

Jonas Gahr Støre, en mann av folket?

En retorisk analyse av Jonas Gahr Støre i den TV-sendte partilederdebatten 12. august 2019

KETIL RØDLAND

VEILEDER
Jan Svennevig

Universitetet i Agder, 2021
Fakultet for humaniora og pedagogikk
Institutt for nordisk og mediefag

Forord

Det har vært en stor glede å kunne skrive en masteroppgave med innhold fra både samfunnskommunikasjon og politikk. I tillegg har det vært en utfordring, spesielt med tanke på covid-19 pandemien, som har preget livet på en uforutsigbar og ensom måte. I en slik situasjon har jeg vært nysgjerrig på hvordan det er å skrive masteroppgave uten pandemi. Likevel har jeg og mine medstudenter støttet hverandre gjennom denne tunge tiden, noe jeg er svært takknemlig for.

Jeg vil gi en spesiell takk til mine nærmeste medstudenter: Levi, Kristian og Andreas for fantastiske fagrelaterte diskusjoner med rykende varm kaffe i strupen.

Jeg vil gi en stor takk til min veileder, Jan Svennevig, for unnværlige og konstruktive tilbakemeldinger gjennom hele skriveperioden.

Jeg vil også takke mamma og pappa for all psykologisk støtte.

Ketil Rødland

Kristiansand, juni 2021

Sammendrag

Noe av bakteppet for denne debatten er at Arbeiderpartiets leder Jonas Gahr Støre har blitt anklaget for å være tvetydig og vag i sin kommunikasjon rundt politiske saker. I tillegg har Støres utdanningsbakgrunn og formue bidratt til å beskrive Støre som en «elite», derfor ønsker oppgaven å undersøke i hvilken grad Støre fremstår som «folkelig». Med en hermeneutisk fremgangsmåte ser oppgaven på konkrete retoriske virkemidler Støre bruker og helheten til Støre i debatten. Oppgaven belyser og bruker teoretiske perspektiver fra politisk kommunikasjon for å prøve å forklare hvorfor Støre utfoldet seg på den måten han gjorde.

I denne partilederdeebatten forsøker Støre å fremstå som en «vanlig» eller «alminnelig» samfunnsborger, ved å fortelle om sine personlige historier som pappa og bestefar. På denne måten kan velgerne lettere assosiere seg selv med Støre som person. Støre bruker også følelsesladde fortellinger om sin mor på sykehjem. På denne måten viser han en sårbar og følsom dimensjon av sitt privatliv. Støres kroppsspråk og muntlige innlegg viser at han er

aktiv og engasjert i sin argumentasjon. Støre forsøker å indikere at et politisk skifte er nødvendig, ved å bruke enkle politiske utsagn, og ved å fremstå som folkelig.

Summary – Jonas Gahr Støre, a man of the people?

Some of the background for this debate is that the Labour Partys leader has been accused of being unclear and vague regarding his political communication. His educational background and fortune contributed to him being described as an «elite». This thesis wants to discover to which extent Støre tries to appear as an «ordinary citizen». With a hermeneutic approach, this thesis wants to uncover specific rhetorical tools used by Støre, and his total performance in this debate. This thesis will illuminate and use rhetorical perspectives from political communication to explain why Støre appeared the way he did.

In this political debate, Støre tries to appear as an «ordinary» or «common» citizen, by telling his personal stories as a dad and grandfather. The voters can easier relate themselves to Støre as a person in this way. Støre is also using emotionally charged stories about his mom at a nursing home. In this way he is showing a vulnerable and sensitive dimension of his personal life. Støres body language and oral messages indicates that he is active and engaged in his argumentation. Støre is trying to indicate that a political change is necessary, by using simple political statements, and by appearing as an «ordinary citizen».

Innhold

Forord	2
Sammendrag	2
1. Innledning	6
1.1 Problemstilling	7
1.2 Kontekst og bakgrunnshistorikk.....	8
2. Teori	9
2.1 Politisk kommunikasjon.....	9
2.2 Kampen om saken	11
2.3 Framing	14
2.4 Forsvar og angrep.....	16
2.5 Medialisering.....	17
2.6 TV og politikk	17
2.7 Personifisering.....	20
2.8 Selvhevdelse.....	21
2.9 Makt	22
2.10 Politikk og PR	23
2.11 Retorikk.....	24
2.11.1 Actio.....	26
2.11.2 Logos.....	27
2.11.3 Pathos	29
2.11.4 Ethos.....	31
2.11.5 Elocutio	32
3. Utvalg og metode	33
3.1 Partilederdebatten.....	33
3.2 Transkripsjon.....	35
3.3 Casestudie.....	35
3.4 Tekstanalyse	36
3.5 Retorisk analyse	36
4. Analyse	36
4.1 Støres retoriske situasjon og valgkampen 2019	37
4.2 Partilederdebatten.....	39
4.3 Analyse av Støres ethos i partilederdebatten.....	42
4.3.1 Duell mellom Støre og Jensen.....	42
4.3.2 Duell mellom Støre og Ropstad	49
Oppsummering	52

4.4 Støres pathos i partilederdebatten.....	52
4.4.1 Terrorangrepet	52
4.4.2 Støres mor på sykehjem.....	54
Oppsummering	56
4.5 Analyse av Støres logosargumentasjoner i debatten	56
4.5.1 Bompenger	56
4.5.2 Profittfri barnehagesektor?	65
4.5.3 Duell mellom Støre og Jensen – helse og omsorg.....	65
4.5.4 Duell mellom Støre og Ropstad	68
Oppsummering	72
4.6 Analyse av Støres actio i partilederdebatten.....	72
4.6.1 Duell mellom Støre og Ropstad	72
4.6.2 Duell mellom Støre og Jensen.....	76
Oppsummering	76
4.7 Analyse av Støres elocutio i partilederdebatten	77
4.7.1 Støres kraftuttrykk	77
4.7.2 Støres bokstavrim	79
Oppsummering	79
5. Diskusjonskapittel	80
5.1 Støre og Jens Stoltenberg – humor og alvor.....	80
5.2 Støre og Siv Jensen – troverdig eller karismatisk?.....	80
5.3 «Tåkefyrsten»	80
6. Avslutning	81
7. Litteraturliste.....	83

1. Innledning

Støre har ved tidligere anledninger blitt kritisert for å være en «tåkefyrste», ettersom noen av hans politiske uttalelser har blitt beskrevet som tvetydig, upresis og forvirrende. En slik negativ karakteristikk kan være et retorisk problem og en «byrde» for Støre, som kan utfordre hans innledende ethos. Denne oppgaven prøver å undersøke om Støre har endret sin retoriske stil for å bli mer tydelig og presis i sine politiske budskap.

I tillegg har Støres personlige formue og prestisjetunge utdanningsbakgrunn kanskje gitt et inntrykk av at han tilhører en «elite», som kanskje har skapt en avstand til Arbeiderpartiets velgere. Derfor forsøker denne oppgaven å finne ut om Støre lykkes i å fremstå som «vanlig», for at velgerne kan lettere assosiere seg selv med Støre som privatperson.

For å finne svar på dette, har jeg valgt å utforske Jonas Gahr Støres opptreden under den NRK-sendte debatten i Arendal 2019. Noe av konteksten for denne debatten var at den foregikk utendørs på en varm sommerkveld i august, og Norge hadde nylig opplevd et terrorangrep i en Moske kalt Al-Noor Islamic Centre i Bærum.

Støre viste et personlig aspekt med seg selv da han fortalte at han hadde møtt redde mennesker i andre Moskeer i Norge før terrorhandlingen i Bærum skjedde. Følgende sa Støre innledningsvis i debatten:

«Jeg har møtt mennesker som er redde. Mennesker som lever i vårt land og opplever at de er utsatt. Mennesker som ser seg om ved dørene. Og jeg tenkte da jeg så bildene fra dette rettslokalet i dag, så er det mange andre som er redde, som ser at her er det forbindelseslinjer til 22. juli» (Aftenposten, 2019).

I denne oppgaven skal jeg forsøke å forklare hva Støre gjør i debatten, og hvorfor han fremstår på den måten han gjorde. En måling fra Dagbladet viser at under halvparten (44 prosent) av Arbeiderpartiets velgere mener Støre gjør en god jobb som partileder (Dagsavisen, 2020). Av alle velgere mener 20 prosent at Støre gjør en god jobb (ibid.). Tidligere Ap-leder og eks-statsminister, Gro Harlem Brundtland, mener Støres personlighet ikke alltid kommer frem ettersom han er en seriøs person med mye ansvar, og derfor mener Brundtland at Støre bør smile mer (Suvatne, 2020).

1.1 Problemstilling

Til tross for Arbeiderpartiets synkende målinger virker det som at de fleste politiske kommentatorene mente Støre utførte en relativt god opptreden under partilederdebatten i Arendal 2019. Min problemstilling blir derfor:

Hva kjennetegner Støre som retoriker i en partilederdebatt?

Støre vil få mest oppmerksomhet i denne oppgaven, men oppgaven vil også trekke frem andre eksempler fra andre partiledere under debatten. Hensikten er å kunne belyse Støres retoriske situasjonen, eller Støres retoriske kontekst, på en mer komplett og fullkommen måte.

Oppgaven vil holde seg nært til det som skjer i debatten, men oppgaven vil også belyse noen tidligere eksempler av kritikk mot Støre før denne debatten fant sted, og noen av reaksjonene fra debatten i ettertid for å forhåpentligvis kunne gi et større innblikk i Støres handlingsmønster før, under, og etter denne debatten. Eksempelvis har Støre tidligere blitt kritisert for å være en «tåkefyrste», og denne oppgaven vil forsøke å kartlegge om, eller i hvilken grad Støre har endret sin retoriske stil etter å ha blitt kritisert for å være en «tåkefyrste».

For å belyse dette kommer oppgaven til å fokusere på ulike akademiske perspektiver. Politisk kommunikasjon og retorikk vil være sentrale i denne oppgaven. I oppgavens analysedel har jeg valgt å strukturere innholdet etter retoriske begreper som ethos, pathos, logos, actio og elocutio. I tillegg vil oppgaven belyse elementer fra eksempelvis kairos og aptum. Disse begrepene er skilt fra hverandre i ulike deler, men det er viktig å huske på at de flyter over i hverandre på mange måter, og derfor kan det være vanskelig å skille de fra hverandre i praksis.

Politisk kommunikasjon kan ha ulike definisjoner eller betydninger. Tradisjonelt har politisk kommunikasjon i stor grad hatt en anglo-amerikansk forankring der studiet av politisk kommunikasjon inneholder meningsmålinger, politiske partier og velgertilhørighet, medieinstitusjoner og politisk organisering. For Max Weber og Ferdinand Toennes er den offentlige mening helt sentral innen politisk kommunikasjon (Tveiten, 2019, s. 14-15). Oddgeir Tveiten, professor i medievitenskap, skriver: «Politisk meningsdannelse er ikke minst et spørsmål om evne til å forstå, forvalte og formidle historier». En slik kompetanse forutsetter retorisk og mediestrategisk forståelse (Tveiten, 2019, s. 13).

Medialisering kan defineres som «en prosess eller en tilstand der sentrale samfunnsprosesser blir preget av medier på en grunnleggende måte fordi de utfolder seg i en mediekontekst»

(Tveiten, 2019, s. 14). Mediært, strategisk politisk kommunikasjon kan styrke den politiske prosessen gjennom økt oppmerksomhet, samtidig som den kan svekke politikkenes legitimitet ved at den også kan slå tilbake på aktørene selv - som en form for destruktiv medialisering (Tveiten, 2019, s. 17). Mediene, som i dette eksempelet er NRK, har en viss makt over politikere ettersom politikere i en debatt innser at de må spille etter nyhetsmedienes spilleregler, og at de handler deretter. De forstår at dette skaper en tvetydig situasjon, men de velger ulik strategi - ut fra saken og ut fra hva slags politisk rolle de oppfatter at de spiller (ibid.).

Det tredje perspektivet oppgaven prøver å belyse er retorikk. Retorikk handler om overtalelse, overbevisning og påvirkningskraft. Retorikk er ikke bare begrenset for politiske arenaer. Jens E. Kjeldsen skriver i sin bok Retorikk i vår tid, at: «Det å overbevise og påvirke hverandre, utfører vi hele tiden» (Kjeldsen, 2017, s. 15). I politisk sammenheng er det essensielt for politikere å kunne overbevise velgerne om sin politikk.

1.2 Kontekst og bakgrunnshistorikk

Før vi går i gang med teorien, så ønsker jeg å formidle litt av omstendighetene rundt selve partilederdebatten.

Denne TV-debatten ble sendt fra Arendal 12. august 2019 under Arendalsuka. Denne debatten handlet delvis om terrorangrepet på al-Noor-moskeen i Bærum 10. august 2019.

Arendalsuka kan beskrives som en politisk folkefestival. Arendalsuka 2019 var preget av valgboder, et yrende folkeliv og publikumsrekord på omtrent 75 200 besøkende. På det travleste var det nesten fire ganger så mange mennesker i byen Arendal som på en vanlig ukedag (NRK, 2019). Denne «folkefestivalen» kan beskrives som et partipolitisk uavhengig stevne som samler en rekke ulike grupper: politikere, journalister, samfunnsstopper og lobbyister for å nevne noen. 1067 arrangementer var planlagt i forkant av Arendalsuka (Olsson, 2019), men leder av programkomiteen, Øystein Djupedal, nevnte at Arendalsuka 2019 oppnådde en milepel med over 1.200 arrangementer og over 500 deltakende organisasjoner, bedrifter og andre aktører. Under Arendalsuka er partilederdebatten selve hovedarrangementet, som ble i 2019 arrangert for åttende gang (abc nyheter, 2019).

Målet med arendalsuka er å være en politisk møteplass og bidra til at organisasjoner og enkeltpersoner kommer i direkte kontakt med sentrale nasjonale aktører innenfor politikk, organisasjons- og næringsliv.

2. Teori

Partilederdebatten er en politisk diskusjon i en kommune- og fylkestingsvalgkamp mellom politikere, foran et engasjert publikum. Denne oppgaven skal se på hvordan disse faktorene fungerer sammen for å kunne forstå hvordan partilederne bruker situasjonen til sin fordel. For å kunne beskrive hvorfor debatten utfolder seg på denne måten, skal oppgaven gå inn på ulike teoretiske perspektiver fra politisk kommunikasjon, medialisering og retorikk. Deretter prøver oppgaven å forklare hvordan disse faktorene flettes sammen for å konstruere den retoriske situasjonen.

2.1 Politisk kommunikasjon

Politiske kommunikasjonsforskere argumenterer for at nyhetsmedienes påvirkning på politikken har økt betydelig i perioden etter andre verdenskrig. Fra relativt solide og stabile politiske institusjoner og holdninger, til medieoverflod der den politiske kommunikasjonen møtes med ulike krav. Noen av dem er krav om økt profesjonalisering, økt konkurranse, anti-elite populisme og endringer i hvordan borgere mottar politisk informasjon (Ihlen et al., 2015, s. 13-14). Mediene har en essensiell signifikans for hvordan dagsorden blir bygget opp og bidrar til å styre borgernes oppmerksomhet mot hva som er de fremtredende politiske spørsmålene (Ihlen et al., 2015, s. 14).

Hvis man skal studere politisk kommunikasjon, bør man bevege seg inn mot den retoriske situasjonen og inn bak det som blir til nyhetstekster for å forstå de politiske aktørene som prøver å anvende nyhetsjournalistikken til sine formål. Man bør forstå nyhetsinnhold og mediens ytringer i mediebildet ut fra en retorisk kommunikasjonsforståelse (Tveiten, 2019, s. 28). Tidligere President i USA, Barack Obama, hadde «endring» (change) som sitt slagord under valgkampen 2008. Hans retoriske oppfatningsevne viste seg å være bedre enn motpartenes, ettersom den reflekterte en politisk situasjonsforståelse (Tveiten, 2019, s. 90).

Politikk kan defineres både bredt og snevert. En bred definisjon sier at politikk er alle sosiale forhold som er forbundet med makt, styre og autoritet (Østerud, 2014, s. 15). En mer snever definisjon sier at politikk er offentlig beslutningsaktivitet og de rammene som leder individers og gruppers handlinger frem til offentlige vedtak (ibid.). Litt mer generelt kan vi si at politikk handler om hvordan interesser og verdier oppstår og formes, brytes mot hverandre, forsones eller seier og taper i en beslutningsprosess (ibid.). Maktkamp er i stor grad relatert til politikk ettersom en maktkamp avgjør hvilke politiske saker som kommer på dagsorden, og hvilke krefter som seirer (ibid.).

Politikk er offentlig beslutningsaktivitet der verdier og makt er i sentrum. Politikk kan forstås som fordeling av goder og byrder, verdier, prioriteringer, valg av samfunnsmessige mål og virkemidler for å nå de målene (Ihlen et al., 2015, s. 12).

Kjernespørsmålet innen politisk kommunikasjon er hvordan den supplerer til makt og maktfordeling mellom politikkenes aktører og institusjoner. Her er flere prosesser relevante, og det finnes ulike meninger om hvilke prosesser som er mest betydningsfulle. Enkelte vil mene at medialisering av politikken er mest relevant (Mazzoleni & Schulz, 1999), og andre mener at spørsmålet om hvordan mediene medvirker til informering av velgerne (Ihlen et al., 2015, s. 15).

Politisk kommunikasjon kan defineres som alle former informasjons- og meningsutveksling på og rundt den politiske arena. Eksempler kan være symboler, bilder, farger, fornemmelser, antydninger og assosiasjoner (Tveiten, 2019, s. 17-18). Jesper Strömbäck, Mark Ørsten og Toril Alberg skriver i sin bok *Political Communication in the Nordic Countries* at politisk kommunikasjon kan defineres som:

«Political communication can be described as a continuous relationship between political institutions and actors, media institutions and actor, and people as citizens, voters and media consumers» (Strömbäck et al., 2008, s. 11).

Ihlen, Skogerbø og Allern skriver i sin bok *På jakt etter norsk politisk kommunikasjon* at politiske prosesser og avgjørelser forutsetter politisk kommunikasjon. Så vel holdninger og kunnskap, som atferd påvirkes av denne typen kommunikasjon. Det gjelder enten vi er politikere, organisasjonsrepresentanter, journalister eller samfunnsborgere (Ihlen et al., 2015, s. 1).

Politisk kommunikasjon har hatt en rekke ulike definisjoner. Noen av dem er som følgende:

«The exchange of symbols and messages between political actors and institutions, the general public, and news media that are the products of or have consequences for the political system. ... The outcomes of these processes involve the stabilization of power» (Ihlen, 2015, s. 3).

«Purposeful communication about politics» (Ihlen et al., 2015, s. 3).

Den klassiske formen for politisk kommunikasjon, som denne oppgaven kommer til å fokusere seg på, er den politiske talen. I moderne tid når talene et større publikum gjennom ulike medier, enten disse er trykte eller elektroniske (Ihlen, 2015, s. 3).

Politisk kommunikasjonsforskning har tradisjonelt vært opptatt av partier og politikere, og spesielt fokusert oppmerksomheten om valgkamp og valg. Ihlen, Skogerbø og Allern argumenterer for at alle aktører som forsøker å påvirke den politiske beslutningsprosessen bedriver politisk kommunikasjon (Ihlen, 2015, s. 3).

En definisjon av politisk PR (public relations) kan være følgende:

«Political public relations is the management process by which an organization or individual actor for political purposes, through purposeful communication and action, seeks to influence and establish, build and maintain beneficial relationships and reputations with its key publics to help support its mission and achieve its goals» (Ihlen, 2016, s. 119).

En partilederdebat er en arena for å debattere politiske saker, men også for å nå ut til potensielle velgere med informasjon og argumenter for å bistå velgerne til å kunne vurdere hvilket valg som er best for dem – og for Norge (Kjeldsen, 2017). Oppgaven vil utforske partiledernes opptreden i debatten, men hovedvekten av de teoretiske perspektivene knyttes til kommunikasjonen fra partienes perspektiv i samspill med rammene mediene setter.

Politiske partier har flere mål til felles. De forsøker å oppnå regjeringsmakt, og måten å gjøre det på, er å få flest stemmer eller høyest velgeroppslutning gjennom valg (Ihlen et al., 2015, s. 94). For partiene er kommunikasjon et hovedanliggende (Ihlen et al., 2015, s. 103).

Partilederne representerer sine politiske partier. Politiske partier formulerer politiske mål og syr dem sammen til programpakker. De er kanaler hvor interesser kommer til uttrykk og samordnes (Østerud, 2014, s. 188). Partiene er helt sentrale mellomledd mellom velgere og politiske vedtak (ibid.).

2.2 Kampen om saken

Det kan argumenteres for at politiske partiers formidling av spesifikke enkeltsaker har blitt viktigere på bekostning av formidling av partienes helhetlige politikk (Ihlen et al., 2015, s. 102). For politiske partier er det viktig å tilpasse politikken til spesifikke velgergrupper for å få mest oppmerksomhet og mest politisk gjennomslag. Partier ønsker oppmerksomhet rundt sine kjernesaker, og saker som setter dem i et godt lys. Slik kan partier oppnå mer

troverdighet og eierskap for konkrete politiske saker. Likevel holder det ikke med at partier har en nærhet eller forbindelse med politiske saker, velgerne må mene at partiet har er best til å håndtere politikkområdet. Partier kan få økt sakseierskap ved å konkurrere med andre partier rundt de samme sakene, og et partis troverdighet rundt et konkret saksområde øker hvis partiet har kjempet og fokusert sin håndtering av politikkområdet over lang tid (ibid.).

Valgkamp er en kamp om å få bestemte saker på dagsorden, og kamp om eierskapet til sakene på dagsorden (Ihlen et al., 2015, s. 103). Dette gjelder ikke bare partier og politikere, ettersom politiske organisasjoner også deler ønsket om å påvirke dagsordenens innhold ut ifra deres verdensbilde (Ihlen et al., s. 208). Likevel er det vanlig at partier ikke får «sine» saker på mediens dagsorden under en valgkamp, og må diskutere andre saker de ikke ønsker å diskutere like mye. En strategi som da kan brukes er å vektlegge enkelte perspektiver ved saken for å plassere partiet i et bedre lys (ibid.).

Kampen om makten handler om å vinne «gunsten» eller aksepten for en bestemt virkelighetsforståelse. Derfor er det også en strid om kontroll over ord (Johansen, 2002, s. 239). Dette kan relateres til sakseierskapet til et konkret politisk tema, eller sakseierskap til et bestemt uttrykk. Eksempelvis kan dette være «snikislamisering» som Fremskrittspartiets leder Siv Jensen brukte. I tillegg til «sniksentralisering» som Senterpartiets leder Trygve Slagsvold Vedum har brukt ved flere tidligere anledninger.

Fra et demokratisk perspektiv er valgkamp essensielt ettersom det er en bestemt periode der partier og politikere presenterer sine politiske mål til velgerne og samtidig blir stilt til ansvar for den politikken de står for. Valgkamp kan ha en betydelig påvirkning på valgresultatet, fordi i dagens samfunn vandrer velgerne mer mellom ulike partier de stemmer på enn tidligere. Velgerne pleier også å bruke mer tid på å bestemme seg for et parti, gjerne relativt langt ute i valgkampperioden. På 60-tallet brukte omtrent 15 prosent av norske velgere valgkampen til å bestemme seg for hvilket parti de skulle stemme på, mens i 2005 bestemte 56 prosent av velgerne seg for hvilket parti de skulle avgi sin stemme til sent i valgkampperioden (Ihlen et al., 2015, s. 207). Kanskje dette kan delvis forklares ved at folkeforflytning i urbanisering- og sekulariseringsprosesser, samt utdanningsrevolusjon og kommende sosial mobilitet, ledet til at tilknytningen mellom velgere og partier ble mindre slitesterke.

Karlsen & Aardal (2014) viser med norske data at det kan være like viktig for et parti å formidle en helhetlig pakke som enkeltsaker. Sakseierskapets bredde kan være like relevant

for stemmegivning som at partiet sees på som best til å håndtere en enkelt sak som en velger mener er mest viktig (Ihlen et al., 2015, s. 103).

Eksempelvis har Senterpartiet (tidligere kalt Bondepartiet) stor troverdighet og sakseierskap til politikk som er tett knyttet opp mot landbruks- og distriktpolitikk, og Arbeiderpartiet har stor tillitt til å kunne bekjempe arbeidsledighet (ibid.).

Kent, Michael, L (2010) argumenterer for at akademikere og praktikere bør se forbi bruken av sosiale medier som et markedsføringsvektøy, og isteden ta dem i bruk som verktøy for å løse problemer og engasjere publikum (Ihlen, 2016, s. 139). Sosiale medier befinner seg mellom massekommunikasjon på den ene siden, og personlig kommunikasjon på den andre (ibid.). Massekommunikasjon kjennetegnes av å være en storskala distribusjon og resepsjon av profesjonelt innhold; informasjonsstrømmen er asymmetrisk fra en sender til en mengde mottakere, og avsender har ingen relasjon til publikum. Massemediene er institusjonaliserte og profesjonaliserte, og medieinnholdet er standardisert og kommersialisert (Hannemyr et al., 2017, s. 102). Obama-kampanjen i 2008 viste for alvor hvordan nettet kan brukes til å mobilisere selvorganiserende tilhengere som aktive bidragsytere i kampanjen, til å donere penger og til å verve venner, familiemedlemmer og naboer (Hannemyr et al., 2017, s. 140). Likevel viser undersøkelser at TV fremdeles var en viktigere kilde til politiske nyheter. Det samme er tilfelle i Norge, der også pressen spiller en viktig rolle. Det sentrale med de tradisjonelle massemediene er at de skaper store felles opplevelser som så får sin innflytelse i diskusjon og refleksjon etterpå (Hannemyr et al., 2017, s. 140). Sosiale medieplattformer fungerer på en engasjerende måte ved at de gjør individer til medlemmer av grupper med spesialiserte interesser (ibid.). Sosiale medier er ikke bare medier og arenaer for kommunikasjon, men også en aktør i kommunikasjonen (Hannemyr et al., 2017, s. 103).

Sakseierskapsmodellen hevder at partistrategier fungerer gjerne ved at partier prioriterer valgkampsaker innenfor politikkområder der de allerede har stor troverdighet hos velgerne. Videre hevder modellen at velgeratferden går ut på at velgerne stemmer på et parti ettersom velgeren mener at partiet har best politikk på et bestemt område som er viktig for velgeren (Ihlen et al., 2015, s. 103).

TV har den mest betydningsfulle innvirkningen på politisk kommunikasjon og dominerer partistrategier er kampen for å dominere TV-mediens agenda (Harris, 2001, s. 2). Å sette en agenda handler om at mediens dagsorden er viktig og relevant for borgerne i samfunnet (Harris, 2001, s. 12). Dermed har media økt sitt potensiale til å påvirke velgerne (Harris,

2001, s. 2). TV er mediet der velgere møter politiske kandidater og båndene mellom borgerne og politiske representanter blir skapt gjennom TV (Harris, 2001, s. 12).

2.3 Framing

Hver eneste sak kan fremstilles og vektlegges på ulike måter, og mediens ulike prioriteringer av ulike aspekter ved en sak kan kalles for medierammer eller «frames». Mediens fremstilling av en sak blir påvirket av deres ståsted, hva mediens velger å inkludere i sakens presentasjon og hvilke aspekter de prioriterer. Gjennom sin sammensetning av innhold og hvordan de kobler ulike aspekter sammen, gir mediene sin versjon av hva som er essensielt ved saken og hvordan saken bør tolkes eller forstås (Ihlen et al., 2015, s. 43). Enhver ramme fremhever utvalgte deler av sakens virkelighet, samtidig som ulike «innramninger» toner ned andre deler av sakens virkelighet.

Jens, E, Kjeldsen beskriver framing eller «innramming» på godt norsk, som ords evne til å fremkalle en særlig forståelsesramme som farger og definerer de sakene vi diskuterer (Kjeldsen, 2009). Politikere forsøker å bruke ord og begreper på en måte som fremkaller forståelsesrammer deres motstandere ikke kan unnsnippe, og norske politikere prøver å gi visse ord og begreper en positiv eller negativ verdi (ibid.). Eksempelvis brukte Jens Stoltenberg ordet «felleskassen» fremfor «statskassen», ettersom sistnevnte kan ha en negativ «klang».

Framing handler om å sette en agenda, og media drar publikums øyne mot spesifikke temaer. På denne måten setter media agendaen. Men framing påvirker også hvordan nyheter blir presentert på.

«The facts never speak for themselves, which is why scientists need to «frame» their messages to the public» (Matthew C. Nisbet & Dietram A. Scheufele) (Farbrot, 2009, s. 11).

Slike «rammer» er med på å definere problemet og sette en begivenhet inn i en årsakssammenheng, den legger grunnlaget for moralske vurderinger og kan fremvise til hva som bør gjøres (Schwebs & Østbye, 2017, s. 235).

Begrepet «framing» er relatert til mediens portvokterrolle, og «framing» bidrar til å forklare massemediens definisjonsmakt når de er med på å definere oppfatningen av politiske saker og politiske aktører i offentligheten. Mediene bidrar gjennom sin fokusering på en konkret sak

til å skape bestemte assosiasjoner hos publikum og skape de målestokkene og standardene en sak eller politiker blir vurdert etter (Rogstad, 2016, s. 44).

Forskning viser en dominans av episodiske rammer i TV-nyheter og det resulterende forvrengninger i politiske prosesser. Ved å redusere kompliserte problemer ned til et nivå av anekdotiske saker, leder episodisk «framing» til at seere mottar attribusjoner som beskytter samfunnet og staten mot ansvar (Iyengar, 1996, s. 70).

Entman (1993) beskriver framing på følgende måter: «As a way to describe the power of a communicating text» (Matthes, 2012, s. 248).

«Selection and highlighting, and use of the highlighted element to construct an argument about problems and their causation, evaluation, and/or solution» (Matthes, 2012, s. 254).

Et argument er ikke en ramme eller «frame». Et argument kan defineres som en verbalisering av et spesifikt synspunkt der en påstand er uttrykket med en sikker evaluering. Argumenter er ofte ledsagede forslag av potensielle løsninger eller årsaker til et problem (Matthes, 2012, s. 254).

Hänggli og Kriesi (2012) Demonstrerte hvordan politiske aktører konstruerte, og promoterte deres rammer eller «frames». De fant ut at politiske eliter har valgt å bruke og gjenta deres egne «frames» fremfor å diskutere motstandernes «frames». Når motstandernes «frames» ble adressert, ble de angrepet fremfor å bli «reframed» til ens egen posisjon (Matthes, 2012, s. 255-256).

Et problem kan oppstå hvis politiske aktører justerer deres «frames» på en slik måte at de blir mer dekket av nyhetsmediene. Dermed kan substansielle problem-diskurser ble dominert av medielogikken som favoriserer konflikt, personalisering og dramatisering (Matthes, 2012, s. 256) (Strömbäck, 2008).

Forskning innen framing fra en Nobels fredspris-vinner, Daniel Kahneman, og Amos Tversky, argumenterer for at vi mennesker ofte er irrasjonelle, at vi stoler på «mentale snarveier» for å øke vår argumentasjon og begrunnelse. Dette kan føre til at vi blir følsomme for hvordan informasjon er innrammet (Rathje, 2017).

Medienes rolle har endret seg på en måte som også kan påvirke den politiske kulturen. Dagsorden har blitt mer omskiftelig, og politikere prøver oftere å konstruere eller å ri på stemningsbølger i samfunnet. En mulig konsekvens av dette kan være at politikken blir mer

ustabil og mer oppsplittet. Utvidelsen av uredigerte elektroniske medier kan intensivere dette (Østerud, 2014, s. 186-187).

Politisk fiksjon kan brukes som et verktøy for å manipulere velgergrupper, men det kan også brukes i en positiv retning der politiske fiksjon brukes for å gjenskape folkelig legitimitet omkring en politisk sak. Tidligere President Donald Trump brukte slagordet «Make America Great Again» for å erobre velgere på tvers av tradisjonell partitilhørighet (Aagard & Ørsten, 2018, s. 187). Politisk fiksjon kan ha betydning for politisk appell, dagsorden og legitimitet.

2.4 Forsvar og angrep

Politiske partier og valgkamp er selve hjertet av demokratiet. Partier er hovedorganisasjonene der borgerne interesser og verdier er samlet og omgjort til konkret politikk og er blåkopien eller grunnpilaren for offentlig styresett. Valgkamp er selve mekanismen for arenaen der partier konkurrerer om folkets stemmer. Gevinsten er midlertidig kontroll over politiske prosesser og statens institusjoner (Davis, 2019, s. 55).

En potensiell strategi for å få mer innflytelse i en politisk valgkamp I Norge kan kanskje være å spille på de tradisjonelle Norske temaene folkelighet og likhetsidealer, som har stått sterkt i Norge (Krogstad, 2006, s. 60).

Alle politikere i demokratiske samfunn må overbevise publikum om at ideene deres er mer gyldige enn konkurrentenes ideer (Haugseth, 2013, s. 23).

Politisk markedsføring har en tendens til å inneholde negative budskap, spesielt innen reklame der det er lettere å angripe en politisk motstander enn å fremlegge politikk. Likevel trenger ikke negativ politisk markedsføring å være skadelig for den politiske samfunnsdiskursen, ettersom dette styrker den genuine debatten. Negativ politisk markedsføring kan forsikre at politikk og politikernes rykte blir undersøkt. Media kan bidra med innsyn for å eksponere eventuelle feil og mangler, og garantere mer åpenhet rundt politiske saker og prosesser (Harris, 2001, s. 4).

Det kan være viktig å kunne skille mellom propaganda og politisk markedsføring. Innen politisk markedsføring kan «produktet» eller budskapet bli endret i samsvar med velgernes ønsker. Propaganda begynner med premisset om at borgernes meninger og synspunkter kan bli «overvunnet» eller endret i henhold til propagandamaskinens egeninteresser (Harris, 2001, s. 5).

2.5 Medialisering

I en maktutredning argumenteres det for at medialisering har gjort den journalistiske logikken til en allmenn offentlig form og endret måten på hvordan informasjonsflyten i samfunnet fungerer på. Den som vil få oppmerksomhet i offentligheten på må handle og tenke i en journalistisk retning (Ihlen et al., 2015, s. 58).

Medialisering kan tolkes som sosiale endringsprosesser som involverer flere samfunnsområder (Ihlen et al., 2015, s. 14). Medialisering av politikk påvirker alle av politikkenes områder og handler delvis om hvordan politiske institusjoner innordner seg og imiterer ulike formater og logikker fra nyhetsmediene. Samt hvordan medie- og politiske institusjoner har blitt gjensidige avhengige av hverandre (ibid.). Mediene er gjerne bundet politiske aktører og institusjoner som kilder, mens politiske aktører er bundet av mediene for å oppnå synlighet (ibid.).

Medialisering kan bli brukt til å forklare hvordan mediene og den journalistiske logikken er et sentralt element ved dagens samfunn i likhet med urbanisering og sekularisering (Ihlen et al., 2015, s. 59). Medialisering refererer både til langsiktig sosial endring og til å beskrive maktforskyvning normativt (Ihlen et al., 2015, s. 14).

Medialisering av politikken kan gi grobunn for mindre partier i det politiske landskapet. Aeron Davis (2019) argumenterer for at nyere, mindre partier har funnet nye innfallsvinkler for å påvirke media uten å behøve store økonomiske midler som større politiske partier gjerne har. Sosiale medier kan være et eksempel på dette (Davis, 2019, s. 71).

Jesper Strömbäck (2008) sitt generelle synspunkt er at mediene i økende grad selvstendiggjør seg selv, dernest presser politiske institusjoner til å tilpasse seg mediens logikk (Aagard & Østen, 2018, s. 44).

Strömbäck mener at politikk har blitt mer medialisert. og derfor kan det være viktig å sette et spørsmålstegn ved politiske organers uavhengig fra mediene.

2.6 TV og politikk

Tidligere politiker i Venstre, Gunnar Garbo, forklarte at fjernsynet kunne gi inspirerende muligheter for demokratiet. Garbo sa følgende:

«Fjernsynet er blitt kalt det største som er skjedd på meddelelsesmidlenes område siden oppfinnelsen av boktrykkerkunsten» (Johansen, 2002, s. 20).

TV-debattene har lenge hatt en sentral rolle i norske valgkamper. De har gode seertall, og har høy prioritet blant mediene og politiske aktører. Dette henger sammen med TV-mediets tradisjonelt sterke posisjon i norsk politikk (Vatnøy & Bjøntegård, 2019, 251).

Fjernsynet har antagelig stor makt til å påvirke menneskers oppfatninger av bl.a. politiske saker og politikere. Iengar & Kinder forklarer det slik:

«By calling attention to some matters while ignoring others, television news influences the standards by which governments, presidents, policies, and candidates for public office are judged» (Rogstad, 2016, s. 44).

En sentral aktualitetssjanger er debatt som ofte foregår i eksempelvis radio og programmet «Debatten» på NRK. Slike debatter er ofte sendt direkte og er karakterisert ved sterke motsetninger mellom debattantene. I motsetning til utforskende samtaler, der tanker er å komme til større enighet mellom deltakerne eller en felles forståelse av en bestemt sak, er målet med TV-debatten å understreke forskjellene, øke konfliktnivået og gjerne peke ut vinnere og tapere. Slike verbale kamper kan gi større underholdningseffekt, men ikke alltid større informasjonseffekt (Schwebs & Østbye, 2017, s. 134).

Media kan være viktig for hvilke grunnleggende synspunkter vi danner oss, og for om vi holder fast på disse synspunktene. Media kan få nye saker fram på dagsorden, og i den grad det dukker opp nye temaer som borgerne kan ta stilling til, vil media ha en viss betydning for hvilke retninger de nye holdningene kan gå (Schwebs & Østbye, 2017, s. 222). Likevel er ikke media allmektige, og mottakeren har makt til å definere medieinnholdet. Media kan ikke bestemme hva borgerne skal mene, men media har en betydningsfull kontroll over hva borgerne skal få kunnskap om (ibid.).

Politiske partier forsøker ofte å få sine kjernesaker på dagsorden. Mediebildet vil prege hvilke saker folk blir «eksponert» for, men velgerne kan også gjøre seg opp en egen mening om hvilke saker de mener er viktige, for eksempel basert på personlige erfaringer med bestemte saksområder (Bergh & Karlsen, 2017, s. 1).

Anne Krogstad fra Universitetet i Oslo argumenterer for at fjernsynet er et av de viktigste arenaene for politiske valgkamper. Fjernsynet har fordelen med at politikere kan nå ut til mange velgere samtidig (Krogstad, 2006, s. 41). I tillegg mente omtrent 75 prosent av

velgerne fra 2001 at valgsendingene på fjernsynet var balansert, mens 60 prosent mente at avisenes valgstoff var balansert (Aardal et al., 2001, s. 271). Politikere ønsker ikke bare å overbevise velgerne, men også å påkalle opinionsdannende journalister oppmerksomhet. Journalistenes vurderinger kan bety mye for velgernes oppfatning av politikernes opptreden i valgkampen (Krogstad, 2006, s. 42). Tidligere forskning har vist at politiske TV-debatter har effekt på både Publikums kunnskap om politikk og holdninger til ulike politikere og partier (Stranden, 2019.)

Ideen om nyheter som den fjerde statsmakt, vaktbikkje og portvakt er basert på tanken om at nyhetsmedienes påvirkningsevne ligger i den rollen de utgjør som forvaltere av den offentlige dagsorden – mediene definerer hva som skal være med på «sakslisten» over dagsaktuelle temaer (Tveiten, 2019, s. 40). Når nyhetsjournalistikkens framhever en sak, blir vi påvirket til å forholde oss til den (ibid.). På denne måten har mediene stor makt ovenfor oss borgere. Aeron Davis skriver at forholdet mellom politikere og journalister kan både påvirke medienes- og politikernes agenda (Davis, 2019, s. 99).

Norge har en sterk allmennkringkaster (NRK) med målet om mangfold og likhet i det Norske samfunnet (Ihlen et al., 2015, s. 19). Politikk er ikke uvanlig å oppdage på norsk TV, da spesielt på NRK med politisk kvarter for eksempel, men politisk reklame er forbudt på norsk TV. Politiske partier kan ikke sponse programmer på tv, radio eller i audiovisuelle bestillingstjenester (Medietilsynet, 2019). Bakgrunnen for forbudet er begrunnet blant annet at kapitalsterke grupperinger vil kunne få fordeler og større mulighet enn andre til å markedsføre sine synspunkter på bekostning av mindre ressurssterke partier eller interesseorganisasjoner. Reklame for politiske budskap kan også gi et skjevt bilde av kompliserte samfunnsspørsmål, og reklameformen i liten grad gir mulighet for å ta til motmæle (ibid.).

Noe av forskjellen mellom fjernsynet og radio kan være en tolkning om at fjernsynet er primært et visuelt medium, det avgjørende er derfor ikke hva man sier, men hvordan man ser ut. Fjernsynet formidler uttrykk fremfor innhold. Radioen er et verbalt medium som formidler innhold fremfor uttrykk. Fjernsynet kan tåkelegge vårt fokus på sakens innhold og rasjonelle resonnementer til fordel for uvesentlige, visuelle inntrykk og følelsesmessig påvirkning (Kjeldsen, 2017, s. 64).

2.7 Personifisering

Personifisering av politikk betyr gjerne at strukturelle politiske skillelinjer har mindre betydning, og politiske partier blir hemmet av fokuset på enkeltindivider (Ihlen et al., 2015, s. 96). Hovedfokuset er gjerne rettet mot partiledere og andre sentrale politikere (Ihlen et al., 2015, s. 97). I tillegg har flere oppsummeringsundersøkelser stilt spørsmål om hvorvidt personifisering av politikk gir et korrekt bilde av virkeligheten (Ihlen et al., 2015, s. 97).

Et konkret eksempel på personifisering av politikken var da norske medier omtalte kjolen til partilederen i Fremskrittspartiet Siv Jensen i 2013 under valgkampen (Ihlen et al., 2015, s. 97).



Figur 1 Siv Jensen 2013 (<https://www.aftenposten.no/meninger/i/zLR1K/den-egentlige-planen-bak-kjolen>).

Velgerne møter ofte politiske kandidater gjennom fjernsynet, og gjennom fjernsynet blir skapes den personlige tilknytningen mellom politiske kandidater og borgere. Fjernsynet er et viktig element for å fremheve personifiseringen. Derfor er det viktig å dominere fjernsynets agenda (Harris, 2001, s. 12).

Personlighetsforholdet mellom velgere og politikere kan erstatte politiske tilknytninger til politiske partier (Harris, 2001, s. 8).

Personifisering forklarer hvordan medier vinkler saker ut fra individer der individets handling kommer fra personens interesser, personlighet, følelser, frykt og idealer (Rogstad, 2016, s. 32). Politikeren kommer i rampelyset fremfor partiet eller politikken. Kanskje en slik beskrivelse kan tolkes som mer «kjendiseri» enn substans.

Ifølge Asp (1986) er dagens politikk kanskje innsmurt med profileringspolitikk der det politiske spillet, makten, enkeltpolitikere og taktikken er i fremste rekke. Der kortsiktig opinionspolitikk, utspill og popularitetsjakt blir preferert på bekostning av saklig debatt og langsiktig resultatpolitikk (Rogstad, 2016, s. 32).

Et mulig eksempel kan være Margareth Thatcher, Storbritannias statsminister gjennom mange år, som lot seg avbilde med handlenett på torget, krøllspenner under hårtørkeren og som en slags husmor med forkle hjemme på kjøkkenet for å forhåpentligvis appellere til kvinnelige velgere (Rogstad, 2016, s. 33).

Innen den politiske verdenen har det vært en økning av «personlighetspolitikk». Offentlige figurer som tidligere var utenfor den politiske sfæren som Arnold Schwarzenegger, Ronald Reagan og Donald Trump har lyktes med å endre deres «symbolske kapital» fra underholdningsbransjen til den politiske verdenen. Da Trump kjempet for den republikanske nominasjonen i USA var han kjent for 92% av de registrerte republikanerne, mens andre republikanske kandidater som Jeb Bush og Ted Cruz hadde 81% og 66% (Davis, 2019, s. 102).

Lawrence og Boydston (2017: 39) forklarer at dagens politikk er ofte innsmurt med underholdning som kan skape muligheter for ukonvensjonelle politiske aktører til å fremtre og lykkes i det politiske liv (Davis, 2019, s. 103).

Politiske partier bruker mindre ressurser på tradisjonelle politiske debatter og appellere til å informere velgerne. Isteden fremhever de individers personligheter, politiske merkenavn og populære saker til velgerne. Som en konsekvens argumenterer Corner og Pels (2003) at politikk har blitt endret til å vektlegge estetikk mer enn politiske saker.

Retorikeren og sosiologen Gudmund Hernes (1978) mener mediene bruker fem ulike trekk eller «behandlingsmetoder» når de skal omtale politiske temaer. Tilspisning, forenkling, intensivering, polarisering og konkretisering. Disse trekkene beskriver Kent Asp som «politikkenes medialisering» (Aagard & Ørsten, 2018, s. 43). I ettertid la Hernes til et sjette medievidningsteknikk – personifisering.

2.8 Selvhevdelse

Et retorisk virkemiddel for å få borgerne til å tro at politikeren eller partiet politikeren representerer har fått eller kan få gode ting til å skje, kalles for selvhevdelse (Aardal et al.,

2004, s. 89). Bauhr og Esaiasson (2001) kaller selvhevdelse for «stol-på-meg-argumentasjon», og kan relateres til moral, kompetanse, erfaring, ansvar og samhörighet som ulike selvhenvvisninger. Samhörighet forklares ved at debattanten skaper en tilhörighet og tilknytning til mottakerne ved å la dem tro at de har noe felles med debattanten (Aardal et al., 2004, s. 89-90). Dette kommer vi mer inn på i analysen.

Trangen til selvhevdelse er maktmotivets politiske uttrykk, enten som et universelt trekk eller i det minste som en vedvarende mulighet (Hovi & Malnes, 2011, s. 89).

2.9 Makt

Retorikk og makt kan relateres til hverandre på flere måter. Politikere bruker retorikk til å styrke deres overbevisningspotensial ovenfor velgerne. I løpet av debattens duellsekvens kan vi se ulike tegn til maktutøvelse fra politikerne, eksempelvis når Støre utpeker sin valgfrie politiske motstander. Ved å undersøke maktutøvelse mellom politikere i en debattkontekst, så kan vi observere hvilke politikere som har innflytelse til å påvirke debattens utvikling. På denne måten kan vi kanskje forklare debattens utfoldelse på en bedre måte. Kanskje enkelte partiledere styrer og kontrollerer debattens fremgang i større grad enn andre partiledere? Hvis en politiker lykkes i å overbevise mottakeren, så har kanskje politikeren også *makten* til å overbevise?

Fra den første maktutredningen i Norge (1972-82) ble makt definert som «Kontroll over de ressurser som kreves for å avgjøre utfall som aktørene har interesse av» (Østerud, 2014, s. 33). Statsviteren Robert Dahl definerer makt slik: «A har makt over B i den grad A kan få B til å gjøre noe B ellers ikke ville ha gjort». Dog har denne maktdefinisjonen møtt kritikk ettersom den har blitt tolket som for snever og at den er basert på observerbar maktutøvelse (Skrede, 2017, s. 28). Maktutøvelse kan også foregå på en «usynlig» måte, der enkelte aktører kan være uvitende til at de blir påført maktutøvelse.

Taleren i eksempelvis en politisk debatt innbefatter den privilegerte posisjonen, og tilhørerne befinner seg i et hierarkisk forhold der de må forholde seg til talerens ytringer (Kjeldsen, 2017, s. 55). Retorikken, eller evnen til å tale overbevisende, kan bidra til demokratisk fordeling av makt hvis borgerne bruker sine overbevisningsevner til å styre og håndtere offentlige saker, men retorikken kan også føre til et demokratisk underskudd og skjevfordeling hvis borgerne ikke har evnen eller posisjonen til å uttrykke sine overbevisninger (ibid.). Kanskje dette er noe av årsaken til at politiske debatter har en

programleder som skal bl.a. forsøke å fordele taletiden mellom politikerne? Taletiden sier noe om hvilke muligheter politikerne har til å påvirke velgerne (Aardal et al., 2004, s. 87).

Likevel kan vi kanskje oppleve et demokratisk problem hvis politikere fra mindre partier får like mye taletid som politikere fra større partier? Større partier kjennetegnes ved at de har en bred oppslutning blant velgerne, dermed kan økt taletid for dem være et tegn på demokratisk maktfordeling. Det er kanskje grunnen til at kun Støre og Solberg fikk uttale seg i forbindelse med terror situasjonen i Bærum.

Makt kan i stor grad relateres til politikk ettersom et samfunn er avhengig av maktrelasjoner for å kunne fungere. Borgerne stemmer ved valg og regjeringen har legitim makt over borgerne (Skrede, 2017, s. 28).

Flere ulike parter har makt i denne debatten. Velgerne har makt til å påvirke hvilket politisk tema som skal diskuteres i duellene. Politikerne har makt til å utpeke en motstander. Programlederen eller ordstyreren har makt til å styre debatt diskusjonen til en viss grad.

Å ta initiativ i en samtale er å styre utviklingen av den og dermed dominere, mens det å gi respons styrer samtalen i mindre grad (Svennevig, 2015, s. 116). I analysen kan vi se et konkret eksempel på dette under duellsekvensen mellom Støre og Ropstad, der initiativ og respons i diskusjonen blir vektlagt.

Sterke former for språklig initiativ er å stille spørsmål, komme med anmodninger (Svennevig, 2015, s. 117). I duellen mellom Støre og Jensen velger Støre å stille et spørsmål til Jensen i slutten av sitt innlegg.

Taleren har alltid en bestemt hensikt, et mål taleren prøver å oppnå ved å overbevise tilskuerne (Kjeldsen, 2017, s. 37).

Hver diskurs (definisjon) uttrykker sosiale maktforhold ved å privilegere perspektivene til de som er mektige (Hovi & Malnes, 2011, s. 402).

2.10 Politikk og PR

Arbeiderpartiet lover 15 milliarder i skatteøkning, det var kanskje en tabbe. Ettersom skatt er et redskap for å finansiere politikk, ikke et mål i seg selv (Simonsen, 2017).

Dagbladet ga Støre terningkast 5 i debatten i Arendal 2019. Støre valgte å bruke et banneord under denne debatten mot sin «utfordrer» Kjell Ingolf Ropstad fra KrF. Støre ble intervjuet av

Dagbladet etter debatten der han ble spurt om han «mente» banneordet. Støre svarte «Det kom fra hjertet» (Ramnefjell & Rydje, 2019).

I en ekstern kommentar i Dagbladet argumenterer Doremus Schafer at politikken kan drukne i terningkast. Der fokuset er kanskje for mye konsentrert rundt hvem som er debattens «vinnere» og «tapere». Nok et tegn ved personifisering av politikken. Videre skriver Schafer at Nettavisens terningkast av politikere er basert på form og fremføring, ikke politisk substans.

«Vurderingene er gjort ut fra hvordan partilederne framsto på skjermen (...) og hvordan de nådde fram til velgerne med budskapet sitt. Innholdet i selve politikken (...) er forsøkt holdt utenfor.» (ibid.).

Likevel mener Schafer at det er relevant å se på hvor godt ulike politikere lykkes med å kommunisere sitt budskap til velgerne, og prøve å artikulere hvorfor og på hvilken måte de lykkes eller mislykkes (ibid.). Der oppmerksomheten rundt form og stil kan overskygge det politiske innholdet som blir diskutert (ibid.).

2.11 Retorikk

Definisjonen av retorikk er kanskje tvetydig, ettersom retorikk er forstått på ulike måter av ulike mennesker.

Aristoteles (384-322 f.Kr.) forstod retorikk som evnen til å overbevise (Kjeldsen, 2017, s. 21). Videre har Aristoteles en bredere forståelse av retorikk: «evnen til i enhver sak å se hvilke muligheter vi har til å overtale» (Ihlen, 2016, s. 84). Både Cicero (106-43 f.Kr.) og Demostenes (384-322 f.Kr.) argumenterte for at selve fremføringen er et av retorikkens avgjørende elementer (Johansen, 2002, s. 29). Sosialantropologen Anders Johansen hevder at retorikk dreier seg om læren av talekunsten (Johansen, 2002, s. 29).

Å overbevise og påvirke er gjerne noe vi gjør ofte, særlig i den politiske liv (Ihlen et al., 2015, s. 77). I tillegg skal politiske taler enten anbefale eller fraråde noe (Aristoteles, 2015, s. 35). Politiske taler forsøker å finne det gagnlige og det skadelige (den som anbefaler noe, anbefaler det han mener er det beste alternativ, og den som fraråder noe, fraråder det som det dårligste) (Aristoteles, 2015, s. 36).

Den klassiske retorikken, som kan tilknyttes til Aristoteles, betraktes gjerne som en fullkommen lære om retorikk som talekunst – ment for politikken og anvendt innenfor politikken (Tveiten, 2019, s. 89). Retorikkens historie er lang, og den var et sentralt element innen gresk og romersk dannelses. 19. århundrets betydelige endringer av kommunikasjonsteknologier, sjangre og retoriske situasjoner ga retorikken en unik mulighet for en renessanse. Der eksempelvis trykkekunsten og aviser ga en ny drivkraft til retorikkens posisjon i academia (ibid.). Norske region- og lokalaviser er fremdeles et av de mest sentrale mediene for politisk kommunikasjon i og utenfor valgkamper (Ihlen et al., 2015, s. 19).

Samsvaret mellom ord, hensikt og form er en del av Retorikkens grunnmur. I tillegg til kommunikasjonslære som plasserer bruk av ord i forbindelse med situasjon og målgruppe. Samt en lære om effektiv kommunikasjon i interaksjoner (Tveiten, 2019, s. 224).

Debattens viktigste poeng blir å uttrykke god vilje og tilhørighet, snarere enn å påvirke realitetene. Dermed kan politisk debatt bli en symbolkonkurranse uten merkbare konsekvenser for samfunnsforholdene (Østerud, 2014, s. 33).

Flere analyser har påpekt ulike symbolske sider ved det politiske liv. Innen studier av politisk retorikk har dette emnet opplevd en renessanse. Kampen om symbolske markeringer uttrykker ikke bare avmakt, men også en kamp om politisk legitimitet (Østerud, 2014, s. 33).

Studiet av politisk retorikk pleier å dreie seg om «hva man kaller tingene», hvilke metaforer som brukes og hvordan myter opplives. Slike elementer bidrar til å plassere eller beskrive en politisk sak i et visst lys eller aspekter (Johansen 2002, s. 239).

I valgkamper gjennomfører politikere kampanjer med sine effektive virkemidler, og deres felles virkemidler er ord – politisk retorikk (Krogstad, 2006, s. 41). Angrep i en politisk debatt er et sterkt virkemiddel som gir en oppmerksomhetsskapende effekt (Krogstad, 2006, s. 60).

Retorisk makt er basert på evnen til å bruke språk og symboler effektivt (Ihlen, 2016, s. 137). I tillegg skriver Ihlen at språk kan ses på som et verktøy for å flytte virksomhetens budskap til publikum (Ihlen, 2016, s. 102). En virksomhet kan eksempelvis være et politisk parti.

Retorikk er alltid persons-, posisjons-, innholds- og situasjonsbestemt (Krogstad, 2006, s. 59).

Politisk retorikk er ikke bare kommunikasjon som forsøker å overbevise og påvirke i det politiske liv, det er også en felles tenkning for å vurdere politiske muligheter. Den politiske retorikkens funksjon er bl.a. at den skal lede til en felles konklusjon for hva de beste handlingene og synspunktene er for nasjonenes samfunnsborgere. Retorikk vurderer språket

som et middel til å forstå, intervenere og forandre verden (Ihlen et al., 2015, s. 76). Synspunkter er en av midlene for å organisere en beskrivelse. Avsenderen ønsker ikke nødvendigvis å meddele alt, men avsenderens synspunkt(er) vil konsentrere fokuset mot det avsenderen kan meddele fra en bestemt synsvinkel. Avsenderen meddeler ikke diverse fakta, men en serie av visuelle og andre detaljer slik de potensielt kan komme frem for mottakeren. Dette samsvarer med vår naturlige evne og erfaring med å oppdage og innsamle våre inntrykk. Ved å begrense avsenderens forståelse i forhold til hvor avsenderen står, gir avsenderen sin beskrivelse, i tillegg til en organisasjon, en naturlighet og en troverdighet.

Det er gjerne tre ulike måter vi kan overbevise på. Man kan appellere til sakens argumenter (logos), til mottakerens følelser (patos) eller til avsenderens troverdighet (etos) (Ihlen et al., 2015, s. 77).

2.11.1 Actio

Ordet «actio» kan kanskje relateres til det engelske ordet «action», og det kan kanskje stemme til en viss grad. Actio innen retorikken bidrar til å beskrive talerens forberedelser og gjennomførelsen av talen (Kjeldsen, 2017, s. 38). Actio dreier seg om bl.a. stemmebruken, dens stemmeleie, vekslingen mellom sterk og høy stemme, skandering og frasering. I tillegg til mimikk, blikkontakt og gester (Lindhardt, 1999, s. 53).

Skuespillere er spesielt dyktige i retorikkens actio-del, men de spiller åpenbart en rolle i sitt yrke. Enhver som opptrer offentlig spiller i og for seg en rolle, men i dagens samfunn regnes det som «dårlig» retorikk hvis dette rollespillet blir for synlig. Sosialantropolog ved Universitetet i Bergen, Anders Johansen, har påpekt hvordan eksempelvis et klumsete og uklart budskap fra en politiker kan gi inntrykk av ærlighet og troverdighet (Gripsrud, 2015, s. 169).

Actio er en del av de fem retoriske forarbeidsfasene, og de kan betraktes som et kart over menneskets kognitive og retoriske evner. Den første fasen er inventio, som betyr evnen til å tenke ut ideer og finne på argumenter. Den andre fasen kalles for dispositio, som omhandler talerens organisering av talens budskap. Den tredje fasen heter elocutio, som omfavner evnen til å formulere det språklige uttrykket. Den fjerde fasen kaller vi for memoria, evnen til å huske stoffets innhold. Den femte og siste fasen er actio, evnen til å uttrykke seg muntlig og kroppslig (Kjeldsen, 2017, s. 67).

Tidligere LO-leder Ynge Hågensen uttalte eller lovet i 1998 «et helvetes bråk» hvis Bondevik-regjeringen «rører en tøddel i sykelønnsordningen». Hågensens energirike uttrykksevner kan være et beskrivende eksempel på hans fremføring (*actio*) (Kjeldsen, 2017, s. 131-132).

Under antikken var søkelyset mest rettet mot selve talen. Der det handlende individet uttrykker sin vilje gjennom talen, og talen tilskynder til handling. Antikkens retorikk inneholder et mønster som senere tiders retoriske teorier anbefaler for en vellykket retorisk tale. Konstruksjonen av kontakt og tillitt (*exordium*), redegjør for situasjonen (*narratio*), presentasjon av argumentasjon (*argumentatio*), plasser trumf på argumentet og avslutt med en følelsesappell (*peroratio*) (Kjeldsen, 2017, s. 27). Quintilian (ca.35 – ca.100 e.Kr.) var Romerrikets første statslønnede professor i veltalenhet, og han vektlegger spesielt talens følelsesmessige appell. Det er «i makten over følelsene at talekunstens liv og sjel skal finnes» (Kjeldsen, 2017, s. 39).

2.11.2 Logos

Et av de retoriske virkemidlene er logos, som tar utgangspunkt i fornuft og argumentasjon (Grue, 2019). Ifølge Aristoteles er logos selve saken som taleren anfører (*ibid.*). Kanskje en enklere forklaring på logos kan være «selv det som sies» (Kjeldsen, 2017, s. 33) og menneskets rasjonalitet (Kjeldsen, 2017, s. 68). Logos i en litt mer spesifikk forstand kan inneholde de overbevisende elementene som demonstrerer en eventuell sannhet. Eksempelvis hvis man har undersøkelser og statistikk som kan tydeliggjøre at sukker fører til fedme (*ibid.*).

Under klargjøringen av talen, *inventio*, legger taleren vekt på hva som skal ytres i talen (Cicero, 1995, s. 147). Videre innebærer *inventio* å si hva ting er, å begrense eller definere de, å konstruere begrep og dele de opp, å skille mellom klasse og art, å holde ting ut fra hverandre (Cicero, 1995, s. 148). I tillegg kan *inventio* hjelpe taleren med å utforske hvordan ting er, om de er virkelige eller uvirkelige, falske eller sanne, gode eller vonde (*ibid.*). Taleren kan også se på potensielle utfall eller konsekvenser av noe (*ibid.*). Sentralt i denne forarbeidsfasen er læren om hvordan man finner og konstruerer argumenter - topikken. *Topos* kan både bety et allment synspunkt, et argumentasjonsmønster og det mentale stedet vi finner et argument (Kjeldsen, 2017, s. 38).

Kjeldsen forklarer at man kan ikke overbevise noen om noe hvis begge parter ikke er i forveien er enige om noe annet. Derfor må argumentasjonen ta utgangspunkt i de felles

synspunktene man deler med publikum. For å bevege publikum i retningen av ditt synspunkt må begge parter møtes på et «felles sted», som i retorikken kalles for topos (topoi i flertall). Topos kommer fra gresk og betyr plass eller sted (Kjeldsen, 2017, s. 151). Romerne brukte det latinske ordet loci (locus i flertall). Ordet er i familie med det norske ordet «lokalitet, som betegner et sted eller en plass (Kjeldsen, 2017, s. 152). Topos har tre forskjellige former:

Den første formen beskrives som lister, skjemaer og mentale kart som beveger talerens leting etter argumenter og materiale (strukturelle topoi) (Kjeldsen, 2017, s. 151). For at taleren ikke skal vandre i uvisshet uten retning for å finne argumentasjoner, har retorikken konstruert mentale retningslinjer, huske- og spørrelister som taleren kan benytte i sin søken etter argumenter og fakta som best støtter talerens sak (Kjeldsen, 2017, s. 152-153). Aristoteles nevner fem ulike strukturelle topoi knyttet til den politiske talen: økonomiske ressurser, forsvarer, krig og fred, import og eksport, i tillegg til lovgivning (Kjeldsen, 2017, s. 152).

Den andre formen dreier seg om de formelle tenkemåter og grunnleggende argumenter som er anlagt for spesifikke argumenter (formale topoi). Det formale aspektet kan minne om logikken og dreier seg om hvordan taleren sammenfører elementene i argumentasjonen (Kjeldsen, 2017, s. 157).

Den tredje formen for topos er ulike former for faste uttrykk, tenkemåter og argumenter (Innholdsmessig topoi) (Kjeldsen, 2017, s. 151-152). Faste standardargumenter, allment aksepterte sannheter og overbevisninger som oftest presenteres som sentenser, ordtak, og språklige klisjeer kan være eksempler på slike faste uttrykk (Kjeldsen, 2017, s. 160).

Aristoteles nevner tre ulike typer topoi som handler om «det mulige». En formal topos Aristoteles mener er spesielt relevant for den politiske talen. Denne topos har et generelt synspunkt: «Hvis det ene av to ensartede ting er mulig, er den andre det også» (Kjeldsen, 2017, s. 157-158). I tillegg nevner Aristoteles toposet om større/mindre. Dette toposet handler om størrelsesforhold og relateres til tanken om at et gode kan være lite eller stort, og mindre eller større enn et annet gode. I likhet med at noe nyttig kan ha mindre eller større nytte og være forholdsvis nyttig enn noe annet (Kjeldsen, 2017, s. 159). Denne type topos kan eksempelvis ha et slikt følgende argumentasjonsmønster; «det sjeldne er mer verdt enn det som forekommer rikelig. Eksempelvis er gull mer verdifullt enn jern. Anskaffelsen av gull er vanskeligere og dermed et større gode» (Kjeldsen, 2017, s. 160). Det tredje toposet handler om skjedd/vil skje. Slike argumenter kan forekomme hvis eksempelvis det som vanligvis

skjer sist, allerede har skjedd, må også det som vanligvis skjer først allerede ha skjedd. Har man glemt noe, må man også en gang ha lært det (Kjeldsen, 2017, s. 159).

Innen logikken kan man jobbe med Syllogisme som er en form for slutning som inneholder tre setninger med to premisser (oversetning og undersetning) og en konklusjon (Alnes, 2019). Et eksempel på syllogisme kan være at alle mennesker er dødelige (oversetning), konger er mennesker (undersetning), konger er dødelige (konklusjon) (Kjeldsen, 2017, s. 170). Konger er også mennesker, derfor kan konger også dø på lik linje med andre mennesker. Vi kan si at premissene medfører konklusjonen, eller at konklusjonen er en logisk konsekvens av premissene. Hvis vi aksepterer de to første uttalelsene som er oversetningen og undersetningen, er vi tvunget til å akseptere konklusjonen (Kjeldsen, 2017, s. 170-171).

Begrepet enthymem er gjerne relatert til logos, og Aristoteles beskriver enthymemet som det sentrale overtalelsesmiddelet og det retoriske bevis (Kjeldsen, 2017, s. 173). Videre mener Aristoteles at «enthymemene bygger på sannsynligheter og indikasjoner» (ibid.). Enthymemet kan beskrives som den retoriske syllogisme (Kjeldsen, 2017, s. 287). Enthymem kan være mer gunstig å bruke i løpende tale, ettersom de gjerne virker mer «naturlige» i uttale. Forklaringen er at eksempelvis syllogisme som støtter seg på rene fakta ved å basere seg på to sanne premisser, og konkluderer derfra, støtter enthymemet seg på sannsynlighet fremfor sannhet, ettersom enthymem må virke ut fra kun ett premiss (Bergvad, 2017).

2.11.3 Pathos

Gode eksempler på pathos kan være verdiladde ord og uttrykk, og spesielt malende beskrivelser av noe (Ihlen, 2013, s. 92). Med andre ord kan pathos være en følelsesmessig appell. Retoren bør skape et følelsesmessig bånd til sitt publikum, og taleren bør tilpasse bruken av pathos i henhold til situasjonen, hvilken rolle taleren har og hvilke verdier og forventninger publikum har (ibid.). I tillegg er vår stemme sterkt knyttet til følelser. Stemmen gir uttrykk for talerens følelser og fremkaller følelser hos tilhørerne (Tank, 2013, s. 44). Mer om stemmebruk i oppgavens analysedel.

Overbevisning kan også skje ved at talen eller budskapet gir tilhørerne en viss sinnsstemning (pathos) (Kjeldsen, 2017, s. 33). Cicero var antakelig den mest teoretiske anlagte retorikeren under romertiden, og fra denne perioden ble pathos beskrevet som et verktøy for å engasjere, bevege eller vekke (movere) (Kjeldsen, 2017, s. 35). Pathos beskrives som en brennende kortvarig lidenskap som krever umiddelbar handling (Lindhardt, 1999, s. 88). Taleren kan bruke pathos i sitt budskap for å appellere til en bestemt handling eller en felles beslutning

(Lindhardt, 1999, s. 90). Det kan virke som at Aristoteles deler noe av denne tankegangen ettersom han slår fast i retorikkens andre bok at følelsene er det som får mennesker til å endre mening og tar forskjellige avgjørelser (Kjeldsen, 2017, s. 306).

Jacob Rosted som underviste i retorikk ved Christiania Katedralskole i mer enn femti år, mener at en tale kan ha ulike former. Rosted beskriver den politiske talen som den nest høyeste formen for tale, som dyrker stor makt over sinnene. Rosted utdyper:

«Vi her ikke alene overbevises, og henrives med Taleren; vore sindsbevægelser opvækkes med hans; vi sætte os ind i alle hans Følelser; vi elske, vi hade, vi vredes, efter som han indskyder os, og ere paa hans Vink færdige til at beslutte eller handle med Kraft og Varme»

(Johansen, 2002, s. 120).

Taleformen som blir plassert høyere enn den politiske tale er den medrivende tale. Den gir «kraften» til handling. Når sjelen blir «oppflammet» fatter vi mot og bestemmer oss, eller forplikter oss og inderlig går inn for noe. Derfor krever eller trenger politikken en vesentlig patos (ibid.). Sveriges mest ansette og mest publiserte professor i retorikk, Kurt Johannesson, skriver at følelser kan påvirke oss spesielt i forhold til store og kompliserte saker. Når vi avgir en stemme på valgdagen, når store beslutninger vedtas i et styre, eller om aksjene stiger eller faller på børsen. Mye kan avgjøres av våre følelser, selv om man kan fornekte det (Johannesson, 2013, s. 33). Antikkens retoriske teori anerkjente følelsenes rolle i stor grad, og argumenterte for at følelser ikke bare er subjektivt virkelige, men også objektivt korrekte (Ihlen, 2013, s. 93).

Den logos-baserte retorikken kan ignorere det faktum at menneskelig holdninger kan bli påvirket av flere ting: Graden av følelsesmessig intensitet relatert til en holdning, og i hvilken grad holdningen er knyttet til menneskets identitet og deres følelse av å være et fullkomment menneske (Ihlen, 2013, s. 93).

Under valgkampen ønsker politikere å posisjonere seg på en best mulig måte, gjøre seg synlig for omgivelsene og med personer som er mest mulig gunstig for vedkommende, og det hele bør bekreftes gjennom personligheten til politikeren, væremåte og ansiktsuttrykk. Bildene kan være essensielle virkemidler for politikernes oppbygging av image (selvbilde), samtidig som politikeren visuelle appell har en sterk påvirkningskraft på velgernes følelser (Jamtøy, 2011, s. 4).

Den danske frilansjournalisten Rasmus Karkov forklarer at forskning viser at følelser innen det politiske liv gjør oss til rasjonelle og velorienterte velgere. Noe Karkov kaller for «idealborgeren». Videre henviser Karkov til Elsa Marie Holm som har forsvart doktorgradsavhandlingen «Emotions as Mediators of Framing Effects» ved Aarhus universitet: «En følelse som engstelse gjør oss ofte mer opplyste. Hvis vi er usikre, bekymret – engstelige – har vi en tendens til å søke mer kunnskap og tenke mer over problemet» (Karkov, 2012).

Dominique Moïsi, grunnleggeren av og spesialrådgiver ved Institut Français des Relations Internationales (IFRI) i Paris, hevder at følelser reflekterer samfunnets grad av tillit, som videre kan avgjøre samfunnets potensial til å tilpasse seg endrede vilkår. Følelser kan påvirke menneskers holdninger og atferd, relasjoner mellom forskjellige kulturer, og hvordan stater opptrer (Moïsi, 2010, s. 38).

Støre bruker noen personlige fortellinger og eksempler i denne debatten, og gode fortellinger er gjerne knyttet til noe personlig. Personlige fortellinger er noe man formidler mellom mennesker, fra et menneske til andre mennesker. Livet selv fungerer som en inspirasjonskilde og energien både for personen som forteller, og den som lytter (Moltubak, 2017, s. 76). I tillegg bidrar personlige historier til å «eksponere» talerens indre sjeleliv (Høiland, 2007, s. 22). Personlige historier kan også knyttes til *evidentia* (levendegjøring) der detaljerte verbale beskrivelser som knyttes til og oppleves gjennom våre sanser gir tilhørerne en fornemmelse av å se personer, steder og hendelser med egne øyne (Kjeldsen, 2017, s. 267).

2.11.4 Ethos

Ifølge Aristoteles er ethos-aspektet essensielt. «Det er ikke langt fra at talerens personlighet (ethos) utgjør det sterkeste av alle bevismidler» (Johansen, 2002, s. 31).

Videre forklarer Aristoteles at ethos kan styrkes på tre ulike måter som forbindes med talens tema, retoren og publikum (Ihlen, 2013, s. 93). Den første måten er *klokskap* (*phronesis*), der retoren bør fremstå som fornuftig og kunnskapsrik. Fremgangsmåten er å samle kunnskap om både temaet og tilhørende publikum. Taleren bør undersøke og justere sitt materiale i forhold til situasjonen og publikums kunnskap og verdier. I tillegg kan retoren justere sin talestil – personlig tone ovenfor publikum eller utøve en formell distanse til publikum der taleren bevitnes som en objektiv ekspert (Ihlen, 2013, s. 94). Den andre måten er *god moralsk karakter* (*arête*). Her blir flere personlige karakteristikker beskrevet. Eksempelvis rettfærdig, måteholden, modig, selvkontroll, og omtenkksomhet – god moralsk karakter. Den tredje måten

er *velvilje* (eunoia). Alle retorer som vil vinne publikummets gunst bør fremstå som at de vil det beste for sitt publikum og ikke bare forvalte sine egeninteresser. Den gode vilje må være legitimt ved å være et mål i seg selv, med andre ord må det ikke virke kalkulert ovenfor publikum. Etablering av vennskapsbånd med tilhørerne og publikumsfrieri kan virke forpliktende ovenfor tilskuerne og dermed fremstå som planlagt (Ihlen, 2013, s. 93-94).

Ethos kan triumfere både logos og pathos, ettersom bruken av følelser og rasjonelle argumenter ikke vil ha den ønskede påvirkningskraften hvis publikum ikke oppfatter taleren eller retoren som troverdig (Ihlen, 2013, s. 93).

En sterk og tydelig ethos bidrar til å styrke talerens- eller ytringens budskap

Cicero argumenterer for at de tre retoriske hovedfunksjonene (logos, ethos og pathos) er ikke et mål i seg selv. De er kun hjelpemidler for å oppnå talerens eller budskapets mål (Kjeldsen, 2017, s. 37).

2.11.5 Elocutio

Når retoren har funnet sine tanker i inventio, og inndelt dem i dispositio, så kommer elocutio som betyr stilen og læren om hvordan retoren uttrykker sine tanker på en riktig måte. Denne stilen er relativt omfattende, ettersom den både involverer å finne de riktige ordene som dekker saken, og setter dem sammen for å skape forståelse. Dessuten involverer det å finne de riktige figurene både av lydmessig art (ordenes melodiske og rytmisk sammensetning) og tankemessig i form av bilder, metaforer og hentydninger (Lindhardt, 1999, s. 52).

Talerens ordbruk kan bidra til å «ryste» tilhørerne ut av sine vanemessige tanker, og her gjelder det å føre tilhørerne over til talerens utstrakte bane – få tilhørerne til å svinge i takt med den nye rytmen. Dette kan oppnås ved hjelp av ulike talefigurer. Den første talefiguren er lydmessige figurer. Språkets musikkside kommer til uttrykk her. Talen kan være rytmisk eller metrisk, taleren kan «lade» ordene i setningen eller setningsledd som begynner med samme konsonant (alliterasjon) eller inneholde samme vokaler (assonans) eksempelvis (Lindhardt, 1999, s. 78-79).

Den andre talefiguren er syntaktiske figurer. Her vektlegges gjentakelse av ord (anafor), bytting av ordenes rekkefølge (inversjon), avbrytelse i en setning (elipse) eksempelvis. Både syntaktiske og lydmessige figurer hører til språkets «ytterside» (Lindhardt, 1999, s. 79).

Den tredje talefiguren er semantiske figurer som metaforer og sammenlikninger, eksempelvis. Her overfører meningen fra et ords sedvanlige betydning til et annet «felt» som blir belyst (Lindhardt, 1999, s. 80).

3. Utvalg og metode

3.1 Partilederdebatten

Jeg kan anbefale å se gjennom enkelte sekvenser av debatten som bakgrunn for analysen.

Lenken finner du her: <https://tv.nrk.no/serie/valg-2019/2019/NNFA80000219>.

Støre vil være sentral i denne analysen. Derfor har jeg blant annet valgt to ulike duellsegmenter fra debatten for næranalyse der Støre deltar. I slike dueller kan intensitetsnivået øke, ettersom debattens oppmerksomhet er rettet mot to duellerende deltakere, og programlederen lar dem diskutere fritt uten innblanding. På denne måten har duelldeltakerne innflytelse og makt til å styre diskusjonens utvikling, uten korreksjon fra programlederen. I en slik situasjon kan det være interessant å observere om Støre bruker retorikk på en annerledes måte.

Partilederdebatten i Arendal 12. august 2019 var i stor grad relatert til kommune- og fylkestingsvalget. Dermed er kanskje ikke denne debatten like «overordnet» som en debatt under et stortingsvalg. Likevel har kommune- og fylkestingsvalgkamper et stort potensial og mulighet til å fronte lokale politiske saker som kanskje velgerne lettere kan kjenne seg igjen i.

Denne debatten foregikk på en litt utradisjonell måte, ettersom den foregikk utendørs. Noe av hensikten med dette var å skape en mer intim atmosfære mellom politikere og publikum. I tillegg var publikum med på å avgjøre hvilke temaer politikerne skulle duellere om (Arendalsuka, u.å.). Velgerne fikk mulighet til å stemme over ulike diskusjonstemaer i forkant av debatten, og partilederne får velge seg en duellant/motstander (Aftenposten, 2019). Disse duellene har et mer intimt preg med seg ettersom duellantene blir plassert nærmere hverandre under denne sekvensen. Dermed kan en slik duell likne på en ansikt-til-ansikt-samtale, og denne kommunikasjonsformen er den mest brukte opp gjennom tidene (Svennevig, 2015, s. 16). Derfor kan kanskje denne sekvensen være mer gjenkjennbar for folk flest, og dermed påvirke publikum i større grad? I en slik ansikt-til-ansikt-samtale vil gjerne kroppslig plassering og blick indikere hvem som er ratifiserte eller aksepterte deltakere i en samtale, og hvem som ikke er det (Svennevig, 2015, s. 111). Slik kan en nærhetlig-preget politisk duell styrke publikums oppmerksomhet mot duellantene, og dermed kan kanskje duellantenes

politiske budskap bli mer lett mottakelig for publikum, ettersom seernes oppmerksomhet er rettet mot to duellanter om gangen, og ikke alle partilederne på samme tid. Kanskje en slik iscenesettelsesstrategi for debatten kan gjøre politikk mer underholdende og mer informativ for seerne? En slik «konfronterende» duellform kan beskrives som medialisering av politikken – der partilederne må tilpasse seg medienes endring (Jenssen & Aalberg, 2017, s. 10).

I forkant av debatten fikk partiene velge ut to diskusjonstemaer. Seerne kunne stemme over disse temaene helt frem til debatten startet. Eksempelvis kan velgerne bestemme om Støre skal debattere gratis skolemat eller kommersielle aktører i velferden. Politikerne får vite hvilket tema som fikk flest stemmer under selve debatten, de får ikke vite dette i forkant. Programlederen for debatten, Fredrik Solvang, sa til NTB at denne debattinnretningen blir en øvelse i kvikkhet og retorisk kløkt, og her gjelder det å svare spontant og godt (ibid.). Denne «innretningen» gjør det vanskeligere for politikere å forberede seg på hva de skal si i forkant – det påvirker retorikkens forarbeidsfase *inventio* og *memoria* (Kjeldsen, 2017, s. 38).

Dermed kan det tenkes at politikernes diskusjoner i denne fasen av debatten kan oppleves som mindre forberedt. Debattemaene som partiene velger, kan avsløre ovenfor velgerne hvilke saker som er viktige for partiene. I tillegg kan politikere oppdage hvilke temaer som er viktige for velgerne ut ifra hvilke temaer som flest om minst stemmer (ibid.).

Ni ulike partiledere deltok i denne debatten. Bjørnar Moxnes fra Rødt, Audun Lysbakken fra Sosialistisk Venstreparti (SV), Jonas Gahr Støre fra Arbeiderpartiet, Trygve Slagsvold Vedum fra Senterpartiet, Une Bastholm fra Miljøpartiet De Grønne, Kjell Ingolf Ropstad fra Kristelig Folkeparti (KrF), Trine Skei Grande fra Venstre, Erna Solberg fra Høyre, Siv Jensen fra Fremskrittspartiet (FrP) og Trym Aafløy fra Folkeaksjonen nei til mer bompenger (FNB).

Det sistnevnte partiet sitter ikke på Stortinget, men NRK tillot partiet å stille i debatten likevel ettersom FNB lå an til å komme inn i flere kommunestyre og fordi bompenger ble en viktig valgkampsak. Partiets representant Trym Aafløy fikk kun delta da debatten innledningsvis handlet om bompenger (abc nyheter, 2019), og han fikk muligheten til å debattere bompengesaken med Siv Jensen fra Fremskrittspartiet.

Selv om partilederdebatten under Arendalsuka er et populært arrangement, så mistet debatten hver fjerde seer i forhold til partilederdebatten under Arendalsuka i 2017. Forklaringen på dette er antagelig at det var kommune- og fylkestingsvalg i 2019, ikke Stortingsvalg. Antall seere i 2019 var relativt likt som i 2015 da det også var kommune- og fylkestingsvalg. Faktisk

var over 75 prosent av seerne over 50 år (Waatland, 2019). Fredrik Solvang forklarer at NRK håper at mer spontanitet og involvering av seerne kan bringe flere yngre seere til debatten (Aftenposten, 2019).

3.2 Transkripsjon

Selve TV-sendingen av debatten fra NRK kommer til å være i søkelyset i denne oppgaven. Her bruker jeg ulike skjermbilder fra viktige og interessante sekvenser eller øyeblikk under debatten for å kunne beskrive. Enkelte uttalelser fra debatten har blitt transkribert for å kunne gi leseren forståelse for ytringenes kontekster og sammenhenger. Jeg har valgt å konsentrere meg om Støre i denne debatten, derfor har jeg transkribert enkelte sekvenser som er relevant for Støre, og for Støres retoriske situasjon.

3.3 Casestudie

Denne oppgaven omfavnes en *casestudie*, som på norsk kan omtales som eksempelstudie. Det engelske «case» kommer fra latin og betyr tilfelle, men det kan også kalles for kasus eller kasusstudie.

Case study (tilfelle analyse) dreier seg om grundig undersøkelse av ett isolert tilfelle. Videre kan man analysere et «tilfelle», som kan eksempelvis være en person eller gruppe, på en detaljert måte (Universitetet i Oslo, u.å.). Casestudier går gjerne i dybden og kan bidra til å forbedre/utvikle begreper. Derfor egner casestudier seg til blant annet å tolke historiske og kulturelle fenomen (Universitetet i Oslo, u.å.). Et viktig kjennetegn for casestudier er at de er tids- og stedsspesifikke. I tillegg hører casestudier hjemme i en «Aristotelisk tradisjon», der Aristoteles hevdet at forståelsen av menneskelig atferd måtte tilknyttes det partikulære (ibid.).

En vellykket casestudie kan beskrives som kontekstavhengig, helhetlig, lagdelt, systematisk og omfattende. Typiske prosesser innen casestudier involverer identifisering av forskningsspørsmålene, valg av saker og teknikker for datainnsamling og analyse, innsamling av data, evaluering og analysing av dataene, og klargjøring av rapporten. Mange forskere innen samfunnsfag foretrekker casestudier ettersom de tilbyr grundig og detaljert informasjon om et fenomen. Likevel har casestudier en akilleshæl for å kunne generalisere, siden analysen konsentreres på en enkelt hendelse eller fenomen (Sawakinome, u.å.).

3.4 Tekstanalyse

Noe av oppgavens fokus er rettet mot multimodal tekst der både språk, kroppsspråk og lyd fra TV-debatten bidrar til å skape mening.

Tekstlige analyser kan innrettes mot setninger og avgrensede ytringer, men kan også kombineres med kulturanalyser og et større perspektiv på språkbruken til mottakere og publikum. Andre vil rette søkelyset mot *intensjonen* bak en tekst, mot *avsendere* og eksempelvis for politiske aktører som forsøker å oppnå sine mål med sine ytringer (Tveiten, 2019). Retorikken er også relevant for det tekstlige, ettersom retorikken foregår både i teksten og rundt den (ibid.).

Kontekst betyr «med-tekst» (con = latning for med) (Tveiten, 2019, s. 70). Spørsmålet blir da hvordan vi i studie om politisk kommunikasjon kan analysere tekster, ytringer og fortellinger kan fortelle oss noe om maktrelasjoner i dem, bak dem og utfall av dem (ibid.).

3.5 Retorisk analyse

Et nyttig verktøy for å belyse kommunikasjonsstrategier og utforske hva som skjer i interaksjonen mellom deltakerne i kommunikasjonsprosessen er nettopp en retorisk analyse. Konkrete eksempler på kommunikasjonsstrategier kan være å gjøre utsagn mer troverdige, overbevisende og interessante. I tillegg til talerens bruk av språk, metaforer og argumentasjonsmetode (Høiland, 2007, s. 3).

4. Analyse

Dette kapitlet starter med å beskrive de ulike elementene som sammen kan bidra med å skape den retoriske situasjonen for debattens deltakere, med et ekstra fokus på Støre. Her vil perspektivene fra eksempelvis ethos, pathos og logos bli analysert.

Oppgaven vil utforske Støres retoriske grep under debatten. Oppgaven vil vektlegge Støres ytringer i debatten. I tillegg vil oppgaven prøve å beskrive Støres helhetlige «opptreden» i debatten. Taletid og avbrytelser kan være eksempler på betydningsfulle elementer som oppgaven forsøker å belyse og undersøke nøye. Slike handlinger kan bidra med å beskrive Støres opptreden på en oppsummerende måte.

4.1 Støres retoriske situasjon og valgkampen 2019

Stortingsvalget i 2017 resulterte i borgerlig flertall, i likhet med stortingsvalget 2013. Høyre, Fremskrittspartiet, Venstre og Kristelig Folkeparti fikk til sammen 88 representanter. De rød-grønne partiene Arbeiderpartiet, SV, Senterpartiet og Rødt fikk 80 representanter (Garvik, 2017). Dermed er den sosialistiske siden i opposisjon, og den borgerlige siden i «posisjon».

I en slik situasjon bør Støre fortelle til velgerne hvorfor det er nødvendig med et politisk skifte. Hvorfor Støre og Arbeiderpartiet bør være i «posisjon» fremfor opposisjon. Støre må overbevise velgerne om at han og Arbeiderpartiet kan lede nasjonen på en bedre måte, og kritisere opposisjonens eventuelle mangelfulle politiske styring. Dermed kan Støre både havne i en forsvarsposisjon og i en angrepsposisjon.

Den såkalte «venstresiden» i politikken har gjennom historien vært de fremste forsvarerne av velferden. Arbeiderpartiet tilhører denne «siden» og har derfor et gjenkjennelig «sakseierskap» til dette begrepet. Arbeiderpartiets posisjon innen helsepolitikk og eldreomsorg står sterkt (Bergh et al., 2020, s. 44). Derfor kan det være viktig for Støre å diskutere disse temaene i debatten.

Arbeiderpartiets kjernesaker er gjerne knyttet til å bekjempe arbeidsledighet. Derfor bør Støre vektlegge dette temaet for å kunne vise frem partiet på en gjenkjennelig måte, selv i et kommune- og fylkestingsvalg.

Bompengesaken har blitt enda større i denne valgkampen. I Bergen har det vokst frem et protestparti mot bompenger (FNB). Dette kan indikere at enkelte velgere er misfornøyde med Regjeringens innsats på dette området, og derfor kan dette være en gyllen mulighet for Støre hvis han kritiserer Regjeringen i denne politiske saken. Likevel bør han komme med en konkret løsning på problemet for å styrke sin troverdighet.

Støres utfordring blir å overbevise velgerne om at Arbeiderpartiet kan øke sysselsettingen på en bedre måte enn det Regjeringen har gjort. Dermed kan han kritisere Regjeringens resultater innen sysselsetting for å kanskje vinne tilbake Arbeiderpartiets ethos på dette politiske feltet, men Støre har også andre retoriske utfordringer han bør rydde opp i.

Det er ikke noe stor hemmelighet at Støre har blitt karakterisert for å fremstå som en «tåkefyrste» ved flere anledninger. Denne beskrivelsen gir Støre en slags merkelapp eller et gjenkjennelsestegn i negativ forstand. Over lang tid har medlemmer i LO hatt problemer med å forstå Støres budskap, og har stemplet Støres språkbruk som akademisk og kronglete i møte med grasrota i arbeiderbevegelsen (Johnsen, Haugan & Melgård, 2017). Samt redaktøren,

gründeren og kommunikasjonsrådgiveren Hans Geelmuyden mente at Støre «snakker som en embetsmann – alltid med forbehold. Til slutt skjønner vi verken hva han eller partiet mener» (Hellum & Nyman, 2016). Samt PR-byrået Geelmuyden Kiese (GK) kåret Støre til vinneren av «Årets tåkeprat 2015». Allerede 350 år f.Kr. advarte Aristoteles mot at et tilgjort språk kan virke mistenkeligjørende på tilhørerne (Stjern, 2017). «Tilgjort» kan bety falskt, kunstig, eller affektert («tilgjort», 2005).

Akademisk språkbruk som ofte blir brukt mellom Stortingsrepresentanter og andre politikere bør kanskje unngås i møte med potensielle velgere. Den «vanlige» nordmann bruker antakelig et litt annerledes vokabular enn politikere som diskuterer kompliserte politiske saker mellom seg.

Arbeiderpartiet ønsker antakelig å appellere til den typiske «arbeiderklassen» og «vanlige» folk. Derfor er det viktig at den høyt utdannede Støre, som kanskje er vant til å bruke et akademisk språk, bruker et språk som er mer «hverdagslig». Han må rett og slett møte sine tilhørere på samme «sted», også kalt topos i retorikken. Etersom Støre opprinnelig ikke kommer fra samme «sted» som en fra «arbeiderklassen», så bør Støre gi inntrykket av at han forstår eller vet hvor arbeiderklassen «er» eller «kommer fra», gjennom å bruke retorikken målrettet og effektivt.

Støres akademiske og kompliserte språk kan bidra til at publikum må «tolke» Støres utsagn. Med andre ord, Støres utspill gir kanskje ikke en umiddelbar mening eller forståelse for alle. Derfor kan publikum oppleve «tåkeprat» der «tåke» er et annet ord for «uklart». Støres forklaring eller forståelse for «tåkefyrstestempelet» er at politiske prosesser er ofte ikke slik at det er tid for klar tale (Kagge, 2015). I Aftenpostens serie «2 mot 1» fra 2015 debuterte redaktørene i Aftenposten, Harald Stanghelle og Trine Eilertsen som utspørrere av Støre. I denne utprøvelsen hadde Støre vansker med å svare «ja» eller «nei» på flere politiske spørsmål (ibid.). Kanskje en slik beskrivelse kan ligne på Hans Geelmuydens utsagn om Støres språkbruk: «snakker som en embetsmann – alltid med forbehold». Dermed kan kanskje Støres svar beskrives som «dynamisk» og ikke «statisk»? Dette kan muligens også relateres til enkelte politiske saker der Arbeiderpartiet har snudd eller endret sitt standpunkt. Et «statisk» svar kan være fastlåst og uendret over tid, mens et «dynamisk» svar kan kanskje endres underveis.

Støres motvillighet til å svare konkret og spesifikt kan indikere at han ikke ønsker å si noe feil eller galt, men ulempen av det kan være at publikum oppfatter han som usikker, uforutsigbar

og upålitelig. I tillegg kan denne oppfatningen spres videre utover hele partiet han representerer. Hvis velgerne oppfatter Støre som en «tåkefyrste» over lang tid, så kan denne karakteristikken bli ytterligere motstandsdyktig for endring. Slik kan Støre oppleve sterkere komplikasjoner med å legitimere sin troverdighet (ethos), ettersom Støres innledende ethos kan beskrives som en «tåkefyrste» for velgerne allerede før en politisk debatt starter. I en slik situasjon må Støre kjempe, ikke bare mot sine politiske motstandere, men også mot «seg selv» for å utviske sin identitet som en «tåkefyrste» ovenfor velgerne og politiske motstandere.

4.2 Partilederdebatten

Sendingen åpner med en animert introduksjonsvideo, også kalt vignett.



Figur 2 (0:07) Animert introduksjonsvideo som viser norsk bebyggelse i bakgrunnen.

Introduksjonen viser animerte mennesker og ulike typiske norske landskap som bondegårder og fjorder. Dette kan indikere politikkenes omfang og rekkevidde i det norske samfunnet. I tillegg vises ulike «påsatte/plasserte» farger på både menneskene og landskapene i videoen. Fargene kan indikere ulike farger i det norske politiske landskapet, der eksempelvis rød farge er gjerne relatert til den sosialistiske venstresiden og blå farge kan tilknyttes den borgerlige høyresiden. Disse ulike fargene bidrar til å indikere at dette er en debatt - diskusjon mellom ulike parter med ulike synspunkter. Lyden i introduksjonen utbroderer en pulserende spenningseffekt for å kanskje fenge seerne før debatten begynner.



Figur 3 (0:17) Introduksjonsvideo som viser norske landskap.

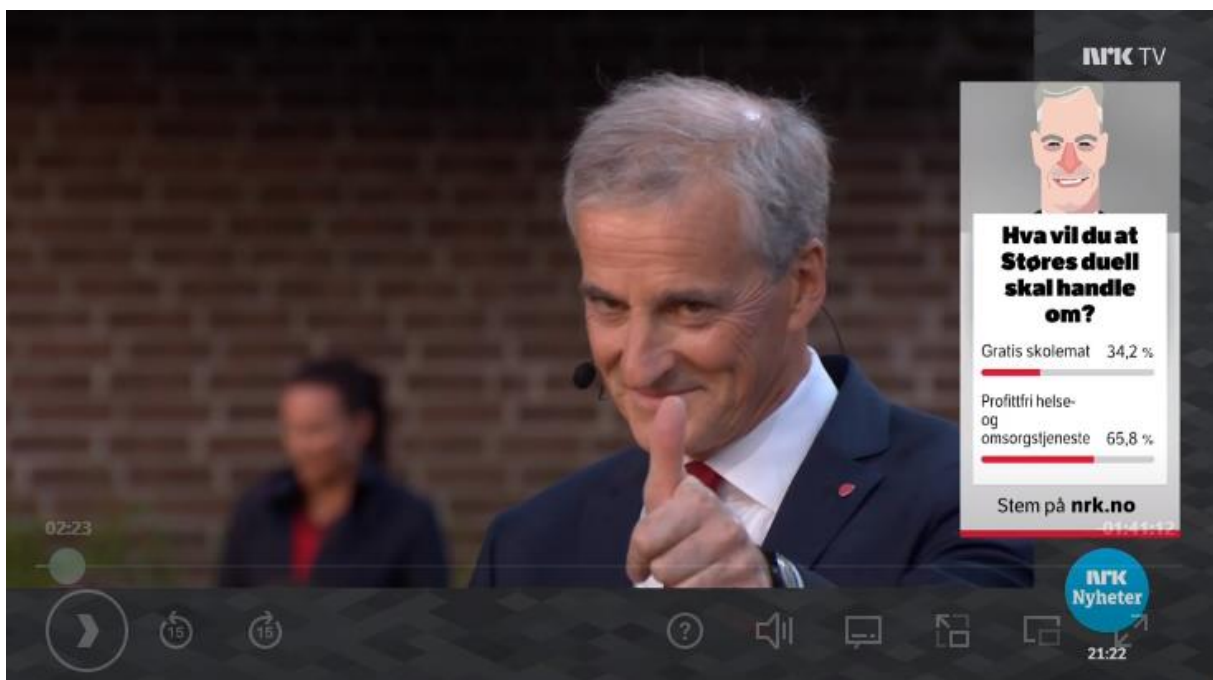
Etter introduksjonen ser vi «debattarenaen» som den gang var utendørs med publikum som tilskuere fra et fugleperspektiv. Kort tid etter hører vi stemmen til NRKs Jon Gelius som presenterer debattens duellanter med deres navn og partitilhørighet i det de går mot sine podier på scenen. Etter at de fleste duellantene har funnet sine sceneplasser, presenterer Jon Gelius debattens leder Fredrik Solvang etterfulgt av begeistrende applaus fra publikum.



Figur 4 (01:21) Partilederdebatten er i ferd med å starte. I midten av scenen er programlederen Fredrik Solvang kledd i grå dress.

Partiene er fordelt på to grupper/linjer på scenegulvet. Dette kan indikere et tydelig skille mellom disse to partigrupperingene, som kan indikere en større politisk uenighet mellom de to grupperingene, men også mer enighet mellom partiene i hver gruppe eller rad. Dette kan relateres til den mest betydningsfulle skillelinjen eller dimensjonen i norsk politikk, den såkalte høyre-venstre-dimensjonen (Berg, 2021). Også kalt den borgerlige og sosialistiske siden i norsk politikk.

Programlederen for debatten, Fredrik Solvang, begynner med å avklare hvilke politiske temaer som fikk flest stemmer fra velgerne. Disse diskusjonstemaene gjelder for selve duellsekvensene i debatten, der to partiledere diskuterer med hverandre uten innspill fra de øvrige partilederne. Temaet som fikk flest stemmer, skal partilederen diskutere med en valgfri motstander. Jonas Gahr Støre skal eksempelvis diskutere profittfri helse- og omsorgstjenester. Slike regler kan relateres til såkalte ikke-retoriske vilkår, der taleren må forholde seg til disse omstendighetene, uten å ha mulighet til å styre dem (Ihlen, 2013, s. 87).



Figur 5 (02:23) Jonas Gahr Støre ser fornøyd ut med velgernes valg av tema.

Diskusjonstemaene for den «generelle» debatten med alle partilederne er eiendomsskatt, kommuneøkonomi, hvem som skal utføre velferdstjenester i kommunene (private og/eller offentlige) og bompenger. Oppgaven prøver å belyse disse sakene fra et retorisk perspektiv der Støres opptreden blir sentral.

4.3 Analyse av Støres ethos i partilederdebatten

Støres ethos-elementer kan finnes i flere sekvenser av denne debatten. I begynnelsen av denne analysen har jeg valgt å ta med Støres duell med Siv Jensen fra Fremskrittspartiet som eksempel. Deretter skal vi analysere duellen mellom Støre og Ropstad.

4.3.1 Duell mellom Støre og Jensen

Støre innleder sitt budskap med å forklare at det beste med Norge er barna våre, at de har det bra. Legg merke til at Støre kanskje mener at alle barn i Norge er våre barn. Dette kan relateres til at han bruker ordet «vi». Dette kan knyttes til «fellesskapet» som Støre nevner ofte i sine politiske uttalelser.

Støre sier følgende i sitt åpningsinnlegg med Jensen:

JGS: «Noe av det fineste i Norge er at vi tar ansvar som fellesskap for noe av det aller viktigste – barna våre, at de har det bra, våre eldre kan bli eldre, trygge, og de barna som sliter – barnevernet – de stiller vi opp for. Det er noe vi gjør som fellesskap med sikte på at vi gir de beste tjenestene. De som jobber der skal ha trygge jobber, og de skal vite at de pengene vi bevilger går dit. Nå er noe i ferd med å skje. Store internasjonale kjeder – oppkjøpsfond, investeringsfond ser at den rike norske velferdsstaten – den er interessant, her kan vi tjene penger. Og det partiet som er mest eksponent på dette det er ditt parti, Siv Jensen, du ser egentlig ikke forskjell på om du selger en vare eller om du pleier en dement. Du er for å sette ut all eldreomsorg ut på anbud, og da du styrte i Oslo så hadde du forbud mot kommunale barnehager. Derfor utfordrer jeg deg på dette, dette tar landet vårt i gal retning, Arbeiderpartiet vil kjempe imot det, og jeg vil høre hvorfor vil du gå denne veien».

SJ: «Fordi vi vet at monopoler skaper ensretting, det skaper dårlig valgfrihet for vanlig folk i hverdagen sin. I Oslo for eksempler hvor jeg bor, så [...]»

JGS: «[Jeg også]».

SJ: «Så hadde vi før Raymond Johansen og Arbeiderpartiet overtok styringen – mangfold av private, kommunale og ideelle sykehjem som beboerne trivdes veldig godt med. De bruker dere nå skattepenger på å rekommunalisere. Jeg mener det er en veldig dårlig måte å bruke skattepenger på. Vi skal applaudere alle dem – alle de kvinnelige gründerne som nå setter i gang, fordi de har jobbet innenfor den kommunale helsetjenesten – ser at det er forbedringspotensialet, investerer pengene sine, skaper bedre velferd for eldre mennesker, som ønsker muligheten til å velge bort

ting de ikke liker. Det viktige, som vi politikere har ansvar for, det er å regulere hva man har anledning til å gjøre med ...»

JGS: «men».

SJ: «skattepengene våre, men vi vet fra erfaring, at all monopoldannelse skaper dårligere tjenester for innbyggerne, der vi åpner opp for valgfrihet, så får innbyggerne bedre tjenester, og gjerne til en lavere pris, og det er bra fordi da bruker vi skattepengene fornuftig».

JGS: «Men du snakker om det markedet der ute som er alle mulige varer og tjenester, vi snakker om omsorg. Jeg vil ikke ha markedstenkning inn i det. Det er ikke de kvinnelige gründerne som du peker på nå som er tema, det er de store oppkjøpsfondene, et oppkjøpsfond eller investeringsfond fra Malta kan mye om Malta, men lite om barnehager på Manglerud eller eldreomsorg i Mosjøen. Poenget er, disse selskapene tjener penger i eldreomsorgen på to måter. De tjener på lønn til ansatte, og de tjener på pensjon. Åtti prosent av det (utydelig) som koster å drive eldreomsorg, kommer der. Og jeg tenker, altså, Arbeiderpartiet er partiet for folk som arbeider, folk som er på jobb. De som er helsefagarbeidere – en av tre har fast stilling. Tre av fire nyutdannede får fast stilling, de jobber deltid anmas, og de er presset på lønn. Jeg vil ikke at de oppkjøpsfondene skal tjene penger, de har 30 prosent avkastningskrav på disse menneskenes lønns- og arbeidsvilkår. Det er det verdt å kjempe mot. Får det bite seg fast, er det veldig vanskelig å snu utviklingen».

SJ: «Jeg er en politiker som også går på jobb hver dag for alle de som jobber i private pleie- og omsorgstjenester, som jobber i alle de private barnehagene. Halvparten av barnehagene våre er private. Foreldrene er fornøyd med det. Dere vil altså nå sette en stopper for at vi skal få muligheten til å ha flere private barnehager. Det synes jeg er en veldig dårlig idé, og hvilket problem er det egentlig du prøver å løse? Hvis vi tar sykehjem – seks prosent av sykehjemmene i Norge er private, det er altså et forsvinnende lite greie du nå går til kamp mot i denne valgkampen ...»

JGS: «Jo».

SJ: «Det betyr at 94 prosent er enten ideelle eller i kommunal regi. Så hvorfor går du da til kamp mot de skarve seks prosentene ...»

JGS: «Jo».

SJ: «Som skaper det lille mangfoldet, den lille forbedringen ...»

JGS: «Nei».

SJ: «Som gjør, jo men, altså ...»

JGS: «Skal jeg si deg hvorfor jeg gjør det?»

SJ: «Ja det synes jeg du skal, fordi det er helt uforståelig ...»

JGS:» Fordi jeg, fordi jeg ...»

SJ: «Fordi du går i en monopolretning ...»

JGS: «Nei».

SJ: «Og det skaper dårligere tjenester for innbyggerne».

JGS: «Jeg går til kamp fordi jeg vil ikke ha flere av dem. Jeg vil ikke at markedstenkningen skal inn i denne, i denne sektoren. Og du snakker om å gå på jobb – du går på jobb som finansminister hver dag, skal passe på folks penger, også godtar du at skattebetalernes penger, foreldre som betaler i barnehage eh eh for barna sine, der skal det komme oppkjøpsfond å ta ut store beløp fra det, altså det er jo, det er jo galskap at en finansminister godtar det. Nå skal jeg ...»

SJ: «Nei».

JGS: «Fortelle deg noe veldig, noe veldig konkret».

SJ: «Men dette her er ...»

JGS: «La meg bare ta en ting ...»

SJ: «For det første så tar du jo feil».

JGS: «Nei».

SJ: «Det tas jo nesten ikke ut utbytte ...»

JGS: «Nei».

SJ: «Fra de private barnehagene».

JGS: «Fordi de gjør det mye smartere, Siv».

SJ: «Du, Jonas ...»

JGS: «De gjør det mye smartere ...»

SJ: «Åttehundre ...»

JGS: «De selger».

SJ: «Åttehundre av de private barnehagene går med underskudd. De, nesten de alle fleste av dem går knapt med overskudd i det hele tatt, så du snakker altså om en forsvinnende liten del ...»

JGS: «Nei».

SJ: «Av barnehagesektoren. Vår barnehagesektor består av mangfold. Det består av kristne private barnehager, det består av masse ulike barnehager som har bidratt til å gi full barnehagedekning».

JGS: «Ja».

SJ: «Vi gikk i bresjen for barnehagereformen. Forutsetningen for at det ble full barnehagedekning, det var at ...»

JGS: «Det er helt riktig».

SJ: «Alle private bidro ...»

JGS: «Men så ...»

SJ: «Og nå skal dere altså stikke ...»

JGS: «Nei».

SJ: «En kniv i ryggen ...»

JGS: «Nei».

SJ: «På de private ...»

JGS: «Nei, nei, nei».

SJ: «Som bidro til ...»

JGS: «Nei».

SJ: «At foreldrene fikk en barnehageplass, som bedret ...»

JGS: «Vi skal gjøre ...»

SJ: «Standeren, som har innført varm mat i barnehagene. Det er jo bra ...»

JGS: «Når du får varm mat, det er jo interessant, ja».

SJ: «Det gjør at det kommunale barnehagene også har noe å strekke seg etter ...»

JGS: «Jo, men ...»

SJ: «Og det er jo de private som har gjort det».

JGS: «Jo, men nå skal jeg si deg at der hvor den største nyskapningen skjer er i de ideelle, altså der hvor kirkens bymisjon, kristne eh eh ...»

SJ: (Det har du ikke belegg for å si).

JGS: «Jo, det har jeg belegg for å si. Poenget er at det vi ser nå, det er jo et nytt fenomen, at de store oppkjøpskjedene kommer inn, men jeg har lyst å gå til, og det jeg mener vi ikke skal ha, det er å ta penger ut av landet, det er å ødelegge denne barnehagesektoren. Lederen for de private barnehagenesektorens forbund sier at disse kortsiktige oppkjøpsfondene – vi vil ikke ha dem».

På dette tidspunktet i duellen blir Støre påminnet av programleder Solvang at det er et minutt igjen av duellen. Dermed vender Støre litt på samtalemønsteret ved å fortelle en personlig historie om sin mor på sykehjem. Her prøver Støre antakelig å feste et personlig og privat fotavtrykk for å kanskje gi «politikken» en mer menneskelig og følelsesmessig identitet.

JGS: «Et minutt igjen, da skal jeg få si en ting. Jeg, og dette er personlig. Jeg har en mor på sykehjem ... Hun er dement ... Hun husker ikke alltid meg når jeg kommer, men hun husker de som pleier henne».

SJ: «Mhm».

JGS: «De som vet hvor vannglasset skal stå om natta».

SJ: «Mhm».

JGS: «Og om hun vil spise på rommet, eller om hun vil gå på fellesrommet. Og jeg priser det sykehjemmet, det er et ideelt drevet sykehjem, Lovisenberg sykehjem i Oslo – der er det orden i forholdene. Men veldig mange andre steder, hvor disse kjedene kommer inn, da blir det ufaglærte ansatte på dårlige kontrakter, de trekker ut og inn. Det er dårlig for dem».

SJ: «Men ...»

JGS: «De fortjener ikke dette, men det er også dårlig for de som skal ha ...»

SJ: «Men la meg ta et annet eksempel da ...»

JGS: «Sånn vil vi ikke ha det, og nå må vi si stopp til det».

SJ: «Men Manglerudhjemmet – privat drevet i Oslo, det er altså, du kan ikke komme her og påstå at de ansatte ikke drive god omsorg for eh, for eh, for beboerne, at de beboerne er misfornøyde, at de pårørende er misfornøyd, det er snarere tvert imot ...»

JGS: «Det er riktig at ...»

SJ: «De er strålende fornøyde med det, det er et privat drevet sykehjem, som dere nå rekommunaliserer, og ingen forstår hvorfor dere gjør det, fordi dere altså bruker unødvendige skattepenger på å gjøre det, istedenfor å investere i flere sykehjemsplasser ...»

JGS: «Det er helt riktig å gjøre det».

SJ: «Som man har behov for i Oslo».

Støre innleder sitt budskap med å si: «dette er personlig». Kanskje det var implisitt eller selvfølgelig ettersom han forteller om sin mor på sykehjem, men på denne måten presiserer han ytterligere at denne historien er personlig for han. Støre tilegner sin historie eller fortelling en identitet eller beskrivelse før fortellingen blir sagt.

«Skal jeg fortelle deg hvorfor jeg gjør det?», sier eller spør Støre samtidig som Jensen kritiserer Arbeiderpartiets politikk. En slik situasjon kan tolkes som et høflig innspill for å komme inn i «taleposisjonen» igjen, samt en mulighet for å stanse Jensens kritikk av Arbeiderpartiet. Derfor kan denne situasjonen være et gyllent øyeblikk (kairos) for Støre - hvis Jensen aksepterer Støres forespørsel om å svare på Jensens kritikk. Hun svarer Støre: «Ja, det synes jeg du skal (...)». Kanskje Jensens svar kan antyde at hun tillater at Støre «får ordet», og dermed havner han i en taleposisjon som kan gi Støre mer makt og innflytelse i diskusjonen. Men Jensen godtar egentlig ikke dette, ettersom hun fortsetter å snakke: «Ja, det synes jeg du skal, fordi det er helt uforståelig for meg, fordi du går i en monopolretning (...)». På denne måten signaliserer Jensen at hun ikke er ferdig med å snakke – hun tillater ikke at Støre svarer riktig ennå. Jensen avviser Støres forsøk på å «stjele» hennes taletid. Hun overgir ikke sin «taleposisjon» til Støre før hun er ferdig med sin uttalelse. Dermed kan Jensen gi

inntrykk av at hun har en maktposisjon i denne duellen, og hun har makt til å overgi denne taleposisjonen eller maktposisjonen når hun ønsker. Derimot lyktes Støre i å svare på sitt spørsmål, men ikke før Jensen fullførte sin uttalelse. Derfor klarte Støre bare delvis å bruke denne kairos-muligheten til sin fordel. Støre mislyktes i å «ta ordet» fra Jensen – for å både få mer taletid, på bekostning av Jensens taletid, og for å «stanse» mer kritikk fra Jensen.

Videre hevder Støre at Jensen ikke ser forskjell på å selge en vare og pleie en dement. Dette utspillet resulterer i en beskjeden latter fra publikum. Her hevder Støre at det er en forskjell på å selge en vare og pleie en dement. Dette kan styrke hans velvilje (eunoia) der han kanskje indikerer at det å pleie en dement er viktigere enn å selge en vare. Med andre ord mener Støre at det er en forskjell på å selge en vare og å pleie en dement. Støre angriper Jensen troverdighet og velvilje ved å påstå at hun ikke ser forskjellen på å selge en vare og pleie en dement. Eksempelvis å kjøpe en pizza eller en annen vare, er like viktig eller det samme som å pleie en dement.

Støre argumenterer videre at oppkjøpsfondene ikke skal kunne tjene penger på eldreomsorg. Støre forklarer at oppkjøpsfondene kan tjene penger på lønn og pensjon til de ansatte. Dermed har oppkjøpsfondenes pengeinntjening konsekvenser for de ansatte. Støre signaliserer at han er mot dette, og det kan samsvare med Arbeiderpartiets visjon om et mer rettferdig samfunn – der eksempelvis store selskaper ikke skal berike seg selv på de ansattes bekostning. Dette kan knyttes til velvilje (eunoia) til de ansatte ettersom Støre mener at oppkjøpsfondenes økonomiske profitt har negative konsekvenser for de ansatte lønn og pensjon.

Støre eksemplifiserer relativt mye i sine argumentasjoner i denne debatten. Hensikten er kanskje å gi seerne et inntrykk av hvordan politikken kan se ut i hverdagen og hvordan politikken kan fungere (Kjeldsen, 2017, s. 268). Han forsøker å levendegjøre politikken i folks hverdag, nesten som om at politikken allerede er iverksatt i samfunnet. Han tar på seg oppgaven med å vise eller fortelle seerne hvordan han visualiserer eller «ser for seg» politikkenes påvirkning i folks hverdag. Derfor kan Støres budskap assosieres med kompetanse ekspertise, som også kalles for fronesis i retorikken, for politikken der han beskriver politikkenes utlevelse i hverdagslige situasjoner. Støre gir kanskje inntrykk av at han allerede vet hvordan politikken vil påvirke folks hverdag, og dermed trenger han kanskje ikke å «teste ut» politikken i samfunnet for å kunne vite politikkenes utfall i folks hverdag. På en slik måte kan Støre fremstå som en erfaren politiker.

Støre forsøker kanskje å «ferdigtolke» sin politikk. I stedet for å forklare sin politikk på en lite-relatert og «høytsvevende» måte der velgerne må «trekke linjene» selv (at politikken ikke blir forklart med utgangspunkt i folks hverdag), så plasserer han politikken rett inn i folks hverdag allerede før politikken blir muligens iverksatt i samfunnet. En slik detaljert situasjonsbeskrivelse og eksemplifisering kan gjøre det enklere for velgerne å «relatere seg» (kobling mellom velgeren og politikken) til politikken – de kan allerede her og nå få en formening eller anelse om hvordan politikken kan utspille seg for dem.

4.3.2 Duell mellom Støre og Ropstad

Støre forsøker å styrke sin ethos ved å fremstille seg selv som en «vanlig» person i duellen med Ropstad. Vi skal ta en titt på hvordan han har tenkt til å gjøre det.

I denne argumentasjonen nevner Støre at han har smurt over åtte tusen matpakker sammen med sin kone. «Jeg vet ganske mye om det», sier Støre med latter fra publikum. Et slikt innspill kan relateres til ethos (troverdighet), men det underliggende er kanskje humoraspektet og publikums latter som antakelig var Støres hovedhensikt. Dette var utvilsomt et planlagt satirisk utsagn fra Støre i forkant av debatten.

Et underliggende tema er tidsklemmen for familier. Støre nevner at han har vært pappa og nå er bestefar. Mønsteret går ut på at Støre ofte tar opp personlige eksempler som seerne kanskje kan kjenne seg igjen i, og på den måten kan seerne oppleve assosiasjoner til sine egne livserfaringer. Slik ser vi også den personlige dimensjonen av Støre i tillegg til den åpenbare politiske rollen han har. Personlige eksempler kan kanskje relateres til historiefortelling, og interessant nok er den vide definisjonen av fortelling: menneskets forsøk på å skape, bearbeide og videreformidle mening (Tank, 2013, s. 66). Kanskje Støre bruker historier i sin argumentasjon for å beskrive politikken mening, eller hensikt? For å dernest styrke Støres og politikken troverdighet? Støres eksemplifisering av politikken kan muligens knyttes til fortelling – der politisk argumentasjon kanskje blir beskrevet på en fortellende måte. Fortelling kan kobles til mening ettersom fortelling definerer meningen, og det gir makt (Tank, 2013, s. 68). Fortellingen definerer meningen - meningen definerer eller beskriver politikken mål og hensikt? Likevel kan det være viktig å understreke at en fortelling er et hendelsesforløp med en begynnelse, et midtpunkt og en slutt (Tank, 2013, s. 69). Dermed må egentlig Støres argumentasjon ha et hendelsesforløp for at det kan kalles for en fortelling.

Senere i diskusjonen med Ropstad blir matpakken i skolen et tema. Her bruker Støre en logosargumentasjon for å forklare hvorfor gratis skolemat kan være viktig. Han argumenterer både for at elever kan forstyrre andre medelever hvis de ikke har spist, og barn fra

lavinntektsfamilier pleier ikke å ha med matpakke på skolen. Hvis vi beskriver barn fra lavinntektsfamilier som fattige, kan det indikere at Støre forsøker å kopiere eller «stjele» KrFs argumentasjon og ambisjon om å redusere fattigdom. Dette kan indikere et gjentagende mønster i Støres retorikk der han forsøker å redusere motstanderens ethos (troverdighet) ved å presentere motstanderens politiske ståsted som motstridende eller paradoksalt.

I tillegg hevder Støre at KrF ikke står opp for de fattige i samfunnet. «De må smøre matpakken selv, dere får klare dere selv», sier Støre. Dette kan tolkes som at Støre «legger ord i munnen» på Ropstad. Støre forsøker å antyde hva KrFs politiske meninger i et negativt lys. Dette treffer noe av «kjernen» til KrF ettersom partiet mener at bekjempelse av fattigdom i verden har alltid vært en av KrFs viktigste kjernesaker (KrF, 2021). Ropstad dreier debatten over til barnetrygd der han mener at Støre bruker penger fra barnetrygden til å smøre mat i skolen, med latter og applaus fra publikum.

JGS: «Hva kan vi gjøre for foreldrene – jeg har vært det selv, nå er jeg bestefar, jeg ser det rundt meg – tidsklemma».

Dette er et ethos-argument fra Støre, der han poengterer at han har erfaring med å være forelder, og er nå bestefar. Dette kan nok relativt mange velgere kjenne seg igjen i, og kanskje Støre forsøker å redusere sin partileder- eller politikeridentitet for å bli oppfattet som mer «vanlig». Han henviser til egen karakter og «ferdighet» eller «bakgrunn», som kan defineres som selvhevdelse. Samtidig er dette utsagnet et erfaringsargument, som kan knyttes til logos. I tillegg sier han: «jeg ser rundt meg – tidsklemma». Dette viser at han har sett det med egne øyne – han har vært der – han har opplevd det. Dette kan styrke hans troverdighet.

Argumentasjonsmønsteret til Støre er at han ofte relaterer Arbeiderpartiets politikk til sine egne erfaringer. Dette kan antyde at Støre er personlig motivert til å gjennomføre mye av Arbeiderpartiets politikk ettersom han viser personlig forståelse av enkelte deler i politikken fra sine egne livsopplevelser.

Hvis det finnes noen lokale løsninger på det, helt greit», sier Ropstad. Støre velger nesten å bagatellisere Ropstads standpunkter.

JGS: «du er for alt du. Hvis de har de, og hvis de har de, ja».



Figur 6 (01:02:36) Støre vifter med armene i det han sier: «du er for alt du. Hvis de har det, og hvis de har det, ja».

Støre hevder kanskje her at Ropstad har utydelige standpunkter, eller at han er både for- og imot samtidig. Slik prøver Støre å fremstille Ropstad som tvetydig eller som en «tåkefyrste», og dette personangrepet kan potensielt skade Ropstads ethos (troverdighet). Støre forsøker å si at Arbeiderpartiet er for skolemat og Kristelig Folkeparti er imot. Det kan kanskje være litt vanskelig å forstå hva Ropstad mener om skolemat, men han sier at hvis kommunen finner gode løsninger på det, så er det «helt greit». Dermed kan det tolkes som at Ropstad plasserer ansvaret over på kommunene.

Videre sier Ropstad at han «ikke setter en stopper for det» (gratis skolemat). Dermed kan Ropstads standpunkt tolkes som at KrF er for at kommunene kan betale for gratis skolemat hvis de ønsker et slikt tilbud. Dette kan kanskje oppleves som dobbelkommunikasjon - «På den ene siden er han for det, på den andre siden er han ikke det». Støre mener det er underlig at KrF setter en stopper for skolematen som kunne hjulpet de som trenger det aller mest.

Støre argumenterer for at familier kan få det litt roligere om morgenen ved at de slipper å smøre matpakken selv. Ropstad ler litt av dette budskapet, og dette kan skade Støres ethos ettersom latter kan bidra til å beskrive motpartens utsagn på en absurd og humoristisk måte. Videre mener Ropstad at gratis skolemat ikke gir mer tid sammen med familien og at han bruker maksimum et minutt på å smøre matpakken selv.

Ropstad argumenterer for at kanskje hovedforskjellen mellom Arbeiderpartiet og Kristelig Folkeparti er at «du» har bare et svar, på absolutt alle familier. Dette kan være et «soundbite», altså en kort og treffende uttalelse som er lett for mediene å klippe ut og sitere (Kjeldsen, 2017, s. 165). Ropstad bruker ordet «du» fremfor «Arbeiderpartiet». Slik personifiserer Ropstad debatten.

Noe av Ropstads gjentakelser og gjendrivelsler er at han anklager Arbeiderpartiet og Støre for å ikke ha tillit til familiene. Dette kan ha en negativ innvirkning på Støres ethos, fordi ordet «tillit» kan kanskje ligne på ordet som definerer ethos «troverdighet».

Oppsummering

I duellen med Jensen velger Støre å bruke eksemplifisering som hjelpemiddel for å beskrive politikken på en tydeligere måte. Støre bruker også detaljbeskrivelser i fortellingen om sin mor på sykehjem, som kan bidra til å levendegjøre fortellingen for seerne.

4.4 Støres pathos i partilederdebatten

Følelser kan fungere som et retorisk virkemiddel for å skape engasjement i en sak, men følelser kan også være knyttet til personlige erfaringer og historier på en naturlig måte. I denne analysen skal vi analysere Støres fortelling om sin mor, men først skal vi utforske Støres pathos i diskusjonen rundt det nylige terrorangrepet i Bærum.

4.4.1 Terrorangrepet

Etter introduksjon av debattregler og politiske temaer tar Solvang opp terrorangrepet i al-Noor moskeen i Bærum, som skjedde to dager før denne debatten startet (10. august 2019).



Figur 7 (3:32) Solvang: «Men først, det har altså skjedd igjen, vi står ovenfor det som later til å være nok et høyreekstremistisk terrorforsøk på norsk jord».

Solvang gir ordet til statsminister Erna Solberg. Deretter Jonas Gahr Støre.

FS: «Gahr Støre - å ta avstand fra vold det gjør vi alle. Er dette likevel en anledning til å ta seg en grundig og veldig nøye titt i speilet, og spørre seg hva det er ved dette samfunnet som avler to sånne tilfeller [...] (utydelig)».

JGS: «[Ja, det] mener jeg det er, og nå skal politiet gjøre sin jobb, men vi må gå i oss selv alle sammen. Fordi det er dette forholdet mellom holdninger og handlinger som igjen kommer på spissen. Og jeg må si det gjorde et veldig inntrykk på meg i forrige uke, jeg var i en moské i Skien på torsdag, og en i Oslo på fredag før dette skjedde (terrorangrepet). Og da jeg dro derfra tenkte jeg at jeg har møtt mennesker som er redde. Mennesker som lever i vårt land og opplever at de er utsatt. Mennesker som ser seg om ved dørene, og jeg tenkte da jeg så bildene fra dette rettslokalet i dag, så er det mange andre som er redde som ser at her er det forbindelseslinjer til 22. juli. Det jeg tror budskapet er at vi er ikke forskjellig. New Zealand - Christ Church, El Paso, det skjer i vår del av verden. Og vi må se oss i speilet, og vi må ta en kraftig dugnad i hva vi sier, og vi i politikken vi må tenke på at når vi snakker, så skal vi som politikere bygge broer, ikke grave grøfter. Vi skal ikke snakke på en måte som polariserer, mistenkeliggjør, og gjør den avstanden kortere».

Støre tar opp en personlig historie der han besøkte en annen moske i Skien og en i Oslo noen dager før terrorangrepet skjedde. Menneskene han møtte der opplevde Støre som redde og utsatt. I tillegg nevner Støre andre som også er redde som ser forbindelseslinjer til terrorangrepet 22. juli. Her skaper Støre en pathos-ladet appell der han understreker den frykten som kanskje mange i befolkningen opplevde etter terrorangrepet.



Figur 8 (6:07) En alvorspreget Støre sier: «Jeg har møtt mennesker som er redde. Mennesker som lever i vårt land og opplever at de er utsatt».

Videre sier Støre at politikere må snakke på en måte som bygger broer, ikke som polariserer og mistenkeliggjør. Støre tar en ansvarsfull tone i forhold til terrorangrepet og peker på politikernes retorikk som kanskje en mulig påvirkningskraft eller bidragsyter. I tillegg kan dette kanskje relateres til det Støre sa innledningsvis: «Vi må gå i oss selv alle sammen». Ved at Støre tar fram eksempler på mennesker som er påvirket av terrorangrepet, så viser han velvilje (eunoia) og empati for ofrene.

4.4.2 Støres mor på sykehjem

Litt senere i debatten er Støre og Jensen i duell mot hverandre. Mot slutten av duellen poengterer programleder Solvang at det er et minutt igjen av duellen. Da velger Støre å skifte tema over til en personlige historie - hans mor på sykehjem.

Vi kan observere Støre med hendene foldet. Han har flere pauser i sine ord og setninger i det han forteller om sin demente mor på sykehjemmet: «Jeg, og dette er personlig. Jeg har en mor på sykehjem ... Hun er dement ... Hun husker ikke alltid meg når jeg kommer, men hun husker de som pleier henne», sier Støre.

Støre hjelper tilhørerne med å kunne identifisere seg med hans personlige historie.

Eksempelvis når Støre forteller om hvor vannglasset er plassert på soverommet om natten.

Dette er en detaljrik beskrivelse. Identifikasjon er sentralt for Kenneth Burkes forståelse av retorikk. Burke sa følgende: «... identifisere dine væremåter med hans» (Kjeldsen, 2017, s. 232). (Dette skal plasseres under teori).



Figur 9 (55:28) Støre sier «Dette er personlig, jeg har en mor på sykehjem».

Pauser i en muntlig form bidrar til å vektlegge ord (Moltubak, 2017, s. 70) og forsterke replikken før eller etter pausen (Berge, 2013, s. 460). Dette kan indikere et stort alvor og at historien preger Støre personlig på en sørgelig måte. Samt at Støre kanskje ønsker at fortellingen om hans mor skal sette et tydelig fotavtrykk hos seerne. Dette kan virke retorisk effektiv ettersom pauser bidrar til å vekke tilhørerne (ibid.).

Videre forteller Støre at hans mor ikke alltid gjenkjenner han i det han besøker henne på sykehjemmet. Dette er en sterk historie som kanskje de fleste vil beskrive som hjerteskjærende, og det kan ha en betydelig patos-effekt for seerne. Deretter tar Støre frem de som jobber på sykehjemmet og knytter det sammen med teamet hele- eller faste stillinger i arbeidslivet. På denne måten innrammer han mye av Arbeiderpartiets politikk i samme kontekst.

Det ser ut til at Støre tilpasser sin uttrykksform og stil i henhold til budskapets innhold. Meget betydningsfulle saker vil en passende fremføring ofte være emosjonell med gestikulerende trekk (Kjeldsen, 2017, s. 74).

Oppsummering

Støre argumenterer ved å bruke personlige historier som eksempler, og han bruker detaljer fra sine historier for å kanskje utfylle og fullstendiggjøre historienes legitimitet. I tillegg knytter han politikk sammen med slike historier.

4.5 Analyse av Støres logosargumentasjoner i debatten

I retorikken tar logos utgangspunkt i fornuft og argumentasjon. Logosargumentasjon handler gjerne om å argumentere logisk via tale. I begynnelsen av debatten ble bompenger et tema, og her vil oppgaven belyse flere logos-elementer fra Støre. Etter diskusjonen om bompenger så skal vi analysere duellen mellom Støre og Ropstad. Her skal vi bruke det retoriske begrepet topos for å forklare den politiske splittelsen mellom dem.

4.5.1 Bompenger

Et tydelig mønster gjennom diskusjonen om bompenger er en brennende interesse for å få fram sine synspunkter, og partilederne bruker mye tid på å angripe hverandre. Statsminister Solberg kom med denne uttalelsen før Støre kom til ordet:

ES: «Jeg synes det er veldig rart å høre at både Senterpartiet og SV i denne debatten, for nå sier SV at de har stemt for mindre bompenger, men det er jo ikke sant. De har stemt imot masse veiutbygging, men i deres alternative nasjonale transportplan, så foreslo dere samme nivået på bompenger som det som ligger inni vår nasjonale transportplan. Du skulle (uklart) få bilistene ikke bare til å betale for kollektiv i byene, de skulle også betale for jernbaneutbyggingen. Så du skulle ikke bygge vei – og ha like mye bompenger. Så nå snakker du altså med dobbelthet her Audun. Og Senterpartiet har stemt for alle en og førti veiprojekter som vi har foreslått – med bompenger. Og det vi gjorde da vi kom inn i regjeringskontorene, det var jo faktisk å redusere bompenger på del av de prosjektene som Senterpartiets samferdselsminister hadde fått igjennom, fordi det de var håpløse i form av at administrasjonsutgiftene og rentekostnadene var nesten større enn det de fikk inn for å finansiere veien. Vi ryddet i det som var arven, og nå må du snakke litt sant (utydelig)».

Støre er ivrig etter å få ordet i saken om bompenger, og det er tilsynelatende Senterpartiets leder Trygve Slagsvold Vedum også. Når Solvang forsøker å gi ordet til Støre, bruker Støre armene sine for å nesten «temme» Vedums forsøk på å «komme til ordet».



Figur 10 (13;42) Støre måtte nesten kjempe fysisk for å komme til ordet.

JGS: «Nå er det min tur til å snakke sant» sier Støre til Vedum. Seerne kan få inntrykk av at denne sekvensen har kanskje en «kameratslig» karakter eller tone mellom Vedum og Støre.

Støre peker på regjeringens partiledere og sier:

JGS: «Her står regjeringa, og det vi hører på det er altså hun vil ha mindre, Siv. Trine kan godt ha mer. Erna vil gjerne ha pause, og Kjell Ingolf vet ikke. Det, summen av det er dårlig gjennomføringskraft og klimautslippene går opp».

Dette er et interessant retorisk grep fra Støre. Han forklarer partiledernes ulike ståsted på en enkel måte, nesten som en forenkling, og han kobler de ulike standpunktene til både det han mener er dårlig gjennomføringskraft og økende utslipp. Slik forklarer Støre en konsekvens (utslippene går opp) og en forklaring/årsak til det (dårlig gjennomføringskraft). Videre er årsaken til dårlig gjennomføringskraft er regjeringens ulike partiers forskjellige synspunkter rundt bompengesaken. Partienes uenigheter rundt bompenger trenger ikke å være en årsak til at utslippene øker, som Støre mener. Støres mening om at Kjell Ingolf Ropstad «vet ikke» rundt bompengesaken stemmer ikke. Ropstad forklarte tidligere i debatten at KrF ønsker å bytte ut bompenger med veiprisning. Kanskje Støre forsøker å tilsløre Ropstad som en «tåkefyrste»?

Regjeringens partiledere uttrykker en misnøye for Støres innspill, og alle forsøker å kommentere Støres angrep. Mange prater i munnen på hverandre og publikum applauderer samtidig. Derfor er det vanskelig å forstå og gjengi det som ble sagt, men Trine Skei Grande fra Venstre og Solberg kommer med tydelige umiddelbare responser før debattens «munnhoggeri» fikk fotfeste:

TSG: «Nei. Slutt».

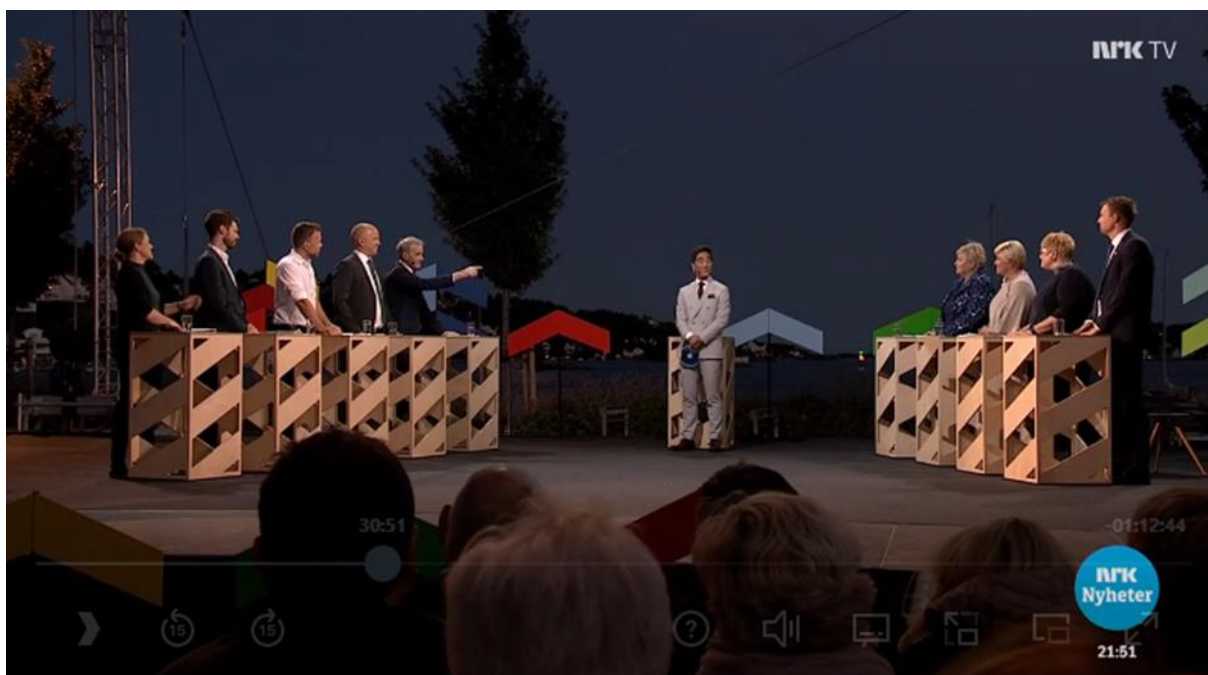
ES: «Neida».

Etter at «gemyttene» fikk roet seg ned, fortsatte Støre med sitt innlegg:

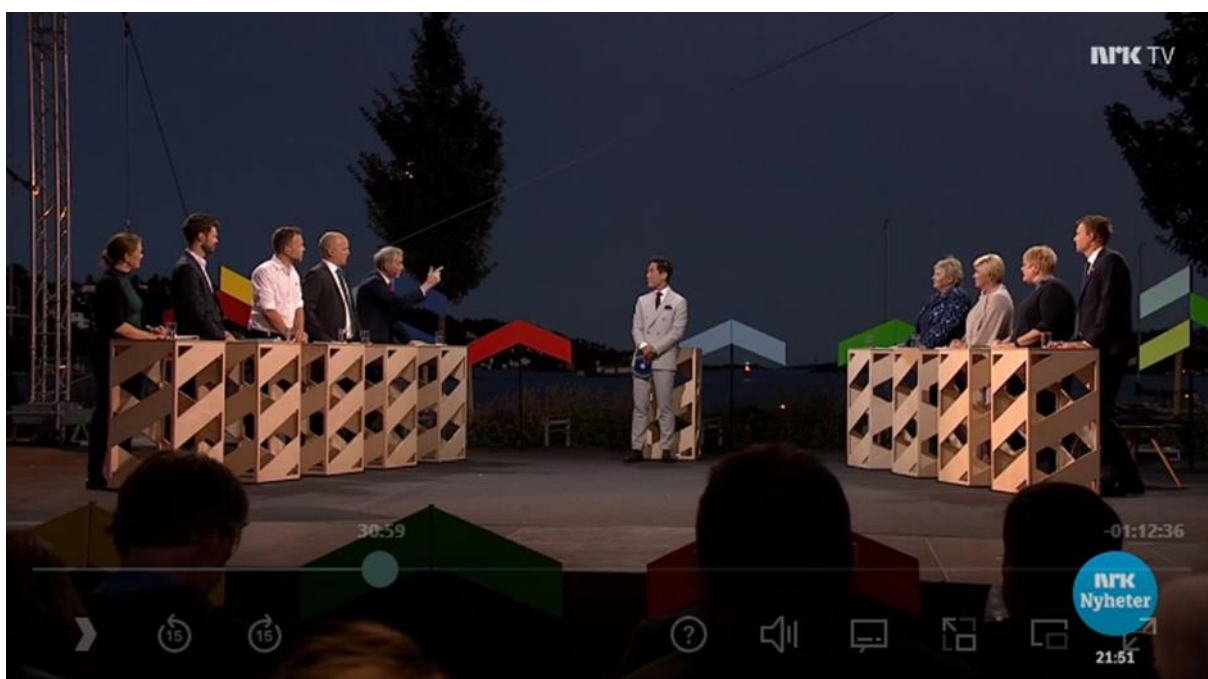
JGS: «La meg bare si det til Siv Jensen. Fordi det er en ærlig sak hva du står for, men han, Trym, det er jo din partner, han er jo et høyresideparti. Han skal jo kutte i velferden – det er det som kan bli resultatet i Bergen, og det som undrer meg med Siv Jensen, som jo, som har stått for 43 prosent vekst i bompengestasjoner, og for det har hun fått premien – et protestparti (Folkeaksjonen nei til mer bompenger). Hun nekter å se på (et) alternativ. En mer rettferdig måte å gjøre det på. Ropstad nevnte det, veipricing, Kristelig folkeparti heia dere, det er bra, dere skulle vært med oss så kunne vi fått det til. Poenget er - veipricing – da kan vi klare å kartlegge når du kjører, hva slags bil du kjører, hva slags utspill bilen har. Da kan den mammaen som må kjøre datteren på håndballtrening gjennom en bom – slippe å betale, mens den som kjører på innsiden kan betale. Det er mer rettferdig, mer treffsikkert. Også, punkt to, så bør staten betale sytti prosent, ikke femti prosent av de store kollektivtrafikkene i byene, det tror jeg vi også er enige om (referer til Ropstad). Også er det siste elementet at pendlerfradraget, de som reiser, de blir jo virkelig truffet av dette. De (regjeringen) kutter i pendlerfradraget, det kan bety flere turen kroner i forskjell. Derfor reagerer folk».

Deretter sier Ropstad at KrF i Oslo har gått til valg på en tre-timers regel der man betaler bare en gang i bommen innenfor de tre timene. Dette kan virke motstridene - er de for eller mot bompenger? for Arbeiderpartiet er også for det (kilde). Dermed er det litt spesielt at Støre angriper Ropstad for å være støttende til veipricing som både Arbeiderpartiet og Kristelig Folkeparti er for.

I tillegg bruker Støre håndbevegelser der han peker på regjeringens partiledere en-etter-en, og deretter peker opp i luften i det han sier at «utslippene går opp». Slik samsvarer eller passer budskapet med gesten – Støre sier at utslippene går opp, samtidig som han peker oppover.



Figur 11 (30:51) Støre peker på de borgerlige partilederne, én etter én.



Figur 12 (30:59) Støre peker oppover samtidig som han sier at utslippene går opp.

Dette kan kanskje relateres til «framing» eller innramming, ettersom Støre forklarer saken på en relativ enkel og primitiv måte fremfor å forklare detaljert og utdypende. Slik kan Støre redusere sitt rykte som «tåkefyrste», nemlig at han bruker korte og enkle setninger. Dette kan være effektiv politisk kommunikasjon ettersom politikk kan være kjent for å være komplisert.

JGS: «(...) og det som undrer meg med Siv Jensen som jo, som har stått for 43 prosent vekst i bompengestasjoner, og for det har hun fått premien – et protestparti (Folkeaksjonen nei til mer bompenger)».

Dette angrepet rører ved og motstrider Fremskrittspartiets visjon om å redusere bompengebrauken i Norge. I tillegg forklarer Støre et utfall av dette – et protestparti mot bompenger har vokst frem i det politiske landskapet. Dette er et karakteristisk logos-argument der den saklige argumentasjonen er i fokus. Støres ethos blir også styrket gjennom saklig logos-argumentasjon. Aristoteles hevdet at ethos (må) skapes gjennom logos: måten vi bruker og velger argumenter på bidrar til å skape ethos (Kjeldsen, 2017, s. 117). I tillegg legger Støre skylden på FrP for å ha godtatt økningen av bomstasjoner. Et slikt utsagn kan virke troverdig ettersom FrP var i regjering – som gir dem økt politisk makt, fremfor i opposisjon med begrenset makt og innflytelse i politikken.

Deretter presenterer Støre en mulig løsning til bompengelopprøret, nemlig veipricing. Støre argumenterer også for at veipricing er et mer rettferdig alternativ til bompenger. Dette kan tolkes som et mer «fullkomment» svar og en mer konstruktiv diskusjon, der Støre ikke bare kritiserer, men han kommer også med svar eller løsninger. Dette kan kanskje tolkes som et tydelig budskap fordi Støre viser seerne hva Arbeiderpartiet er for (veipricing), ikke bare hva de eventuelt er imot (mer bompenger).

Støres blikk rettes mot Ropstad i det han sier.

JGS: «(...) Ropstad nevnte det, veipricing, Kristelig folkeparti heia dere, det er bra, dere skulle vært med oss så kunne vi fått det til».



Figur 13 (31:37) Støre henvender seg til Ropstad under diskusjonen om bompenger. «Ropstad nevnte det, veiprising, Kristelig folkeparti heia dere, det er bra, dere skulle vært med oss så kunne vi fått det til».



Figur 14 (31:55) Støre appellerer til Ropstad: «Så bør staten betale sytti prosent, ikke femti prosent av de store kollektivtrafikkene i byene, det tror jeg vi (Støre og Ropstad) også er enige om».

Her forsøker kanskje Støre å fremvise potensielle politiske «enigheter» mellom Arbeiderpartiet og Kristelig folkeparti. Støre har også «fridd» til KrF ved tidligere anledninger, som muligens kan antyde at Støre **fortsatt** ønsker et tettere samarbeidsforhold med KrF. Derimot kan dette oppleves som et angrep fra Støre, der han kanskje indikerer at

KrF ikke «hører hjemme» på den borgerlige siden av politikken. Slik kan Støre potensielt «lokke» KrF-velgere til Arbeiderpartiet, spesielt dem som ønsket å regjere sammen med Arbeiderpartiet og Senterpartiet etter KrFs ekstraordinære landsmøte i 2018.

Støre gir KrF delvis ansvaret for at veipricing ikke har blitt en realitet. På denne måten angriper han Ropstads innsats eller initiativ til å iverksette sin egen politikk - veipricing.

Videre argumenterer Støre for at veipricing er rettferdig:

JGS: «(...) Veipricing – da kan vi klare å kartlegge når du kjører, hva slags bil du kjører, hva slags utspill bilen har. Da kan den mammaen som må kjøre datteren på håndballtrening gjennom en bom – slippe å betale, mens den som kjører på innsiden kan betale. Det er mer rettferdig, mer treffsikkert (...)».

Tydelig eksemplifisering og Støre begynte sin argumentasjon med å nevne «rettferdig», og han avslutter med det samme ordet. Dette er en gjentakelse av ord. Støres påstand var at veipricing er rettferdig, han forklarer hvorfor, og avslutter med å gjenta at veipricing er rettferdig.

Publikums respons er blandet av både latter og applaus, mens Ropstad svarer med en beskjeden latter og et bredt smil.

Siv Jensen får anledning til å svare på Støres kritikk mot FrP i henhold til det nye alternativet til bompenger, nemlig veipricing.

SJ: «(...) Veipricing er altså mulig enda dårligere system, fordi det handler om å sette et taksameter rett inn i bilen til folk, i tillegg til at du overvåker de i forhold til hvordan de reiser ...».



Figur 15 (32:43) Jensen sammenligner veipricing med å sette et taksameter i bilen til folk.

Støre avbryter Jensen med å si følgende:

JGS: «Hva gjør bomstasjonene, i dag a?»

Jensen fortsetter:

JS: «Det verste med veipricing er at det også er skikkelig distriktsfiendtlig tiltak, så jeg skjønner altså ikke hvordan Senterpartiet kan være for det heller, for det har jeg ...».

Støre avbryter Jensen igjen og sier:

JGS: «Det er helt feil. Får du veipricing kan du rive bomstasjonene Siv Jensen. Du elsker bomstasjonene, derfor er det altfor mange av dem».



Figur 16 (32:00) «Du elsker bomstasjonene», sier Støre.

Støres påstand om at FrP eller Jensen elsker bomstasjoner er antakelig motstridende til FrPs politiske visjoner, men han knytter dette opp mot økningen av bomstasjoner. Igjen ser vi tegn til at Støre angriper motparten etter han har blitt angrepet først. Kanskje Støre forsøker å antyde at Jensen er utydelig? Etersom Jensen taler mot bompenger, men angivelig bidrar til å opprettholde dem. Dermed samsvarer ikke Jensens visjon med virkeligheten. Hvis FrP er imot bompenger, så er det kanskje vanskelig å tro at det har vært en økning av antall bompengestasjoner i den perioden FrP var i regjering? Dette viser et klassisk «liv og lære»-angrep mot Jensen og FrP, som egentlig er relatert til ethos. På denne måten forsøker kanskje Støre å gi motparten en tåkefyrsteidentitet? En identitet eller beskrivelse som Støre har selv blitt identifisert som ved flere tidligere anledninger i sin politiske karriere.

I denne sekvensen ser vi flere tegn til avbrytelser fra Støre. Avbrytelser kan kanskje fungere som en hersketeknikk, men det kan også skape irritasjon blant seerne som forsøker å få med seg fullstendige og helhetlige utsagn fra politikerne. Retorikkprofessor Jens E. Kjeldsen beskrev debatten som «en kranglete affære» (Aftenposten, 2019).

4.5.2 Profittfri barnehagesektor?

Mot slutten av debatten ble barnehagesektoren et diskusjonstema. Her forsøker partilederne å forklare hvordan de ønsker å styre barnehagesektoren. I løpet av denne sekvensen blir Støre utfordret av programleder Solvang til å bli mer tydelig i sin argumentasjon.

I dette segmentet forsøker Støre å forklare hvordan Arbeiderpartiet ønsker å styre barnehagesektoren, men han får et konkret spørsmål fra programleder Solvang: «Hva er forskjellen på deg og Rødt?». Et slikt spørsmål kan kanskje indikere at Støres argumentasjon er for «alminnelig» eller for generell. Hensikten bak spørsmålet fra programlederen er kanskje å få Støre til å forklare Arbeiderpartiets politiske standpunkt på en unik måte, slik at seerne kan oppfatte de politiske skillelinjene mellom partiene. Spørsmålet fra Solvang kan kanskje indikere at Støre fremstår som utydelig i sin forklaring.

Støre Svarer Solvang ved å si at Siv Jensen fra Fremskrittspartiet er for full profitt, Bjørnar Moxnes fra Rødt er for fullt forbud mot profitt, jeg (Støre) er Arbeiderpartiet. Dette kan oppleves som et uklart budskap ettersom det er ikke er en selvfølge å vite hva Arbeiderpartiet mener i denne saken. Dette utsagnet krever en dypere forklaring – hva mener Arbeiderpartiet i denne saken? Budskapets uklarhet blir styrket da både programleder Solvang og Moxnes fra Rødt sa i respons: «hva betyr det?». Et slikt utsagn fra Støre kan forsterke hans omdømme som «tåkefyrste». Likevel kan Støres utsagn indikere at Arbeiderpartiet har en moderat posisjon i forhold til FrP og Rødt i saken om profitt i barnehagesektoren, en slags balanse mellom «ytterlighetene».

4.5.3 Duell mellom Støre og Jensen – helse og omsorg

Støres første duell i denne debatten er med Siv Jensen. De skal diskutere profittfri helse- og omsorgstjeneste, og Støre får første ordet. Dette kan være en mulighet for Støre til å sette det første fotavtrykket for diskusjonen, og for å kanskje kunne styre diskusjonen i en bestemt retning. Denne muligheten kan relateres til det greske begrepet kairós som betyr «det rette øyeblikk» eller «mulighet for å handle» (Kjeldsen, 2017, s. 69). Støre kan bevege Jensen mot en bestemt handling eller mot en bestemt retning i diskusjonen (movere) (Kjeldsen, 2017, s. 37). Med andre ord er dette en gylden mulighet for Støre til å påvirke diskusjonens fremgangsmåte fra begynnelsen. Han kan forsøke å «frame» eller innramme diskusjonens temaer fra starten. Støre får da mer makt til å bruke dette «forspranget» i duellen. På denne måten må kanskje Jensen bryte diskusjonsflyten eller diskusjonsmønsterets innramming hvis hun ønsker å ta opp andre temaer med Støre.



Figur 17 (52:12) Støre lener seg fremover mot Jensen og sier: «Et investeringsfond fra Malta kan mye om Malta, men lite om barnehager på Manglerud eller eldreomsorg i Mosjøen».

Støre anklager og kritiserer de store utenlandske oppkjøpsfondenes manglende kunnskap om norsk eldreomsorg og barnehagevirksomhet. Dette kan relateres til enthyemen, logos og ethos. Støres Enthymem kan knyttes til sannsynligheten for at et fond eller et selskap på Malta kan lite om barnehager i Manglerud eller eldreomsorg i Mosjøen. Her angriper Støre ekspertisen, også kalt for *fronesis* i retorikken, til de utenlandske oppkjøpsfondene til å drive eldreomsorg eller barnehagevirksomhet i Norge. Dette kan skape forståelse (*docere*) ettersom lokalkunnskap kan kanskje virke fornuftig. Støre nevner bestemte lokale steder som Manglerud og Mosjøen, ikke Norge som helhet. Kanskje et oppkjøpsfond på Malta kan noe om Norge, men lite om Manglerud og Mosjøen i Norge. Støre forsøker å skape en nærhetsopplevelse ved å nevne disse lokale stedene. Jo nærmere noe føles, desto sterkere vil det oppleves. At det nære virker sterkere, skyldes en sammenheng mellom nærhet, viktighet og handling. Jo nærmere noe er, desto mer berører det oss, desto viktigere virker det og desto sterkere appellerer det til handling (Kjeldsen, 2017, s. 281). Spesielt hvis noen av debattens tilhørere bor eller har andre relasjoner til Mosjøen eller Manglerud. Dette kan styrke troverdigheten i Støres utspill ettersom han nevner spesifikke lokale steder.

«Arbeiderpartiet er partiet for folk som arbeider, folk som er på jobb», sier Støre. Dette kan samsvare med partiets eget navn, og kan styre budskapetets troverdighet. Likevel kan dette budskapet tolkes annerledes. Er Arbeiderpartiet bare for folk som er på jobb og arbeider? Hva

med de som ikke har jobb? Kanskje de arbeidsløse opplevde at Støre ikke «snakket til dem» i akkurat dette utsagnet. Støres utspill her hadde kanskje vært mer effektivt om han inkluderte de som ikke har en jobb. Eksempelvis: «Arbeiderpartiet er partiet for folk som arbeider, folk som er på jobb, og folk som ønsker seg en jobb».

Støre avslutter sitt første innlegg ved å stille et spørsmål til Jensen «jeg vil høre hvorfor du vil gå denne veien». I tillegg sier Støre at Arbeiderpartiet vil kjempe imot dette. Her ser vi en tydelig indikasjon på personifisering ettersom Støre sier «jeg» og «du». Videre forankrer han sitt politiske ståsted i Arbeiderpartiets politikk ved at han sier: «Arbeiderpartiet vil kjempe imot dette». På denne måten kan Støres ethos bli styrket ettersom han snakker på vegne av Arbeiderpartiet. Dette er ikke et personifiseringselement, men på denne måten forankrer han politikken i Arbeiderpartiet og i seg selv – han forankrer politikken på flere «steder». Det kan indikere at denne politikken har bred støtte eller en sterk «grunnmur» blant befolkningen.

Jensen svarer på spørsmålet fra Støre uten å stille han et spørsmål tilbake. Dermed trenger ikke Støre å svare på noen spørsmål – han kan fortsette sin argumentasjon uten å ha blitt styrt eller korrigert av Jensen. Spørsmål kan kanskje ha en styrende og korrigerende virkning.

Støre kommer med en slags fryktappell eller konsekvensappell:

JGS: «hvis dette får bite seg fast, så er det veldig vanskelig å snu det».

I tillegg legger han ekstra dybde eller tyngde på ordet «veldig». «dommedagsprofeti». Dette kan signalisere et viktig kairos-element – der Støre argumenterer for at vi kan snu denne trenden, men vi bør gjøre det før det «biter seg fast» fordi da er det «veldig vanskelig å snu utviklingen». Støre indikerer at vi må gripe muligheten nå, før det er for sent.

Støre sier at helsefagarbeidere er presset på lønn – jeg (Støre) vil ikke at oppkjøpsfondene skal tjene penger. Dette kan indikere et typisk sosialdemokratisk budskap om økonomisk fordeling. Der det kanskje ikke rettferdig at helsefagarbeidere er presset på lønn og oppkjøpsfons tjener penger.

«seks prosent av norske sykehjem er private», sier Jensen. «Støre går til kamp mot de skarve seks prosentene». På denne måten indikere Jensen at problemet er smalt og lite omfattende i samfunnet. Jensen forsøker å bagatellisere Støres utspill. Dermed kan Støre og hans budskap miste sin relevans, som kan redusere Støres troverdighet (ethos) og kanskje velvilje (eunoia), ettersom Jensen antyder at Støre «går til kamp» mot et potensielt ubetydelig eller irrelevant «samfunnsproblem» med lite innvirkning på folk flest.

Støre er kanskje litt uheldig i det han sier «jo» i det Jensen argumenterer. Dette kan kanskje indikere at Støre erkjenner eller til en viss grad «kjøper» argumentet til Jensen. Dette kan indikere et allmenne loci (enighet) (Kjeldsen, 2017, s. 167).



Figur 18 (53:59) «Det er jo galskap at en finansminister (Jensen) godtar det», sier Støre.

Støre angriper Jensens posisjon som finansminister ved å si at Jensen aksepterer at skattebetalernes penger. Støre sier at du (Jensen) som finansminister skal passe på folk penger med flere nikk fra Jensen. «Det er jo galskap at en finansminister godtar det», sier Støre. Jensen svarer med et «nei» – som indikerer at hun er uenig i Støres utspill.

4.5.4 Duell mellom Støre og Ropstad

Litt senere i debatten ble det foretatt et sceneskifte, der Ropstad fikk i oppgave å duellere mot en valgfri partileder.

Partilederen i Kristelig Folkeparti, Kjell Ingolf Ropstad, skal diskutere valgfrihet for familier, og han virker svært fornøyd med det, og peker på Jonas Gahr Støre som sin motstander. Ropstad har kanskje en fordel med å kunne uttale seg først i denne duellen. Støre kan derfor havne i en «forsvarsposisjon». «KrF har alltid kjempet for familiene», begynner Ropstad med å si. Dette kan være retorisk effektivt ettersom de aller fleste i samfunnet har et forhold til familie. Ropstad møter kanskje publikum på et velkjent topos «sted». Ropstad argumenterer for at staten bare har en løsning, staten skal bestemme om fødselspermisjonen skal tredeles, at Arbeiderpartiet er mot kontantstøtte og Arbeiderpartiet vil kutte i barnetrygden.



Figur 19 (57:09) Kjell Ingolf Ropstad fra Kristelig Folkeparti utfordrer Jonas Gahr Støre til duell med valgfrihet for familier som diskusjonstema.

Støre forsvarer seg ved å angripe tilbake på Ropstad ved å si at Kristelig Folkeparti innskrenket kvinners valgfrihet til selvbestemt abort.

JGS: «(...) Det er litt hult når du går til frontkamp for valgfrihet, du som endte opp i regjering, etter å ha kjempet for å innskrenke kvinners valgfrihet til selvbestemt abort».

På denne måten forflytter Støre ansvaret over på Ropstad. Legg merke til at Støre bruker ordet «valgfrihet» istedenfor «rett», ettersom valgfrihet er hovedtemaet eller det sentrale begrepet/ordet i denne duellen. På en slik måte bruker Støre ordet «valgfrihet» i denne relevante diskusjonskonteksten, og det kan indikere «det rette øyeblikk» (kairos). I tillegg møter kanskje Støre sin duellant på et felles «sted», nemlig valgfrihet, og Ropstad avviste ikke Støres bruk av ordet «valgfrihet» i denne setningen og i denne sammenhengen. Kanskje dette kan tolkes som at Ropstad er enig eller aksepterer til en viss grad bruken av ordet «valgfrihet» i denne setningen og i denne sammenhengen. På denne måten har kanskje Støre en viss «definisjonsmakt» der han relaterer og knytter sammen retten til selvbestemt abort til valgfrihet. Politikeren Gianni Rodari (1920-1980) hevdet at den som behersker språket, eier sin egen definisjon av verden (Tank, 2013, s. 92).

Ropstad svarer ikke med et aksepterende «ja» eller et avvisende «nei» til Støres kritikk. Istedenfor svarer Ropstad følgende:

KIR: «jeg sloss for at tvillinger skulle få lov til å holde sammen (...)».

Dermed ser Ropstad annerledes på denne politiske saken – de har ulike forståelseshorisonter, og dette kan også knyttes til «framing». Støre forsøker å beskrive saken på en negativ måte – kvinner har mistet valgfrihet, mens Ropstad forsøker å formulere saken i et positivt lys – tvillinger får holde sammen. Slik har partilederne ulike perspektiver i saken, eller de ser på saken fra ulike vinkler. Støre og Ropstad er ikke på samme «sted», de befinner seg på ulike topoi «steder». Dermed kan det være vanskelig å skape en intersubjektiv forståelse mellom Støre og Ropstad innen dette politiske temaet (Svennevig, 2015, s. 193). Ingen av dem forvrenger virkeligheten, begge fremstiller eller beskriver den politiske saken slik de oppfatter den. Både Støre og Ropstad har ulike tolkningsrammer i denne politiske saken. Verden ser forskjellig ut fra ulike synsvinkler, og politikernes subjektive bakgrunn er en vesentlig del av vår virkelighetsoppfattelse (Svennevig, 2015, s.192-193). Vi kan observere at Støre forsøker å plassere Ropstad på sitt «sted» med sitt angrep, men Ropstad svarer og forsvarer seg fra sitt «sted» eller sin synsvinkel i denne politiske saken.

Ropstad argumenterte for at KrF ønsker valgfrihet for familiene, og angriper Arbeiderpartiet for å ha innskrenket familienes valgfrihet. Støre tok i bruk denne kairos-muligheten for å si at KrF har avgrenset familienes valgfrihet innenfor abort. På denne måten har kanskje Støre redusert KrFs troverdighet for familienes valgfrihet. Støre snudde på Ropstads angrep tilbake til Ropstad selv. Slik har Støre forsøkt å snu bevisbyrden, eller forsøkt å unngå den. Kanskje han unngår å svare fordi han har potensielt mangelfulle, ufullstendige eller utilstrekkelig svar? Hvis eksempelvis en politiker har et dårlig svar, og ønsker å unngå å si det, er det kanskje lettere å angripe?

Det kan virke som at Støre har kontroll og en viss makt i denne diskusjonen. Ropstad forsøkte å utfordre Støre der han måtte «snakke for seg», altså svare på «tiltale». På denne måten kan Støre være «offeret» i debatten, men han forsøker å snu rundt på denne situasjonen.

Etter den korte diskusjonen om abort, skifter Støre fokus over til kontantstøtten. Slik viser Støre et preg av dominans ved at han har til en viss grad en innflytelse og påvirkningskraft til å bestemme emnet for samtalen (Svennevig, 2015, s. 118). Støre forklarer hvorfor Arbeiderpartiet er mot kontantstøtte ettersom partiet mener kontantstøtten bidrar til å redusere kvaliteten på integrering blant innvandrere, fordi kontantstøtten bidrar til at spesielt kvinnelige innvandrere blir mye hjemme og dermed lærer lite norsk. Dette er en typisk logos-argumentasjon fra Støre der hans argumentasjon er rotfestet i saken.

Støre angriper Ropstad først før han forklarer Arbeiderpartiets synspunkter. Dette kan være retorisk effektivt ettersom forskning fra USA indikerer at et angrep oppleves som overbevisende og det er lett å huske for seerne. I tillegg kan angrep og kritikk øke de politiske kunnskapene om partier og politikerkandidater (Aardal, 2004, s. 94). Dermed bidrar både Støre og Ropstad til en slags folkeopplysning for velgerne. Både Ropstad og Støre fikk applaus etter sine innlegg mot hverandre.

En av utfordringene er å bli definert eller beskrevet av din motstander. Hvis du forklarer, så taper du, sa tidligere presidentkandidat i USA, Mitt Romney (Stanford Graduate School of Business, 2015, 42:45). Likevel hevder professor i retorikk, Jens E. Kjeldsen, at å forsvare seg når man blir urettmessig anklaget er ikke bare det som forventes, men også det den retoriske situasjon krever (Kjeldsen, 2017, s. 88). Kanskje det å svare på et angrep er en slags erkjennelse for at angrepet hadde en viss troverdighet, i tillegg til at man lar «angriperen» styre diskusjonen. Å angripe tilbake istedenfor å svare på angrepet, kan indikere at motstanderen «avfeier» angrepet – en respons som kan indikere at angrepet ikke var verdt å svare på. En slags delegitimisering eller diskreditering av angrepets budskap og innhold. Hvis et retorisk budskap har en for stor kontrast eller motsetning til mottakerens forventningshorisont og holdninger, er risikoen høy for at budskapet unngås eller avvises (Kjeldsen, 2017, s. 331). For stor avstand mellom budskapet og mottagerens overbevisninger fører til at mottakerne vil oppleve eller tolke budskapet som usannsynlig eller lite troverdig (Kjeldsen, 2017, s. 332).

Politiske motstandere kan legge indirekte press på hverandre nettopp ved å påvirke opinionens politiske virkelighetsforståelse (Hovi & Malnes, 2011, s. 52). Fremgangsmetoder for å gjøre dette kan være selektiv og skjev fremstilling av fakta, via fortegnet presentasjon av meningsmotstandernes posisjoner, til planting av tolkningsrammer og argumenter hvis konklusjoner sammenfaller med et spesielt politisk standpunkt eller kan brukes til å støtte for en spesiell politisk sak (ibid.). Politikere ønsker gjennomslag for sin virkelighetsbeskrivelse og sine forslag til problemløsning (Hovi & Malnes, 2011, s. 53).

Etter angrepet fra Støre sier han «det handler om valgfrihet». Dette kan indikere at Støre er for valgfrihet, men han sier rett etterpå at «kontantstøtten er vi uenige om». Dette kan virke motstridende ettersom kontantstøtten har som hensikt å øke familienes fleksibilitet og valgfrihet (KrF, u.å.). Deretter drar Støre diskusjonen over til å redusere familienes tidspress. Løsningen fra Arbeiderpartiet er bl.a. gratis skolemat slik at familiene slipper stresset med å lage matpakke selv.

Oppsummering

I diskusjonen om bompenger så forsøker Støre å angripe Regjeringen ved å bruke forenkling som et av sine verktøy. Han uttrykker at Regjeringspartiene er uenig med hverandre i bompengesaken, og resultatet av dette er både dårlig gjennomføringskraft og økte klimagassutslipp. Støre foreslår å bytte ut bomstasjonene med veiprising, og han henvender seg til Ropstad som en potensiell samarbeidspartner i veiprisingprosjektet.

I diskusjonen med Ropstad så prøver Støre å motbevise KrFs visjon om valgfrihet for familiene, ved at Støre hevder at abortloven gir kvinner valgfrihet. Her forsøker Støre å gi Arbeiderpartiet et slags sakseierskap til valgfrihet for familiene. I denne diskusjonen kommer det tydelig fram at både Ropstad og Støre står på forskjellige «steder» (topoi) i abortsaken.

4.6 Analyse av Støres actio i partilederdebatten

4.6.1 Duell mellom Støre og Ropstad

I analysen av Støres actio i debatten har jeg valgt å fokusere mest på hans kroppsspråk og blikkontakt, og i duellen mellom Støre og Ropstad kan vi se flere interessante sekvenser som dette analysekapittelet skal undersøke nærmere.

Ropstad snakker om finansiering av barnetrygden da han ble avbrutt av Støre. Støre brukte denne avbrytelsen til å hevde at Ropstad reduserte formueskatten. I denne sekvensen er det mye overlappende tale, derfor har jeg valgt å skrive Støres budskap med parentes:

JGS: («Jeg skal ikke gi 8 milliarder i året i formueskatt, som du gjør sammen med disse (de andre regjeringspartiene)»).

Ropstad svarer Støre:

KIR: «(...) Betyr jo at bedriftene slipper å betale skatt på utstyret sitt, og så videre».

Støre reagerer på Ropstads utsagn ved å vise en potensiell avvisende gest mot Ropstad, samtidig som han «flirer» eller ler forsiktig av Ropstads utspill.



Figur 20 (01:01:05) Støre kommer med en beskjeden latter samtidig som Ropstad taler.



Figur 21 (01:01:06) Støre tar et steg bakover fra sitt podium.

En annen tolkning av en slik gest kan være at Støre ble forbauset, overrasket eller målløs av svaret fra Ropstad, eller at Støre indikerer at han tar avstand fra Ropstads svar ved å fysisk ta et steg bakover, vekk fra Ropstad.

Senere i duellen avslutter Støre en av sine uttalelser med å kaste blikket mot programlederen Solvang. Dette kan vise at Støre forsøker å signalisere: «denne duellen er ferdig», «jeg er

ferdig med å prate» eller «nå er det din tur, Solvang». Kanskje Støre forsøker å gi ordet eller oppmerksomheten til programleder Solvang? En slik måte å gi eller «videresende» oppmerksomheten på kan vi se i nyhetene på fjernsyn hvis det er to nyhetsankere, der den ene nyhetsankeren retter blikket mot den andre nyhetsankeren når vedkommende er ferdig med å snakke. Slik kan det se ut til at Støre forsøker å imitere en slik gest. Årsaken til akkurat det kan være vanskelig å vite sikkert. Kanskje Støre har gått tom for argumenter, og dermed retter oppmerksomheten vekk fra seg selv?



Figur 22 (01:03:24) Støre retter blikket mot programleder Solvang.

Eller så forsøker Støre å ha det siste ordet i duellen, og dermed avrunde diskusjonen. Dette kan være effektivt ettersom vi ofte husker det første og det siste fra et utsagn. Likevel fortsetter duellen i omtrent 12 sekunder til, og dermed får Ropstad det siste ordet i duellen. Kanskje dette blikket viser at Støre prøver å redusere Ropstads troverdighet, ved at Støre kikker vekk fra Ropstad? Hvis Støre hadde holdt blikkontakt med Ropstad, så hadde kanskje Ropstad tolket situasjon slik at Støre ventet på et svar fra han – en potensiell invitasjon til å snakke eller svare?



Figur 23 (1:00:22) Støre bruker håndsignaler i det han diskuterer gratis skolemat.

Et annet trekk ved Støres opptreden er gjentakelse i form av kroppslige bevegelser, der han lener seg fremover. Effekten av kroppsspråk eller gestikulering er at vi som seere får et større innblikk i selve taleren (Kjeldsen, 2017, s. 63). Dette kan gi talerens argumentasjon mer forankring og dybde, men det kan også distrahere seeren vekk fra argumentasjonens kjerne. På denne måten bindes argumentasjonen til den talende (ibid.). Seerne kan oppleve Støre i et nærbilde i det han lener seg fremover, selv om han lener seg mot Ropstad i denne duellen og ikke nødvendigvis TV-kameraene. Når fjernsynet presenterer personer i nærbilder, plasseres de for oss seerne i en avstand vi vanligvis forbeholder våre nærmeste eller venner. Seerne kan føle at personens rolle som eksempelvis politiker blir mer usynlig, og talerens privatpersonlige aspekter blir mer synlig (Kjeldsen, 2017, s. 62). Denne intime nærheten kan styrke Støres oppriktighet ved at seerne kan oppleve at Støre er personlig engasjert i hans argumentasjon, og ikke bare engasjert i sin rolle som politiker. Dette kan styrke hans *eunoia* (velvilje).

Både Støre og Ropstad mottar begeistrende applaus fra publikum. Reaksjoner fra publikum i form av applaus eller «buing» kan fungere som et atmosfærisk barometer for politikere (Atkinson, 1984, s. 13). Slike reaksjoner fra publikum kan si noe om sakens vesentlighet og relevans for dem. Samt «buing» eller piping fra tilhørerne kan indikere at saken er konfliktpreget (Kjeldsen, 2017, s. 156). Kommentator i Adresseavisen, Siv Sandvik, mente at Støre tok kontrollen og fikk plassert debatten der han ville ha den (Olsson, 2019). Ola

Magnussen Rydje fra Dagbladet kommenterte at Støre parkerte Ropstad i denne fasen av debatten (ibid.).

4.6.2 Duell mellom Støre og Jensen

Mot slutten av duellen mellom Støre og Jensen velger Støre å rette blikket mot publikum, samtidig som programleder Solvang forsøker å si at tiden er ute.



Figur 24 (56:58) Støre sier «Det er helt riktig å gjøre det», samtidig som han retter blikket mot publikum.

Mot slutten av duellen velger Støre å avbryte Jensen ved å si «Det er helt riktig å gjøre det», med litt høyere stemmetone. Denne uttalelsen er rettet mot det Støre sa i sted – en slags «gjenforsterkelse» av det han sa litt tidligere i duellen. I tillegg kan denne «gjenforsterkelsen» bli styrket ytterligere ved at Støre brukte en litt høyere stemme i denne sekvensen, ettersom å bruke mer stemme skaper mer energi både for taleren selv og mottakerne. En stemme med mye uttrykk når folks følelser lettere, og tilhørerne kan oppleve at taleren «byr på» seg selv – er mer personlig (Tank, 2013, s. 44). Støre bruker håndsignaler og delvis retter blikket sitt mot publikum. Solvang skal til å si at tiden er ute, og Støre avbryter Jensen for å få inn en siste replikk.

Oppsummering

Støre bruker kroppsspråket hyppig i denne debatten, spesielt når han henvender seg til andre deltakere i en debatt. Han bruker håndsignaler til å utpeke og konkretisere hvem han snakker til. I tillegg bruker han blikkontakt for å kanskje påvirke debattens fremgang. Støre bruker

også blikkontakt med publikum for å kanskje vise «hvem» han snakker til, og hvem han prøver å overbevise.

4.7 Analyse av Støres elocutio i partilederdebatten

Elocutio vektlegger utformingen av språket, hvilke ord som skal brukes og hvilken stil som skal prege talen eller budskapet. Støres kom med et «kraftuttrykk» under duellen med Ropstad, som denne analysedelen vil granske ytterligere. Deretter skal vi bevege oss over til duellen med Jensen, der Støre bruker bokstavrim som virkemiddel i duellen.

4.7.1 Støres kraftuttrykk

JGS: «Du må gjerne fortsette med å smøre matpakke, men hvis det smøres litt færre matpakker (...) så kan du få det litt roligere om morgenen. Hvis det er SFO for alle så kan foreldrene – jeg husker det – ikke være så jævlig bekymret på ettermiddagen – hva skjer med ungene våre? (...)».

Støre valgte å bruke et banneord under denne debatten mot sin utfordrer Kjell Ingolf Ropstad fra KrF. Støre ble intervjuet av Dagbladet etter debatten der han ble spurt om han «mente» dette ordet, altså banneordet. Støre svarte «Det kom fra hjertet» (Ramnefjell & Rydje, 2019) og «Det er i grunnen for å legge ordentlig trykk på ting» (Hoel, 2019). Litt senere i intervjuet kan Støre tolkes som litt angrende i forhold til banneordet: «Det bør ikke forekomme på åpen skjerm, kanskje». Ropstad tolket Støres bruk av banneordet som at: «nå er han på tynn is, nå er han presset» (Lilleås & Berge, 2019).

Som nevnt tidligere i oppgaven handler elocutio om den språklige utformingen av talen for at den skal utfylle de retoriske dyder. En av funksjonene til elocutio funksjoner er å vekke oppmerksomheten. Dette kan forekomme hvis taleren bryter den logiske eller grammatiske syntaks – det gjelder å si noe uventet, så tilhørerne slås ut av deres tankebane (Lindhardt, 1999, s. 78). Støres banneord i debatten kan ha vært en bevisst strategi her.

En av de fem retoriske dydene er aptum som betyr hensiktsmessighet (Kjeldsen, 2017, s. 38) eller «det som passer seg» (Kjeldsen, 2017, s. 71). Er et banneord passende? Aptum kan ligne på kairos ettersom en god taler vet ikke bare når han bør tale, men også hva og hvordan noe bør sies (Kjeldsen, 2017, s. 70). Den moralske dimensjonen av aptum er at retorikken må være anstendig og respektabel.

Vi kan skille mellom intern og ekstern aptum. Det interne aspekter ved aptum dreier seg om talens enkelte deler eller sekvenser er passende for talens helhet. Det eksterne aptum går ut på at en retorisk ytring er sømmelig – retorikken må være anstendig og respektabel. Her må

eksempelvis språkbruken passe inn i situasjonen. I tillegg må retoriske ytringer være formålstjenlig. Det taleren sier og måten han sier det på må være tilpasset slik at både taleren og selve talen virker overbevisende og troverdig (Kjeldsen, 2017, s. 71).

Dette kan indikere et internt aptum. Kanskje ikke et eksternt aptum ettersom Ropstad tilhører Kristelig Folkeparti.

«Vi skal unngå banning i NRK-innhold, med mindre det er viktig for historien som skal fortelles. Vi skal særlig unngå banning i innhold for barn» (NRK, u.å.).

«Både deltakere og programledere i interne og eksterne produksjoner skal gjøres kjent med språkreglene til NRK» (ibid.).

Få kan argumentere mot at Støre kan identifiseres som en «deltaker» i debatten. Likevel kan det tenkes at dette banneordet kan være relevant for Støres fortellermåte. Dette kan være ærlig sagt fra Støres side, der han bare «sier det som det er» eller slik han opplever det, uten å «tilsløre» eller «smykke» ordbruken. Kanskje vi kan bruke Ciceros fem faktorer for en retorisk ytring for å undersøke dette dypere. Kanskje banneordet var riktig for taleren (orator), men kanskje ikke like riktig for saken (causa), talestilen/språket (genus orationis) og tilhørerne (auditor)? (Kjeldsen, 2017, s. 71-72).

Kanskje noen av seerne kjente seg igjen i Støres kraftuttrykk for å beskrive sin betydelige bekymring for barna, og derfor kan dette virke passende eller sømmelig? I tillegg kan bruken av banneordet være et kairos-element (gyllent øyeblikk) i denne konteksten hvis målet til Støre er å tilegne sin retorikk med sterke følelser.

Men hvorfor banner vi? De aller fleste bruker banneord for å uttrykke sterke følelser. Vi banner gjerne når følelsene er så sterke at det føles nødvendig å bryte regler for god oppførsel (Fjeld, u.å.). Dermed kan Støres bruk av banneord fungere som et pathos-element for å treffe tilhørernes følelser i større grad, og dermed påvirke dem på en sterkere måte.

Retorikkens klassiske stilidealer eller språklige dyder er puritas (korrekthet, perspicuitas (klarhet), ornatus (kunstnerisk skjønnhet, altså levende og utsmykket) og aptum (passende og formålstjenlig) (Kjeldsen, 2017, s. 195). Oppgaven til ornatus er å unngå det kjedelige, så publikum ikke taper interessen for det som sies (Lindhardt, 1999, s. 76). Helt sentralt i ornatus er de såkalte troper og figurerer. Troper og figurer er uttrykksmåter som bryter med den vanlige måten å si noe på. De får et nytt utseende eller nye former til det som uttrykkes. Troper og figurerer er ikke bare variasjoner over vanlige uttrykk, men språklige former for

både makter å fremstille sakens viktighet og bevege tilhørernes følelser. Retorikkens lære om troper og figurer kalles for tropologi. Ønsker vi å gi talen større gjennomslagskraft, kan vi arbeide med å stilisere uttrykket for å si det samme på en uvanlig og bemerkelsesverdig måte. Gjennom vår kunstnerisk eller retoriske bearbeiding vil vi så kunne skape et mer slående og effektivt språk (Kjeldsen, 2017, s. 195-196). På gresk betyr ordet tropos egentlig dreining eller vending (Kjeldsen, 2017, s. 198).

Kanskje bruken av banneord kan relateres til Støres beskrivelse som «offensiv» fra kommentatoren i VG Tone Sofie Aglen? (Olsson, 2019).

Banning er kanskje ikke så uvanlig, men i en debattkontekst er det mer uvanlig. Politikere skal henvende seg til flest mulig tilhørere, og da kan kanskje banning til en viss grad «treffe» eller samsvare med enkeltes vokabular lettere.

Uansett hvilke utfall og/eller intensjoner med å bruke et banneord i en debattkontekst, så beveger Støre seg ut i et litt farlig terreng. Der han ikke helt vet hvordan publikum vil reagere på bruken av dette banneordet. Bruken av et banneord i en vennegjeng har antagelig ikke like stor oppsiktsvekkende effekt som i en fullt offentlig politisk debatt mellom partiledere. Kanskje Støre forsøker å skille seg ut blant de andre partilederne for å få mer oppmerksomhet.

4.7.2 Støres bokstavrim

I logos-kapittelet undersøkte vi Støres argumentasjon rundt de utenlandske oppkjøpsfondene. I dette kapittelet (analyse av elocutio) skal vi bevege oss tilbake til denne argumentasjonen for å undersøke Støres bruk av bokstavrim.

I duellen mellom Støre og Jensen velger Støre å bruke alliterasjon eller bokstavrim i diskusjonen om oppkjøpsfondene: Malta, Manglerud og Mosjøen. Alle disse stedene begynner med bokstaven M. På denne måten skaper Støre en musikalsk rytme og sammenheng i sin tale, og det beskriver Støres retoriske stil (elocutio).

Oppsummering

Kanskje Støres strategi eller hensikt med å bruke et banneord i en debattkontekst er å skape oppmerksomhet. Støre lyktes til en viss grad med å skape oppmerksomhet, ettersom flere journalister spurte Støre om hvorfor han bannet. Spørsmålet er kanskje om Støre klarte å skape oppmerksomhet blant velgerne? Bruk av banneord er gjerne relatert til å uttrykke sterke følelser, og dermed kan denne sekvensen også relateres til pathos. Støre forsøkte også å beskrive seg selv som en «vanlig» samfunnsborger ved å hevde at han og hans kone hadde smurt åtte tusen matpakker. Et slikt utsagn kan kanskje oppleves som humoristisk. Slik kan

Støres språklige stil oppleves som «vekslende» eller mangfoldig - et følelsesladd banneord og en fortelling om et humoristisk høyt antall smurte matpakker.

5. Diskusjonskapittel

I dette relativt korte kapitlet skal vi diskutere hva som kan være unikt med Støre, i forhold til andre politikere. Hvilke særpreg har Støre, sett opp mot andre politikere?

5.1 Støre og Jens Stoltenberg – humor og alvor

Retorikkprofessor Jens Kjeldsen har tidligere uttalt at Støre skiller seg fra Jens Stoltenberg i henhold til humor: «Støre er en mer alvorlig mann og har ikke den samme humoren (som Stoltenberg)», uttalte Kjeldsen. Videre forklarer han at humor kan ofte spille en rolle i å avgjøre en debatt (Kjeldsen, 2014). I et intervju med TV2 i 2020 innrømmet Støre at han måtte slutte å være så sur, og begynne å smile mer (Eriksrud, 2020). Likevel kan vi se antydninger til at Støre forsøker å bruke humor i denne partilederdebatten. Eksempelvis da Støre nevnte at han hadde smurt åtte tusen matpakker sammen med sin kone. Dette kan indikere at Støres retoriske stil er i endring i forhold til tidligere.

5.2 Støre og Siv Jensen – troverdig eller karismatisk?

I en retorisk sammenheng argumenterer Kjeldsen for at Støre fremstår som en troverdig politikertype: Opptrer imøtekommende, viser evne til å lytte og innrømmer feil. Hans motsetning er den karismatiske politikertypen som Siv Jensen: hun sier ting rett ut, er engasjert, er god til å angripe motstandere, demonstrerer klare skillelinjer og har et tydelig og lettforståelig språk (ibid.).

5.3 «Tåkefyrsten»

Støre bør kanskje bruke ord og uttrykk som gir en umiddelbar mening eller forståelse av budskapet. Einstein sa en gang: «Hvis du ikke kan forklare noe enkelt, så forstår du det ikke godt nok». Kanskje en politiker ikke behøver å bruke samme «språk» mellom politiske kolleger som med «vanlige» borgere for å bli forstått? Kanskje velgere ikke alltid «trenger» eller ikke alltid ønsker en altomfattende forklaring? Uansett bør «politikerspråket» være så enkelt som mulig, men samtidig presist (Heggdal, 2016). Kan politikere være presise med et enkelt språk? Kanskje, men det kan muligens være fristende for en politiker å «dybdeforklare» en politisk sak for å være tydelig, men da risikerer politikeren samtidig å bli sett på som utydelig eller «tåkete», ettersom «dybdeforklaringen» kan bli for komplisert. Derfor kan det tenkes at det er fordeler og ulemper både med et høyttravende og enkelt språk (Heggdal, 2016). Likevel er et klart og tydelig språk en forutsetning for et fungerende demokrati (Vågsland & Sandbakken, 2019). Kanskje enkelte politiske ord som «konsensus»

bør byttes ut med «enighet». Eller at et «progressivt skattesystem» blir forklart følgende: «rike skal betale mer, fattige skal betale mindre»?

Har Støre endret stil i tiden etter denne debatten i 2019? Har Støre redusert sitt omdømme som en «tåkefyrste»? I 2020 kommenterte TV2s kommentator Aslak M. Eriksrud at Støre innrømmer at han har en betydelig utfordring med å bli mer tydelig, men Støre avviser at han er en «tåkefyrste». «Det er forskjell på tåke og utydelighet», uttrykte Ap-lederen (Eriksrud, 2020). Eriksrud er ikke enig i dette utsagnet, og mener at tåkeprat er bare et annet ord for utydelighet (ibid.).

6. Avslutning

Støres retorikk er ofte preget av medfølelse, empati og sympati. Og dette er relatert til pathos (følelser). Hanna Arendt argumenterte for at «medfølelsens språk er knyttet til emosjoner og kroppslige uttrykk mer enn til det verbale, og derfor eliminerer medfølelsen ofte den politiske (rasjonelle) argumentasjon» (Jenssen & Aalberg, 2007, s. 158). I tillegg bruker han personlige erfaringer i sin argumentasjon – som kan kanskje ligne på andres erfaringer. På denne måten kan velgerne føle en sympati, noe som Aristoteles mente at kunne festne velgernes tiltro til taleren (Kjeldsen, 2017, s. 116).

Partilederdebatter kan være svært innholdsrike for retoriske analyser, og denne oppgaven har ikke belyst alle dem. Videre forskning kunne eksempelvis sett på andre partiledere, og knyttet deres retoriske karakteristikk opp mot andre partiledere for å kunne sammenligne. For eksempel Siv Jensen og Bjørnar Moxnes, som står på hver sin side i det politiske landskapet. I tillegg kunne det vært fascinerende å undersøke om hvilke påvirkninger denne debatten hadde på politikerne og publikum ved at den fant sted utendørs.

Støre viser et tydelig engasjement i denne partilederdebatten. Han ivrig etter å komme til ordet, han bruker et aktivt kroppsspråk som viser at han er frempå, og han bruker et banneord i sin tale for å uttrykke følelser ovenfor velgerne. Til tross for at Støre har blitt beskrevet som utydelig, så fikk han relativt gode vurderingen for sin opptreden. Under denne debatten i Barbu park i Arendal 2019 fikk Støre terningkast 4 fra Nettavisen (Stephansen, 2019), og terningkast 5 av valgkampjuryen i Kampanje Media AS (Hauger, 2019).

Støre innrammer mye av sine politiske utspill rundt å redusere forskjeller i Norge. Støre bruker relativt mye eksemplifisering i sin argumentasjon. Han forsøker å beskrive

samfunnslivet med Arbeiderpartiets politikk i et positivt lys, men han bruker også mye tid til å angripe politikken til hans motstandere. Angrep på motstandere kan virke overbevisende, men spørsmålet er om slike angrep sier noe om Arbeiderpartiets egen politikk, som kanskje er Støres viktigste oppgave i debatten. Om Støre velger å forsvare seg eller angripe motparten sier kanskje noe om hvor Støre velger å plassere «fokuset» i debatten – på seg selv, eller på motstanderen. Et angrep er kanskje mest effektivt hvis angrepet på motstanderen også inneholder egne politiske synspunkter. På denne måten kan seerne bli informert om hvor begge parter «står» eller hva begge parter mener i en politisk sak.

Likevel kan deler av Støres opptreden i denne debatten antyde at han forsøker å gi motparten eller motstanderne en identitet som en «tåkefyrste», som han selv har blitt beskrevet som ved flere tidligere anledninger. Støre angriper ofte tilbake på sine motstandere etter han har blitt konfrontert med kritikk, og dette kan indikere at Støre forsøker å unngå å havne i en forsvarsposisjon der søkelyset er rettet mot han. Slike angrep kan i enkelte situasjoner oppleves som at han skyver sin identitet som «tåkefyrste» over til motparten. Hvis dette er en retorisk strategi fra Støre, hadde det kanskje vært bedre om Støre hadde blitt tydeligere i sine utsagn, for å ikke bli beskrevet som en «tåkefyrste» selv, fremfor å forsøke å gi motparten den samme identiteten? Kan Støre lykkes i å fjerne sin identitet som en «tåkefyrste» ved å «plante» eller «smitte» denne identiteten over på andre politikere? Kan denne strategien gjøre Støre mer eksplisitt, eller gjør han bare sine politiske motstandere mer implisitt? Konklusjonen fra en spørreundersøkelse fra Universitetet i Oslo indikerte at velgerne ønsker at politikerne skal bruke mer tid på informasjon om egne standpunkter istedenfor å kritisere motstandere (Stranden, 2019).

Virkingen av enhver retorikk blir «bestemt» ut ifra mottagerens posisjon og mulige opposisjon. Velgernes forventingshorisont og forståelse avgjør hvordan velgerne tolker og opplever retoriske inntrykk og ytringer (Kjeldsen, 2017, s. 331). Retoren, som er Støre i denne oppgaven, har begrenset retorisk makt. Siden antikken har retorikken visst at mottakeren har mest makt. Talerens makt er stor, men mottakerens makt er større (Kjeldsen, 2017, s. 332).

7. Litteraturliste

Aardal, B., Krogstad, A. & Narud, H. M. (2004). *I valgkampens hete*. Universitetsforlaget.

Abcnyheter. (2019, 9. august). *NRK fornyer partilederdebatten – lar publikum få bestemme*. <https://www.abcnyheter.no/nyheter/norge/2019/08/09/195600416/nrk-fornyert-partilederdebatten-lar-publikum-fa-bestemme>

Aftenposten. (2019, 9. august). *NRK fornyer partilederdebatten – lar publikum få bestemme*. <https://www.aftenposten.no/norge/i/e8ejoK/nrk-fornyert-partilederdebatten-lar-publikum-faa-bestemme>

Aftenposten. (2019, 13. august). *Partilederdebatten: Høy temperatur om bompenger og klima*. <https://www.aftenposten.no/norge/i/VboyX4/partilederdebatten-hoey-temperatur-om-bompenger-og-klima>

Alnes, J. H. (2019, 27. november). *Syllogisme*. Store Norske Leksikon. <https://snl.no/syllogisme>

Arendalsuka. (u.å.). *Partilederdebatten*. Arendalsuka. <https://arendalsuka.no/event/user-view/10474>

Aristoteles. (2015). *Retorikk*. Oversatt og med forord av Tormod Eide. Vidarforlaget.

Atkinson, M. (1984). *Our masters voices: the language and body language of politics*. Methuen.

Audun, F. (2012, 15. juni). *Rammer som sier klick: «Framing som verktøy for å vinne oppmerksomhet på Twitter*. Slideshare. <https://www.slideshare.net/afarbrot/rammer-som-sier-klick-framing-som-verkty-for-vinne-oppmerksomhet-p-twitter-farbrot-audun-2012>

Berge, B, M. (2013). *Talerens makt - maktens taler*. Cappelen Damm AS.

Berg, O, T. (2021, 11. februar). *Norske politiske partier*. Store Norske Leksikon. https://snl.no/norske_politiske_partier

Bergh, J., Haugsgjerd, A, H. & Karlsen, R. (2020). *Valg og politikk siden 1945: velgere, institusjoner og kritiske hendelser i norsk politisk historie*. Cappelen Damm Akademisk.

Bergh, J. & Karlsen, R. (2017). *Politisk dagsorden og sakseierskap i 2017*. <https://www.sv.uio.no/isv/forskning/prosjekter/valgforskning/aktuelle-saker/politisk-dagsorden-og-best-politikk-ssb.pdf>

Bergvad, A. (2017, 27. januar). *Vet du hvordan du skal argumentere?* Kommunikasjonsforeningen. <https://www.kommunikasjon.no/pr-prat/vet-du-hvordan-du-skal-argumentere>

Cicero, M, T. (1995). *Retorikk og filosofi*. Oversatt og merknader ved Hermund Slaattelig. Det Norske Samlaget.

Dagbladet. (2020, 2. desember). *Gros klare beskjed: - Smil mer, Jonas*. <https://www.dagbladet.no/nyheter/gros-klare-beskjed---smil-mer-jonas/73134655>

Dagsavisen. (2020, 21. desember). *Måling: Under halvparten av AP-velgerne mener Støre gjør en god jobb*. <https://www.dagsavisen.no/nyheter/innenriks/maling-under-halvparten-av-ap-velgerne-mener-store-gjor-en-god-jobb-1.1815477>

Davis, A. (2019). *Political Communication: A New Introduction for Crisis Times*. Polity Press.

Entman, R, M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

https://is.muni.cz/el/1423/podzim2018/POL256/um/Entman_1993_FramingTowardclarificationOfAFracturedParadigm.pdf

Eriksrud, A, M. (2020, 17. desember). *Støre finner ikke veien ut av tåka*. TV2. <https://www.tv2.no/a/11839255/>

Fjeld, R, V. (u.å.). *Hvorfor banner vi?* Språkspalten. <https://spraakspalten.salaby.no/2020/01/29/hvorfor-banner-vi/>

Garvik, O. (2017, 21. desember). *Stortingsvalget 2017*. Store Norske Leksikon. https://snl.no/Stortingsvalget_2017

Gripsrud, J. (2015). *Mediekultur, mediesamfunn* (5. utg.). Universitetsforlaget.

Grue, J. (2019, 29. juni). *Logos – retorikk*. Store norske leksikon. [https://snl.no/logos -
retorikk](https://snl.no/logos_-_retorikk)

Hannemyr, G., Liestøl, G., Luders, M. & Rasmussen, T. (2017). *Digitale medier* (3. utg.). Universitetsforlaget.

Harris, P. (2001). *To Spin og not to Spin, that is the question: The Emergence of Modern Political Marketing*. The Marketing Review.
https://www.researchgate.net/publication/233638483_To_Spin_or_not_to_Spin_that_is_the_The_The_Emergence_of_Modern_Political_Marketing

Hauger, K, K. (2019, 12. august). *Valgkampjuryen om partilederdebatten: -Lysbakken var best, Ropstad var taperen*. Kampanje. <https://kampanje.com/pr/2019/08/valgkampjuryen-om-partilederdebatten---audun-var-best-ropstad-var-taperen/>

Haugseth, J, F. (2013). *Sosiale medier i samfunnet*. Universitetsforlaget.

Heggdal, K. (2016, 31. juli). *Disse politikerne har vanskeligst språk*. Adresseavisen.
<https://www.adressa.no/nyheter/politikk/2016/07/31/Disse-politikerne-har-vanskeligst-spr%C3%A5k-13105407.ece>

Hellum, C. & Nyman, H. (2016, 16. januar). *Støre kåret til «Årets tåkeprater»*. Kampanje.
<https://kampanje.com/pr/2016/01/store-karet-til/>

Hoel, P, A. (2019, 13. august). *Støre bannet i hardt oppgjør med Ropstad*. Vårt Land.
<https://www.vl.no/nyheter/2019/08/13/store-bannet-i-hardt-oppgjor-med-ropstad/>

Hovi, J. & Malnes, R. (2011). *Anarki, makt og normer: innføring i internasjonal politikk* (2. utg.). Abstrakt forlag AS.

Høiland, K. (2007). *Politikeren mellom den offentlig og private rollen: Retorisk analyse av Thorbjørn Jaglands ethos* [Masteroppgave, Universitetet i Bergen]. Bora.

<https://bora.uib.no/bora->

[xmlui/bitstream/handle/1956/3168/Masterthesis_H%c3%b8iland.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bora.uib.no/bora-xmlui/bitstream/handle/1956/3168/Masterthesis_H%c3%b8iland.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ihlen, Ø., Skogerbø, E. & Allern, S. (2015). *Makt, medier og politikk: Norsk politisk kommunikasjon*. Universitetsforlaget.

Ihlen, Ø., Skogerbø, E. & Allern, S. (2015). På jakt etter norsk politisk kommunikasjon. Idunn.

https://www.idunn.no/file/pdf/66802865/paa_jakt_etter_norsk_politisk_kommunikasjon_-_kommentarartik.pdf

Ihlen, Ø. (2016). *PR & Strategisk kommunikasjon – Teorier og fagidentitet*. Universitetsforlaget.

Iyengar, S. (1996). Framing Responsibility for Political Issues. *The Annals of the Merican Academy of Political and Social Science*, 546, 59-70.

https://www.jstor.org/stable/1048170?seq=1#page_scan_tab_contents

Jamtøy, A, I. (2011). Bilde av politikk. *Norsk medietidsskrift*, 18(3), 0804-8452,

<http://www.idunn.no/nmt/2011/03/art02>.

Jenssen, A, T. & Aalberg, T. (2007). *Den medialiserte politikken*. Universitetsforlaget.

Johnsen, A, B., Haugan, B. & Melgård, M. (2017, 23. juni). *Jonas Gahr Støres oppgjør med «tåkefyrsten»*. VG. <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/yA0ba/jonas-gahr-stoeres-oppgjoer-med-taakefyrsten>

Johannesson, K. (2013). *Ta ordet: 10 øvelser i praktisk retorikk*. Oversatt og med forord av Jens Elmelund Kjeldsen. Aschehoug.

Johansen, A. (2002). *Talerens troverdighet: Tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk*. Universitetsforlaget.

Kagge, G. (2015, 13. april). *Liker ikke spørsmål om han er tåkefyrste*. Aftenposten. <https://www.aftenposten.no/norge/i/636z/liket-ikke-spoersmaal-om-han-er-taakefyrste>

Karkov, R. (2012, 23. mars). *Følelser i politikk fjør oss rasjonelle*. Forskning.no. <https://forskning.no/politikk-psykologi/foeluser-i-politikk-gjor-oss-rasjonelle/717677>

Kjeldsen, J, E. (2017, 7. september). *Retoriske uskikker og uredeligheter*. Språkprat. <https://sprakprat.no/2017/09/07/retoriske-uskikker-og-uredeligheter/>

Kjeldsen, J, E. (2009, 13. september). *Framing på norsk – eller kampen om begreps betydning*. Vox publica – magasin om demokrati og ytringsfrihet. <https://voxpublica.no/2009/09/framing-pa-norsk-eller-kampen-om-begrepenes-betydning/>

Kjeldsen, J, E. (2017). *Retorikk i vår tid – En innføring i moderne retorisk teori*. C/O Spartacus Forlag AS.

Kjeldsen, J, E. (2014, 16. juni). *Jens Kjeldsen om Jonas Gahr Støre*. Universitetet i Bergen. <https://www.uib.no/fg/retorikk/79066/jens-kjeldsen-om-jonas-gahr-st%C3%B8re>

Kristelig Folkeparti. (u.å.). *Kontantstøtte*. Hentet 14. april 2021 fra <https://krf.no/politikk/barn-og->

[familie/kontantstotte/?gclid=Cj0KCQjwpdqDBhCSARIsAEUJ0hMDVAAFASazEdmOvM90Snj0JUCOpG-NUv7xOp5M0eVgdP5Xki5ciiEaAhDqEALw_wcB](https://www.kristelig.no/familie/kontantstotte/?gclid=Cj0KCQjwpdqDBhCSARIsAEUJ0hMDVAAFASazEdmOvM90Snj0JUCOpG-NUv7xOp5M0eVgdP5Xki5ciiEaAhDqEALw_wcB)

Kristelig Folkeparti. (u.å.). *Internasjonal rettferdighet*. Hentet 6. april 2021 fra <https://krf.no/politikk/internasjonal-rettferdighet/>

Krogstad, A. (2006). Retorikk, prinsipper og trillende terninger. *Rhetorica Scandinavica*, 40(2), (41-61).
https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/15229/retorikk_prinsipper_terninger.pdf

Lilleås, H, S. & Berge, J. (2019, 12. august). *KrF-lederen fikk Støre til å banne*. Nettavisen. https://www.nettavisen.no/nyheter/krf-lederen-fikk-store-til-a-banne/s/12-95-3423827665?fbclid=IwAR3gjH3gaWNcV4JUT34Hw8vgbqkLXXGoS2Y19PmBIO9n_I_Mi_viRElanXjM

Medietilsynet. (2019, 30. august). *Forbud mot politisk reklame på tv: Oversikt 2019*.
<https://www.medietilsynet.no/om/aktuelt-2019/forbud-mot-politisk-reklame-pa-tv/>

Matthes, J. (2012, mars). *Framing Politics: An Integrative Approach*. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/254074406_Framing_Politics_An_Integrative_Approach

Moisi, D. (2010). *Politikk og følelser: Hvordan frykt, ydmykelse og håp forandrer verden*. Oversatt av Lars Holm-Hansen. Pax Forlag A/S.

Moltubak, J. (2017). *Fortellermagi: Kunsten å bruke fortellinger i formidling*. Gyldendal Akademisk.

Morlandstø, L. & Mathisen, B, R. (2015). Kommenterjournalistikk på nett – en løsning for å nå unge lesere? *Journalistica*, 9(1), 52-73.

<https://tidsskrift.dk/journalistica/article/download/22978/20078/>

Nedrestøl, T, T. (2010). *Kommentariatet: En studie av kommenterjournalistikken under regjeringsforhandlingene 2009* [Masteroppgave, Universitetet i Oslo]. DUO Vitenarkiv.

<https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/27278/Masteroppgavex-xTonexTuftexNedrestxl.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Nikolaisen, C, A. (2013). *Den snille, den slemme og den dumme: En sosiolingvistisk analyse av språkhandling som formidles gjennom dialektbruk i NRK Super* [Masteroppgave, Universitetet i Oslo]. DUO Vitenarkiv.

https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/37289/Nikolaisen_master.pdf?sequence=1&isAllowed=y

NRK. (2019, 19. august). *Rekordmange på Arendalsuka*.

<https://www.nrk.no/sorlandet/rekordmange-pa-arendalsuka-1.14666371>

NRK. (u.å.). *Hva er NRKs retningslinjer for banning?* Hentet 16. mars 2021 fra

<https://info.nrk.no/faq/banning/>

Nygaard, S. (2015, 15. mai). *Moralens voktere? En kvalitativ analyse av politisk kommenterjournalistikk i Dagbladet og VG i forbindelse med seks politiske skandaler*.

[Masteroppgave, Universitetet i Bergen]. Bora. <https://bora.uib.no/bora-xmlui/bitstream/handle/1956/11032/133484216.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lindhardt, J. (1999). *Retorikk* (3. utg.). Special-Trykkerier Viborg AS.

Olsson, S, V. (2019, 13. august). *Dette er kommentatorenes analyse av debatten*. NRK. <https://www.nrk.no/norge/dette-er-kommentatorenes-analyse-av-debatten-1.14658422>

Olufsen, B. (2015, 31. august). På den ene siden. *Wordpress*. <https://berntoluf.wordpress.com/tag/kommentarjournalistikk/>

Ramnefjell, G. & Rydje, O, M. (2019, 12. august). *Jonas tok første stikk*. Dagbladet. <https://www.dagbladet.no/kultur/jonas-tok-forste-stikk/71483732>

Rathje, S. (2017, 20. juli). *The power of framing: Its not what you say, it show you say it*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/science/head-quarters/2017/jul/20/the-power-of-framing-its-not-what-you-say-its-how-you-say-it>

Rogstad, I, L. (2016). *Politisk kommunikasjon i et nytt medielandskap*. Cappelen Damm Akademisk.

Sawakinome. (u.å.). *Forskjellen mellom casestudie og etnografi*. Hentet 3. mars 2021 fra <https://no.sawakinome.com/articles/education/difference-between-case-study-and-ethnography.html>

Schwebs, T. & Østbye, H. (2017). *Media i samfunnet* (7. utg.). Det Norske Samlaget.

Simonsen, M. (2017, 17. september). *Ap har ikke lenger eierskap til grunnlaget for sin eksistens*. Dagbladet. <https://www.dagbladet.no/kultur/ap-har-ikke-lenger-eierskap-til-grunnlaget-for-sin-eksistens/68703243>

Skrede, J. (2017). *Kritisk diskursanalyse*. Cappelen Damm akademisk.

Stanford Graduate School of Business. (2015, 24. april). *Mitt Romney on Leadership: Know Your Values* [Video]. Youtube.

https://www.youtube.com/watch?v=1QNHJbq9EWM&ab_channel=StanfordGraduateSchoolofBusiness

Stephansen, E. (2019, 12. august). *Erna Solberg er vinneren av kveldens partilederdebat*.

Nettavisen. <https://www.nettavisen.no/nyheter/erna-solberg-er-vinneren-av-kveldens-partilederdebat/s/12-95-3423827519>

Stjern, S. (2017, 20. april). *Analyse: Klar tale fra Støre*. Dagens perspektiv.

<https://www.dagensperspektiv.no/samfunnsstyring/2017/klar-tale-fra-store>

Stranden, A, L. (2019, 2. september). *Velgerne er svært negative til valgdebattene på TV*.

Forskning. <https://forskning.no/demokrati-valg/velgerne-er-svaert-negative-til-valgdebattene-pa-tv/1370118>

Strömbäck, J., Ørsten, M. & Aalberg, T. (2008). *Communicating Politics: political communication in the nordic countries*. Nordicom.

Svennevig, J. (2015). *Språklig samhandling: innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse* (2. utg.). Cappelen Damm AS.

Tank, M, L. (2013). *Ta ordet på jobben*. Spartacus forlag AS.

Tveiten, O. (2019). *Storyland – Journalistisk, makt og meningsdannelse*. Cappelen Damm.

Universitetet i Oslo. (u.å.). *Case study*. Hentet 3. mars 2021 fra

https://www.uio.no/studier/emner/matnat/ifi/INF2260/h15/presentations/velferdsfabrikken/presentasjon_1.pdf

Universitetet i Oslo. (u.å.). *Forskningsdesign*. Hentet 3. mars 2021 fra

<https://www.uio.no/studier/emner/sv/iss/SGO4001/h04/undervisningsmateriale/forskndesignCase.ppt>

Vatnøy, E. & Bjøntegård, M, S. (2019). «De bare krangler». *Nordmenns holdninger til TV-sendte valgdebatter*. Idunn.

https://www.idunn.no/tfs/2019/03/de_bare_krangler_nordmenns_holdninger_til_tv-sendte_valg

Vågsland, A, H. & Sandbakken, D, H. (2019, 16. september). *Ny politiker? Still spørsmål til tåkespråket*. KS.

<https://www.ks.no/fagomrader/digitalisering/utviklingsprosjekter/klart-sprak-i-kommunesektoren/ny-politiker-still-sporsmal-til-takespraket/>

Waatland, E. (2019, 13. august). *Publikum sviktet NRKs partilederdebutt på TV: Hver fjerde seer er borte*. M24. <https://m24.no/nrk-partilederdebutten-seertall/publikum-sviktet-nrks-partilederdebutt-pa-tv-hver-fjerde-seer-er-borte/226830>

Wangsteen, B. (2005). *Bokmålsordboka*. Kunnskapsforlaget.

Østerud, Ø. (2014). *Statsvitenskap – Innføring i politisk analyse* (5. utg.).

Universitetsforlaget.

