensene som er beskrevet kommer til å ramme hele jordens befolkning i alle land.

*Jeg synes det er et misforhold i teksten, siden de drar hele verden under en kam. For min del skulle jeg ønske de bare skrev om konsekvensene vi vil oppleve her i Norge, jeg tror det ville gått mer inn på folk (Informant F).*

Informant A og D var også enige i at de ikke følte seg helt som målgruppen, og at de synes det var vanskelig å forstå hvilket publikum faktaarket var rettet mot. De mente det hadde vært mer hensiktsmessig om faktaarket henvendte seg til leserne mere direkte.

*Jeg tror det hadde vært mer virkningsfullt, da jeg hadde følt de henvendte seg til meg spesielt (Informant A).*

## 4.4 Analyse og presentasjon av funn – fokusgruppe 2

### 4.4.1 Informantene

Informant	Kjønn	Alder	Studieretning	Engasjement for klima
G	Mann	22	Økonomi	Under middels
H	Mann	34	Pedagogikk	Middels
I	Kvinne	26	Folkehelse	Over middels
J	Kvinne	26	Lektor	Over middels
K	Kvinne	36	Sykepleier	Over middels
L	Kvinne	21	Utviklingsstudier	Middels

Tabell 2: Oversikt over informantene i fokusgruppe 2. Engasjement for klima er basert på respondentenes egenrapportering.

Fokusgruppe nummer to besto av seks studenter fra Universitetet i Agder i alderen 21 – 36 år. Alle deltakerne gikk forskjellige studier, hvorav de var likt fordelt som masterstudenter og bachelorstudenter. Kjønnfordelingen var noe ujevn, med fire kvinner og to menn. Alle deltakerne anerkjente global oppvarming som menneskeskapt, med varierende tidligere engasjement. For informant G, så han liten hensikt i å bidra ved å leve mer bærekraftig når han ikke følte hans handlinger som enkeltmenneske ville ha en betydelig innvirkning på miljøet.

*Jeg vet jo at det skjer, men jeg føler ikke at jeg kan bidra med så mye. Dette er en sak for politikere og beslutningstakere. Når det virker som om de ikke tar det seriøst, motiverer det meg ikke til å ta flere grep selv (Informant G).*

Informant H sa seg enig i at problemet krevde politisk styring, men hadde personlig et mer optimistisk syn på hvordan samfunnet i Norge allerede fungerte med tanke på å tilrettelegge for klimavennlighet.

*Jeg kjenner til konseptet og de forskjellige gradsmålene. Jeg er enig i at det er demotiverende når store land stritter imot, men jeg synes vi er ganske flinke her i Norge med for eksempel panteordningen, samtidig vet jeg vi har mye å gå på her også (Informant H).*

De andre fokusgruppe deltakerne var alle i varierende grad personlig engasjerte i miljøet, og hadde ifølge dem selv nokså gode kunnskaper om temaet. Alle respondentene var klar over klimautfordringene, og tre av informantene fremholdt under samtalen at saken påvirket hverdagen deres.

*Jeg vet om alle de forferdelige konsekvensene, at havnivået stiger og at arter blir utryddet. Personlig er jeg vegetarianer av miljøvennlige årsaker (Informant I).*

Informant J i studentgruppen hadde opplevd et personlig økende engasjement etter at hun hadde tilbrakt tid på et sted hvor konsekvensene av klimaendringene allerede var nokså prominente.

*Etter at jeg besøkte Svalbard via studiene ble jeg veldig obs på hvordan klimaendringene påvirker isbjørner som mister matforsyningene. Selv ser jeg på en del dokumentarer som handler om global oppvarming, det bekymrer meg veldig (Informant J).*

Informant L hadde vokst opp i en familie som hadde et sterkt fokus på klima og miljø. Ifølge henne videreførte dette klimavennlige vaner når hun flyttet hjemmefra for å studere.

*Jeg har venner og familie som er veldig opptatte av miljø, spesielt mamma, så jeg har jo vokst opp med den mentaliteten. I hverdagen leser jeg om det hele tiden på nettaviser og via sosiale medier. Det er jo veldig tydelig at dette er et problem (Informant L).*

Informant K engasjerte seg personlig og aktivt politisk rundt klimaspørsmålet. Hun opplevde at problemstillingen opptok mye av hennes tid i hverdagen.

*Politikerne gir oss feil informasjon om hvor mye Norge faktisk slipper ut. I regnestykket tar de ikke hensyn til det vi eksporterer og importerer. Vi mennesker er jo ansvarlige for over 80% av alle klimagasser. For meg er dette så utrolig viktig å bekjempe, men samtidig blir jeg veldig demotivert når jeg ikke ser en drastisk endring i samfunnet (Informant K).*

#### 4.4.2 Livsstil

Med varierende engasjement rundt klimaspørsmålet, hadde alle informantene til felles at det var visse ting de gjorde i hverdagen med tanke på klima. Likevel var det forskjeller i gruppen om hva deltakerne gjorde på daglig basis for å selv være mer miljøvennlige.

*Jeg gjør ikke så mye, men jeg går mye på tur og da plukker jeg alltid opp søppelet jeg ser som andre har kastet fra seg (Informant G).*

Hos de resterende deltakerne var engasjementet litt større angående hvordan de forholdt seg til miljøvennlige vaner i hverdagen.

*Jeg spiser lite kjøtt, og plukker søppel når jeg er ute på tur. Jeg har ikke vært den flinkeste til å resirkulere, men jeg merker at jeg har blitt mer engasjert i senere tid når jeg har fått flere miljøbevisste venner. Før i tiden lo vi jo av vegetarmat, nå synes jeg det er kjempegodt og spiser det ofte (Informant H).*

Informant J og K prioriterte kildesortering hjemme, og var pådrivere for å påvirke andre til å ofre miljøet mer ettertanke i hverdagen.

*Jeg kildesorterer og prøver så godt jeg kan å påvirke andre til å gjøre det samme. Ellers gjør jeg småting som å ikke kaste mat, ta med pose på butikken og prøve å kjøpe gjenbruksklær (Informant J).*

*Selvfølgelig kildesorterer jeg. Jeg har også begynt å si ifra til folk som kaster søppel på gaten eller i naturen. De fleste blir veldig flau, jeg tror det bare er en vane hos mange (Informant K).*

Flere av respondentene opplevde en økende personlig interesse over senere tid for å leve mer miljøvennlig, dette kan være et symptom på den økende eksponeringen klimasaken har fått i samfunnet den senere tiden.

*Jeg er blitt veldig fan av klær man får kjøpt på bruktbuikker. Jeg kildesorterer hjemme og prøver alltid å huske handlenett på butikken. Ellers er jeg blitt det mange kaller en fleksitarianer, altså at jeg prøver å begrense kjøttinntaket mitt. Det er veldig sjelden jeg lager mat med kjøtt hjemme (Informant L).*

Det kom frem at informantene i studentgruppen hadde personlige langsiktige mål for å bli mer miljøvennlige. Dette innebar blant annet et renere kosthold, og mindre CO<sub>2</sub> utslipp som enkeltperson.

*Jeg vil bli flinkere på å spise mindre prosessert mat og renere råvarer. Jeg har en plan om å få en vindmølle på hytta så den kan være selvforsynt med strøm. Jeg vil*



*også bli bedre på å betale mer for miljøvennlige alternativer i butikken (Informant H).*

*Jeg har veldig lyst til å prøve dumpster-diving, men jeg er ikke helt der enda. Jeg vil også ta mer tog og bli flinkere på å kjøpe brukte klær (Informant L).*

*Jeg skal bli flinkere på å betale miljøavgiften på fly, og kjøpe nedprisede varer i butikken som går ut på dato (Informant I).*

Det var en enighet blant informantene om at hvis de skulle klare å bli med miljøvennlige, så hadde samfunnet et ansvar for å tilrettelegge for at miljøvennlige alternativer var mer tilgjengelige.

*Samfunnet må gjøre det så enkelt som mulig og ta miljøvennlige valg. For eksempel gjøre det billigst mulig. Hvis samfunnet tilrettelegger for det, vil menneskene automatisk følge etter (Informant J).*

#### 4.4.3 Troverdighet

Når fokusgruppe deltakerne ble spurt om deres tillit til Miljødirektoratet som informasjonskanal, var det ingen som tvilte på deres troverdighet og legitimitet.

*Personlig har jeg stor tiltro til staten, så jeg aksepterer det som står som fakta (Informant G).*

Ifølge informant G støttet det faktum at tekstene var basert på internasjonal forskning fra FNs klimapanel opp under informasjonens gyldighet.

*Jeg stoler selvfølgelig på informasjonen når det kommer fra et direktorat. Jeg kan ikke se for meg at de skulle ha noen intensjoner om å feilinformere. Jeg tror de fleste som leser dokumentet er enige. Miljødirektoratet er ikke en organisasjon som folk flest tror prøver å lure dem. Jeg tenker det samme om FNs klimapanel, som tekstene stammer fra. Jeg tror heller at kombinasjonen av de to som informasjonskanaler kan være et element ved tekstene som skaper en enda større troverdighet (Informant H).*

#### 4.4.4 Inntrykk

Inntrykket respondentene satt igjen med i etterkant var veldig varierende. De opplevde forskjellige grader av motivasjon og demotivasjon umiddelbart etter gjennomlesing. Når informantene ble spurt om hvilket helhetlig inntrykk de hadde av faktaarket, satt flertallet igjen med en følelse av nedstemthet.

*Jeg ble veldig truffet av det med at isbreene smelter, det bekrefter jo noe vi har hørt mye av i det siste. Jeg fikk egentlig en dommedagsfølelse, det beskriver jo endringene på et globalt perspektiv, og ikke bare for enkeltmenneske (Informant G).*

*Jeg tenkte at alt var håpløst, og følte meg veldig oppgitt. Verden må jo virkelig ta tak nå, det er veldig frustrerende at det er et problem som bare blir skjøvet fremover til det er for sent. Jeg har ikke så lyst til å bringe barn frem i de fremtidene som er beskrevet (Informant I).*

Tre av informantene beskrev en tydelig bekymring for mennesker i andre land. De uttrykte frustrasjon over at det var mennesker med svakere evne til å beskytte seg selv mot konsekvensene av klimaendringene, som i fremtiden kom til å være de som ble mest påvirket.

*Det går jo virkelig utover de som er svakest og som ikke kan beskytte seg selv, mens vi sitter her oppe i nord og opplever en litt varm sommer (Informant J).*

*Det er lett for oss å skyve problemene unna, men i India så dør mange millioner på grunn av luftforurensning. Jeg føler at alt er helt håpløst, det virker som mange har gitt opp allerede. Jeg er veldig skuffet over politikerne. Det er helt klart de rike landene som slipper ut mest, og de fattigste som må tåle konsekvensene av det (Informant K).*

Informant L uttrykte skuffelse over verdens beslutningstakere generelt, spesielt det faktum at Parisavtalen ikke siktet etter å begrense den globale oppvarmingen enda mer enn den nåværende målsettingen.

*Jeg ble veldig skuffet over at det er Historie 2 som er målet i Parisavtalen. Det er ikke greit at noen skal lide fordi verden ikke gidder å gjøre en større innsats. Det føles som*

*de tiltakene man selv kan gjøre er ubetydelige når politikerne på verdensbasis ikke tar større grep (Informant L).*

Det var kun en av respondentene som satt igjen med en positiv og motiverende følelse rundt faktaarket i sin helhet. Dette var fordi han opplevde et økende klimaengasjement i dagens samfunn.

*Jeg har et håp og en tro om at vi kommer til å lande et sted mellom Historie 1 og 2. Med den senere utviklingen vi har sett i markedet med miljøvennlige varer håper jeg på et kommende gjennombrudd. Man ser jo allerede tendenser til det. Jeg tror at når knekken i markedet først kommer, så blir det virkelig en helomvending. Når økonomien gir mening, kommer markedet til å endre seg. For meg var faktaarket en oppdatering på informasjon jeg visste fra før, og det bekreftet for meg den troen jeg har på at vi skal klare å reversere den globale oppvarmingen. På den måten gav tekstene meg håp, sammen med den informasjonen jeg har om utviklingen rundt om i verden. Det må til en global innsats, men den tror jeg kommer til å komme før det er for sent (Informant H).*

I motsetning til dette opplevde andre respondenter i gruppen at mennesker ikke tar global oppvarming seriøst nok, spesielt i land som Norge, hvor folk ikke opplever tydelige endringer i sine omgivelser.

*Vi føler det ikke på kroppen, så vi tar det ikke til oss. Vi fikk jo en smakebit forrige sommer med varmen, skogbrannene og at grunnvannet nesten forsvant flere steder. Hvis vi følte det såpass mye her oppe i nord, må det ha vært mye verre for land som allerede er utsatte (Informant J).*

Som nevnt, grunnet mye av den manglende motivasjonen til å endre atferd i at informantene opplevde at politikerne ikke behandlet klimaendringene som et alvorlig tema.

*Jeg mener at politikerne er et stort problem, så jeg har gitt opp på de fleste. De ser så kortsiktig, og alt handler om et politisk spill for å få flest stemmer og bli valgt frem. Det blir veldig kortsiktig, og de fokuserer på småting som er aktuelle nå, ikke på å forbedre verden i fremtiden (Informant H).*

*Folk gidder ikke å gjøre noe i hverdagen fordi de ikke ser vitsen i det. Men samtidig er det jo ikke der hovedkampen ligger. Den ligger i flytrafikken, i skipene og i politikken (Informant K).*

Ifølge informant G, er måten lesere reagerer på faktaarket et resultat av hvilke holdninger personen har til temaet fra før.

*Det kommer jo helt an på hvilke forutsetninger man har, om man tror på det eller ikke. Jeg tror det er vanskelig å endre meningen til folk som allerede har bestemt seg for at de ikke kan bidra med noe (Informant G).*

Informant L mente at global oppvarming var et for komplekst tema til at mange mennesker kunne klare å ta alvorligheten til seg. Faktaarket forenklet problematikken ved å tilgjengeliggjøre informasjonen og samle flere aspekter ved global oppvarmingen i ett dokument.

*Det er så mye som forårsaker dette. Det er plast, luftforurensning, avskoging og mer. Jeg tror det kan bli litt komplekst og overveldende for mange. Men når jeg leste tekstene så følte jeg veldig eierskap til kloden, og alle mennesker og dyr som bor her. Jeg synes historiene samlet oss litt (Informant L).*

Når respondentene ble spurt om hvilken del av faktaarket som gav sterkest inntrykk, var det delvis enkelte påstander og delvis historiene i sin helhet.

*Det som gikk mest inn på meg er hvor lite som skal til før vi ødelegger så mye, og at vi allerede er så langt på vei (Informant G).*

*Historie 3 maler et veldig dystert bilde av verden, som representerer hvordan jeg ser på fremtiden. Det står at allmenn helsetilstand er kraftig nedsatt, det har jo allerede begynte flere steder i verden (Informant K).*

For informant H, som hadde det mest optimistiske synet på muligheten til å begrense den globale oppvarming, var Historie 1 og 2 de mest virkningsfulle.

*De gjorde mest inntrykk på meg ved å være en påminnelse om at det fortsatt er håp. Ingen av de to historiene er perfekte, men ikke så ulikt fra hvordan situasjonen er i verden i dag. De skriver jo ikke hva vi mennesker konkret kan gjøre selv, men den subtile argumentasjonen er ganske kraftfull (Informant H).*

For informant I og L var det visse påstander i tekstene som gjorde mest inntrykk, dette var på grunn av at de relaterte påstandene til hendelser de tidligere hadde hørt om i media.

*Det med at så mange arter blir utryddet og den kraftige endringen i ekstremvær gikk mest inn på meg. Det er jo påstander man kan relatere til hendelser vi stadig hører om i nyhetene (Informant I).*

*Det som står om det biologiske mangfoldet er det viktigste for meg. Hvis flere arter fortsetter å dø ut kommer jo alle til å dø ut til slutt. Jeg synes også det er skremmende at vi må gå så langt tilbake i matproduksjon (Informant L).*

For informant J var det måten faktaarket påvirket samvittigheten hennes som var mest virkningsfullt. Denne samvittighetsfølelsen var basert på omsorg for befolkninger i mer utsatte områder.

*Jeg tror mange leser teksten og blir påvirket der og da, men så går det litt over hodet på dem senere. For meg gikk tekstene veldig inn på samvittigheten min. Det er jo de menneskene som er minst beskyttet som endringene går mest utover (Informant J).*

#### 4.4.5 Hensikt

Informantene oppfattet alle hensikten bak dokumentet som et ønske om å informere og motivere. Om dette var vellykket, var det varierte meninger om blant deltakerne.

*Jeg ble veldig motivert, personlig tror jeg vi kan nå et sted mellom Historie 1 og 2 (Informant H).*

*For meg virker det som de på en mild måte prøver å få folk til å forstå hvor alvorlig klimaendringene er. Det virker litt motiverende (Informant G).*

Noen av informantene opplevde ikke en like sterk motivasjon etter at de hadde lest faktaarket.

*Jeg ble informert, men kan ikke si jeg ble så veldig motivert. Følelsen jeg satt igjen med var mer depressiv enn motiverende (Informant K).*

Et par av informantene opplevde informasjonen fremstilt i faktaarket som skremmende.

*Jeg ble egentlig ganske skremt, det er jo veldig klart at verden virkelig må gjøre en endring nå med en eneste gang (Informant J).*

*Jeg synes også det er skummelt at det er disse virkelighetene vi står overfor. Tekstene kan jo være motiverende hvis man tør å ta informasjonen skikkelig til seg (Informant L).*

#### 4.4.6 Sjanger

Respondentene oppfattet i hovedsak faktaarket som informasjon. Ut over det, var det ikke så sterke formeninger blant fokusgruppe deltakerne om sjangeren til faktaarket. Den mest utfyllende beskrivelsen av oppfattelse av sjangeren kom fra informant H, som tidligere hadde studert litteratur.

*Jeg ser på faktaarket som et kåseri eller et essay. Egentlig synes jeg tekstene passer som et manus til en informasjonsfilm. Det var skrevet i en muntlig form, som gjør at man legger fra seg den analytiske hjernen. Jeg synes det gjorde tekstene mer direkte og virkningsfulle. Jeg trekker også assosiasjoner til en brosjyre, men det fører jo bare til at jeg tror på det som står. Brosjyrer er jo som regel bare fakta (Informant H).*

Informant L sa seg enig i assosiasjonen om et filmmanus.

*Jeg så for meg historiene som en film, de satte meg på en måte inn i den filmen med de forskjellige scenarioene (Informant L).*

#### 4.4.7 Forskjeller fra annen klimakommunikasjon

Respondentene rapporterte at deres øvrige eksponering for klimakommunikasjon kom hovedsakelig gjennom sosiale og tradisjonelle medier, samt sosiale relasjoner. Ifølge informantene var informasjonen i faktaarket annerledes en klimakommunikasjon de tidligere hadde blitt eksponert for, ved at det beskrev flere mulige effekter av global oppvarming i samme dokument.

*Informasjonen var ikke ny, men mer samlende. Den gav ulike nyanser til samme tema (Informant I).*

*Man får alt i disse tekstene, jeg er vant til å bare høre om en ting om gangen. Det er jo veldig mye info i en kort tekst (Informant H).*

Ifølge informant G og H var også ordbruk og valg av tidsform noe som skilte seg ut fra tidligere klimakommunikasjon.

*Istedenfor statistikker gav det jo et innblikk i hva som faktisk kommer til å skje. Det gir et litt større perspektiv (Informant G).*

*Med valg av tidsform blir vi satt i den tiden som tekstene beskriver (Informant H).*

Flere av respondentene uttrykte at måten tekstene var skrevet på førte til at de opplevde gjennomlesningen som en film i hodet.

*For min del var det veldig lett å lese og ta innover meg. Det ble en film i hodet som påvirket meg mye mer en statistikk og grafer (Informant K).*

*Tekstene var veldig visuelle, jeg følte at jeg gikk gjennom et vitensenter i hodet. Det gir jo et bilde om hvordan fremtiden er. Man blir selv satt i den situasjonen (Informant J).*

Informant L mente likevel at tekstene kunne være litt kompliserte for noen, da det var veldig mye informasjon i en kort tekst.

*Det er lettest for oss som tar høyere utdanning, vi er jo vant til å lese kompliserte tekster med mye informasjon. For andre kan det kanskje være litt vanskelig å ta til seg, slik at de ikke gidder å lese gjennom hele teksten (Informant L).*

#### 4.4.8 Hva som kunne vært gjort annerledes

Studentgruppen synes tekstene virket hensiktsmessige i stil og informasjon, det var ingen som hadde noen konkrete alternativer til hvordan teksten i seg selv kunne påvirket bedre. Et forslag var imidlertid å utvikle tekstene ved å skrive et tilsvarende dokument og plassere historiene et sted hvor global oppvarming ødelegger mest.

*Det hadde vært interessant om disse historiene også var skrevet i et konkret land som er mer utsatt, for eksempel India. Da kunne vi virkelig ha satt oss inn i de dramatiske endringene de må gjennomgå (Informant K).*

Et annet forslag for å videreutvikle effekten av faktaarket var å lage en tilsvarende film som tok for seg de påstandene som ble presentert i faktaarket.

*De burde lage disse tekstene om til en film, det er mange som ikke gidder å lese en såpass lang tekst. Kanskje filmen kunne vært om en person som reiste rundt i verden og opplevde endringene (Informant L).*

De resterende informantene hadde ingen klar formening om hva som kunne vært gjort annerledes med tekstens informasjon eller oppbygging.

*Motivet er åpenbart og jeg synes det fungerer fint. Tekstene er hverken for ekstreme eller for svake. Jeg synes språk og innhold var bra i forhold til den åpenbare hensikten (Informant H).*

Det var heller ingen kommentarer om å endre illustrasjonene som tilhører faktaarket. Alle informantene opplevde bildene som et vellykket virkemiddel for å bryte opp tekstene og gjøre faktaarket mer lettlest. Samtidig kom det frem at bildene ikke vekket særlig stor oppmerksomhet.

*Jeg la egentlig ikke så veldig merke til bildene, de trekker ikke fokus fra informasjonen i teksten og er fine i utviklingen med tanke på fargene som blir mørkere (Informant I).*

Bemerkningen alle respondentene var enige i, var at Miljødirektoratets spredning av faktaarket ikke hadde vært vellykket.

*De har jo ikke klart å spre det i det hele tatt. Jeg hadde aldri funnet dette på egenhånd og jeg er veldig interessert i klima og global oppvarming. De burde også sende det ut til lærere, det er jo et kjempebra virkemiddel og bruke i undervisning for både ungdomsskoleelever og de som går på videregående (Informant K).*

*Dette faktaarket burde bli lagt frem for politikerne før de leste statsbudsjettet. Jeg tror det hadde vært veldig kraftfullt. Dette faktaarket har så mye potensiale hvis nok folk hadde hatt mulighet til å lese det. Denne informasjonen må komme ut til folket, det er*



*jo de som trenger å høre det. De burde sendt det ut til interesseorganisasjoner så de kunne delt det videre (Informant H).*

Informant L mente at Miljødirektoratet burde jobbe enda hardere for å videreformidle all kunnskapen de hadde om global oppvarming, blant annet ved å etablere et vitensenter.

*Jeg synes Miljødirektoratet burde lage et vitensenter. De er jo den informasjonskilden vi stoler mest på når det kommer til klima og miljø. De må bli modigere og pushe hardere på med all informasjonen de har (Informant L).*

## 5.0 Drøfting

### 5.1 Innledning

I analysekapittelet har jeg presentert tekstanalysen av faktaarket, et ekspertintervju med representanter fra Miljødirektoratet som avsender, samt reaksjonene fra de to informantgruppene som deltok i fokusgruppeintervju. I dette drøftingskapittelet skal jeg videre presentere noen funn og interessante forskjeller fra informantenes svar. Det første jeg vil gjøre i drøftingen er å påpeke de viktigste funnene som kom frem i analysen, spesielt respondentenes følelse av enten avmakt eller motivasjon etter gjennomlesning av faktaarket. Deretter vil jeg knytte funnene til de retoriske begrepene som er brukt i tekstanalysen. Videre vil oppgaven se nærmere på svarene i henhold til teorier innen sosialpsykologi og kognisjon, for å drøfte hvordan og hvorfor informantene ble påvirket av faktaarkets kommunikasjonsform. Det kom frem i studien at forskjellene i dokumentets effekt ikke bare var knyttet til generasjonsforskjeller, men også til informantenes personlige engasjement i klimasaken. I fokusgruppene delte jeg informantene inn i to generasjonsgrupper, men det kom frem i analysen at respondentenes reaksjoner også kan sammenlignes på tvers av generasjonsskillet.

### 5.2 Opplevelse av avmakt og endringsmotivasjon

Miljødirektoratet er underlagt Klima- og miljødepartementet. Faktaarkene de produserer til hver rapport fra FN's klimapanel, er ment som et kunnskapsgrunnlag som de håper politikere vil basere politikken sin på. Tekstene i faktaarket beskriver konsekvensene til de forskjellige veivalgene forklart i historiene. Den overordnede politikken kommer implisitt frem, ved å beskrive hvilke tiltak beslutningstakere har innført i hvert scenario. Tekstene beskriver ikke hvilke tiltak enkeltmennesker kan gjennomføre i hverdagen, men tar for seg overordnede tiltak fra styringsmaktene. Den eldre informantgruppen uttrykte gjentatte ganger at de følte avmakt som enkeltmennesker, og mente at det er politikerne sin jobb å tilrettelegge for at samfunnet kan bli mer bærekraftig. Informantene var alle opptatte av å ha en miljøvennlig livsstil, men følte ikke de kunne bidra nok som enkeltmennesker. Alle uttrykte at de tok hensyn til partiers klimapolitikk ved valg, og så et behov for endring i den overordnede politikken. Den samme tankegangen kom frem i den yngre studentgruppen. Der var det også klart at respondentene mente at global oppvarming var en sak for politikerne. De mente

samfunnet var nødt til å tilrettelegge for bærekraftige valg i hverdagen, ved å gjøre det billigere og mer tilgjengelig å velge klimavennlige alternativer. Flere av respondentene i studentgruppen uttrykte en mistro til politikerne, da de mente at dagens regjering ikke tok nok grep i klimasaken. Informant G fortalte at han ikke så vitsen i å leve mer bærekraftig, når det virket som politikerne ikke tok det seriøst.

I samtalene med fokusgruppene var det et funn som kom tydelig frem. De informantene som hadde vært mest engasjert i klima over lengre tid hadde et mer pessimistisk syn på fremtiden. Informant B i den eldre gruppen hadde vært engasjert i klimasaken siden 80-tallet. Denne informanten hadde deltatt på et møte for å starte et politisk parti med et grønt fokus. I studentgruppen hadde informant K vært veldig opptatt av klima i flere år, og informant L hadde vokst opp i en familie hvor dette var et viktig fokus. Det viste seg at de tre informantene som hadde engasjert seg lengst og mest i klimaet var de som var mest pessimistiske til fremtiden. Det var også disse som fikk det mest negative inntrykket av informasjonen som kom frem i faktaarket til Miljødirektoratet. I følge Stoknes (2017, s. 66) er opplevelsen av distanse en av de største utfordringene for klimakommunikasjon. Spesielt i Norge opplever ikke mennesker at klimaendringene er noe som skjer foran øynene på dem. Problemet blir derfor mer abstrakt, noe som fører til at det er lettere for mennesker å bortprioritere hele problemet. Denne distansen kan også virke andre veien, ved at de som aktivt jobber for å bedre klimaet, ikke ser noen resultater av det de gjør. På denne måten kan det å endre livsstil til fordel for klimaet virke hensiktsløst. I motsetning til de tre informantene som hadde engasjert seg lengst i klimadebatten, var det informanter i begge gruppene som i senere tid hadde blitt mer klimabevisste. Det var disse respondentene som hadde det mest optimistiske synet på fremtiden. Dette kan også kobles til sosialpsykologi, som jeg tar opp i siste del av dette kapittelet.

### 5.3 Den retoriske situasjonen

Miljødirektoratet publiserte faktaarket som en forenkling av informasjonen som kom frem i FNs klimapanelers spesialrapport om 1,5 grader. Hensikten var å informere befolkningen, journalister, politikere og andre beslutningstakere om viktige elementer som kom frem i rapporten. Den retoriske situasjonen til publiseringen tilrettela for at mottakerne var åpne for informasjonen. Klima og miljø har vært et omdiskutert tema de siste årene. FNs klimapanel er et av initiativene som er iverksatt for å finne løsninger og bistå i prosesser hvor beslutningstakere skal ta avgjørelser som vil være det beste for verdens klima, mennesker og

alt det biologiske mangfoldet som finnes på jorda. Retoren, i dette tilfellet Miljødirektoratet, ønsket å informere om situasjonen i verden slik den er i dag, og hvilke konsekvenser ulike veivalg mot en mer bærekraftig fremtid kan bety for livet på jorda. Denne informasjonen kom frem på en tid da klima og miljø var et høyst dagsaktuelt tema, ikke minst i nyhetsmediene. Derfor var det retoriske publikum mottakelig for den type informasjon.

Faktaarkets påtrengende problem var en truet verdenssituasjon, og at de som kunne gjøre noe med problemet delvis var det allmenne publikummet. Utfordringen med å løse dette problemet retorisk, var å finne en hensiktsmessig måte å formidle de avdekkede funnene i FNs klimapanels spesialrapport. Kommunikasjonen måtte være forståelig, og egnet til å stimulere til atferdsendring hos leserne. Faktaarkets retoriske vilkår var at den var basert på en liten del av FNs klimapanels spesialrapport om 1,5 graders oppvarming av gjennomsnittstemperaturen. Rapporten til FNs klimapanel er basert på internasjonal forskning, og utarbeidet av 91 forfattere fra 40 land. I produksjonen ble over 6000 vitenskapelige artikler vurdert (M-1108, 2018). Det faktum at påstandene i dokumentet stammet fra internasjonal forskning, styrket rapportens troverdighet ved at informasjonen kom fra en pålitelig kilde. Hensikten bak publiseringen var å gjøre informasjonen i rapporten mer tilgjengelig for allmennheten. Dette gjorde Miljødirektoratet ved å trekke ut og fremheve viktige og interessante funn på en forståelig og engasjerende måte.

I fokusgruppeintervjuene kom det frem at den retoriske situasjonen for publiseringen var nokså ideell i forhold til målgruppens mottakelighet. Det tydet også på en enighet mellom avsender og mottaker om hvilke konsekvenser som faktisk var på spill. Det var ingen av informantene som misforstod ytringene, eller hadde mistro til informasjonens troverdighet. Den eldre informantgruppen besto av deltakere som alle var klar over klimaendringene, var engasjert og bidro i varierende grad. Flere hadde vært opptatt av klimaendringene lenge, og alle implementerte vaner i hverdagen som var et resultat av en økt bevissthet rundt global oppvarming. Ifølge informantene, var de blitt mer engasjert i klimaendringene den siste tiden, som et resultat av media, sosiale relasjoner, og den varme sommeren i 2018. I gruppen definerte tre av informantene seg selv som over middels engasjert i klimaendringene, og tre definerte seg selv som middels engasjerte. Det kom frem i samtalen at dette engasjementet hovedsakelig stammet fra en omsorg for etterkommere og fremtidige generasjoner. Siden avsender var et offentlig direktorat, var det ingen som opplevde at informasjonen i faktaarket ikke var legitim. At denne informasjonens originalkilde var FNs klimapanel, mente respondentene styrket tekstenes troverdighet. Den eldre informantgruppen forsto også

tekstene i faktaarket som lett forståelige og oversiktlige, de opplevde at informasjonen gjorde inntrykk, og at den støttet opp under fakta de fleste hadde hørt om klima tidligere via media og sosiale relasjoner. Den retoriske situasjonen rundt publiseringen av faktaarket førte altså til at informasjonen var troverdig og høyst aktuell for mottakeren i tiden den ble publisert. I informantgruppen som besto av studenter opplevde respondentene at de hadde blitt mer opptatt av klimaendringene i senere tid og i forskjellig grad. Dette var et resultat av høy eksponering for debatten i sosiale medier og i egne nettverk. I studentgruppen definerte nesten alle deltakerne seg som enten middels eller over middels engasjerte i klimasaken, og det var kun en informant som definerte seg som under middels engasjert. Alle informantene opplevde Miljødirektoratet som en troverdig kilde, og oppfattet tekstene i faktaarket som veldig informative. Legitimiteten til informasjonen var styrket ved at alle respondentene opplevde sommeren 2018 som over gjennomsnittet varm, og som et direkte resultat av klimaendringene. Informasjonens berettigelse var også styrket av en økt eksponering for klimakatastrofer og ekstremvær i media de siste årene.

#### 5.4 Opplevd kairos

Begrepet kairos handler om det rette tidspunktet for en retorisk ytring, altså hvordan ytringens tid og sted har en innvirkning på ytringens påvirkningskraft. Som nevnt ble faktaarket publisert som en forenkling av sentrale funn i spesialrapporten til FNs klimapanel. Hensikten til Miljødirektoratet var å kommunisere disse funnene på en måte som gjorde det lettere for allmennheten, pressen, beslutningstakere og politikere å ta til seg informasjonen. Faktaarket og tilhørende informasjon ble sluppet i forbindelse med Miljødirektoratets presselansering av klimarapporten. Tekstene beskriver konsekvensene av ulike veivalg, ut ifra tiden vi er i nå og frem til år 2100. På denne måten posisjoneres tekstene sammen med mottakerens liv, ved å beskrive en felles mulig fremtid fra år 2020. Ifølge fokusgruppedeltakerne var kairos oppfylt, i den forstand at tekstene ble opplevd som relevante, viktige, og kom til rett tid. Ytringen passet inn i informantenes liv på flere måter. En med tanke på tidsaspektet, ved at informantenes engasjement om klima har bygget seg opp i mediene de siste årene. Den andre var aktualiseringen av informasjonen på grunn av pressedekningen til FNs klimarapport. Begge delene skapte relevans for publiseringstidspunktet. Alle respondentene i den eldre informantgruppen var klar over klimaendringene og konsekvensene det kan medføre. Ifølge informantene, støttet påstandene i faktaarket opp under informasjon de allerede visste, og virket derfor som en bekreftelse. Tre av deltakerne i den eldre gruppen følte seg motivert til å

gjøre endringer i livsstilen etter gjennomlesing. Informant C beskrev dette som å være «optimistisk på ungdommens vegne». Informant B opplevde at tekstene forsterket følelsen av håpløshet, og ble støttet av informant D, som mente at faktaarket forsterket troen om at det allerede var for sent for verden å reversere de globale temperaturendringene.

Sammenliknet med de eldre informantene, forstod også studentene påstandene som en bekreftelse på informasjon de allerede visste. Informant H opplevde tekstene som et bevis på at det fortsatt var mulig å reversere den globale oppvarming, mens resten av studentgruppen opplevde tekstene som en bekreftelse på at det nesten ikke var noe håp for en betydelig reversering i temperaturendringene. Informantene i studentgruppen forklarte at informasjonen som kom frem i faktaarket bygget opp under en allerede grunnleggende uro for global oppvarming ved å beskrive ulike naturkatastrofer. Faktaarket passet ved dette godt inn i mottakernes liv, ved å bekrefte en kollektiv oppfatning som media har bygget opp gjennom lang tid, og som var særlig aktualisert i mediene i forbindelse med klimareporteringen.

### 5.5 Opplevd etos

Miljødirektoratet er et politisk uavhengig og offentlig direktorat. De skal være informative, forskningsbaserte, nøytrale og opptre som rådgivere overfor politikere og beslutningstakere. Faktaarket var basert på en liten del av FNs klimapanelers spesialrapport som er en sammenstilling av internasjonal forskning. Troverdigheten til faktaarket ble opplevd som meget høy blant informantene i begge fokusgruppene, og det var ingen som tvilte på at informasjonen som kom frem var sann. I den eldre informantgruppen uttrykte respondentene at de opplevde Miljødirektoratet som den mest troverdige organisasjonen til å formidle fakta om klima. Informant F hadde ikke så god kjennskap til Miljødirektoratet fra før. Han stolte likevel på at informasjonen som kom frem var ekte, da avsender var et offentlig og politisk uavhengig direktorat. Hans eneste bekymring var at de, som underlagt politisk styring, også var budsjettstyrt. Likevel hadde ikke dette faktum en betydelig innvirkning på hans oppfattelse av informasjonens og organisasjonens troverdighet. I studentgruppen hadde alle informantene fullstendig tiltro til Miljødirektoratet. Dette var videre styrket av FNs klimapanelers posisjon som formidlere av internasjonal forskning.

## 5.6 Opplevd logos

Appellformen logos handler om tekstenes rasjonelle argumenter. Informasjonen i faktaarket er basert på internasjonal forskning, og er skrevet på en enkel og nøytral måte. Det gjennomgående argumentet er at hvis ikke verden gjør en endring for å redusere menneskeskapte klimautslipp snarest, vil vi oppleve alvorlige konsekvenser i fremtiden. Ved å analysere logos ser man på hvordan teksten argumenterer logisk for å overbevise leseren om budskapet som skal frem. Miljødirektoratet er et politisk uavhengig og offentlig direktorat, som skal formidle forskningsbaserte fakta. Logikken bak påstandene i teksten støtter seg på troverdigheten til kilden. Tekstene i faktaarket beskriver ikke konkrete handlingsalternativer, disse løsningene er leseren nødt til å komme frem til på egenhånd. Ifølge intervjuet med representanter fra Miljødirektoratet er deres egen rolle å være rådgivere ved å formidle fakta. Tekstene er skrevet som tre forskjellige historier som forutsier tre mulige fremtider, og logikken i påstandene er basert på sammenhengen mellom menneskelig forbruk og fremtidige livsvilkår. Argumentet i faktaarket er derfor implisitt, og blir skapt i leserens egen forståelse av tekstene. På grunn av tekstenes implisitte argument, er logos og argumentasjon i dette tilfelle knyttet til leserens forståelse av faktaarket. I retorikken kalles en slik argumentasjonsform for entymemisk, hvor styrken ligger i mottakerens aktive fortolkning og relatering til eget liv (Kjeldsen, 2016, s. 173).

I den eldre fokusgruppen var det en utbredt forståelse for at dokumentet var et faretegn fra Miljødirektoratet som rådgivere. Det at de mulige framtidsscenariene var basert på internasjonal forskning, bygget for denne gruppen opp under påstandenes logikk. Informantene i den eldre gruppen forsto det implisitte argumentet som at vi mennesker ødelegger klima, derfor er mennesker på verdensbasis nødt til å foreta en helomvending i hvordan vi lever. Konsekvensen av denne logikken ble imidlertid fortolket ulikt. For noen av informantene i den eldre fokusgruppen, som hadde et reelt engasjement for klimasaken fra før, forsto de tekstene som en bekreftelse på at verden allerede var for sent ute til å reversere global oppvarming. Blant de som var optimistiske for fremtiden, lå det til grunne en tro om at det fortsatt var mulig å avverge den kommende klimakrisen ved en snar helomvending i samfunnets nåværende funksjoner.

Informantgruppen som besto av studenter opplevde logikk i tekstene ved at det bekreftet informasjon de hadde hørt tidligere. De forsto teksten som et forsøk på å få allmennheten til å forstå hvor alvorlige og kritiske klimaendringene er. For dem var logikken i påstandene støttet

opp av at informasjonen kom fra det de anså som den mest troverdige kilden til informasjon om klima. I den yngre informantgruppen opplevde informant H den subtile argumentasjonen til tekstene som veldig kraftfulle. Ifølge informanten, var tekstenes oppbygging og forskningsbaserte grunnlag nok for at han selv kunne trekke de logiske slutningene av kommunikasjonens påstander.

### 5.7 Opplevd topos

Topos handler om at taleren etablerer et felles ståsted med det retoriske publikum (Kjeldsen, 2016, s. 151). Med valg av presens som tidsform, opplevde leserne at de ble trukket inn i de forskjellige fremtidene som tekstene beskriver. Informant L i den yngre gruppen mente at bruken av tempusform fikk henne til å oppleve historiene som en film. Dette felles ståstedet som blir etablert mellom avsender og mottaker skaper en felles trussel i realiteten om global oppvarming. Miljødirektoratets mål er å gjøre informasjon om klima mer tilgjengelig for allmennheten og beslutningstakere. Topos kommer frem i tekstene ved å koble de dramatiske konsekvensene av global oppvarming til lesernes hverdagslige bekymringer. Begge informantgruppene uttrykte en uro overfor flere av de dramatiske skildringene i tekstene, og de følte seg personlig berørt av dem. Flere av informantene ble påvirket av utsagn om blant annet dårlig matproduksjon, utryddelse av arter, økning i ekstremvær og at livskvaliteten i år 2100 vil være kraftig nedsatt.

I tekstene er det en underliggende forventning om at lesernes engasjement for klimasaken er basert på en grunnleggende menneskelig følelse, nemlig omsorg for fremtidige generasjoner. Informanter fra den eldre gruppen presiserte ved flere anledninger i samtalen at deres engasjement for klima stammet fra en ansvarsfølelse overfor deres barn og fremtidige barnebarn, de følte en forpliktelse overfor neste generasjon til å ta klimaendringene seriøst. Dette kom også frem i den yngre informantgruppen, hvor informant I uttrykte bekymring for å få barn som eventuelt måtte leve i en av framtidsscenariene beskrevet i faktaarket. Tekstene etablerer topos ved å beskrive scenariene som aktuelle for en samlet verden, som at hele befolkningen vil komme til å oppleve mange av de samme ekstreme konsekvensene. En av respondentene i den eldre informantgruppen uttrykte irritasjon over dette, da han mente det var feil at hele verden skulle bli «dratt under én kam». I motsetning til dette var det en respondent i den yngre informantgruppen som mente at å samle jordens befolkning i historiene på den måten var positivt, da disse felles scenariene fikk henne til å føle eierskap over kloden og konsekvensene den muligens må gjennomgå.



## 5.8 Opplevd patos

Begrepet patos tar for seg hvilke følelser den retoriske ytringen er ment å fremkalle hos leseren. For at publikum skal bry seg om ytringens innhold, må taleren vekke et engasjement for informasjonen som kommer frem, og helst leder til endring i tenkning og atferd (Kjeldsen, 2016, s. 306). Faktaarket inneholder dramatiske skildringer, først i et nøkternt språk – noe som blir mer slående etter hvert som historiene utvikler seg. Ifølge representantene fra Miljødirektoratet var det nok ingen tilfeldighet at historiene ble skrevet i den rekkefølgen, med det mest attraktive scenarioet som Historie 1, etterfulgt av en stadig forverret utvikling derfra. Leserene sitter da igjen med det inntrykket de får av den siste historien. Informant M1 fra Miljødirektoratet fortalte i intervjuet at hun selv ble veldig grepet av kommunikasjonsformen til originalteksten i rapporten, og ønsket derfor å fremheve informasjonen som et eget faktaark. Tekstskaperne ansatt i Miljødirektoratet oversatte teksten fra engelsk til norsk, og forenklet den noe ved å tone ned det akademiske språket og fjerne referansehenvisninger i tekstene. På denne måten ble den oversatte versjonen mindre formell, og virket på kommunikasjonsformen mer som rene historiefortellinger.

Informasjonen i faktaarket var formet for å informere befolkningen om hvilke konsekvenser livsstilen til nåtidens mennesker vil ha for fremtiden. En utfordring med å overbevise om at folks handlinger i dag vil ha store konsekvenser for fremtidige generasjoners hverdag, er at realiteten av disse konsekvensene er alt for distansert for mange. I Lilie Chouliarakis teori om humanitære appellformer (2010, s. 111) skriver hun at ved å kommunisere informasjon som viser elendighet eller skremmende forhold, kan dette lede til en avmakt hos publikum, noe som ikke leder til handling. En slik kommunikasjonsmetode kan skape så sterke negative følelser hos publikum at de føler seg maktesløse overfor hele situasjonen. Videre kan denne kommunikasjonsmetoden risikere å utløse en indignasjon hos leseren, ikke mot påstandene som blir kommunisert, men mot det forhold at situasjonen virker så håpløs at den får leseren til å føle seg skyldig. Håpløshet er en følelse mennesker helst skyr unna, og istedenfor å resultere i handling, kan denne følelsen totalt undergrave enhver motivasjon til handling. Chouliaraki mener at det å kommunisere resultater av hva menneskers bidrag kan utrette, for eksempel ved å vise hvilken positiv utvikling som har funnet sted som et resultat av menneskers bistand, kan være en mer effektiv kommunikasjonsmetode. Den fungerer som et bevis på at man som enkeltmenneske faktisk har muligheten til å bidra og utgjøre en forskjell. Ifølge Lilie Chouliaraki (2010, s. 112) kan kommunikasjon som viser noe positivt om

situasjonen, styrke publikums dedikasjon ved å vise hvordan våre handlinger kan føre til endring. Tekstene i faktaarket skildrer dramatiske påstander med et nøkternt språk. De dramatiske påstandene kan føre til at leseren opplever en avmakt i forhold til at situasjonen er for alvorlig til å reversere. Ved å starte historiene i nåtid og beskrive tre forskjellige veivalg, kan dette likevel føre til at leseren får et håp om at det fortsatt er mulig å reversere den globale oppvarmingen.

Hos den eldre fokusgruppen vekket faktaarket sterke følelser. De tre respondentene som var mest engasjert i klima satt igjen med følelser som frustrasjon og håpløshet. De opplevde frustrasjon over at klimautviklingen fortsatte i feil retning, og at det virket som styringsmaktene ikke tok problemet på alvor. Håpløsheten kom fra avmakt som enkeltmenneske, og opplevelsen av å ikke ha muligheten til å gjøre en betydelig forskjell selv. Det informantene i den eldre gruppen hadde mest bekymring for, var at det var deres barn og barnebarn som muligens måtte oppleve et av scenarioene i sin levetid. I faktaarkets helhet, oppgav frem av seks respondenter i den eldre informantgruppen at det var Historie 3 som vekket de sterkeste følelsene. Historie 3 var det scenarioet som inneholdt de mest dramatiske skildringene, og fikk den fremtidige verdenen til å nesten virke helt ulevelig. Scenarioet beskriver en fremtid som er nærmest ugjenkjennelig i forhold til slik vi kjenner verden i dag, og beskriver skremmende forhold i en verden i kaos. Den dramatiske utviklingen i historiene forårsaker en økende spenning i forholdene på jorden, som stadig blir forverret gjennom historienes forløp. Historienes rekkefølge fører til at leserne sitter igjen med sterkest inntrykk fra den siste, og mest dramatiske historien. Dermed opplevde flere av informantene en økende grad av håpløshet under lesningen. Likevel var det en informant i den eldre gruppen som opplevde Historie 2 som mest inntrykksfull. Det var fordi historien beskriver en oppvarming på 2 grader innen år 2050. På dette tidspunktet vil respondentene i den eldre gruppen forhåpentligvis fortsatt være i live, og det gav en nærhet til scenariet som de andre historiene ikke hadde.

Det var tre informanter i den eldre fokusgruppen som følte seg motiverte til at verden kunne stagnere eller reversere den globale oppvarmingen, og beholde levestandarden slik vi kjenner den i dag. Disse informantene representerte gruppen som nyligst var blitt engasjerte i klima, primært gjennom sosiale relasjoner og mediedekning. Dette kan tyde på at faktaarket hadde sterkest effekt på disse informantene som fremdeles hadde en glød i forhold til problematikken, de som ikke var like «utbrent» som de informantene som hadde engasjert seg i klimasaken i flere tiår. Det var også disse tre informantene som var mest optimistiske for

fremtiden, og aktivt iverksatte vaner i hverdagen for å redusere sitt eget CO<sub>2</sub> utslipp.

Respondentene med de mest pessimistiske lesningene hadde også flere vaner i hverdagen som de utførte med tanke på klima. Men dette stammet mer fra en følelse av tvang enn av egen motivasjon. Ifølge dem selv stammet denne tvangen fra en følelse av å ikke ha noe valg, ikke fra et press utenfra. Den var samtidig knyttet til en opplevelse av ikke å ha noen reell innvirkning på den globale utviklingen.

I studentgruppen var det påstander om fremtiden som hadde sterkest påvirkningskraft. Hvor den eldre informantgruppen følte omsorg for fremtidige generasjoner, uttrykte studentgruppen en sterk bekymring for folkegrupper i land som er mer utsatt for klimaendringene enn i Norge, som potensielle klimaflyktninger. Flere av informantene i studentgruppen ga klart uttrykk for at de var frustrerte over at verden ikke tok mer hensyn til hvordan klimaendringene ville påvirke folkeslag som var mer utsatt. De var også oppgitte over at styringsmaktene hadde satt seg mål som fortsatt ville ha alvorlige konsekvenser for befolkninger i utsatte land og øygrupper. Til forskjell fra den eldre fokusgruppen, hvor flere av informantene ble irritert over at verden ikke hadde tatt større tak angående klima tidligere, uttrykte studentene i sterkere grad at de ble skremt av å lese tekstene. Dette kan komme av at scenariene speiler en fremtid de muligens må oppleve i sin egen levetid, og på den måten vil konsekvensene ha en direkte innvirkning på deres eget liv.

I motsetning til de andre informantene i både den eldre gruppen og i studentgruppen, var det én informant som hadde et optimistisk syn på fremtiden, og som satt igjen med en positiv følelse etter gjennomlesing. For denne respondenten virket tekstene i faktaarket som en bekreftelse på at det var mulig å begrense den globale oppvarmingen til 1,5 grad, som er det scenariet som blir beskrevet i Historie 1. Han hadde troen på en fremtidig knekk i markedet slik vi kjenner det i dag, noe som ville forårsake et mer miljøvennlig samfunn i fremtiden. Etter å ha lest gjennom tekstene, følte han seg både motivert til å gjøre ytterligere endringer i livet for en mer bærekraftig livsstil, og positiv til at verden skulle klare å bremse oppvarmingen av kloden før det var for sent.

De andre respondentene i studentgruppen satt igjen med en langt mer pessimistisk følelse etter gjennomlesning. For to av informantene så fremtiden såpass mørk ut at de mente det ikke var etisk riktig å få barn i fremtiden, med tanke på den verdenen de barna kom til å vokse opp i. En av respondentene beskrev særlig sterk misnøye mot verdensmaktene som er med i FN's klimakonvensjon, over at verdensmålet til Parisavtalen fortsatt vil resultere i katastrofale konsekvenser for visse land.

## 5.9 Opplevd dramaturgi

Tekstenes dramaturgiske oppbygging handler om hvordan spenningskapende elementer utvikles i tekstens forløp. Som nevnt tidligere, blir faktaarkets påstander stadig mer dramatiske jo lengre leseren kommer inn i tekstene. Denne utviklingen følger naturlig med scenarienes antatte realiteter knyttet til ulike gradsmål. Dette fører til at leserne sitter igjen med ferske inntrykk fra den siste historiens påstander, noe som kom veldig tydelig frem hos den eldre respondentgruppen. Nesten alle i gruppen anså Historie 3 som den mest virkningsfulle, noe som kan være et resultat av historiens overlegne dramatiske effekt, men også plasseringen i faktaarkets helhet. Et element ved faktaarket som gjenspeiler tekstenes dramaturgiske oppbygging, er bildene som komplimenterer hver historie. Illustrasjonene er enkle, med tydelig utvikling i fargene som gradvis blir mørkere. Hvis man ser nærmere på detaljene i illustrasjonene, kan man også oppdage at de gjenspeiler den negative utviklingen i de forskjellige scenarioene, hvorav den siste illustrasjonen inneholder et klart høyere havnivå, ødelagte bygninger, og mer luftforurensning. Likevel var det ingen av informantene som ved første gjennomlesning la særlig merke til de tilhørende illustrasjonene. De ble snarere oppfattet som noe som skulle bryte opp tekstene for å gjøre dokumentet mer lettlest.

Dramaturgi handler vanligvis om hvordan konfliktene mellom hovedpersonene i et drama driver handlingsforløpet fremover. I faktaarket kan man si at hovedpersonene er verdens befolkning og konflikten er kampen mot global oppvarming. Ifølge den yngre fokusgruppen opplevde flere av informantene at tekstene gav assosiasjoner til å bli plassert inn i en visuell dramatisert fortelling. I historiefortelling finnes det ofte en helt, også kalt en *protagonist*. Tekstene skaper en fortelling hvor de klassiske rollene ikke er eksplisitte, men det er overlatt til leseren å definere fortellingens roller ved at leseren selv blir protagonisten. I faktaarket vil denne protagonisten være verdens befolkning som kjemper mot motstanderen. Fienden i faktaarkets fortellinger er klimakrisen. Den må løses for å motvirke problemet som har oppstått, altså den stigende temperaturen. I historiene får helten (menneskeheten) bistand fra visse hjelpere, de kan i faktaarkets forstand forstås som FNs klimapanel og Miljødirektoratet, som gir innsikt i hvilke farer fienden vil bringe. Slike roller finnes ofte i folkeeventyr og moderne fortellinger. Dette kan fortolkes inn i faktaarket til Miljødirektoratet. Ved å etablere noen slike arketyriske roller, kan man anta at leserne blir berørt, siden de selv har en rolle i dette dramaet (Propp, 1968).

### 5.10 Opplevd sjanger

Faktaarkets påstander kan kalles forskningsbasert fiksjon. FN's klimapanel beskriver en fremtidig verden som de begrunner ved å henvide til forskning. Sjangeren til faktaarket er oppsiktsvekkende, da den kombinerer fortellerstilen med et forskningsbasert grunnlag. For representantene fra Miljødirektoratet fremstod originalteksten som uvanlig, og den stakk seg ut fra den mer tradisjonelle og vitenskapelige kommunikasjonsformen i resten av klimarapporten. I ekspertintervjuet fortalte informantene fra Miljødirektoratet at de selv ble grepet av denne kommunikasjonsformen, og de så viktigheten av å fremme informasjonen i tilsvarende form i et eget faktaark. Den eldre informantgruppen oppfattet tekstene som primært informative og faktabaserte. En av informantene her beskrev sjangeren som en fagartikkel med et skjønnlitterært preg. Hun mente at fortellerformen trakk leserne inn i historienes samtid. Studentgruppen opplevde på sin side at tekstene var veldig visuelle, at de skapte en visuell film i fantasien da de leste gjennom historiene. De forskjellige synspunktene om sjangeroppfatning blant fokusgruppene er interessant, da de viser hvordan ulike aldersgrupper kan oppfatte en slik faktabasert historiefortelling forskjellig. Studentene opplevde at tekstene fikk dem til å tenke narrativt, mens den eldre gruppen leste tekstene som rent informative. Det kom også frem i samtalen med den eldre fokusgruppen at en av informantene synes tekstene var kompliserte, og krevde høy konsentrasjon under gjennomlesning. Alle studentene opplevde derimot tekstene som lettlesle, og fant dem samlende og oversiktlige.

### 5.11 Viktigste funn

Det viktigste funnet i studien var at begge fokusgruppene delte seg mellom de som responderte med avmakt og håpløshetsfølelse, og de som responderte med økt motivasjon, altså to helt ulike responser på den retoriske ytringen. Denne variasjonen i hvordan respondentene reagerte på informasjonen som kom frem i faktaarket var altså ikke kun basert på generasjonen de tilhørte, men varierte også på tvers av informantgruppene. Den tydeligste forskjellen kom frem via informantenes tidligere klimaengasjement. De respondentene som hadde vært opptatt av klimaendringene lengst, uttrykte mest avmakt overfor hele situasjonen. Dette kom frem i begge gruppene. Disse respondentene uttrykte at de allerede hadde «gitt opp» da de følte en maktesløshet overfor hele situasjonen, noe som ble forsterket av tekstenes scenarier. For dem beviste tekstene at det allerede var for sent å reversere klimaendringene, og de fortalte om en sterk frustrasjon over at klimaendringene fortsatt var et så stort problem.

De mente det burde skjedd en bærekraftig endring på verdensbasis for lenge siden. De informantene som uttrykte sterkest optimisme og motivasjon, var de som i senere tid hadde opplevd et stigende personlig engasjement for å motvirke klimaendringene. Faktaarket trigget motivasjonen hos disse informantene da de så en stadig økt bevissthet rundt klima i mediene og i samfunnet. Motivasjonen var altså et resultat av at de så en endring i samfunnet og en stigende klimabevissthet. De håpet at dette engasjementet ville fortsette å utvikle seg fremover, og oppfattet Historie 1 og 2 som bekreftelser på at det fortsatt var mulig å reversere endringene.

Generasjonsforskjellene mellom informantgruppene gikk i hovedsak ut på hvilken del av historiene som gjorde mest inntrykk, hvem de følte omsorg for og hvordan de leste faktaarket. Informantene i den eldre gruppen opplevde tekstene som emosjonelt inntrykksfulle, men samtidig veldig informative. Det var historienes helhet, deres patos og dramaturgiske utvikling som gjorde mest inntrykk, og som skapte refleksjoner i etterkant. Disse refleksjonene var særlig knyttet til neste generasjon. I studentgruppen kom det frem at informantene opplevde tekstene som en visuell film som utspant seg i fantasien. Likevel var det visse fakta-påstander som gjorde mest inntrykk i etterkant, noe som kan forklares som en logos-effekt. Det å presentere fakta som premisser i en implisitt argumentasjon er en effektiv måte å bruke denne appellformen. For studentene ble fakta-påstandenes realitet forsterket ved at den narrative formen førte faktaene inn i fortellingenes virkelighet. Ved å presentere informasjonen som en fortelling som leserne kunne identifisere seg med, engasjerte tekstene de unge respondentene emosjonelt. Dette betyr at selve prosessen ved å ta til seg informasjonen som kom frem i faktaarket, var annerledes hos studentene enn i den eldre informantgruppen. At studentene oppfattet informasjonen som en film de selv ble plassert inn i, skjedde på grunn av at tekstene er skrevet i presens og er veldig visuelle i sine utmalinger av fremtiden. Studentene assosierte med en gang tekstene med filmsjangeren, men i refleksjonsfasen etterpå, var det påstandene om fremtiden som gav mest inntrykk. Den eldre informantgruppen derimot opplevde ikke filmreferansen på samme måte, og trakk derfor ikke de samme konklusjonene om hvilke aspekter ved tekstene som var mest virkningsfulle. En forklaring på at studentene reagerte sterkest på fakta-påstandene i tekstene, kan også være fordi de er påstander om en fremtid de muligens selv vil oppleve.

En annen tydelig forskjell mellom de to informantgruppene var hvem de rettet sin omtanke mot. Informantene i den eldre gruppen uttrykte omsorg for sine barn og barnebarn. Deres inntrykk av tekstene var lenket til en bekymring overfor deres etterkommere og fremtidige

generasjoner. Dette er naturlig, siden de selv mest sannsynlig ikke vil være i live i år 2100, og påstandenes realiteter vil derfor ikke ramme dem. I studentgruppen uttrykte informantene derimot omtanke for mennesker som lever i mer utsatte land. De opplevde en frustrasjon over at det er de mindre heldige som må oppleve de verste konsekvensene av den globale oppvarmingen. Samtidig var det én informant i studentgruppen som uttrykte bekymring for fremtidige generasjoner, og på grunn av dette ikke ønsket å sette barn ut i en verden som tilsynelatende hadde forferdelige fremtidsutsikter.

### 5.12 Refleksjoner knyttet til sosialpsykologi og kognitive prosesser

Innen sosialpsykologien ser man på mennesket som et sosialt dyr, der andre menneskers nærvær påvirker atferd, oppmerksomhet og prestasjonsevne (Stoknes, 2017, s. 120). Hvis man ferdes i miljøer som er opptatt av klima, vil man selv få en tendens til å være åpen for den type informasjon. Alle informantene tilhørte grupper som i varierende grad hadde et fokus på klima og miljø. Både de eldre informantene og studentgruppen fortalte at de ble påvirket av samfunnet rundt seg via jobb og venner. For informant H var vegetarmat noe han tidligere hadde latterliggjort, men i senere tid hadde påvirkning fra venner fått han til å foretrekke det. De andre informantene oppga arbeidsplassen, politisk ståsted, familie og sosiale relasjoner som vesentlige bidragsyttere til deres nåværende klimaengasjement. Som nevnt tidligere, opplevde likevel flere av informantene avmakt i forhold til hva de kan bidra med som enkeltmennesker.

Per Espen Stoknes (2017, s. 123) mener det er fem psykologiske forsvarsbarrierer som kan sammenfatte årsakene til at mange mennesker ikke tar til seg alvorligheten i global oppvarming, og dermed forhindrer klimahandling. Den første forsvarsbarrieren er distanse, og at mennesker i Norge per nå, ikke opplever klimaendringene som aktuelle og truende for egne liv. På denne måten er saken fremdeles fjern for de fleste. Dette kom særlig frem i samtalen med studentgruppen, hvor informant J fortalte at hun synes det var vanskelig å fullt dedikere seg til saken når hun ikke personlig opplevde konsekvenser av klimaendringene. «Vi føler det ikke på kroppen, så vi tar det ikke til oss». Den andre forsvarsbarrieren er ifølge Stoknes, ideen om en slags dommedag som følge av klimaendringene. Spådommer om katastrofer, tap og en ulevelig verden blir så intenst for mange at de heller velger å ta avstand. Informant G i studentgruppen tok selv opp begrepet dommedag ved å referere til at faktaarket beskriver konsekvensene til temperaturøkningen med et globalt perspektiv. På denne måten ble informasjonen veldig overveldende, noe som igjen kan føre til en følelse av avmakt for hele

situasjonen. Den tredje forsvarsbarrieren er dissonans, som handler om at det man vet strider mot det man gjør. I den eldre informantgruppen fortalte informant A at selv om hun var klar over alvorligheten til klimaendringen, synes hun det var vanskelig å gjøre en helomvending på livsstilen sin. Hun fortalte videre at hun ikke klarte å la være å gjøre ting hun ikke burde, og uttrykte et behov for at samfunnet var nødt til å tilrettelegge for at hun skulle klare å leve mer miljøvennlig. Den fjerde forsvarsbarrieren er benektelse, som springer ut fra selvforsvar (Stoknes, 2017, s. 124). Mennesker vil ikke gi opp goder for en sak de ikke føler seg direkte påvirket av. Ingen av respondentene i fokusgruppene benektet klimaendringene, men det var tydelig at flere følte at deres rolle som enkeltmenneske i dette verdensomfattende temaet var nokså irrelevant for det store bildet. Den femte og siste forsvarsbarrieren er ifølge Stoknes (2017, s. 124) identitet. At mennesker filtrerer nyheter gjennom sin yrkesmessige og kulturelle identitet og at vi ser etter informasjon som bekrefter våre personlige og politiske verdier, kalles også for motivated reasoning (Kunda, 1990). I fokusgruppene var det ingen av deltakerne som hadde en jobb eller assosierte seg med miljøer som var motstridende til klimasaken. Informant C i den eldre fokusgruppen forklarte at hans engasjement for klima kom via hans politiske ståsted. Informant D i samme informantgruppe jobbet i en bedrift med et høyt klimafokus, han opplevde at klimaendringene var en reell fare som det var for sent å reversere. Denne overbevisningen argumenterte han for ved å henvise til sin stilling som ansatt i en bedrift med et slikt fokus. I studentgruppen, opplevde informant L at hennes engasjement om klimasaken var et resultat av å vokse opp i en familie hvor dette var i fokus. Noe som kom tydelig frem i studentgruppen, var at flere av informantene hadde blitt mer opptatte av klima de siste årene gjennom påvirkning fra venner og fra sin sosiale situasjon. Stoknes (2017, s. 60) er også opptatt av at mangelen på miljø-engasjement kan knyttes til hvordan hjernen bearbejder nye opplysninger. Kognisjon handler om hvordan hjernen tenker og prosesserer informasjon. Ifølge Stoknes (2017, s. 60) utforsker kognitive psykologer hvordan mennesker vurderer tilgjengelig informasjon for å skape egne meninger og fatte beslutninger. Informant K i studentgruppen opplevde at kommunikasjonsformen i faktaarket hadde større virkning på henne enn annen informasjon om klima som hun vanligvis ble eksponert for. Ofte er utviklingen i den globale oppvarmingen kommunisert via grafer, statistikker og prosentandeler. I følge Stoknes (2017, s. 65) presenteres klimasaken ved dette som noe fjernt, vagt og abstrakt for mange, da mange mennesker ikke er vant til å forholde seg til denne kommunikasjonsformen. Han mener at det er en vanskelig oppgave å skape personlig engasjement for fakta om klima når det er kommunisert via en typisk vitenskapelig



kommunikasjonsform. Kommunikasjonen må tilpasses hvordan vi kognitivt oppfatter risiko og danner oss holdninger og meninger. I følge Stoknes (2017, s. 192) har mennesker alltid skapt mening i livet gjennom fortellinger. Fortellinger er en type kommunikasjon mennesker blir eksponert for gjennom hele livet, via bøker, film, ekte og fiksjonelle historiefortellinger. Faktaarket til Miljødirektoratet er skrevet som tre fortellinger, og informantene i studentgruppen fortalte at de opplevde gjennomlesningen som en visuell film i tankene. Dette var en kommunikasjonsmetode som plasserte dem selv inn i historien, også ved hjelp av tempusformen som var valgt, nemlig presens.

## 6.0 Konklusjon

### 6.1 Problemstillingen

Problemstillingen til denne studien var todelt, og formulert følgende: Hvilke retoriske strategier benytter Miljødirektoratet seg av i faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100», og hvordan virker disse på aktuelle mottakergrupper?

Mottakergruppen ble definert svært bredt av Miljødirektoratet under ekspertintervju, som alle som hadde en interesse for temaet. Hovedmålet til oppgaven har vært å belyse visse sider i forholdet mellom språkbruk og effekt, mer spesifikt å undersøke effekten av bestemte retoriske strategier innenfor klimakommunikasjon.

### 6.2 Faktaarkets retoriske strategier

Avsenders hensikt bak publiseringen var å tilgjengeliggjøre informasjon fra FNs klimapanelers spesialrapport for beslutningstakere og alle andre som har en interesse for temaet.

Kommunikasjonsmetoden brukt i faktaarket til Miljødirektoratet er ganske spesiell, sett som statlig kommunikasjon i det offentlige rom. Faktaarket bæres, på grunn av sin avsender, av en sterkt innledende etos, som i den aktuelle retoriske situasjonen forsterker arkets bruk av logos og patos. Det enkle og informative språket, satt sammen med den dramaturgiske utviklingen i tekstene og illustrasjonene, bidrar til en visuell og lett mottakelig presentasjon av tre mulige fremtider verden står overfor. Til sammen skaper dette en appellerende og overbevisende kommunikasjonsform, der leseren blir satt inn i fortellingens virkeligheter, iscenesatt gjennom illustrasjoner, patos og logos hånd i hånd. Den implisitte argumentasjonen i faktaarket er egnet til å mobilisere leseren som aktiv fortolker av tekstenes budskap: Hvis ikke den globale oppvarmingen blir begrenset, vil det ha alvorlige konsekvenser for verden slik vi kjenner den i dag. Ved å benytte seg av en økende dramaturgisk effekt, kombinert med bruken av en presensform som aktualiserer tre framtidsscenarioer, klarer avsenderen å sette leseren inn i tekstenes og historienes virkelighet.

### 6.3 Effekten på mottakerne

I fokusgruppeintervjuene kom det frem at faktaarket hadde varierende påvirkningskraft på leserne på bakgrunn av to forhold; deres aldersgruppe og deres tidligere engasjement for klima. En felles oppfattelse blant alle informantene var at de anså tekstene som reelle scenarier, og de opplevde avsender som troverdig. Faktaarket ble publisert på et aktuelt tidspunkt, da FNs klimapanelts rapport fikk høy mediedekning. Informantene forstod tekstene som et varsko-tegn, om at hvis ikke verden gjør en atferdsmessig helomvending så snart som mulig, vil vi oppleve svært alvorlige konsekvenser. En følelse av avmakt som enkeltmennesker kom frem i begge gruppene. De synes det var vanskelig å ta personlige grep når de ikke så en tydelig endring i den overordnede politikken. Denne effekten var ikke intendert fra avsenders side, og kan trolig knyttes til at mulighetene for å påvirke den skremmende utviklingen ikke er tydelig signalisert i dokumentet. En konsekvens av de dramaturgiske valg som er tatt, er at arket skaper sterkt inntrykk emosjonelt, men at dette inntrykket har en tendens til å lamme leseren i stedet for å motivere.

Med faktaarket lykkes Miljødirektoratet i å vekke lesernes følelser, og informere om alvorligheten i klimaendringene. Likevel er effekten av dette varierende, hovedsakelig mellom de to gruppene som enten følte motivasjon eller demotivasjon etter gjennomlesning. Selv de informantene som følte avmakt, og mente at deres egne individuelle handlinger ikke hadde noen verdi, ble for øvrig vekket av informasjonen ved å se alvorligheten i temaet. Det kom også frem at de informantene som hadde vært lengst engasjert i klimasaken, følte seg mest demotivert etter gjennomlesning av faktaarket. Dette var fordi de hadde vært engasjert så lenge, og over tid gradvis gitt opp håpet, slik at de nå var overbevist om at det allerede var for sent å reversere temperaturstigningene. Av de som ikke allerede var veldig engasjert i klimasaken, fortalte informanter i den eldre gruppen at selv om de følte avmakt personlig, ville de prioriterte klimavennlig politikk ved fremtidige urnevalg. Dette er en annen form for handling, som betyr at selv om faktaarket ikke påvirket dem til et ønske om direkte endring i livsstil, så kan det ha vekket informantene politisk, noe som også er en viktig effekt. At faktaarket påvirket så forskjellig viser at det er vanskelig å styre effekten av patos, og hvilke følelser eller handlinger det leder til. Derfor er det diskutabelt om den retoriske ytringen var virkningsfullt eller ikke for en del av målgruppen.

Et tydelig skille mellom generasjonene kom frem i informantenes omsorg og ansvarsfølelse. Den eldre gruppen følte omsorg for sine barn og for fremtidige generasjoner, mens studentgruppen uttrykte mest bekymring for befolkninger i mer utsatte land. Dette kan komme

av at ingen av studentene selv hadde etablert familie, og derfor fokuserte de den omsorgen over på mer utsatte folkegrupper. Et annet skille kom frem i hvordan informantene oppfattet tekstene, og hvilke inntrykk de satt igjen med. Studentene opplevde de fortellende tekstene som veldig visuelle, samtidig som de fortalte at det var tekstenes fakta-påstander som gjorde sterkest inntrykk. Informantene i den eldre gruppen opplevde historiene som helhet, deres helhetlige budskap, som det mest inntrykksfulle. Dette kan komme av at studentene selv vil oppleve påstandenes virkelighet i fremtiden, dersom den globale oppvarmingen fortsetter i samme tempo som i dag. De eldre informantene opplevde derimot historiene i sin helhet som en mer generell, dyster mulig fremtid for sine barn og etterkommere.

#### 6.4 Forklaringer knyttet til sosialpsykologi

For å belyse mulige årsaker til disse ulikhetene i hvordan informantene opplevde effekten av faktaarket, tilbyr sosialpsykologien noen aktuelle synsmåter. Dette punktet inngår ikke i studiens forskningsspørsmål, men er en relevant tematikk for drøfting av studiens funn. I sosialpsykologien ser man på mennesker som sosiale dyr, og man undersøker hvordan andre menneskers nærvær kan påvirke atferd og holdninger. Alle informantene opplevde at det var et økende fokus på klimatrusselen i deres sosiale omgivelser. Hvis man tilhører et miljø som er opptatt av klima, vil det være mer sannsynlig at man selv adopterer denne atferden. I drøftingskapittelet ble det presentert fem psykologiske forsvarsbarrierer som kan forhindre klimahandling hos mennesker. Disse var distanse, en dommedagsfølelse, dissonans, benektelse og identitet. Barrierene kan være grunnen til at mange mennesker synes det er vanskelig å adoptere en mer bærekraftig livsstil. Et annet aspekt er knyttet til det kognitive. Informasjon om klima er ofte kommunisert med grafer og statistikk. Dette er ikke informasjonsformer som folk flest er særlig vant med å prosessere. Det kan medføre at denne kommunikasjonsmetoden ikke gjør inntrykk, og dermed ikke fører til en endring i atferd. Fortellinger er derimot noe mange mennesker er vant til å høre fra barndommen av. Denne kommunikasjonsmetoden kan derfor være mer hensiktsmessig, også ved at den tillater leseren å sette seg selv inn i historienes virkelighet.

#### 6.5 Betydning for praksisfeltet

Funnene i denne studien, ikke minst de som dreier seg om variasjonene i informantenes oppfattelse av faktaarket, kan være nyttige for de som er aktive aktører innenfor klimakommunikasjon. Studien viser at når man skal kommunisere et komplisert, og for

mange distansert tema, er det avgjørende at mottakerne har troverdighet til avsender som en udiskutabel pålitelig informasjonskilde. Studien har også vist at bruken av historiefortelling, kombinert med en implisitt argumentasjonsform der mottakeren må selv være en aktiv fortolker, kan være effektivt innenfor klimakommunikasjon. Denne kommunikasjonsmetoden kan motivere og engasjere leseren ved at de selv tar en delaktig rolle i historiene.

En utfordring innen klimakommunikasjon er at mange føler en distanse til temaet, fordi de ikke møter store utfordringer i sitt dagligliv. Samtidig er det vanskelig å se sin egen betydning i det store bildet, fordi saken virker for omfattende for et enkeltmenneske å ta tak i. Derfor er det mange som føler avmakt når det gjelder å kunne gjøre en endring selv. Det kom frem i informantgruppene at flere følte det var ikke var hensiktsmessig å leve bærekraftig når de ikke så en drastisk endring i den overordnede politikken. Fra dette kan man anta at det vil være virkningsfullt å kommunisere om klima på en måte som gjør at folk føler de faktisk har en innvirkning, og at de bærekraftige valgene de tar ikke er forgjeves. Her er det mulig at faktaarket kommer til kort, i møtet med mange lesere. Dette kan knyttes til at muligheten for å gjøre en positiv endring ikke er synlig i faktaarket, det må leseren slutte seg til selv. En lærdom fra studien som kan være aktuelt for praksisfeltet, er viktigheten i å få til en riktig balanse mellom frykt og håp, mellom å peke på farlige konsekvenser og å vise til at det likevel nytter å bidra. I faktaarket til Miljødirektoratet var ikke denne balansen helt på plass, da mange av informantene etter gjennomlesning følte avmakt som enkeltmennesker, i det å ha mulighet til å selv utgjøre en forskjell.

## 6.6 Studiens begrensninger

Denne studien har noen begrensninger, ikke minst styrt av dens omfang og tidsramme. Fokusgruppene besto av til sammen tolv personer. Dette kan ikke regnes som et representativt utvalg av målgruppen, som ifølge representantene fra Miljødirektoratet var alle som hadde en generell interesse for temaet. I studentgruppen var det også et par informanter som hadde kjennskap til meg fra før, noe som har kunnet påvirke samtalen. Det var også et dilemma at informantene meddelte at de ikke hadde lest faktaarket fra tidligere av, så selve lesesituasjonen var noe unaturlig. Mest sannsynlig hadde informantene aldri lest dette faktaarket hvis det ikke var for at jeg utførte denne studien. Dette kan henge sammen med at faktaarket ikke var blitt gjort tilgjengelig på plattformer som informantene aktivt oppsøkte, noe som kan være et tankekors for avsender i denne situasjonen.

## 6.7 Videre forskning

Gjennom denne studien har jeg erfart at det er et behov for mer forskning på klimakommunikasjon, og særlig på hvordan man mest effektivt kan påvirke og overbevise om et tema som virker viktig, men samtidig helt distansert for mange. Denne studien analyserte faktaarkets påvirkningskraft på et lite utvalg av målgruppen. Det hadde vært interessant å undersøke hvordan faktaarket påvirker andre mottakergrupper, spesielt den gruppen mennesker som er benektende av menneskeskapte klimaendringer. Det analyserte faktaarket tilhørte for øvrig en «pakke» med langt flere faktaark, som alle forenklet og trakk frem de viktigste funnene i spesialrapporten til FNs klimapanel. Det hadde vært veldig spennende å undersøke hvordan de øvrige faktaarkene virker retorisk, og dermed få bedre innsikt i hvordan pakken som helhet var egnet til å påvirke sin brede målgruppe.

## Litteraturliste

- Aasen, M. (2017) The polarization of public concern about climate change in Norway, *Climate Policy*, 17:2, 213-230, DOI: 10.1080/14693062.2015.1094727
- Aristoteles (2007) *On Rhetoric. A Theory of Civic Discourse*. 2. utg. Oversatt av George A. Kennedy. New York: Oxford University Press, Inc.
- Arnslett, A. Bjørnæs, C. & Lannoo, E. (2018) Effektiv klimakommunikasjon – Trender og fakta 2018. *Cicero: Centre for International Climate Reserach*. Publisert 10. august 2018. Sett 5. april 2019. Hentet fra: <https://cicero.oslo.no/en/publications/internal/2876>
- Bakken, J. (2014) *Retorikk i skolen*. 2. utgave. Oslo: Universitetsforlaget.
- Berg, B. (2007) An Introduction to Content Analysis. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, 238-267. 7<sup>th</sup> edition. Boston: Allyn and Bacon. Sett: 29. mars 2019. Hentet fra: <https://sisis.rz.htw-berlin.de/inh2012/12424693.pdf>
- Berge, K.L. (2001) Genre som sosial handling. *Rhetorica Scandinavica* 2001/18: 19 - 35. Retorikkforlaget. Publisert 1. juni 2001. Sett: 5. mai 2019. Hentet fra: <https://www.retorikforlaget.se/genre-som-sosial-handling/>
- Bitzer, L.F. (1968) *The rhetorical situation: Philosophy and rhetoric*. 1 – 14. Volume 1. Hentet fra: [http://www.arts.uwaterloo.ca/~raha/309CWeb/Bitzer\(1968\).pdf](http://www.arts.uwaterloo.ca/~raha/309CWeb/Bitzer(1968).pdf)
- Bjørklund, O. (2005) Fokusgruppe – Noen metodiske betraktninger. *Økonomisk Fiskeriforskning*. Årgang 15. Nr. 2005. Sett: 29. april 2019. Hentet fra: <https://www.nofima.no/filearchive/Oddrun%20Bjorklund.pdf>
- Bryman, A. (2012) *Social Research Methods*. 4.utg. New York: Oxford University Press.
- Chouliaraki, L. (2010) Post-humanitarianism: humanitarian communication beyond a politics of pity. *International journal of cultural studies*, 13 (2). 107-126. ISSN 1367-8779. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1367877909356720>
- Dahlum, S. & Wæhle, E. (2018) Case studie. *Store Norske Leksikon*. Oppdatert 20. april 2018. Sett 15. april 2019. Hentet fra: <https://snl.no/case-studie>
- De nasjonale forskningsetiske komiteer (2010) *Veiledning for forskningsetisk og vitenskapelig vurdering av kvalitative forskningsprosjekt innen medisin og helsefag*. Oppdatert 15. januar 2010. Sett 23. mars 2019. Hentet fra: <https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/medisin-og-helse/kvalitativ-forskning/1-kvalitative-og-kvantitative-forskningsmetoder--likheter-og-forskjeller/>
- Fangen, K. (2015) Kvalitativ metode. *De nasjonale forskningsetiske komiteene*. Publisert: 17. juni 2015. Sett: 30. april 2019. Hentet fra: <https://www.etikkom.no/fbib/introduksjon/metoder-og-tilnarminger/kvalitativ-metode/>
- Grue, J. (2018) Topos. *Store Norske Leksikon*, oppdatert 22. mai 2018. Sett 20 januar 2019. Universitetet i Oslo. Hentet fra: <https://snl.no/topos>

Händler Svendsen, L.F & Grue, J. (2019) Retorikk. *Store Norske Leksikon*. Oppdatert 9. april 2019, Sett 20 januar 2019. Hentet fra: <https://snl.no/retorikk>

Ihlen, Ø. (2013) *PR og strategisk kommunikasjon: Teorier og fagidentitet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Jensen, T.A & Tørdal, R.M (2018) Dramaturgiske modeller og virkemidler. *Nasjonal Digital Læringsarena*. Oppdatert 7. mai 2018. Sett 15. februar 2019.

Hentet fra:

<https://ndla.no/subjects/subject:1/topic:1:186479/topic:1:186487/resource:1:159249>

Johannessen, L.E.F. Rasmussen, E.B & Rafoss, T.W. (2018) *Hvordan bruke teori? Nyttige verktøy i kvalitativ analyse*. Oslo: Universitetsforlaget.

Khandkar, S.H. (2009). *Open coding*. Sett: 30. april 2019. Hentet fra:

<http://pages.cpsc.ucalgary.ca/~saul/wiki/uploads/CPSC681/open-coding.pdf>

Kjeldsen, J.El (2016) *Retorikk i vår tid: En innføring i moderne retorisk teori*. Scandinavian Academic Press.

Kristiansen, T. (2017) Nordmenn på flytoppen i Europa. Artikkel på nettsiden til *Framtiden i våre hender*. Publisert 21. februar 2017. Sett 4. mai 2019. Hentet fra:

<https://www.framtiden.no/aktuelt/transport/nordmenn-pa-flytoppen-i-europa.html>

Kunda, Z. (1990) *The case for motivated reasoning*. *Psychological Bulletin*. 108 (3): 480–498. DOI:10.1037/0033-2909.108.3.480.

M-1108. Faktaark fra Miljødirektoratet (2018) *Lær mer om FNs klimapanelers spesialrapport om 1,5 grader*. Publisert 27. september 2018. Sett 3. mars 2019. Hentet fra:

<https://www.miljodirektoratet.no/publikasjoner/2018/september-2018/lar-mer-om-fns-klimapanelers-spesialrapport-om-15-c/>

M-1118. Faktaark fra Miljødirektoratet (2018) *Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100*. Publisert 8. oktober 2018. Oppdatert 16. oktober 2018. Sett 8. oktober 2018.

Hentet fra: <http://www.miljodirektoratet.no/no/publikasjoner/2018/Oktober-2018/Tre-forskjellige-historier-om-en-varmere-verden-mot-2100/>

Maio, G.R. Haddock, G. & Verplanken, B. (2019). *The psychology of attitude and attitude change*. 3<sup>rd</sup> edition. London: Sage Publications Ltd.

Miljødirektoratet (2018) *FNs klimapanel: Klimagassutslippene må reduseres med om lag 45 prosent innen 2030*. Publisert 8. oktober 2018. Sett 14. januar 2019. Hentet fra:

<http://www.miljodirektoratet.no/no/Nyheter/Nyheter/2018/Oktober-2018/FNs-klimapanel-Klimagassutslippene-ma-reduseres-med-om-lag-45-prosent-innen-2030/>

Miljødirektoratet (2019) *Om Miljødirektoratet*. Sett 26. mars 2019. Hentet fra:

<https://www.miljodirektoratet.no/om-oss/>

National Academy of Sciences (2014) *Climate Change: Evidence and Causes*. *The National Academies Press*. Washington, DC. Hentet fra: <https://doi.org/10.17226/18730>.



- Propp, V. (1968) Morphology of the Folktale. *American Folklore Society Bibliographical and Special Series*. Volume 9. Revised Edition. Austin: University of Texas Press.
- Rivelsrud, D. (2019) Fortelling. *Fagsider: Norsk sjangerlære*. Sett: 2. mai 2019. Hentet fra: <https://www.skoleweb.net/fagsider-norsk-sjangerlaere-fortelling>
- Ryen, A. (2017) Det kvalitative intervjuet: Fra vitenskapsteori til feltarbeid. 5. opplag. Bergen: Fagbokforlaget
- Sage Research Methods (2019) *Data Analysis and Interpretation*. Sett 15. April 2019. Hentet fra: <https://methods.sagepub.com/project-planner/data-analysis-and-interpretation>
- Silverman, D. (2016) *Qualitative Research: Edited by David Silverman*. 4<sup>th</sup> edition. London SAGE Publications Ltd.
- Stoknes, P.E (2017) *Det vi tenker på når vi prøver å ikke tenke på global oppvarming*. 1.opplag 2017. Oslo: Tiden Norsk Forlag.
- Svartdal, F. (2018) Sosialpsykologi. *Store Norske Leksikon*. Oppdatert 14. september 2018. Sett 19 januar 2019. Hentet fra: <https://snl.no/sosialpsykologi>
- Svennevig, J. (2009) *Språklig samhandling. Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse*. Oslo: Cappelen Akademisk
- Teigen, K.H & Svartdal, F. (2018) Kognitiv psykologi. *Store Norske Leksikon*. Oppdatert 9. september 2018. Sett 25 januar 2019. Hentet fra: [https://snl.no/kognitiv\\_psykologi](https://snl.no/kognitiv_psykologi)
- Torgersen, E. (2018) FNs klimarapport om 1,5-gradersmålet. *Forskning.no*. Publisert 9. oktober 2018. Sett 18 februar 2019. Hentet fra: <https://forskning.no/miljopolitikk-naturvern-klima/fns-klimarapport-om-15-gradersmalet--det-er-viktig-a-ha-et-mal-selv-om-svaert-fa-tror-at-det-er-mulig-a-na-det/1247278>
- Weart, S. (2017) The Discovery of Global Warming; *The Public and Climate Change: Suspicions of a Human-Caused Greenhouse* (1956-1969). Sett 5. mars 2019. Hentet fra: <https://history.aip.org/climate/index.htm#L000>
- Wibeck, V. (2000). *Fokusgrupper – Om fokuserande gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Sverige: Studentlitteratur
- Østbye, H. Knapskog, K. Helland, K. & Larsen, L.O (2007) *Metodebok for mediefag*. 3.utg. Bergen: Fagbokforlaget.
- Østbye, H. Knapskog, K. Helland, K. & Larsen, L.O (2013) *Metodebok for mediefag*. 4.utg. Bergen: Fagbokforlaget

## Vedlegg 1

### Intervjuguide fokusgruppe

Intervjuguiden er oppdelt i temaer, for at samtalen skal ha en naturlig progresjon og skape rom for refleksjon uten altfor spesifikke føringer.

*Fokusgruppeintervju:* Hvordan påvirker dokumentet målgruppen?

*Materiale:* Faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» danner grunnlag for intervjuet.

- 1) Utgangspunkt: Tidligere engasjement
  - Hva vet dere global oppvarming?
  - Hvor kommer denne kunnskapen fra?
- 2) Tilknytning og troverdighet til Miljødirektoratet
  - Hvem oppfatter dere som avsender?
  - Er avsenderen troverdig?
- 3) Førsteintrykk etter gjennomgang
  - Hva oppfatter dere som hensikten bak dokumentet?
- 4) Hvilken del gav mest inntrykk og hvorfor?
- 5) Forståelse av dokumentet
- 6) Hvilke tanker satt du igjen med i etterkant?
- 7) Hvilken sjanger oppfattet dere faktaarket som?
  - Likner dette på noe dere har sett/lest før?
  - Skiller det seg ut fra tidligere informasjon om klima?
  - På hvilken måte skiller det seg ut?
- 8) Eventuelle endringer i livsstil: kortsiktig og langsiktig
- 9) Kunne noe vært gjort annerledes, for å påvirke deg annerledes?

## Vedlegg 2

### Intervjuguide Miljødirektoratet

Intervjuguiden er oppdelt i temaer, for at samtalen skal ha en naturlig progresjon og skape rom for refleksjon uten altfor spesifikke føringer.

*Materiale:* Faktaarket «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100» danner grunnlag for intervjuet.

1) Hensikt bak dokument og publisering

-Hvorfor bruker dere bilder slik dere gjør?

-Hvorfor valgte dere et sånt nøkternt språk?

-Hvorfor skriver dere i presens?

-Hvorfor påpeker dere ikke konkrete handlingsalternativer?

2) Målgruppe

3) Spredning av faktaark: Sosiale og tradisjonelle medier

4) Premisser: Praktiske, politiske, ideologiske

5) Erfaring fra lignende publisert materiale

6) Tilbakemeldinger fra målgruppene

7) Evaluering

## Vedlegg 3

### Godkjenning fra NSD

#### NSD Personvern

05.02.2019 14:12

Det innsendte meldeskjemaet med referansekode 555700 er nå vurdert av NSD.

Følgende vurdering er gitt:

Det er vår vurdering at behandlingen av personopplysninger i prosjektet vil være i samsvar med personvernlovgivningen så fremt den gjennomføres i tråd med det som er dokumentert i meldeskjemaet med vedlegg 5.2.2019. Behandlingen kan starte.

#### MELD ENDRINGER

Dersom behandlingen av personopplysninger endrer seg, kan det være nødvendig å melde dette til NSD ved å oppdatere meldeskjemaet. På våre nettsider informerer vi om hvilke endringer som må meldes. Vent på svar før endringer gjennomføres.

#### TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 2.12.2019.

#### LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake. Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

#### PERSONVERNPRINSIPPER

NSD vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om

- lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke behandles til nye, uforenlige formål
- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet
- lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lenger enn nødvendig for å oppfylle formålet

#### DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: åpenhet (art. 12), informasjon (art. 13), innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18), underretning (art. 19), dataportabilitet (art. 20).

NSD vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

#### FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1 f) og sikkerhet (art. 32).

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og/eller rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

#### OPPFØLGING AV PROSJEKTET

NSD vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

Kontaktperson hos NSD: Lasse Raa

Tlf. personverntjenester: 55 58 21 17 (tast 1)

## Vedlegg 4

### Faktaark «Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100»



MILJØ-  
DIREKTORATET

FAKTAARK  
M-1118|2018



## Tre forskjellige historier om en varmere verden mot 2100

Hvordan vil global oppvarmingen utvikle seg? Og hva vil det bety for livet på jorda? Hvilke konsekvenser vil våre tids handlinger ha for menneskelig liv og biologisk mangfold i framtiden? Faktaarket presenterer tre ulike fortellinger om en varmere verden fram mot 2100. Fortellingene er kun ment som en illustrasjon av mulige scenarioer avhengig av ulike veivalg.

Teksten er basert på Cross-Chapter Box 8 i kapittel 3 av FNs klimapanelers spesialrapport om global oppvarming på 1,5 grader. Miljødirektoratet har oversatt teksten og forenklet den noe. For større grad av presisjon bør originalteksten til FNs klimapanel brukes.

# Historie 1:

## Oppvarmingen stabiliseres på 1,5 grader i 2100

**I 2020 støtter det internasjonale samfunnet enstemmig de ambisiøse målene i Parisavtalen og betydelige utslippsreduksjoner fører til at den globale oppvarmingen begrenses til 1,5°C i år 2100.**

### Hva skjer i verden fram til 2100?

Alle verdensregioner bidrar til raske og store utslippskutt nasjonalt, regionalt og lokalt. I transportsektoren blir fossile biler i stor grad erstattet av elektriske, og i 2025 selges flere elbiler enn biler med forbrenningsmotor. En rekke storskala anlegg for karbonfangst og -lagring er bygget og utprøvd i 2020-årene.

Konkurransen om landarealene mellom matproduksjon, dyrking av bioenergvekster og bevaring av biologisk mangfold er redusert ved å produsere bioenergi med tilhørende karbonfangst og -lagring fra landbruksavfall og tang- og tareanlegg.

I en rekke land er landbruket mer effektivt gjennom god planlegging, og matsvinn er drastisk redusert. Dette fører til at mange naturlige økosystemer forblir i en relativ god tilstand, selv om forflyttingen av arter mot områder med mer egnet klima på høyere breddegrader og høyder resulterer i omfattende endringer i biologisk mangfold i mange regioner. Økosystemer i tropiske kystområder, i fjell- og i arktiske områder er særlig berørt. Forekomst av nye økosystemer, skadedyr og sykdommer skaper nye utfordringer for ressursforvaltningen ettersom artene forflytter seg til nye områder.

Tiltak for å bevare naturmangfold, som etablering av korridorer slik at arter og økosystemer kan bevege seg, er vanlig praksis. Store områder blir gjenplantet med skog og kjøttprisene blir økt for å redusere kjøttforbruket.

### Hvordan er verden i 2100?

I 2100 er den globale temperaturen i snitt 0,5°C varmere enn i 2018. I løpet av århundret opplevde verden bare en liten overskridelse av temperaturmålet i en kort periode før den globale temperaturen stabiliserte seg på 1,5 grader over førindustriell tid.

Hyppigere varme somre og mer intensive nedbørsperioder preger områdene mellom ekvator og polene (midlere

breddegrader). Kystsamfunn rammes oftere av flom på grunn av stigende havnivå og hyppigere episoder med intens nedbør. Noen velger å flytte og i mange tilfeller medfører økt press på byområdene. I tropiske strøk, spesielt i de største byene, opplever befolkningen oftere dødelige hetebølger, på toppen av en rekke utviklingsutfordringer og begrenset kapasitet til å håndtere katastrofene. Klimatilpasningstiltak hjelper imidlertid med å minske risikoen fra dødelige hetebølger, men manglende implementering og katastrofeberedskap begrenser effekten.

Isbreene smelter og går tilbake i de fleste fjellområder, og mindre havis i Arktis åpner for nye skips- og handelsruter. Livet på små øystater under utvikling, ved kystområder og andre lavtliggende områder er betydelig endret men mesteparten av landarealene i de fleste regionene fortsatt finnes. Fordi middelhavsregionen har blitt tørrere må det vannes oftere, med konsekvenser som lavere grunnvannsnivå i mange områder.

Amazonas har blitt rimelig godt bevart, gjennom redusert avskoging og fordi risiko for store klimaendringer som ekstrem temperatur og tørke, har blitt begrenset. Selv om enkelte klimafarer har blitt hyppigere, har tidlig implementering av klimatilpasningstiltak bidratt til å begrense skadene for de fleste. Fattige og sårbare grupper opplever derimot fortsatt høy risiko for levebrødet og livskvaliteten deres.

Sommerhavisen i Arktis har ikke helt forsvunnet, og korallrevene har delvis kommet tilbake etter en massiv tilbakegang (10–30 prosent av 2018-nivå) i begynnelsen av århundret. Jorda, riktignok varmere, er fremdeles gjenkjennelig sammenlignet med 2000-tallet, og ingen store vippepunkter er overskredet. Avlingene har holdt seg relativt stabile. Den samlede økonomiske virkningen av klimaendringene er relativt liten, men lokale tap knyttet til ekstreme værforhold forekommer.

Livskvaliteten er fortsatt nokså lik som den var i 2020.



## Historie 2: Oppvarmingen når 2 grader rundt 2050

**I 2020 enes det internasjonale samfunnet om utslippsmål for CO<sub>2</sub> og en tidsplan for netto nullutslipp gjennom Parisavtalen. Målene er imidlertid ikke tilstrekkelige for å holde temperaturøkningen under 2°C, og er langt unna det som trengs for 1,5°C.**

### Hva skjer i verden fram til 2100?

I 2020-årene blir den globale oppvarmingen høyere enn forventet, og gjennomsnittstemperaturen ligger regelmessig mer enn 1,5°C over normalen. Dødelige hetebølger rammer storbyer som Chicago, Kolkota, Beijing, Karachi og Sao Paulo. Tørke i Sør-Europa, Sør-Afrika og det vestlige Sahel, omfattende flom i Asia – alle forsterket gjennom global oppvarming – fører til økt politisk uro.

Et ekstraordinært globalt toppmøte i 2025 fastsetter vesentlig mer ambisiøse klimamål. Kostnadene for rask utfasing av fossile brensler, og tilhørende infrastruktur sammen med en rask dreining mot fornybar energi for å redusere utslipp, er mye høyere enn i historie 1, blant annet på grunn av manglende bruk av økonomiske incentiver for å få fart på omleggingen. Banebrytende nye teknologier blir avgjørende for å gjennomføre de nødvendige klimatilpasningstiltakene.

Oppvarmingen når sin topp på 2°C i midten av århundret før temperaturen begynner å synke igjen etter omfattende innføring av bioenergianlegg med karbonfangst og lagring. Bioenergiproduksjonen legger imidlertid press på areal- og vannressursene.

Fordi den globale gjennomsnittstemperaturen holder seg på 2°C over flere tiår, blir nøkkeløkosystemer som korallrev og tropiske skoger alvorlig skadet og noen steder fullstendig ødelagt. Ødeleggelsen av korallrev og betydelige tap av lokale kystøkosystemer som mangroveskoger og sjøgressenger svekker beskyttelse mot storm, vind og bølger langs kysten i tropiske og subtropiske strøk. Disse virkningene forsterkes av stadig stigende havnivå og mer intense stormer.

Behovet for store arealer til bioenergiformal, sammen med økt press på vannressursene, tvinger matprisene oppover, truer matsikkerheten og fører til sult og fattigdom. Avlingene reduseres betydelig i tropiske regioner og fører til langvarig hungersnød i noen afrikanske land. Miljø må vike for matproduksjon i de fleste land og det implementeres få tiltak for å bevare økosystemer. Mange naturlige økosystemer, spesielt i middelhavsområdet går tapt på grunn av de kombinerte effektene av klimaendringer og endring i arealbruk. Arter utryddes i høyt tempo.

### Hvordan er verden i 2100?

I 2100 har den globale oppvarmingen gått noe ned men ligger fortsatt over 1,5°C. Avlingene fra noen tropiske vekster er på bedringens vei. Flere av de gjenværende naturlige økosystemene får irreversible skader, mens andre har gått tapt som følge av arealbruksendringer og artsutryddelse.

Migrasjon, tvungen forflytting og tap av identitet er omfattende i enkelte land, og fører til en tilbakegang i bærekraftig utvikling og menneskelig sikkerhet. De direkte økonomiske konsekvensene av klimaendringene er små, men de omfattende skadene på økosystemer, og tilhørende reduksjon av økosystemtjenester gir store økonomiske tap.

Fra 2020 går livskvaliteten hovedsakelig nedover og fattigdom har økt i stort omfang.





## Historie 3: Oppvarmingen passerer 3 grader i 2100

**I 2020 avtar den internasjonale støtten til Parisavtalen, til tross for tidligere engasjement. I årene som følger reduseres CO<sub>2</sub>-utslippene på lokalt og nasjonalt nivå, men innsatsen er begrenset og ikke alltid vellykket.**

### Hva skjer i verden fram til 2100?

Klimagassutslippene fortsetter på omtrent samme nivå som tidligere. De mest ekstreme hendelsene rammer tynt befolkede områder og fører derfor ikke til økt bekymring fra verdenssamfunnet. En rekke byer blir likevel oftere rammet av hetebølger og det blir mindre snø på populære turiststeder. I 2030 når den globale oppvarmingen 1,5 °C uten at det skjer vesentlige endringer i politikken.

En intens El Niño–La Niña fase begynner i 2030-årene, og idet temperaturen nærmer seg 2 °C følger flere år med katastrofer. Store hetebølger på alle kontinenter får dødelige følger i tropiske regioner og asiatiske megabyer. De som er dårlig utrustet til å beskytte seg selv mot ekstreme temperaturer er ekstra hardt rammet. Tørkeperioder treffer regionene rundt Middelhavet, i det sentrale Nord-Amerika og det sørlige Australia. Regioner langt mot nord eller sør og i tropene, spesielt Asia, rammes av episoder med store nedbørmengder og medfølgende oversvømmelser. Viktige økosystemer som korallrev, våtmark og skog blir ødelagt i denne perioden, med omfattende forstyrrelser av lokale næringsveier. Tørkeperiodene får store virkninger på Amazonas, som også er rammet av avskoging. En to-års tørke på de store slettene øst for Rocky Mountains i Nord-Amerika, samtidig med en tørke i Øst-Europa og Russland, minker verdens landbruksproduksjon. Dette fører til sterkt stigende matvarepriser og undergraving av matvaresikkerheten. Fattigdom og sult øker når matlagre avtar i de fleste land. Livskvaliteten synker.

Det økende presset fra klimaendringer fører til omfattende offentlig og politisk uro i mange land. Landene med størst utslipp innfører hastetiltak og installerer anlegg for karbonfangst og lagring, i noen tilfeller uten tilstrekkelig utprøving i forkant. Massive investeringer i fornybar energi kommer ofte for sent og er dårlig koordinert. Energiprisene stiger som følge

av høy etterspørsel og manglende infrastruktur. Noen land foreslår bruk av en kontroversiell og lite utprøvd teknologi for å redusere solinnstrålingen, men etter intense forhandlinger kommer det internasjonale samfunnet ikke til enighet på grunn av de uforutsigbare effektene dette kan ha på klimasystemet. Globale og regionale temperaturer fortsetter å øke i raskt tempo.

### Hvordan er verden i 2100?

Den globale oppvarmingen når 3 °C i 2100 og er fortsatt ikke stabilisert til tross for store reduksjoner i de årlige utslippene. I 2100 er verden nærmest ugjenkjennelig sammenlignet med 2020, med en nedgang i forventet levealder og lavere livskvalitet i mange regioner som følge av hyppige ekstreme klimahendelser. Tørke og vannmangel gjør jordbruk økonomisk ulønnsomt i enkelte regioner og fører til mer fattigdom. Det er gjort lite framskritt mot FNs bærekraftsmål. Fattigdom når nye høyder og store konflikter finner sted.

Nesten alle økosystemer gjennomgår irreversible endringer, artene utrykkes i høyt tempo i alle regioner, forekomst av skogbranner øker og naturmangfoldet minker kraftig. Dette resulterer i utstrakt tap av økosystemtjenester, som forverrer fattigdom og senker livskvaliteten ytterligere. Livet for mange urfolk og lokale samfunn har blitt uholdbart.

Iskapen på Vest-Antarktis smelter stadig fortere og fører til at havnivået stiger raskt. Flere små øystater gir opp håpet om å bli boende og ser etter tilflukt i et stadig mer fragmentert globalt fellesskap. De samlede økonomiske virkningene av klimaendringene, politisk uro og tap av økosystemtjenester er betydelige.

Allmenn helsetilstand og trivsel er kraftig nedsatt sammenlignet med 2020 og blir verre de neste tiårene.



