

Erna Solbergs kriseretorikk i koronapandemiens første fase

En retorisk analyse av Erna Solbergs krisekommunikasjon i den innledende fasen av koronapandemien 2020.

CATHRINE MJØS SVIGGUM

VEILEDER

Nils Rune Birkeland

Universitetet i Agder, [2021]

Fakultet for humaniora og pedagogikk

Institutt for nordisk og mediefag

Forord

2020 er året mange av oss kommer til å huske resten av livet. Den våren kohort, hjemmeskole, hjemmekontor og nye smitteregler ble en del av hverdagen begynte jeg på min masteroppgave. Å skrive oppgave midt i en pandemi kombinert med full jobb og familieliv, har vært krevende. Det hadde aldri vært mulig uten god veiledning og støtte.

Jeg vil gjerne takke min veileder Nils Rune Birkeland for tålmodighet, inspirasjon og for konstruktive tilbakemeldinger. Takk til min venn og nabo, Bjørn Tore Johansen, som har kommet med innspill og støtte når jeg trengte det som mest.

Denne oppgaven hadde ikke vært til uten min samboer Magnus. Takk for alt du har gjort og gjør for meg og oss. Til slutt en takk til mine barn, Nicolai og Malin, for at dere har heiet meg frem til mål.

Sammendrag

I denne oppgaven undersøkes hvordan Solbergs krisekommunikasjon fungerte i den første fasen av koronapandemien våren 2020. Videre stilles det spørsmål om hvordan Solberg samspiller med situasjonen for å bygge tillit, hvilke retoriske virkemidler som blir brukt, og hvordan statsministeren bruker prinsippene for kommunikasjon i beredskapsplanen for pandemisk influensa fra 2014.

Det teoretiske rammeverket består av krisekommunikasjon og en gjennomgang av begrepene krise og krisekommunikasjon med sentrale teoretikere som Timothy Coombs og Winnie Johansen og Finn Frandsen, samt norske myndigheters prinsipper for god krisekommunikasjon. Oppgaven benytter retorisk analyse for å gi svar på problemstilling, og det vises til Jens E. Kjeldsens teori som bidrar til å belyse både klassisk og moderne retorikk.

Den retoriske analysen viser at Solberg ikke alltid samspiller med situasjonen, og de retoriske virkemidlene som statsministeren bruker blir etter hvert trofaste formuleringer og gjentakelser. Likevel vurderes Erna Solbergs krisekommunikasjon i den innledende fasen våren 2020 som vellykket. Det antas at det å oppfordre befolkningen til å delta i kampen mot korona ved å spille på solidaritet og felleskap, samt skryte og minne om den norske tilliten var effektivt for deler av befolkningen. Samtidig bidro det til å styrke Solbergs etos i den innledende fasen av krisen.

Det er derimot utfordrende å bruke den samme kriseretorikken i ett år, og spesielt når situasjonen krever noe annet. Ettårstalen til Solberg blir et eksempel på at det som er vellykket retorikk i en situasjon ikke nødvendigvis fungerer i en annen.

..

Abstract

This thesis examines how Solberg's crisis communication worked in the first phase of the corona pandemic in the spring of 2020. Furthermore, questions are raised about how Solberg interacts with the situation to build trust, what rhetorical instruments are used, and how the Prime Minister uses the principles of communication in the emergency preparedness plan for pandemic influenza from 2014.

The theoretical framework consists of crisis communication and a review of the concepts of crisis and crisis communication with key theorists such as Timothy Coombs and Winnie Johansen and Finn Frandsen, as well as the Norwegian authorities' principles for good crisis communication. The thesis uses rhetorical analysis to provide answers to problem position, and reference is made to Jens E. Kjeldsen's theory that helps to shed light on both classical and modern rhetoric.

The rhetorical analysis shows that Solberg does not always interact with the rhetorical situation, and the rhetorical instruments that the Prime Minister uses gradually become faithful formulations and repetitions. Nevertheless, Erna Solberg's crisis communication in the initial phase of spring 2020 is considered successful. It is believed that encouraging the population to participate in the fight against corona by playing on solidarity and community, as well as boasting and reminding the Norwegian trust was effective for parts of the population. At the same time, it helped to strengthen Solberg's ethos in the initial phase of the crisis.

On the other hand, it is challenging to use the same crisis rhetoric for one year, and especially when the situation requires something else. Solberg's one-year speech becomes an example of the fact that what is successful rhetoric in one situation does not necessarily work in another.

Innholdsfortegnelse

Forord	3
Sammendrag	4
1.0 Innledning	3
1.1 Bakgrunn	4
1.2 Problemsstilling	4
1.3 Oppgavens struktur	4
2.0 Teori	6
2.1 Krisekommunikasjon	6
2.1.1 Omdømme	10
2.1.2 Pressekonferansen i kriser	10
2.1.3 Taler i kriser	11
2.2 Retorikk	12
2.2.1 Bevismidler	12
2.2.2 Etos	13
2.2.3 Logos	14
2.2.4 Patos	15
2.2.5 Den retoriske situasjonen	16
2.2.6 Kritikk av den retoriske situasjonen	17
3.0 Metode	19
3.1 Retorisk analyse	19
3.2 Utvalgte tekster	20
3.3 Validitet og reliabilitet	21
3.4 Etiske refleksjoner	23
4.0 Analyse	25
4.1 Analyse av pressekonferansen om nye tiltak for å bekjempe koronaviruset 12. Mars	25
4.1.1 Den retoriske situasjonen 12. mars	26
4.1.2 Etos 12. mars	29
4.1.3 Logos 12. mars	30
4.1.4 Patos 12. mars	31
4.2 Analyse av den tv- sendte talen til statsministeren 18. mars	33
4.2.1 Den retoriske situasjonen 18. mars	34
4.2.2 Etos 18. mars	36
4.2.3 Logos 18. mars	37
4.2.4 Patos 18. mars	38
4.3 Analyse av statsministerens innledning under pressekonferansen 7.mai	40
4.3.1 Den retoriske situasjonen 7. mai	41
4.3.2 Etos 7. mai	43
4.3.3 Logos 7. mai	43
4.3.4 Patos 7. mai	44
4.4 Tv-sendt tale 7. mars 2021	46
4.4.1 Den retoriske situasjonen 7. mars	46
4.4.2 Etos 7. mars 2021	48
4.4.3 Logos 7. mars 2021	50
4.4.4 Patos 7. mars 2021	52

<i>4.5 Oppsummering av den retoriske analysen</i>	53
5.0 Avslutning	56
Litteraturliste	61
Vedlegg 1 Pressekonferanse om nye tiltak for å bekjempe koronaviruset 12. mars	67
Vedlegg 2 Dette er ikke tiden for «jeg». Dette er tiden for «vi».	70
Vedlegg 3 Pressekonferanse om gradvis gjenåpning av samfunnet	73
Vedlegg 4 Statsministeren taler om kronasituasjonen	75

1.0 Innledning

«I dag kommer regjeringen med de sterkeste og mest inngripende tiltakene vi har hatt i Norge i fredstid» (Solberg, 2020). 12. mars 2020 er trolig en dato mange av Norges innbyggere vil huske resten av livet. Smittevernregler, avlyste arrangementer, hjemmekontor, hjemmeskole, karantene og ingen klemming ble den nye hverdagen.

I denne oppgaven er det satt søkelys på statsminister Erna Solbergs krisekommunikasjon i en innledende fase av koronakrisen i Norge. Kommunikasjonen er avgrenset til en periode fra 12. mars til 7. mai, fra nedstengning til gjenåpning. Den tv-sendte talen til Erna Solberg 7. mars 2021, cirka ett år etter nedstengningen, er med som Solbergs egenrefleksjon over våren 2020, samt hvordan en etablert krisekommunikasjon kan fungere i en annen fase av en krise. Det blir lagt vekt på hvordan hun som statsleder kommuniserer i situasjonen, og hvilke retoriske virkemidler som blir brukt for å overtale mottakeren til å bidra inn i kampen mot viruset.

For å si noen om situasjonen og på hvilken måte Solberg samspiller med den, er det valgt ut artikler fra flere norske aviser som omtaler regjeringslederen, koronasituasjonen, og krisekommunikasjonen våren 2020, samt opptakten til talen ett år etter, 7. mars 2021. Noen kommentarer, meninger og debatter er trukket frem fordi de er skrevet av meningsbærere i samfunnet. Dette utvalget er med på å beskrive og definere situasjonen Solberg må forholde seg til i sin kommunikasjon.

Talene og innledningene til pressekonferansen er hentet fra regjeringens egne sider. Regjeringen.no er en nøytral plattform. Den har ikke kommersiell reklame, eller er påvirket av journalistenes vinkling og fokus. Regjeringens pressekonferanser og Solbergs taler ble også sendt direkte fra nasjonale og regionale mediehus. I tillegg ble det brukt journalistiske grep i formidlingen av pressekonferansen i timene og dagene etterpå.

1.1 Bakgrunn

Valg av tema og materiale har sin bakgrunn i en interesse for retorikk og kommunikasjon under kriser. Å studere retorikkens funksjon i krisekommunikasjon finner jeg interessant, samtidig som jeg fasineres over hvordan noen forsøker å skape og skaper bedre etos gjennom målrettet kommunikasjon.

Jeg jobber som kommunikasjonsrådgiver i Agder politidistrikt, en beredskapsstat hvor riktig kommunikasjon under en krise kan redde liv og helse, og dårlig krisehåndtering kan få konsekvenser for enkeltmennesker og samfunn. Det er ikke før de senere år at den eksterne kommunikasjonen mot mediene og innbyggerne har fått en større plass i krisehåndteringen i politiet. For åtte år siden var det ingen ansatte kommunikasjonsrådgivere i Agder politidistrikt. I tillegg til min nåværende jobb som kommunikasjonsrådgiver har jeg bakgrunn som videojournalist i NRK og nyhetsoppleser for Bergens Tidene TV. Noe som vil ha noe å si for for forståelsen.

1.2 Problemstilling

Denne masteroppgaven vil forsøke å svare på problemstillingen: Hvordan fungerte Erna Solbergs TV-sendte taler og pressekonferanseformatet som krisekommunikasjon i den første fasen av koronapandemien i Norge våren 2020? Følgende forskningsspørsmål vil forsøkes belyst:

- Hvordan samspiller Solberg med situasjonen for å bygge tillit og omdømme?
- Hvordan følger Solberg de overordnede prinsipper for krisekommunikasjon, som tillit, åpenhet, aktiv informasjon og publikumsforståelse, skissert i Norges beredskapsplan for pandemisk influensa fra 2014, i den innledende fasen av krisen?
- Hvordan fungerer de retoriske virkemidlene i talene?

1.3 Oppgavens struktur

Oppgaven er delt inn i de seks kapitlene innledning, teori, metode og utvalg, analyse og avslutning. I det neste kapitlet presenteres hvilken teori som ligger til grunn for oppgaven. Det har vært utfordrende å avgrense da det finnes mye ulik litteratur på området.

Krisekommunikasjon er en relativt ny fagdisiplin og det finnes flere håndbøker om hvordan

håndtere en krise, og hvordan kommunisere når krisen er et faktum ved en bedrift eller i en organisasjon. De fleste teorier handler om å redde bedriften fra en økonomisk krise og et eventuelt omdømmetap, og lite om hvordan en best skal håndtere og kommunisere under en mulig langvarig krise som pandemi. Krisekommunikasjon i det offentlige finnes også i instruksjer og beredskapsplaner. Slike planer blir gjerne revidert etter evaluering av en krise, og den nye planen blir gjerne preget av erfaringer med tidligere hendelser. Nasjonal beredskapsplan for pandemisk influensa fra 2014 er trolig et eksempel på det (Helse- og omsorgsdepartementet, 2014). Den nasjonale beredskapsplanen ble revidert etter svineinfluensaen i 2009. Beredskapsplanen kan lastes ned i sin helhet fra regjeringens egne nettsider på regjeringen.no. Det er sannsynlig å tro at myndighetene har brukt denne aktivt i sin håndtering av koronakrisen. Den vil derfor også være sentral i vurderingen og drøftingen av den strategiske kommunikasjonen til Solberg og regjeringen mot slutten av oppgaven.

Det finnes noen teorier som lar seg overføre til kriser som pandemi, og til denne oppgaven vil Winni Johansen og Finn Frandsens bok *Krisekommunikation* (2010) bli lagt særlig vekt på. Boken introduserer flere teoretikere på feltet, blant annet den amerikanske teoretikeren Timothy Coombs (2007). For å si noe om retorikkens relevans i en krise vil den klassiske retorikken og Bitzers (1997) retoriske situasjon presenteres i teorikapitlet og danne grunnlaget for analysen i oppgaven. Bitzers retoriske situasjon har gjennom Jens E. Kjeldsens blitt oversatt som det påtrengende problemet, det retoriske publikum og de retoriske vilkårene. Kjeldsens (2009) litteratur om retorikk vil være sentral i oppgaven.

2.0 Teori

Den teoretiske fortolkningsrammen for denne oppgaven vil i stor grad være krisekommunikasjon. I dette kapitlet vil det bli redegjort for ulike definisjoner av kriser og deretter relevant teori knyttet til krisekommunikasjon. I sammenheng med det vil det være relevant å inkludere beredskapsplanen for myndighetene for krisehåndtering og krisekommunikasjon under en pandemi. Til slutt i teorikapitlet vil det bli redegjort for klassisk retorikk, som igjen danner grunnlaget for den retoriske analysen i denne oppgaven.

2.1 Krisekommunikasjon

Krisebegrepet blir brukt i flere sammenhenger og har ingen entydig definisjon. Felles for definisjoner av krisebegrepet er at det beskriver en situasjon som på en eller annen måte har kommet ut av kontroll (Bråten, 2013, s. 10). De fleste teorier om kriser ender opp med å understreke at krisen er en sosial konstruksjon og at oppfattelsen og fortolkningen av krisen varierer. Det vil derfor være flere aktuelle definisjoner for denne oppgaven.

Hvem erkjenner at noe er en krise? Noen ganger er det ingen tvil. Naturkatastrofe og terrorhandlinger er et eksempel på det, men kriser kan også være varslede kriser (Coombs, 2007, s. 103). Når WHO erklærte virusutbruddet for en pandemi 11. mars, var det på bakgrunn av den raske spredningen og fordi virussykdommen allerede hadde rammet svært mange mennesker og hadde spredd seg ut over flere verdensdeler. Myndighetene visste lite om viruset, men at pandemien sannsynligvis ville få konsekvenser for liv, helse og økonomi.

I rapporten fra koronakommisjonen om myndighetenes håndtering av koronapandemien blir pandemien omtalt som en krise, og med krise mener de en «brå hendelse eller situasjon som gradvis bygger seg opp, og som kan true, liv, helse, miljø eller andre viktige samfunnsverdier» (NOU 2021:6, 2021, s. 55). Myndighetene må håndtere krisen under usikkerhet og med et manglende eller mangelfullt beslutningsgrunnlag, særlig i en innledende fase. Denne forståelsen av krisen vil være nært opp til definisjonen i boken *Managing Crises*. Her refereres det til definisjonen om at krise er en «alvorlig trussel mot strukturer, verdier og normer i et sosialt system som under tidspress og høg grad av usikkerhet gjør det nødvendig å foreta kritiske beslutninger» (Rosenthal, Boin, Comfort,

2001, s.6). I *Ongoing crises Communications* lister den amerikanske teoretikeren, Timothy Coombs opp en rekke definisjoner på kriser, og har sammenfattet en egen som favner bredt «A crisis is the perception of an unpredictable event that threatens important expectancies of stakeholders and can seriously impact an organization's performance and generate negative outcomes» (Coombs 2007, s.2). Denne omhandler flere perspektiver på en krise, men omtaler selve krisen som en uforutsigbar og mulig trussel. Coombs definisjon mener hele organisasjonen og bransjen kan risikere og blir rammet om krisen håndteres på feil måte, og at den ikke blir ansett som en krise før den håndteres dårlig. Videre mener Coombs at en krise først er en krise når interessentene, de som kan påvirke eller som blir påvirket av krisen, omtaler situasjonen som en krise. En utfordring kan være at selv om interessentene omtaler situasjonen som en krise og prøver understreke alvorret kan en ledelse velge å ikke erkjenne situasjonen som en krise. Å erklære en krise vil endre hvordan det responderes på situasjonen, og det kan derfor være nødvendig å overtale ledelsen til å anse situasjonen som en krise slik at kriseplaner kan iverksettes og det kan settes av nødvendige ressurser til håndteringen av den (Coombs, 2007). I boken *Media og krisehåndtering* skriver forfatterne at krisen blir første en krise når man politisk definerer situasjonen som en krise. Kriser som starter langsomt avsluttes gjerne langsomt og får sin slutt ved at politikere definerer situasjonen som over (Olsen, Mathiesen, Boyesen, 2016, s. 64).

Når en krise fortolkes og erkjennes som en krise handler det blant annet om *framing*. Framing - eller innramming - handler om å lage en ramme for forståelse som er med på å definere en sak. Framing kan også være hvordan politikere aktivt og strategisk velger å presentere en situasjon, eller hvordan journalister vinkler en nyhetsreportasje. I Journalistikken er dette en egen metode. *Media framing*, betyr at journalisten velger vinkling på en historie for å få frem et bestemt perspektiv. Det finnes flere eksempler på at mediene definerer en hendelse i organisasjoner, eller i samfunnet som kriser før en politisk ledelse (Johansen og Frandsen, 2010, s. 165).

Et viktig verktøy i håndteringen av en krise er god krisekommunikasjon. Johansen og Frandsen (2010) skiller mellom en snever og en bred oppfattelse av krisekommunikasjon. Den snevre oppfattelsen ser på krisen som en isolert hendelse og definerer krisekommunikasjon som noe som tas i bruk under en krise, eller når krisen allerede har

brutt ut. En slik oppfattelse er såkalt avsenderorientert og kun opptatt av den informasjonen som går ut fra aktøren og hovedpersonen i den pågående krisen. Den brede oppfattelse av krisen ser derimot på krisen som prosesser før, under og etter en krise, og vil være interessert i tidligere forskning og kunnskap på kriser, å evaluere kriser, samt utvikle kriseledelse og krisekommunikasjon (Johnsen og Frandsen, 2010, s. 15-17). Den brede oppfattelsen av krisekommunikasjon er opptatt av både avsender og mottaker og hvordan krisen for eksempel dekkes og omtales i mediene, eller hvordan en krise kan påvirke et image og omdømme. Johnsen og Frandsen definerer krisekommunikasjon på følgende måte: «Krisekommunikasjon er en kompleks og dynamisk konfigurasjon av kommunikasjonsprosesser – før, under og etter en begivenhet, en situasjon eller forløp, der av organisasjonen og/eller en eller flere av dens stakeholdere fortolkes som en krise – hvor forskjellige aktører, kontekster og diskurser (manifesterer i bestemte genrer og tekster) står i relation til hinanden». Denne brede definisjonen på krisekommunikasjon kan sees på som en mer moderne tilnærming til krisekommunikasjon og kriseledelse, og tillegger krisekommunikasjon en sentral rolle i for eksempel utforminger av kriseplaner.

Offentlige myndigheter i Norge har en kriseplan, et strategisk dokument som gir retningslinjer for arbeidet med å lede en krise både før, under og etter krisen. En kriseplan er et redskap for å redusere risiko, forebygge og forberede kriser, og kan gi et holdepunkt når krisen inntreffer fordi den setter retning for koordinering, ansvarsfordeling og håndtering (Johansen og Frandsen, 2010, s. 159). Coombs kritiserer kriseplaner og beredskapsplaner for å være en sovepute fordi man ved å ha utarbeidet en eller flere kriseplaner tror at organisasjonen er rustet til å møte kriser. Blant forskerne Johansen og Frandsen referer til, så er det ingen som ser ut til vise til en sammenheng mellom det å ha en kriseplan og virksomhets suksess med krisekommunikasjon under en krise. Men det er likevel enighet om at en kriseplan avhenger av organisasjon og krisetype. Det å ha en kriseplan som er godt forankret i organisasjonen, gjør det mulig å vinne tid i den første fasen av krisen (Johansen og Frandsen, 2010, s.160). For å unngå at kriseplaner blir en sovepute foreslår Johansen og Frandsen å behandle kriseplanen som et dynamisk strategisk dokument som må testes og videreutvikles gjennom trening. Det vil også være nødvendig å gjøre eventuelle endringer og å revidere planen etter evaluering av en krise.

24. april 2020 ble det satt ned en uavhengig kommisjon for å evaluere myndighetenes håndtering av koronakrisen (NOU 2021:6, 2021). Da koronakommisjonen ett år etter la frem sin evaluering av regjeringens håndtering av krisen, presiserte leder for kommisjonen, professor emeritus Stener Kvinnsland, at en klassisk feil i krisehåndtering er at en tror at den neste som kommer er det samme som har vært. Norge har hatt få erfaringer med pandemi. Den seneste var svineinfluensaen i 2009. Daværende helsemyndigheter tok et tydelig grep og fikk kritikk for å gå for hardt ut med informasjon til befolkningen gjennom mediene, og at det skapte panikk. Norges beredskapsplan for pandemisk influensa ble revidert i 2014. Planen, som er primært en plan for helsesektoren, tar utgangspunkt i internasjonale og nasjonale rammer og består av en generell del, en tiltaksplan og en siste del som handler om faglig utdyping. Den siste delen inneholder overmodnede prinsipper for kommunikasjon under en influensapandemi. De samsvarer med WHO's prinsipper for kommunikasjon i utbrudd. Det er særlig lagt vekt på viktighet av å opparbeide tillit, aktiv informasjon, åpenhet, publikumsforståelse, lytteposter og evaluering og samordning. I planen blir kommunikasjon beskrevet som et viktig virkemiddel for å nå målene i pandemiplanen, og det å ha etablert en tillit i befolkningen før en krise inntreffer, samt sørge for å bevare tilliten underveis i krisen blir trukket frem som svært viktig for å lykkes med krisekommunikasjonen (Helse- og omsorgsdepartementet, 2014, s. 53).

Når krisen treffer må myndigheter, organisasjoner og bedrifter gjerne handle raskt og under press. Slik står de også i fare for å gjøre feil, eller gi uriktig informasjon til for eksempel medier og befolkningen. Noe som kan føre til en kommunikasjonskrise. Når kommunikasjonen svikter i en krise kaller teoretikerne Johnsen og Frandsen dette for en dobbeltkrise og definerer det som «(...)en krise, hvor den oprindelige krise overlejres af en ”kommunikationskrise”, for så vidt virksomheden ikke magter at lede de kommunikationsprocesser, som skulle bidrage til håndteringen at den oprindelige krise» (Johnsen og Frandsen, 2010, s.79). Dobbeltkriser, eller kommunikasjonskriser kan altså ha store negative innvirkninger på omdømme til en kriseledelse, bedrift eller en organisasjon.

2.1.1 Omdømme

I boken *Åpen og innadventd. Omdømmebygging for organisasjoner* definerer forfatterne omdømmet som omgivelsenes oppfatning av en organisasjon over tid (Brønn og Ihlen, 2009, s. 13). Å kommunisere godt under en krise, eller hvordan gjenopprette image og omdømme, er noe bedrifter, organisasjoner, men også offentlige myndigheter er opptatt av. Som Johnsen og Frandsen viser til, så bør krisekommunikasjon og krisehåndtering sees under ett. Dårlig krisehåndtering kan for noen bedrifter bety store økonomiske tap, og manglende krisekommunikasjon kan gi en såkalt kommunikasjonskrise. For offentlige myndigheter fortøner det seg gjerne noe annerledes, men myndighetene er avhengig et godt omdømme og av befolkningens tillit for å kunne utføre sitt samfunnsoppdrag på en god måte. Dårlig krisehåndtering kan for eksempel føre til et byråkratisk, eller profesjonelt omdømmetap. Mens et godt omdømme kan være med på å forebygge kriser, samt redusere følgende av en krise når den inntreffer.

Ifølge Coombs (2007) er det tre ting som er relevant i vurdering av hvilken effekt en krise har på omdømmet: (1) En omdømmescore før og under krisen, (2) omtalen av krisen på internett og i mediene, (3) tilbakemeldinger fra interessenter. Han mener at organisasjoner og bedrifter bør spore omdømme over tid, og at omtalen av krisen i mediene bør tas på alvor. Om befolkningen ikke får informasjon fra den som er utsatt for en krise, vil situasjonen erfares gjennom det bildet som skapes av journalister og meningsbærere i mediene. Slik vil en omtale av krisen i mediene kunne ha en effekt på hvilket inntrykk befolkningen har av krisehåndtering og kriseledelse (Coombs, 2007, s. 156).

2.1.2 Pressekonferansen i kriser

I forbindelse med større hendelser og kriser det nødvendig å regulere nyhetsstrømmen og tilgjengeligheten, og en pressekonferanse er en effektiv måte å styre informasjonsstrømmen slik at opplysninger kommer ut i kontrollerte former og til alle medier samtidig (Olsen, Mathiesen og Boyesen, 2016, s. 187). Det vil også være anledning for journalister å stille spørsmål. Det er forventet at mediene bruker sitt samfunnsansvar, som er informasjonsplikten, og sørger for at viktig informasjonen kommer ut til innbyggerne. I en innledende fase av en krise vil en pressekonferanse være et forebyggende grep for å hindre spekulasjoner, mer frykt og usikkerhet blant befolkningen.

Mediene kan være en viktig ressurs i kriser og har vært sentral i kommunikasjonen under pandemien (NOU 2021:6, 2021, s. 177). I evalueringsrapporten til koronakommisjonen står det blant annet at pressen har vært viktig og avgjørende for å få ut informasjon om viruset ut til befolkningen (NOU 2021:6, 2021, s. 177). Mediene kan ha en rolle i å avhjelpe i situasjonen, men samtidig som mediene samarbeider har de også en uavhengig rolle. Journalistenes oppgave er å stille kritiske spørsmål til myndigheter og da gjerne om håndtering av krisen, og mediene har selv kontroll over gjengivelse av innholdet etter en pressekonferanse, samt valg av vinkling på en nyhetssak eller hvilket fokus en tv-reportasje skal ha (Olsen, Mathiesen, Boyesen, 2016, s. 187).

2.1.3 Taler i kriser

Talen er fremdeles avgjørende og sentral i politisk kommunikasjon og spesielt når intensjonen er å påvirke og overbevise publikum og mulige velgere. Innen politiske taler finnes det flere sjangere, men felles for alle politiske taler er at talen er et møte mellom en taler og en forsamling. Kjeldsen deler talen inn i den tradisjonelle talen og den medierte talen. I den tradisjonelle talen snakker politikeren direkte til et fysisk publikum. Mens i den medierte talen henvender politikeren eller taleren seg til et publikum gjennom tv, radio eller internett (Ihlen et al. 2015, s. 186). Mens det tidlig på 1900 tallet var avisene som refererte de politiske talene kan publikum i dag se politiske taler fra hele verden på nett (Ihlen et al. 2015, s. 191). Den politiske talen har fått stor plass online ved at mediehus, departementer, parti og regjeringen sender politiske taler direkte og i sin fulle lengde.

Ernas taleskriver, Rune Alstadsæter, sier i en podcast med kommunikasjonsforeningen at språket er viktig for å oppnå noe under krisen, og at utgangspunktet for manusene til Erna Solbergs taler har vært regjeringens strategiske mål for å løse krisen. Strategien er sammen, kontrollert og over tid, som vil si å få kontroll på smitten, sikre jobbene og beskytte økonomien, og at folk som skal gjøre jobben må ha tillit til myndighetene (Kommunikasjonsforeningen, 2020). For å si noe om mer om språk og taler under en krise vises det i denne oppgaven til retorikken.

2.2. Retorikk

Retorikken som fag skiller mellom retorisk praksis (*rhetorica studens*), retorisk teori (*rhetorica docens*) og retorisk analyse og kritikk (*rhetorica studens*) (Kjeldsen, 2009, s.16) Selve talen til Erna Solberg er retorisk praksis, og ved hjelp av retorisk teori kan en gjøre en analyse og studere denne praksisen (Kjeldsen, 2009, s. 16). For å forstå retorikken som fag og hvilke utfordringer den moderne retorikken står ovenfor må man forstå dens historie og den antikke arven. Det vil i denne oppgaven kun bli en kort introduksjon av retorikkens historie.

Nesten alle definisjoner og behandlinger av retorikk stammer fra filosofen Aristoteles. For 2500 år siden systematiserte filosofen retorikken til en vitenskap, og Aristoteles bok om retorikk fra omkring år 330 f.kr er den eldste bevarte boken om tematikken (Kjeldsen, 2015 s.31). På denne tiden kunne de færreste lese og skrive, og det var derfor viktig å tale slik at folk forstod, husket og kunne gjenta det som hadde blitt sagt. Aristoteles så også på hvordan mennesker kunne påvirke hverandre gjennom tale, og i sitt verk *Retorikk* fra ca 330 f.Kr definerer han retorikk som evnen til å se hvilke muligheter som fins til å overtale i enhver sak (Aristoteles s. 27, 2006). Målet var å lede tilhørerne gjennom resonnementet på best mulig vis slik at de kunne sitte igjen med et bestemt perspektiv på hva saken dreier seg om.

2.2.1 Bevismidler

Ifølge Aristoteles fantes det tre talearter, som krevde tre typer publikum. Den politiske(deliberativ) talen, juridiske(forensisk) talen, og lovprisende(demonstrativ) talen blir beskrevet som de tre klassiske taleartene (Kjeldsen, 2009, s. 34). Den politiske blir sett på som den rådgivende talen som har som mål å overbevise, men samtidig gir publikum muligheten til å overveie ulike synspunkt for å avgjøre hvordan en bør handle. Den juridiske talen anklager eller forsvarer, mens den lovprisende talen roser eller kritiserer for å gi publikum mulighet til å vurdere talerens dyktighet og karakteren til den som kritiseres eller lovprises. Aristoteles mente at hensikten med en tale skulle være å vekke tillit og underholde (*delectare*), skape forståelse(*docere*), og bevege folk til handling(*movere*). Uavhengig av taleart og hensikt med talen var en tale bygget opp på en bestemt måte og skapt gjennom de fem arbeidsfasene *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria*, *actio*. I arbeidsfasen *inventio* finner taleren fokus, tema og ideer og det viktigste i denne fasen er å finne og konstruere

argumenter og felles synspunkt. I fasen dispositio strukturerer taleren stoffet sitt på en hensiktsmessig og overbevisende måte. I elocutio blir talen gjennomarbeidet, og det legges vekt på at innholdet skal være hensiktsmessig, korrekt, klart og ha språklig utsmykning. I memoria læres talen utenat, og i actio forbereder taleren seg til fremføring.

Retorikk blir gjerne omtalt som kunsten å tale. For Aristoteles var denne kunsten evnen til i enhver sak å se hvilke muligheter en har til å overtale. De overtalende momentene er bevismidlene og Aristoteles delte disse inn i ikke-fagtekniske og fagtekniske bevismidler. De ikke-fagtekniske er ikke en del av faget retorikk, og blir beskrevet som elementer utenfor talen. Det kan være fakta og statistikk som taleren kan benytte seg av i sin tale, eller talerens rolle og posisjon i samfunnet. Men det er først gjennom en hensiktsmessig bruk av de fagtekniske bevismidlene at de ikke-fagtekniske bevismidler får en retorisk verdi. Gjennom de fagtekniske bevismidlene, eller appellformene logos, patos og etos kan en taler overbevise sitt publikum (Kjeldsen 2015, s. 32-33).

De tre appellene eller bevismidlene må stå godt i forhold til hverandre. Enkelt forklart appellerer logos til fornuften, patos til følelsene og etos til moralen. I retorikken blir en passende og hensiktsmessig bruk av disse appellene omtalt som aptum, som er en av de fire retoriske dydene i arbeidsfasen, elocutio hvor den språklige utformingen skjer (Kjeldsen 2015, s. 38).

2.2.2 Etos

Etos, eller troverdighet, er avgjørende for å klare å overbevise tilhørerne. Aristoteles mente at etos skapes gjennom flere dyder eller dimensjoner, og at disse bestod av god karakter/dyd, velvilje/intensjon forstandighet/klokskap. Alle dydene trenger ikke nødvendigvis å være på plass for at en taler skal bli ansett som troverdig. Fordi publikum klarer å skille mellom dydene kan for eksempel en politisk leder gjøre noe av dårlig moralsk karakter og samtidig være ansett som skikket til å lede (Kjeldsen 2015, s.120).

Aristoteles beskriver etos som noe som settes på spill og som kan forandre seg hver gang en taler henvender seg til et publikum. En taler må derfor hele tiden verne om sin troverdighet og moralske karakter. Kjeldsen velger å dele denne forandringen av etos inn i innledende, avledet og endelig etos (Kjeldsen, 2015, s. 125). Det innledende etos beskrives som den

oppfatningen publikum har av taleren før en tale. Dette kan være opplysninger om talerens bakgrunn som stilling, utdanning og erfaring, eller en hendelse, eller et nylig medieoppslag. Dette handler om forhold utenfor talen og hører derfor opprinnelig til de ikke-fagtekniske bevismidlene. Avledet etos dannes mens taleren kommuniserer og tildeles på bakgrunn av de retoriske valg som er gjort og hvilke handlinger taleren gjør underveis i talen. Det kan være disposisjonen for talen, tema for talen, hvilke argumenter taleren bruker, evnen til å forenkle det kompliserte til noe konkret og forståelig, eller selve fremførelsen (Kjeldsen, 2015, s. 216). Endelig Etos er det inntrykket tilhørerne har av deg etter at du er ferdig å tale, og som igjen danner grunnlaget for innledende etos.

Mens antikken var opptatt av veltalenhet, refererer Kjeldsen til autentisitet som et moderne troverdighetsprinsipp som har fått sin fremvekst med den moderne teknologien som radio og tv. Taleren må ikke virke for trenet og regissert, men heller fremstå som pålitelig, sann, intim, personlig og engasjert. Det må heller ikke være tydelig at taleren har en agenda. (Kjeldsen, 2015, s. 122-123). I tillegg må taleren fremstå som den samme personen i enhver situasjon. Konsekvensen ved å ikke fremstå som den samme over tid kan føre til at en taler blir oppfattet som mindre autentisk og da mindre troverdig (Kjeldsen, 2015, s. 122-123).

2.2.3 Logos

Gode argumenter kan styrke talerens troverdighet. Aristoteles beskriver logos som noe som appellerer til fornuften og en overbevisning som skjer gjennom god argumentasjon. Det kan være logiske resonnementer som tall, fakta og konkrete erfaringer.

I antikken ble flere former for argumentasjoner undersøkt. En retorisk argumentasjon er *sylogisme*, som er bestemte tankerekker som leder frem til et argument. Tankerekken består av tre utsagn delt inn i en oversetning, en undersetning og en konklusjon, der konklusjonen står igjen som en gyldig, logisk slutning. Denne logiske slutningen er holdbar, og det er ikke rom for innvendinger fra et publikum. I retorikken er det mottakeren som avgjør hvor vellykket kommunikasjon er. Der syllogismen ender opp i en logisk og holdbar konklusjon, trenger taleren noe som kan brukes til å overtale. Et annet retorisk argument er *enthymemet*, som betyr å "tenke over", eller "overveie". Dette argumentet appellerer til tilhørernes meninger og holdninger. I motsetning til syllogismen lar enthymemet publikum,

eller mottakeren få frihet til å finne frem til konklusjonen og til å skape argumentene selv (Kjeldsen, 2009, s. 171).

Publikums grunnlag for en felles forståelse kan bli til gjennom felles verdier, holdninger, meninger, og normer. I retorikken beskrives dette som *doxa*, som betyr tro, eller antagelse og som tar utgangspunkt i at det finnes en felles oppfatning av virkeligheten i samfunnet (Kjeldsen, 2014). Gjennom meningsutvekslinger i den offentlige samtale formes felles synspunkter. For eksempel vet vi at kvinner er like mye verdt som menn og skal ha like muligheter. Det er et felles *doxa* i det norske samfunn.

Kulturell tilhørighet gir forskjellige forutsetninger for å akseptere forskjellige former for retorikk. Talere har en tendens til å se verden ut fra egen nasjon og kultur. Tendensen kalles *etnosentrisme* og forstås ofte som en negativ forherligelse av ens egen kultur. Samtidig kan det også være riktig og ikke et minst viktig grunnlag som kulturen eksisterer på, og som gir mulighet til å samarbeide og kommunisere mer effektivt (Kjeldsen, 2009, s. 315).

2.2.4 Patos

Aristoteles mente at det er følelsene som gjør at folk skifter mening og tar forskjellige avgjørelser, og at det er særlig tre ting en taler må vite når han skal spille på patos. Det er viktig å forstå hvorfor en viss følelse oppstår, hvem følelsen er rettet mot, og når denne følelsen vanligvis fremkalles (Kjeldsen, 2009 s. 306). Med nok kunnskap om følelser kan taleren ta i bruk følelsesmessige argumenter som handler om lykke, kjærlighet, håp, hat, beundring og frykt (Nordhaug og Kristiansen m.fl., 2007, s. 41).

Mennesker kan bli følelsesmessig berørt av musikk, bilder, kroppsspråk, lyd og ord. For å fremkalle følelser i en tale kan taleren bruke språklige former og uttrykksmåter, såkalte troper og figurer for å utsmykke teksten og å gjøre den mer levende. I retorikken kalles denne læren for *tropologi*, og handler om å gi en alminnelig tekst større gjennomslagskraft ved å bytte ut vanlige ord og uttrykk med retoriske troper. Metaforen er et eksempel på en trope. Mens troper handler om omforming av innholdet i ett eller få ord, brukes figurer til å omforme flere ord eller hele setninger i en tekst.

For å kunne overtale må en taler ha kjennskap til flere såkalte omstendigheter. Ifølge George Campell referert til i Kjeldsen (2009) finnes det syv omstendigheter som kan påvirke følelsene: Sannsynlighet, tilsynelatende riktighet, viktighet, nærhet i tid, nærhet i rom, nærhet til personer og interesse i konsekvensene (Kjeldsen, 2009, s. 308-310). Skal for eksempel statsministeren fremkalle en form for frykt for viruset hos befolkningen må Solberg innstille befolkningen på at akkurat de kan komme til å bli utsatt for lidelse. Dette kan for eksempel gjøres ved å vise til andre land som har opplevd motgang og lidelse, og som ikke hadde ventet at det kom til å skje (Kjeldsen, 2009, s. 308-310). Men Ifølge Aristoteles bør også en taler tilpasse sin stil til emnet. Det å fortelle om frykt, eller noe som publikum kan identifisere seg med gir ikke publikum nødvendigvis direkte tilgang på denne følelse. Alvoret må også formidles gjennom talerens stemme, kroppsspråk og mimikk. Det er viktig å understreke at for mye patos også kan få taleren til å fremstå patetisk, og taleren vil kunne risikere å miste troverdigheten. Det vil derfor være viktig for en taler å finne en balanse mellom etos, patos og logos, men uavhengig om disse tre appellformene står godt til hverandre kan det som er rett i ett øyeblikk ikke nødvendigvis være rett i ett annet. For effekten av retorikken er avhengig av situasjonen. Kjeldsen skriver at om budskapet står i sterk kontrast til mottakerens forventninger og holdninger, vil det være risiko for budskapet unngås eller avvises (Kjeldsen 2009, s. 331).

2.2.5 Den retoriske situasjonen

All virkningsfull kommunikasjon er situasjonsbestemt. Retorikere har alltid vært opptatt av situasjon og kontekst. I antikken blir det som er bestemt av situasjonen kalt for Kairos, et gresk begrep som betyr det rette øyeblikket, eller det rette målet. Kairos handler om hvilke muligheter en situasjon tilbyr, og at det som er rett i et øyeblikk ikke nødvendigvis er rett i et annet (Kjeldsen, 2014, s. 70). En taler må derfor vite når det er rett å tale, hvordan man taler og hva som er passende å si i situasjonen.

Det moderne begrepet *den retoriske situasjonen*, ble først brukt av retorikk-forsker Lloyd F. Bitzer i 1968 i artikkelen *The Rhetorical Situation*. Den retoriske situasjonen krever handling og en bestemt retorisk respons, og Bitzer mente at enhver retorisk situasjon inneholder tre konstituerende elementer: et påtrengende problem, et publikum, og de retoriske vilkår.

Forutsetningen for den retoriske situasjonen er det påtrengende problemet. Bitzer beskriver at en retorisk situasjon oppstår på grunn av *exigences*, oversatt som et påtrengende problem, som kun kan behandles og løses med retorisk kommunikasjon (Kjeldsen, 2014). Enhver situasjon har minst ett kontrollerende problem som krever at noen tar til orde eller handler på en måte og som kan gjøre situasjonen bedre. Hvis det ikke fantes slike utfordringer, ville det ikke kreves tilpasninger. Dette problemet, eller ufullkommenheten kan også forstås som en positiv utfordring. Som når en filmstjerne vinner Oscar, eller en idrettsstjerne vinner OL er situasjonen og publikums forventninger at det blir kommentert av vinneren. Det retoriske publikum, mener Bitzer, er den gruppen av tilhørere som lytter til en tale, som lar seg overtale og som kan utføre en handling, eller videreformidle den forandringen som kreves.

Den retoriske situasjonen er ikke unike og enkeltstående hendelser, men ifølge Bitzer faller de innenfor bestemte kategorier, eller genre. Genre, eller sjanger, er et viktig retorisk vilkår som skapes i situasjonen som oppstår. Dette perspektivet på sjanger tar utgangspunkt i at det er gjentakelser av situasjoner som etablerer en sjanger, samt hvordan taleren forstår forventningene til publikum. Fra den klassiske retorikken og Aristoteles var dette kategorisert gjennom den politiske talen, oppvisningstalen og den juridiske talen.

2.2.6 Kritikk av den retoriske situasjonen

Skaper talen situasjonen, eller situasjonen talen? Teorien til Bitzer har fått kritikk fra flere hold, og da spesielt for makten han gir publikum i den retoriske situasjonen. I følge Bitzer er retorisk kommunikasjon adressert til et publikum, som er de som er i stand til å la seg overtale og kan utføre handling, eller videreformidle den forandringen som kreves (Bitzer, 1997) Richard E. Vatz var en av de som mente teorien til Bitzer fjerner mye av talerens makt og talens kraft (Bitzer, 2007, s 7). Han mente at ved hjelp av talekunst og et godt språk kan taleren styre responsen til publikum, og at den retoriske situasjonen erfares gjennom egen og andres formidling av den. Kjeldsen (2009) mener at både Bitzer og Vatz tilbyr perspektiver som kan være nyttige i analyse av den retoriske situasjonen dersom den retoriske situasjonen sees på som noe mer enn bare enkeltstående hendelser, men at retorisk kommunikasjon og retoriske situasjoner påvirker hverandre. Dette forstås som at retoriske

situasjoner i seg selv skaper nye situasjoner og påtrengende problem, og det er dette synet oppgaven tar utgangspunkt i (Kjeldsen, 2009, s. 93).

Det retoriske publikummet har blitt diskutert og fått flere definisjoner. Nyretorikeren og filosofen Chaïm Perelman referert til i Kjeldsens artikkel om det retoriske publikummet, mente publikum var “the gathering of those whom the speaker wants to influence by his or her arguments” (Kjeldsen, 2016, s. 139). Dette publikummet er talerens mentale forestilling av hvem publikum er. Perelman mente dette kunne være det universelle publikum, som var et publikum bestående av alle rasjonelle og fornuftige mennesker (Kjeldsen, 2015 s.320). Selv om publikum er viktig i retorikken, finner en få kvalitative studier på empirisk publikum. Retorikken setter søkelys på publikums antatte respons. Hva publikum faktisk mener har retorikken ingen lang tradisjon for å forske på.

Publikum

I en artikkel skriver Kjeldsen (2017) at uten publikums respons er det ingen retorikk, og at retorikere har en tendens til å tillegge publikum følelser, tanker og respons knyttet til en tale uten faktisk å ha snakket med publikum selv. Kjeldsen mener at retorikken må i større grad gjøre plass til hva publikum faktisk mener ved å gjøre en form for resepsjonsanalyse. Resepsjon kommer fra det latinske ordet *receptio* og betyr det å motta, eller å tilegne seg noe. I *Rhetorical Audience Studies and Reception of Rhetoric* (2017) introduserer Kjeldsen ulike tilnærminger til analyse av publikum. Kvalitative metoder som intervju, fokusgruppeintervju, feltobservasjoner, og analyse av tekster kan gjøres for å få mer kunnskap om publikums respons på for eksempel en tale. Det kan være den umiddelbare applausen etter en tale, antall delinger av materialet i sosiale medier, avisartikler om talen eller kommentarer i kommentarfelt (Kjeldsen, 2017).

Det finnes ingen lang tradisjon for resepsjonsanalyse. Analyse av resepsjon har sine røtter i «Cultural studies», og har blitt en forskningstradisjon innen medievitenskap hvor det forskes på tolkninger, meningsproduksjon og oppfatningen og forståelsen publikum har av medietekster og tv-produksjoner (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen, Moe, 2013, s. 111-112). I medievitenskapen brukes gjerne en kombinasjon av observasjon og intervjuer for å få svar på hvilken betydning medietekster har for et publikum.

3.0 Metode

Metoder er fremgangsmåter for å finne gode svar (Østbye et.al, 2013, s. 15). I dette kapitlet gjøres det rede for hvilken metode og materiale som er valgt for å svare på problemsstillingen om hvordan Erna Solbergs tv-sendte taler og innledning til pressekonferanser fungerte som krisekommunikasjon i den første fasen av koronapandemien i Norge våren 2020. For å belyse problemsstillingen er det valgt en kvalitativ tilnærming i form av en retorisk analyse av talene. Dette gir en mulighet til å gå i dybden på tekstmateriale og som forhåpentligvis vil gi et svar på problemsstillingen.

3.1 Retorisk analyse

I en retorisk analyse vil begrepene fra teorien danne rammen for analysen (Østbye et.al, 2013, s. 52). Retorikken har verktøy for å bedre forstå Solbergs kommunikasjon, og i denne oppgaven vil retorikken være relevant for å finne ut hvilken grad kommunikasjon i form av taler som tekst er overbevisende som kommunikasjon i en krise.

En retorisk tekstanalyse kan ikke gi et endelig svar på spørsmål knyttet til om talene til statsminister Erna Solberg nådde frem, men analysen må inneholde en diskusjon og en vurdering sett opp mot talens retoriske kvaliteter, som til slutt dreier seg om hvorvidt den innfrir talerens intensjon. Når underpunktene i problemsstillingen også spør om hvordan Erna Solberg samspiller med situasjonen, vil det også kunne inkludere en drøfting av talens betydning i den retoriske situasjonen (Østbye et.al, 2013, s. 86). Den retoriske situasjonen vil være sentral i analysen av talene til Erna i den innledende fasen av krisen. I tillegg vil også teksten, som her er en muntlig tale, være preget av det mediet det formidles gjennom (Østbye et.al, 2013, s. 26). I teorikapitlet er krisekommunikasjon introdusert som selve rammen for oppgaven, og forståelsen for hva krisekommunikasjon og begreper tas med inn i den retoriske analysen. I oppgaven blir det lagt vekt på kommunikasjonen til Erna Solberg i krisens første fase gjennom pressekonferansen og tv-sendte taler. De tv-sendte talene har tilsynelatende intet publikum til stede, og skiller seg fra en pressekonferanse som har journalister til stede som kan stille spørsmål. Oppgaven er ingen sammenligning av tv-sendte taler og pressekonferansen, men det er interessant å se om disse samspiller like godt med situasjonen.

3.2 Utvalgte tekster

Det er valgt ut fire taler til analysen vist i tabellen under. På regjeringen.no, som er regjeringens egne nettsider, blir disse omtalt som enten en innledning til pressekonferanse, eller som en tv-sendt tale. Talene ligger tilgjengelig både som video og som tekst. I tabellen under er de omtalt og delt inn i sjanger, dato for direktesendingen, og tittel talen har fått på regjeringen.no.

Sjanger	Dato	Tittel på regjeringen.no
Pressekonferanse	12.mars 2020	Pressekonferanse om nye tiltak for å bekjempe koronaviruset (vedlegg 1).
Statsministerens tale	18.mars 2020	Dette er ikke tiden for «jeg». Dette er tiden for «vi» (vedlegg 2).
Pressekonferanse	7.mai 2020	Pressekonferanse om gradvis gjenåpning av samfunnet (vedlegg 3).
Statsministerens tale	7. mars 2021	Statsministeren taler om kronasituasjonen (vedlegg 4).

Figur 1 Tabell med oversikt over utvalgt materiale til analysen. Delt inn i sjanger, dato og tittel på regjeringen.no.

Pressekonferansen 12. mars ble selve inngangen for saken i Norge, og derfor utgangspunktet for den innledende fasen av krisekommunikasjonen. I teorikapittelet vises det til ulike planer for håndtering av kriser, og på regjeringens egne sider ligger Nasjonal beredskapsplan for pandemisk influensa fra 2014, også referert til i teoridelen. Denne planen gir særlig helsemyndighetene et utgangspunkt for håndtering og kommunikasjon under en pandemi. Det legges vekt på viktigheten av kommunikasjon, og det står blant annet at: «Det første budskapet legger grunnlaget for den videre håndteringen av krisen. Myndighetene må være tidlig på banen for å vise at de tar ansvar, og for å etablere seg som en god kilde til informasjon om krisen. Mangel på rask reaksjon kan føre til at andre setter dagsorden, og at rykter og feilinformasjon råder. Det kan svekke rollen som ansvarlig myndighet» (Helse og omsorgsdepartementet, 2014).

Statsminister Erna Solbergs tale 7. mars 2021, nesten ett år etter, er med som en del av analysen, og fungerer som en oppsummering av året, men også Solbergs egen refleksjon over den innledende fasen av krisen. I følge regjeringen.no ble det i 2020 holdt 141 pressekonferanser om koronasituasjonen med eller uten statsministeren. Talen i mars 2021 kan si noe om kompleksiteten i den innledende fasen av krisen i Norge våren 2020, samt

utfordringen med å holde på en aktiv og åpen informasjon gjennom pressekonferansen i året som har gått.

Søkestrategi

For å si noe om situasjonen og statsministerens påtrengende problem har mediebildet fått en plass i oppgaven. Mediene kan si noe om hva befolkningen var opptatt av i dagene før en tale, og ved å se på talen kan det vurderes om Solberg klarer samspille med situasjonen. Til oppgaven er det brukt medieovervåkingstjenesten Retriever, og søkemuligheten tjenesten tilbyr i Atekst. Det er brukt søkestrengen "erna solberg*" AND (?orona* OR covid*), og søkestrengen "erna solberg*" AND (?orona* OR covid*) AND (lederskap* OR krisekom*). Søket er begrenset til en periode før talen eller innledningen. Det vil si fra 5. mars til 12. mars, fra 12. mars til 18. mars, og fra 18. mars til 7. mai, samt fra 1. mars 2021 til 7. mars 2021. Den siste talen vil også inneholde en kort oppsummering av året som har gått. Søkestrengene vil i analysen bli omtalt som Erna Solberg og korona, og Erna Solberg, korona, lederskap og krisekommunikasjon, men på grunn av oppgavens omfang og problemsstilling blir det kun gjort en oppsummering av hovedfunnene fra mediene hvor hensikten er å si noe om hva som kan påvirke den retoriske situasjonen. Artikkene vil kunne si noe om det påtrengende problemet, eller situasjonen Solberg har stått i før en tale, eller før innledningen til en pressekonferanse. For å si noe om Solbergs lederskap er det spesielt lagt vekt på kronikk, debatt og ytringer fra offentlige personer og meningsbærere i samfunnet. Med meningsbærere menes personer som kan sette dagsorden og påvirke meninger.

3.3 Validitet og reliabilitet

Både kvalitative og kvantitative metoder gir mulighet for feil (Østbye et.al, 2013). For å vurdere kvaliteten på kvalitativ forskning vurderes validiteten og reliabiliteten ved forskningen. Validitet, som vil si troverdighet eller gyldighet, handler om å se på om data og analysen som er valgt er relevant i forhold til problemsstillingen. Reliabilitet betyr pålitelighet og sier noe om kvaliteten på utvalget og analysen (Østbye et.al, 2013, s. 26).

I oppgaven kunne det blitt brukt andre metoder for å besvare spørsmålene i problemsstillingen. Det kunne for eksempel blitt viet større plass til analyseverktøyene som tilbys gjennom krisekommunikasjon, som for eksempel den retoriske arenaen til Frandsen og

Johnsen. Her har jeg valgt å ta utgangspunkt i retorikken og Bitzers retoriske situasjon. Forfatterne Frandsen og Johnsen velger å ikke dra referanser til Bitzers retoriske situasjon selv om det er påfallende mange likehetstrekk med den retoriske situasjonen og den retoriske arenaen og fremgangsmåten teoretikerne bruker.

For å oppnå en større innsikt og forståelsen av et fenomen kan en bruke triangulering, en kombinasjon av metoder, for å utdype data og styrke funnene i analysen (Ryen, 2017, s. 200). En alternativ metodisk fremgangsmåte for denne oppgaven kunne da være å kombinere en multimodal analyse av talen med retorisk analyse av tekst, eller en retorisk analyse kombinert med kvalitative intervjuer, en resepsjonsanalyse, av publikum. En slik resepsjonsanalyse ville kunne gitt noen flere svar på effekten av talene til statsministeren. Det kunne også blitt gjort en kombinasjon av retorisk analyse og kvalitative intervjuer av de som har skrevet talene til Solberg for å belyse tanken bak kommunikasjonen. Men en slik kombinasjon av metoder kan også innebære utfordringer i form av at det tar tid å planlegge og gjennomføre, det kan være vanskelig å beherske de ulike metodene, og man kan forsøke sammenligne data som ikke er sammenlignbare (Ryen, 2017, s. 202).

På grunn av oppgavens omfang, interesse og problemsstilling har jeg valgt å gjøre noen avgrensninger og derfor valgt å besvare oppgavens problemsstilling ved å gjøre en retorisk analyse med retorikkens begreper som verktøy.

Det har også blitt formidlet meninger i mediene om håndteringen av krisen. Noen av disse vises til i en oppsummering av den retoriske situasjonen i analysekapittelet.

Kommunikasjonsforeningen har kommentert enkelte av regjeringsmedlemmenes taler under koronakrisen på nettstedet kommunikasjon.no, samt i det trykte magasinet Kommunikasjon. Dette er meninger og faglige vurderinger av krisekommunikasjon, og som er lest med interesse. Kommunikasjonsforeningen har blant annet intervjuet kommunikasjonsdirektør i FHI, Christina Rolfhei- Bye, i en tidlig fase av krisen. Samtidig har statssekretæren til Erna Solberg, Rune Alstadsæter, blitt intervjuet i podcasten kommunikasjonspodden, også i regi av kommunikasjonsforeningen. Alstadsæter forteller blant annet om hvilke strategier for kommunikasjon regjeringen og Erna Solberg valgte i en tidlig fase.

Når det kommer til forskning på området, er krisen interessant for flere innen feltet retorikk og krisekommunikasjon (Kjeldsen, 2009; Ihlen, 2020). Ved universitetet i Oslo jobbes det med et forskningsprosjekt om retorikk under pandemien ledet av professor ved medier og kommunikasjon ved UiO, Øyvind Ihlen. Forskningsprosjektet var i utgangspunktet et prosjekt som startet før korona, men som har blitt aktualisert det siste året. I starten av arbeidet med oppgaven var jeg i kontakt med blant annet professor Ihlen som jobber ved UiO og professor Kjeldsen ved UiB. Kjeldsen sendte blant annet artikler fra sitt fag som i hovedsak er politisk kommunikasjon og retorikk. Han har fått en sentral plass i teoridelen i oppgaven, og det kunne nok vært inkludert flere teoretikere fra faget retorikk. Selve forskningsprosjektet om retorikk under pandemien ved UiO har fått mindre betydning for oppgaven enn først antatt, men har likevel vært til inspirasjon.

I teorikapittelet vises det til evalueringsrapport av myndighetenes håndtering av koronakrisen lagt frem 14. april 2021. Mediebildet fra mars 2020 til april 2021 gjenspeiler noe av håndteringen som beskrives i evalueringen. Denne oppgaven lener seg på det kommisjonen trekker frem om krisens første fase. Koronakommisjonens evaluering handler om krisehåndteringen til myndighetene, men som nevnt i teoridelen påvirker dette hverandre, og det ene utelukker ikke det andre.

3.4 Etske refleksjoner

En analyse vil være preget av både sosiale og kulturelle erfaringer. I Hermeneutikken kalles dette fordommer, som vil si en forforståelse som det er vanskelig å fri seg fra (Østbye et al., 2013, s.66). En retorisk analyse vil være preget av egne subjektive tolkninger, og det er derfor viktig å forklare hva som kan være med å påvirke de valgene som blir gjort i prosessen. Min interesse for retorikk, og bakgrunn som journalist og kommunikasjonsrådgiver i en beredskapsstat, blir derfor viktig å trekke frem som faktorer som har preget valg av tema, teori og metode.

I vitenskapelig arbeid må det gjøres åpent rede for hele forskningsprosessen ved å gi innsyn, slik at andre kan etterprøve (Østbye et al., 2013, s.66). Det har derfor vært viktig å være transparent i denne oppgaven ved å vise til at alle talene til Erna Solberg ligger tilgjengelig og

åpent for alle på regjeringens egne sider på regjeringen.no, samt som tekstvedlegg i denne oppgaven.

4.0 Analyse

Analysekapitlet skrives ett år etter den innledende fasen av krisen, og nærmere ett år etter valg av tema for masteroppgaven. Norge er fremdeles i en pandemi med restriksjoner og tiltak.

I dette kapitlet analyseres som nevnt fire taler av statsminister, som det vises til i egen oversikt i metodekapitlet. Talene analyseres kronologisk med samme analyseverktøy, men med ulik vektlegging av de retoriske begrepene. Analysen starter med en beskrivelse av pressekonferanser og struktureres i den retoriske situasjonen hvor de retoriske bevismidlene etos, logos og patos inkluderes.

4.1 Analyse av pressekonferansen om nye tiltak for å bekjempe koronaviruset 12. Mars
Pressekonferansen 12. mars 2020 klokken 14 holdes ved statsministerens kontor i Glacisgata 1 og er initiert av Statsminister Erna Solberg og helse- og omsorgsminister Bent Høie. Når øverste myndighet i landet ber om nordmenns oppmerksomhet sier det noe om alvorret i situasjonen.



Figur 2 Skjermdump fra videoavspiller på regjeringen.no. Statsminister Erna Solberg møter pressen 12. mars.

Presskonferansen, vist som video på regjeringen.no, starter med at Erna Solberg står på et podium bak en talerstol foran et pressekorps. Det er mye bevegelse og uro i salen og det kan virke som om pressen ikke har tilviste plasser. Ved siden av Solberg står tre andre talerstoler, og bak statsministeren vises en blå pressevegg med logoen til statsministerens kontor. I tillegg til helseministeren og statsministeren kommer helsedirektør Bjørn Guldvog og direktør i Folkehelseinstituttet Camilla Stoltenberg også til å være til stede. Informasjon om hvem som er til stede står på invitasjonen til pressekonferansen på regjeringens egne sider regjeringen.no. Pressekonferansen startet med et utsnitt langt ifra, og bildet viser journalister som står foran podiet for å ta bilder av statsministeren. Dette tar bort noe av oppmerksomheten fra Solberg. Når Erna Solberg sier «Kjære alle sammen» zoomer kameraet inn på statsministeren. Solberg, som er kledd i nøytrale mørkeblå farger, filmes fra livet og opp. Å zoome inn brukes bevisst for å dra fokuset mot noe, og bort fra noe annet. I høyre hjørnet i videoen er det bilde av en kvinnelig tolk som ser rett i kamera og snakker tegnspråk. Tegnspråk er visuell kommunikasjon og et viktig bindeledd mellom hørende og hørselshemmede eller døve. Erna Solberg ser derimot ut av kameranlinen, og ikke rett på seeren. Noe som gir et inntrykk av at statsministeren snakker til tilhørerne i salen, som i dette tilfellet er pressen.

Pressekonferansen er lik de fleste pressekonferanser. Det er få elementer i bildet, talspersonen har nøytral bekledning og står foran en passende pressevegg som sier noe om hvem som formidler budskapet. Bortsett fra tolken i høyre hjørnet er det få andre elementer som tar fokuset bort fra statsministeren når pressekonferansen er i gang.

Det kunne blitt gjort en større multimodal analyse av pressekonferansen, samt lagt vekt på pauser, kroppsspråk og fargevalg, men det viktigste for denne oppgaven er å sette rammen og sjangeren valgt for krisekommunikasjonen til statsministeren (se redegjørelse for dette i metodekapittelet).

4.1.1 Den retoriske situasjonen 12. mars

For å si noe om bakgrunnen for den første fasen av krisekommunikasjonen til Erna Solberg vil jeg forsøke å gi en beskrivelse av dagene før nedstengningen og har derfor valgt å se på mediebilde og hendelser i tidsrommet fra 5. mars til 12. mars. Krisen startet lenge før

5.mars, men i dagene og timene før pressekonferansen var det mye som skjedde for statsministeren og regjeringen. Opptakten kan ha vært førende for valgene som ble tatt.

5. mars 2020 arrangeres Holmenkollen skifestival uten publikum på grunn av koronaviruset. I pressemeldingen fra helsedirektoratet står det at Helsedirektoratet og Folkehelseinstituttet (FHI) støtter beslutningen som ble gjort av arrangør, Helsedirektoratet og Oslo kommune (Helsedirektoratet, 2020). 5. mars er det fortsatt Folkehelseinstituttet og helsedirektoratet som går ut med informasjon om viruset og smittesituasjonen i Norge og verden.

Helsedirektoratet er myndighetsorganet som legger råd og kunnskap fra Folkehelseinstituttet til grunn for sine vurderinger. Frem til fredag 6. mars er det FHI og helsedirektoratet som hver for seg holder presskonferanser om koronasituasjonen. 8. mars kommer en rapport som viser at 2,2 millioner nordmenn kan bli smittet av koronaviruset (Svaar, Thommaser og Kirkaune, 2021). Samme uke blir flere nordmenn, som har vært i Alpene på skiferie i vinterferien, bekreftet smittet. Tirsdag 10. mars går Helseminister Bent Høie på stortingets talerstol og sier at Norge er i fase 1 og at det vil ta tid før smitten bryter ut. Samtidig legges de første pasientene med korona inn på Ullevaal sykehus. De blir omtalt som pasienter med ukjent smittevei, som vil si at de ikke vet hvor, eller hvordan de er smittet. Nå slår helsedepartementet alarm (Svaar, Thommeser og Kirkaune, 2021). Dagen etter, 11. mars, erklærer Verdens helseorganisasjon koronaviruset for en pandemi, og helse og omsorgsminister, Bent Høie presenterer dugnadsmetaforen i en kronikk i VG. Med tittelen *Innkalling til dugnad* ber han om at det norske samfunn tar frem dugnadsånden (Høie, 2020). Samme dag stenger også Danmarks statsminister Mette Fredriksen ned Danmark. Fredriksen åpner pressekonferansen med å si at det som skal sies her i dag vil få store konsekvenser for alle dansker. Videre legger statsministeren i Danmark vekt på at alle må hjelpe hverandre, og sier at på grunn av lite kunnskap om pandemien tror hun at både Danmark og henne selv kommer til å gjøre feil underveis (Statsministeriet, 2020).

Fra 5. mars til 12. mars skriver journalister om usikkerhet rundt koronasituasjonen og om frykten for konsekvensene (Fossheim, 2020). Om børs-kollaps, fall i kronekurs og lav oljepris. Det skrives meninger, debattinnlegg og kronikker om situasjonen og noen etterlyser Solberg og tydelige ledere i en usikker og kritisk tid (Dagsavisen, 2020; Grini, 2020).

Frem til presskonferansen 12. mars klokken 14 har statsministeren vært fraværende. Det påtrengende problemet i denne fasen er usikkerhet, og det er umulig å si om dette kan løses retorisk. Ifølge Bitzer er det påtrengende problemet noe som ikke er som det burde være og at løsningen på problemet er kommunikasjon. Et påtrengende problem som ikke kan løses eller modifiseres, er ikke retorisk (Kjeldsen, 2015, s.81). Det påtrengende problemet er sammensatt av fundamentale sosiale, fysiske og kulturelle sider. Problemet for statsminister og regjeringssjef, Erna Solberg 12. mars handler om å reetablere sin troverdighet og autoritet som leder i en krevende og usikker tid. Pressekonferansen er en del av løsningen på problemet.

Selv om krisen startet før 12. mars, blir den første pressekonferansen til regjeringen inngangen for krisen i Norge. Som nevnt i teorikapitlet er kommunikasjon ett av virkemidlene for å nå målene i myndighetenes pandemiplan. Ifølge Nasjonal beredskapsplan for pandemisk influensa fra 2014 er samordnet, aktiv og kunnskapsbasert informasjon viktig for å oppnå tilslutning og resultat av tiltakene som iverksettes (Helse- og omsorgsdepartementet, 2014).

I forkant av pressekonferansen 12. mars klokka 14:00 har regjeringen tatt noen valg om hvilken kommunikasjonsstrategi, hvilket budskap som skal kommuniseres, hvilke ord som skal brukes og hva som er målet med kommunikasjonen.

En retorisk situasjon krever alltid et publikum, og det retoriske publikummet er de som kan påvirkes av avsenderens retorikk og som kan handle og har vilje til å bidra til forandringen (Kjeldsen, 2015, s. 83). Målgruppen for kommunikasjonen i en pandemi er ifølge nasjonal beredskapsplan befolkningen generelt, risikogrupper, pasienter og pårørende, helsetjenesten og media. Men det retoriske publikummet er de som er i stand til å iverksette det statsministeren oppfordrer til. De som lar seg overbevise og som samtidig kan handle består av mennesker som frykter viruset og som er redd for hvordan dette vil påvirke hverdagen, samtidig har et retorisk publikum tillit til statsministeren som kriseleder. Erna Solberg og regjeringen må forholde seg til retoriske vilkår, som vil si alle de muligheter og begrensninger som befinner seg i situasjonen. Solberg får ikke mulighet til å se hele publikummet sitt slik hun gjør på en talerstol under Høyres landsmøte. Solberg snakker

gjennom en kameralinse, og får på den måten ikke mulighet til å se andre enn kameraer og journalistene som er til stede. Dette kan gi noen begrensninger med tanke på måten innholdet blir kommunisert. De retoriske vilkårene som vektlegges i analysen er appellformene etos, patos og logos, og Solberg må utnytte de retoriske appellene gjennom pressekonferansen for å overbevise publikum om viktigheten av å begrense smitten.

4.1.2 Etos 12. mars

I en krise er det viktig å oppnå en effektiv og virkningsfull kommunikasjon. For å oppnå det må taleren appellere til fornuft og følelser. Men det vurderes ikke bare hva som sies, men også hvem som sier det. Budskapet må derfor formidles av noen som publikum stoler og tror på (Kjeldsen, 2015, s. 118). Etos er altså avgjørende for å overbevise befolkningen.

Politikeren Erna Solberg fra partiet Høyre har siden 2013 vært Norges statsminister, noe som påvirker Solbergs innledende etos.

«Kjære alle sammen. Vi står midt i en vanskelig tid for Norge og for verden» (Solberg, 2020). Solberg starter talen med å være en av Norges innbyggere fremfor statsminister, og ved å være en del av «vi» skapes identifikasjon. «Vi» etableres her som en henvendelsesform og ved å si «vi» uten å si nordmann, eller nordmenn, inkluderer Solberg også alle som bor i Norge.

«Korona-viruset sprer seg raskt. Det fører til frykt og redsel hos både barn og voksne. Jeg forstår godt den frykten» (Solberg, 2020). Det at statsministeren vil oss vel bygger etos og kan gjøre det lettere for et publikum å tro henne. Hun viser empati ved å være et medmenneske, og har en velvilje og forståelse for at befolkningen er redde.

«Det politiske Norge står samlet om å bruke kraftfulle tiltak». Solberg responderer på det påtrengende problemet ved å vise til at også andre som innehar en viss status og autoritet står bak avgjørelsen. Slik sørger Solberg både for å henvende seg til et publikum med en annen politisk tilhørighet, samtidig som hun tar ansvar som leder og forteller indirekte at det er gjort grundige vurderinger og avveininger.

Åpenhet er et annet viktig element for å skape troverdighet, og et viktig overordnet prinsipp for kommunikasjon under en pandemi. I Nasjonal beredskapsplan for pandemisk influensa fra 2014 står det blant annet at åpenhet skaper tillit og trygghet (Helse- og omsorgsdepartementet, 2014, s. 54). Når Erna Solberg snakker om en ny situasjon og at vi vet hvordan viruset smitter og hva som kan skje, er hun åpen om situasjonen og hva Norge kan vente seg i tiden fremover.

I talen er det flere ting som vil ha betydning for Solbergs endelige etos. Under talen viser Solberg autoritet som leder ved å innføre strenge tiltak. Hun er åpen og ærlig om en vanskelig og usikker situasjon, og fremstår derfor som troverdig. Samtidig gjør statsministeren seg til en del av fellesskapet ved å erkjenne at det kommer til å bli tøft, men at hun har tro på at Norges befolkningen skal klare det.

4.1.3 Logos 12. mars

For å kommunisere effektivt og hensiktsmessig må Solberg legge frem resonnementer og argumenter som mottakeren kan oppfatte som sanne, eller sannsynlige. Som nevnt i teorikapittelet vil logos være avhengig av etos.

«Viruset smitter når mennesker samles og er tett på hverandre. Derfor er det nå helt avgjørende at alle landets innbyggere deltar i en dugnad for å bremse smitten. Det skal vi gjøre i solidaritet med eldre, kronisk syke, og andre som er spesielt utsatt for å utvikle alvorlig sykdom» (Solberg, 2020). For at logosappellen i talen skal overbevise må avsender beskrive situasjonen og virkeligheten på en måte som mottakeren kan kjenne seg igjen i og akseptere. Med andre ord må denne oppfatningen samsvare med mottakerens doxa. Solberg innlemmer dugnad i talen 12. mars, og bruker det som et argument for hvordan befolkningen i Norge skal håndtere koronaviruset. Dugnad er definert som frivillig arbeid gjort i et fellesskap, og er en vanlig arbeidsform i lag og foreninger (Nordbø, 2020). Ordet dugnad ble i NRK-programmet «Typisk norsk» kåret til Norges nasjonalord i 2004 (Kagge, 2019). Ved å bruke begrepet i talen anerkjennes dugnad som en del av den norske kulturen. Den allmenne oppfatning er at dugnad er noe den enkelte gjør for fellesskapet. Deltar du derimot ikke i dugnaden blir det som regel mer arbeid på andre. I dette tilfellet vil det i verste fall kunne føre til noens død. Dugnadsmetaforen kan ta bort noe av fokuset fra de strenge politiske sanksjonene. I tillegg har ikke politiet mulighet til å følge opp alle som ikke

deltar i dugnaden, og regjeringen er derfor avhengig av at befolkningen følger anbefalingene. Men når Solberg sier at regjeringen kommer med de sterkeste og mest inngripende tiltakene vi har hatt i Norge i fredstid, gir det referanser til krig. Noe som blir et sterkt argument for hvorfor de strenge tiltakene innføres.

«Vi må alle beskytte oss selv, for å beskytte andre. Vi står sammen gjennom denne perioden – ikke med klemmer og håndtrykk – men ved å holde avstand. Det krever mye av hver enkelt av oss. Vi må bry oss om hverandre og hjelpe hverandre som best vi kan. Vi har greid å komme oss gjennom tøffe tider før – jeg er helt sikker på at vi skal klare det også nå» (Solberg, 2020). Solberg argumenterer for hvorfor befolkningen skal følge anbefalinger, og bruker ord som beskytte, stå sammen, bry oss og hjelpe hverandre. Slik spilles det på samvittighet for de vi står nærmest. En følelse som kunne blitt tolket som en del av patos, men samvittighet er en intellektuell vurdering basert på tro, og verdier og normer, og som kan fortelle hva som er moralsk riktig å gjøre.

Statsministeren i Norge vet at de aller fleste nordmenn lytter til det en regjeringsleder har å si i en innledende fase av krisen. En av utfordringene for regjeringslederen er mangel på kunnskap og fakta. Solberg er ærlig og åpen om det hun kan si noe om, som for eksempel at viruset smitter når mennesker er samlet og tett på hverandre, og at viruset smitter raskt.

4.1.4 Patos 12. mars

Dersom Solberg blir oppfattet som troverdig og publikum aksepterer argumentasjonen er statsministeren kommet et stykke på veg i å overbevise, men for at kommunikasjonen skal bli virkningsfull må den appellere til følelsene. som til slutt skal overbevise og motivere befolkningen til å ta kloke valg.

«Scenariene viser at flere mennesker vil dø av Korona i Norge. Flere vil oppleve å få planlagte operasjoner utsatt som følge av kapasitetsutfordringer i helsesektoren. Hverdagen til mange blir snudd på hodet» (Solberg,2020). Ved å peke på hva befolkningen har i vente, appellerer Solberg både til fornuften og til følelsen frykt. Frykten fremkalles av en redsel for å miste noe, eller noen som står en nær. Og det er lett å tenke på andre land, som for eksempel Italia, hvor mange har dødd av viruset allerede.

Bekrivelsen av scenariene er trolig den klareste fryktappellen under innledning til pressekonferansen 12. mars. Ved å vise til konsekvensene ved en pandemi konkretisert med eksempler vises det til hva Norge og landets innbyggere må forberede seg på. En slik åpenhet om hva som venter gir noe kunnskap om viruset. Solberg viser også tidlig i innledningen en empati og forståelse for hvorfor noen er redde. Denne forståelsen kan virke bekreftende, men også understreke at det er en grunn til å være redd når selv statsministeren er det.

Å gjøre noe abstrakt og fjernt til noe menneskelig og nært, er et kjent språklig virkemiddel. Et virus er usynlig, mens dens konsekvenser er synlige. Å beskrive scenarier samtidig som det refereres til at kampen mot korona er i solidaritet med de syke og eldre, gjør at viruset får et ansikt og det blir lettere å handle. Nærhet til steder og personer appellerer til følelsene våre, og personlige historier gjør at det er lettere å identifisere seg med det som blir sagt. For det første er viruset i vårt eget land, og alle kjenner trolig en person som er eldre, syk, eller har en underliggende sykdom som de ønsker å beskytte.

Solberg understreker at Norge har klart seg gjennom tøffe tider før. Det refereres nok ikke til svineinfluensaen i 2009, som vil være den krisen som ligger nærmest pr. definisjon, men til terrorhendelsen 22. juli 2011, og til 2. andre verdenskrig. Store deler av befolkningen gis her en referanse til hvordan Norge har håndtert tidligere kriser. Disse underliggende referansene rettferdiggjør også de inngripende tiltakene.

4.2 Analyse av den tv- sendte talen til statsministeren 18. mars

I analysen av talen 18. mars benyttes samme struktur som ved analysen av innledningen til pressekonferansen 12. mars. Først en kort beskrivelse av den tv-sendte talen med tittelen; Dette er ikke tiden for «jeg», dette er tiden for «vi».



Figur 3 Skjermdump fra videoavspiller på regjeringen.no. Statsminister Erna Solberg under tv-sendt tale og tolk.

Den tv-sendte talen 18. mars skiller seg fra pressekonferansen ved at dette er en direkteoverført tale uten pressen til stede. Statsministerens kontor bruker en mørkere pressevegg, og talen fremstår som mer velregissert og planlagt enn innledningen på pressekonferansen. Erna Solberg er kledd i nøytrale klær, en grønn og blå overdel og er tydelig sminket på øyne og lepper. Hun filmes fra livet og opp og ser rett inn på seeren ved å ha blikket festet på kameranlinsen. Det kan se ut som om Solberg bruker en prompt, som vil si en lesehjelper festet til kameranlinsen. Dette gjør at hun kan holde blikket festet på linsen gjennom hele talen uten å behøve å kikke ned. Det gir en nærhet til statsministeren og hun snakker rett til den som ser på enten det er gjennom videospilleren på telefonen, TV-en, eller datamaskinen.

4.2.1 Den retoriske situasjonen 18. mars

Det oppstår et informasjonsbehov etter pressekonferansen 12. mars. Regjeringen ønsker å være den foretrukne kilden til informasjon gjennom pressekonferanser og regjeringen.no, og fra 12. mars til den tv-sendte talen til statsministeren 18. mars holder regjeringen ti pressekonferanser om koronasituasjonen. Det holdes pressekonferanse om at grensene stenges, om krisepakker for bedrifter og økonomiske tiltak, og det holdes en egen pressekonferanse for barn.

Solberg har iverksatt tiltak og restriksjoner tidlig, samt kommuniserte viktige budskap 12. mars. Men krisens karakter er at den er i stadig utvikling. Noe som igjen kan by på utfordringer for kommunikasjonen. Mediebilde gjenspeiler situasjonen og noe av utfordringen ved krisens karakter og utvikling i uken etter nedstengningen. Det har blitt brukt de samme søkestrengene som nevnt tidligere, men avgrenset til perioden 12. mars til 18. mars. Søket Erna Solberg og korona og lederskap ga 52 treff. Mens Erna Solberg og korona ga 2608 treff. Det vil ikke bli lagt vekt på antall treff og alt som fikk fokus i mediene disse dagene, men det gjøres en oppsummering av søket. Søkene viser at det skrives mye om produksjon av smittevernutstyr, økonomiske krisepakker, hamstring i butikkene, hvem som har dugnadsånd og folk som ikke deltar i dugnaden. Det skrives om at regjeringen truer med hytteforbud. Mediene blir i løpet av kort tid en «offentlig gapestokk» for de som drar på hytta, på fest, eller hamstrer mat og dopapir i butikkene. Det vil vises til noen utvalgte reaksjoner på Solberg og regjeringens tiltak og kommunikasjon etter nedstengningen 12. mars. Artikkelforfatterne er enten politikere, redaktører, eller har en kjent stemme i den offentlige debatten. Hva som legges vekt på i media representerer hva som opptar meningseliten, de som påvirker meningene til befolkningen. Såkalt meningsbærere. Hva som legges vekt på kan være førende for hva som kommuniseres i den tv-sendte talen 18. mars. Elin Ørjasæter i nettavisen skriver om at Erna Solberg har våknet fra passiviteten og blitt generalen vi trengte. Innledningen til pressekonferansen 12. mars blir omtalt som «talen» og beskrives som samlende, tydelig og imponerende (Ørjasæter, 2020). Og mens noen hyller Solbergs kommunikasjon og lederskap stiller andre kritiske spørsmål til regjeringens økonomiske krisepakker og omtaler de som viktigere enn livet selv (Stalsberg, 2020). En artikkel i dagsavisen skriver at høyres klasseinstinkter er for snevre til å lede landet i en krisesituasjon, og under dugnaden, solidaritet og fellesskap lurer økonomisk konflikt og

konfrontasjon (Engen Marsdal, 2020). Dagsavisen var tidligere eid av Arbeiderpartiet, som representerer venstresiden i norsk politikk.

18. mars har Solberg gjenopprettet en tillit blant befolkningen, men tillit må pleies. I en krise er tillit en forutsetning for å bli hørt og tatt på alvor, står det i Nasjonal beredskapsplan fra 2014, og mangel på tillit kan føre til at publikums redsel øker, og at publikum ikke følger myndighetenes råd når krisen er et faktum. Det påtrengende problemet til Solberg er at hun må sørge for å bevare tilliten blant befolkningen i en krevende tid, og vise at hun kan lede landet gjennom en krise.

Publikummet, eller de som lar seg overbevise og som kan løse det retoriske problemet, er relativt omfattende. Det er først og fremst de som ser den tv- sendte talen til statsministeren og som har et ønske om å høre statsministeren tale og ikke bare gjøre en innledning til en pressekonferanse om koronasituasjonen. Men det retoriske publikummet er også de som leser deler av talen som en nyhetssak i en avis, eller som et innlegg gjennom sosiale medier. 18. mars er krisen i Norge i en innledende fase og informasjonsbehovet stort. Selv om det tidligere samme dag har vært en pressekonferanse hvor Solberg innledet, vil det være mange medier og flere i befolkningen som ønsker å høre statsministeren tale på dette tidspunktet.

Det foreligger omstendigheter som taleren ikke kan kontrollere, for eksempel hendelser og handlinger som har forekommet i forkant av 18. mars. Det kan være virusets utvikling, hva mediene velger å skrive om, eller hvordan mottakeren reagerer på talen. I et samfunn vil det alltid eksistere ulike holdninger, interesser og verdier, og det må taleren forholde seg til. De kulturelle og psykiske omstendighetene er viktige, men kan være vanskelig å vinne. Som mediebildet i perioden 12.mars til 18. mars illustrerer, så ytres det ulike meninger om regjeringen og Solbergs håndtering av koronakrisen og det stilles også spørsmål til den egentlige agendaen. Som nevnt ytres det i Dagsavisen at regjeringen kamuflerer økonomiske konflikter med fellesskap og samhold. At det hele handler om en klassekamp der dugnaden ikke er for arbeidsfolk som ikke har hjemmekontor (Engen Marsdal, 2020). Det kan likevel virke som om det er få kritiske stemmer i mediene om håndtering av krisen og kommunikasjon rundt koronaviruset.

Den tv-sendte talen 18. mars var mer en oppvisningstale enn en politisk tale. Den etablerer en viktig fellesskapsfølelse og solidaritet, men talen ga Solberg mulighet til å viser seg frem som en tydelig og trygg leder, samtidig som hun fikk vist velvilje og gi honnør til den delen av befolkningen som har bidratt. Slik ble det påtrengende problemet i situasjonen løst med retorisk kommunikasjon. Selv om det 18. mars er en tv-sendt tale vil det være viktig å ha en hensiktsmessig kommunikasjon som tar hensyn til situasjonen. Solberg må utnytte de retoriske bevismidlene for å opprettholde tillit og overbevise befolkningen om at hun er den riktige lederen til å håndtere situasjonen.

4.2.2 Etos 18. mars

Rune Alstadsæter er statssekretæren til Erna Solberg og i en podcast og intervju med kommunikasjonsforeningen karakteriserer han statsministerens stil for «den avdempede norske Erna-stilen». Statssekretæren skriver talene til statsministeren og tilpasser odene til statsministerens stemme (Sundby Revaa, 2020).

Solberg har vært Norges statsminister siden 2013, og de fleste gjenkjenner hennes måte å snakke på. Det ville for eksempel vært rart om statsministeren plutselig skulle begynt med et aggressivt og krigersk språk. Frankrikes president Emmanuel Macron åpnet pressekonferansen om korona Frankrike mars 2020 ved å se direkte inn i kameralinsen og si «vi er i krig!». Det ville vært uventet og lite autentisk om Solberg gjorde det samme (Kommunikasjonsforeningen, 2020). Autentisitet beskrives av Andreas Johansen i Kjeldsen som en av de mest moderne troverdighetsverdier, og som har fått en større verdi etter fremtreden av moderne, teknologiske medier som tv. Han skriver at det gjelder for taleren å ikke fremstå som trent, iscenesatt, eller som om taleren bevisst ønsker å påvirke mottakeren. Taleren må fremstå intim, spontan og naturlig slik at publikum blir kjent med den du egentlig er (Kjeldsen, 2009, s.122). Kjeldsen skriver også at for å beholde autentisitet må taleren fremstå lik over tid. Solberg fremstår som autentisk i sin fremføring 18. mars fordi hun snakker på en måte vi har hørt og sett statsministeren tidligere, som avdempet og rolig. Men samtidig vil en tv- sendt tale virke mer iscenesatt og velregissert, og Solberg fremstår noe trenet. Ordvalget og kroppsspråket understreker alvor, men mye av det hun sier hørte befolkningen under innledningen til pressekonferansen 12. mars.

Altsadsæter forteller at prinsippene til regjeringen er at språket og kommunikasjonen ut til befolkningen skal være enkelt å forstå. Det skal bygges rundt strategien om å sette folk og helse første, kontrollere smitten og å beskytte økonomien. Folk som deltar i dugnaden, må også ha tillit til myndighetene. Det er og blir et forhold som må på å pleies gjennom en krise (Sundby Revaa, 2020). I tillegg til autenticitet er det å være ærlig og åpen noe som bygger troverdighet. Det er en balansegang, og spesielt i en krise der en er avhengig av at befolkningen bidrar inn i krisen. Å være åpen om usikkerheten kan også føre til tvil. Samtidig blir det viktig at befolkningen også i fremtiden lytter til ekspertene som kan litt, som vil si Solberg og helsemyndighetene.

4.2.3 Logos 18. mars

«Kjære alle sammen! Ingen i min generasjon har opplevd at landet vårt har så store utfordringer som vi sammen står i nå. Men Norge har kommet gjennom vanskelige tider før. Vi skal klare det også denne gangen. Sammen» (Solberg, 2020). For en taler er det viktig å argumentere fra et felles sted, og å kjenne til allmenne og anerkjente synspunkter som befolkningen tilhørende kulturen er enig om. Ett av de mest dominerende, og kanskje det viktigste toposet i den tv-sendte talen er fellesskapsfølelsen. Selv om vi ble presentert for «vi» i innledningen til pressekonferansen 12. mars brukes «vi», «vårt» og «sammen» gjennomgående i den tv- sendte talen 18. mars. Slik viser Solberg til grunnleggende holdninger og verdier som solidaritet, som kan gi følelsen av samhörighet og samhold. Samtidig inkluderer pronomenet «vi» mottakeren i kampen mot viruset, og at denne kampen er større enn «jeg».

«Vi vet fortsatt lite om viruset, men vi vet noe. Det er ikke farlig for de aller fleste som er barn, unge og friske. Men det er farlig for eldre og for de som har andre sykdommer. Og det er farlig hvis for mange blir syke på samme tid. Da klarer ikke helsevesenet vårt å hjelpe alle. Det er derfor vi har iverksatt strenge tiltak» (Solberg, 2020). Som en del av den retoriske argumentasjonen i talen finnes det flere logosappeller som er formet som enthymemer. Jeg vil trekke frem spesielt en som går igjen i talen. Enthymemet tar for seg et viktig prinsipp for krisekommunikasjon i en pandemi, som er å sette folk og helse først. I talen gjentar Solberg at viruset er farlig for de svake og eldre. De som er eldre og svake bør beskyttes. På grunnlag av disse to premissene trekker mottakeren den konklusjonen at de eldre og svake må

beskyttes mot viruset. Denne sannsynlige konklusjonen er fornuftig ut fra det Solberg sier. Videre blir det gjennom et enkelt språk med få fremmedord forklart hva som må til for å beskytte de vi er glad i. Igjen rettferdiggjøres strenge tiltak og at regjeringen har bedt om utvidede fullmakter slik at Solberg kan iverksetter beslutninger raskere. Etter at mottakeren har fått svar på hvorfor «vi» er viktigere enn «jeg» går Solberg over til å forklare at hun har forståelse for at tiltakene vil få konsekvenser for norsk økonomi og at folk er redde. Samtidig kommer Solberg med sammenligninger og eksempler fra norsk næringsliv. Helsearbeidere blir kalt «helter», og de som må på jobb og ikke kan ha hjemmekontor, blir avgjørende for å holde Norge i gang. Det blir derfor viktig med fellesskap, og å vise solidaritet og samhold fremover. Solberg løfter også frem noen særskilte yrkesgrupper. «De tømmer søppel, vasker for å holde smitten borte, kjører buss, tog og taxi» (Solberg, 2020). Gjennom Solbergs første tale under innledningen 12. mars skapes «vi» som omfatter hele Norge, og det virker som om hun bevisst unngår å omtale befolkningen som «nordmenn». På den måten inkluderer hun et mangfold i Norge. Noe som blir viktig for å understreke at alle skal stå sammen i dugnaden.

4.2.4 Patos 18. mars

Det er følelsene som til slutt skal overbevise og motivere befolkningen til å ta kloke valg, og det trekkes her frem noen sentrale patosappeller i talen.

«Ingen i min generasjon har opplevd at landet vårt har så store utfordringer som vi sammen står i nå. Men Norge har kommet gjennom vanskelige tider før» (Solberg, 2020). Ved å referere til at ingen i Solbergs generasjon har opplevde at Norge har hatt så store utfordringer som koronakrisen, blir mottakeren minnet på at landet er i en krigstilstand. Og for noen vil det trolig være flere referanser til krig i den tv- sendte talen. Dagen etter nedstengningen 12. mars ble ukens dikt postet på nettsiden boktips.no. I ingressen på nettsiden stod det at «Tung tids tale» av Haldis Moren Vesaas, minner oss om det viktigste i korona-tider: «Det heiter ikkje: eg – no lenger. Heretter heiter det: vi» (Gørvell, 2020). Diktet, som er en del av en diktsamling med samme navn, ble skrevet under andre verdenskrig og gitt ut i 1945 (Gørvell, 2020). 18. mars 2020 går statsministeren på talerstolen i en direktesendt tale til befolkningen og sier; «Det er ikke tiden for jeg. Det er tiden for vi».

Uten å referere til Vesaas. Det vites ikke om dette var et bevisst grep. Men for noen vil dette trolig være en sterk referanse til 2. verdenskrig.

Fellesskapsfølelsen, solidaritet og samhold er beskrevet som en logosappell fordi dette skapes gjennom argumenter, men det fungerer også som en sterk patosappell. Publikum ønsker å føle tilhørighet og å være en del av et fellesskap. Solberg ber også befolkningen om å huske på at valgene vi gjør kan få stor betydning for andre. Det kan også appellere til skyld eller skam over manglende dugnadsånd. Solberg gir også eksempler på god dugnadsånd, solidaritet og innsatsvilje. Nærhet og identifikasjon er et effektivt virkemiddel for å nå frem med et budskap. I talen til Solberg er dette Tuva på 9 år og sykepleier og «helt», Jannike Arnesen. Disse to spør begge hvordan de kan bidra i kampen mot viruset. Som mottaker kjenner en gjerne på at dette er et eksempel til etterfølgelse, noe alle burde gjøre. I tillegg sier Solberg at hun blir rørt over innsatsviljen og ønsket om å bidra. Det er ikke viet mye oppmerksomhet til kroppsspråk og pauser i analysen av talene og innledningene, men under pressekonferansen kan en som seer observere at Solberg ikke tydelig føler det hun sier hun føler. Slik virker talen opplest, og dermed kan Solberg oppfattes som mindre ekte. Statsministeren har nok ikke for vane å vise tydelige følelser, men det konsentrerte og litt stive blikket inn i linsen kan gi et inntrykk av at Solberg ikke har et forhold til ordene, og at hun ikke har skrevet talen selv. Statsministeren har egne taleskrivere, men statssekretærens jobb er å tilpasse ordene til Solberg, og selv om statsministeren har en gjenkjennelig stil, så kan det virke som om hun ikke eier ordene. Dette kan skape en avstand til det som sies og hun oppnår dermed ikke ønsket effekt.

Det er viktig å balansere patos. Ved å appellere for mye til følelser kan Solberg risikere å miste tillit og ikke bli trodd. Dette ville heller ikke passet med Solbergs stil, og hun vil fremstå mindre autentisk. For lite appell til følelsene kan føre til at befolkningen ikke blir med på dugnaden, og kan få taleren til å virke kald.

4.3 Analyse av statsministerens innledning under pressekonferansen 7.mai

På regjeringen.no er tittelen på pressekonferansen «Pressekonferanse om gradvis gjenåpning av samfunnet». Det opplyses om at det er statsminister Erna Solberg og statsrådene Bent Høie, Guri Melby, Kjell Ingolf Ropstad, Henrik Asheim og Abid Raja som inviterer til pressekonferansen, og at pressekonferansen holdes i lokalene til Klima- og miljødepartementet. Videre er det praktisk informasjon om blant annet hvor du kan sende inn spørsmål på forhånd, og hvordan du kan bygge inn videoen på egne nettsider.



Figur 4 Skjermdump fra videoavspiller på regjeringen.no. Fra venstre: Kjell Ingolf Ropstad, Bent Høie, Erna Solberg, Guri Melby. Pressekonferansen 7. mai.

Pressekonferansen 7. mai innledes av statsminister Erna Solberg. Pressekonferansen vist som video på regjeringen.no starter med et totalbilde av tomme talerstoler. En stemme orienterer om gangen på pressekonferansen. En mannsstemme, trolig statssekretæren til Solberg, sier at det blir flere korte innledninger før det legges opp til spørsmål i plenum og enkeltintervjuer. Når Erna Solberg sier «Kjære alle sammen» klippes det rett inn på et nærbilde av statsministeren. Solberg er kledd i en blomstret kjole og har et kraftig smykke rundt halsen. Hun filmes fra livet og opp og har blikket vendt til høyre for kameranlinen. Lik de andre pressekonferansene og den tv-sendte talen er det en kvinnelig tolk i høyre hjørnet

av bilde. Tolken ser rett på seeren og snakker tegnspråk. Etter hvert beveger Solberg blikket til høyre og venstre, som om hun snakker til journalistene som er til stede.

4.3.1 Den retoriske situasjonen 7. mai

Pressekonferansen responderer på Solberg og regjeringens overordnede mål og påtrengende problem. Norge har vært stengt ned og befolkningen har levd under strenge tiltak i to måneder. Det er lovet lettelsener om folk klarer å gjøre det de er blitt bedt om. Holde avstand til andre og vaske hender. På to måneder har det blitt holdt 56 pressekonferanser om koronasituasjonen med eller uten statsministeren. De har omhandlet alt fra økonomiske tiltak, spørretimer, eller pressekonferanse for barn.

Det er brukt de samme søkestrengene som nevnt tidligere. Det er 6480 treff på artikler som omhandler Solberg og Korona, mens det er 123 treff på søkestrengen som inkluderer Solberg, korona og lederskap. Under har jeg gjort en oppsummering av mediebilde fra 18.mars til 7. mai. Tallene inkluderer også artikler skrevet etter pressekonferansen klokken 18:00 torsdag 7.mai. Ikke alle artiklene er oppført med klokkeslett.

Dagen etter den tv-sendte talen 18. mars innfører regjeringen hytteforbud. Ingen får dra på hytta utenfor egen kommune. Under åtte uker med nedstengning kan det virke som om Solberg har klart å skape en aksept rundt strenge tiltak hos de aller fleste i Norge.

Mediebildet viser til lite protester og uro, og det skapes et inntrykk av at krisen håndteres riktig. Sett bort fra skuffede hytteeiere og diskusjoner om «søringkarantene». Ifølge mediene går Erna Solberg opp på tillitsmålinger og VG kan vise til at «alle», som i hele 94 prosent, synes Solberg har håndtert krisen på en god måte. Meningsbærere i ulike aviser kommenterer statsministerens lederstil og blir blant annet skildret som pragmatisk, løsningsorientert, men at hun viser litt for lite følelser (Myklemyr & Gramnæs, 2020). Du må faktisk vise at du blir redd, skuffet eller rørt når du sier du er det. Noe som trolig også inkluderer den tv-sendte talen 18.mars der Solberg blir oppfattet som mer regissert og distansert fra følelser hun sier hun føler.

Det påtrengende problemet for Solberg 7. mai 2020 er å vise handlekraft, opprettholde tilliten i befolkningen og holde det hun har lovet. Publikummet er, som under innledningen

12. mars, de som lar seg påvirke. I dette tilfellet skal regjeringen gjenåpne landet. Noe som angår alle uavhengig av hvilket doxa, eller virkelighetsoppfatning. I tillegg vil det være de som ikke lar seg påvirke og ikke kan, eller ønsker å følge ytterligere råd og veiledning fra myndighetene fordi de ønsker å feire russetid, eller møte familie og venner igjen.

Under en pressekonferanse er det flere muligheter og begrensinger. De tvingende omstendighetene kan bli en lang liste. Jeg har derfor valgt ut noen.

Mediene har som nevnt over har stilt spørsmål om håndteringen av korona. Ifølge mediebilde er det en bred enighet i Norge om at Solberg har tillit og leder landet på en god måte gjennom krisen. Dette fokuset i mediene og med meningsbærere som skriver om forhøyet tillit til statsministeren vil trolig ha en positiv innvirkning på folks oppfatning av statsministeren. I tillegg kan det virke som om mediene setter søkelys på historier som snakker frem dugnadsånden og innsatsviljen blant befolkningen.

I åtte uker har det blitt holdt daglige pressekonferanser om koronasituasjonen. Befolkningen har blitt informert om koronaviruset gjennom mediene. For mange har det blitt vanlig å sette på pressekonferansen til regjeringen klokken 16. Siden 12. mars har det skjedd en gradvis forandring i måten vi lever på og håndterer koronaviruset. Solberg får skryt for håndteringen og skårer høgt på tillitsmålinger, og har etablert seg som kriseleder. Som nevnt tidligere er genre et viktig retorisk vilkår. I dette tilfellet er vi tilbake til den politiske talen, men her etableres genren *innledning til pressekonferansen, eller pressekonferansen*. Genre skapes i situasjoner som hele tiden kommer igjen. Publikum forventer at Solberg innleder pressekonferansen, det er også forventinger til regien. Den starter med innledningen til statsministeren før ordet gis til statsrådene og deretter åpnes det for spørsmål til slutt. *Koronapressekonferansen* har slik blitt en egen sjanger, en arena for retorisk handling som imøtekommer situasjonens krav (Kjeldsen, 2009, s. 102). En tydelig leder gir lik informasjon til alle samtidig og samfunnet forsikres om at statsministeren og regjeringen gjør alt som skal til for å sikre helse, begrense smitten, gi trygghet og å gjøre alt for å sikre arbeidsplasser og økonomi.

4.3.2 Etos 7. mai

Mediebilde og meningsmålinger gir et inntrykk av statsministeren innledende etos før pressekonferansen 7. mai. Som det vises til over, så blir Solberg beskrevet som en pragmatisk og tydelig leder, som med et enkelt språk forteller befolkningen hva de skal gjøre under pandemien. Flere mener statsministeren har lykket med håndteringen og kommunikasjonen så langt.

«Vi lovet tidlig at hvis vi klarte å slå ned viruset, så skulle vi åpne opp igjen så snart det var mulig. Det norske folket har i møte med strenge tiltak vist oss tillit og tålmodighet. Nå er det vår tur til å holde løftet vi har gitt» (Solberg, 2020). Solberg innleder pressekonferansen med å si at Norge har levd i ni uker med inngripende tiltak, og takker befolkningen for at de har vist innsatsviljen og vært flinke til å følge råd og regler. Statsministeren påpeker at på grunn av at folk har vært flinke kan regjeringen åpne opp. Denne skryten blir en viktig påminnelse om ansvaret og innsatsen folk har vist i løpet av disse åtte ukene. Noe som igjen bygger stolthet. Statsministeren understreker at nå skal «vi» gi noe tilbake. På den måten viser Solberg at hun har en moralsk forpliktelse som leder, og at hun er til å stole på. Det er likevel slik at Norge lever under usikre forhold, men i en tid mye usikkerhet viser Solberg handling, kontroll og autoritet. Ved å ramse opp datoer for hvilke aktiviteter og når de åpnes gis befolkningen noe å forholde seg til, og forventninger kan reguleres etter det. I tillegg sier statsministeren at dette ikke kan gjøres uten betingelser, og at regjeringen fremdeles er avhengig av god dugnadsånd for å få dette til. Statsministeren forstår at folk er utålmodige, og ivrig etter at akkurat deres aktivitet eller virksomhet skal åpne opp igjen. Hun sier at det også kan være vanskelig å forstå at det som er greit for den ene, ikke er greit for den andre, og at lettelsene og tiltakene vil oppleves inkonsekvente. Slik viser statsminister velvilje gjennom å ha respekt og forståelse for at dette for mange vil oppleves vanskelig.

4.3.3 Logos 7. mai

Under den tv-sendte talen blir fellesskapsfølelsen, og gode argumenter for hvorfor befolkningen skal stille på dugnad spille på fornuften, samtidig som det appellere til følelse av samhörighet og samhold.

I talen viser Solberg til strategien sammen, kontrollert og over tid. «Vi» har klart å slå ned viruset, og Solberg skal derfor, gjennom kontrollerte lettelser, åpne opp Norge. Solberg beskriver justeringene av koronaltiltakene som en del av kontrollstrategien. Noe som kan vise at regjeringslederen har kontroll og at regjeringen har en tydelig strategi for kampen mot viruset. Dette kan dempe uro og være trygghetsskapende. Noe som igjen vil ha noe å si for statsministerens avledet etos, som er det etos avsendere skaper under sin kommunikasjon (Kjeldsen, 2009, s. 128).

«Svaret er at summen av å innfri alle gode ønsker, er at vi åpner for raskt og at smittespredningen kan komme ut av kontroll. I en sånn situasjon, måtte vi ha strammet inn igjen. Derfor må vi prioritere» (Solberg, 2020). Solberg sier i talen at hun forventer at folk blir skuffet, men at hun forklarer hvorfor regjeringen har prioritert slik som de har gjort. Konsekvensen ved å innfri alle gode ønsker, samt åpne opp for raskt kan føre til ukontrollert smittespredningen og en situasjon som gjør at Solberg må stramme inn igjen. Dette fornuftsargumentet kan da virke dempende på følelser som sinne og skuffelse. Som nevnt henger logos og etos sammen. En slik overbevisende argumentasjon vil da trolig styrke Solbergs troverdighet hos den delen av befolkningen som har samme virkelighetsoppfatning, og som forstår argumentene for de prioriteringene som er gjort. Trinnene i gjenåpningen kan ikke gjennomføres uten betingelser. Ved at Solberg bruker ord som «dersom» og «hvis» og sier setninger som «ett viktig forbehold», argumenterer Solberg for at fremdriftsplanen avhenger av situasjon og at befolkningen fremdeles tar del i den nasjonale dugnaden. Slik kommer hun heller ikke til å love noe hun ikke kan holde.

Til slutt ber Solberg om at publikum må tenke på hvordan de velger å leve framover, at det blir viktig å handle i solidaritet med de som er rammet av den økonomiske krisen. Slik anerkjenner Solberg også de som har lidd økonomiske tap under nedstengningen.

4.3.4 Patos 7. mai

«Jeg har lyst å si at jeg er veldig lettet over at vi er kommet hit. Nå snakker vi om i hvilken rekkefølge vi kan åpne opp igjen samfunnet. Ikke om hva vi må stenge ned. Det viser at strategien har virket. Og det er innsatsen til hver enkelt av oss som er grunnen. For det vil jeg si tusen takk!» (Solberg, 2020). Fordi befolkningen har vært så flinke kan regjeringen gjøre

lettelse og åpne opp landet ytterligere. Med flinke mener nok Solberg at befolkningen har lyttet til rådene og vist god dugnadsånd og innsatsvilje. Solberg anerkjenner oppofringen befolkningene har gjort fra 12. mars, og skryt for anstrengelser vil kunne appellere til stolthet og selvfølelse hos publikum. Statsministeren ser fornøyd ut og smiler når hun sier at jeg er veldig lettet over at vi er kommet hit. Det er trolig den tydeligste følelsen statsministeren viser under talen. Noe som gjør at en som publikum tror på at hun føler det hun sier, men det oppleves også som en passende følelse til situasjonen. Det viktigste ved patos er ikke om den kommer naturlig frem av taleren, men at den blir fremstilt passende og slik fungerer som et godt argument. Hvilket medium det uttrykkes gjennom har mye å si for om følelsesuttrykk virker passende. På tv kommer en tett på den som taler, og det er en risiko for at emosjoner og kroppsspråk blir forsterket og kan derfor virke overdrevent og upassende (Kjeldsen, 2009, s. 314).

Som nevnt tidligere så frykter de aller fleste i befolkningen for å miste sine nære, eller kanskje bli syke selv. Samtidig som viruset påvirker hverdagen til de aller fleste som bor i Norge på en eller annen måte. Noen har hatt hjemmeskole og hjemmekontor på grunn av stengte skoler. Restauranter og treningssenter er stengt, og mange er permitterte. I forkant av talen 7.mai er trolig flere spent på hvordan gjenåpningen vil påvirke den enkeltes hverdag. Dette er også en del av den retoriske situasjonen som Solberg må forholde seg til når hun innleder til pressekonferanse denne dagen.

Før gjenåpningsplanen presenteres understreker statsministeren at ikke alle vil bli like glade, og at det kan være ting som føles inkonsekvent. Hun anerkjenner at folk er utålmodige, og det kan være vanskelig å forstå hvorfor noen virksomheter får åpne igjen og andre ikke. Slik forbereder statsministeren befolkningen på det som kommer. Samtidig minner hun befolkningen om at vi fremdeles er i krise og at vi skal klare dette sammen, kontrollert og over tid. Sammen, kontrollert og over tid er et utsagn som har blitt brukt flere ganger under pressekonferansene under nedstengningen. Gjentakelse gjør at informasjonen fester seg hos publikum og gjør det lettere å huske. Statsministeren forsøker trolig å etablere en felles holdning til kampen mot viruset, og en forståelse for hva som er strategien. Som nevnt i teoridelen er gjentakelse i taler blant annet en metode for å støtte hukommelsen.

Når gjenåpningsplanen presenteres, kjenner nok noen på glede, skuffelse, sinne og kanskje frykt for å miste jobben eller en redsel for fremtiden. Noen får litt av hverdagen tilbake, mens andre ikke.

4.4 Tv-sendt tale 7. mars 2021

Den tv-sendte talen 7. mars gir en oppsummering av situasjonen våren 2020, samtidig som den også kan vise til hvilken utfordring valg av sjanger og språklige virkemidler får etter ett år med krisekommunikasjon fra regjeringslederen.



Figur 4 Skjermdump fra videoavspiller på regjeringen.no. Statsminister Erna Solberg under tv-sendt tale og tolk.

Den tv-sendte talen 7. mars har fått tittelen statsministeren taler om koronasituasjonen og er varslet på forhånd som en tale ett år etter nedstengningen 12. mars 2020. Erna Solberg, som er kledd i en blomstrete topp og et kraftig smykke rundt halsen, filmes fra livet og opp. Hun ser rett inn i kameraet. Som under den alle tv-sendte taler og innledninger er en kvinnelig tolk plassert i egen rute i høyre hjørnet på avspilleren.

4.4.1 Den retoriske situasjonen 7. mars

I følge regjeringen.no blir det fra 12. mars 2020 til 7. mars 2021 arrangert rundt 150 pressekonferanser og andre nett-tv-sendinger om koronasituasjonen. Nær ett år etter

nedstengingen av Norge befinner landet seg i en ny smittesituasjon og flere kommuner lever med strenge smitteverntiltak. Det såkalte R tallet er på 1,3 og for at regjeringen skal gjøre ytterligere lettelse blir det meldt om at tallet må ned på 1.

Det skrives om at det sannsynlig kommer strengere tiltak, og det knyttes spenning rundt den kommende pressekonferansen tirsdag 9. mars (Hellstrand, Hægeland, Sfrintzeris, Røsvik, Haakonsen, Johnsen, 2021). Samme uke melder koronakommisjonen om at de er ferdig med evalueringen av myndighetenes håndtering av koronaviruset, og at de vil legge frem en fullstendig rapport 14. april.

Det er også andre hendelser som får fokus samme uke som den tv-sendte talen 7. mars. Høyreordfører i Molde, Torgeir Dahl forteller i et intervju med VG hva han mener om håndteringen av koronasituasjonen i Oslo, og kritiserer innbyggere og byrådsleder Raymond Johansen for å ikke å ha kontroll (Lode, 2021). Erna Solberg hasteinnkaller til pressekonferanse om konflikten når det blir kjent seg at ordføreren har fått hjelp av statssekretæren til Erna Solberg, Peder Weidemann Egseth. Solberg sier at slike utspill er beklagelig i en tid vi må stå samlet, og at hun ikke visste om anklagene mot Oslo og byrådslederen (Ertesvåg, Skarvøy, NTB, 2021). Solberg får også kritikk for den økonomiske krisepakken fra blant annet Rødt- leder, Bjørnar Moxnes, som mener arbeidsfolk har kommet tapende ut og skriver at arbeidere har fått drittpakker mens bedriftseiere har fått gavepakker (Gjerde, 2021). Det er også en uke siden Erna Solbergs 60-årsdag og bursdagsfeiring på Geilo sammen med familien. Feiringen blir noen uker etterpå etterforsket da det blir kjent at Solberg og familien brøt smittevernreglene. Om Solberg er klar over at hun har brutt smittevernregler på dette tidspunktet vites ikke.

Talens retoriske situasjon oppstår som følge av en forventning om en ettårstale, men samtidig som forventninger om en tale ett år etter utfordres Solberg av flere ting som hun ikke kan kontrollere. Smitten er fremdeles høy, folk er utålmodige, og mange er lei av restriksjoner og tiltak. De ikke-retoriske vilkårene kan ikke taleren kontrollere selv. Solberg kan ikke styre viruset, eller hvordan mediene velger fremstille statsministeren. Men Solberg kan kontrollere hva hun sier og hvordan hun velger å si det.

Det påtrengende problemet blir å holde seg til planen om å holde en ettårstale, samt opprettholde både motivasjon og tillit i befolkningen på grunn av smitte økningen. Svaret på dette blir en tv-sendt tale. Situasjonen gir Solberg selv mulighet til å oppsummere situasjonen ett år etter, samt reflektere over håndteringen som ble gjort i en innledende fase. Statsministeren gis mulighet til å være ærlig med tingene som har gått galt, samtidig å løfte frem det som regjeringslederen og regjeringen mener å ha lyktes med. Publikum vil fortsatt være den norske befolkningen, men det er nok færre som vil være motivert til å handle. Utfordringen er at Norge fremdeles befinner seg i en krise, og det er trolig få som er motivert til å lytte til en oppsummering av året som har gått i en tv-sendt tale (Rones, 2021). Den tv-sendte talen 7. mars 2021 er en oppvisningstale, men i lys av situasjonen vil befolkningen ha noen forventninger knyttet til talen. Solberg bruker en sjanger i en situasjon som trolig krever noe annet. Hun samspiller ikke godt nok med situasjonen når hun velger å holde en årstale om korona i en tid hvor befolkningen forventer en tale fra en kriseleder. På dette tidspunktet vil det være et ønske om informasjon som kan gi mer innsikt og sikkerhet. For selv om talen 7. mars blir varslet som en tv-sendt tale vil det være viktig å ha en hensiktsmessig kommunikasjon som tar hensyn til situasjonen. Som tidligere må Solberg utnytte de retoriske appellformene for å overbevise befolkningen, fortelle at hun har håndtert situasjonen godt, og at hun fremdeles er trygg og lojal leder som befolkningen kan ha tillit til.

4.4.2 Etos 7. mars 2021

Etos handler om den oppfatningen som publikum, eller mottakeren har av statsministeren på et gitt tidspunkt. Statsministeren har på grunnlag av posisjon og rolle en profesjonell etos, men det er sannsynlig å tro at publikum også har en forventning til talen 7. mars på bakgrunn av den retoriske situasjonen. Solberg har kommunisert om koronasituasjonen i et helt år, og har etablert seg som en taler til befolkningen under krisen. Dette påvirker den innledende etos. Etter mange pressekonferanser og tv-sendte taler er valg av ord, tonefall, pauser og mimikk gjenkjennbart. Å fremstå lik seg selv og over tid er noe som skaper tillit og troverdighet. Samtidig som hun fremstår lik seg selv er ordene og setningene i talen gjentakelser fra året som har gått. Slik kan Solberg fremstå retorisk forberedt, og det gjenkjennbare kan derfor føre til at den hensiktsbestemte kommunikasjonen mister sin effekt.

«Lite visste vi da om at denne krisen – ett år senere – fortsatt ikke skulle være over. Og kanskje det var bra. Det har tatt mer tid enn det vi så for oss. Og nå er vi alle lei» (Solberg, 2021). Statsministeren innleder med å fortelle om dagene før 12. mars, og erkjenner hvilken kompleks krise regjeringen og hele Norge stod overfor. På den måten kan også statsministeren få mer forståelse for hva hun som regjeringsleder måtte forholde seg til i den innledende fasen. Å erkjenne at krisen har vært krevende og at også myndighetene har gjort feil kan gi en tro på at det Solberg sier er sant.

Solberg har gjennom taler og pressekonferanser skapt samhørighet med publikum gjennom å snakke om «oss» og «vi», og ved å anerkjenne en rekke følelser. Statsministeren har også følt på frykt, sorg og fortvilelse, og er nå lei og utålmodig etter å få hverdagen tilbake med klemmer og sosiale sammenkomster. Selv om dette kan fremkalle følelser hos den enkelte, vil det trolig være med på å vise at statsministeren vil oss vel. Hun ønsker at vi skal få tilbake hverdagen og gjør sitt ytterste for at vi skal få det. Men skal statsministeren klare det må befolkningen vise forstandighet ved å gjøre det som er moralsk riktig å gjøre. Ved å holde avstand, og ved å holde ut litt til.

«Journalister fra hele verden spør hvordan Norge, tross alt, har kommet så bra gjennom pandemien» (Solberg, 2021). Trass usikkerhet og vanskelige tider kunne det ifølge Solberg vært verre. På spørsmålet hvorfor Norge har håndtert krisen så bra, svarer statsministeren at det er på grunn av «dere», eller «oss». Ved å bruke et slikt argument sier hun også indirekte at hun som leder har håndtert krisen godt. Solberg forteller at hun er stolt av «alle» både unge og eldre som har gjort en innsats under pandemien. Denne tilliten befolkningen har vist myndighetene og hverandre er verdt mange ganger mer enn oljefondet, og får her mulighet til å bruke sammenligningen til å si at penger (oljefond) ikke er alt. Tillit er mer verdt og trass usikkerhet og vanskelige valg har Norge klart seg veldig bra. Solberg gir også mottakeren håp om at det vil bli bedre, og viser kontroll og handling når hun ramser opp planen for vaksinasjoner mot sommeren. Slik argumenterer statsministeren for at hun også tar ansvar for at positive ting kommer til å skje, og at på bakgrunn av det kan Norge snart gå tilbake til normalen. Men handlingene er betinget, og for at positive ting kan skje må hun også her vise til ansvaret som til slutt ligger på befolkningen i Norge.

Innbyggerne i Norge er kjent for å ha tillit til myndighetene, og koronareglene i Norge blir beskrevet som mindre strenge enn flere andre land i Europa. En av årsakene kan være fordi vi lytter til myndigheter og følger regler. Franskmenn har mindre tillit til myndighetene og forholder seg annerledes til sanksjoner og koronaregler. De har også hatt portforbud og strengere sanksjoner enn i Norge (Nore, 2020). Den franske juristen og forfatteren Lorelou Desjardins, som er bostatt i Norge, skriver i en kronikk i NRK Ytring julen 2020 om at i Norge er det svært viktig å følge alle regler, og nordmenn blir fort sosialpoliti for alle rundt seg. Hun sammenligner med sitt hjemland Frankrike der en person blir ansett som helt om en bryter loven – uten å bli tatt. De forstår heller ikke intensjonen bak koronareglene, og Desjardins mener noe av grunnen kan være utydelig kommunikasjon fra myndighetene (Desjardins, 2020).

Erna Solberg har en avdempet og behersket stil under den tv-sendte tale. Som tidligere nevnt i analysen er Solberg alvorlig og tilpasset det hun snakker om. Statsministeren fremstår likevel som en mer trygg og etablert taler 7.mars. Hun bruker flere håndbevegelser, hodebevegelser og pauser når hun snakker. I motsetning til den tv-sendte talen 18. mars virker det som om statsministeren eier ordene, og fremstår som mer avslappet og komfortabel med å tale.

Som det står i teorikapittelet, vil endelig etos være det helhetlige inntrykket publikum har av taleren etter talen. Det er en vekselvirkning mellom innledende og avledet etos, men siden oppgaven ikke undersøker hva publikum tenkte og følte når de hørte talen, er det vanskelig å vurdere noe annet enn det mediene skriver i etterkant av talen. I en artikkel i nettavisen refereres det til flere reaksjoner på talen 7. mars. De handler om at noen ikke skjønnte poenget, og at talen ikke inneholdt noe nytt, men kun var en gjentakelse om å holde ut «den siste motbakke» (Torres, Fosse, 2021). Det vil bli reflektert omkring dette i avslutningen.

4.4.3 Logos 7. mars 2021

I den innledende fasen av krisen våren 2020 manglet myndighetene kunnskap, tall og fakta. Det var og er regjeringslederen åpen om. Ett år etter vet regjeringen en hel del mer, og

situasjonen tilsier at Solberg må argumentere for at Norge og befolkningen skal over, det som statsministeren beskriver som, en siste bakketopp.

I talen bruker Solberg mange av de samme ord og retoriske virkemidler fra tidligere taler og innledninger, og talens disposisjon og argumenter er kjent. Statsministeren går fra det som er lett å enes om, til det befolkningen må overbevises om. Solberg starter med å gi et bilde av situasjonen og opptrappingen til nedstengningen uken før 12. mars 2020, og velger å ramse opp hvilke konsekvenser pandemien fikk for befolkningen, den enkelte og Norge som samfunn. Underforstått forteller statsministeren her også hvilken krevende situasjon hun som regjeringsleder og kriseleder måtte forholde seg til i 2020. Før Solberg går over til å overbevise publikum om å fortsette innsatsen erkjenner og forstår hun at alle er lei.

«Og nå er vi alle lei. Av pandemi. Av begrensninger. Av at vi må holde ut litt til» (Solberg, 2021). Ved å bruke gjentakelser forsterkes budskapet om at vi står i en situasjon ingen av oss ønsker. Og statsminister skulle ønske at hun ikke måtte lede oss opp enda en topp.

Motvillig, men fordi hun må. «Vi» må holde ut litt til fordi det britiske muterte viruset er i ferd med å ta over. Når statsministeren bruker ord som ta over refereres det til en kamp med flere motstandere, og det gir en følelse av at vi fremdeles er i krig.

«Lite visste vi da om at denne krisen – ett år senere – fortsatt ikke skulle være over.

Og kanskje det var bra» (Solberg, 2021). I talen gjentar Solberg at regjeringen og «vi» visste lite om viruset mars 2020, og i talen argumenterer statsministeren med at det kanskje var bra. Med det peker Solberg trolig på at lite kunnskap har holdt håpet, motet og innsatsviljen i befolkningen oppe, og at få trolig hadde jobbet like hardt om en visste hvordan situasjonen var ett år etter. Det vil også si at regjeringen trolig ikke hadde lykkes like godt med å overbevise befolkningen om å følge tiltakene dersom en hadde hatt kunnskap om koronaviruset og konsekvensene det ville få for samfunnet.

Solberg forsøker å overbevise om å fortsette med innsatsen ved å berømme offer, og innsats i året som har gått. Norge har tross alt klart seg så bra fordi alle har vært flinke. Men, som nevnt tidligere, stemmer ikke nødvendigvis en slik påstanden om at det har gått så bra overens med den allmenne oppfatningen på dette tidspunktet. Solberg må derfor følge opp

med holdbare, logiske slutninger om at det kunne vært veldig mye verre, at mange er hardere rammet enn oss, og at Norge er i en særstilling, Påstanden støttes opp og begrunnes gjennom en rekke eksempler på hvorfor Norge har klart seg så bra, og det blir vanskelig å argumentere mot at påstanden ikke er sann. Disse eksemplene følges opp av en strategi for videre arbeid, og det vises til kunnskap, fakta og tall. Solberg forteller at Norge i mars har mottatt 1, 2 millioner vaksiner og at Norge er i rute i forhold til vaksineringsen. Men at igjen kommer det an på innsatsen til befolkningen.

«Klarer vi å beholde kontrollen på smitten i mars og april, klarer vi å få r-en under én. Da vil så mange være vaksinert at vi i mai kan ta første steg mot en helt normal hverdag» (Solberg, 2020). Solberg avslutter talen med det sterkeste argumentet. Hun argumenterer for at klarer vi å holde smitten nede får folk vaksinen når de skal. Vaksinestrategien er Norges og verdens håp om at livet og hverdagen kan bli normalt igjen.

«La oss gå sammen i det som forhåpentlig er den siste motbakken. Vi er på vei tilbake til hverdagene med hverandre» (Solberg, 2020). I talen bruker Solberg metaforer som «baketopp» og «motbakke» for å fortelle at noe kommer til å bli tungt en stund. Som tidligere nevnt appellerer talen til fornuften gjennom logiske argumenter. Som for eksempel at ved å vaske hender og holde avstand, er sannsynligheten stor for at det går bra, men sykdom og død kan bli et resultat dersom du ikke følger anbefalingene fra myndighetene.

4.4.4 Patos 7. mars 2021

En pandemi angår hele Norges befolkning og alle påvirkes på en eller annen måte. Derfor kan temaet for talen, det den handler om, vekke følelser.

Når statsministeren ramser opp hva Norge opplevde våren 2020 og hvilke endringer befolkningen måtte forholde seg til, vil trolig mange tenke tilbake på en krevende periode, et krevende år, kjenne på erfaringer, og følelser som sorg og tap. Mens noen kan kjenne på en mestringsfølelse og stolthet over å ha klart å bidra i dugnaden et helt år.

Som nevnt tidligere i analysen forteller Solberg hva befolkningen skal tenke og føle. Hun sier at noen har kjent på redsel, usikkerhet og bekymring for inntekt og arbeidsplassen. «Og mange har følt seg ensomme. Drømmer ble satt på vent. Drømmer brast» (Solberg, 2021).

Solberg anerkjenner en rekke følelser i talen, og de aller fleste kan kjenne seg igjen i en, eller flere av følelsene som ramses opp. Slik utelukker heller ikke Solberg noen. I tillegg uttrykker Solberg også at hun selv har kjent på mange av følelsene, og er nå lei av pandemien, som alle andre. Å bruke det språklige bilde «drømmer brast» kan være virkningsfullt, og ved å ikke gi drømmen et navn lar Solberg det være opp til hver enkelt å vurderer hvilke drømmer det er snakk om. En slik empati og forståelse for andres følelser vil også bygge opp under statsministerens tillit og etos.

«Karantene, kohort og isolasjon ble vanlige ord. Håndsprit og munnbind likeså. En meter, to meter. Vi sto midt i en pandemi. Den skapte bekymring, lidelse og tap. Og vi er i dyp sorg over de vi har mistet» (Solberg, 2021). Talen har gjennomgående korte setninger, og en setningsrytme som gjør at teksten oppleves som mer rytmisk, og litt intens. Solberg unngår fremmedord og bruker enkle, forståelige ord og begreper. Det gjør at både barn, unge og voksne uavhengig av bakgrunn forstår budskapet og hva hun snakker om. Noe som blir viktig i en pandemi der det er ønsket at hele Norges befolkning skal bidra.

4.5 Oppsummering av den retoriske analysen

I denne oppgaven legges det vekt på forståelsen av en krise som en sosial konstruksjon, og fortolkningen av den ligger til grunn for hvordan en ledelse velger å håndtere krisen og kommunisere under krisen.

Retorikk er hensiktsbestemt kommunikasjon, og kommunikasjon under en pandemi er først og fremst å få kontroll på smitten og situasjonen. Solbergs behov for å nå frem med sin informasjon i en krise utgjør det påtrengende problemet som statsministeren forsøker å løse gjennom strategisk kommunikasjon. Denne kommunikasjonen er først og fremst adressert til et retorisk publikum, som er de som lar seg overtale og som har mulighet til å bidra inn i kampen mot viruset.

Retorisk kommunikasjonen skal tjene sitt formål og fungere på en effektiv måte. Gjennom taler og pressekonferansens innledning informerer Solberg publikum om situasjonens alvor, konsekvenser, og om nødvendigheten av tiltak. Hun ønsker å få befolkningen til å lytte og å

følge rådene. Solberg bruker derfor bevisst flere språklige virkemidler for å overbevise og overtale publikum til å bidra inn i kampen mot koronaviruset.

Det er passende at en leder står på talerstolen når krisen er et faktum. Statsministeren blir synlig, tar kontroll og viser handlekraft i en tidlig fase og kan slik bli ansett som en tydelig leder som er samlende når det gjelder. Tillit er avgjørende for en leder, og spesielt under en krise. Denne er etablert på forhånd i kraft av hennes rolle som statsminister, men er avhengig av situasjonen og må hele tiden pleies.

De retoriske vilkårene er mulighetene og begrensninger i den retoriske situasjonen. Disse må Solberg forholde seg til. I kommunikasjonen under krisen fungerer pressekonferanse og tv-sendt tale gjennom video som en kontekst hvor den retoriske hensikten realiseres gjennom direktesendt video. Alle talene, innledningene og tv-sendte taler, ligger som video på regjeringen.no og finnes i tillegg som tekst. Noe som viser at regjeringen ønsker å være den foretrukne kanalen under krisen og er bevisst på å utnytte de mulighetene som ligger i nettstedet.

I den innledende fasen av krisen har Solberg benyttet seg av appellformene etos, logos, og patos. 12. mars har Solberg en innledende etos i kraft av at hun er statsminister og regjeringsleder. Ved å komme på talerstolen under pressekonferansen og ved å skape fellesskapsfølelse gjennom «vi» og handlekraft gjennom å innføre inngripende tiltak, viser Solberg at hun ønsker å fremstå som en trygg, pålitelig leder som vil oss vel og som befolkningen kan stole på.

I denne oppgaven undersøkes antatt virkning gjennom analysen og det mediene refererer til. En resepsjonsanalyse av mottakere ville trolig gitt flere og mer utdypende svar på hva mottakerne tenkte da de hørte talen og hvilket inntrykk de har av statsministeren. Men mediebildene før en pressekonferanse eller en tv-sendt tale gir likevel et inntrykk av hva befolkningen er opptatt av, og meningsbærere i samfunnet vil trolig være med på å påvirke regjeringens og regjeringslederens kommunikasjon ut til befolkningen. Mediebilde viser blant annet at regjeringslederen fikk forhøyet tillit etter at hun gikk på talerstolen 12. mars,

og det gis et inntrykk av at det i den innledende fasen stilles få kritiske spørsmål til regjeringslederen om håndtering og kommunikasjon.

I starten av krisen fins lite kunnskap om viruset og Solberg argumenterer ved å aktivt appellere til dugnad, fellesskap og samvittighet. Statsministeren involverer «alle» i sin kommunikasjon og fordeler ansvaret med å håndtere krisen mellom myndigheter og hele Norges befolkning. Eventuelle handlinger og lettelser mot en ny hverdag er betinget med at «vi» må fortsette den nasjonale dugnaden. Solberg snakker først og fremst med de med samme virkelighetsoppfatning som seg selv, og «vi» er ikke nødvendigvis alle.

Hvordan en talers kommunikasjon og bruk av følelsesappeller fungerer, avhenger av den retoriske situasjonen og av mottagerens karakter og posisjon (Kjeldsen, 2009, s. 314).

Solberg bruker patos, men i mindre grad. Det kommer frem i alvoret i temaet det snakkes om. Krisen appellerer til frykten og redselen for å miste noen som står oss nær. I tillegg er referansene til krig med på å understreke det uforutsigbare i situasjonen. Norge og verden kjemper mot en usynlig fiende, og står fremdeles i en krig ett år etter nedstengning.

I alle videoene som vises blir Erna Solberg presentert i et halvnært bildeutsnitt, noe som er med på å skape et nærvær til statsministeren. Pressekonferansens innledning som video og den tv-sendte talen skiller seg ved at under pressekonferansen snakker Solberg til et publikum i salen, og i den tv-sendte snakker Solberg til seeren ved å se rett på kameralinsen. Det gjør at vi kommer tettere på statsministeren. Samtidig fremstår hun også mer sminket, iscenesatt og regissert under tv-talen sammenlignet med innledningen til pressekonferansene hvor hun virker mer autentisk.

I talene bruker Solberg enkle ord, begreper og gjenkjennbare metaforer. Hun velger ofte korte setninger og en setningsrytme som gjør at talene oppleves noe intens og konstaterende. Talene er vanskelig å kategorisere i en talesjanger, men er en blanding av de to taleartene politisk tale, og oppvisningstale. Talene belærer om viruset og dens konsekvenser, fungerer som rådgivende om hva som må til for å få ned smitten og hvem som skal gjøre det, samtidig som den forsøker å behage ved å møte publikum med velvilje og ved at Solberg viser seg som en trygg leder.

5.0 Avslutning

I denne oppgaven har fokuset vært å undersøke hvordan Erna Solbergs tv-sendte taler og pressekonferanseformatet fungerte som krisekommunikasjon i den første fasen av koronapandemien i Norge våren 2020. Metoden har vært en retorisk analyse som er bygget på teoretiske perspektiver fra retorikken. I dette kapitlet kommer jeg til å forsøke å svare på oppgavens problemstilling og dens underpunkter. Problemsstillingen blir drøftet i sin helhet, og ikke kronologisk. For å svare på problemsstillingen i denne oppgaven er det stilt følgende forskningsspørsmål:

- Hvordan samspiller Solberg med situasjonen for å bygge tillit og omdømme?
- Hvordan følger Solberg de overordnede prinsipper for krisekommunikasjon, som tillit, åpenhet, aktiv informasjon og publikumsforståelse, skissert i Norges beredskapsplan for pandemisk influensa fra 2014, i den innledende fasen av krisen?
- Hvordan fungerer de retoriske virkemidlene i talene?

Å definere noe som en krise kan si noe om situasjonen, samt skape forventninger til myndighetenes videre håndtering. Definisjonen av koronaviruset som pandemi ble gitt av WHO 11. mars 2020. Dette peker på alvoret i krisen og utbredelsen, men gir ikke nødvendigvis myndighetene mer kunnskap om viruset og alvorlighetsgraden. Usikkerheten utfordrer myndighetenes kommunikasjon ut til befolkningen i den innledende fasen av krisen, en fase hvor informasjonsbehovet er stort. Samtidig som mediene viser konsekvenser av korona fra flere steder i verden, oppstår det et krav om en tydeligere regjeringsleder som tar ansvar.

I denne oppgaven antas det at myndighetene og derav regjeringslederen tar utgangspunkt i kriteriene i *Nasjonal beredskapsplan for pandemisk influensa fra 2014* i sin krisekommunikasjon. Det legges i denne oppgaven kun vekt på tillit, aktiv informasjon, åpenhet og publikumsforståelse. Prinsippene er tenkt til myndigheter som omfatter helsemyndighetene og regjeringen, men på grunn av oppgavens problemstilling vurderes kun statsministerens kommunikasjon. I *Nasjonal beredskapsplan for pandemisk influensa* står det blant annet at myndighetene må være tidlig på banen for å vise at de tar ansvar, at

de må være en god kilde til informasjon. Om myndighetene reagerer seint kan det føre til at andre setter dagsorden og befolkningen risikerer å bli feilinformert. Noe som kan føre til at tilliten til den ansvarlige myndighet svekkes (Helse- og omsorgsdepartementet, 2014). I februar og begynnelsen av mars lå kommunikasjonsansvaret om korona hos Folkehelseinstituttet og Helsedirektoratet. Det at informasjonen kommer fra to kilder kan også ha ført til noe forvirring blant befolkningen.

Fra 11. mars 2020 tok Statsministerens kontor hovedansvar for kommunikasjonen, og statsministeren inntar talerstolen 12. mars 2020. Erna Solberg har en opparbeidet tillit før krisen inntreffer i kraft av den rollen og posisjonen hun har som statsministeren i Norge. Den retoriske analysen viser at den tilliten som har blitt utfordret i dagene før pressekonferansen trolig gjenoppbygges ved at Solberg kommer på banen 12. mars. Under den første pressekonferansen tar Solberg ansvar som leder. Hun er åpen om usikkerhet og viser velvilje overfor publikum. Noe som også peker på at statsministeren mestrer de overordnede kommunikasjonsprinsippene tillit, åpenhet og menneskelig forståelse i sin kommunikasjon (Helse- og omsorgsdepartementet, 2014, s. 54). Statsministeren samspiller med situasjonen og bygger tillit. Selv om oppgaven ikke har forutsetning for å vurdere om Solbergs omdømme faktisk ble bedre etter nedtegning, antas det at mediebildet gjenspeiler noe av dette. I ukene etter nedstengningen retter mediene et søkelys på at tilliten til Solberg økte som et resultat av at hun ble synlig i krisen. Noe som igjen vil ha noe å si for omdømmet til statsministeren.

Myndighetene er avhengig av tillit i befolkningen og at befolkningen følger rådene som blir gitt. Det er mye som tyder på Solbergs tillit i befolkningen var høg i den innledende fasen av krise. Noe som også løftes frem i koronakommisjonens rapport. I rapporten står det at stort flertall av befolkningen har hatt tillit til myndighetenes håndtering og kommunikasjon underveis i pandemien (NOU 2021: 6, 2021, s. 175). Det at befolkningen har endret adferd i møte med pandemien mener koronakommisjonen er en klar indikasjon på at myndighetene har nådd frem med informasjon og budskap til befolkningen, men at det er deler av innvandrerbefolkningen som myndighetene ikke har lyktes like godt med å nå frem til (NOU 2021: 6, 2021, s. 27). Dette skyldes i noen grad at myndighetene ikke har lyktes med å etablere seg som en god informasjonskilde, og derfor ikke klart å nå alle med budskapene

(NOU 2021: 6, 2021, s. 186). Dette understøtter den retoriske analysen hvor det blant annet pekes på at argumentasjonen som blir brukt ikke nødvendigvis treffer alle, men er avhengig av at mottakeren kjenner seg igjen i beskrivelsen og forståelsen Solberg har av virkeligheten. Analysen viser at hun ikke nødvendigvis snakker til alle, men at hun trolig har påvirket flere ved å snakke om oss» og «vi» fremfor å omtale befolkningen som «nordmenn» eller som «norske innbyggere».

Regjeringen viser til at de har hatt en plan for krisekommunikasjon i kriser, og en bevissthet rundt krisekommunikasjon under en pandemi. Som det vises til i teorikapittelet har regjeringen en bred forståelse av krisen ved å ha et søkelys på krisekommunikasjon både *før*, *under* og *etter* en krise. Det er mulig at planen fra *Nasjonal beredskapsplan for pandemisk influensa* fra 2014 burde vært revidert. Slike planer bør revideres ofte da en kan risikere å sitte med planer som ikke kan benyttes ved fremtidige krisesituasjonen.

Regjeringens krisekommunikasjon og krisehåndtering omfatter også læring og evaluering av krisen. Slik blir koronakommisjonens rapport og videre arbeid viktig for håndtering av lignende kriser i fremtiden. Utfordringen for denne krisen vil være å definere en ny fase, eller definere at krisen er over. Det vil derfor være viktig å presisere at denne oppgaven har tatt for seg det en antar er fasen *før* krisen og *under* krisen. Selv om det i 2021 er mye som tyder på at landet går mot en mer normal situasjon er Norge fremdeles i en pandemi og under en krise.

Krisekommunikasjon under pandemien handler som nevnt om å møte informasjonsbehovet i befolkningen, og å få folk til å endre adferd. Det siste er avgjørende for krisens utvikling. Gjennom hyppige pressekonferanser ut til befolkningen kan myndighetene få ut viktig informasjon og motvirke frykt. Fra nedstengningen 12. mars og frem til gjenåpningen 7. mai ble det holdt daglige pressekonferanser om koronasituasjonen. Det viser at regjeringen har fulgt prinsippene om å ha en åpen og aktiv kommunikasjon. Noe som er med på å bygge tilliten til den ansvarlige myndighet og statsministeren. Pressen har fått en viktig rolle med å få ut budskapet under og etter pressekonferansene, og det har vært avgjørende for å få folk med på den nasjonale dugnaden. Mellom gjenåpningen 12. mars og nedstengning 7. mai blir derimot pressen oppfattet som mindre kritiske til Solbergs krisehåndtering og

krisekommunikasjonen. Dette kan ha vært med på å påvirke tilliten og innsatsviljen til befolkningen.

Taler i kriser kan som nevnt være et viktig redskap til å nå ut til befolkningen med et klart budskap. De kan gi befolkningen beskjed om situasjonen og alvoret, overbevise om nødvendigheten med tiltakene, og å få befolkningen med på dugnaden. I Analysen av den tv-sendte talen 18. mars er det lagt vekt på at det spilles på mange av de samme argumentene fra pressekonferansen 12. mars. Talen 18. mars var trolig også tenkt som en del av en strategi om å bygge tillit og omdømme til regjeringslederen i en krevende tid. I analysen vises det til at regjeringslederen fremstår mer retorisk trent, noe som kan påvirke troverdigheten og det avledete etos. På bakgrunn av disse funnene vil derfor en tv-sendte tale ikke nødvendigvis være avgjørende for tilliten og omdømmet i en pågående krise hvor statsministeren allerede har valgt å innta pressekonferansen. Det er grunn til å tro at det er innledningene til pressekonferansene, fremfor de tv-sendte talene, som bygger tillit da dette viser en mer autentisk leder med handlekraft og kontroll i en krise med mye usikkerhet. Samtidig var det i den innledende fasen behov for mye informasjon om situasjonen, og det at budskapet blir gjentatt i en tv-sendt tale vil uansett være viktig i en krise.

Etter å ha undersøkt talene i lys av retorisk teori, er vurderingen at Solbergs krisekommunikasjon våren 2020, var med på å overbevise befolkningen om å bidra inn i dugnaden. Erna Solbergs retorikk under pressekonferansene og tv-sendte tale i den innledende fasen fungerte i en krise der mye var usikkert. Det var trolig riktig å spille på felles verdier, dugnadsånd, fellesskap og solidaritet. Gjennom å bruke retoriske virkemidler antas det at hun har nådd frem med sitt budskap og fremstått som en trygg leder ved å bruke ord tilpasset situasjonen og statsministerens stil. Solberg har vært ærlig om usikkerhet og utfordringer, og vist velvilje og menneskelig forståelse i en tid hvor ting endret seg fort for mange. Selv om hun fremstår mer retorisk trent under tv-talen har hun holdt seg trofast til valgte formuleringer og metaforer, og fremstår som en tryggere krisetaler etter hvert som ordene blir mer hennes.

Retorikk må samspille med situasjonen om den skal fungere. Etter ett år med rundt 150 pressekonferanser om koronasituasjonen har *koronapressekonferansen* blitt en etablert

sjanger. Samtidig som Erna Solberg er statsminister, har hun vært Norges øverste kriseleder i ett år. Befolkningen, som har fulgt med på pressekonferansene, vet at når kriselederen skal tale kommer det noe viktig og nytt. Den første uken i mars 2021 viser mediebildet høye smittetall og nyheter om en utålmodig befolkning. Talen er varslet som en TV-sendt tale av statsministeren, men på grunn av situasjonen forventes det noe nytt fra kriselederen. Solberg samspiller derfor ikke godt nok med situasjonen ett år etter, og det kan virke som om statsministeren her gjennomfører en planlagt tale uten hensyn til at Norge har høy smitte og at folk ønsker en ny retning. Talen 7. mars 2021 inneholder ikke bare et tilbakeblikk og en hyllest til innsatsvilje og tålmodighet, men også formaninger og betingelser og at befolkningen må holde ut enda en bakketopp. Det er utfordrende å forsøke å overtale med de samme ordene ett år etter. De fleste i befolkningen kjenner formuleringene og metaforene om felleskap, tillit og solidaritet. At det kommer skryt av innsatsvilje, og hjelpen og vaksiner er på veg. Talen kan bli oppfattet forutsigbar og ordene mister sin kraft. Metaforene og formuleringene som fungerte innledningsvis i en tale vil ikke kunne overtale befolkningen. Det må komme noe nytt, eller noe mer for at publikum skal lytte og for at retorikken skal være relevant i en krise. Mens publikum fikk en tv-sendt tale av statsministeren, krevde situasjonen at kriselederen åpnet en koronapressekonferanse.

Som det kommer frem over, er befolkningens oppfatning av situasjonen bestemmende for virkningen av retorikken. Befolkningen er aktive i å tolke budskapet, og om de møter ytringer som ikke står til forventninger og holdninger, vil det være en risiko for at budskapet avvises. Det som opplevdes som vellykket kommunikasjon og kriseretorikk våren 2020, fungerer ikke nødvendigvis ett år etter. Videre håndtering vil være avgjørende for Solbergs etos. Statsministeren har ikke uendelig med tillit og makt, og vil trolig oppleve å bli utfordret av en langt mer kritisk presse og befolkning fremover.

Litteraturliste

Aristoteles. (2006). *Retorikk* (T. Eide, Ovres.). Oslo: Vidarforlag

Bitzer, Lloyd F. (1968). "The Rhetorical Situation". *Philosophy & Rhetoric* 1968/I (s. 1-14).

Bitzer, L. F. (1997). Den retoriske situation. *Rhetorica Scandinavica*, 3(5), 17.

Brekke, Ole Andreas, Ludvigsen, Kari, Bjørkdahl, Kristian. (2017). *Handling og usikkerhet. Norske myndigheters kommunikasjon om svineinfluensapandemien i 2009*. Norsk statsvitenskapelig tidsskrift (54-77).

Bråten, Ole André (2013). *Håndbok i krisehåndtering*. Oslo: Cappelen Damm AS

Coombs, W. Timothy. (2007), *Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*. London: Palgrave Macmillan, a Division of Macmillan Publishers Ltd

Coombs, W. Timothy. (2007). *Ongoing crisis communication. Planning, managing and responding*. Second edition. USA: SAGE Publications.

Helse- og omsorgsdepartementet. (2014). *Nasjonal beredskapsplan pandemisk influensa*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nasjonal-beredskapsplan-pandemisk-influensa/id2354614/>

Helsedirektoratet (2020, 5. mars). Holmenkollen skifestival arrangeres uten publikum. Hentet fra: <https://www.helsedirektoratet.no/nyheter/holmenkollen-skifestival-arrangeres-uten-publikum>

Ihlen, Øyvind, Skogerbø, Eli, Allern, Sigurd. (2015). *Makt, medier og politikk: norsk politisk kommunikasjon*

Ihlen, Øyvind. (2020). *Science communication, strategic communication and rhetoric: the case of health authorities, vaccine hesitancy, trust and credibility*. London: Emerald publishing Limited.

Johansen, W; Frandsen, F. (2010). *Krisekommunikation. Når virksomhedens image og omdømme er truet*. Samfunnslitteratur.

Kjeldsen, Jens E. (2009) *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*. 2. utgave. Oslo: Spartacus

Kjeldsen, Jens E. (2013) *Retorisk dannelse – hva du ikke visste du burde vite om verdens eldste kommunikasjonslære*. Norsk medietidsskrift (s. 71-80).

Kjeldsen, Jens E. (2014) *Hva er retorikk*. Oslo: Universitetsforlaget.

Kjeldsen, Jens E. (2015) *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*. 5. utgave. Oslo: Spartacus

Kjeldsen, Jens E. (2016) *Studying Rhetorical Audiences: A Call for Qualitative Reception Studies in Argumentation and Rhetoric*. *Informal Logic* (s.136-158).

Kjeldsen, J. E. (Ed.). (2017). *Rhetorical audience studies and reception of rhetoric: Exploring audiences empirically*. Springer.

Nordbø, B (2020, 9. januar). Dugnad. I Store norske leksikon. Hentet fra:
<https://snl.no/dugnad>

Nordhaug og Kristiansen m.fl. (2007). *Retorikk, samtid og samfunn*. Oslo: forlag 1.

NOU 2021: 6. (2021). *Myndighetenes håndtering av koronapandemien — Rapport fra Koronakommisjonen*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2021-6/id2844388/>.

Olsen, Odd Einar, Reiss Mathiesen Espen, Boyesen Marit. (2008). *Media og krisehåndtering. En bok om samspillet mellom journalister og krisehåndterere*. Oslo: Cappelen Damm akademisk.

Regjeringen. (2020, 7. mai). Regjeringens plan og justering av koronatiltak. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/regjeringens-plan-og-justering-av-koronatiltak/id2701493/>

Regjeringen. (2020, 7. mai). Koronasituasjonen: Presskonferanse om gradvis gjenåpning av samfunnet. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/pressekonferanse-om-gradvis-gjenapning-av-samfunnet/id2701316/>

Rosenthal, U., et al. (2001). *Managing crises: threats, dilemmas, opportunities*. Springfield, Ill: Charles C. Thomas.

Ryen, A. (2002). *Det kvalitative intervjuet: fra vitenskapsteori til feltarbeid*. Bergen: Fagbokforlaget.

Statsministerens kontor. (2020, 12. mars). Omfattende tiltak for å bekjempe koronaviruset. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/nye-tiltak/id2693327/>

Statsministerens kontor. (2020, 12. mars). Statsministerens innledning på pressekonferanse om nye tiltak mot koronasmitte. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/statsministerens-innledning-pa-pressekonferanse-om-nye-tiltak-mot-koronasmitte/id2693335/>

Statsministerens kontor. (2020, 18. mars). Dette er ikke tiden for «jeg». Dette er tiden for «vi». Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/dette-er-ikke-tiden-for-jeg.-dette-er-tiden-for-vi/id2694026/>

Statsministerens kontor. (2020, 5. mars). Statsministeren taler om koronasituasjonen. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/statsministeren-taler-om-korona/id2837167/>

Statsministerens kontor. (2020, 7. mars). Tale om koronasituasjonen. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/tale-om-koronasituasjonen/id2837294/>

Statsministeret. (2020, 11. mars). Situationen kommer til at stille kæmpe krav til os alle sammen. Hentet fra: <https://www.regeringen.dk/nyheder/2020/statsminister-mette-frederiksens-indledning-paa-pressemoeede-i-statsministeriet-om-corona-virus-den-11-marts-2020/>

Østbye, H., Helland, K, Larsen, L.O., Moe, H. & Knapskog, K. (2013): *Metodebok for mediefag*, 4. utgave, Bergen: Fagbokforlaget

Podcast

Bergesen, Eirik (Programleder). (2020, 27. mai). *Språk i kriser, politisk retorikk, og budskap som bommet*. [Audio podkast episode]. I

Kommunikasjonspodden. Kommunikasjonsforeningen.

<https://www.kommunikasjon.no/fagstoff/nyheter/laer-av-ernas-naermeste>

Nettavisar

Desjardins, L.(2020, 28. desember). Da jeg ble karantenepoliti. Hentet fra:

<https://www.nrk.no/ytring/da-jeg-ble-karantenepoliti-1.15295417>

Ertesvåg, E; Skarvøy, L; NTB. Solberg nekter for å ha visst noe om Høyre-ordførerens Oslo-angrep. *TV2.no*. Hentet fra: <https://www.tv2.no/a/11988369/>

Fossheim, K. (2020,11. mars) – Den som ikke er bekymret nå, bør gå i terapi. *TV2*. Hentet fra: <https://www.tv2.no/nyheter/11285697/>

Gjerde, Robert (2021, 5. mars) Moxnes: - Solbergs første krisepakke var en drittpakke til arbeidsfolk. *Aftenposten*. Hentet fra: <https://www.aftenposten.no/norge/politikk/i/vAnnLV/moxnes-solbergs-foerste-krisepakke-var-en-drittpakke-til-arbeidsfolk>

Grini, S (2020, 9. mars). – Erna må gå for corona-håndtering. *Finansavisen*. Hentet fra: <https://finansavisen.no/nyheter/samfunn/2020/03/09/7505000/oystein-stray-spetalen-erna-ma-ga-for-corona-handtering>

Gjørvell, K (2020, 13. mars) «Tung tids tale» av Haldis Moren Vesaas. *Boktips.no*. Hentet fra: <https://www.boktips.no/dikt/tung-tids-tale-halldis-moren-vesaas/>

Hellstrand, S; Høgeland, L; Sfrintzeris, Y; Røsvik, E, Haakonsen, A; Johnsen, A (2021, 5. mars) Statsministeren varsler tale om coronasituasjonen. *VG*. Hentet fra: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/86RRbr/statsministeren-varsler-tale-om-coronasituasjonen>

Høie, B (2020, 11. mars). Innkalling til dugnad. *VG*. Hentet fra: <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/EWnBO3/innkalling-til-dugnad>

Leder (2020, 12. mars). Lederskap i krise. *Dagsavisen*. Hentet fra: <https://www.dagsavisen.no/debatt/leder/2020/03/12/lederskap-i-krise/>

Lode, Sindre (2021, 28. Februar) Molde-ordfører om smitten: -Lite imponert over hva Oslo har fått til. *VG*. Hentet fra: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/1BRkpK/molde-ordfoerer-om-smitten-lite-imponert-over-hva-oslo-har-faatt-til>

Marsdal Engen, M (2020, 17. mars). Høyres elitisme sendt i retur. *Dagsavisen*. Hentet fra:

<https://www.dagsavisen.no/debatt/2020/03/17/hoyres-elitisme-sendt-i-retur/>

Myklemyr, A; Gramnæs, K (2020, 20. mars). Erna solberg som kriseleder: kom sent, men godt. *Dagens perspektiv Nr. 12*.

Nore, A (2020, 24. November). Vi er så få her I landet. *Aftenposten*. Hentet fra:

<https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/rgMyRA/vi-er-saa-faa-her-i-landet>

Revaa Sundby, M (2020, 29. mai). Lær av Ernas nærmeste. *Kommunikasjon*. Hentet fra:

<https://www.kommunikasjon.no/fagstoff/nyheter/laer-av-ernas-naermeste>

Stalsberg, L (2020, 17. mars). Et liv på løgn. *Dagsavisen*. Hentet fra:

<https://www.dagsavisen.no/debatt/kommentar/2020/03/17/et-liv-pa-logn/>

Svaar, P; Thommessen, L; Kirkaune, E (2021, 6. mars). Fem dager i mars. *NRK.no*. Hentet fra

<https://www.nrk.no/norge/xl/fem-dager-i-mars-1.15402129>

Torres, M; Fosse, A (2021, 7. mars). Flere reagerte etter Solbergs tale: -Noen som skjønnte poenget? *Nettavisen*. Hentet fra: <https://www.nettavisen.no/nyheter/flere-reagerer-etter-solbergs-tale-noen-som-skjonte-poenget/s/12-95-3424098674>

Ørjasæter, E (2020, 17. mars). Erna Solbergs krisekommunikasjon under koronakrisen fungerer. *Nettavisen*. Hentet fra: <https://www.nettavisen.no/okonomi/erna-solbergs-krisekommunikasjon-under-koronakrisen-fungerer/s/12-95-3423938703>

Vedlegg 1 Pressekonferanse om nye tiltak for å bekjempe koronaviruset 12. mars

(Gjengitt direkte fra regjeringen.no)

Kjære alle sammen!

Vi står midt i en vanskelig tid for Norge og for verden.

Norge blir satt på en stor prøve.

Både som samfunn, men også vi som enkeltmennesker.

I denne perioden vil vi alle få en annerledes hverdag.

De drastiske tiltakene vi nå iverksetter, gjør vi i håp om å stanse viruset.

Korona-viruset sprer seg raskt.

Det fører til frykt og redsel hos både barn og voksne.

Jeg forstår godt den frykten.

Nå har vi en ny situasjon hvor vi har de første tilfellene vi ikke kan spore tilbake til smitte i utlandet.

Vi vet at mange flere vil bli smittet i dagene som kommer.

Vi er med dette over i en ny fase av bekjempelsen av denne smittsomme sykdommen.

Viruset smitter når mennesker samles og er tett på hverandre.

Derfor er det nå helt avgjørende at alle landets innbyggere deltar i en dugnad for å bremse smitten.

Det skal vi gjøre i solidaritet med eldre, kronisk syke, og andre som er spesielt utsatt for å utvikle alvorlig sykdom.

Vi må alle beskytte oss selv, for å beskytte andre.

Vi står sammen gjennom denne perioden – ikke med klemmer og håndtrykk – men ved å holde avstand.

Det krever mye av hver enkelt av oss. Vi må bry oss om hverandre og hjelpe hverandre som best vi kan.

Vi har greid å komme oss gjennom tøffe tider før – jeg er helt sikker på at vi skal klare det også nå.

Scenariene viser at flere mennesker vil dø av Korona i Norge.

Flere vil oppleve å få planlagte operasjoner utsatt som følge av kapasitetsutfordringer i helsesektoren.

Hverdagen til mange blir snudd på hodet.

Derfor iverksetter vi nå drastiske tiltak i håp om å stanse viruset.

Vi har allerede innført flere tiltak for å hindre smittespredning i tråd med faglige råd.

Men disse tiltakene er ikke lenger nok.

I dag kommer regjeringen med de sterkeste og mest inngripende tiltakene vi har hatt i Norge i fredstid.

Tiltakene kommer til å ha stor innvirkning på vår personlige frihet.

Det er tiltak som griper direkte inn i våre hverdagsliv og hvordan vårt samfunnsliv fungerer.

Nå er dette helt nødvendig.

Jeg hadde i går møte med de parlamentariske lederne, og vil takke partiene for gode innspill og tilbakemeldinger.

Det politiske Norge står samlet om å bruke kraftfulle tiltak.

Det viktigste nå er å sikre liv og helse til landets innbyggerne.

Dette gjør vi med en rekke nye tiltak:

- Alle landets barnehager, skoler, videregående skoler, høyskoler og universiteter stenges.
- Barnehagebarn og barn på småskoletrinnet med foreldre som har samfunnskritiske funksjoner, får et omsorgstilbud i sin barnehage og skole.
- Vi må huske på hvem vi nå skal verne om. Vi kan derfor ikke overlate barnepass til besteforeldre i risikogruppene.
- Helse- og omsorgsministeren vil komme tilbake til de øvrige tiltakene.

Dette blir en belastning for både bedrifter og familier.

Og sykedager med barn kommer til å bli utvidet i regelverket, og vi skal bidra til at vi i den totale pakken på økonomiske tiltak også hjelper bedrifter fremover.

Helsetjenesten i Norge er blant de aller beste i verden.

Nå forbereder helsepersonell seg landet rundt på den største utfordringen de har møtt noensinne.

Dere skal vite at dere har vår støtte og tillit til å gjøre jobben deres.

I Norge står vi sammen når det gjelder.

Vi mobiliserer til dugnad og samarbeid i små og store lokalsamfunn. Nå er dette viktigere enn noen gang.

Viruset er så smittosomt at vi ikke kan ta på hverandre.

Men vi skal ta vare på hverandre.

De siste dagene har organisasjoner, bedrifter og kommuner tatt mange initiativ for å begrense smitte. De har tatt rådene på alvor, og tatt ansvarlige valg.

Det er veldig bra. Og vi må gjøre mer av dette. Alle må tenke gjennom hva de kan gjøre for å begrense smitten.

Tar vi hardt i nå, kan vi heller slippe litt opp senere.

Vi må håndtere denne krisen uten å skape store varige problemer på norsk næringsliv. Vi kommer tilbake til de mest akutte tiltakene for dette i morgen.

Men også næringslivet er tjent med at smitten ikke sprer seg slik at enda flere må være hjemme enda lenger.

Nå må vi uansett sette liv og helse først.

For hverandre. Og for alle de vi er glade i.

Vedlegg 2 Dette er ikke tiden for «jeg». Dette er tiden for «vi».

(Gjengitt direkte fra regjeringen.no)

Kjære alle sammen!

Ingen i min generasjon har opplevd at landet vårt har så store utfordringer som vi sammen står i nå.

Men Norge har kommet gjennom vanskelige tider før.

Vi skal klare det også denne gangen. Sammen.

Vi vet fortsatt lite om viruset. Men vi vet noe.

Det er ikke farlig for de aller fleste som er barn, unge og friske.

Men det er farlig for eldre og for de som har andre sykdommer.

Og det er farlig hvis for mange blir syke på samme tid. Da klarer ikke helsevesenet vårt å hjelpe alle.

Det er derfor vi har iverksatt strenge tiltak.

Det preger hverdagen vår sterkt.

Vi må alle for en periode endre hvordan vi lever våre liv, for at de av oss som tåler viruset dårlig ikke skal miste sitt.

Regjeringen har i dag bedt Stortinget om utvidede fullmakter for å håndtere situasjonen.

Det er svært uvanlig i vårt demokrati.

Men det sier alt om alvoret.

Fullmakten gjør at vi kan iverksette beslutninger raskere.

Sier Stortinget ja, vil regjeringen bruke fullmakten med klokskap.

Generasjonene før oss har skapt et samfunn hvor vi har tillit til, og respekt for, hverandre.

I opp- og nedgangstider har direktører og industriarbeidere stått skulder ved skulder.

Sammen har vi alle bidratt til å bygge velferdssamfunnet.

Når terror og ulykker har truffet oss har vi kommet oss gjennom det i fellesskap.

Når friheten har vært truet, har nordmenn gitt alt for hverandre.

Dette har gitt landet vårt et fortrinn som er kraftigere enn noe våpen, og mer verdifullt enn noe oljefond: Nemlig at vi stoler på hverandre.

Det er denne tilliten som skal bære oss gjennom krisen vi nå står i.

Uten den høye tilliten mellom innbyggere og myndighetene, kunne vi aldri fått hele Norge med på dugnaden for å bekjempe koronaviruset.

I krisetider forstår vi hvor avhengige vi er av hverandre.

Det som samler oss, er viktigere enn det som skiller oss.

Regjeringen, Stortinget og hele det politiske Norge gjør alt i vår makt for at vi skal komme oss trygt gjennom denne vanskelige perioden.

Vårt felles ønske om å gjøre det beste for alle som bor i Norge vil alltid være større enn våre uenigheter.

På mandag holdt vi en egen pressekonferanse for barn.

Tuva på 9 år spurte meg: Hva kan jeg gjøre for å hjelpe til?

Jeg blir rørt over at også våre barn vil være med på dugnaden. Det sier mye om Norge.

I denne krisen er svaret veldig konkret.

Lytt til rådene om hygiene og følg karantene-reglene.

Vi må beskytte oss selv, for å beskytte andre.

Still opp for naboen.

Ring noen som kanskje er ensomme akkurat nå.

Husk at valgene du gjør får stor betydning for mange andre.

Og husk at dette er ikke tiden for «jeg». Dette er tiden for «vi».

Tiltakene mot viruset får store konsekvenser for norsk økonomi, norsk næringsliv og for norske jobber.

Restauranter, frisørsalonger og konsertscener er stengt.

Hoteller, kiosker og mange andre bedrifter står uten kunder.

Mange er permittert, og mange er redd for at jobben ikke skal være der når dette er over.

Andre er redde for å miste livsverket sitt.

Jeg forstår den frykten.

Vi er villige til å gjøre alt som trengs, og i samarbeid med Stortinget bruke de pengene som er nødvendig, for å sikre folks jobber og trygge norske bedrifter. Store som små.

Vi er i en helt ny situasjon.

Det har vært viktig å handle raskt.

Nye regler vil da ikke alltid være perfekte.

Feil og unøyaktigheter kan oppstå.

Det må vi rette opp etter hvert.

Mange gjør en uvurderlig innsats. Jeg vil særlig nevne noen:

Helsepersonell står i første linje i kampen mot viruset.

Jeg synes sykepleier Jannike Arnesen satt ord på den fantastiske innsatsviljen vi nå ser.

Til VG skrev hun: «Fortell meg hvor jeg skal møte opp, så kommer jeg».

Det er vanskelig å komme nærmere ekte helter enn dette.

Mange må nå være på jobb for å holde Norge i gang.

De tømmer søppel, vasker for å holde smitten borte, kjører buss, tog og taxi.

De sitter i kassen i nærbutikken din.

Ofte til sent på kvelden.

Også de utsetter seg nå for smitterisiko.

Mange jobber på nye måter.

40.000 lærere er nå medlemmer av Facebook-grupper i en digital dugnad for nettundervisning.

Der deler de erfaringer og hjelper hverandre for at våre barn skal lære, selv om de ikke kan være på skolen.

Selv om verden forandrer seg, er den norske folkesjelen den samme.

Vi trår til når det trengs, vi samarbeider og vi hjelper hverandre.

Tusen takk til hver enkelt av dere – for at dere bidrar og ofrer mye for at vi skal lykkes.

Kjære alle sammen,

Jeg vet at mange er bekymret.

Noen er slitne.

En del er allerede syke.

Og det eneste vi vet er at det vil bli verre før det blir bedre.

Men det *vil* bli bedre.

Det vil gå over.

Det kommer en tid hvor barna våre kan fylle barnehager og klasserom igjen.

Hvor vi kan håndhilse og gi hverandre en varm klem.

Vi skal tilbake til de helt normale, fine hverdagene.

Men før det har vi alle en jobb å gjøre. Og vi skal gjøre den sammen.

Vedlegg 3 Pressekonferanse om gradvis gjenåpning av samfunnet

(Gjengitt direkte fra regjeringen.no)

Kjære alle sammen,

I dag er det 8 uker siden vi innførte de strengeste tiltakene Norge har hatt i fredstid. Det har vært en ekstraordinær tid for oss alle. En tid vi vil huske så lenge vi lever.

Vi lovet tidlig at hvis vi klarte å slå ned viruset, så skulle vi åpne opp igjen så snart det var mulig.

Det norske folket har i møte med strenge tiltak vist oss tillit og tålmodighet. Nå er det vår tur til å holde løftet vi har gitt.

Derfor legger regjeringen i dag frem en strategi og en plan for hvordan vi skal åpne Norge opp igjen før sommeren. En plan for å ta hverdagen tilbake.

Jeg har lyst å si at jeg er veldig lettet over at vi er kommet hit.

Nå snakker vi om i hvilken rekkefølge vi kan åpne opp igjen samfunnet. Ikke om hva vi må stenge ned.

Det viser at strategien har virket. Og det er innsatsen til hver enkelt av oss som er grunnen.

For det vil jeg si tusen takk!

Frem til nå har strategien vært å slå ned viruset.

Nå går vi over til en kontrollstrategi.

Men målet er fortsatt det samme. Helsetjenesten vår skal ha kapasitet til å hjelpe alle som trenger det – både de som blir syke av korona og av andre grunner.

Derfor er det en forutsetning for planen vi legger frem i dag, at vi fortsatt kan ha kontroll på smittespredningen.

Det betyr at vi må åpne opp igjen sammen, kontrollert og over tid.

Så skjønner jeg at mange er utålmodige, og at det isolert sett finnes gode argumenter for at akkurat «min» aktivitet eller virksomhet skal få åpne nå.

Det kan også være vanskelig å forstå hvorfor det ene er greit mens noe annet ikke er det.

Det kan rett og slett være ting som føles inkonsekvent.

Svaret er at summen av å innfri alle gode ønsker, er at vi åpner for raskt og at smittespredningen kan komme ut av kontroll. I en sånn situasjon, måtte vi ha strammet inn igjen.

Derfor må vi prioritere.

Regjeringen har valgt å prioritere barn og unge først. Deretter arbeidslivet, og deretter andre aktiviteter.

Vi legger opp til en plan med nye lettelser ca. hver 14. dag. Jeg skal nevne datoene og de største lettelsene på hver av datoene.

11. mai, altså på mandag, kan alle skoler åpne.

12. juni kan serveringssteder uten mat og fornøylesparker åpne.

Og fra 15. juni åpner vi for arrangementer med opptil 200 personer.

Målet vårt er at vi 15. juni vil ha åpnet det meste som har vært stengt.

Men – og dette er et viktig forbehold – vi kommer bare til å åpne opp på disse datoene hvis vi klarer å holde kontroll på smitten.

Derfor hviler det fremdeles et stort ansvar på oss alle. Vi kan ikke ta oss større friheter enn smittevernreglene tilsier.

I lang tid fremover må vi fortsette å holde minst en meters avstand, holde oss hjemme når vi er syke og vaske hender.

Dette er de enkleste, mest virkningsfulle og minst inngripende tiltakene som kan gi oss hverdagen tilbake.

Så vet jeg at mange lurer på hvordan sommeren blir. Vi har sagt at vi må forberede oss på Norges-ferie. Nye råd for ferie- og fritidsreiser kommer 15. mai.

Når det gjelder reiser utenlands, er svaret at vi ikke vet. Dette er ikke noe Norge avgjør alene, det er noe vi må gjøre sammen med andre land. Vi jobber med saken, men det er for tidlig å gi en dato.

Før jeg gir ordet til Bent vil jeg si dette: Vi har vært flinke til å bidra i dugnaden. Slik har vi unngått krise i helsetjenesten.

Nå må vi også handle i solidaritet med alle dem som er rammet av den økonomiske krisen.

Derfor ber jeg alle om å fortsette den nasjonale dugnaden.

Vi skal fortsette å holde smitten nede, få folk i jobb og ta hverdagen tilbake.

Dette skal vi klare sammen.

Vedlegg 4 Statsministeren taler om kronasituasjonen

(Gjengitt direkte fra regjeringen.no)

Kjære alle sammen,

Denne helgen for ett år siden gikk Holmenkollen skifestival av stabelen uten publikum.

Det var det første, store arrangementet som ble endret på grunn av korona.

På det tidspunktet økte smitten i Norge.

Mange hadde fått med seg smitte hjem fra Alpene.

Den 11. mars erklærte WHO sykdommen som en pandemi.

På fredag, 12 mars, er det ett år siden koronaviruset endret det meste for oss.

Fra en dag til en annen ble hverdagen vår snudd på hodet.

Klemmer, håndtrykk og sosialt samvær - begrenset.

Skoler ble stengt. Grenser ble stengt. Bedrifter måtte lukke.

Konserter, arrangementer, idrett - alt bremsset opp.

Og det ble stille i gatene og langs veiene.

Karantene, kohort og isolasjon ble vanlige ord.

Håndsprit og munnbind likeså.

En meter, to meter.

Vi sto midt i en pandemi.

Den skapte bekymring, lidelse og tap.

Og vi er i dyp sorg over de vi har mistet.

Mange har kjent på en redsel.

For noen i risikogruppen. For selv å være i risikogruppen. Redde for å miste noen.

Bekymret for arbeidsplasser og inntekt.

Usikre, fordi vi ikke visste når hverdagen skulle komme tilbake.

Og mange har følt seg ensomme.

Drømmer ble satt på vent. Drømmer brast.

Lite visste vi da om at denne krisen – ett år senere – fortsatt ikke skulle være over.

Og kanskje det var bra.

Det har tatt mer tid enn det vi så for oss.

Og nå er vi alle lei.

Av pandemi.

Av begrensninger.
Av at vi må holde ut litt til.
Men det må vi.
Smitten er igjen økende.
Den britiske mutasjonen er i ferd med å ta over.
Derfor er vi ikke ferdige med strenge tiltak helt enda.
Noen kommuner har allerede svært strenge tiltak.
Andre kommuner opplever nå utbrudd - og må iverksette tiltak.
Foran oss er det en bakketopp til vi må over.
Sannsynligvis med sterkere nasjonale tiltak, før vi kan lette og etterhvert oppheve tiltak.
Det siste året har store beslutninger blitt tatt raskt.
Ofte under stor usikkerhet.
Og alt har ikke blitt riktig på første forsøk.
Etter hvert som vi har lært mer, har vi kunnet justere.
Vi har alle lært mye.
Men best har det vært å se hvordan folk har stilt opp for hverandre.
Som samfunn har vi vist oss fra vår beste side.
Journalister fra hele verden spør hvordan Norge, tross alt, har kommet så bra gjennom pandemien.
Og svaret er dere.
Oss alle.
Respekten for hverandre på tvers av aldre.
På tvers av bakgrunn.
Det gjør meg stolt.
Stolt av dere.
Jeg vil som alle andre tilbake til normale dager.
Til klemmer. Og sosialt liv.
Til en hverdag der meteren igjen er en måleenhet og ikke avstand mellom mennesker.
Mennesker vi bryr oss om.
Og vi vil nå dit.
Vi skal sitte trangt på idrettsarrangementer.
Vi skal være sammen på kino, teater, konsert.

Vi vil få tilbake festivaler, samvær, feiringer, russetid, nærkontakt, hverdag og fest.
Men vi har fortsatt en vei å gå før vi alle er helt der.
Vi er sammen om dette.
Vi står best sammen.
Og sammen skal vi komme ut av dette.
Norge er i en særstilling.
Veldig mange land har blitt hardere rammet. Mye hardere enn oss, både medisinsk og økonomisk.
Det kunne vært veldig mye verre.
Vi har en solid økonomi.
Vaksineringen er i gang.
Og mer kommer.
Før utgangen av mars skal vi ha fått nesten 1,2 millioner vaksinedoser.
Ved utgangen av april kan dette tallet være mer enn doblet.
I mai og juni kommer det enda større leveranser.
Inn i, eller i løpet av, sommeren er håpet at alle voksne har fått tilbud om vaksine.
Vi har myndigheter og politikere som i hovedsak har stått sammen, men som samtidig har turt å diskutere ulike tiltak og ulike løsninger - på tvers av tradisjonelle skillelinjer.
Vi har sterke institusjoner og virksomheter.
De har blitt satt på store prøvelser.
Vi har så mye kompetanse og innsatsvilje fra ulike yrkesgrupper og frivillige.
Vi har modige eldre og fantastiske unge.
Som har stilt opp for hverandre.
Og ikke minst for sårbare grupper.
Men aller, aller viktigst:
Vi har dere. Alle sammen. Vi har hverandre.
Og vi har tillit til hverandre.
En tillit som er verdt mange ganger mer enn et oljefond.
Og vi står sammen.
Vi har stått sammen om dette i ett år nå.
Hver og en av dere har bidratt til at vi skal komme oss ut av dette - sammen.
La oss ta med oss det beste fra denne tiden.

La oss alle takke hverandre for innsatsen så langt.

Klarer vi å beholde kontrollen på smitten i mars og april, klarer vi å få R-en under én.

Da vil så mange være vaksinert at vi i mai kan ta første steg mot en helt normal hverdag.

La oss gå sammen i det som forhåpentlig er den siste motbakken.

Vi er på vei tilbake til hverdagene med hverandre.