

«Vi er bekymret for folkehelsen»

En multimodal diskursanalyse av treningssenterkjeden SATS' eksternekommunikasjon under koronapandemien i primære og sekundære kommunikasjonskanaler

HELENE SEVIK SOLBERG

VEILEDER

Nils Rune Birkeland

Universitetet i Agder, 2022

Fakultet for humaniora og pedagogikk

Institutt for nordisk og mediefag

Master

Forord

Å skrive en masteroppgave har vært mer krevende enn jeg kunne forestille meg. Men det har også vært givende og lærerikt. Gjennom prosjektet har jeg fått forene kommunikasjonsfaglige interesser med en interesse for treningsbransjen og folkehelse, noe som har vært veldig spennende.

Jeg vil rette en stor takk til veilederen min, Nils Rune, for mange gode råd på veien og for grundige tilbakemeldinger på alle utkastene. Tusen takk for at du har vist interesse for, og hatt troa på prosjektet mitt.

Familie og venners støtte har betydd mye for meg gjennom denne prosessen. Tusen takk for deres tilstedeværelse, for at dere har hatt troa på meg og heia meg inn hele veien til mål. Spesielt takk til min gode venninne Emilie for korrekturlesing.

Sist, men ikke minst, tusen takk til alle i klassen og til alle foreleserne på masterprogrammet i samfunnskommunikasjon, for en kjempefin tid på UiA!

Helene Sevik Solberg, Oslo, høsten 2022

Sammendrag

Denne oppgaven undersøker hvordan treningssenterkjeden SATS har kommunisert under «korona-året» 2020, gjennom en multimodal diskursanalyse. Ved bruk av tidligere forskning av Gjerde (2022) undersøker jeg hvilke diskurser som er fremtredende, samt hvordan dette kan si noe om holdninger. Jeg ser på tilfeller av både primærkommunikasjon og sekundærkommunikasjon, og er interessert i hvordan de henvender seg til mottakerne. Utvalget består av tekster som befinner seg i kategorien eksternkommunikasjon. Strategisk kommunikasjon utgjør dermed en viktig del av oppgavens teoretiske og analytiske rammeverk. Funnene viser at dugnadsdiskursen og krisediskursen (identifisert av Gjerde) er spesielt fremtredende. Det samme er en ansvarsdiskurs, helsediskurs og trygghetsdiskurs. Helsediskursen artikuleres i mars sammen med ansvarsdiskursen, hvor SATS påtar seg et ansvar for å ivareta folkehelsen. Gjennom artikuleringen av ansvarsdiskursen beslutter SATS å midlertidig stenge 12. mars. Dugnadsdiskursen artikuleres sammen med trygghetsdiskursen i juni og desember. Dugnadsdiskursen får delvis nytt meningsinnhold i desember, ved at bekymringen som rettes mot sårbare grupper går fra å omhandle smittevern til hvordan ivareta deres fysiske og mentale helse. Krisediskursen kommer mest eksplisitt til syne i SATS' kommunikasjon i november, når treningssentrene trues med nok en nedstengning. SATS tilbyr imidlertid en ny forståelse av krisediskursen, og argumenterer for at ny nedstengning ikke er løsningen på folkehelsekrisen.

Abstract

This project examines how the fitness center brand SATS have communicated during the «corona-year» 2020, by doing a multimodal discourse analysis. By using a previous paper by Gjerde (2022), I examine which discourses are prominent, and how these can express attitudes. I examine both primary and secondary communication, and I am interested in how they address the receivers. The material consists of texts which can be categorized as external communication. Public relations thus constitute an important part of the project's theoretical and analytical framework. The findings shows that the «dugnad» discourse and the crisis discourse (identified by Gjerde) are prominent, together with a responsibility discourse, a health discourse, and a safety discourse. The health discourse is articulated in March together with the responsibility discourse, when SATS expresses a responsibility to take care of the public health. Through the articulation of the responsibility discourse, SATS decides to temporarily close all clubs the 12th of March. The «dugnad» discourse is articulated with a safety discourse in June and December. The «dugnad» discourse partly acquires a new meaning in December, when the concern targeting vulnerable groups shifts from preventing infection by corona, to their physical and mental health. The crisis discourse is most prominent in SATS' communication in November and December when the clubs are threatened by another lockdown. SATS however offer a new understanding of the crisis discourse and argues that another lockdown isn't the solution of the public health crisis.

Innholdsfortegnelse

Forord	3
Sammendrag	5
Abstract	6
1.0 Introduksjon	10
<i>1.1 Oppgavens disposisjon</i>	<i>13</i>
<i>1.2 Om SATS: Utvikling og kjeden i dag</i>	<i>13</i>
1.2.1 Folkehelse: Definisjon.....	14
<i>1.3 Treningssenterbransjen i Norge: Utvikling og dagens situasjon</i>	<i>14</i>
<i>1.4 Tidligere forskning</i>	<i>15</i>
2.0 Teori	16
2.1 <i>Diskurs</i>	16
2.2 <i>Diskursanalyse som teori og metode</i>	16
2.2.3 Faircloughs kritiske diskursanalyse.....	17
2.4 <i>Regjeringens diskursive muliggjøring av koronapolitikken</i>	21
2.5 <i>Modaliteter og multimodalitet</i>	23
2.5.1 <i>Meningspotensialet i bilder: Bildehandling og utsnitt</i>	24
2.6 <i>Strategisk kommunikasjon</i>	25
2.6.1 <i>Interessenter</i>	26
2.6.2 <i>Samfunnsansvar</i>	27
2.7 <i>Primære og sekundære kommunikasjonskanaler</i>	27
2.7.1 <i>Nyhetsmedier</i>	27
2.7.2 <i>Sosiale medier</i>	28
3.0 Metode	28
3.1 <i>Begrunnelse for valg av metode</i>	28
3.2 <i>Analysemodell: Fairclough</i>	29

3.3	<i>Praktisk fremgangsmåte</i>	31
3.3.1	<i>Datainnsamling og utvalg</i>	32
3.4	<i>Styrker og svakheter</i>	35
3.4.1	<i>Validitet og reliabilitet</i>	35
3.4.2	<i>Muligheter og begrensninger</i>	37
3.5	<i>Forskningsetikk</i>	37
3.5.1	<i>Internettforskning og forskning gjennom sosiale medier</i>	37
4.0	Analyse	39
4.1	<i>Mars 2020: SATS stenger</i>	39
4.2	<i>Juni 2020: Gjenåpning av SATS</i>	48
4.3	<i>November og desember 2020: Ny nedstengning</i>	56
5.0	Drøfting	69
5.1	<i>Primære og sekundære kommunikasjonskanaler: Hvem forsøker SATS å nå?</i>	69
5.1.2	<i>SATS' strategiske kommunikasjon</i>	69
5.1.3	<i>Instagram: I grenselandet mellom ekstern- og internkommunikasjon?</i>	70
5.2	<i>Helsediskursen</i>	71
5.2.1	<i>Fokus på mental helse og økt kunnskap om smittevern</i>	71
5.2.2	<i>Ansvar for folkehelsen i fokus</i>	72
5.2.3	<i>Pandemien som folkehelsekrise: Konkurrerende syn</i>	73
5.3	<i>Rekontekstualisering av dugnadsdiskursen</i>	74
6.0	Avslutning og konklusjon	75
6.1	<i>Oppsummering av funn</i>	75
6.2	<i>En vellykket strategisk kommunikasjon?</i>	76
6.3	<i>Forslag til videre forskning</i>	77
7.0	Litteraturliste	78
7.1	<i>Kilder</i>	78
7.2	<i>Analysemateriale</i>	84

8.0 Vedlegg	85
<i>8.1 Informasjonsbrev til SATS.....</i>	<i>85</i>
<i>8.2 Skjermbilder</i>	<i>86</i>

1.0 Introduksjon

«Kjære alle fantastiske medlemmer (...) Vi kommer til å savne å se dere i dagene fremover», innledet SATS sitt innlegg på Instagram med den 12. mars 2020. Denne dagen har blitt en merkedato, som dagen da Norge for første gang stengte ned som følge av koronapandemien og den økende smitten i samfunnet. Arrangementer ble avlyst, hjemmekontor ble den nye hverdagen for svært mange og treningssentre, butikker og andre sosiale møteplasser og arenaer låste dørene på ubestemt tid. Skole, møter og treningsøkter foregikk plutselig gjennom en skjerm, da store deler av hverdagen skjedde innenfor husets fire vegger.

Fra 12. mars 2020 og utover var det norske samfunnet gjennom flere runder med nedstengninger, gjenåpninger og perioder preget av strenge restriksjoner, særlig gjelder dette storbyene. Samtlige bransjer har fått kjenne pandemiens effekter og konsekvenser. Deriblant treningsbransjen, som i løpet av de siste seksti åra hatt en enorm vekst her til lands (Bratland-Sanda, Myhre & Tangen, 2020, s. 327). Dette gjør den til en interessant bransje å undersøke nærmere, også fra et kommunikasjonsfaglig perspektiv. I denne oppgaven ønsker jeg å undersøke hvordan treningssenterkjeden SATS gjennom ulike kanaler har kommunisert under koronapandemien. Grunnen til at valget falt på nettopp SATS, er først og fremst fordi dette er Norges største og ledende treningssenterkjede (SATS, u.å.). Dermed kan kjeden anses som en viktig representant for treningssenterbransjen i Norge generelt.

Som student på masterprogrammet i samfunnskommunikasjon fascineres jeg av virksomheters strategiske kommunikasjonsarbeid, og ikke minst hvilken betydning dette kan ha for omdømmet. Koronapandemien har dessuten stilt nye og høyere krav til mange bedrifter og organisasjoners kommunikasjonsarbeid, som følge av et økt kommunikasjonsbehov hos befolkningen. Treningssenterbransjens daglige drift har i perioder blitt sterkt påvirket som følge av pandemien, både i form av nedstengninger og strenge restriksjoner. Temavalget bunner dessuten i en interesse, samt et engasjement, for treningsbransjen og folkehelse. Ved å se nærmere på SATS i forbindelse med pandemien, håper jeg å kunne si noe om hva som har preget kjedens kommunikasjon denne perioden, noe som foreløpig er lite forsket på.

Problemstillingen for oppgaven lyder: **Hvordan kommuniserte treningscenterkjeden SATS i forbindelse med korona-relaterte nedstengninger, samt gjenåpningen i 2020?** Følgende forskningsspørsmål vil hjelpe meg å besvare problemstillingen:

1. **Hvordan henvender de seg til mottakerne gjennom ulike kommunikasjonskanaler?** Hvem er mottakerne og hvordan kommer dette til uttrykk i kommunikasjonen? Hvilke konsekvenser får dette for kommunikasjonen og måten SATS henvender seg til mottakerne gjennom de ulike kanalene? Jeg ser på tilfeller av både *primær-* og *sekundærkommunikasjon* – hva dette vil si forklarer jeg nedenfor.
2. **Hvilke diskurser kommer til uttrykk gjennom kommunikasjonen?** Her vil jeg dra nytte av tidligere forskning av Lars Erik Gjerde (2022), om regjeringens diskursive muliggjøring av koronapolitikken. Hvorvidt noen av disse diskursene kommer til uttrykk i SATS' kommunikasjon kan det bli interessant å undersøke nærmere. Videre er jeg interessert i hvordan disse diskursene sier noe om SATS' holdninger i forbindelse med nedstengningene og gjenåpningen. Hvordan SATS argumenterer for eller mot nedstengningene og/eller gjenåpningen vil i så måte kunne si noe om deres strategiske kommunikasjon under korona-året 2020. *Strategisk kommunikasjon* utgjør dermed også en viktig del av denne oppgavens teoretiske rammeverk.

Eksempler på *primærkommunikasjon* er pressemeldinger, børsmeldinger og innlegg i sosiale medier. Avisene er derimot tilfeller av *sekundærkommunikasjon* for SATS, ettersom det er journalister som stiller spørsmål, skriver og vinkler saken, før det ferdige produktet presenteres. SATS har dermed mindre kontroll over det ferdige produktet. Forskjellene mellom de primære og sekundære kommunikasjonskanalene blir derfor et vesentlig moment å ta hensyn til i oppgaven ettersom det er snakk om ulike kommunikasjonsplattformer, som danner ulike rammer for kommunikasjonen. Det dreier seg om ulike former for samfunnsansvar, ulike mål med kommunikasjonen, samt ulike mottakere.

Tekstene jeg benytter i denne oppgaven befinner seg i kategorien *eksternkommunikasjon*. Med dette mener jeg kommunikasjon som er offentlig tilgjengelig og rettet mot et bredt publikum. Dette skiller seg fra internkommunikasjonen, som betegner kommunikasjonen som skjer innad bedriften, mellom for eksempel kunder og ansatte. Tilfeller av internkommunikasjon inngår dermed ikke som en del av materialet i oppgaven. Likevel kan noe av eksternkommunikasjonen, kanskje særlig gjennom sosiale medier, være rettet mot kunder/medlemmer, til tross for at denne er åpen og offentlig tilgjengelig. Derfor er det

interessant å se hvem SATS henvender seg til gjennom de ulike kanalene. Sosiale medier eksemplifiserer og understreker på denne måten en stor og viktig endring i medielandskapet, ved at det har blitt stadig viktigere for organisasjoner, bedrifter og selskaper å være til stede og synlig på ulike sosiale medier. I teorikapittelet vil jeg diskutere sosiale medier og Instagram mer inngående.

For å finne svar på problemstillingen vil jeg gjøre en *multimodal diskursanalyse* av et utvalg avisreportasjer (inkludert et videointervju), samt en pressemelding, en børsmelding og tre innlegg fra SATS' offisielle norske Instagram-konto, «satsnorge». Norman Faircloughs analysemodell innen kritisk diskursanalyse, bestående av sosiale begivenheter, sosial praksis og sosiale strukturer (jf. Hågvar, 2013, s. 204) danner grunnlaget for strukturen og fremgangsmåten jeg benytter. Jeg mener dessuten det er hensiktsmessig å gjøre analysen multimodal, som innebærer å ta høyde for de ulike modalitetene i materialet – deriblant bilder, farger, lyd etc. Dette fordi disse også er med på å skape mening (jf. Maagerø & Tønnesen, 2014, s. 24).

Diskursanalyse tilbyr verktøy som gjør det mulig å identifisere karakteristiske kjennetegn ved deres kommunikasjon under koronapandemien, med tanke på hvordan pandemien påvirker språkvalg i form av ord, formuleringer, henvendelsesmåte og andre modaliteter. Ifølge Neumann (2021, s. 18) kan diskursanalyse tilby noe andre tilnærminger ikke kan tilby; hvordan spesifikke handlingsbetingelser blir aktivert på spesifikke måter av spesifikke aktører, med konkrete konsekvenser. Diskursanalyse gjør det mulig å se språkvalgene som en del av den større sosiale sammenhengen, eller konteksten, og hvordan disse påvirker hverandre – samt hvordan språktrekkene reproduseres eller endres over tid (jf. Winther Jørgensen & Phillips, 1999). I denne oppgaven vil det dreie seg om hvordan holdninger til koronapandemien kommer til uttrykk, eller konstrueres gjennom språket.

En viktig forskjell mellom diskursanalyse i generell forstand og kritisk diskursanalyse, er at sistnevnte er problemorientert (Skrede, 2017, s. 28). Dette innebærer at den søker å avdekke noe, for eksempel urettferdige forhold i samfunnet (jf. Fairclough, 1993, s. 35).

Hovedformålet med denne oppgaven er imidlertid ikke å avdekke noe fra et kritisk ståsted, selv om jeg benytter Faircloughs analysemodell. Jeg mener likevel denne egner seg for å kunne si noe om språket på et nokså detaljert nivå i relasjon til konteksten. Flere av

analysebegrepene anser jeg som hensiktsmessige for å besvare denne oppgavens problemstilling.

1.1 Oppgavens disposisjon

I teoridelen vil jeg gi en gjennomgang av det teoretiske rammeverket som ligger til grunn; diskurs, diskursanalyse, Faircloughs modell, samt modaliteter og multimodalitet. Her vil jeg også gi en gjennomgang av en sentral forskningsartikkel av Gjerde (2022), om regjeringens diskursive muliggjøring av koronapolitikken. Denne danner et viktig grunnlag for oppgaven min, ettersom det dreier seg om allerede identifiserte diskurser under samme tidsperiode. Sentral teori vil i tillegg til diskurs og multimodalitet, være teori omhandlende strategisk kommunikasjon, samfunnsansvar og interesser, i tillegg til teori om nyhetsmedier og sosiale medier. I metoddelen begrunner jeg metodevalg, beskriver analysemodellen ytterligere og gir en gjennomgang av fremgangsmåten og datainnsamlingprosessen. Her vil også utvalget presenteres, samt styrker og svakheter i henhold til validitet og reliabilitet. Til slutt i metodekapittelet, hvilke forskningsetiske aspekter jeg har tatt i betraktning. I analysedelen vil jeg analysere materialet med utgangspunkt i de to første nivåene i Faircloughs kritiske diskursanalyse; sosiale begivenheter og sosial praksis. Her vil jeg også gi en multimodal analyse, ved å ta for meg de ulike modalitetene og hvordan disse er med på å skape mening. I drøftingsdelen vil jeg ta for meg det tredje analysenivået; de sosiale strukturene, og diskutere analysefunnene mer inngående. Her vil teori om strategisk kommunikasjon, samfunnsansvar, interesser, nyhetsmedier og sosiale medier bringes inn i diskusjonen. Avslutningsvis vil jeg forsøke å besvare problemstillingen ved å oppsummere funnene, samt gi forslag til videre forskning.

1.2 Om SATS: Utvikling og kjeden i dag

SATS Group er som nevnt Norges største og ledende treningssenterkjede, som består av SATS, ELIXIA, Fresh Fitness, HiYoga og Balance – til sammen utgjør disse 250 sentre i Norge, Sverige, Finland og Danmark (SATS, u.å.). I denne oppgaven er det imidlertid SATS, og ikke hele gruppen jeg er interessert i å undersøke nærmere. SATS kom først inn på markedet i 1995, med et ønske om å endre bransjen – fra det de beskriver som «ekskluderende miljøer» hvor «store muskler var idealet», til å «tilby et inkluderende miljø for vanlige mennesker» (SATS, u.å.). Siden har kjeden ekspandert med flere sentre og til flere land, samt kjøpt opp andre kjeder. På sin hjemmeside opplyser de at deres visjon er å spille en

rolle for sine medlemmers helse og livskvalitet, og at de har et ønske om å bidra til å bedre den norske folkehelsen, som oppsummeres gjennom visjonen «Make people healthier and happier». Mens SATS, Elixia og Fresh Fitness tidligere var selvstendige kjeder, ble det sommeren 2014 kjent at disse ville slå seg sammen (Dyregrov, 2014). Etter sammenslåingen het kjeden SATSELIXIA en periode, men byttet i 2018 tilbake til SATS (SATS, 2018).

1.2.1 Folkehelse: Definisjon

Ettersom det å bedre folkehelsen danner grunnlaget for SATS' visjon, anser jeg det som hensiktsmessig å definere begrepet folkehelse. I Folkehelseloven er folkehelse definert som «befolkningens helsetilstand og hvordan helse fordeler seg i en befolkning» (Folkehelseloven, 2011, § 3), men begrepene folkehelse og folkehelsearbeid forklares og brukes på svært mange måter (Helsedirektoratet, 2018, s. 12). Folkehelsearbeid dreier seg om befolkningens helse og trivsel, forebygging av skade eller sykdom, å beskytte mot helsetrusler samt arbeide for en jevnere fordeling av påvirkningsfaktorer (Helsedirektoratet, 2018, s. 12). Som begrepet tilsier, dreier det seg om befolkningens, samfunnets helse, fremfor enkeltindividet (Helsedirektoratet, 2018, s. 12). I Gjerdes (2022) analyse av regjeringens diskursive muliggjøring av koronapolitikken, identifiserte han blant annet en kresediskurs, hvor denne tilbyr en måte å forstå pandemien på; som en folkehelsekrise (Gjerde, 2022, s. 35-36). Dette vil jeg diskutere nærmere i teorikapittelet.

1.3 Treningscenterbransjen i Norge: Utvikling og dagens situasjon

Treningsbransjen i Norge har de siste seksti åra hatt en enorm vekst (Bratland-Sanda, Myhre & Tangen, 2020, s. 327). På 1990- og 2000-tallet skjedde det en profesjonalisering i utviklingen av treningsentrene, og i 2011 kom Virke Trening, en bransjeorganisasjon som i 2020 organiserte 400 treningsentre (Bratland-Sanda, Myhre & Tangen, 2020, s. 330). I 2017 var halvparten av de 1129 registrerte treningsentrene i Norge en del av en kjede (Bratland-Sanda, Myhre & Tangen, 2020, s. 333). Fysisk aktivitet betraktes som en stor folkehelseutfordring i det 21. århundre, og i Folkehelsemeldingen 2014/15 blir både idretten og treningsentrene ansett som viktige aktører for å øke den fysiske aktiviteten i den generelle befolkningen (Meld. St. 19 (2014-2015), s. 58). I Norge er termen «fitness» tett linket til sporten med samme navn, hvor man konkurrerer innenfor fysikk, utseende, estetikk og kroppsfasong (Bratland-Sanda, Myhre & Tangen, 2020, s. 329). Ifølge Mathisen & Sundgot-Borgen (2019, s. 13) kan et kroppsideal om å være slank og veltrent skape bekymring rundt

kroppsvekt og -fasong hos utøverne i fitnessporten. Derfor ønsker ikke norske treningsentre å bli assosiert med denne sporten, men snarere ønsker de å være en folkehelseaktør og bruker derfor termer assosiert med fysisk aktivitet, trening, helse og velvære (Bratland-Sanda, Myhre & Tangen, 2020, s. 329).

1.4 Tidligere forskning

Som nevnt i forbindelse med problemstillingen og forskningsspørsmålene ønsker jeg å undersøke hvorvidt den norske regjeringens diskurser under pandemien – identifisert av Gjerde (2022) – kommer til uttrykk i mitt materiale. Gjerde gjør bruk av Foucault samt Laclau og Mouffes diskursforståelse, og identifiserer med dette fire diskurser; en krisediskurs, en dugnadsdiskurs, en krigsdiskurs og en ekspertisediskurs (Gjerde, 2022, s. 29). I forbindelse med at tekstene jeg undersøker befinner seg i samme tidsperiode og omhandler samme fenomen, anser jeg det som relevant å se hvorvidt disse kommer til uttrykk i SATS' kommunikasjon. I teoridelen vil jeg gi en gjennomgang av studien og funnene til Gjerde.

Treningscenterbransjens kommunikasjon i forbindelse med koronapandemien er foreløpig lite forsket på, likevel finnes det noe forskning på SATS i forbindelse med koronapandemien. Et eksempel på dette er en bacheloroppgave fra Universitet i Stavanger (2021), om hvordan markedet for SATS har endret seg etter koronapandemien brøt ut. Oppgaven baserer seg på kvalitative intervjuer og medlemmenes tilfredshet, og sentrerer seg rundt hvordan medlemmene opplever at SATS klarer å differensiere seg fra konkurrentene under og etter pandemien (Micaelsen, 2021).

Det denne oppgaven kan tilføre er funn knyttet til hvordan SATS har kommunisert under koronapandemien – ikke bare til sine medlemmer, men i det offentlige (eksternkommunikasjonen), gjennom primære og sekundære kommunikasjonskanaler. Dette skaper et interessant sammenligningsgrunnlag og utgangspunkt for diskusjon. Medlemmenes egne perspektiver og forståelse av SATS inngår derimot ikke i dette prosjektet. Dersom dette skulle inkluderes, kunne diskursanalysen blitt kombinert med noen kvalitative intervjuer, samt kommunikasjon over e-post og meldinger. Funnene baseres på egne observasjoner og fortolkninger; mer om dette vil jeg komme tilbake til i metoddelen. Selv om medlemsperspektiver kunne beriket oppgaven, mener jeg prosjektet har en viktig og aktuell nytteverdi, da det kan si noe om SATS', som representant for den norske

treningssenterbransjen, strategiske kommunikasjon under koronapandemien. Hvordan denne bransjen, som ble sterkt påvirket under pandemien (især i 2020 og under første halvdel av 2021), har møtt koronapandemien med kommunikasjon, mener jeg er viktig og interessant, både fordi det lite forsket på, men også fordi det kan hjelpe med å kartlegge hvorvidt kommunikasjonen har vært vellykket. Man kan i så måte ta lærdom av koronapandemien fra et kommunikasjonsperspektiv, som muligens kan være overførbart også til andre bransjer.

2.0 Teori

2.1 Diskurs

Diskursen er alt som sies, skrives og gjøres i en institusjonell sfære, inkludert de komplekse relasjonene mellom alt som sies, skrives og gjøres, ifølge Berglez (2019, s. 232). Skovholt & Veum (2014, s. 33) skriver at diskurs på et overordnet nivå kan forklares som en bestemt måte å omtale eller forstå verden på. Mens dette kan sies å være en nokså generell forståelse av diskursbegrepet, finnes det også ulike retninger, samt til dels ulike forståelser og definisjoner av diskursbegrepet og diskurs som analysemetode (Skovholt & Veum, 2014, s. 33). Fra et språkvitenskapelig perspektiv blir diskurs gjerne definert som «tekst i kontekst» eller «språk i bruk» (Skovholt & Veum, 2014, s. 33). Hågvar (2007, s. 18) deler denne forståelsen av diskurs, og mener at diskurs ytterligere kan defineres som «en institusjonelt og historisk forankret tenke-, tale-, handlings- og væremåte», og at diskursteori er basert på ett hovedprinsipp: «Det finnes føringer for hvordan vi tenker og handler i ulike sammenhenger.» Disse er ikke universelle, men kulturelt og sosialt skapt (Hågvar, 2007, s. 18). Skovholt & Veum (2014, s. 22) skriver at den sammenhengen hvor kommunikasjonen skjer, blir i språkvitenskapen kalt *kontekst*.

2.2 Diskursanalyse som teori og metode

En *diskursanalyse* kan defineres som analysen av hvordan en tekst er tilpasset en bestemt kontekst, samt hvilke tenke-, tale-, handlings- og væremåter som kommer til uttrykk i denne konteksten (Hågvar, 2007, s. 18). Et viktig poeng ved diskursanalysen er at det ikke er mulig å bruke språket på en nøytral måte, og at språket fungerer konstruktivt – dette var noe Foucault var særlig interessert i å framheve (Hitching & Veum, 2011, s. 31; Winther Jørgensen & Phillips, 1999, s. 22-23). Med dette utgangspunktet kan tekster aldri forstås som

avspeilinger av virkeligheten, derimot er de et resultat av tekstskaperens valg (Skovholt & Veum, 2014, s. 34). Johannessen, Rafoss & Rasmussen (2018, s. 55) skriver at det vi analyserer er *representasjoner* av virkeligheten. En representasjon er ifølge dem en språklig fremstilling av et fenomen, og er aldri en nøytral gjengivelse av virkeligheten (Johannessen, Rafoss & Rasmussen, 2018, s. 53-55). Neumann (2021, s. 31) skriver at representasjoner kommer mellom den fysiske verden og vår sansing av den, og er måten verden fremtrer på for mennesker. Hvordan virkelighetsoppfatninger kommer til uttrykk gjennom språket kan avhenge av flere ting, og diskursanalysen kan være et verktøy for å undersøke nettopp dette. Før analysen kan starte, må man tenke på teksten som aktiv og skapende, samt fenomenet som sosialt konstruert (Johannessen, Rafoss & Rasmussen, 2018, s. 73). Det som undersøkes er meningsskaping og kommunikative praksiser på mikronivå (teksten) i relasjon til samfunnsmessige og sosiokulturelle strukturer på makronivå, altså konteksten (Hitching & Veum, 2011, s. 11). Det dreier seg om å konstruere menneskeskapte tekster, handlinger og tegn, og hvordan disse er sosialt konstituert gjennom vaner og konvensjoner som er så etablerte at de oppfattes som naturlige (Hitching & Veum, 2011, s. 11).

2.2.3 Faircloughs kritiske diskursanalyse

Norman Faircloughs modell er den kanskje mest kjente innen kritisk diskursanalyse, og har vært gjennom utvikling og justeringer over flere år (Skrede, 2017, s. 29). Fairclough er blant annet kjent for å forene sosiologisk analyse med semiotisk-lingvistiske tilnærminger (Hitching & Veum, 2011, s. 23). Modellen supplerer tekstanalyse (de sosiale begivenhetene) med to kontekstanalyser; den sosiale praksisen og de sosiale strukturene (jf. Hågvar, 2013, s. 204).

Sosiale begivenheter

Modellen beskrives gjerne som tredimensjonal fordi den tar for seg tre ulike nivåer. Det første nivået innebærer blant annet teksten (jf. Winther Jørgensen & Phillips, 1999, s. 82), også kalt *de sosiale begivenhetene* (Skrede, 2017, s. 32). Her gjør Fairclough bruk av Hallidays systemisk-funksjonelle lingvistikk, hvor ord og setninger analyseres relativt grundig (Skrede, 2017, s. 30-31). Dette kan dreie seg om hvordan ordvalg og grammatikk, som adjektiv, adverb, substantiv, verb eller lignende, er positivt eller negativt ladet, og dermed gir uttrykk for holdninger (Skovholt & Veum, 2014, s. 55-56). Det trekkes gjerne et skille mellom *eksterne* og *interne tekstrelasjoner* (jf. Skrede, 2017, s. 113). Å analysere eksterne

tekstrelasjoner innebærer å studere relasjonen mellom en tekst og andre tekster samt hvordan disse intertekstuelt er koblet sammen, mens å analysere interne tekstforhold innebærer analysen av semiotiske og grammatiske forhold (Skrede, 2017, s. 114).

Sosial praksis

Videre i *den sosiale praksisen* undersøkes sjangre, diskurser og stiler (Skrede, 2017, s. 33-34). *Sjanger* blir gjerne forstått som en type eller art eller en sosial kontrakt mellom tekstskaper og adressat, ved at sjangeren utgjør et sett normer for hvordan vi skal kommunisere og utføre sosiale handlinger i ulike sammenhenger (Skovholt & Veum, 2014, s. 42). Dette kan innebære alt fra for eksempel nyheter, til jobbintervju, rapporter og TV-reklamer (Fairclough, 2010, s. 232). Sjangre er kulturelt betinget og finnes på flere ulike nivåer, som kan føre til at de endres over tid (Hågvar, 2007, s. 27). Videre legger sjangeren bestemte føringer og regler for hvordan teksten skal utformes, noe som er nødvendig for at leseren skal forstå hva teksten forsøker å formidle (Hågvar, 2007, s. 27).

Diskurser er måter å representere på (Skrede, 2017, s. 35; Johannessen, Rafoss & Rasmussen, 2018, s. 55). Diskursene påvirkes av sjangrene de forholder seg til, og er delaktige i å dreie samfunnet i visse retninger, ifølge Skrede (2017, s. 35). Eksempler på ulike diskurser kan være en utdanningsdiskurs, en mediediskurs og en helsediskurs.

Stil er ifølge Fairclough (2010, s. 232) identiteter, eller «ways of being», i deres semiotiske aspekt. Her kan man undersøke tiltalemåten, det vil si hvordan tekstens avsender framstiller seg i forhold til mottakergruppen, samt påstandssikkerheten, som betegner grad av sikkerhet som fremstilles og hvilken autoritet som uttrykkes (Birkeland, 2018, s. 13). Fairclough kaller dette *transitivitet* og *modalitet* (Fairclough, 2003, i Birkeland, 2018, s. 13). For eksempel kan pronomenbruk si noe om transitiviteten. Når *du* blir brukt i offentlige instanser, som i reklamer og kundebrev, er det ofte et forsøk på å tilsløre avstanden som egentlig foreligger mellom avsender og mottaker, ifølge Skovholt & Veum (2014, s. 95). Relasjonen som tekstskaper forsøker å skape kalles for *pseudointimitet* (Skovholt & Veum, 2014, s. 95). Videre trekkes det gjerne et skille mellom epistemisk og deontisk modalitet (jf. Skovholt & Veum, 2014, s. 88). *Epistemisk modalitet* betegner grad av sannsynlighet eller sikkerhet, mens *deontisk modalitet* om hvor ønskelig eller nødvendig en oppfordring eller et løfte er (Skovholt & Veum, 2014, s. 88-89). Videre skriver Skovholt & Veum (2014, s. 92-93) at det i digital

kommunikasjon er vanlig å markere modalitet ved bruk av emoji'er og andre grafiske tegn, som utropstegn.

Når sjangre, diskurser og stiler settes sammen, kan en snakke om *diskursordener*; det vil si en viss stabilitet i den sosiale praksisen som gjør dem gjenkjennelige og noenlunde ordnet (Skrede, 2017, s. 38). Fairclough (2010, s. 232) beskriver diskursordener som bestemte konfigurasjoner av forskjellige sjangre, diskurser og stiler – en sosial strukturering av semiotiske forskjeller, en bestemt sosial orden av forhold mellom forskjellige former for meningsskaping (Fairclough, 2010, s. 232-233). Et eksempel på en diskursorden kan være den medisinske diskursordenen, hvor beskrivelser av diagnoser, sykdom og behandlingsmåter vil være en sentral del av denne (Skrede, 2017, s. 38).

Intertekstualitet, interdiskursivitet og rekontekstualisering

Fairclough introduserer også begrepene intertekstualitet og interdiskursivitet, hvor førstnevnte gjerne plasseres i de sosiale begivenhetene, mens sistnevnte i den sosiale praksisen (jf. Skrede, 2017, s. 52). *Intertekstualitet* beskrives gjerne som studiet av relasjonen mellom en tekst og andre tekster – hvordan forskjeller tekster trekker på hverandre (Skrede, 2017, s. 51). Intertekstualitet kan komme til uttrykk ved at ord, sitater, tankeganger, ideer og uttrykksmåter reproduseres og gjenskapes i nye kontekster (Ledin & Moberg, 2019, s. 197), og kan derfor også endre tidligere tekster og restrukturere eksisterende konvensjoner, sjangre og diskurser (Skrede, 2017, s. 51). Intertekstualitet kommer først til uttrykk i analysen av eksterne tekstrelasjoner, ettersom det dreier seg om forholdet mellom en tekst og andre tekster (jf. Skrede, 2017, s. 51).

Når en trekker på flere sjangre og diskurser uten at disse nødvendigvis har et identifiserbart tekstuell opphav, er det et tilfelle av *interdiskursivitet*, hvor referansene typisk er mer abstrakte enn ved tilfeller av intertektualitet (Skrede, 2017, s. 53). Et begrep som er beslektet med intertekstualitet og interdiskursivitet, er *rekontekstualisering* (Skrede, 2017, s. 53). Dette handler om at prinsipper som gjelder eksterne diskurser og praksiser internaliseres i visse organisasjoner, for eksempel skoler og mediebedrifter (Fairclough, 2010, s. 368-369). Diskurser som oppstår i et bestemt sosialt felt eller institusjon kan altså bli rekontekstualisert i andre felt eller institusjoner (Fairclough, 2010, s. 233), som innebærer at det oppstår nye hybrider (Skrede, 2017, s. 54).

Sosiale strukturer

I de sosiale strukturerne er det de samfunnmessige makroforholdene som beskrives (Skrede, 2017, s. 32). Det dreier seg om å diskutere hvordan diskursene som en slik praksis etablerer, påvirker og påvirkes av andre sosiokulturelle praksiser som ikke er direkte forbundet med teksten (Hågvar, 2013, s. 204). Dette kan for eksempel dreie seg om hvordan en etablert måte å tenke og skrive på henger sammen med sosioøkonomiske eller politiske forhold, ifølge Hågvar (2013, s. 204). Fairclough, slik han tolkes i Winther Jørgensen & Phillips (1999, s. 78), mener dessuten at det kan være behov for et tverrfaglig perspektiv i de sosiale strukturerne.

I dette prosjektet vil jeg benytte tidligere forskning vedrørende regjeringens diskursive muliggjøring av koronapolitikken (Gjerde, 2022), teori om strategisk kommunikasjon, samfunnsansvar og interessenter, samt nyhetsmedier og sosiale medier (som representerer de primære og sekundære kommunikasjonskanalene i utvalget). Hensikten er å undersøke om noen av diskursene som identifiseres av Gjerde (2022) også kommer til uttrykk i mitt materiale, ettersom det er snakk om samme tidsperiode (kontekst), hvor pandemien danner rammen for kommunikasjonen. I så fall vil det være snakk om intertekstualitet, interdiskursivitet og/eller rekontekstualisering av disse diskursene. Teori omhandlende regjeringens diskursive praksis under koronapandemien (Gjerde, 2022), strategisk kommunikasjon, samfunnsansvar, interessenter, nyhetsmedier og sosiale medier vil kunne komme til uttrykk i analysen av den sosiale praksisen; men i de sosiale strukturerne, som jeg plasserer i oppgavens drøftingsdel (5.0), vil aspekter vedrørende disse teoretiske perspektivene opp mot analytiske funn diskuteres mer inngående. Teori om strategisk kommunikasjon anser jeg som høyst relevant ettersom SATS som et stort selskap må ha et bevisst forhold til sin eksternkommunikasjon. Deres visjon om å ta vare på folkehelsen gjør at jeg også anser teori om samfunnsansvar som relevant. Med tanke på hvem de forsøker å nå gjennom de ulike kommunikasjonskanalene vil det være hensiktsmessig å si noe om ulike interessenter. Dette vil jeg se i sammenheng med de primære og sekundære kommunikasjonskanalene.

2.4 Regjeringens diskursive muliggjøring av koronapolitikken

Som nevnt innledningsvis ønsker jeg å undersøke hvilke diskurser som kommer til uttrykk i SATS' kommunikasjon, dette ved hjelp av diskursene Gjerde (2022) identifiserer i forbindelse med regjeringens diskursive muliggjøring av koronapolitikken, under pandemiens første bølge. Ved å analysere hvordan regjeringens diskurser skapte en forståelse av pandemien, ønsker han å denaturalisere smittevernregimet som ble innført i mars 2020 (Gjerde, 2022, s. 31). Han identifiserer en krisediskurs, en dugnadsdiskurs, en krigsdiskurs og en ekspertisediskurs (Gjerde, 2022, s. 29).

Krisediskursen kommer blant annet til uttrykk gjennom uttalelser som «denne våren gjennomlever Norge i likhet med resten av Europa og verden en krise vi ikke har sett maken til siden annen verdenskrig», som utenriksministeren først uttaler (Søreide, 5. mai 2020). Mens regjeringens opprinnelige tilnærming i utgangspunktet var liberal og biopolitisk, måtte den liberale delen stadig vike for en mer autoritær biopolitikk, særlig etter 12. mars 2020 (Gjerde, 2021a, s. 263). Situasjonen betraktes heretter som svært alvorlig, og krisen blir altoppslukende (Gjerde, 2022, s. 35). Handlekraft kreves på grunn av usikkerheten skapt av en endret og truende situasjon for å kunne ivareta samfunnets kritiske funksjoner, og drakoniske tiltak kobles med nødvendighet, på grunn av faren for samfunnskollaps og massedød i fraværet av tiltakene (Gjerde, 2022, s. 35).

Krisediskursen tilbyr en måte å forstå pandemien på, som en *folkehelsekrise*, ifølge Gjerde (2022, s. 36). Regjeringen sprer krisen videre til nye sektorer, og dermed skapes utfordringer som regjeringen må løse (Gjerde, 2022, s. 36). Krisediskursen og *smittevernshelleskapet* naturaliseres (Gjerde, 2022, s. 36): For eksempel har Ropstads «største bekymring ... hele veien vært hvordan de strenge smitteverntiltakene slår ut for barn og unge som har det vanskelig», og regjeringen «gjør alt de kan» for å begrense disse problemene, mens befolkningen anbefales å holde et våkent øye med unge naboers, familiemedlemmers og bekjentes situasjon (Ropstad, 4. april 2020).

Dugnaden kobler mennesker som er fysisk adskilt på grunn av smittevernspolitikken sammen til et smittevernshelleskap (Gjerde, 2022, s. 37). Dette samholdet i isolasjon er gjennom regjeringens meningsdannelse, som innebærer en desentralisert, uformell styringsform, hvor individet får ansvaret for å løse oppgaver på vegne av regjeringen (Gjerde, 2021b, s. 479). *Dugnadsdiskursen* konstituerer Norge som et fellesskap og artikuleres innenfor det biopolitiske rammeverket (Gjerde, 2022, s. 37). Målet er å få borgerne med på en dugnad

hvor de administrerer sin egen helse, for å beskytte de utsattes liv og de samfunnskritiske funksjonene som avhenger av at pandemien ikke spinner ut av kontroll (Gjerde, 2022, s. 37). Dugnadsdiskursen bidrar på denne måten til å se pandemien som en *samfunnskrise*, hvor dugnaden omfavner alle sosiale sfærer (Gjerde, 2022, s. 37). Dette for å ta vare på de som er mest utsatte, som de eldre og kronisk syke (Solberg, 13. mars 2020). Å vise hensyn til hverandre, ta en telefon til enslige, være på vakt og unngå å hamstre mat er alle eksempler på dugnadspraksiser (Gjerde, 2022, s. 37). Regjeringen representerer pandemien som en krise som kan løses av gode borgere, som yter for sine medmennesker i smittevernfellesskap (Gjerde, 2022, s. 37). Riktig atferd i form av lydighet kobles sammen med autoritære tiltak som den sosiale medisinen som beskytter liv og samfunn (Gjerde, 2022, s. 37). Formelt er dugnaden frivillig, men fullstendig frivillig er den ikke, da fraværende frivillighet kan skade dugnadsånden og dens integrerende egenskaper og erstatte regjeringens desentraliserte styring via fellesskapet med desentralisert sosial kontroll, samt skape konfliktlinjer mellom de som deltar og de som ekskluderes (Gjerde, 2022, s. 37).

Dugnadsdiskursen og krsediskursen møtes i *krigsdiskursen* (Gjerde, 2022, s. 38). Disse artikuleres interdiskursivt, og krigslogikken gjennomsyrrer regjeringens representasjoner av pandemien (Gjerde, 2022, s. 38). Krisen militariseres, og drakoniske tiltak blir en selvfølge for å ivareta befolkningens sikkerhet (Gjerde, 2022, s. 38). Krigsdiskursen er autoritær fordi den i samspill med krsediskursen tilrettelegger for sosial kontroll og tvang mellom borgerne, samtidig som den legitimerer og krever drakoniske tiltak og fungerer som et liberalt styringsverktøy ved at den motiverer borgerne til å frivillig delta som selvstyrende smittevernere i kampen mot viruset (Gjerde, 2022, s. 39). Ekspertisediskursen kommer til uttrykk ved at regjeringen i stor grad lener seg på fagkunnskap og vitenskap (Christensen & Lægroid, 2020a, s. 722). Gjennom å både lene seg på ekspertise og konstituere tiltakene som basert på helhetsvurderinger, naturaliseres smittevernregimet, ifølge Gjerde. Bildet som males av situasjonen som en krig og en krise settes i en ekvivalenskjede med objektivitet, helhetsvurdering og balanse; nødvendigheten regjeringen fremhever blir slik objektiv og udiskutabel (Gjerde, 2022, s. 39).

De fire diskursene manifesteres alle i *smitteverneren*, som konstitueres via den moralske og rasjonelle ansvarliggjøringen som regjeringen kaller «frihet under et stort ansvar» (Mæland, 15. april 2020). Diskursene former hvordan vi forstår og lever under pandemien, og via regjeringens pressekonferanser og andre plattformer flyter denne representasjonen av

virkeligheten diffust gjennom sivilsamfunnet (Gjerde, 2022, s. 40). Videre motiverer disse diskursene til handlinger om at medmennesker skal beskyttes (Gjerde, 2022, s. 40).

Smittevernet blir en disiplinerende maktform, hvor individet ansvarliggjøres, mens de som ikke vil eller kan posisjonere seg om smittevernere utestenges fra samfunnet (Gjerde, 2022, s. 41). Gjennom selvisolasjon beskytter smitteverneren seg selv, sine medmennesker og staten, og operasjonaliserer regjeringens diskurser gjennom selvofrende praksiser, som både individualiserer og kollektiviserer (Gjerde, 2022, s. 41).

2.5 Modaliteter og multimodalitet

En *modalitet* er en måte å skape mening på, og ifølge Maagerø & Tønnesen (2014, s. 24) er alle tekster i prinsippet multimodale, som vil si at de består av flere typer modaliteter på samme tid. For eksempel egner språk som modalitet seg til å beskrive noe, utvikle argumenter for og imot noe, forklare noe eller lignende (Maagerø & Tønnesen, 2014, s. 26). Andre eksempler på modaliteter kan være bilder og tale (Engebretsen, 2010, s. 19-20). *Multimodale tekster* vil si tekster som er sammensatt av flere typer semiotiske ressurser, også kalt meningsressurser (Engebretsen, 2010, s. 19-20). Multimodalitetsteori har sin bakgrunn fra fagtradisjonen sosialemiotikk (Engebretsen, 2010, s. 19). Når vi har etablert at en gitt type aktivitet eller gjenstand konstituerer en semiotisk ressurs, blir det mulig å beskrive dens semiotiske potensial, eller potensialet for meningsskapning, skriver van Leeuwen (2005, s. 4). I en diskursanalyse, enten den er multimodal eller ei, er formålet at meningspotensialet skal synliggjøres (Eriksson & Machin, 2019, s. 263). Dette kan for eksempel innebære å si noe om det underliggende meningspotensialet ved fargebruken; om de er kraftige, blasse eller svake, og hva dette har å si for meningen (Skrede, 2017, s. 96). Farger kan bli brukt for å skape sammenheng og fungere identitetsskapende (Skovholt & Veum, 2014, s. 126). Også i tekst kan en peke på hvordan skrifttype som modalitet kan få konsekvenser for meningspotensialet (Skrede, 2017, s. 101). Meningen kan dempes eller forsterkes ved bruk av grafiske tegn som utropstegn samt emoji, det vil si tegn i form av blant annet smilefjes, som er typisk for kommunikasjonen på sosiale medier (Skovholt & Veum, 2014, s. 92-93).

Tekstens mening realiseres i samspillet mellom de ulike modalitetene, på samme måte som alle trekk ved språket er med på å gi den verbalspråklige teksten mening (Maagerø & Tønnesen, 2014, s. 24). Dette kan knyttes til begrepet *multimodal kohesjon*, som vil si at ulike mekanismer virker sammen og skaper relasjoner mellom elementene (Engebretsen, 2010, s.

24). Analyse av visuelle ressurser må alltid ses i sammenheng med de andre semiotiske ressursene i teksten, ifølge Skovholt & Veum (2014, s. 77). Når vi skal analysere ulike sammensatte tekster kritisk, må vi ta som utgangspunkt i at virkeligheten blir konstruert ved hjelp av semiotiske ressurser (Skovholt & Veum, 2014, s. 77). Skovholt & Veum (2014, s. 131) skriver at de oppfatter multimodale tekster som helheter og «leser» ikke hver modalitet for seg – likevel kan det være nyttig å ta for seg ulike modaliteter og se hvordan disse samspiller med den helhetlige teksten.

Dersom materialet en analyserer består av flere ulike typer modaliteter, kan det være aktuelt å gjøre en *multimodal diskursanalyse*. Tanken bak en slik analyse er at det fins kapasitet for å skape mening eller betydninger, enten det dreier seg om en tekst, et bilde eller en film (Eriksson & Machin, 2019, s. 263). I denne oppgaven består materialet av en børsmelding, avisreportasjer (én av dem i form av et videointervju), en pressemelding og Instagram-innlegg. Flere av disse inneholder bilder, som igjen består av flere modaliteter. Dermed anser jeg det som hensiktsmessig å gjøre analysen multimodal, ettersom mening vil kunne skapes og komme til uttrykk også gjennom bilder og andre modaliteter.

2.5.1 Meningspotensialet i bilder: Bildehandling og utsnitt

På samme måte som ordvalg og setningskonstruksjon vil virke inn på den meningen som blir skapt i tekst, vil semiotiske ressurser som bakgrunn, fargebruk, kroppsposisjon og lignende virke inn på hva slags inntrykk seeren får av den eller det som blir framstilt visuelt, for eksempel i et foto (Skovholt & Veum, 2017, s. 63). Bilder kan være mer eller mindre abstrakte, eller de kan forestille noe konkret, som for eksempel mennesker på et bestemt sted, til en bestemt tid (Eriksson & Machin, 2019, s. 264). Et fotografi presenterer ikke nødvendigvis virkeligheten slik den er, ifølge Skovholt & Veum (2014, s. 63) – på samme vis er det med diskursbegrepet og hvordan virkeligheten, gjennom språket, konstrueres. Det er heller slik at fotografiet gir en fremstilling av en person eller et objekt, som er resultatet av ulike valg – semiotiske ressurser som bakgrunn, fargebruk og kroppsposisjon vil kunne få konsekvenser for den virkeligheten som blir framstilt (Skovholt & Veum, 2014, s. 63). Pressefotografier har imidlertid som en viktig funksjon at de skal dokumentere og skape troverdighet hos leserne – derfor er det som regel stor likhet mellom virkeligheten og det som vises på bilder tatt av pressen (Skovholt & Veum, 2014, s. 69).

I analysen av bildene vil jeg ta for meg bildehandling i form av blikk, samt utsnitt, slik de beskrives av Skovholt & Veum (2014, s. 104-106) og Jewitt & Oyama (2001, s. 146). Disse ressursene kan bidra til å se hvilken relasjon som forsøkes å etableres mellom den avbildete og seeren. På samme måte som språket kan brukes for å utføre handlinger, skape roller og relasjoner, kan visuelle fremstillinger skape kontakt med seeren gjennom *bildehandlinger* (Skovholt & Veum, 2014, s. 104). *Blikk* er et eksempel på en slik ressurs, som kan brukes for å skape kontakt med seeren (Skovholt & Veum, 2014, s. 104). Blikket kan tildele mottakeren en rolle som givende eller *krevende*, hvor et direkte blikk i kamera typisk vil kreve noe fra mottakeren (Skovholt & Veum, 2014, s. 104-105). Når de avbildete ikke ser i kamera, får mottakeren en mer observerende rolle; ofte *givende* (Skovholt & Veum, 2014, s. 105). Når det kommer til *utsnitt*, dreier dette seg om hvor nær den visuelle fremstillingen går inn på den eller den avbildete, som igjen kan skape ulike grader av symbolsk *nærhet* eller *distanse* (Skovholt & Veum, 2014, s. 106). Jewitt & Oyama skiller mellom tre nivåer utsnitt: et *nært* eller *ultranært* som kun viser hodet og skuldre indikerer et intimt eller personlig forhold mellom den avbildete og seeren, et *halvtotalt* som viser personen fra livet konstruerer et sosialt forhold, mens et *heltotalt* som viser hele kroppslengden konstruerer et upersonlig forhold (Jewitt & Oyama, 2001, s. 146). I tillegg vil jeg merke meg layouten, som sier noe om hvordan sakene vinkles. Hågvar (2013, s. 209) peker på hvordan layouten i et nyhetsoppslag bestemmer hva vi er ment å reagere på. Den kommer til uttrykk blant annet gjennom tittelvalg, -bilde og ingress.

2.6 Strategisk kommunikasjon

«Det er altså forskjellige former for kommunikasjon som virksomheter har med forskjellige aktører i omgivelsene som kalles public relations (PR) eller strategisk kommunikasjon», skriver Ihlen (2013, s. 11). Videre sier han at PR og strategisk kommunikasjon også kan betegnes som selvstendige akademiske tradisjoner, der strategisk kommunikasjon er bredere og i tillegg bygger på innsikter fra andre fagfelt, som organisasjonskommunikasjon og markedsføring (Ihlen, 2013, s. 11). I denne oppgaven vil jeg ikke skille mellom PR og strategisk kommunikasjon, men benytter meg av ordens skyld av begrepet strategisk kommunikasjon. Allern (2001, s. 18) skriver at det er viktig å skille mellom strategisk kommunikasjon og reklame, da markedsføringen i reklame typisk er åpenlys, ensidig og preget av overdrivelser. I en PR-strategi rettet mot massemedier vil målet heller være at

produktet, tjenesten eller organisasjonen får positiv omtale, «filtrert og presentert som et journalistisk vurdert produkt» (Allern, 2011, s. 18).

I og med at jeg er interessert i den generelle kommunikasjonen i forbindelse med koronapandemien og ikke markedsføringen av et konkret produkt eller tjeneste, mener jeg det er mest hensiktsmessig å benytte termen strategisk kommunikasjon fremfor markedsføring. Dette eksemplifiseres ved at materialet består av reportasjer fra landsdekkende aviser, da journalistiske tekster faller innunder det strategiske kommunikasjonsarbeidet fra SATS' side. Jeg anser det dessuten som hensiktsmessig å benytte begrepet strategisk kommunikasjon med tanke på den store og varierte gruppen mennesker SATS forsøker å nå ut til. SATS tilbyr et inkluderende fokus ved å være en aktør innen folkehelse, da det dreier seg om helse på befolkningsnivå. Medlemmene vil følgende kunne bestå av folk i alle aldre, på ulike nivåer og med ulik bakgrunn og forskjellige interesser og mål innenfor trening og fysisk aktivitet.

2.6.1 Interessenter

Innenfor fagfeltet strategisk kommunikasjon hører man ofte snakk om målgrupper og interessenter. Det vanligste begrepet er imidlertid interessenter, ifølge Ihlen (2013, s. 44). Freeman definerer interessenter som «any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization's objectives» (Freeman, 1984, s. 46, sitert i Ihlen, 2013, s. 45). En viktig funksjon ved interessentbegrepet er at det peker på det relasjonelle aspektet mellom en virksomhet og dens omgivelser, ettersom disse påvirker hverandre. Kjerneideen er at en virksomhets suksess er avhengig av de relasjonene den kan bygge til nøkkelgrupper, som kunder, ansatte, leverandører, lokalsamfunnet, politikere, eiere og andre, og at dette påvirker virksomhetens evne til å nå sine mål. I interessenteori har det blitt trukket et skille mellom interessenter med en primær rolle og interessenter med en sekundær rolle (Ihlen, 2011, s. 65-66). Mens førstnevntes støtte er helt avgjørende for et selskap; for eksempel kunder og ansatte, er sistnevnte relasjoner som oppstår som følge av selskapets aktiviteter og som påvirkes direkte eller indirekte – for eksempel lokalsamfunn, medier eller politikere (Ihlen, 2011, s. 65-66). Når jeg i denne oppgaven spør hvordan SATS har kommunisert under koronapandemien, ser jeg på kommunikasjon som er offentlig tilgjengelig, og ikke for eksempel e-poster og meldinger til SATS' medlemmer. Likevel kan jeg gjennom Instagram se i hvilken grad kommunikasjonen rettes mot medlemmene, gjennom tiltalemåte og den mer generelle stilen. Nyhetsmediene, som de store norske avisene, retter seg derimot typisk mot et bredere publikum. Hvem SATS forsøker å nå med kommunikasjonen, og ikke minst hvilke

konsekvenser dette får for språkvalgene, er en sentral del av oppgavens problemstilling – derfor anser jeg det som hensiktsmessig å skille mellom begrepene primær- og sekundærinteressenter.

2.6.2 Samfunnsansvar

Samfunnsansvar kan sies å være virksomheters forsøk på å balansere sine relasjoner til interessenter og samfunnet som sådan (Ihlen, 2013, s. 72). Fenomenet har blitt møtt med kritikk; blant annet har kritikerne pekt på at det kan stjele ressurser, at det kan foreligge skjulte kostnader og manglende legitimitet, for å nevne noe (Ihlen, 2011, s. 55-56). Tross kritikken er likevel den allmenne oppfatningen at samfunnsansvar lønner seg, både for samfunnet og næringslivet (Ihlen, 2011, s. 62). Ihlen (2011) peker videre på at ved å ta samfunnsansvar kan en oppnå bedre omdømme, tiltrekke seg kunder, arbeidstakere og investorer. SATS' visjon om å bidra til å gjøre folk sunnere og gladere ved være en viktig folkehelseaktør (SATS, u.å.) kan anses som en form for samfunnsansvar, da det som tidligere nevnt dreier seg om helse på et befolkningsnivå, og kanskje spesielt fordi inaktivitet blir ansett som en stor utfordring i dagens samfunn (Meld. St. 19 (2014-2015), s. 52). Ved å tilby en arena for fysisk aktivitet, kan man snakke om en form for samfunnsansvar – samtidig som det er dette som gir SATS profitt.

2.7 Primære og sekundære kommunikasjonskanaler

2.7.1 Nyhetsmedier

«Journalistikk drives på uavhengig basis, til forskjell fra alle former for informasjon- og PR-virksomhet», skriver Brurås (2020, s. 17). Mediene ivaretar visse funksjoner som er nødvendige og verdifulle i et velfungerende demokrati, ved at pressen har en demokratisk og kulturell rolle som informasjonsformidler, som overvåker og som arena for den samfunnsdebatten som er nødvendig i et demokrati (Brurås, 2020, s. 37-38). Fordi en fri presse er nødvendig for et velfungerende demokrati, sitter pressen med et informasjonsansvar; dette innebærer å informere folk om saker av samfunnsmessig betydning, ifølge Brurås (2020, s. 38-40). Han skriver videre at pressens opphavsgivere er leserne, lytterne og seerne, og skal på denne måten bidra til at «vi alle er informert om hva som skjer i det offentlige liv (...)» (Brurås, 2020, s. 40). Et oppslag i en stor avis kan påvirke dagsordenen i samfunnsdebatten, ettersom mediene har makt til å synliggjøre, men også definere problemstillinger bort fra dagsordenen, ifølge Allern (2001, s. 20). På denne måten kan de sakene som løftes fram i

media og ikke minst måten disse presenteres på, få stor betydning for både enkeltpersoner og virksomheters omdømme, på kort eller lang sikt.

2.7.2 Sosiale medier

Ifølge Siapera (2014, s. 35) er noe av det som kjennetegner dagens mediesamfunn en demokratisering av media, hvor brukeren har en mer aktiv og deltakende rolle. Dette innebærer at «alle» deltar, ikke bare journalister (Siapera, 2014, s. 35). Sosiale medier er kanskje det fremste eksempelet på denne utviklingen, hvor brukerne skaper og deler innhold med hverandre. Det at brukerne er mer aktive i sosiale medier, gjør at dialogen og interaksjonen mellom SATS på den ene siden, og deres følgere på den andre, kan oppleves nærmere. Hvordan dette får konsekvenser for kommunikasjonen og måten SATS henvender seg til sine følgere, kan bli interessant å undersøke nærmere i analysen. Wiken (2020, s. 1-2) skriver at Instagram i 2020 var den raskest voksende formen for sosiale medier i Norge, og at Instagram skiller seg fra andre sosiale medier ved å være en bildebasert plattform. Selv om bilder er av stor betydning på sosiale medier generelt, er bilder selve hovedformen for kommunikasjon på Instagram, hvor hvert innlegg består av et bilde med mulig tilhørende bildetekst (Wiken, 2020, s. 2). Instagram og sosiale medier er dessuten i kontinuerlig endring i dagens samfunn. For eksempel har bruken av funksjonen «reels» (korte videosnutter) blitt stadig mer utbredt på Instagram i løpet av 2021 og 2022.

3.0 Metode

Mens kvantitative tilnæringer benyttes i studier av store grupper og dermed med et stort datamateriale, benyttes kvalitative tilnæringer i studier av prosesser, relasjoner og kvalitative egenskaper (Ekström & Johansson, 2019, s. 17). Hitching & Veum skriver at diskursanalytiske tilnæringer først og fremst er kvalitative og fortolkende, da dataene som undersøkes «ikke kan kvantifiseres og måles på samme måte som naturgitte fenomener» (Hitching & Veum, 2011, s. 18).

3.1 Begrunnelse for valg av metode

Diskursanalyse som metode ble valgt på bakgrunn av at jeg er interessert i å gå i dybden på SATS' kommunikasjon under koronapandemien. Med tanke på hvordan koronapandemien

som kontekst omslutter kommunikasjonen, så jeg diskursanalyse som et egnet valg; mer spesifikt ble Faircloughs kritiske diskursanalyse valgt for å kunne se språkbruk på et relativt detaljert nivå i relasjon til konteksten. Hvordan SATS henvender seg til mottakerne gjennom ulike kanaler, vil kunne besvares ved hjelp av Faircloughs analytiske begrep transitivity i den sosiale praksisen. Hvilke diskurser som er fremtredende, vil også kunne avdekkes i analysen av den sosiale praksisen. Ved hjelp av tidligere forskning av Gjerde (2022) vil det være mulig å se hvorvidt diskursene intertekstuelle og interdiskursivt henger sammen. Fordi materialet består av flere modaliteter enn tekst; for eksempel bilder, farger, lyd og tegn i form av emoji'er, anser jeg det som relevant å gjøre en multimodal diskursanalyse. Jeg inkluderer derfor en egen del for multimodal analyse for hver tekst som analyseres – unntaket er børsmeldingen den 12. mars 2020, som kun består av tekst. I de resterende tekstene vil jeg ta for meg modalitetene, diskutere deres meningspotensiale, samt det multimodale samspillet.

3.2 Analysemodell: Fairclough

Faircloughs kritiske diskursanalyse bestående av sosiale begivenheter, sosial praksis og sosiale strukturer (jf. Skrede, 2017, s. 29-31) danner grunnlaget for denne oppgavens analysemodell. Som nevnt ønsker jeg også å se hvilke andre modaliteter som er fremtredende, samt deres meningspotensial og samspill. Analysen struktureres etter pandemiens perioder med nedstengninger og gjenåpning i 2020 (de sosiale begivenhetene), hvor hver tekst er med på å representere disse periodene. Under utvalgsprosessen forsøkte jeg å finne tekster som representerer disse periodene på best mulig måte – hvordan jeg gikk fram for å identifisere disse, vil jeg komme tilbake til i kapittel 3.3.1 om datainnsamling og utvalg. Analysen gjøres kronologisk, hvor jeg starter med mars 2020 (nedstengning), deretter juni 2020 (gjenåpning), så november og desember 2020 (ny nedstengning). Jeg vil under redegjørelsen for utvalgsprosessen tydeliggjøre forskjellen mellom primær- og sekundærkommunikasjon. Primærkommunikasjonen har i enkelte tilfeller ulike rammer, da de befinner seg i ulike sjangre. Dette vil jeg ta høyde for i analysen, ved å diskutere sjangeren som et eget analysemoment. Det er også viktig å nevne at jeg ikke har et helt fastsatt analyseskjema, men vil ta for meg noen analytiske begrep mer inngående i enkelte tilfeller, hvor jeg anser disse som spesielt relevante basert på hvor fremtredende de er i hver enkelt tekst. Mens jeg i analysen av én tekst vil bruke mer plass på å snakke om transitivity, vil jeg i en annen tekst snakke mer om epistemisk modalitet, for eksempel. Dette får konsekvenser for analysens

inndeling og mellomtitler, som vil variere noe fra tekst til tekst. Etter hver begivenhet (mars, juni eller november/desember), vil jeg oppsummere hovedfunnene i et eget kapittel.

Hver tekst jeg analyserer representerer en del av *de sosiale begivenhetene*, det vil si nedstengingene og gjenåpningen. Først vil jeg gå nærmere inn på teksten, det vil si de interne tekstrelasjonene. Her vil ordvalgene; om disse er positivt eller negativt ladet, samt hyppigheten av bestemte ord, gjøres rede for. De eksterne tekstrelasjonene, det vil si tekstens forhold til andre tekster, sosiale praksiser og sosiale strukturer (Fairclough, 2003, s. 36, i Skrede, 2017, 51), vil jeg også ta høyde for, som dessuten gir mulighet til å sammenligne tekstene med hverandre. På denne måten kan tilfeller av intertekstualitet identifiseres. Også andre modaliteter enn tekst vil gjøres rede for i en del om multimodal analyse. Jeg vil se på bildene som modalitet i seg selv, men også hvilke andre modaliteter som fins i selve bildet, samt det underliggende meningspotensialet som kommer til uttrykk når man ser modalitetene i relasjon til hverandre, det vil si det multimodale samspillet. I analysen av noen tekster velger jeg å gjøre den multimodale analysen før jeg ser nærmere på teksten mer inngående. Her er jeg spesielt interessert i å undersøke bildehandling i form av blick og bildenes utsnitt, samt layouten, som beskrevet i teorikapittel 2.5.1. I tillegg vil jeg se på hvordan bruk av emoji'er og symboler får konsekvenser for meningspotensialet.

Deretter vil jeg se på språkvalgene i relasjon til konteksten – *den sosiale praksisen*. I presentasjonen av utvalget vil jeg på forhånd si noe om hva som kjennetegner de ulike sjangrene tekstene befinner seg i, men vil også redegjøre for dem og diskutere dem i analysen, og se dette i lys av språkvalgene. For å si noe om transitiviteten vil jeg undersøke hvordan SATS henvender seg til mottakerne – blant annet gjennom pronomenbruk, men også mer generelle formuleringer, uttrykk og ordvalg i forbindelse med henvendelser. Uttrykk preget av ord som «kanskje», «muligens» og lignende vil for eksempel virke dempende på den epistemiske modaliteten, det vil si grad av påstandssikkerhet. Tilfeller av, samt høy eller lav grad av deontisk modalitet, vil også kunne komme til uttrykk i kommunikasjonen – kanskje spesielt i forbindelse med smittevern og renholdsrutiner. Det kan bli interessant å se i hvilke tilfeller en kan identifisere høy eller lav grad av epistemisk og/eller deontisk modalitet, og hvorvidt dette varierer i de ulike kanalene. Tilfeller av interdiskursivitet og rekontekstualisering vil også kunne komme til uttrykk i analysen av den sosiale praksisen. Etter hvert som ord, uttrykksmåter og formuleringer viser seg gjentakende og dermed bidrar til å skape en virkelighetsrepresentasjon, kan man snakke om ulike diskurser. Når stil, sjangre

og diskurser kobles sammen, kan ulike *diskursordener* identifiseres (Skrede, 2017, s. 38). Diskursordenene vil jeg definere på bakgrunn av summen av disse analysemomentene, og derfor plassere dem i hvert oppsummeringskapittel for hver begivenhet.

De sosiale strukturene vil jeg diskutere mer inngående i oppgavens drøftingsdel, blant annet med utgangspunkt i hvilke diskurser som identifiseres i analysen, og som en videreføring av funnene sett opp imot teori om strategisk kommunikasjon, samfunnsansvar, interesser, nyhetsmedier og sosiale medier.

3.3 Praktisk fremgangsmåte

Innen diskursanalyse brukes gjerne hypoteseutviklende metode (Hitching & Veum, 2011, s. 18). Det er vanlig å skille mellom deduktiv og induktiv metode, hvor deduktiv metode går ut på å ta utgangspunkt i en teori, mens induktiv tilnærming starter med dataene og formulerer nye teoretiske begreper basert på egne funn (Hitching & Veum, 2011, s. 18). *Abduksjon* er en kombinasjon av disse, som går ut på at man starter med noen observerte forekomster eller fenomener, men uten forhåndsformulerte hypoteser (Hitching & Veum, 2011, s. 18). I denne oppgaven valgte jeg selskapet SATS basert på kjennskap til dette fra før. Gjennom deres markedsføring i form av reklame samt innlegg i sosiale medier har jeg gjort meg noen tanker om deres eksternkommunikasjon. Bakgrunnen for valg av tema og problemstilling bunnet i en interesse og nysgjerrighet knyttet til treningssenterbransjens kommunikasjon under koronapandemien. Jeg har ingen forhåndsdefinerte hypoteser som skal testes, men har en åpen tilnærming til funn og resultater. Dermed dreier det seg ikke om en deduktiv fremgangsmåte. Likevel benytter jeg teorier og metoder som er godt etablerte innen forskning fra før, og ikke minst benytter jeg tidligere forskning av regjeringens diskurser under pandemien. Selv utvikler jeg ingen nye begreper og teorier, men tar i bruk allerede eksisterende teorier, metoder og analytiske begreper for å gjennomføre analysen og besvare problemstillingen. Dermed kan det konkluderes med at jeg benytter meg av en abduktiv metode. Dette er en fleksibel fremgangsmåte, da jeg har startet med et teoretisk rammeverk og en plan som har vært åpen for justeringer underveis. Jeg tror dessuten at dette enklere sikrer en sammenheng mellom oppgavens ulike deler, som igjen øker sannsynligheten at oppgavens problemstilling og forskningsspørsmål blir besvart.

Før jeg kunne starte på analysen, var det viktig å både ha et teoretisk rammeverk, samt en plan for innsamlingsprosessen. Utgangspunktet for teorien og metoden startet med diskurs, diskursanalyse og multimodalitet, mens utgangspunktet for tema var SATS' kommunikasjon under koronapandemien. Jeg landet etter hvert mer spesifikt på Faircloughs analysemodell, slik han beskriver den selv (2010) og slik den beskrives av Skrede (2017). Diskursanalyse som det teoretiske og metodiske rammeverket fikk konsekvenser for innsamlingen, da diskursanalyser som tidligere nevnt er kvalitative og fortolkende (Hitching & Veum, 2011, s. 18). Derneft ble det viktig å identifisere hvilke måneder/perioder som var mest interessante. I oppgavens neste del vil jeg presentere hvordan jeg har jobbet i denne datainnsamlings- og utvalgsprosessen, samt presentere og begrunne utvalget jeg til slutt endte opp med. Jeg vil dessuten si noe om de ulike sjangrene, som spiller en viktig rolle i dette prosjektet, da ulike sjangre danner ulike rammer for de ulike tilfellene av kommunikasjon.

3.3.1 Datainnsamling og utvalg

I denne oppgaven benytter jeg meg av det Johannessen, Rafoss & Rasmussen (2018, s. 73) kaller forhåndsutvalg. Dette er en systematisk innsamlingsmåte, hvor målet er å finne et begrunnet og interessant utvalg tekster å analysere (Johannessen, Rafoss & Rasmussen, 2018, s. 73). Ved å ta utgangspunkt i pandemiens ulike perioder opplevde jeg at utvalgsprosessen ble mer systematisk og at det ble enklere å finne relevante tekster. Ved bruk av søkemotoren Retriever/Atekst samt SATS' Instagram-innlegg gjorde jeg et utvalg basert på perioder med nedstengninger og gjenåpningen i juni.

Primærkommunikasjon: Instagram-innlegg, pressemelding og børsmelding

For å finne ut av hvilke medier jeg ville benytte, måtte jeg først undersøke hva som fantes av offentlig tilgjengelig kommunikasjon fra SATS. På Instagram har selskapet en relativt aktiv konto, «satsnorge», som er deres offisielle norske bruker. Her publiseres variert type innhold, for eksempel tips til treningsøkter og andre treningsrelaterte tips og råd; gjerne med humor og glimt i øyet. Tatt antall følgere i betraktning ser Instagram ut til å være en viktig kommunikasjonsplattform for SATS. Under pandemien har SATS brukt Instagram blant annet for å informere om nye rutiner, nedstengninger og gjenåpninger, selv om kommunikasjonen denne perioden også er preget av annet type innhold. Ut ifra innlegg på deres profil identifiserte jeg hvilke måneder SATS stengte og åpnet igjen, for deretter å gjøre et kvalitativt utvalg til analysen. I utvalget ser jeg på to innlegg fra 12. mars 2020, hvor

nyheten om den første nedstengningen annonseres. I tillegg ser jeg på et innlegg i forbindelse med gjenåpningen i juni, i forbindelse med smittevern og nye rutiner på sentrene. I analysen av den siste begivenheten, runde nummer to med nedstengning, analyserer jeg isteden en pressemelding som tilfellet av primærkommunikasjon. Dette fordi annonseringen av den andre nedstengningen på Instagram i stor grad lignet måten de annonserte den første nedstengningen. Jeg anså det derfor som mer relevant å velge et tilfelle av primærkommunikasjon hvor SATS' gir uttrykk for sitt standpunkt i forbindelse med ny nedstengning – dette vil også hjelpe meg å besvare forskningsspørsmål nummer to. Ifølge Wiken (2020) er et viktig kjennetegn ved Instagram at det er en bildebasert plattform, slik mange former for sosiale medier er. Bildene danner hovedformen for kommunikasjonen, ved at hvert innlegg består av et bilde (eller video) med en kort, tilhørende bildetekst (Wiken, 2020, s. 1). Å legge til bildetekst er riktignok valgfritt. Dette gjør det visuelle til det mest iøynefallende på plattformen, dermed kan bildene anses som det viktigste kommunikasjonsverktøyet.

Cirka en måned inn i den andre nedstengningen publiserte SATS en pressemelding hvor de ga uttrykk for bekymring for folkehelsen. Jeg anså denne som relevant å inkludere for å kunne si noe om deres standpunkt i runde nummer to med stengte sentre, da det ikke var SATS selv, men byrådene i Oslo og Bergen (Oslo kommune, 2020; Bergen kommune, 2020, § 5) som innførte nye tiltak og besluttet ny nedstengning. Ifølge Allern (2001, s. 21) er pressemeldingen en gammel propagandateknikk utviklet på 1930-tallet, men har i nyere tid blitt mer mangfoldig og sofistikert, ved at den tilrettelegger for nyheter og appellerer til nyhetsmedienes behov for hel- og halvfabrikata som raskt kan «bli til nyheter» eller underholdning (Allern, 2001, s. 21). Mens reklame typisk er åpenlys og preget av overdrivelser, vil en PR-strategi (som pressemeldingen er et eksempel på) forsøke å oppnå positiv medieomtale for produktet, tjenesten eller organisasjonen (Allern, 2001, s. 18). I tillegg til Instagram-innlegg og pressemeldinger ser jeg på en børsmelding fra SATS fra den 12. mars 2020, hvor de kunngjorde nedstengningen av alle landets sentre. En børsmelding er en nyhet direkte eller indirekte fra selskapet via børsen eller fra børsen selv som kan inneholde både viktig og mindre viktig informasjon om selskapet (Ingwersen, 2020). Jeg anså denne som relevant å inkludere ettersom dette er det første tilfellet av primærkommunikasjon fra SATS i forbindelse med den første nedstengningen. Informasjon og sitater fra børsmeldingen samt lenke til denne brukes dessuten i flere av de store avisene samme dag.

Selv fant jeg den via lenke i Dagens Næringsliv, som var første avis til å omtale nedstengningen.

Sekundærkommunikasjon: avisreportasjer

Selv om SATS' Instagram er en åpen og offisiell konto, når de ikke like bredt som med kommunikasjon gjennom nyhetsmedier, for eksempel landsdekkende aviser. Det er rimelig å anta at SATS først og fremst når sine medlemmer, det vil si sine primærinteressenter, gjennom Instagram. De som velger å følge SATS på Instagram har mest sannsynlig en interesse for dem som ikke deles av alle; en interesse som typisk oppstår som følge av et kundeforhold, selv om deres Instagram-følgere også kan bestå av ikke-medlemmer som er spesielt interesserte i treningssenterbransjen. Uansett er det rimelig å anta at en stor andel av dem er deres egne medlemmer. Fordi eksternkommunikasjon favner bredere enn primærinteressenter, ønsket jeg å finne kommunikasjon som også når ut fler, nærmere bestemt sekundærinteressenter. Nyhetsmediene, nærmere bestemt landsdekkende aviser, er eksempler på sekundærkommunikasjon som vil kunne nå flere enn primærinteressentene (jf. Ihlen, 2011, s. 65-66). For å finne ut av hvordan mediedekningen av SATS har vært under koronapandemien, tok jeg utgangspunkt i månedene jeg hadde identifisert nedstengninger og gjenåpninger, og gjorde et søk i Retriever (Atekst) ved bruk av søkeordene «SATS koron*». Et slikt trunkert søk gjorde at jeg fikk opp alle variasjonene av ordet korona (for eksempel koronapandemi, koronarestriksjoner og koronanedstengning). På denne måten kunne jeg også sammenligne mediedekningen i disse månedene, og se hvilke måneder SATS har fått mest omtale, samt hva sakene dreide seg om. Selv om jeg fikk opp mange saker av relevans, kunne jeg ikke inkludere alle av hensyn til oppgavens omfang, problemstilling og metode. Likevel har jeg forsøkt å gjøre et utvalg som kan si noe om SATS' kommunikasjon under nedstengningene og gjenåpningen. Alle artiklene kan sies å falle inn under sjangeren nyhetsreportasje, som kjennetegnes av at de tar opp en dagsaktuell begivenhet, hvor journalisten drar ut for å undersøke hva som skjer og for å snakke med aktuelle personer (Orgeret, 2018). En av reportasjene tar form av et videointervju.

Nyhetsreportasjer fra de landsdekkende avisene Dagens Næringsliv, TV 2 og Nettavisen utgjør utvalget for oppgaven. Noen av disse ble publisert i flere aviser, så her har jeg gått til primærkilden, det vil si til den avisa som først omtalte saken. Målet er å kunne si noe om hvordan SATS har kommunisert på landsbasis, som gjør det rimelig å velge artikler fra landsdekkende aviser.

Utvalget består av følgende nyhetsreportasjer: «**Sats stenger alle treningsentre midlertidig**» (Dagens Næringsliv, 12. mars 2020), «**Åpner igjen etter tre måneder – dette blir annerledes**» (TV 2, 16. juni 2020), og «**Slår «treningsalarm»: Bekymret for den norske folkehelsen**» (Nettavisen, 17. desember 2020), samt et videointervju: «**Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: - Veldig krevende for folkehelsen**» (Dagens Næringsliv, 5. november 2020).

Noe jeg observerte underveis i innsamlingen og i avgrensningen av avisreportasjer var hvordan medieomtalen avtok med tiden. I utgangspunktet var planen også å inkludere tekster fra 2021, men ettersom medieomtalen avtok så jeg det som tilstrekkelig å begrense utvalget innenfor 2020. En annen ting jeg observerte var at SATS fikk mer omtale i forbindelse med nedstengninger, enn gjenåpninger. Nedstengningene førte til andre begivenheter og temaer som fikk oppmerksomhet i media; et eksempel på dette er treningsturismen. Fenomenet dreide seg om at medlemmer av en senterkjede dro til andre sentre utenfor hjemkommunen for å få trent (Løf, 2020). Fenomenet oppsto under den andre nedstengningen i Oslo og Bergen, som et resultat av at da Oslos sentre stengte, holdt fremdeles sentrene i Asker og Bærum åpne – dette førte til køer og stor pågang utenfor sentrene i disse kommunene (Løf, 2020). Treningsturisme ble altså til et fenomen ettersom samtlige treningscenterkjeder tilbyr en abonnementsstype hvor medlemmene kan benytte flere eller alle av kjedens sentre (Løf, 2020). Jeg har valgt å ikke inkludere reportasjer i forbindelse med treningsturismen, ettersom disse senteres rundt fenomenet i seg selv og ikke så mye om SATS spesifikt. Reportasjene om treningsturismen dreier seg også i minst like stor grad om kommunene som treningsentrene. Dessuten er jeg interessert i å undersøke kommunikasjonen i forbindelse med nedstengningene og gjenåpningen spesifikt, samt SATS' argumentasjon og holdninger knyttet til disse begivenhetene.

3.4 Styrker og svakheter

3.4.1 Validitet og reliabilitet

Mens validitet betegner gyldighet, betegner reliabilitet hvor pålitelige funnene er (Ekström & Johansson, 2019, s. 13). Hitching & Veum (2011, s. 19) stiller spørsmål ved hvor gyldige og etterprøvbare funnene i en diskursanalyse er. Diskursanalyse som metode har blitt møtt kritikk blant annet når det kommer til forskerens rolle som fortolker, nærmere bestemt i

hvilken grad det er mulig å gjennomføre nøytrale analyser av språk, kommunikasjon og sosial handling, i den forstand at analysene er frie for påvirkning fra forskerens verdier og erkjennelsesinteresser (Hitching & Veum, 2011, s. 20). Tekster og samtaler er eksempler på sosialt konstruerte fenomener som må fortolkes, forstås og forklares – dermed kan de ikke beskrives i positivistisk forstand, slik som observerbare fenomener (Hitching & Veum, 2011, s. 20). I en diskursanalyse må forskeren selv identifisere hvilke diskurser som finnes basert på språkvalgene. Fordi diskurser er kulturelt og sosialt skapt (Hågvar, 2007, s. 18), fins det heller ikke et endelig og ensidig svar på nøyaktig hvor en diskurs begynner og slutter.

Skjevheter, som forskerens teorier, verdier eller fordommer påvirke datainnsamlingen eller analysen i kvalitative metoder (Maxwell, 2009, s. 30). Å eliminere slike teorier, verdier og fordommer er ifølge Maxwell umulig – det som kreves er imidlertid en bevisstgjøring av hvordan dette kan påvirke utførelsen og konklusjonene i prosjektet (Maxwell, 2009, s. 30). Hitching & Veum (2011) deler Maxwells syn på hvordan en i kvalitative analyser bør etterstrebe validitet ved å skape bevissthet rundt fortolkningsrollen hos forskeren.

Diskursanalytikere bør ifølge Hitching & Veum (2011, s. 20) gjøre analyseprosedyren mest mulig eksplisitt, gjennomiktig og sammenhengende, som innebærer å rekonstruere og forklare hvordan man har kommet fram til tolkninger og funn. Før jeg startet på dette prosjektet hadde jeg allerede gjort meg noen tanker om treningssenterbransjen og SATS, deres markedsføring og kommunikasjon, samt noen forventninger om funn basert på hva jeg har observert av deres eksternekommunikasjon tidligere. Selv forsøker jeg å ta et nøytralt standpunkt, men som Maxwell (2009, s. 30) skriver, er det ikke mulig å kvitte seg fullstendig med slike verdier og fordommer. Jeg vil derfor forsøke å hele veien være bevisst på hvordan dette kan påvirke mine tolkninger, og forsøker derfor å begrunne alt fra teorivalg, til datainnsamling, utvalg og analysefunn med utgangspunkt i oppgavens problemstilling. Også mine tanker, minner og inntrykk fra koronapandemien kan få konsekvenser for tolkninger og funn. Jeg ønsker derfor å gjøre enhver leser bevisst på at funnene er basert på egne tolkninger, og er i så måte ikke allmenne, generaliserbare funn. Jeg håper likevel at funnene kan bidra til innsikt i SATS' eksternekommunikasjon under pandemien, ved å fortolke og forklare dem ut ifra eksisterende teori, tidligere forskning, metoder og analytiske begreper.

3.4.2 Muligheter og begrensninger

Diskursanalyse som metode gir forskeren en rekke valgmuligheter på den ene siden, samtidig som det kan oppleves utfordrende å orientere seg i feltet, ifølge Hitching & Veum (2011, s. 13). I dette prosjektet opplevde jeg det noe utfordrende å gjøre et utvalg. Mye tid har gått med til å undersøke hva som finnes av offentlig tilgjengelig informasjon fra SATS i ulike kanaler, samt gjøre et utvalg som på best mulig måte kan representere deres kommunikasjon under koronapandemien. Tekstene er begrenset til nedstengningene i mars og november/desember 2020, samt gjenåpningen i juni 2020. Fordi jeg er interessert i hvordan de henvender seg til mottakerne i forbindelse med nedstengningene og gjenåpningen, samt deres holdninger, forsøkte jeg å velge tekster hvor SATS' gir uttrykk for et standpunkt i forbindelse med disse bestemte begivenhetene, mens henvendelsesaspektet kommer spesielt godt til syne ved å sammenligne tilfeller av primær- og sekundærkommunikasjon.

Selv om jeg forhåpentligvis vil kunne si noe om hva som kjennetegner SATS' kommunikasjon under koronapandemien, kan jeg ikke sammenligne resultatene med hva som kjennetegnet kommunikasjonen deres *før* pandemien. Oppgavens sammenligningsgrunnlag går dermed på kommunikasjon i nyhetsmediene kontra SATS' egne kanaler, med fokus på hvordan de henvender seg til mottakerne (primær- og sekundærinteressenter).

3.5 Forskningsetikk

Allmennheten har legitim interesse av å forstå hvordan private bedrifter og interesseorganisasjoner fungerer, ettersom disse har makt og mulighet til å påvirke enkeltindividers liv og samfunnsutviklingen, både i positiv og negativ retning, skriver NESH (2021, s. 32). Dersom organisasjonen besitter data som er svært detaljert om kunder, ansatte eller andre interessenter, kan dette skape utfordringer knyttet til forskningens integritet – her har forskeren et selvstendig ansvar for å vurdere om forskningen er forsvarlig (NESH, 2021, s. 32). I og med at det i dette prosjektet er snakk om eksternkommunikasjon, som er offentlig og åpent tilgjengelig, inngår ikke detaljert informasjon om verken ansatte, kunder eller andre interessenter som en del av materialet.

3.5.1 Internettforskning og forskning gjennom sosiale medier

«I utgangspunktet er forskningsetikken ved internettforskning den samme som på andre områder, slik det blant annet er nedfelt i NESHs retningslinjer.» (NESH, 2018, s. 5). I likhet

med all annen humanistisk og samfunnsvitenskapelig forskning på og med mennesker handler det i internettforskning om å sikre deltakernes verdighet og integritet, skriver NESH (2018, s. 5). Skillet mellom offentlig og privat kan imidlertid være vanskelig å definere, da det ikke er slik at informasjon som er åpent tilgjengelig i alle tilfeller kan regnes som offentlig (NESH, 2018, s. 9).

Det trekkes gjerne frem fire faktorer som er relevante i en forskningsetisk vurdering av internettforskning: ytringens offentlighet, informasjonens sensitivitet, de berørtes sårbarhet, og forskningens interaksjon og konsekvenser (NESH, 2018, s 5). Blant annet er disse relevante i en etisk vurdering av hvorvidt samtykke er nødvendig (NESH, 2021, s. 21; NESH, 2018, s. 13). Etiske vurderinger i internettforskning kan være komplekse og noe tvetydige med tanke på hva som studeres, og den teknologiske utviklingen skaper dessuten nye utfordringer (NESH, 2018, s. 7) – noe sosiale medier er et eksempel på. På grunn av tvetydigheten i hva som kan regnes som en offentlig ytring, mener NESH det er hensiktsmessig å snakke om *forventet offentlighet*. Dette innebærer om ytringen er fremsatt på en offentlig eller privat måte (NESH, 2018, s. 10). Uttalelser gjennom landsdekkende aviser er eksempler på offentlige ytringer. På SATS' Instagram er gjerne deres ansatte og medlemmer avbildet, noe jeg også tar i forskningsetisk betraktning. Det er imidlertid rimelig å anta at de avbildete er klar over omfanget av SATS' kommunikasjon over Instagram, med tanke på den offentlige profilen og antall følgere. Jeg anser derfor også dette som et tilfelle av forventet offentlighet. Kommentarfeltene er derimot *ikke* en del av materialet, da dette ikke kan regnes som et tilfelle av forventet offentlighet. Jeg forholder meg kun til bildene og bildeteksten. Når det kommer til informasjonens sensitivitet oppgis det ingen sensitive opplysninger i materialet. Personene fremstilles heller ikke som sårbare grupper, og prosjektet vil ikke medføre negative konsekvenser for dem. Til syvende og sist omhandler prosjektet SATS, og ikke enkeltpersoner.

Jeg sendte på forhånd et informasjonsskriv til SATS for å opplyse dem om prosjektet (vedlegg 7.1), hvor jeg blant annet opplyste om hvilke kommunikasjonsplattformer jeg ville undersøke, samt formålet og hensikten med oppgaven. De kom ikke med noen innvendinger, som gjorde at jeg kjente meg trygg på å gjennomføre prosjektet.

4.0 Analyse

4.1 Mars 2020: SATS stenger

Børsmelding fra SATS 12. mars

Ordvalg

Meldingen, som er skrevet på engelsk og har tittelen «SATS has decided to temporarily close all clubs», er kort og informativ, og preges av et formelt språk. Ordet *midlertidig* understreker at det ikke er snakk om en permanent nedstengning av SATS. Videre inneholder børsmeldingen opplysninger om nedstengningen, når den vil tre i kraft og hvor lenge den er planlagt å vare. Ikke minst står begrunnelsen for nedstengningen i fokus. Innledningsvis begrunnes den midlertidige nedstengningen som et føre var-tiltak (engelsk precautionary measure), dette for å bidra til å minske smittespredning av covid-19. SATS sier videre at de har et *utvidet ansvar* (engelsk extended responsibility) for å bidra til den helhetlige folkehelsen. Beslutningen kobles videre opp mot deres visjon, som også gjentas i forbindelse med det digitale treningstilbudet de vil tilby de neste 14 dagene. Avslutningsvis sier de at de ikke har noen estimater for de finansielle effektene enda, «(..) men vil komme tilbake til markedet med mer detaljer så snart den operasjonelle situasjonen er tatt hånd om» (SATS/Oslo Børs, 2020).

Stil: Epistemisk modalitet og transitivitet

Opplysningen om at SATS har bestemt å stenge alle sine sentre bidrar til høy grad av epistemisk modalitet innledningsvis i meldingen, da det tydeliggjøres at avgjørelsen om å stenge sentrene har tredd i kraft. Høy grad av sikkerhet i utsagnene ses også gjennom ansvarliggjøringen. Ved å bygge oppunder avgjørelsen om nedstengningen viser SATS til viktigheten av å ta ansvar og definerer sin rolle i treningsbransjen, «Som en markedsleder i Norden (..)» (SATS/Oslo Børs, 2020). Dette bidrar også til transitiviteten, ved at SATS posisjonerer seg i markedet og tydeliggjør sin rolle i treningsbransjen. En slik formulering kan indikere at meldingen er skrevet til bestemte mottakere. En børsmelding kan favne bredt, for eksempel vil både investorer og næringslivsjournalister kunne nås – en del av SATS' sekundærinteressenter (jf. Ihlen, 2011, s. 65-66). Virkningen av å posisjonere seg som en viktig aktør kan være et forsøk på å bli mer attraktive på markedet, samt oppnå positiv medieomtale; noe som kanskje er spesielt viktig for SATS i denne situasjonen. Ordvalgene,

som *utvidet ansvar*, og formuleringen «Som en markedsleder i Norden (...)», bidrar til å understreke at SATS tar eierskap til avgjørelsen og uttrykker sikkerhet til at dette er riktig beslutning. Lavere grad av epistemisk modalitet kan ses i meldingens andre avsnitt, i forbindelse med nedstengningens varighet, hvor det opplyses om at nedstengningen *i begynnelsen* vil vare i 14 dager. Formuleringen indikerer at nedstengningen kan bli forlenget, og at disse to ukene er et foreløpig utgangspunkt. Dette gjenspeiler usikkerheten i samfunnet generelt på dette tidspunktet.

Generelt høy grad av epistemisk modalitet knyttet til avgjørelsen, samt transitiviteten, som skapes gjennom måten SATS posisjonerer seg som en viktig aktør, bidrar til den generelle *stilen* i børsmeldingen. SATS bidrar til å forme sin identitet gjennom formuleringen «Som en markedsleder i Norden», som forsterkes ved ansvaret de pålegger seg, samt handlekraften som artikuleres gjennom formuleringen «SATS har bestemt (...)».

Virkelighetsrepresentasjon: SATS tar ansvar

Ord og uttrykk som *bestemt* og «SATS har *bestemt* (...)» understreker at dette er en avgjørelse SATS selv har tatt. Ansvarliggjøringen og deres rolle i bransjen kobles på denne måten sammen, og ses i sammenheng med deres visjon, om å gjøre folk sunnere og gladere. Målet gjentas i andre avsnitt, i forbindelse med det digitale treningstilbudet SATS vil tilby under nedstengningen. Igjen gjentas ordet *sunn*, i forbindelse med digitaltreningen: «slik at alle kan holde på sine sunne vaner». Selv om SATS betegner situasjonen som *vanskelig* (negativt ladet ord), nøytraliseres det ved at de henviser til og bruker sin visjon som argument, om å gjøre folk sunnere og *gladere* (positivt ladet ord). I alt brukes ordet *sunn* tre ganger i meldingen, og *glad* to ganger. *Vanskelig* brukes derimot kun én gang. Dette bidrar til å skape en virkelighetsrepresentasjon av situasjonen ved at de positive aspektene vektlegges, gjennom bestemte ordvalg og ved å henvise til sin visjon. I tillegg fremstiller SATS seg som en ansvarlig aktør, som har tatt en avgjørelse og handler ut ifra sin visjon. Førre var-formuleringen (engelsk precautionary measure) innledningsvis sier også noe om SATS som førre var i denne situasjonen, som igjen kan gi assosiasjoner til for eksempel det å være årvåken, hensynsfull og ansvarlig. Digitaltreningen presenteres dessuten som en positiv nyhet oppi det hele, som også linkes til visjonen deres.

Sjanger

Ordvalgene og måten SATS posisjonerer seg på markedet kan ses i sammenheng med børsmeldingen som sjanger. Et informativt og formelt språk gjenspeiles på denne måten i sjangeren, på samme måte som at det gir en indikasjon på hvem mottakerne er; hvem SATS forsøker å nå. Som nevnt ovenfor kan det dreie seg om et ønske om å oppnå positiv medieomtale, samt fremstille seg på en måte som kan bidra til å gjøre dem attraktive på børsmarkedet.

Dagens Næringsliv 12. mars: «Sats stenger alle sine sentre midlertidig»

Ordvalg og tilfeller av intertekstualitet

Først til å omtale nedstengningen av SATS-sentrene den 12. mars var Dagens Næringsliv, hvor administrerende direktør i SATS Sondre Gravir intervjues. Saken baseres i størst grad på hans kommentarer samt børsmeldingen, men også et medlem av SATS uttaler seg kort i forbindelse med nedstengningen. Han beskrives dessuten som overrasket da han fant ut at sentrene skulle stenge. Dette skildrer hvordan nyheten ble mottatt fra et medlemsperspektiv. Videre gjengis informasjon fra SATS' børsmelding, først gjennom indirekte sitat – det vil si at sitatet gjengis uten sitatstrek, som en omformulert gjengivelse av det som har blitt sagt, og deretter direkte, med sitatstrek. I avisene er dette en vanlig måte å skrive på, ved at det bidrar til flyt og en bedre leseropplevelse. SATS-sjefen uttaler så at «Vi mener at dette var den riktige og mest ansvarlige beslutningen vi kunne ta i den situasjonen vi er i i de fire landene våre (..)» (Christensen & Høyland, 2020). Denne gangen henvises det til ansvar som et superlativ; «(..) *den mest ansvarlige* beslutningen (..)». Under mellomtittelen «Vil få finansiell effekt» gjengis nok en opplysning fra SATS' børsmelding tidligere samme dag; «Selskapet opplyser at det per i dag ikke har noen estimater på den finansielle effekten, men vil melde tilbake til markedet med ytterligere detaljer så snart situasjonen er avklart.» (Christensen & Høyland, 2020).

Multimodal analyse: Layout og bilder

Bildet under sakens tittel er av et medlem på SATS, som innledningsvis gir sin umiddelbare respons på nedstengningen. Han er avbildet utenfor et SATS-senter, og i bildeteksten opplyses det om at han nettopp var ferdig på trening og var ikke klar over at treningssenteret skulle stenge samme dag. Han sier at han synes det er dumt at sentrene skal stenge. Det å få en kommentar fra et medlem av SATS, samt bringe inn flere stemmer og synspunkter i samme sak, kan anses som et typisk sjangertrekk i avisene. Dette kan ses i sammenheng med det

Brurås (2017, s. 40) skriver om at pressens «oppdragsgivere» er leserne. Dette kan igjen handle om identifikasjon, å appellere til folk flest, som kan forklare hvorfor saken delvis vinkles mot medlemsreaksjonen. Det er likevel SATS-sjef Gravirs stemme som i størst grad preger saken, da det er han som besitter mest informasjon i forbindelse med nedstengningen. Lengre ned i reportasjen benyttes et bilde av ham. Hågvar (2013, s. 209) peker på hvordan layouten (som tittel og bilde) i et nyhetsoppslag bestemmer hva vi er ment å reagere på. I dette tilfellet kan det dreie seg om å fremheve begge perspektiver på nedstengningen, både medlem og SATS. Flere av leserne vil kanskje i større grad relatere til medlemmet på et personlig nivå, samtidig som Dagens Næringslivs lesere antakelig er interessert i næringslivsaspektet ved nedstengningen. Å bringe inn flere stemmer bidrar uansett til å gi en representasjon av virkeligheten fra to ståsteder; medlemmenes og SATS’.

Sjanger

På spørsmål om nedstengningen vil få finansiell effekt, svarer Gravir at «Det er klart at dette vil få en finansiell effekt (..)» (Christensen & Høyland, 2020). I børsmeldingen bekreftes ikke dette på en like eksplisitt måte. Formuleringen vitner derimot om at dette er underforstått, «(..) vil komme tilbake til markedet med flere detaljer så snart den operasjonelle situasjonen er tatt hånd om.» (SATS/Oslo Børs, 2020). Interessen rundt det finansielle aspektet kan forklares med utgangspunkt i avisa, Dagens Næringsliv, hvor nyheter i forbindelse med næringsliv står i fokus.

Transitivitet og modalitet: «Vi har vært opptatt av å ta beslutninger for tidlig fremfor for sent (..)»

På spørsmål om hvor lenge de har vurdert nedstengning, svarer Gravir:

Vi har gjort en fortløpende vurdering helt siden de startet med tiltak for flere uker siden. Vi satte alle ansatte som hadde vært i berørte områder i karantene flere dager før norsk helsepersonell ble bedt om å gjøre det samme. Vi har vært opptatt av å ta beslutninger for tidlig fremfor for sent i denne situasjonen, og det er også bakteppet for beslutningen vi har tatt nå (..) (Christensen & Høyland, 2020)

Det at SATS har fulgt opp situasjonen slik det beskrives her, indikerer at de har vært føre var og tidlig ute i forhold til andre aktører. Dette kan ses i forbindelse med en ekstern tekstrelasjon fra børsmeldingen samme dag, hvor SATS beskrev nedstengningen som et føre

var-tiltak (precautionary measure), samt som en utdyping av ansvaret de henviser til både i børsmeldingen og i denne reportasjen. At de har vurdert tiltak for flere uker siden og innført karanteneordning for de ansatte eksemplifiserer at SATS faktisk *tar* ansvar. Ordet ansvar får på denne måten forankring i faktiske handlinger. Dette gir uttrykk for transitivitet; hvordan de fremstiller seg selv, samt epistemisk modalitet; ved at det uttrykkes høy grad av sikkerhet knyttet til avgjørelsen.

SATS på Instagram 12. mars

Nyheten om nedstengningen ble også kunngjort på Instagram, gjennom et innlegg bestående av et bilde med teksten «MIDLERTIDIG STENGT». Bildeteksten lyder:

MIDLERTIDIG STENGT!

SATS ønsker å ta ansvar og har derfor i forbindelse med COVID-19 besluttet å stenge alle våre sentre i perioden fra i dag og til og med 25. mars. Vårt mål er å gjøre våre medlemmer sunne og glade, og har derfor gjort Online Training tilgjengelig for alle denne perioden 🙌🙌

For mer informasjon se link i bio!

Multimodal analyse: Bilde, farger og modalitetsmarkører

Bildet, som er en modalitet i seg selv, består av modalitetene tekst og farger. Teksten på bildet er hvit og oransje, og bakgrunnen er mørkeblå. Logoen i hvitt er plassert øverst i høyre hjørne. Blå, hvit og oransje kan anses som SATS' merkevarefarger, da disse fargene gjennomgående benyttes i SATS' kommunikasjon og markedsføring, samt på de ansattes uniformer. Skriftypen er dessuten den samme som i logoen deres. På denne måten kan bruken av farger og skrifttype bidra til å skape sammenheng ved å og underbygge SATS' merkevare. Bildeteksten innledes med samme tekst; «MIDLERTIDIG STENGT». I bildeteksten benyttes to emoji'er: et rødt utropstegn og to jublende hender. Skovholt & Veum (2014, s. 92-93) skriver at emoji'er gjerne brukes som modalitetsmarkører i sosiale medier. Det røde utropstegnet indikerer i dette tilfellet høy grad av viktighet knyttet til nyheten. De jublende hendene etter opplysningen om digitaltreningen som modalitetsmarkør understreker at dette er en gladnyhet, til tross for at hovednyheten om de stengte treningssentrene ikke er det.

Ordvalg: Hvem er «alle»?

Bildeteksten er kort og informativ, mens nyheten først blir presentert i selve bildet: SATS er «MIDLERTIDIG STENGT». Som i børsmeldingen dukker ordet *ansvar* opp også her, som kobles opp mot beslutningen om å stenge. Visjonen kobles videre opp mot digitaltreningstilbudet: «Vårt mål er å gjøre alle våre medlemmer sunne og glade, og har derfor gjort Online Training tilgjengelig for alle denne perioden» (SATS/Instagram, 2020). Her fremstår det imidlertid noe uklart hvem *alle* er; om de mener alle medlemmer, eller absolutt alle. Mens det i børsmeldingen lyder «(..) by offering *all our members* Online Training so everyone can keep their healthy habits» (SATS/Oslo Børs, 2020), skriver SATS på Instagram at de vil tilby online-trening for *alle* i perioden det holdes stengt.

Transitivitet: Hva ordvalgene kan fortelle om mottakeren

Dersom det tas for gitt at SATS kun mener medlemmene, er dette en nokså tydelig indikasjon på at Instagram-kommunikasjonen er rettet mot dem, og dermed ekskluderer ikke-medlemmer. Medlemmene er en del av SATS' primærinteressenter og dermed deres viktigste målgruppe. Gjennom børsmeldingen vil de i større grad nå sekundærinteressenter. Dette kan i så fall forklare hvorfor formuleringen er mer presis i børsmeldingen enn i Instagram-innlegget, samtidig som de bør ses i sammenheng med sjangrene.

Sjanger

Sosiale medier er gjerne mer uformelle sjangre enn andre typer medier og tekster. Selv om informasjonen som formidles i en børsmelding noen ganger anses som mindre viktig, er dette en mer formell sjanger da den har tydeligere føringer for hva den skal inneholde (Ingwersen, 2020), har lengre tradisjoner og når andre interessenter og målgrupper. Instagram som sjanger forklarer hvorfor nyheten presenteres gjennom et bilde, da bildene er hovedformen for kommunikasjon (jf. Wiken, 2020, s. 2), samt den korte bildeteksten og bruken av emoji'er, som alle kan anses som typiske sjangertrekk ved Instagram.

Senere samme dag publiserer SATS enda et innlegg, denne gangen et bilde av en gruppe SATS-ansatte. Bildeteksten lyder:

Kjære alle fantastiske medlemmer 😊

Vi kommer til å savne å se dere i dagene fremover.

Vi håper dere tar vare på dere selv, og ser på det som en mulighet til å få inn gode hjemmetreningsrutiner 🧘🏻

I dagene som kommer vil vi dele treningsprogram og tips på gode Online Training-økter dere kan gjøre hjemme.

Vi gleder oss til å se dere igjen! 😊

Multimodal analyse: Bilde og modalitetsmarkører

De ansatte som er avbildet smiler og har blikkontakt med kamera. Blikkene kan på denne måten innebære et forsøk på å etablere en relasjon med mottakeren (Skovholt & Veum, 2014, s. 104-105). Dette kan ses i sammenheng med bildeteksten, hvor det gjøres et nokså eksplisitt forsøk på å etablere en relasjon mellom SATS og medlemmene; en vennsapsrelasjon. Dette kan dessuten overføres til bildet: de ansatte ser sammensveiset ut, som igjen kan gi assosiasjoner til vennskap og samhold. De ansatte kan på denne måten representere hva slags relasjon SATS ønsker å ha til sine medlemmer og sine ansatte. Det benyttes også tegn i form av emoji'er i bildeteksten, som alle fungerer som positive modalitetsmarkører. Både bildet og bildeteksten kan gjennom blikk, ordvalg og tiltalemåte gi assosiasjoner til vennskap, fellesskap og samhold, noe emoji'ene er med på å forsterke og underbygge. Bildet og bildeteksten samspiller, ettersom meningene bak hver modalitet utfylles av hverandre. Dermed skapes det en utfyllende og helhetlig mening når en ser modalitetene i relasjon til hverandre. Innlegget kunne i utgangspunktet vært negativt ladet ved å isteden fokusere på de negative aspektene ved situasjonen. Modalitetene som benyttes bidrar imidlertid til å skape en positiv mening, ved å gi assosiasjoner til fellesskap, vennskap og avslutningsvis et optimistisk håp for framtiden.

Ordvalg: «Kjære alle fantastiske medlemmer»

Kommunikasjonen i innlegget er preget av personlige og følelsesladete ord, som *kjære*, *savne* og *ta vare*. Å innlede med *kjære* er en mer personlig og nær henvendelsesform enn hva som er vanlig å bruke i relasjoner hvor mottakeren er ukjent. Mens SATS tidligere samme dag fremstiller seg som en stor aktør henholdsvis i børsmeldingen og på Instagram gjennom utsagn som «As a market leader in the Nordics (..)» og «SATS ønsker å ta ansvar (..)», fremstiller de seg her som en venn med følelser; en som genuint kommer til å savne sine medlemmer.

Sjangerens konsekvenser for transiviteten: Eksplisitte henvendelser til medlemmene

SATS henvender seg direkte til sine medlemmer i dette innlegget, noe formuleringen «Kjære alle fantastiske medlemmer (..)» legger føringer for innledningsvis. «Vi kommer til å savne å se dere (..)», «Vi håper dere tar vare på dere selv (..)», skriver SATS videre i innlegget. Måten de posisjonerer seg på i dette Instagram-innlegget er en annen enn i børsmeldingen samme dag. Dette handler først og fremst om hvem de ønsker å nå ut til, men også om hva de ønsker å formidle i de ulike kommunikasjonssammenhengene. I Instagram-innlegget tidligere samme dag henvender de seg også på en noe annerledes måte, som i større grad kan ligner måten de ordlegger seg på i børsmeldingen samt Dagens Næringsliv. Dette kan dreie seg om et ønske om å nå ut med nyheten på en enkel og effektiv måte, uten virkemidler som vil ta bort oppmerksomheten fra den viktige nyheten. Til tross for samme sjanger (Instagram), er tiltalemåten (transitiviteten) og den generelle stilen nokså forskjellig i disse innleggene. Likevel legger sjangeren noen føringer for kommunikasjonen i form av at den gjerne er mer uformell, bildebasert og generelt visuelt preget. Innlegg nummer to er eksplisitt rettet mot SATS' medlemmer, nærmest som et personlig brev til dem, hvor relasjonen mellom SATS og deres medlemmer står i sentrum av kommunikasjonen.

[12. mars 2020 oppsummert: SATS tar ansvar for folkehelse ved å stenge](#)

Det fins flere likheter mellom tekstene fra mars 2020, til tross for ulike kommunikasjonskanaler og sjangre: børsmeldingen og Instagram-innleggene som tilfeller av primærkommunikasjon og Dagens Næringsliv som et tilfelle av sekundærkommunikasjon. Hvordan ordet ansvar gjentas er det fremste eksempelet på hva disse tekstene har til felles. Ansvar kobles eksplisitt opp mot SATS' visjon i børsmeldingen, mens i Instagram-innlegget «Midlertidig stengt» kobles visjonen til digitaltreningstilbudet. Reportasjen i Dagens Næringsliv er delvis preget av intertekstualitet, ved at informasjon fra børsmeldingen gjentas, både gjennom direkte og indirekte sitat. I tillegg uttaler SATS-sjefen blant annet at dette «(..) var den mest *ansvarlige* og riktige beslutningen (..)» de kunne tatt. Instagram-innlegget «Kjære alle fantastiske medlemmer» er den teksten som skiller seg mest ut, hovedsakelig på grunn av tiltalemåten. Her henvender SATS seg eksplisitt til sine medlemmer, og kommunikasjonen blir personlig og følelsesladet gjennom bruk av ord som *kjære* og *savne*. Mens SATS i børsmeldingen fremstiller seg som en stor, viktig og ansvarsfull aktør ved å posisjonere seg som en markedsleder i Norden, fremstiller de seg i siste Instagram-innlegg som en venn, en aktør med følelser, som genuint bryr seg om og kommer til å savne sine medlemmer. De ulike stilene kan forklares med utgangspunkt i ulike kommunikasjonskanaler, sjangre og ulike interesser; hvem SATS ønsker å nå. I børsmeldingen vil dette for

eksempel kunne være investorer, økonomer og journalister (sekundærinteressenter), mens det på Instagram i all hovedsak vil være medlemmer, altså primærinteressenter. SATS henviser gjennomgående til sitt *ansvar* om å ta vare på folkehelsa, både i børsmeldingen, Dagens Næringsliv og Instagram-innlegget «Midlertidig stengt». Man kan dermed argumentere for at det gis uttrykk for en *ansvarsdiskurs* – denne dannes basert på gjentakende ordvalg og uttrykksmåter. Gjennom ansvarsdiskursen artikuleres et ansvar som er særskilt for SATS, da de skiller seg ut på markedet ved å være en stor og viktig aktør innen treningssenterbransjen. Samtidig artikuleres en *helsediskurs*, ved å gjennomgående koble dette ansvaret opp mot å ivareta folkehelsa og henviser til sin visjon.

Når sjangre, diskurser og stiler kobles sammen, kan man identifisere *diskursordener* (jf. Fairclough, 2010, s. 232). I børsmeldingen kan man argumentere for at det dreier seg om næringslivsorientert diskursorden. Ord og uttrykk omhandlende det finansielle aspektet ved nedstengningen får konsekvenser for kommunikasjonen. Det samme gjelder Dagens Næringsliv – fokuset på og interessen rundt det finansielle aspektet, som ses både gjennom ordvalg, sjanger, stilen og hvordan virkeligheten representeres, gjenspeiler dette. Ved å artikulere en ansvarsdiskurs viser SATS at de er en sentral næringslivsaktør. At næringslivsjournalistikk og børsmeldinger (til tross for de ulike kommunikasjonskanalene og sjangrene) befinner seg i samme diskursorden handler altså i stor grad om hvordan virkeligheten representeres gjennom språket, som blant annet kommer til uttrykk gjennom stilen og sjangrene; disse deler da sentrale fellestrekk. Selv om Instagram-innlegget «Midlertidig stengt» også henviser til det samme ansvaret, innebærer det ikke opplysninger om finansielle aspekter. Innlegget er såpass kort at det er vanskelig å identifisere hvilken diskursorden det dreier seg om i dette tilfellet isolert. Det siste Instagram-innlegget artikulerer derimot ikke ansvarsdiskursen, som kan ses i sammenheng med at tiltalemåten og den generelle stilen annerledes enn de foregående tekstene. Virkeligheten representeres ved å også fremheve positive aspekter, som digitaltreningen og at de gleder seg til å se sine medlemmer igjen (som initierer til fremtidig gjenåpning). Emojier som modalitetsmarkører er med på å underbygge disse positive aspektene, det samme er bildet av de smilende ansatte.

4.2 Juni 2020: Gjenåpning av SATS

TV 2 12. juni: «Åpner igjen etter tre måneder – dette blir annerledes»

Ordvalg: «De strengeste inngrepene (..) siden andre verdenskrig»

Etter tre måneder med stengte treningsentre over hele landet åpnes de opp igjen i juni 2020. TV 2 var en av de første til å omtale gjenåpningen av SATS, og intervjuer landssjefen for SATS og daglig leder på SATS Sjølyst i forbindelse med dette. Reportasjen omhandler i hovedsak de nye smittevernrutinene. Saken innledes med en noe dramatisk sammenligning: at regjeringen innførte «de strengeste inngrepene i folks hverdag siden andre verdenskrig». Dette er journalistens ordvalg, og et tilfelle av *intertekstualitet*, ettersom det var utenriksministeren som først sammenlignet koronapandemien med andre verdenskrig (Søreide, 5. mai 2020). Gjerde (2022, s. 35) argumenterer for at dette dreier seg om en krisediskurs; en folkehelsekrise. Ordet krise nevnes imidlertid ikke i denne saken; her er det ikke situasjonen, men inngrepene som sammenlignes med andre verdenskrig. Effekten av denne sammenligningen kan bidra til å gjøre saken mer begivenhetsrik, da samfunnet (gradvis) skal åpne og vi skal tilvenne oss en ny hverdag – et åpent samfunn, dog med mange forholdsregler. Landssjef Evertsen sier blant annet at nå har de ventet lenge på å få åpne igjen, og vært tålmodige. Etterpå følges det opp med «Til tross for at Sats har vært utålmodige (..)» (Five & Rise, 2020), altså det motsatte av Evertsens beskrivelse. Det er usikkert om dette skyldes en feil eller om det er et bevisst språkvalg fra journalisten. Uansett understreker dette at selv om journalisten er avhengig av kilder for å gjøre reportasjen, kan hun også bruke sin posisjon til å gi skildringer ikke bare basert på hva som sies, men også på bakgrunn av miljø og omstendigheter, samt hvordan hun opplever menneskene som intervjues.

Multimodal analyse: Layout og bilder

Bildet under tittel viser senterlederen ved SATS Sjølyst. Hun befinner seg i et treningsstudio og ler på bildet. Blikket er rettet oppover (ikke på mottaker). Latteren skaper en form for bevegelse og handling i bildet, og illustrerer positiviteten og gleden i forbindelse med gjenåpning. Dette kan ses i sammenheng med bildeteksten, som opplyser at hun er glad, og «(..) jubler over at de endelig kan åpne dørene igjen.» (Five & Rise, 2020). Den fraværende blikkontakten blir på denne måten givende (Jewitt & Oyama, 2001, s. 135), hvor seeren tar en observerende rolle (Skovholt & Veum, 2014, s. 105). Nederst i saken benyttes enda et bilde

av henne, nok en gang med fravær av blikkontakt. Her har hun blikket rettet oppover og mot høyre, mens hun smiler. Bildeteksten opplyser denne gangen at hun «(..) er spent før dørene åpner igjen.» (Five & Rise, 2020). Blikket kan på denne måten tolkes som et positivt håp for framtiden, hvor seeren observerer gleden og det positive håpet SATS kjenner på i forbindelse med gjenåpningen. Gjennom smil, latter og beskrivelsene av de positive følelsene gis det dessuten uttrykk for en holdning; at SATS er positive til gjenåpningen. Dette står i stil til teksten og det som sies i reportasjen, hvor de beskriver seg som tålmodige, og sier at det skal bli utrolig godt å få åpne igjen. Begge bildene av senterlederen er halvtotale utsnitt, som ifølge Jewitt & Oyama (2001, s. 146) konstruerer et sosialt forhold mellom den avbildete og seeren.

Det benyttes dessuten et bilde av en Antibac-stasjon, mens det i sykkelrommet er tatt et bilde for å illustrere at annenhver sykkel er stengt av. Også bilde av et skilt med teksten «Hold avstand/Keep distance» benyttes. Disse bildene virker deskriptive, ved at de representerer og oppsummerer de nye rutinene, som reportasjen omhandler. Nyhetsreportasjen som sjanger kan kobles til bildebruken, da bildene dokumenterer nyheten som formidles i saken (jf. Skovholt & Veum, 2014, s. 96). Dette er dessuten eksempler på hvordan smittevernet operasjonaliseres gjennom fysiske handlinger, som Gjerde (2022, s. 40) påpeker. «Den gode borger» sosialiseres inn i en ny rolle, hvor det foreligger klare føringer for hva man kan og ikke kan gjøre; for eksempel kan man ikke benytte de stengte setene på trikken (Gjerde, 2022, s. 40-41) – i dette tilfellet, de stengte syklene. Man kan derimot dra ut i samfunnet dersom man følger smittevernreglene. Slik blir smittevernet en disiplinerende maktform (Gjerde, 2022, s. 41).

Landssjefen er også avbildet. Hun har imidlertid blikket i kamera, og utsnittet er, i likhet med bildene av senterlederen, halvtotalt. At landssjefens bildehandling er krevende, mens senterlederens er givende, kan tolkes i retning et «gi og ta»-forhold mellom SATS og deres medlemmer i forbindelse med gjenåpning og den nye hverdagen, hvor både SATS og medlemmene må innrette seg og følge de nye smittevernrutinene. Man kan se det i sammenheng med at det ikke vil fungere uten at *alle* gjør sin del av jobben (som består i å innrette seg og følge de nye reglene), og oppsummeres gjennom Evertsens utsagn: «Vi må jobbe sammen for at dette skal fungere best mulig (..)» (Five & Rise, 2020).

Ordvalg: Kunder eller medlemmer?

Ekskluderende vi brukes gjennomgående i saken, slik Gravir også bruker når han intervjues, men med et unntak avslutningsvis: «Vi må jobbe sammen for at dette skal fungere best mulig, også skal vi prøve å tilrettelegge alternative muligheter for medlemmene våre». Dette indikerer at Evertsen mener *vi* som både SATS og medlemmene, da hun svarer slik på spørsmål om SATS ikke er redde for at dette kan føre til irriterte kunder. Formuleringen «medlemmene *våre*» indikerer at SATS gjennom TV 2 snakker til et større publikum, da de snakker *om* og ikke *til* sine medlemmer. Valg av ordet *kunder* er også verdt å merke seg her. Dette er nemlig journalistens ordvalg, som fremkommer av spørsmålet hun stiller. Evertsen bruker derimot ordet *medlemmer*, som er et gjennomgående ordvalg fra SATS. Mens vi gjerne forbinder ordet kunde med en som kjøper varer eller tjenester av andre, kan ordet medlem i sin opprinnelige betydning forstås på en annen måte. Ordet medlem trenger ikke nødvendigvis bety at man kjøper en vare eller tjeneste. At SATS konsekvent bruker ordet medlemmer fremfor kunder, kan tenkes å være et bevisst valg, for å unngå å skape et inntrykk av at deres hovedinteresse ligger i profitt og økonomisk gevinst. Dette kan igjen gjenspeiles i deres visjon og mål, om å bidra til folkehelse – som igjen kan gjenspeiles i måten de kommuniserer på generelt.

Deontisk modalitet og transitivitet: Oppfordringer knyttet til smittevern

Saken består av flere tilfeller av deontisk modalitet, da senterlederen og landssjefen kommer med oppfordringer til sine medlemmer i forbindelse med gjenåpning. Dette kommer til uttrykk gjennom tiltalemåten (transitiviteten), det vil si hvordan de henvender seg til mottakerne. «Når man skal inn på senteret må alle sprite seg med antibac, før man scanner seg inn», «De må forvente at vi må passe på at de holder avstand, og at de er flinke til å vaske alt av utstyr», «(..) må også forvente at de ikke kan gjøre alt som de er vant til». I tillegg sier Evertsen at det er «(..) viktig at folk følger med på antall besøkende og hvordan trafikken er». Utsagnene er stort sett preget av høy grad av deontisk modalitet, da ordet *må* brukes gjennomgående, uten noen form for dempende høflighetsfraser. Dette understreker viktigheten av at alle følger de nye rutinene, som kan gjenspeiles i regjeringens konstruksjon av smitteverneren (Gjerde, 2022, s. 40). Samtidig kan det si noe om hvilken betydning det har for SATS – både med tanke på å få holde åpent på lang sikt, men også med tanke på deres omdømme dersom det skulle bryte ut flere smittetilfeller på sentrene. En formulering som imidlertid skiller seg ut, er «De må forvente *at vi må passe på at de holder avstand* (..)» (Five & Rise, 2020), som kan bety at de ansatte vil være mer synlige, på vakt og si ifra hvis de ser

noen som ikke overholder avstanden. Ord som *kan*, *prøve* og *litt* virker derimot dempende på den epistemiske modaliteten. Slike ord vitner om en viss grad av usikkerhet knyttet til de nye rutinene, som kan ses i sammenheng med at dette var den første korona-gjenåpningen, og vi skulle tilpasse oss en mer åpen hverdag som fremdeles var preget av nokså strenge restriksjoner.

Sjangerens muliggjøring av kriediskursen

Nyhetsreportasjen som sjanger får konsekvenser for SATS' kommunikasjon, først og fremst fordi de må forholde seg til og svare på spørsmål som kan komme mer eller mindre uventet på. Sjangeren, som dessuten er et tilfelle av sekundærkommunikasjon, får dermed konsekvenser for hvordan virkeligheten representeres. Dette setter spesielt de innledende ordene føringer for, hvor inngrepene sammenlignes med andre verdenskrig. Gjerde (2022, s. 35) argumenterer for at dette handler om artikuleringen av en kriediskurs, da det gir uttrykk for stor grad av alvor. Selv om det ikke er SATS som uttaler dette, skaper det et bilde av virkeligheten slik den representeres i reportasjen. Måten SATS gir uttrykk for gleden ved gjenåpning, både verbalt gjennom ord og uttrykk som at det skal bli *utrolig godt* å få åpne, samt visuelt gjennom bildene; smil og latter, bidrar til å representere virkeligheten og fungerer nærmest som en kontrast til hvordan inngrepene som tredde i kraft den 12. mars sammenlignes med andre verdenskrig. Samfunnet skal åpne, og de strenge inngrepene delvis slippe opp, noe SATS uttrykker glede og entusiasme for.

SATS på Instagram i forbindelse med gjenåpningen

Gjenåpningen annonseres først på Instagram 12. juni. Den 13. juni publiseres et innlegg i forbindelse med smittevern og renholdsrutiner, som jeg i følgende del vil se nærmere på.

Innlegget består av et bilde samt flere korte videoklipp med tekst som skildrer hva som er viktig å huske på i forbindelse med gjenåpning. Bildeteksten gjentar i stor grad det som står skrevet i disse klippene, og lyder:

SAFETY FIRST 

Swipe →

Sikkerhet er vår viktigste prioritet i forbindelse med gjenåpning av våre sentre.

Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og minimerer risikoen for smittespredning

ved å følge disse forholdsreglene:

DETTE GJØR VI:

- ◆ Hyppig renhold.
- ◆ Redusert antall deltakere på gruppetrening.
- ◆ Badstuer og MiniSATS er stengt for å overholde sittevernsregler
- ◆ Oppdatert smittevernkunnskap – vi holder oss oppdatert på nye regler og følger disse.
- ◆ KOM FRISK! Vi følger de samme reglene som medlemmene: har vi symptomer på COVID-19, blir vi hjemme.

DETTE GJØR DU:

- ◆ Vask hendene grundig og ofte med såpe og vann.
- ◆ Vask utstyr – sprayflasker og papir er plassert lett tilgjengelig.
- ◆ Hold avstand: 1 meter ved moderat aktivitet og 2 meter ved høy aktivitet.
- ◆ Sjekk kapasitet på ditt senter i appen og besøk oss gjerne på rolige tidspunkt.
- ◆ Hvis du har mulighet, dusj gjerne hjemme for å unngå trengsel i garderoben
- ◆ KOM FRISK! Har du symptomer på COVID-19, bli hjemme. Du trenger uansett en hviledag.

Les mer om våre tiltak på sats.no/corona. Stay safe! ❤️ 😊

Multimodal analyse: Bilde og videoklipp

Det første bildet i serien viser to ansatte som vasker og klargjør senteret for åpning. De smiler og har blikket rettet forskjellige steder; den ene av dem ser på den andre, mens den andre ser i kamera, på mottakeren. En kan tolke det som at blikket i kamera betyr at medlemmene nå inviteres inn på SATS igjen – dermed blir det en *krevende* bildehandling (jf. Skovholt & Veum, 2014, s. 104), hvor mottakeren oppfordres til å komme tilbake på SATS. At den andre personen ikke har blikket rettet mot mottakeren, kan gi en følelse av at man tar del i deres interaksjon. Man blir i så måte en tredjepart som inviteres inn av personen med blikket rettet på mottaker. Vaskingen bidrar til å skape handling i bildet. Videre følger flere korte videoklipp med en kort tekst om hva man kan gjøre for å minske smittespredning «(.) og skape et trygt treningsmiljø for deg og dine treningsvenner», som det første av dem, «Trygg på SATS», innledes med. De følgende tar for seg hver sine temaer: «Vask hendene», «Hold

avstand», «Kom frisk», «Sjekk kapasitet på senteret» og «Dusj gjerne hjemme». Hver av disse utdypes med en liten setning. Det siste klippet i rekken, lyder «Takk! Tusen takk for at du viser hensyn og bidrar til et trygt treningsmiljø!». Fargene som benyttes i klippene er de samme som i innlegget «Midlertidig stengt» den 12. mars; mørkeblå, hvit og oransje. Dette gjenspeiler SATS' merkevere. For hvert klipp er det også en liten illustrasjon som representerer hvert punkt, for eksempel et håndvasksymbol for «Vask hendene» og et dusjsymbol for «Dusj gjerne hjemme». Bruk av symboler kan anses som typiske innenfor sjangeren, da bildene og det visuelle generelt er av stor betydning på Instagram. Symboler og emoji'er er dessuten en sentral del av kommunikasjonen ikke bare på Instagram, men sosiale medier generelt. Det første og siste klippet i bildeserien viser et hjertesymbol, som i sammenheng med teksten implisitt viser at SATS har gode intensjoner med kommunikasjonen og smittevernrutinene.

Ordvalg: Sikkerhet og trygghet

SATS innleder med å si at *sikkerhet* er deres viktigste prioritet i forbindelse med gjenåpning. I bildeteksten benyttes dessuten ordet *trygg*, og avslutningsvis *stay safe*. «*Sammen* viser vi hensyn til de rundt oss (..)» henspiller på et fellesskap, som initierer at en felles innsats er nødvendig for å klare dette.

Deontisk modalitet og transitivitet: Oppfordringer knyttet til smittevern

Innlegget omhandler de nye smittevernrutinene, herunder oppfordringer til medlemmene i forbindelse med gjenåpningen. Selve oppfordringene, som å vaske hender og utstyr og holde avstand, er preget av høy grad av deontisk modalitet, i likhet med TV 2-saken. De fleste av oppfordringene er direkte formulert og uten dempende høflighetsfraser – unntakene er «Hvis du har mulighet, dusj gjerne hjemme for å unngå trengsel i garderoben.» og «(..) besøk oss gjerne på rolige tidspunkt.». Her virker ordet *gjerne* dempende på oppfordringene i begge tilfeller. Dette indikerer at akkurat disse oppfordringene ikke er absolutte nødvendigheter, samtidig som det også handler om hvem de henvender seg til. Det at de andre oppfordringene derimot er såpass tydelig formulert, sier noe om viktigheten av å innordne seg disse. SATS fremstår likevel ikke strenge eller autoritære; dette ved å henvise til trygghet og samhold både innledningsvis og avslutningsvis i innlegget, gjennom teksten og måten de ordlegger seg på, samt gjennom bruk av emoji'er og symboler. Trygghet blir på denne måten den bakenforliggende årsaken for hvorfor det er så viktig å følge de nye rutinene. De avsluttende ordene, *stay safe*, blir i så måte også en oppfordring til deres medlemmer. Gjennom å jobbe

sammen kan vi sørge for at det blir *trygt* å trene SATS. Dette kan ses i sammenheng med Gjerdes (2022, s. 37) dugnadsdiskurs og det han kaller et smittevernsfelleskap. Denne innebærer samhold i isolasjon, hvor regjeringen utøver en uformell styringsform og individet får ansvar for å løse oppgaver på vegne av regjeringen (Gjerde, 2021b, s. 479). I dette tilfellet på vegne av SATS, som igjen handler på vegne av regjeringen. Dugnadsdiskursen har på denne måten blitt flyttet over til treningssenteret, og kommer til uttrykk i SATS' kommunikasjon.

Sjangerens betydning for hvordan virkeligheten representeres

Instagram-innlegget er et tilfelle av primærkommunikasjon; her er det SATS som har regien, i motsetning til journalistiske tekster. Dette kan forklare noen av de kritisk ladede spørsmålene i TV 2, i forbindelse med at medlemmer kan bli nektet adgang og om SATS ikke er redde dette kan føre til irriterte kunder. Et eksempel på dette er journalistens beskrivelse av situasjonen; «Nå har de jobbet intensivt *for å unngå at treningssentrene skal bli en smittebombe.*» (Five & Rise, 2020), i forhold til hvordan SATS ordlegger seg på Instagram: «Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og *minimerer risikoen for smittespredning* ved å følge disse forholdsreglene (...)» (SATS/Instagram, 2020). At mottakerne deres på Instagram er deres medlemmer, kan også forklare valg av ord, tiltalemåte (dempende høflighetsfraser) og tegn som virker dempende i noen tilfeller. Dette kan handle om å berolige sine medlemmer i forbindelse med gjenåpningen, samtidig som de gir uttrykk for hva slags relasjon de ønsker å ha til sine medlemmer. Igjen forsøker de gjennom Instagram å etablere en personlig og nær relasjon til dem, slik som i innlegget den 12. mars. Dette skiller seg fra tiltalemåten og kommunikasjonen generelt i TV 2.

[Juni 2020 oppsummert: Smittevernrutiner sørger for trygg trening](#)

De nye rutinene betydde en ny hverdag som ikke lignet hverdagen før korona, og selv om vi på dette tidspunktet hadde forholdt oss til strenge restriksjoner i tre måneder, skulle vi nå tilpasse oss et mer åpent samfunn, som fremdeles var sterkt preget av restriksjoner. Det er rimelig å anta at SATS mottok mange spørsmål og henvendelser i forbindelse med gjenåpningen, og flere kjente kanskje på usikkerhet knyttet til den nye hverdagen, med mer åpenhet, nye rutiner, men fremdeles strenge restriksjoner. Dette kan forklare hvorfor *trygghet* preger SATS' kommunikasjon, som artikuleres sammen med dugnadsdiskursen: «Safety first», «Sammen viser vi hensyn til de rundt oss (...)» og «Stay safe!». Usikkerheten i forbindelse med gjenåpningen og den nye hverdagen imøtekommes altså av en

trygghetsdiskurs, som fungerer som et motsvar til usikkerheten. Trygghetsdiskursen dannes på bakgrunn av gjentakende ordvalg, som *trygg* og *safe*. Den ses dessuten igjen i flere Instagram-innlegg fra september og oktober 2020. Her brukes formuleringen *trygg trening* innledningsvis i en rekke innlegg, for å minne medlemmene om gjeldende rutiner i forbindelse med smittevern. Trygghetsdiskursen kommer også til uttrykk gjennom hjertesymboler og -emojier, som implisitt formidler at oppfordringene bunner i godhet og omtanke for hverandre.

Høy grad av deontisk modalitet i uttalelsene kan ses i forbindelse med at det foreligger et sterkt ønske om at alle følger de nye oppfordringene. Noen av disse dempes imidlertid av høflighetsfraser, som kan ses i sammenheng med at disse ikke er absolutte nødvendigheter, samt at de henvender seg direkte til sine medlemmer. Gjennomgående høy grad av deontisk modalitet kan uansett gjenspeiles i SATS' ønske om å holde åpent på lang sikt, samt unngå smitte på sentrene. I TV 2-saken fremkom det at medlemmene som kom på travle tidspunkt risikerte å ikke slippe inn på senteret, av hensyn til avstandskravet. Dette nevnes ikke på Instagram. At mottakerne av Instagram-kommunikasjonen er deres medlemmer, bør ses i sammenheng med ordvalg, tiltalemåte, stilen generelt, samt hvordan virkeligheten representeres. Dugnadsdiskursen artikuleres også i TV 2-saken, dog ikke trygghetsdiskursen. Her viser imidlertid krisediskursen (Gjerde, 2022, s. 35) seg gjeldende, gjennom et tilfelle av intertekstualitet. Metaforen *smittebombe* er dessuten med på å underbygge denne. Bruken av ordet *smittebombe* er imidlertid ikke SATS' valg, men TV 2s. Til tross for flere likheter mellom tekstene, fins det også noen forskjeller som kommer til syne når man ser på dem med et diskursivt blikk. Likevel gjør den fremtredende artikuleringen av dugnadsdiskursen og smittevernet i begge tekster at en kan snakke om en medisinsk diskursorden i begge tilfeller (jf. Skrede, 2017, s. 38). I motsetning til tekstene i mars, som sentrerte seg rundt næringsliv, sentreres disse i større grad rundt smittevern. I så måte kan en også i dette tilfellet se artikuleringen av en helsediskurs. At det finansielle aspektet ikke vies oppmerksomhet i TV 2 må ses i sammenheng med ulike aviser og sjangre, men også konteksten; gjenåpningen. I analysens neste del vil jeg komme tilbake til dette om hvordan ulike aviser får ulike konsekvenser for kommunikasjonen. Her benyttes et videointervju fra Dagens Næringsliv i november og en tekst fra Nettavisen i desember, samt en pressemelding fra SATS.

4.3 November og desember 2020: Ny nedstengning

I november 2020 besluttet byrådene i Oslo og Bergen at treningssentrene nok en gang måtte stenge, som følge av økende smitte i samfunnet. Den 5. november 2020 publiserer Dagens Næringsliv et videointervju med SATS-sjefen som argumenterer for hvorfor SATS burde få fortsette å holde åpent; dette var en dag før Oslo besluttet å stenge deler av samfunnet, og trusselen om ny nedstengning var et faktum. En drøy måned inn i den andre nedstengningen publiserer Nettavisen en sak og SATS en pressemelding vedrørende bekymring for den norske folkehelsa. I disse tekstene er det landssjefen som uttaler seg. Pressemeldingen og Nettavisen-reportasjen vil slå sammen i analysen, ettersom disse tekstene har stor overlapp – jeg vil imidlertid være tydelig på å skille mellom dem ved å henvise til enten pressemeldingen eller Nettavisen.

Dagens Næringsliv 5. november: «Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen»

Ordvalg: «Smittevern er prioritet nummer én»

I et videointervju med Dagens Næringsliv uttaler administrerende direktør Gravir at han mener SATS burde fortsette å få holde åpent. Inngressen lyder «Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et godt stykke unna å være der de var før korona». Folkehelsa trekker frem som et gjennomgående argument for å få holde åpent, samtidig som viktigheten av smittevern vektlegges. Når journalisten spør hva som er viktigst av smittevern eller trening, mener SATS at disse kan «(..) gå hånd i hånd (..)», men at «Smittevern er prioritet nummer én» (Dagens Næringsliv, 2020). På spørsmål om man trenger SATS for å trene, svarer han blant annet at «(..) man trenger treningssentre for å trene, det er ikke slik at veldig mange finner alternative treningsformer (..)» og viser til at de ikke har hatt smitte på noen av SATS sine sentre siden gjenåpning.

Når Gravir avslutningsvis nevner å ta vare på folkehelsa kan dette ses i sammenheng med hvilket ansvar SATS henspilte til under nedstengningen den 12. mars 2020. I børsmeldingen lyder det for eksempel at «(..) it is important for SATS to take an extended responsibility and contribute to the overall public health, also in a difficult situation like this.». SATS mener altså at de har et ansvar som innebærer å ta vare på folkehelsa. At dette brukes som

begrunnelse i argumentasjonen i begge tilfeller er et eksempel på *intertekstualitet*, ved at ordet reproduseres og gjenskapes i en ny kontekst (jf. Ledin & Moberg, 2019, s. 197).

Multimodal analyse: Utsnitt, kroppsspråk og mimikk

I videoen benyttes nære utsnitt (jf. Jewitt & Oyama, 2001, s. 146) av SATS-sjefen foran en gruppetreningssal. Han har et alvorlig ansiktsuttrykk og rynker panna, spesielt når han sier at en ny nedstengning vil være veldig krevende for den norske folkehelsen. Videre bruker han gester for å understreke viktige argumenter og har en tydelig artikulering, særlig når han sier at «smittevern er prioritet nummer én». Utsagnet er preget av høy grad av påstandssikkerhet; epistemisk modalitet, som forsterkes gjennom den tydelige artikuleringen. Det nære utsnittet som benyttes når han intervjues gir oss mulighet til å observere ansiktsuttrykk og mimikk, samtidig som det ifølge Jewitt & Oyama (2001, s. 146) konstruerer et personlig forhold mellom seeren og den representerte. Det er snakk om en symbolsk nærhet, hvor det kan skapes inntrykk av at en relasjon er nær, uten at det nødvendigvis er tilfelle (Skovholt & Veum, 2014, s. 106). Dette er et slikt eksempel. Fordi intervjuet og videoen er laget av en journalist, er det journalisten og fotografen som bestemmer ikke bare spørsmål og vinkling, men i dette tilfellet også de visuelle virkemidlene (som utsnittet). At det ofte benyttes nære utsnitt av de avbildete i avisene kan være et grep for å vekke følelser av identifikasjon hos mottakerne, noe som kan bidra til å skape mer engasjement blant leserne. Gravir har gjennomgående blikkontakt med seeren i intervjuet; dermed er det snakk om en *krevende* bildehandling (Skovholt & Veum, 2014, s. 104), som i dette tilfellet kan dreie seg om å få seeren til å ta et standpunkt i forbindelse med en mulig runde nummer to med nedstengning.

Transitivitet

Pronomenet *vi* benyttes gjennomgående, i ekskluderende form, slik som i intervjuet i Dagens Næringsliv den 12. mars 2020. Det er dermed rimelig å anta at «vi» betyr ledelsen i SATS, hvor Gravir taler på vegne av SATS og deres standpunkt i forbindelse med en mulig runde nummer to med nedstengning. Gjennom argumentasjonen forsøker SATS å overbevise mottakeren om at det riktige er å holde åpent, ved å gjenta viktigheten av smittevern, vise til at de ikke har hatt smitte på noen SATS-sentre – og til syvende og sist at det er viktig å holde åpent for å ta vare på folkehelsen.

Sjanger

Videointervju som sjanger legger bestemte føringer for kommunikasjonen. I løpet av to minutter er det begrenset hva man rekker å si, og først og fremst må Gravir besvare spørsmålene fra journalisten. Videoformatet gjør dessuten de audiovisuelle aspektene spesielt fremtredende, ved at vi kan oppfatte SATS-sjefens kroppsspråk, mimikk og artikulasjon, slik jeg var inne på i den multimodale analysen. Videointervjuet i Dagens Næringsliv ligner på den mer tradisjonelle avisreportasjen med tanke på at journalisten stiller spørsmål som skal besvares, utformingen eller layouten bestående av tittel og ingress, samt journalists utforming og filtrering av det ferdige sluttproduktet. Likevel muliggjør fremstillingsformen gjennom video at det finnes flere modaliteter som får betydning for kommunikasjonen.

Virkelighetsrepresentasjon: En *veldig krevende* situasjon

Gravir beskriver det som «veldig krevende» for folkehelsa dersom treningssentrene igjen må stenge. Journalisten spør så hva som er viktigst av smittevern eller trening. Ved å formulere spørsmålet på denne måten settes de opp mot hverandre som motsetninger og gir uttrykk dermed uttrykk for at de *er* nettopp det – en virkelighetsrepresentasjon. SATS mener at «dette kan gå hånd i hånd», men at «smittevern er prioritet nummer én». Her gis det uttrykk for en annen virkelighetsrepresentasjon; at disse ikke trenger å være to motstridende forhold, men kan fungere sammen, derav metaforen «hånd i hånd». For å understreke viktigheten at smittevern, sier Gravir følgende:

(..) Det vil det alltid være, det er det for oss, det har det vært de siste månedene og det vil det fortsette å være også fremover. Vi mener vi har vist at vi kan ha åpent, og ha trening på treningssentre i Norge, på en trygg og forsvarlig måte, for smittevern er prioritet nummer én. (DNtv, 5. november 2020)

Ved å gjennomgående henvise til folkehelsa kan det argumenteres for at det gis uttrykk for en *helsediskurs*, hvor ulike syn innen denne diskursen kommer til uttrykk. Smittevern og trening presenteres som et motsetningsforhold i spørsmålsformuleringen, mens SATS mener at dette ikke er to motsetninger. Avslutningsvis uttaler Gravir at «Vi mener vi har vist at vi kan ha åpent, og ha trening på treningssentre i Norge, på en trygg og forsvarlig måte, for smittevern er prioritet nummer én.» Her dukker ordet trygg nok en gang opp. Trygghetsdiskursen, som jeg identifiserte i analysen av juni 2020, gir uttrykk for at det er trygt å trene på SATS, gitt at alle følger de gjeldende smittevernreglene.

Rekontekstualisering av helsediskursen og folkehelsebegrepet

I skildringen av situasjonen med en mulig ny nedstengning, gis det uttrykk for en virkelighetsrepresentasjon basert på uttalelsene: «(..) veldig krevende for den norske folkehelsen», «(..) man trenger treningsentre for å trene, det er ikke slik at veldig mange finner alternative treningsformer (..)». I en artikkel i Dagens Næringsliv den 16. mars 2020 uttalte Gravir imidlertid følgende om det digitale treningstilbudet deres:

Responsen har vært formidabel. I går, på en søndag, hadde vi nærmere 50.000 som trente med oss digitalt. Og veksten er enorm. Vi har flere enn 100 digitale klasser tilgjengelig med alt fra yoga til crosstraining, digitalt treningsprogram og live timer gjennom hele dagen, sier han. (Christensen, 2020)

Uttalelsene fra november og mars kan virke noe tvetydige når man ser dem i sammenheng. I mars 2020 beskrives digitaltreningen som en kjempesuksess, med mange deltakere og en enorm vekst. Noen måneder senere ser det ut som situasjonen er en annen, ettersom Gravir nå understreker viktigheten av å få trene på fysiske treningsentre – «(..) det er ikke slik at veldig mange finner alternative treningsformer (..)». Dette kan muligens dreie seg om at veksten har avtatt, men hvorvidt dette er tilfelle fremkommer ikke i uttalelsene. Det er imidlertid interessant hvordan folkehelseansvaret brukes som et argument for å få holde åpent – som også var samme argument SATS brukte i børsmeldingen 12. mars 2020. Her brukes det å ta ansvar for folkehelsen som argument, samt årsaken til beslutningen om å *stenge* sentrene:

As a market leader in the Nordics, it is important for SATS to take an extended responsibility, also in a difficult situation like this. The decision is in line with the Company's vision of making people healthier and happier. (SATS/Oslo Børs, 2020)

I begge tilfeller henspiller SATS til folkehelsen, til tross for motsetningsforholdet i de to situasjonene. I drøftingen av de sosiale strukturene vil jeg ta for meg begrepet folkehelse og dets ulike aspekter mer inngående, og diskutere hvordan samme argument og motivasjon gir to ulike svar i de to begivenhetene. I tillegg vil jeg diskutere mulige endringer i de sosiale strukturene som kan forklare hvorfor SATS i mellomtiden har endret mening – noe analysens neste del, desember 2020, gir mer innsikt i.

Pressemelding fra SATS 18. desember: «Vi er bekymret for folkehelsen»

Sammendrag og ordvalg

Den 18. desember 2020 publiserer SATS en pressemelding hvor de innledningsvis skriver at de har gjennomført en undersøkelse blant sine medlemmer i Norden for å kartlegge hvordan deres treningsvaner har blitt påvirket av korona. Resultatene *urovækker* SATS, da de viser at flere trener mindre og opplever å være i dårligere form enn før korona. Blant årsakene som ble nevnt var at de manglet motivasjon til å trene på egenhånd, nok plass eller utstyr, samt at været og årstiden gjorde det vanskelig å trene utendørs. I undersøkelsen hadde SATS også spurt medlemmene hvorfor de trener, hvor 89 prosent svarte «for å holde seg i form», mens 62 prosent «fordi det er viktig for det mentale.» (SATS, 2020).

Landssjef Evertsen mener tilbakemeldingene gir grunn til *bekymring*. Hun trekker blant annet frem digitaltreningstilbudet deres, og sier at det ikke fullt ut kompenserer for treningsstentrene. Videre har hun full respekt for at myndighetene har behov for å begrense mobilitet og samling av mennesker for å begrense smitte, men retter bekymring mot to grupper: de som bor trangt i storbyene, og de som har behov for spesialtilpasset trening og apparater. Et SATS-medlem forteller så hvorfor det å kunne gå på et fysisk treningssenter er viktig for henne. Etter ny mellomtittel, «Trygge sentre», opplyser SATS at de er klare for å ta imot medlemmer på kort varsel, «og selvsagt i *trygge rammer* og med *sterkt fokus på smittevern* i tråd med bransjens standarder (..). SATS «ønsker selvsagt å åpne også slik at våre ansatte kan komme tilbake i jobb, men det er ikke det viktigste nå: vi i SATS er mest opptatt av å holde nordmenn og våre medlemmer i form både fysisk og mentalt – uavhengig av om det er hos oss eller andre steder (..)» (SATS, 2020).

Nettavisen: «Slår «treningsalarm»: Bekymret for den norske folkehelsen» (17. desember)

Sammendrag og ordvalg

Dagen før SATS' pressemelding publiserer Nettavisen en sak om det samme; bekymring for folkehelsen. Bildet under tittel viser generalsekretær for folkehelsen, Mina Gerhardsen. Nasjonalforeningen «er bekymret etter at ferske undersøkelser viser at flere trener mindre og er i dårligere form nå enn før koronapandemien», lyder ingressen. Innledningsvis henvises det til SATS' spørreundersøkelse. Det henvises også til en undersøkelse fra Norsk koronamonitor, som viser lignende resultater som SATS'. Landssjef Evertsen uttaler at det er bekymringsfullt, og «(..) bekrefter også direkte tilbakemeldinger vi får fra medlemmer som er fortvilet (..) Det går spesielt mye på den mentale biten, som påvirkes av det hele (..)» (Vege, 2020). Etter ny

mellomtittel, «- Kan få langvarige konsekvenser», understreker hun viktigheten av forholdet mellom fysisk aktivitet og mental helse, som lyder nokså likt det hun uttaler i pressemeldingen. Her benyttes også samme bilde av henne som i pressemeldingen. Gerhardsen deler denne bekymringen, og peker på mer stillesitting og et mer usunt kosthold nå enn før pandemien. Hun peker også på det mentale helseaspektet og at det vanskelig nå på grunn av været og årstiden.

Etter mellomtittelen «Trekker fram utsatte grupper», mener områdedirektør i Folkehelseinstituttet Knut-Inge Klepp at «(..) det er vanskelig å vurdere nøyaktig hvordan folkehelsen er påvirket under pandemien.». Han peker på at ulike grupper påvirkes ulikt: eldre enslige, samt grupper som har mistet jobben eller er permittert, «(..) noe som påvirker helsen på mange ulike måter (..)». «Barn og unge, samt lavinntektsgrupper er noen av de gruppene som er mest utsatt, og pandemien kan derfor føre til økt ulikhet i helse (..)». Evertsen trekker fram de samme som i pressemeldingen: «(..) de som bor trangt og i sentrum av de store byene, og de som har særlig behov for spesialtilpasset trening og apparater (..)». Dette sitatet er delvis likt det som benyttes i pressemeldingen, kun med noen få variasjoner. Også følgende sitater er svært like:

Selv om landssjefen har full respekt for myndighetenes behov for å begrense mobilitet og samling av mennesker, i arbeidet med å begrense koronasmitte, håper hun politikerne prioriterer arenaer for fysisk aktivitet. (Vege, 2020)

Wenche Evertsen understreker at hun har full respekt for at myndighetene har behov for å begrense mobilitet og samling av mennesker i arbeidet med å begrense smitte. (SATS, 2020)

Evertsen sier at «Man får virkelig bare håpe det kommer så fort som mulig, helst allerede 7. januar (..)». «Gerhardsen mener også det er viktig å legge til rette for fysisk aktivitet igjen når det er forsvarlig.» På spørsmål om treningssentrene allerede nå kunne åpnet, «Med tanke på hvor liten smitte det har vært (..)», svarer hun at «Det er vanskelig å ta for seg bransje for bransje sånn, når vi kommer over jul og forhåpentligvis skal åpne igjen, er det klokt å tenke at helsa kommer foran (..)» (Vege, 2020).

Multimodal analyse: Bildene

I pressemeldingen benyttes samme foto av Evertsen som i Nettavisen-saken. Layouten er derimot forskjellig, da bildet først kommer lenger ned i Nettavisen. I pressemeldingen benyttes kun dette bildet, som hovedbilde. I Nettavisen er det Gerhardsen som er avbildet under tittel. Lenger ned i reportasjen benyttes bilder av Evertsen og Klepp i FHI. Jeg vil ikke foreta noen analyse av bildene av Gerhardsen og Klepp, på samme måte som jeg ikke går detaljert til verks på deres sitater og ordvalg. Likevel er layouten verdt å merke seg, ettersom den sier noe om journalistens valg av hvilke kilder som skal få mest oppmerksomhet. Bildet av Evertsen viser et nært utsnitt, og i bakgrunnen ser vi veker, som vitner om at hun er avbilder i et treningsstudio. En kan også se en annen person i bakgrunnen, som reflekteres i et speil. Fokuset er på henne, mens resten av bakgrunnen er utydelig. En kan tolke det som at det ved bruk av et nært utsnitt gjøres et forsøk på å konstruere en nær, personlig relasjon – på samme måte som i videointervjuet med Gravir. Hun er ikledd SATS-uniform og har blikket i kamera, på seeren. Uniformen understreker at hun representerer SATS og deres standpunkt i saken. Bildeteksten lyder «ADVARER: Landssjef i SATS Norge, Wenche Evertsen, advarer mot forverring av folkehelse og håper dørene åpner igjen så fort som mulig i hele landet.» (Vege, 17. desember 2020). Når en ser bildet i relasjon til bildeteksten, kan en tolke dette som en krevende bildehandling. Hun advarer (på vegne av SATS) om at folkehelse har blitt forverret, på bakgrunn av SATS' spørreundersøkelse blant sine medlemmer.

Ordvalg: Overvekt av negativt ladede ord

Pressemeldingen er preget av flere negativt ladede ord og formuleringer; *bekymret*, *dårligere form*, *urovekkende* og *skadelidende* er eksempler på slike. I Nettavisen er noen av de negativt ladede ordene som benyttes *krevende* (av journalisten og Gerhardsen), *bekymringsfullt* (Evertsens sitat), *frykte* (Evertsens sitat) og *nitrist* (Gerhardsens sitat). Igjen dukker ordet *trygg* opp i SATS' kommunikasjon: i pressemeldingen brukes det to ganger. Under mellomtittelen «Trygge sentre», opplyser SATS at de er klare for å ta imot medlemmer på kort varsel, «og selvsagt i trygge rammer og med sterkt fokus på smittevern i tråd med bransjens standarder (...)» (pressemelding). Det benyttes derimot ikke i Nettavisen-saken. I pressemeldingen finnes dessuten noen tydelige avtrykk, gitt at denne ble publisert etter Nettavisen-saken (som datoene tilsier). Dette gjelder særlig to av Evertsens sitater, hvor forskjellene i formuleringene er små. Et av disse er når hun understreker forholdet mellom den fysiske og den mentale helse:

Det er velkjent at det er en klar sammenheng mellom fysisk aktivitet og mental helse. Det er derfor stor grunn til å frykte de langvarige konsekvensene for folkehelsen – både fysisk og mentalt, mener Evertsen. (Vege, 2020)

Det er vel kjent at det er en klar sammenheng mellom fysisk aktivitet og mental helse. Vår medlemsundersøkelse bekrefter det andre undersøkelser har vist: at nordmenn er mindre aktive og i dårligere form enn før pandemien. Det er derfor stor grunn til å frykte de langvarige konsekvensene for folkehelsen – både fysisk og mentalt, sier Evertsen. (SATS, 2020)

Hovedforskjellen er at hun i pressemeldingen trekker inn SATS' spørreundersøkelse, hvor denne brukes som begrunnelse og evidens for «å frykte de langvarige konsekvensene for folkehelsen.» (SATS, 2020). Selv om denne ikke trekkes frem i det samme sitatet i Nettavisen, kommer det til uttrykk gjennom et annet sitat; «De kan ikke lenger ha faste rutiner, sliter med å få til trening på egenhånd og savner det sosiale. Det går spesielt mye på den mentale biten, som påvirkes av det hele, (..)». Også de andre kildene i saken trekker frem denne sammenheng, blant annet sier Gerhardsen at «Vi ser at folk beveger seg mindre og spiser mer usunt nå under koronapandemien.» (Vege, 2020). Grunnen til at SATS gjennomgående henviser til egen spørreundersøkelse i argumentasjonen i pressemeldingen, kan være for å vekke tillit til mottakeren og overbevise om at bekymringen er reell – den har hold i et bevis, det er ikke bare synsing og mening. Å trekke inn ulike stemmer slik Nettavisen gjør kan anses som et typisk sjangertrekk ved avisreportasjer, slik jeg var inne på i analysen av reportasjen i Dagens Næringsliv 12. mars 2020, hvor et SATS-medlem uttaler seg om nedstengningen. Dette for å belyse saken fra flere sider.

Intertekstualitet: Fokus på og formidling av smittevern

SATS sier i pressemeldingen at de i forbindelse med en eventuell gjenåpning vil ha «(..) sterkt fokus på smittevern (..)». Dette kan ses i sammenheng med Gravirs utsagn i Dagens Næringsliv 5. november: «(..) smittevern er prioritert nummer én». Fokuset på smittevern, og ikke minst *formidlingen* av hvor viktig dette er for SATS, kommer til syne hovedsakelig i forbindelse med gjenåpningen i juni 2020. Instagram-innlegget den 13. juni er et eksempel på. De fire diskursene som Gjerde identifiserte i regjeringens diskursive muliggjøring av koronapolitikken manifesteres alle i det han kaller *smitteverneren* (Gjerde, 2022, s. 40). Smitteverneren skapes idet diskurser, tvang og materialitet smelter sammen – videre beskriver han det som «(..) et

rasjonelt, vitenskapelig subjekt bevæpnet med vitenskapelige diskurser og råd, konstituert av ekspertisediskursen.» (Gjerde, 2022, s. 40). Fokuset på smittevern og artikuleringen av dette fra SATS' side, kan dermed ses som en intertekstuell kobling til regjeringens formidling og konstruksjon av smitteverneren. Som Gjerde videre skriver: det «Å forbli «normal» a la førpandemien blir som å være en femtekolonnist som forsømmer sitt «særskilte ansvar» for de «utsatte».» (Gjerde, 2022, s. 40). Dette kan forklare hvorfor det er så viktig for SATS å ikke bare utøve, men *formidle* smittevern på en så tydelig måte som de gjør: det gjelder å vise at man bryr seg. Dette blir kanskje også spesielt viktig når SATS kommuniserer at de mener de burde få holde åpent – derfor er det også strategisk smart å vise til spørreundersøkelsen, samt fokusere på helseaspektene som har blitt negativt påvirket under pandemien.

Utsagnet «(..) vi i SATS er mest opptatt av å holde nordmenn og våre medlemmer i form både fysisk og mentalt – uavhengig av om det er hos oss eller andre steder (..)» (pressemelding), understreker at det ikke er de økonomiske konsekvensene ved nedstengning som uroer SATS mest, og at de genuint bryr seg om folkehelsen – noe særlig siste del av uttalelsen understreker. Uttalelsen underbygger SATS' visjon om å gjøre folk sunnere og gladere, og kan være et grep for å styrke deres omdømme.

Interdiskursivitet: «(..) i disse utfordrende tider (..)»

Uttrykket «(..) i disse utfordrende tider (..)» er dessuten et eksempel på *interdiskursivitet*: «i disse tider» har gjennom pandemien blitt hyppig brukt på tvers av ulike kommunikasjonssituasjoner, uten at det har et identifiserbart tekstuell opphav (jf. Skrede, 2017, s. 53). Uttrykket betegner på denne måten korona-tiden. Her suppleres uttrykket med et substantiv, *utfordrende*, som beskriver situasjonen. Dette kan ses i sammenheng med ordvalgene ellers, da mange av disse er negativt ladet. Sammen bidrar disse til å skape en virkelighetsrepresentasjon av situasjonen, ved å vinkle den på en negativ måte.

Transitivitet og epistemisk modalitet: Ulike mottakere og høy grad av påstandssikkerhet

Flere av Evertsens sitater i pressemeldingen og Nettavisen har sterke fellestrekk; likevel er kommunikasjonen gjennom disse kanalene rettet mot ulike mottakere. Mens en pressemelding først og fremst er rettet mot journalister, er avisreportasjen i en landsdekkende avis rettet mot et bredere publikum. Målet med en pressemelding er nettopp å få medieomtale, slik SATS har fått i dette tilfellet. Pressemeldingen er imidlertid publisert etter Nettavisen-saken. Det er uvisst om pressemeldingen ble sendt til Nettavisen og muligens andre aviser før den ble publisert på

SATS' egen nettside. Dersom pressemeldingen ble skrevet og publisert dagen etter, kan det tenkes å være for å få gjennomslag i flere aviser. Uansett er transitiviteten; måten SATS henvender seg til mottakeren, i stor grad lik i pressemeldingen og Nettavisen. Den bærer preg av et forsøk på å overbevise mottakeren om at bekymringen vedrørende folkehelse er reell. Dette skjer gjennom høy grad av epistemisk modalitet. Høy grad av sikkerhet om at folkehelse har blitt verre under pandemien, eksemplifiseres og bevises gjennom SATS' spørreundersøkelse (både i pressemeldingen og i Nettavisen), samt flere undersøkelser og flere kilder som uttaler seg i Nettavisen.

Sjangrenes spillerom

At det argumenteres ut ifra både den fysiske og den mentale helse, kan ses som en forlengelse og fordykning av argumentasjonen i DNtv 5. november 2020. Her sies det blant annet at en ny nedstengning vil være svært krevende for folkehelse og at SATS, gjennom å holde åpent, vil kunne fortsette å ta vare på den. Hvilke aspekter ved folkehelse det er snakk om utdypes imidlertid ikke, selv om seeren kan tolke at han i dette tilfellet snakker om folks fysiske helse, ettersom SATS tilbyr en tjeneste som skal få folk i fysisk aktivitet, nemlig trening på treningssentre. Pressemeldingen og Nettavisen-saken bekrefter at det er snakk om den fysiske helse, men også den mentale, som bygger på resultater fra SATS' undersøkelse. At pressemeldingen og Nettavisen-saken omhandler folkehelse mer inngående, bør i tillegg til konteksten og årstiden, også ses i sammenheng med avisene og sjangrene. I Dagens Næringsliv (som navnet tilsier) er det nyheter i forbindelse med næringsliv som er av interesse, dermed er hovedfokus på SATS som bedrift. Saken i Nettavisen vinkles mot folkehelse, og går dermed inn på dens ulike aspekter mer inngående. Likevel får også formatet konsekvenser for kommunikasjonen, slik jeg var inne på tidligere. Oppsummert kan man si at Dagens Næringsliv fokuserer på næringslivsaspektet ved en mulig ny nedstengning, mens Nettavisen fokuserer på helseaspektet.

Rekontekstualisering av helsediskursen, dugnadsdiskursen og krisediskursen

Pressemeldingens tittel indikerer at SATS uroer seg over situasjonen med de stengte treningssentrene – de er *bekymret*. En lignende formulering brukes i Nettavisen-saken, men med en anelse mer tabloid vri: «Slår «treningsalarm»: Bekymret for den norske folkehelsen». Bekymringen som artikuleres beror på undersøkelsen SATS har foretatt, som viser at medlemmene trener mindre og mangler motivasjon. Denne knyttes opp mot folkehelse, og eksemplifiseres og forklares ut ifra resultatene i undersøkelsen. Folkehelse innebærer altså ikke

kun den fysiske, men også den mentale helse, som brukes som rød tråd og er sakens kjerne i både pressemeldingen og i Nettavisen. Utsagnet «Ambisjonen er å bidra til bedre psykisk og fysisk helse i disse utfordrende tider og dermed også bidra til folkehelsen i sin helhet.» (SATS, 2020), understreker at det dreier om flere aspekter ved helse. Helsediskursen er i dette tilfellet plassert i en ny kontekst, hvor den nye konteksten er nedstengning nummer to. Dette forklarer hvorfor den artikuleres på en annen måte enn under første nedstengning, hvor SATS' hovedanliggende var å begrense koronasmitte.

Gjerde (2022, s. 37) peker på at dugnadsdiskursen innebærer fokus på å jobbe i solidaritet med de hardest rammede. For eksempel eldre, kronisk syke og andre spesielt utsatte (Mæland, 8. april 2020). Samtidig sier Mæland i innlegget den 8. april at man kan bidra «på veldig mange ulike måter», for eksempel ved å ta en telefon til enslige. Å jobbe i solidaritet med de utsatte kan dermed innebære å både bidra til smittevernfellesskapet (Gjerde, 2022, s. 37), men også bidra til å forhindre ensomhet. Eksempler på artikuleringen av dugnadsdiskursen ses både i pressemeldingen og i Nettavisen, ved at utsatte grupper trekkes fram. I dette tilfellet dreier det seg imidlertid ikke om koronasmitte, men om deres fysiske og mentale helse. Selv om ensomhet i stor grad kan knyttes til mental helse, har det skjedd et fokusskifte – spesielt med tanke på den fysiske helsa, men også ved at SATS tilbyr en mer helhetlig forståelse av helsebegrepet. Dette er i så måte et tilfelle av intertekstualitet, ved at en tidligere tekstbegivenhet har blitt bragt inn i en ny kontekst hvor bekymringen er flyttet fra koronasmitte (og ensomhet, som en konsekvens av den nødvendige isolasjonen), til hvordan et nedstengt samfunn vil påvirke befolkningen og spesielt de utsatte gruppene, fysisk og mentalt. Eksempler på dette er Evertsens utsagn, «Samtidig ser vi at de som har mest behov for treningen er de som er mest skadelidende. Vi er særlig bekymret for to grupper: de som bor trangt og i sentrum av de store byene, og de som har et særlig behov for spesialtilpasset trening og apparater (..)» (Vege, 2020; SATS, 2020). Fokuset på de spesielt utsatte underbygges fremdeles av en dugnadsdiskurs, men denne har nå blitt rekontekstualisert, ved at den har blitt løftet inn i SATS og treningssenterbransjen som kontekst (slik den også ble i forbindelse med gjenåpningen). Å jobbe i solidaritet med de hardest rammede er tuftet på regjeringens oppfordring, i forbindelse med smittevern (jf. Gjerde, 2022), og benyttes senere i en ny kontekst, hvor hovedbekymringen er den fysiske helsa – og den mentale, som en konsekvens av dårligere fysiske helse.

Dette fører dessuten til en ny forståelse av hva folkehelsekrisa egentlig innebærer. Ifølge Gjerde (2022, s. 35-36) innebærer *krisediskursen*, som regjeringen artikulere i mars 2020, at

pandemien presenteres som en krise; nærmere bestemt en folkehelsekrise. Den 10. mars uttalte statsministeren at pandemien «først og fremst (..) truer folks liv og helse (..)» (Solberg, 10. mars 2020). Løsningene ble strenge tiltak som tuftes på nødvendighet, da fraværet av disse tiltakene i verste fall ville medføre samfunnskollaps og massedød (Gjerde, 2022, s. 35). Måten SATS retter stor bekymring mot folkehelsa minner om artikuleringen av krisediskursen, men løsningen er ikke sosial nedstengning, ifølge SATS – snarere tvert imot. Nedstengning fører til at folk blir i dårligere fysisk form, som igjen går negativt utover den mentale helsa. Fordi helsediskursen har blitt rekontekstualisert ved å flytte fokus over fra sykdom og smitte til andre helseaspekter, tilbyr SATS og andre folkehelseaktører en ny forståelse av folkehelsekrisa.

[November og desember 2020 oppsummert: Artikuleringen av helsediskursen, krisediskursen og dugnadsdiskursen](#)

Reportasjen i Nettavisen og pressemeldingen ble publisert henholdsvis 17. og 18. desember 2020, altså en drøy måned inn i den andre nedstengningen i Oslo og Bergen. I likhet med Gravir i Dagens Næringsliv den 5. november, argumenteres det også her med å ta vare på folkehelsa – men nå er SATS virkelig *bekymret*, resultatene fra undersøkelsen er *urovekkende*. Dette kan ses i sammenheng med Gravirs utsagn, om at stengte treningssentre vil være «svært krevende for folkehelsen». I Nettavisen-saken samt pressemeldingen vektlegger SATS at det ikke bare dreier seg ikke bare om den fysiske helsa, men også om den mentale. «Det er vel kjent at det er en klar sammenheng mellom fysisk aktivitet og mental helse», uttaler Evertsen i begge tekstene. Bekymringen forankres i SATS' spørreundersøkelse, som fungerer som bevis for at bekymringen er reell. At den mentale helsa vektlegges så sterkt, bør dessuten ses i sammenheng med flere deler av konteksten, nærmere bestemt årstiden og nedstengingens varighet. Dette peker Gerhardsen på; «(..) nå er det nitrist, mørkt, vått og grått vær (..)». Ordet nitrist bidrar til å vekke negative assosiasjonen; nærmest en følelse av håpløshet, da dette er et sterkt negativt ladet ord. Ordet benyttes riktignok ikke av SATS, men kan ses i sammenheng med pressemeldingen den 18. desember; «Dørstokkmila har blitt veldig mye lengre nå i den mørkeste og kaldeste tiden og mange sliter med å finne motivasjonen og holde seg aktiv (..)». Årstiden trekkes altså frem som en medvirkende årsaksfaktor for hvorfor folkehelsa er truet, som implisitt underbygger SATS' ønske om å få åpne igjen. Artikuleringen av helsediskursen i en ny kontekst skaper en ny forståelse av pandemien som folkehelsekrise – det kan dermed argumenteres for at krisediskursen, slik regjeringen gir uttrykk for denne i mars 2020, møtes av et konkurrerende syn av SATS i november og desember.

Hovedfunnet i materialet fra november og desember 2020 er at SATS (nok en gang) trekker frem sitt mål om å ta vare på folkehelsa, i forbindelse med en ny nedstengning; både i forkant (DN 5. november) og underveis (Nettavisen og pressemeldingen 17. og 18. desember). Det som imidlertid har skjedd mellom første og andre nedstengning er et fokusskifte vedrørende folkehelsa. Mens SATS i børsmeldingen og i Dagens Næringsliv den 12. mars kobler beslutningen om å stenge opp mot å *forhindre smitte*, som forankres i deres visjon og ønske om å ta vare på folkehelsa, mener de mot slutten av året at det er hensiktsmessig å holde treningssentrene åpne, for å ta vare på folks *fysiske og mentale helse*. Her trekkes også utsatte grupper inn; et eksempel på artikuleringen av dugnadsdiskursen, nærmere bestemt hvordan vi i fellesskap kan jobbe for å ta vare på sårbare grupper (Gjerde, 2022, s. 37). Dette kommer også til uttrykk i Instagram-innlegget den 13. juni, i forbindelse med smittevern og gjenåpning; men nok en gang har hva det vil si å ta vare på disse gruppene fått en ny betydning, som kan ses gjennom den intertekstuelle koblingen. I mars dreide det seg om å beskytte særlig disse gruppene mot smitte – nå dreier det seg om å beskytte dem mot blant annet ensomhet og økonomiske bekymringer, slik Klepp påpeker i Nettavisen, samt eventuelle belastninger og skader det vil medføre å være inaktiv, slik Evertsen påpeker.

I likhet med tidligere funn, kan det også i dette tilfellet argumenteres for at Dagens Næringslivs intervju befinner seg i en næringslivsorientert diskursorden. Nettavisen-reportasjen og pressemeldingen befinner seg derimot i en helserelatert diskursorden. At fokuset er flyttet fra koronasykdom og -smitte til andre helseaspekter, gjør at en ikke lenger kan snakke om en medisinsk diskursorden.

5.0 Drøfting

5.1 Primære og sekundære kommunikasjonskanaler: Hvem forsøker SATS å nå?

I analysen av Instagram-innlegg så jeg på to innlegg fra første nedstengning og ett innlegg fra gjenåpningen i juni. Funnene i analysen viser at det er nokså tydelig hvem SATS forsøker å nå gjennom de ulike kommunikasjonskanalene, fortrinnsvis på Instagram, hvor de henvender seg til sine medlemmer på en eksplisitt, direkte måte. Det fremste eksempelet på dette er innlegget «Kjære alle fantastiske medlemmer», som dessuten preges av en nær og personlig tiltalemåte. SATS snakker til og ikke om sine medlemmer på Instagram, ved å benytte pronomenet «dere». Kommunikasjonen over Instagram er dessuten preget av en varm og vennlig stil. Ordvalgene sier noe om hva slags relasjon SATS forsøker å etablere til sine medlemmer; en nær, personlig relasjon, hvor (den faktiske) avstanden og maktforholdet som foreligger mellom medlemmene og SATS, tilsløres gjennom valg av bestemte ord, pronomenbruk, samt mer generelle formuleringer og tiltalemåter. Dette underbygges og forsterkes gjennom bruk av emoji'er og symboler, samt gjennom bildehandlinger i form av blikk. Her kan også valg av ordet *medlemmer* fremfor *kunder* si noe om hva slags relasjon SATS ønsker å etablere. Dette er høyst sannsynlig et strategisk ordvalg fra SATS' side; det benyttes i alle SATS' kanaler (riktignok av SATS selv). Ordet kunde kunne gitt assosiasjoner til SATS som en selger; en aktør som er mest interessert i profitt, fremfor en aktør som genuint bryr seg om folkehelse.

5.1.2 SATS' strategiske kommunikasjon

Fra et strategisk kommunikasjonsperspektiv, vil målet med tiltalemåten ovenfor medlemmene trolig dreie seg om å gjøre dem fornøyde, ved å bygge tillit. At SATS er Norges største og ledende treningssenterkjede kan anses som en indikator på at de har gjort noe riktig i sitt strategiske kommunikasjonsarbeid. Tiltalemåten, som bærer preg av genuin omtanke for medlemmene, samt et ønske om å ta vare på folks helse, kan være viktige årsaksfaktorer til at SATS har klart å bygge en sterk merkevare gjennom en tydelig visjon, som også danner utgangspunktet for eksternkommunikasjonen under pandemien, som har blitt undersøkt i denne oppgaven. Dette kan ha bidratt til å både rekruttere, samt holde på sine medlemmer. Ikke minst er folkehelsefokuset inkluderende, da det omfatter hele befolkningens helse, og dreier seg ikke om enkelte kropper eller utelukkende om kropp og vekt. Selv om vekt også er et aspekt ved folkehelse, er det ikke snakk om et estetisk, utseendefokusert perspektiv, men

snarere et helhetlig helseperspektiv, som igjen kan knyttes til god livskvalitet og fravær av livsstilssykdommer, blant annet.

5.1.3 Instagram: I grenselandet mellom ekstern- og internkommunikasjon?

I denne oppgaven har jeg sett på tilfeller av eksternkommunikasjon, det vil si offentlig tilgjengelig kommunikasjon som retter seg mot et større publikum. Internkommunikasjon foregår derimot innad bedriften, imellom ansatte – men og mellom SATS og medlemmene, for eksempel via e-post og tekstmeldinger. Dette er altså kommunikasjon rettet mot medlemmene, og er ikke åpen og tilgjengelig for offentligheten. Likevel så jeg hvordan SATS tydelig henvender seg til sine medlemmer på Instagram. Dette skiller seg fra tiltalemåten i børsmeldingen, pressemeldingen og avisene, som ikke snakker like direkte til en bestemt mottaker. Kommunikasjonen bærer dermed preg av at den retter seg mot et større publikum; mot offentligheten. Man kan dermed argumentere for at Instagram blir en slags hybrid mellom ekstern- og internkommunikasjon: SATS' Instagram er en offentlig profil, hvor det som publiseres er åpent og tilgjengelig for alle som trykker seg inn på profilen – kommunikasjonen er offentlig tilgjengelig. Likevel gjør språkvalgene; valg av ord og tiltalemåte, at innleggene i noen tilfeller minner mer om internkommunikasjon mellom SATS og deres medlemmer, hvor SATS henvender seg til, og forsøker å skape dialog og interaksjon mellom seg og sine medlemmer. Dette kan ses i sammenheng med Instagram som sjanger, og gjenspeiler utviklingen av dagens mediesamfunn, hvor brukerne tar en mer aktiv og deltakende rolle (Siapera, 2014, s. 35). Brurås (2020, s. 12) nevner det samme i forbindelse med journalistikken; at publikum har fått en annen og mer aktiv rolle ved at de i større grad bidrar, som skaper mindre avstand mellom sender og mottaker. I forbindelse med sosiale medier, som har blitt en viktig kilde i journalistisk research, sier han at skillet mellom den private og den offentlige sfære ofte kan være utydelig (Brurås, 2020, s. 12), noe som fører til nye etiske spørsmål og dilemmaer for journalister. Dette skal jeg ikke gå nærmere inn på her, men poenget gjenspeiler at sosiale medier kan være et utfordrende grenseland når det kommer til offentlig versus privat; en parallell som også kan trekkes til ekstern- og internkommunikasjon.

Måten SATS ordlegger seg på på Instagram handler ikke bare om hvem de forsøker å nå, men også i svært stor grad om sjangeren – sosiale medier, nærmere bestemt Instagram. Sjangeren gir SATS spillerom til å vise seg fra en mindre formell, og til tider mer humoristisk side, ved å poste innlegg som ikke nødvendigvis trenger ha et spesielt viktig budskap. Slik er ikke

tilfellet med verken børsmelding, pressemelding eller avisreportasje. Som Hågvar (2007, s. 27) sier; «Sjangeren er en uunnværlig tvangstrøye». Fordi børsmeldingen, pressemeldingen og nyhetsreportasjen er eldre og mer etablerte sjangre, med tydeligere regler og føringer, er det en annen terskel og andre normer som gjelder for kommunikasjonen i disse tilfellene.

5.2 Helsediskursen

Helsediskursen kommer til uttrykk i SATS' kommunikasjon ved at de henviser til sin visjon om å gjøre folk sunnere og gladere, og ønsker å ivareta folkehelse. Som jeg så i analysen endres hva som legges i begrepet folkehelse ut ifra kontekstene. I mars 2020 lå hovedfokus på å minimere risikoen for å bli smittet av korona (sykdomsaspektet), mens det senere, i november og desember 2020, handlet om fysisk form og mental helse i mer generelle termer. Reportasjen i Nettavisen og pressemeldingen fra SATS den 17. og 18. desember tydeliggjør disse aspektene. Formuleringen «(..) bidra til folkehelsen *i sin helhet*» i pressemeldingen understreker dette helhetlige perspektivet på helse. Årstiden, samt det kalde, mørke været, forverrer dessuten den negative trenden og bekymringen som artikuleres både i Nettavisen og i pressemeldingen. At det er vanskelig å komme seg ut, bevege seg og få dagslys, skaper dermed negative ringvirkninger for både den fysiske og den mentale helsa, som underbygger argumentasjonen om at gjenåpning er riktig valg.

5.2.1 Fokus på mental helse og økt kunnskap om smittevern

Fokuset på den mentale helsa, samtiden og det vestlige, moderne samfunnet kan ses i sammenheng. Økt fokus på psykisk helse og ikke minst åpenhet rundt dette har for mange blitt en kampsak. Mens temaer omhandlende psykisk helse, da spesielt psykiske plager og sykdommer, tidligere har vært befengt med mye stigma og tabu, har det de siste årene vært stort fokus på å snakke høyere og mer åpent om slike ting, for å skape mer åpenhet og toleranse. Under pandemien ble også de psykiske helseaspektene satt på dagsordenen på et tidlig stadium. Hvordan psykiske helseaspekter ble påvirket av pandemien og nedstenging er et eksempel på hvordan *krisediskursen* artikuleres (Gjerde, 2022, s. 36). Ropstad uttalte blant annet at hans «største bekymring ... hele veien vært hvordan de strenge smitteverntiltakene slår ut for barn og unge som har det vanskelig», og regjeringen «gjør alt de kan» for å begrense disse problemene, mens befolkningen anbefales å holde et våkent øye med unge naboers, familiemedlemmers og bekjentes situasjon (Ropstad, 6. april 2020). Slike utsagn viser hvordan pandemien som folkehelsekrise får konsekvenser for flere andre helseaspekter.

Også andre mulige årsaksfaktorer kan forklare hvorfor folkehelse brukes som hovedargument, enten det dreier seg om nedstengning eller gjenåpning. Etter hvert som månedene gikk økte kunnskapen om koronaviruset, sykdommen og smitten – dermed kan *økt kunnskap* være en medvirkende årsaksfaktor til hvorfor SATS noen måneder senere mener det er rimelig og *trygt* å holde treningssentrene åpne. Dette kan ses i forbindelse med det Gjerde (2022, s. 40) kaller *smitteverneren*, som de fire diskursene han identifiserte at regjeringen tok i bruk under pandemiens første bølge, forankres i. Smitteverneren konstitueres av ekspertisediskursen, som kan forklare hvordan økt kunnskap bidrar til å gi et annet syn på ny nedstengning fra SATS' side i november. Ved å henvise til smittevernrutiner og at de ikke har hatt noen registrerte smittetilfeller på SATS, forsøker de å vise at de tar smittevern seriøst. Dette er Gravir særlig nøye på å understreke, ved å gjenta at «(..) smittevern er prioritert nummer én.» (Dagens Næringsliv, 5. november). Fordi som Gjerde skriver: det «Å forbli «normal» a la førpandemien blir som å være en femtekolonnist som forsømmer sitt «særskilte ansvar» for de «utsatte»» (Gjerde, 2022, s. 40).

5.2.2 Ansvar for folkehelse i fokus

Mulighetene som ligger i begrepet folkehelse, gjør at det fremstår som en valid begrunnelse i forbindelse med både nedstengning og i argumentasjonen om å få åpne igjen. Ikke minst er vektleggingen av folkehelse tett forankret med SATS' visjon om å gjøre folk sunnere og gladere (SATS, u.å.), ved å ta vare på folkehelse. Visjonen kobles dessuten opp mot et ansvar ved gjentakende ordvalg den 12. mars 2020, både i børsmeldingen, på Instagram og i Dagens Næringsliv. Denne brukes som argumentasjon og begrunnelse, og på ulike måter bidrar altså dette til å forsvare både nedstengning og gjenåpning. Dette kan anses som et strategisk grep ved at det kan bidra til å fremstille SATS som en ansvarsfull aktør som ikke bare kommuniserer, men også handler ut ifra sin visjon. Helsediskursen får dermed forankring i en ansvarsdiskurs under pandemiens første nedstengning i mars 2020.

For SATS vil det å holde stengt i lange perioder også medføre store finansielle konsekvenser. Dette er de så vidt inne på i Dagens Næringsliv den 12. mars samt i pressemeldingen den 18. desember. Det er riktignok interessant å se hva SATS vektlegger i sin kommunikasjon – dette sier mye om hva de ønsker å assosieres med og hvordan de ønsker å fremstå utad. Felles for deres kommunikasjon i denne oppgaven (uavhengig av sjangre og kanaler), er at visjonen deres ser ut til å danne grunnlag for all kommunikasjon. Noen steder gjøres det eksplisitt, ved

å direkte henvise til den (som i børsmeldingen den 12. mars), mens andre steder gjøres det på en mer implisitt måte, slik som i pressemeldingen og Nettavisen-reportasjen i desember. Den mentale helsas sterke forankring i den fysiske kan i stor grad gjenspeiles i deres visjon, om å gjøre folk sunnere og gladere. Det å være sunn og glad ses i sammenheng, på samme måte som fysisk og mental helse ses i sammenheng. Dette tilbyr en mer helhetlig forståelse av helsebegrepet enn det som ble artikulert i børsmeldingen den 12. mars, hvor folkehelsa fikk forankring i det å begrense smittespredning. SATS' visjon samt ansvaret (samfunnsansvaret) om å ta vare på folkehelsa får på denne måten konsekvenser for deres kommunikasjon på tross av sjanger, kanal og kontekst.

5.2.3 Pandemien som folkehelsekrise: Konkurrerende syn

Regjeringens artikulering av en krisediskurs tilbyr en måte å forstå pandemien på, som en folkehelsekrise, som dreier seg om befolkningens liv på både individuelt og samfunnsmessig nivå, ifølge Gjerde (2022, s. 36). Koronatiltakene brøt inn i alle sosiale sfærer, hvor det i forbindelse med første nedstengning blant annet ble rettet bekymring mot barn og unge som allerede hadde det vanskelig (regjeringen, 2020i), samt hvordan tiltakene ville påvirke næringslivet og tilbudene til rusmisbrukere (Gjerde, 2022, s. 36). Tiltakene ble dog fremstilt som strengt nødvendige, da konsekvensene av fraværet av disse var samfunnskollaps og massedød, slik krisediskursen ga uttrykk for (Gjerde, 2022, s. 35). I denne oppgavens materiale kommer artikuleringen av krisediskursen intertekstuellet til syne i juni, dog ikke av SATS, men av TV 2. I november og desember artikulerer SATS denne selv, gjennom beskrivelser av situasjonen som «veldig krevende» (Dagens Næringsliv 5. november) og at det er «(..) stor grunn til å frykte de langvarige konsekvensene for folkehelsen (..)» (SATS, 2020; Vege, 2020), samt ved å rette bekymring mot utsatte grupper. Ord som *bekymret* og *urovekkende* bidrar også til artikuleringen av krisediskursen. Det kan i så måte argumenteres for at krisediskursen møtes av et konkurrerende syn med tanke på hva den egentlig innebærer og ikke minst hva som er løsningen på krisa. Løsningen er ikke sosial nedstengning, ifølge SATS. Under pandemiens første nedstengning godtok derimot SATS regjeringens bestemmelser og innordnet seg uten opposisjoner. Dette må imidlertid ses i sammenheng med at SATS selv besluttet å stenge i mars. I forbindelse med gjenåpningen i juni kom dugnadsdiskursen til uttrykk, i forbindelse med smittevern og de nye rutinene på treningssentrene. Mens regjeringens konstruksjon av folkehelsekrise rådet under pandemiens første nedstengning, ble den i større grad satt spørsmål ved og utfordret av andre konkurrerende virkelighetsrepresentasjoner under andre nedstengning.

5.3 Rekontekstualisering av dugnadskursen

Ordet trygg i ulike former og uttrykk brukes hyppig av SATS i egne kommunikasjonskanaler, særlig på Instagram. Dette ses spesielt i forbindelse med gjenåpningen i juni, hvor det henspilles til trygghet i forbindelse med de nye smittevernrutinene, og at vi sammen (gjennom fellesskapet) kan sørge for at det blir trygt å trene på SATS: «Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og minimerer risikoen for smittespredning ved å følge disse forholdsreglene (..)». Dugnadskursen (sammen med krisediskursen og krigsdiskursen) motiverer til handling gjennom at medmennesker skal beskyttes, ifølge Gjerde (2022, s. 40), noe dette utsagnet eksemplifiserer. I samspill med denne gir også SATS uttrykk for en trygghetsdiskurs, som skapes gjennom gjentatte ord og uttrykk i forbindelse med trygghet. Artikuleringen av de nye rutinene «pakkes inn» i ord og uttrykk om trygghet og fellesskap, som både virker dempende på de strenge tiltakene, samt initierer til at de har gode intensjoner med dem. I TV 2-reportasjen som blant annet tar for seg de nye rutinene, nevnes ikke ordet trygg i det hele tatt. Senere, i september og oktober samme år, publiserer SATS flere innlegg som innledes med «Trygg trening», hvor medlemmene blir påminnet om alt fra å holde avstand, til å huske å vaske utstyr. Også i pressemeldingen den 18. desember nevnes ordet *trygg* to ganger, hvor «Trygge sentre» er en egen mellomtittel. I Nettavisen-reportasjen den 17. desember (som omhandler det samme), benyttes det derimot ikke. I Dagens Næringsliv den 5. november brukes det derimot én gang. Trygghetsdiskursen artikuleres hovedsakelig av SATS selv, i deres egne kanaler. Dugnadskursen artikuleres imidlertid både i primære og sekundære kommunikasjonskanaler; i desember kommer denne til uttrykk i forbindelse med det å beskytte utsatte grupper. Denne delen av dugnadskursen har blitt rekontekstualisert siden regjeringen først artikulerte den i mars 2020 (jf. Gjerde, 2020, s. 37) ved at SATS nå hovedsakelig bekymrer seg for den fysiske helsa, som får negative ringvirkninger for den mentale.

6.0 Avslutning og konklusjon

6.1 Oppsummering av funn

2020 har blitt et år for minnebøkene, både nasjonalt og internasjonalt. Denne oppgaven har gjennom en multimodal diskursanalyse undersøkt hvordan SATS har kommunisert under korona-året 2020, med utgangspunkt i nedstengninger og gjenåpning. Problemstillingen for oppgaven var: *Hvordan kommuniserte treningssenterkjeden SATS i forbindelse med korona-relaterte nedstengninger, samt gjenåpningen i 2020?* For å spisse fokus, hadde jeg to forskningsspørsmål; hvordan de henvender seg til mottakerne gjennom ulike kanaler (1), og hvilke diskurser som er fremtredende – samt hvordan dette kan si noe om deres holdninger i forbindelse med nedstengningene og gjenåpningen (2).

På Instagram henvender SATS seg til sine medlemmer på en eksplisitt måte, mens de gjennom børsmeldingen og pressemeldingen snakker til et større publikum (til tross for at disse i likhet med Instagram er primære kommunikasjonskanaler). Disse ligner dessuten i større grad på avisreportasjene med tanke på utforming og stilen generelt. Dette kan ses i sammenheng med sjangrene, som legger bestemte føringer for kommunikasjonen, og understreker at Instagram (som et sosialt medium) har andre og mindre formelle føringer enn avisreportasje, pressemelding og børsmelding. Ikke minst er visuelle aspekter av stor betydning på Instagram, hvor modaliteter som bilder, farger, symboler og emoji'er alle bidrar til meningsskapning.

Den gjentakende ansvarliggjøringen i mars 2020 ga uttrykk for en *ansvarsdiskurs*, som har tett forankring med artikuleringen av en *helsediskurs*; ved å koble ansvaret opp mot å ivareta folkehelsen. Ved bruk av ansvarsdiskursen posisjonerte SATS seg som en viktig aktør i treningssenterbransjen og næringslivet, især gjennom børsmeldingen og Dagens Næringsliv. Da SATS ble truet med nok en nedstengning i november, tok de imidlertid et annet standpunkt: I Dagens Næringsliv den 5. november mente SATS-sjefen at det mest hensiktsmessige var å fortsette å holde åpent, nok en gang for å ivareta folkehelsen. Denne intertekstuelle koblingen viser at ulike aspekter ved folkehelsen ble vektlagt i disse kontekstene, dermed ble meningsinnholdet endret som følge av rekontekstualisering.

Ordet trygg, som blant annet brukes i pressemeldingen den 18. desember og på Instagram i forbindelse med gjenåpning og smittevern, fikk ikke like stort gjennomslag i avisene, i hvert fall ikke i forbindelse med de samme begivenhetene. SATS skaper, gjennom gjentakende ordvalg, en *trygghetsdiskurs* under pandemien, som hovedsakelig artikuleres i egne kanaler. Denne diskursen kommer til uttrykk sammen med *dugnadsdiskursen* (Gjerde, 2022, s. 37). Dugnadsdiskursen vises intertekstuel i SATS' kommunikasjon i forbindelse med gjenåpning i juni 2020 og de nye smittevernrutinene. Dugnadsdiskursen har altså blitt rekontekstualisert i nye settinger; både av SATS og andre aktører, som igjen kommer til uttrykk i media. I tillegg har meningsinnholdet bak hva det innebærer å beskytte «de mest sårbare, utsatte gruppene», blitt noe utvidet; fra å minimere smitterisiko til å ta vare på deres fysiske og mentale helse.

Krisediskursen, som betrakter pandemien som en folkehelsekrise (Gjerde, 2022, s. 35), møtes av konkurrerende syn under andre nedstengning, når SATS og andre folkehelseaktører retter bekymring mot hva som egentlig er mest bekymringsverdig vedrørende folks helse under pandemien. Synet på sosial nedstengning som løsningen på folkehelsekrise utfordres av SATS og andre folkehelseaktører, ved å argumentere for hvordan nedstengning truer folks fysiske og mentale helse.

6.2 En vellykket strategisk kommunikasjon?

Funnene i denne oppgaven har gitt et bilde av treningssenterkjeden SATS' eksternkommunikasjon under koronapandemien; hvordan de har henvendt seg til mottakerne gjennom ulike kommunikasjonskanaler, hvilke diskurser som har vært fremtredende og hvordan disse har gitt uttrykk for holdninger. Folkehelsas ulike aspekter kommer til uttrykk under den første og andre nedstengningen. Hva burde prioriteres? Smittevern eller mental helse? Denne debatten eksemplifiseres gjennom oppgavens materiale og kan ses i tråd med samtiden. Under pandemien ble dette særlig koblet til nedstengningene og sosial isolasjon, som blant annet kommer til uttrykk gjennom SATS' kommunikasjon i slutten av 2020. Gjennom sin eksternkommunikasjon forsøker SATS å fremstille seg som noe mer enn en profittskapende aktør, ved å kommunisere med sin visjon i mente, om å gjøre folk sunnere og gladere. SATS balanserer på denne måten sin rolle som næringslivsaktør med sin rolle som folkehelseaktør. Helsediskursen viser seg gjeldende både under første og andre nedstengning samt gjenåpningen i 2020, og artikuleres på tvers av ulike aviser, sjangre og tilfeller av primær- og sekundærkommunikasjon. På bakgrunn av dette kan det argumenteres for at

SATS' visjon og kommunikasjonsstrategi er vellykket, i den grad målet er å fremstille seg som en viktig folkehelseaktør.

6.3 Forslag til videre forskning

Hva som har kjennetegnet SATS' kommunikasjon i etterkant av korona-året 2020 kunne vært et interessant utgangspunkt for videre forskning, både med tanke på gjenåpningen i 2021, men også videre inn i 2022. Det kunne også være interessant å sammenligne kommunikasjonen før og etter koronapandemien, og se om pandemien har satt noen tydelige spor i deres senere strategiske eksternekommunikasjon. Å undersøke en annen treningssenterbransjes eksternekommunikasjon under koronapandemien kunne også være interessant, og eventuelt sammenligne denne med SATS'.

7.0 Litteraturliste

7.1 Kilder

Allern, S. (2001). Kildene og mediemakten. *Nordicom Information*, 23, 17-27.

https://www.researchgate.net/publication/299446337_Kildene_og_mediemakten

Bergles, P. (2019). Kritisk diskursanalys. I M. Ekström og B. Johansson (Red.), *Metoder i medie- og kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur.

Birkeland, N. R. (2018). Vurdering for læring – en trojansk hest i skolen? *Tidsskriftet Sakprosa*, 10(2), 1-35. <https://journals.uio.no/sakprosa/article/view/6023/5512>

Bratland-Sanda, S., Myhre, T. H. V. & Tangen, J. O. (2020). Norwegian Fitness Industry: From Bodybuilding to a Public Health Partner. I J. Scheerder, H. Vehmas & K. Helsen (Red.), *The Rise and Size of the Fitness Industry in Europe* (s. 327-347). Palgrave Macmillan.

Brurås, S. (2020). *Etikk for journalister* (6. utg.). Fagbokforlaget.

Christensen, T. & Lægreid, P. (2020). The coronavirus crisis – crisis communication, meaning-making, and reputation management. I *International Public Management Journal*, 23(5), 713-729. <https://doi.org/10.1080/10967494.2020.1812455>

Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora. (2018).

Forskningsetisk veileder for internettforskning. (2. utg., september 2018).

<https://www.forskningsetikk.no/globalassets/dokumenter/4-publikasjoner-som-pdf/forskningsetisk-veileder-for-internettforskning-2018-interaktiv.pdf>

Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora. (2021).

Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap og humaniora. (5. utg., desember 2021).

<https://www.forskningsetikk.no/globalassets/dokumenter/4-publikasjoner-som-pdf/forskningsetiske-retningslinjer-for-samfunnsvitenskap-og-humaniora>

Dyregrov, S. (2014, 6. november). «- Burde aldri godtatt sammenslåingen av Sats og Elixia». *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/oslo/i/rL4O1/burde-aldri-godtatt-sammenslaaingen-av-sats-og-elixia>

Engebretsen, M. (2010). Innledning: Hvorfor og hvordan analyserer vi sammensatte tekster? I M. Engebretsen (Red.), *Skrift/bilde/lyd: Analyse av sammensatte tekster* (s. 17-36). Høyskoleforlaget.

Ekström, M. & Johansson, B. (2019). *Inledning*. I M. Ekström og B. Johansson (Red.), *Metoder i medie- og kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur.

Eriksson, G. & Machin, D. (2019). Multimodal analys av audiovisuell kommunikation. I M. Ekström og B. Johansson (Red.), *Metoder i medie- og kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur.

Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis* (2. utg.). Routledge.

Fairclough, N. (1993). Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: the universities. *Discourse and society*, 4(2), 133-168.

Forskrift om smitteverntiltak i Bergen kommune. (2020). *Forskrift om smitteverntiltak i Bergen kommune, 7.11-23.11*. (6. november). Bergen kommune. <https://www.bergen.kommune.no/politikere-utvalg/api/fil/bk360/3766176/Forskrift-om-smitteverntiltak-i-Bergen-kommune-7-11-23-11>

Folkehelseloven. (2011). *Lov om folkehelsearbeid*. (LOV-2011-06-24-29). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2011-06-24-29>

Gjerde, L. E. L. (2022). Den norske regjeringens diskursive muliggjøring av koronapolitikken. Et Foucauldiansk perspektiv. I *Norsk sosiologisk tidsskrift*, 6(3), 29-45. <https://www.idunn.no/doi/10.18261/nost.6.3.3>

Gjerde, L. E. L. (2021a). From liberalism to biopolitics: investigating the Norwegian government's two responses to Covid-19. I *European Societies*, 23(1), 262-274.

<https://doi.org/10.1080/14616696.2020.1824003>

Gjerde, L. E. L. (2021b). Governing humans and «things»: power and rule in Norway during the Covid-19 pandemic. I *Journal of Political Power*, 14(3), 472-492.

<https://doi.org/10.1080/2158379X.2020.1870264>

Helsedirektoratet. (2018). *Folkehelse og bærekraftig samfunnsutvikling. Helsedirektoratets innspill til videreutvikling av folkehelsepolitikken* (Rapport IS-2748). Helsedirektoratet.

https://www.helsedirektoratet.no/rapporter/folkehelse-og-baerekraftig-samfunnsutvikling/Folkehelse%20og%20b%C3%A6rekraftig%20samfunnsutvikling.pdf/_attachment/inline/3bee41d0-0b38-4957-913e-bedad965e37a:a89f2b8d35a30992c90f2f4c4f872d2ffdd0abaa/Folkehelse%20og%20b%C3%A6rekraftig%20samfunnsutvikling.pdf

Hitching, T. R. & Veum, A. (2011). Introduksjon. I T. R. Hitching & A. Veum (Red.), *Diskursanalyse i praksis: Metode og analyse* (s. 11-36). Høyskoleforlaget.

Hågvar, Y. B. (2007). Hva er diskursanalyse? I Y. B. Hågvar (Red.), *Å forstå avisa: Innføring i praktisk presseanalyse* (s. 18-40). Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke.

Hågvar, Y. B. (2013). Djevelen ligger i diskursen: En kritisk diskursanalyse av Marte Krogh-saken i VG. *Norsk Medietidsskrift*, 20(3), 200-222. <https://doi.org/10.18261/ISSN0805-9535-2013-03-02>

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

Ihlen, Ø. (2011). Teorier om samfunnsansvar. I Ø. Ihlen (Red.), *Samfunnsansvar på norsk. Tradisjon og kommunikasjon* (s. 53-70). Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke.

Ingwersen, K. (2020, 10. august). Finans- og aksjeordliste – Ord og uttrykk innen finans- og aksjemarkedet. *AksjeBloggen*. <https://aksjebloggen.com/finansordliste/>

Jewitt, C. & Oyama, R. (2001). Visual meaning: a social semiotic approach. I T.V. Leeuwen & C. Jewitt (Red.), *Handbook of Visual Analysis* (s. 134-156). SAGE Publications.

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

Ledin, J. & Moberg, U. (2019). Språklig analys av text. I I M. Ekström og B. Johansson (Red.), *Metoder i medie- og kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur.

Løf, A. (2020, 10. november). Lange kører utenfor treningssentre i Bærum – forberedt på storinnrykk fra Oslo. VG. <https://www.vg.no/nyheter/utenriks/i/dllX5o/lange-koeer-utenfor-treningssentre-i-baerum-forberedt-paa-storinnrykk-fra-oslo>

Maagerø, E. & Tønnesen, E. S. (2014). Multimodalitet. I E. Maagerø & E. S. Tønnesen, *Multimodal tekstkompetanse* (s. 23-47). Portal Akademisk.

Mathisen, T. F. & Sungot-Borgen, J. (2019). Mental Health Symptoms Related to Body Shape Idealization in Female Fitness Physique Athletes. *Sports 2019*, 7(236), 1-16. <https://doi.org/10.3390/sports7110236>

Maxwell, J. A. (2013). Designing a Qualitative Study. I L. Bickman og D. J. Rog (Red.), *The SAGE Handbook of Applied Social Research Methods*. Hentet fra <https://dx.doi.org/10.4135/9781483348858>

Meld. St. 19 (2014-2015). *Folkehelsemeldingen – Mestring og muligheter*. Helse- og omsorgsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/contentassets/7fe0d990020b4e0fb61f35e1e05c84fe/no/pdfs/stm201420150019000dddpdfs.pdf>

Michaelsen, J. (2021). *Hvordan har markedet for SATS endret seg etter at koronapandemien brøt ut, og hva kreves for å differensiere seg fra konkurrentene?* [Bacheloroppgave, Universitetet i Stavanger]. <https://uis.brage.unit.no/uis-xmlui/handle/11250/2773255>

Mæland, M. (2020, 15. april). *Frihet under stort ansvar*. Regjeringen.
https://www.regjeringen.no/no/dokumentarkiv/regjeringen-solberg/aktuelt-regjeringen-solberg/jd/taler_og_innlegg/ministeren/taler-og-innlegg-av-justis--og-beredskapsminister-monica-maland/2020/frihet-under-stort-ansvar/id2698065/

Mæland, M. (2020, 8. april). *Justis- og beredskapsministerens orientering 8. april*. Regjeringen. https://www.regjeringen.no/no/dokumentarkiv/regjeringen-solberg/aktuelt-regjeringen-solberg/jd/taler_og_innlegg/ministeren/taler-og-innlegg-av-justis--og-beredskapsminister-monica-maland/2020/justis--og-beredskapsministerens-orientering-8.-april/id2697238/

Neumann, I. B. (2021). *Innføring i diskursanalyse: Mening, materialitet, makt* (2. utg.). Fagbokforlaget.

Orgeret, K. S. (2018, 24. september). reportasje. I E. Bolstad (Red.), *Store norske leksikon*. <https://snl.no/reportasje>

Oslo kommune. (2020, 6. november). *6. november: Byrådet innfører sosial nedstengning av Oslo*. Oslo kommune. <https://www.oslo.kommune.no/koronavirus/status-om-handteringen-av-korona/6-november-byradet-innforer-sosial-nedstenging-av-oslo#gref>

Ropstad, K. I. (2020, 6. april). *Sårbare barn og unge*. Regjeringen.
<https://www.regjeringen.no/no/dokumentarkiv/regjeringen-solberg/aktuelt-regjeringen-solberg/bld/taler-og-innlegg/taler-og-innlegg-av-barne--og-familieminister-kjell-ingolf-ropstad/koronasituasjonen-pressekonferanse/id2697081/>

SATS. (u.å.). *Dette er SATS*. Hentet 28. februar 2022 fra <https://www.sats.no/om-sats/>

SATS. (u.å.). *Vår historie: Mer om SATS*. Hentet 28. februar 2022 fra <https://www.sats.no/om-sats/var-historie/>

SATS (2018, 13. desember). NYTT NAVN. *satsnorge*.
<https://www.instagram.com/p/BrVMRpJgt1W/>

Siapera, E. (2018). *Understanding New Media* (2. utg.). Sage.

Skovholt, K. & Veum, A. (2014). *Tekstanalyse: Ei innføring*. Cappelen Damm Akademisk.

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

Solberg, E. (2020, 13. mars). *Statsministerens innledning på pressekonferansen om økonomiske tiltak*. Regjeringen. <https://www.regjeringen.no/no/dokumentarkiv/regjeringen-solberg/aktuelt-regjeringen-solberg/smk/taler-og-innlegg/statsministeren/talerogartikler/2020/statsministerens-innledning-om-okonomiske-tiltak-i-korona-krisen/id2693477/>

Solberg, E. (2020, 10. mars). *Statsministerens inndeling på pressekonferanse om tiltak knyttet til koronaviruset*. Regjeringen. <https://www.regjeringen.no/no/dokumentarkiv/regjeringen-solberg/aktuelt-regjeringen-solberg/smk/taler-og-innlegg/statsministeren/talerogartikler/2020/statsministerens-innledning-pa-pressekonferanse-om-tiltak-knyttet-til-koronaviruset/id2693028/>

Søreide, I. E. (2020, 5. mai). *Redegjørelse om viktige EU/EØS-saker*. Regjeringen. https://www.regjeringen.no/no/dokumentarkiv/regjeringen-solberg/aktuelt-regjeringen-solberg/ud/taler-og-innlegg/imes_taler/2020/viktige_eusaker/id2701072/

van Leeuwen, T. (2005). Semiotic resources. I T. van Leeuwen, *Introducing Social Semiotics* (s. 3-25). Routledge.

Wiken, E. (2020). Instagram som «et tredje rom»: Politisk meningsdannelse blant unge borgere. *Norsk Medietidsskrift*, 27(1), 1-15. <https://doi.org/10.18261/ISSN.0805-9535-2020-01-03>

Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Roskilde Universitetsforlag.

7.2 Analysemateriale

Christensen, J. & Høyland, S. (2020, 12. mars). SATS stenger alle treningsentre midlertidig. *Dagens Næringsliv*. <https://www.dn.no/bors/sats/koronaviruset/sats-stenger-alle-treningsentre-midlertidig/2-1-772113> (Hentet 1. april 2022)

Dagens Næringsliv (2020, 5. november). Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: - Veldig krevende for folkehelsen. <https://dntv.dn.no/m/eNm7sbpx/sats-sjef-sondre-gravir-vi-mener-vi-har-vist-at-vi-kan-ha-pent> (Hentet 4. april 2022)

Linge Five, M. & Rose, M.M. (2020, 12. juni). Åpner igjen etter tre måneder – dette blir annerledes. *TV 2*. <https://www.tv2.no/nyheter/11493044/> (Hentet 4. april 2022)

SATS has decided to temporarily close all clubs. (2020). *SATS has decided to temporarily close all clubs*. (2020-12-03-497989). Oslo Børs. <https://newsweb.oslobors.no/message/497989> (Hentet 25. april 2022)

SATS, 12. mars 2020. (satsnorge). MIDLERTIDIG STENGT. <https://www.instagram.com/p/B9oJvQzgMuo/> (Hentet 15. mars 2022)

SATS, 12. mars 2020. (satsnorge). Kjære alle fantastiske medlemmer. <https://www.instagram.com/p/B9pUoYiAw6W/> (Hentet 15. mars 2022)

SATS, 13. juni 2020. (satsnorge). SAFETY FIRST (...). <https://www.instagram.com/p/CBXZJV-AFzo/> (Hentet 17. oktober 2020)

SATS (2020, 18. desember). Vi er bekymret for folkehelsen. <https://www.mynewsdesk.com/no/sats-norge-as/pressreleases/sats-vi-er-bekymret-for-folkehelsen-3060727> (Hentet 17. oktober 2020)

Vege, H. V. (2020, 17. desember). Slår «treningsalarm»: Bekymret for den norske folkehelsen. *Nettavisen*. <https://www.nettavisen.no/nyheter/slar-treningsalarm-bekymret-for-den-norske-folkehelsen/s/12-95-3424062586?key=2022-09-28T09:07:50.000Z/retriever/3a77ab50ecebe3d222a4901ee94a6d80fdb0cdef> (Hentet 17. oktober 2020)

8.0 Vedlegg

8.1 Informasjonsbrev til SATS

Informasjon om masterprosjekt om SATS sin eksterne kommunikasjon under pandemien

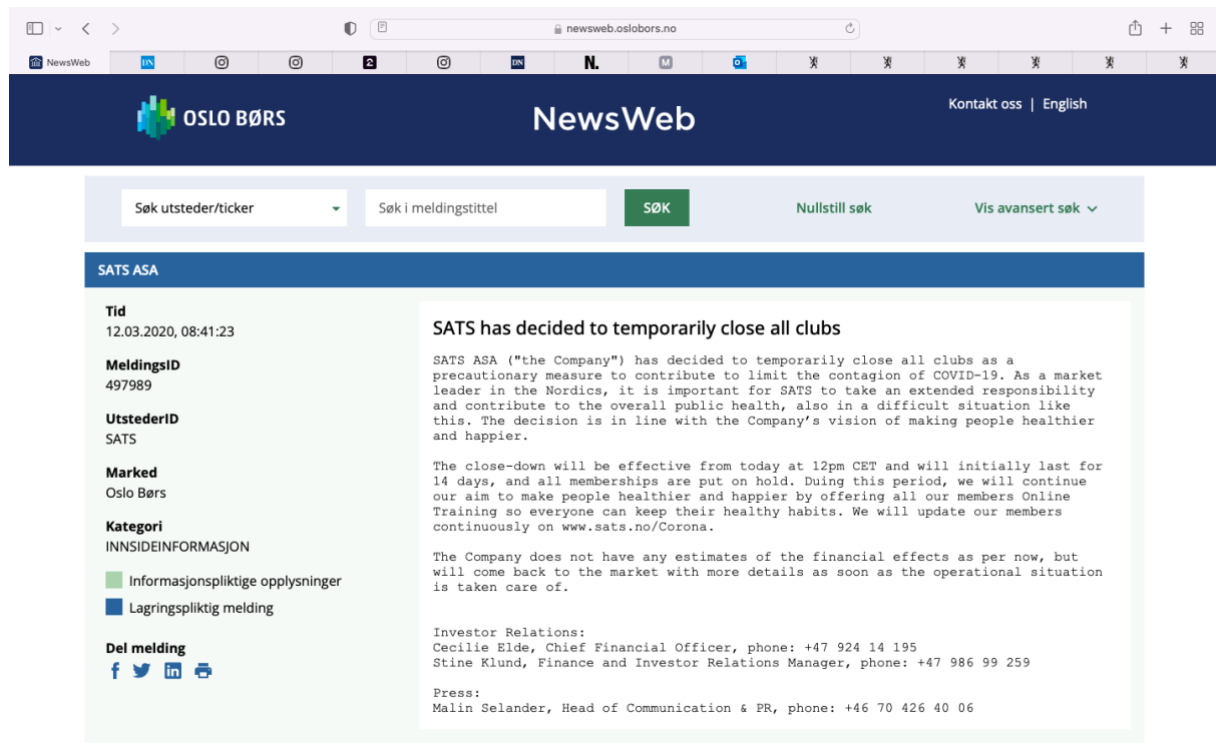
Hei! Jeg ønsker å informere dere om min masteroppgave i samfunnskommunikasjon ved Universitetet i Agder. Temaet er SATS sin eksterne kommunikasjon under koronapandemien. For å undersøke dette, tar jeg utgangspunkt i avisartikler om, og pressemeldinger fra SATS samt noen innlegg som dere i SATS har publisert på Instagram-profilen «satsnorge». Hensikten er å identifisere karakteristiske trekk ved kommunikasjonen og hvordan kommunikasjonen er fordelt på ulike plattformer. Jeg håper oppgaven kan føre til ny innsikt i hvordan pandemien har påvirket treningssenterbransjens kommunikasjonsarbeid utad, da dette er noe som fortsatt er lite utforsket. Ta gjerne kontakt dersom dere har spørsmål om prosjektet mitt.

Med vennlig hilsen
Helene Sevik Solberg

Helene S. Solberg

8.2 Skjermbilder

Børsmelding 12. mars 2020



The screenshot shows the NewsWeb website interface. At the top, there is a navigation bar with the "OSLO BØRS" logo and "NewsWeb" text. Below this is a search bar with the text "Søk utsteder/ticker" and "Søk i meldingstittel". The main content area displays a news article from Sats ASA, titled "SATS has decided to temporarily close all clubs". The article text states: "SATS ASA ('the Company') has decided to temporarily close all clubs as a precautionary measure to contribute to limit the contagion of COVID-19. As a market leader in the Nordics, it is important for SATS to take an extended responsibility and contribute to the overall public health, also in a difficult situation like this. The decision is in line with the Company's vision of making people healthier and happier." The article also includes contact information for Investor Relations and Press.

Dagens Næringsliv 12. mars 2020



The screenshot shows the Dagens Næringsliv website interface. The main headline is "Sats stenger alle treningscentre midlertidig". Below the headline, there is a sub-headline: "– Det er klart at dette vil få en finansiell effekt og omfanget vil vi komme tilbake til, sier Sats-sjef Sondre Gravir." The article is dated "1 MIN | PUBLISERT: 12.03.20 – 08.41 | OPPDATERT: 3 ÅR SIDEN". Below the text is a photograph of a man wearing a yellow shirt and a patterned jacket, standing in front of a Sats training center entrance.



Gabriel Al Uokle (30) har nettopp trent på Sats på Bislett i Oslo. Han var ikke klar over at treningssenteret skulle stenges midlertidig. (Foto: Foto:Elin Høyland)



Leseliste



Del

Jonas Christensen og Elin Høyland

Torsdag klokken 12:00 stenger Sats alle sine treningssentre i Norge, Sverige, Finland og Danmark som følge av situasjonen rundt koronaviruset.

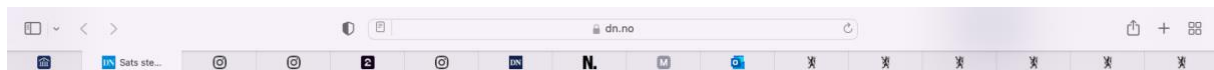
En av dem som rakk en treningsøkt torsdag formiddag var Gabriel Al Uokle (30) som til daglig jobber som bilhandler. Han kommer ut av Sats sitt senter på Bislett i Oslo hvor han trener fitness, og var overrasket da han fikk vite at kjeden stenger alle sine sentre.

– Det er dumt at det blir stengt, sier han.

Han sier at han kanskje kommer til å gå på fjelltur eller spasere nå når han ikke kan gå på treningssentrene.

Medlemskap settes på vent

I første omgang vil Sats stenge sine treningssentre i 14 dager. Alle medlemskap settes på vent.



«Som en markedsleder i Norden er det viktig for Sats å ta et utvidet ansvar og bidra til den generelle folkehelsen, også i vanskelige situasjoner som denne», skriver treningskjeden i en melding.

– Vi mener at dette var den riktige og mest ansvarlige beslutningen vi kunne ta i den situasjonen vi er i i de fire landene våre, sier administrerende direktør Sondre Gravir i Sats.

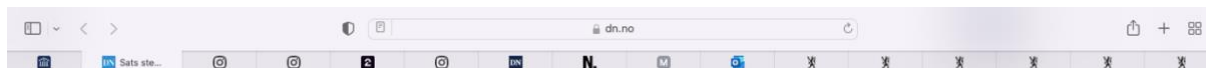
Vil få finansiell effekt

Selskapet opplyser at det per i dag ikke har noen estimater på den finansielle effekten, men vil melde tilbake til markedet med ytterligere detaljer så snart situasjonen er avklart.

– Men dette vil få en finansiell effekt?

– Det er klart at dette vil få en finansiell effekt og omfanget vil vi komme tilbake til, sier Gravir.





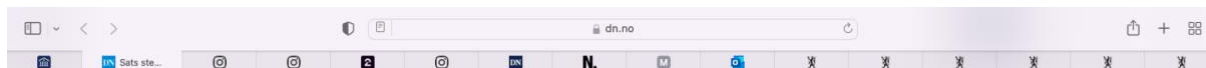
– Men dette vil få en finansiell effekt?

– Det er klart at dette vil få en finansiell effekt og omfanget vil vi komme tilbake til, sier Gravir.



Administrerende direktør Sondre Gravir i Sats. (Foto: Sijalg Böhmer Vold)

– Hvor lenge har dere vurdert dette?



– Hvor lenge har dere vurdert dette?

– Vi har gjort en fortløpende vurdering helt siden vi startet med tiltak for flere uker siden. Vi satte alle ansatte som hadde vært i berørte områder i karantene flere dager før norsk helsepersonell ble bedt om å gjøre det samme. Vi har vært opptatt av å ta beslutninger for tidlig fremfor for sent i denne situasjonen, og det er også bakteppet for beslutningen vi har tatt nå, sier han.

Aksjen stuper

Sats-aksjen faller rundt 20 prosent torsdag formiddag.

DNB Markets nedgraderer torsdag Sats-aksjen til hold fra kjøp, samtidig som at kursmålet nedjusteres til 21 kroner pr aksje fra 30 kroner, ifølge TDN Direkt.

Aksjen handles nå til 15,8 kroner.

Meglerhuset peker på at en skarp økning i antall koronavirusmittede i Norden kan tvinge selskapet til å midlertidig stenge treningsstudioer og fryse medlemskap, noe som hemmer vekst og omsetning på kort sikt. (Vilkår)

DNJobb



Rådgiver/seniorrådgiver - jurist
Norad

Folketrygdfondet

Instagram «satsnorge» 12. mars 2020

Instagram

Logg inn Registrer deg

SATS

MIDLERTIDIG STENGT

satsnorge · Følg

satsnorge MIDLERTIDIG STENGT!
SATS ønsker å ta ansvar og har derfor i forbindelse med COVID-19 besluttet å stenge alle våre sentre i perioden fra i dag og til og med 25. mars.
Vårt mål er å gjøre våre medlemmer sunne og glade, og har derfor gjort Online Training tilgjengelig for alle i denne perioden.
For mer informasjon se link i bio!
Redigert · 141 u

141 u Svar

1,634 liker
MARS 12, 2020

Logg inn for å like eller kommentere.

Logg inn på Instagram
Logg inn for å se bilder og videoer fra venner og finne andre kontoer du kommer til å elske.

Logg inn Registrer deg

Instagram

Logg inn Registrer deg

Kjære...

satsnorge · Følg

SATS Lagunen

satsnorge Kjære alle fantastiske medlemmer!
Vi kommer til å savne å se dere i dagene fremover.
Vi håper dere tar vare på dere selv, og ser på det som en mulighet til å få inn gode hjemmetreningsrutiner.
I dagene som kommer vil vi dele treningsprogram og tips på gode Online Training-øker dere kan gjøre hjemme.
Vi gleder oss til å se dere igjen!
#satsnorge #sats #satslagunen
Redigert · 141 u

141 u Svar

1,253 liker
MARS 12, 2020

Logg inn for å like eller kommentere.

Logg inn på Instagram
Logg inn for å se bilder og videoer fra venner og finne andre kontoer du kommer til å elske.

Logg inn Registrer deg



2 Nyheter

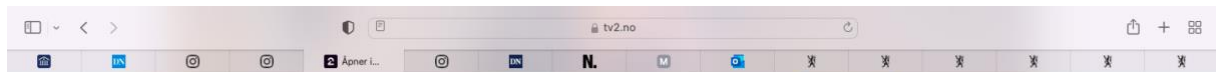
→ TV 2 Play

Logg inn



GLAD: Senterleder Inger Anne Backe-Henden ved Sats Sjølyst i Oslo jubler over at de endelig kan åpne dørene igjen. Foto: Mari Linge Five / TV 2

Åpner igjen etter tre måneder – dette blir



2 Nyheter

→ TV 2 Play

Logg inn



GLAD: Senterleder Inger Anne Backe-Henden ved Sats Sjølyst i Oslo jubler over at de endelig kan åpne dørene igjen. Foto: Mari Linge Five / TV 2

Åpner igjen etter tre måneder – dette blir annerledes

Flere ting er forandret når norske treningsentre åpner dørene igjen etter å ha vært korona-stengt i tre måneder.

Mari Linge Five

Mina Maria Rise

© 12. jun 2020 06:33 | Sist oppdatert 12.06.2020.



Denne artikkelen er over ett år gammel, og kan inneholde utdatert informasjon.

Annonse

Annonse



tv2.no

Nyheter → TV 2 Play Helene


Da regjeringen den 12.mars innførte de strengeste inngrepene i folks hverdag siden andre verdenskrig, måtte alle landets treningssentre stenge dørene på dagen. Tre måneder senere, mandag 15. juni, får treningssentrene åpne dørene igjen.

Hos senterleder Inger Anne Backe-Henden på Sats Sjølyst i Oslo kribler det i fingrene etter å åpne dørene igjen. Men etter å ha holdt korona-stengt i tre måneder, er det noe litt annet som venter medlemmene når de omsider kan trene igjen.

– Når man skal inn på senteret må alle sprite seg med antibac, før man scanner seg inn. Det er fordi vi skal ha kontroll på hvem som er til stede til en hver tid. Skulle det bli et smitteutbrudd må vi kunne spore hvem som har vært her på det tidspunktet, sier Backe-Henden til TV 2.

Nye regler

Sentrene har også skjerpet fokuset på renhold ytterligere, og alle må nå vaske utstyret de har brukt.



SPRIT: Dette synet er det første som møter medlemmene når de kommer inn på treningssenteret. Foto: Mari Linge Five / TV 2

Annonse

Ad served by Google

Ad options

Send feedback

Why this ad? ▸


tv2.no

Nyheter → TV 2 Play Helene

Nye regler

Sentrene har også skjerpet fokuset på renhold ytterligere, og alle må nå vaske utstyret de har brukt.

– I kondisjonsavdelingen er det litt andre forhold som gjelder. Her er det to meters avstand, og derfor har vi valgt å stenge av annen hvert apparat og tredemølle, sier senterlederen.



SPRIT: Dette synet er det første som møter medlemmene når de kommer inn på treningssenteret. Foto: Mari Linge Five / TV 2

Annonse

SAMSUNG

Finn din Samsung-TV!

ARETS BESTE

KJØP NÅ

Annonse

BILLIG, BILLIGERE

PR. KG 299⁰⁰

PR. KG 259⁰⁰

PR. KG 179⁰⁰

Også gruppetimene vil være annerledes. Der er kapasiteten redusert med over 50 prosent.

– Vanligvis kjører vi sykkeltimer med 50 medlemmer. Men siden kravet er to meters avstand har vi nå kun 17 sykler tilgjengelig, sier Backe-Henden.



ANNERLEDES: Annenhvert sykkelsete er fjernet fra spinningssalene på Sats. Foto: Mari Linge Five / TV 2



– Utrolig godt

Landssjef for Sats Norge Wenche Evertsen legger ikke skjul på at de

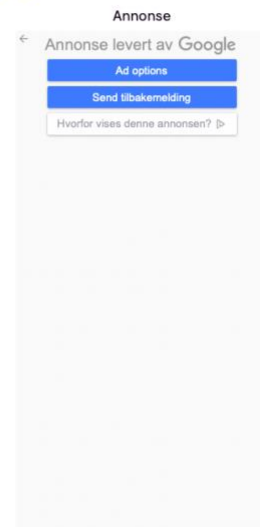
– Utrolig godt

Landssjef for Sats Norge Wenche Evertsen legger ikke skjul på at de siste tre månedene har vært svært krevende for treningskjeden som har 250 sentre i Norden. Nå er de mer enn klar for å åpne igjen.

– Det føles utrolig godt å kunne åpne igjen. Nå har vi ventet i tre lange måneder, og vært tålmodig. Det skal det bli utrolig godt å møte alle medlemmene og ansatte igjen, sier landssjef for Sats Norge Wenche Evertsen til TV 2.



IVRIG: Landssjef i Sats Wenche Evertsen ivrer etter å åpne dørene igjen. Foto: Mari Linge Five / TV 2



tv2.no


Nyheter TV 2 Play Helene

Til tross for at Sats har vært utålmodige, har de forståelse for hvorfor det har tatt tre måneder før de kan åpne for medlemmene igjen.


– To ting som gjelder

Nå har de jobbet intensivt for å unngå at treningssentrene skal bli en smittebombe.

– Det er to ting som gjelder, og som generelt gjelder for veldig mange andre ting. Nummer en er å holde avstand, og nummer to går på hygiene. Vi legger om mye av våre rutiner og vi tilpasser sentrene der det trengs for å holde avstand. Medlemmene kommer til å merke stor forskjell, sier Evertsen.




AVSTAND: Medlemmene blir stadig minnet på regelen om å holde avstand. Foto: Mari Linge Five / TV 2



Strøm til spotpris

Strømvartalen som følger prisene i markedet

Bestill her!



Artikkelen fortsetter etter annonsen

tv2.no


Nyheter TV 2 Play Helene

– Hva kan medlemmene forvente seg når de kommer tilbake?

– De må forvente at vi må passe på at de holder avstand, og at de er flinke til å vaske alt av utstyr. Medlemmene må også forvente at de ikke kan gjøre alt som de er vant til, sier landssjefen.

Kan nekte medlemmer adgang


I utgangspunktet er det satt en maksimumsgrense på hvor mange som kan være inne på senteret om gangen. Det betyr at medlemmer kan bli nektet adgang i døra.



SPENT: Senterlederen på Sats Sjølyst gleder seg, men er spent før dørene åpner igjen. Foto: Mari

tv2.no

Nyheter → TV 2 Play Helene



SPENT: Senterlederen på Sats Sjølyst gleder seg, men er spent før dørene åpner igjen. Foto: Mari Linge Five / TV 2

– Dessverre så kan det forekomme. Derfor er det viktig at folk følger med på antall besøkende og hvordan trafikken er, sier Evertsen.

– Er dere ikke redd for at det kan føre til irriterte kunder?


– Vi håper at medlemmene er tålmodige med oss i denne perioden. Vi må jobbe sammen for at dette skal fungere best mulig, også skal vi prøve å tilrettelegge alternative muligheter for medlemmene våre, sier hun.

Instagram «satsnorge» 13. juni 2020

instagram.com

Instagram Logg inn Registrer deg

Søk



satsnorge • Følg

satsnorge SAFETY FIRST ❤️

Swipe →

Sikkerhet er vår viktigste prioritet i forbindelse med gjenåpning av våre sentre. Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og minimerer risikoen for smittespredning ved å følge disse forholdsreglene:

DETTE GJØR VI:

- ◆ Hyppig renhold.
- ◆ Redusert antall deltakere på gruppetrening.
- ◆ Badstuer og MiniSATS er stengt for å overholde smittevernsregler
- ◆ Oppdatert smittevernskunnskap – vi holder oss oppdatert på nye regler og følger disse.
- ◆ KOM FRISK! Vi følger de samme reglene som medlemmene: har vi svømmer på COVID-19, blir vi

843 liker
JUNI 13, 2020

Logg inn for å like eller kommentere.


Logg inn på Instagram
Logg inn for å se bilder og videoer fra venner og finne andre kontoer du kommer til å elske.

Logg inn Registrer deg

Instagram

instagram.com

Søk Logg inn Registrer deg



TRYGG PÅ SATS

Dette kan du gjøre for å minske spredningen av COVID-19 og skape et trygt treningsmiljø for deg og dine treningsvenner

satsnorge • Følg

satsnorge SAFETY FIRST

Swipe →

Sikkerhet er vår viktigste prioritet i forbindelse med gjenåpning av våre sentre. Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og minimerer risikoen for smittespredning ved å følge disse forholdsreglene:

DETTE GJØR VI:

- Hyppig renhold.
- Redusert antall deltakere på gruppetrening.
- Badstuer og MiniSATS er stengt for å overholde smittevernsregler
- Oppdatert smittevernkunnskap – vi holder oss oppdatert på nye regler og følger disse.
- KOM FRISK! Vi følger de samme reglene som medlemmene; har vi svmtomer på COVID-19, blir vi

843 liker

JUNI 13, 2020


Logg inn for å like eller kommentere.

Flere innlegg fra satsnorge

Instagram

instagram.com

Søk Logg inn Registrer deg



VASK HENDENE

Et av de beste rådene for å minske smitte er å vaske hender grundig og ofte med såpe og vann i minst 20 sekunder.

satsnorge • Følg

satsnorge SAFETY FIRST

Swipe →

Sikkerhet er vår viktigste prioritet i forbindelse med gjenåpning av våre sentre. Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og minimerer risikoen for smittespredning ved å følge disse forholdsreglene:

DETTE GJØR VI:

- Hyppig renhold.
- Redusert antall deltakere på gruppetrening.
- Badstuer og MiniSATS er stengt for å overholde smittevernsregler
- Oppdatert smittevernkunnskap – vi holder oss oppdatert på nye regler og følger disse.
- KOM FRISK! Vi følger de samme reglene som medlemmene; har vi svmtomer på COVID-19, blir vi

843 liker

JUNI 13, 2020


Logg inn for å like eller kommentere.

Flere innlegg fra satsnorge

Instagram

Sø

Logg inn Registrer deg



satsnorge • Følg

satsnorge SAFETY FIRST

Swipe →

Sikkerhet er vår viktigste prioritet i forbindelse med gjenåpning av våre sentre. Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og minimerer risikoen for smittespredning ved å følge disse forholdsreglene:

DETTE GJØR VI:

- Hyppig renhold.
- Redusert antall deltakere på gruppetrening.
- Badstuer og MiniSATS er stengt for å overholde smittevernsregler
- Oppdatert smittevernkunnskap – vi holder oss oppdatert på nye regler og følger disse.
- KOM FRISK! Vi følger de samme reglene som medlemmene; har vi smotomer på COVID-19, blir vi

843 liker

JUNI 13, 2020


Logg inn for å like eller kommentere.

Flere innlegg fra satsnorge

Instagram

Sø

Logg inn Registrer deg



satsnorge • Følg

satsnorge SAFETY FIRST

Swipe →

Sikkerhet er vår viktigste prioritet i forbindelse med gjenåpning av våre sentre. Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og minimerer risikoen for smittespredning ved å følge disse forholdsreglene:

DETTE GJØR VI:

- Hyppig renhold.
- Redusert antall deltakere på gruppetrening.
- Badstuer og MiniSATS er stengt for å overholde smittevernsregler
- Oppdatert smittevernkunnskap – vi holder oss oppdatert på nye regler og følger disse.
- KOM FRISK! Vi følger de samme reglene som medlemmene; har vi smotomer på COVID-19, blir vi

843 liker

JUNI 13, 2020

Logg inn for å like eller kommentere.

Flere innlegg fra satsnorge

Instagram

Sø

Logg inn Registrer deg

SJEKK KAPASITET PÅ SENTERET
 Nå kan du se kapasiteten på ditt senter i appen og forventet besøket i løpet av dagen, slik at du kan velge å besøke oss på rolige tidspunkt..

satsnorge • Følg

satsnorge SAFETY FIRST

Swipe -->
 Sikkerhet er vår viktigste prioritet i forbindelse med gjenåpning av våre sentre. Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og minimerer risikoen for smittespredning ved å følge disse forholdsreglene:

DETTE GJØR VI:

- Hyppig renhold.
- Redusert antall deltakere på gruppetrening.
- Badstuer og MiniSATS er stengt for å overholde smittevernsregler
- Oppdatert smittevernkunnskap – vi holder oss oppdatert på nye regler og følger disse.
- KOM FRISK! Vi følger de samme reglene som medlemmene: har vi svmtomer på COVID-19. blir vi

843 liker
 JUNI 13, 2020

Logg inn for å like eller kommentere.

Flere innlegg fra satsnorge

Instagram

Sø

Logg inn Registrer deg

DUSJ GJERNE HJEMME
 Hvis du har mulighet, dusj gjerne hjemme for å unngå trengsel i garderobene.

satsnorge • Følg

satsnorge SAFETY FIRST

Swipe -->
 Sikkerhet er vår viktigste prioritet i forbindelse med gjenåpning av våre sentre. Sammen viser vi hensyn til de rundt oss og minimerer risikoen for smittespredning ved å følge disse forholdsreglene:

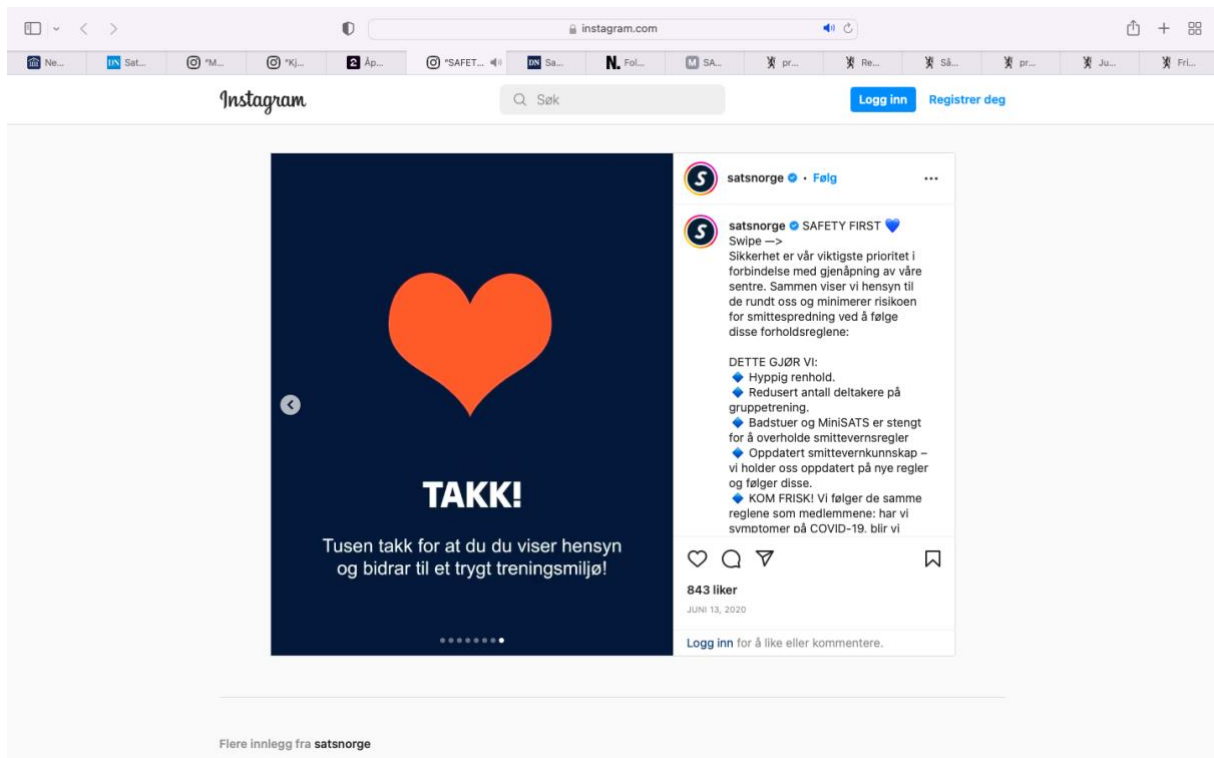
DETTE GJØR VI:

- Hyppig renhold.
- Redusert antall deltakere på gruppetrening.
- Badstuer og MiniSATS er stengt for å overholde smittevernsregler
- Oppdatert smittevernkunnskap – vi holder oss oppdatert på nye regler og følger disse.
- KOM FRISK! Vi følger de samme reglene som medlemmene: har vi svmtomer på COVID-19. blir vi

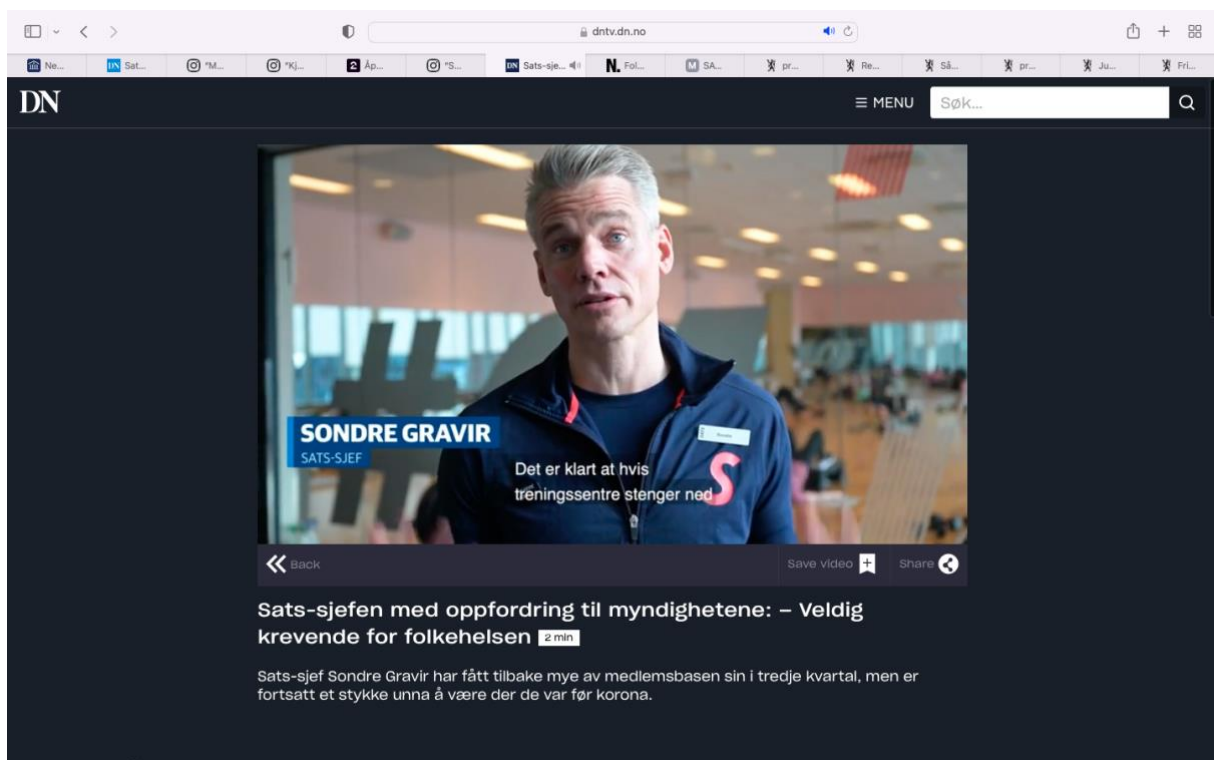
843 liker
 JUNI 13, 2020

Logg inn for å like eller kommentere.

Flere innlegg fra satsnorge




Dagens Næringsliv 5. november 2020



Browser address bar: dntv.dn.no

DN MENU Søk...




« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min

Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.

Browser address bar: dntv.dn.no

DN MENU Søk...



« Back Save video Share


Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min

Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.

Browser address bar: dntv.dn.no

Navigation icons: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., *S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...


DN MENU Søk...



« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min


Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.



Browser address bar: dntv.dn.no

Navigation icons: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., *S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...


DN MENU Søk...



« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min


Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.



Browser address bar: dntv.dn.no

Browser tabs: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., *S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...

DN MENU Søk...



« Back Save video Share


Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min

Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.

Browser address bar: dntv.dn.no

Browser tabs: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., *S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...


DN MENU Søk...



« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min


Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.



Browser address bar: dntv.dn.no

Navigation icons: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., *S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...


DN MENU Søk...



« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min


Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.



Browser address bar: dntv.dn.no

Navigation icons: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., *S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...


DN MENU Søk...



« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min


Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.



Browser address bar: dntv.dn.no

Browser tabs: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...

DN MENU Søøk...



« Back Save video Share


Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min

Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.

Browser address bar: dntv.dn.no

Browser tabs: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...

DN MENU Søøk...



« Back Save video Share


Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min

Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.

Browser address bar: dntv.dn.no

Browser tabs: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., *S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...

DN MENU Søk...




det er ikke slik at veldig mange finner alternative treningsformer.

« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min


Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.



Browser address bar: dntv.dn.no

Browser tabs: Ne..., Sat..., *M..., *K..., Ap..., *S..., Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...

DN MENU Søk...




da treningssentrene stengte ned i våres så vi at aktivitetsnivået gikk kraftig ned.

« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min


Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.



Browser address bar: dntv.dn.no

Browser tabs: Ne..., Sat..., "M...", "KJ...", Ap..., "S...", Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...

DN MENU Søk...



Vi har hatt over fire millioner besøk på Sats-sentrene i Norge

« Back Save video Share


Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min

Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.

Browser address bar: dntv.dn.no

Browser tabs: Ne..., Sat..., "M...", "KJ...", Ap..., "S...", Sats-sje..., N. Fol..., SA..., pr..., Re..., Så..., pr..., Ju..., Fri...

DN MENU Søk...




etter at vi åpnet 15. juni og vi har ikke hatt smittespredning på et Sats-senter.


« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min

Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.



DN MENU Søk...



video | FAI


Så vi mener vi kan fortsatt holde åpent,

« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min

Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.

DN MENU Søk...



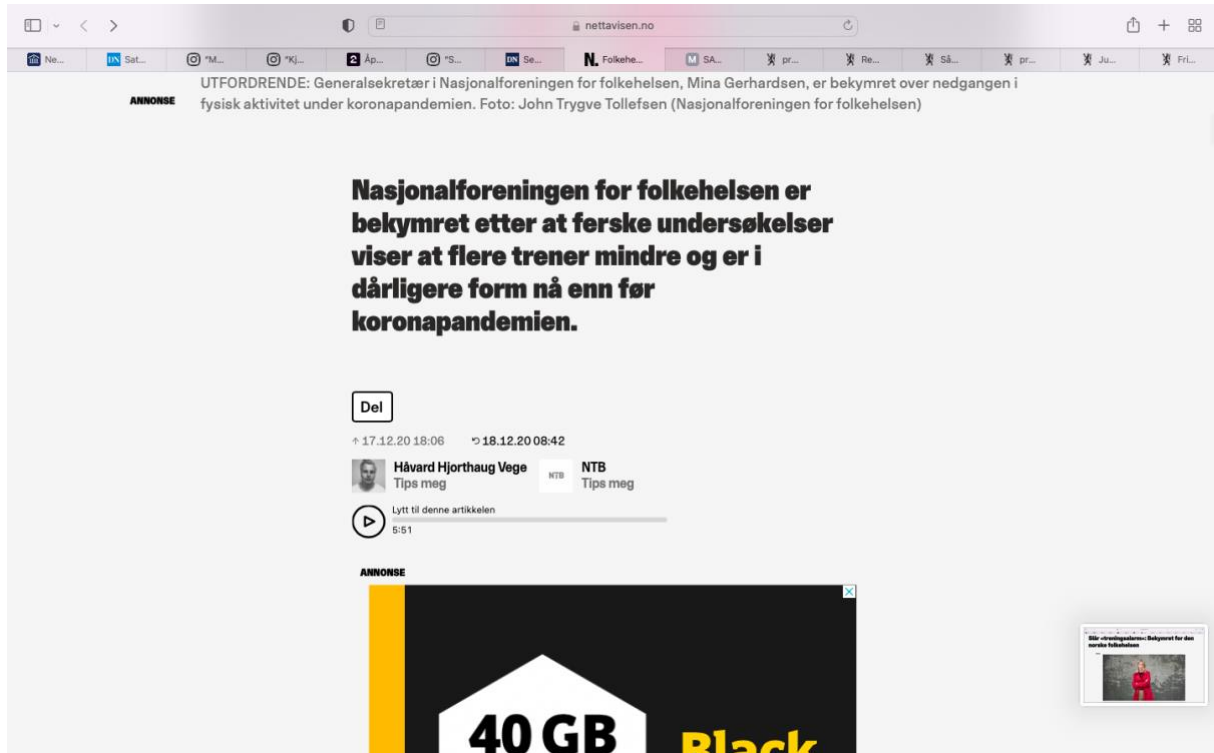
video | FARTEIN RUDJORD

ta vare på folkehelsen, samtidig som vi driver godt smittevern.

« Back Save video Share

Sats-sjefen med oppfordring til myndighetene: – Veldig krevende for folkehelsen 2 min

Sats-sjef Sondre Gravir har fått tilbake mye av medlemsbasen sin i tredje kvartal, men er fortsatt et stykke unna å være der de var før korona.



ANNONSE

En undersøkelse fra treningscenterkjeden SATS, hvor mer enn 1000 norske medlemmer har svart, viser nemlig at mer enn 60 prosent oppgir at de trener mindre enn før.


47 prosent av de spurte svarer at den fysiske formen er dårligere, eller mye dårligere, sammenlignet med før koronaviruset kom i mars.

Les også: Nordmenn er for tulle: Spesielt ett tiltak engasjerte på Debatten

Blant årsakene til at det er krevende å holde seg fysisk aktive, svarer medlemmene at de blant annet mangler motivasjon og kreativitet til å bedrive egentrening, at de ikke har plass hjemme, mangler utstyret eller at vær og årstid gjør det vanskelig.

Også en ny undersøkelse fra Norsk koronamonitor viser at hver tredje nordmann sier de har fått dårligere fysisk form etter koronautbruddet.

- Det er jo bekymringsfullt når vi ser hva medlemmene skriver. Det bekrefter også direkte tilbakemeldinger vi får fra medlemmer som er forvilet. De kan ikke lenger ha faste rutiner, eliter med å få til trening på egenhånd og savner det




ANNONSE

- Det er jo bekymringsfullt når vi ser hva medlemmene skriver. Det bekrefter også direkte tilbakemeldinger vi får fra medlemmer som er forvilet. De kan ikke lenger ha faste rutiner, sliter med å få til trening på egenhånd og savner det sosiale. Det går spesielt mye på den mentale biten, som påvirkes av det hele, sier Wenche Evertsen, landssjef for SATS i Norge, til Nettavisen.

Tina Maria
🕒 15:29:01

Rekordbillig bok om alle konsertene i Drammenshallen

Ikke sikret deg boka om alle 99 konsertene i Drammenshallen? Nå får du boka til rekordbillig pris hos Nettavisen Nettbutikk.
[Kun 199 kr her](#)



ANNONSE

Seniorrådgiver i Opinion, Nora Clausen, sier antallet nordmenn som har fått dårligere fysisk form aldri har vært høyere under koronapandemien enn nå i desember.

- Mangel på treningstilbud og snart ribbe gjør ikke utgangen av året 2020 til det sprekeste, forteller hun.


Les også: Slår alarm om hjemmekontor: - Jeg er bekymret

- Kan få langvarige konsekvenser

Evertsen understreker at SATS ikke er den eneste fysiske arenaen som er stengt ned, og at det viktigste må være å få folk i aktivitet igjen. For øyeblikket er det 40 SATS-sentre som er stengt i Oslo-området.


- Det er velkjent at det er en klar sammenheng mellom fysisk aktivitet og mental helse. Det er derfor stor grunn til å frykte de langvarige konsekvensene for folkehelsen – både fysisk og mentalt, mener Evertsen.

ANNONSE



ANNONSE


Les også: Forsker: Slik holder du på treningsvanene (+)



ADVARET: Landssjef i SATS Norge, Wenche Evertsen, advarer mot forverring av folkehelsen og håper treningssentrene åpner igjen så fort som mulig i hele landet. Foto: Ole Berg-rusten (NTB)


Generalsekretær i Nasjonalforeningen for folkehelsen, Mina Gerhardsen, enig med SATS' landssjef.

- Det er en bekymring vi deler. Vi ser at folk beveger seg mindre og spiser mer usunt nå under koronapandemien. Det blir mye stillesitting, som er utfordrende for fysisk og psykisk helse, sier Gerhardsen til Nettavisen.




ANNONSE

- Vi vet mye om det, og det er svært godt dokumentert at fysisk aktivitet har mye med den mentale helsa vår å gjøre. Jeg merker det selv, etter en lang dag med kun hjemmekontor, at det hjelper skikkelig med bare en liten tur ut. Men nå er det nitrist, mørkt, vått og grått vær. Da blir det vanskeligere enn det det var i sommer, utdyper generalsekretæren.



ANNONSE - BRING


XXL sine nettkunder kan få varene levert hjem samme dag som de bestiller



ANNONSE - ONECALL


Kampanjepris ut november - Du kan spare mye på å velge StudentPakka

I undersøkelsen har SATS spurt medlemmene om hvorfor de trener. 89 prosent svarer at de trener for å holde seg i form, mens hele 62 prosent svarer at de trener fordi det er viktig for det mentale.



Nettavisen Nyheter. Direktesport Pluss Na Live Video Sportspill Meny


I undersøkelsen har SATS spurt medlemmene om hvorfor de trener. 89 prosent svarer at de trener for å holde seg i form, mens hele 62 prosent svarer at de trener fordi det er viktig for det mentale.



Vond rygg? Disse fire øvelsene kan hjelpe og disse feilene må du unngå

Trekker fram utsatte grupper


Områdedirektør i Folkehelseinstituttet (FHI), Knut-Inge Klepp, synes det er vanskelig å vurdere nøyaktig hvordan folkehelsen er påvirket under pandemien.



ANNONSE

- Ulike grupper påvirkes også ulikt. Blant eldre enslige ser vi at det rapporteres økt ensomhet, mens dette ikke er tilfelle på samme måte blant yngre og de som bor med familie. Grupper som har mistet jobben eller er permittert opplever økonomisk usikkerhet, noe som påvirker helsen på mange ulike måter, sier han til Nettavisen.


ANNONSE



Bestill nå

Pris per mnd. Egne vilkår for utland og spesialtr. Kan ikke kombineres med Årsavtale. Les mer på ice.no. Tilbudet varer t.o.m. 28.11.22.

ANNONSE



BEKYMRET: Knut-Inge Klepp forteller at FHI er bekymret for inaktiviteten til folk under koronapandemien, men sier det er vanskelig å vurdere nøyaktig hvordan folkehelsen påvirkes. Foto: Folkehelseinstituttet

Klepp, som er direktør for psykisk og fysisk helse i FHI, forteller at de også er bekymret på generelt grunnlag over at for mange blir inaktive under koronapandemien.

Klepp, som er direktør for psykisk og fysisk helse i FHI, forteller at de også er bekymret på generelt grunnlag over at for mange blir inaktive under koronapandemien.

- Spesielt ettersom både organiserte treningstilbud og den daglige aktiviteten, for eksempel til og fra jobb, er borte for mange. Barn og unge, samt lavinntektsgrupper er nok de gruppene som er mest utsatt, og pandemien kan derfor bidra til økt ulikhet i helse, mener han.

Les også: Norsk helsetopp med beskjed til alle som er skeptiske til vaksinen



ANNONSE

Evertsen i SATS sier på sin side at de som er mest skadelidende, er de som har mest behov for trening.

ANNONSE



- Vi er særlig bekymret for to grupper: de som bor trangt og i sentrum av de store byene, og de som har et særlig behov for spesialtilpasset trening og apparater, sier hun.

Hvordan har du fått trent siden koronapandemien startet?



nettvavisen.no


ANNONSE

- Krevende

Selv om landssjefen i SATS har full respekt for myndighetenes behov for å begrense mobilitet og samling av mennesker, i arbeidet med å begrense koronasmitte, håper hun politikerne prioriterer arenaer for fysisk aktivitet.

- Man får virkelig bare håpe det kommer så fort som mulig, helst allerede 7. januar - når Oslo kommune kommer med ny oppdatering på anbefalingene sine. Det avhenger selvfølgelig av om smitteutviklingen i Oslo har en nedadgående trend, så vi får bare se hva som skjer, sier Evertsen.

ANNONSE



SAMSUNG


Finn din Samsung-TV!

ÅRETS BESTE

ÅRETS BESTE

nettvavisen.no

ANNONSE



STENGT: Tomme treningslokaler på Sats Ryen i Oslo. Siden starten av november har treningsentrene vært stengt i hovedstaden. Foto: Berit Roald (NTB)

Gerhardsen mener også det er viktig å legge til rette for fysisk aktivitet igjen når det er forsvarlig.

- Det er krevende for folk, spesielt når det har gått såpass lang tid, men det å få på plass idrett og trening igjen er vel så viktig som å åpne skjenkingen, mener hun.

- Med tanke på hvor liten smitte det har vært på

ANNONSE


Gerhardsen mener også det er viktig å legge til rette for fysisk aktivitet igjen når det er forsvarlig.

- Det er krevende for folk, spesielt når det har gått såpass lang tid, men det å få på plass idrett og trening igjen er vel så viktig som å åpne skjenkingen, mener hun.

- Med tanke på hvor liten smitte det har vært på treningssentre i Norge, kunne man åpent opp allerede nå i Oslo?

- Det er vanskelig å ta for seg bransje for bransje sånn, men når vi kommer over jul og forhåpentligvis skal åpne igjen, er det klokt å tenke at helsa kommer foran, sier Gerhardsen.

ANNONSE



HelseDirektoratet

Lev med litt mindre alkohol
helsenorge.no/lev

Pressemelding 18. desember 2020

mynewsdesk.com

SATS

Nyhetsarkiv Mediebank Arrangementer Kontakter

Wenche Evertsen Country Manager SATS Norge





PRESSEMELDING - 18. DESEMBER 2020 10:30

SATS: Vi er bekymret for folkehelsen

mynewsdesk.com

PRESEMELDING - 18. DESEMBER 2020 10:30

SATS: Vi er bekymret for folkehelsen


   

SATS har gjennomført en undersøkelse blant sine medlemmer i Norden for å kartlegge hvordan treningsvanene har blitt påvirket av Corona. Undersøkelsen viser at flere trenere mindre og opplever å være i dårligere form nå enn før Corona. Dette er urovekkende for både den fysiske og psykiske folkehelsen i Norge.

SATS' medlemmer trener mindre og er i dårligere form enn før korona-pandemien.

Det viser en omfattende medlemsundersøkelse SATS har gjort i begynnelsen av desember, der mer enn 1000 norske medlemmer har avgitt svar. Mer enn 60 prosent oppgir at de trener mindre enn før. 47 prosent av de spurte oppgir at den fysiske formen er dårligere eller mye dårligere sammenlignet med mars 2020. SATS-medlemmene oppgir flere årsaker til at det er krevende å holde seg i aktivitet: de mangler motivasjon og fantasi til å trene på egenhånd, de har ikke plassen hjemme eller utstyret som skal til, og været og årstiden gjør det vanskelig å trene utendørs.

- Dørstokkmila har blitt veldig mye lengre nå i den mørkeste og kaldeste tiden og mange sliter med å finne motivasjonen for å holde seg aktiv, sier Wenche Evertsen, som er landsjef for SATS i Norge.



I undersøkelsen har SATS spurt medlemmene om hvorfor de trener. 89 prosent

mynewsdesk.com

I undersøkelsen har SATS spurt medlemmene om hvorfor de trener. 89 prosent svarer at de trener for å holde seg i form, mens hele 62 prosent svarer at de trener fordi det er viktig for det mentale.

Mer enn halvparten av respondentene oppgir at det å trene på treningssenter er helt nødvendig for å opprettholde aktivitet, nå målene sine og holde seg frisk.

- Vi har gjennom hele pandemien utviklet en rekke alternativer til å holde seg i form, blant annet online trening, direktesendte gruppetimer og personlig trening utendørs. Selv om mange setter stor pris på dette og bruker det, ser vi dessverre at dette ikke fullt ut kompensere for stengte treningssentre – som jo tilbyr mer utstyr, kunnskap, veiledning, variasjon og motivasjon, sier Evertsen.

Tilbakemeldingene fra medlemmene gir grunn til bekymring, mener SATS Norgesjefen.

- Det er vel kjent at det er en klar sammenheng mellom fysisk aktivitet og mental helse. Vår medlemsundersøkelse bekrefter det andre undersøkelser også har vist: at nordmenn er mindre aktive og i dårligere form enn før pandemien. Det er derfor stor grunn til å frykte de langvarige konsekvensene for folkehelsen – både fysisk og mentalt, sier Evertsen.

Fysisk aktivitet må prioriteres i gjenåpningen

Akkurat nå er 40 SATS-sentre stengt i Oslo-området, i likhet med andre arenaer for

Akkurat nå er 40 SATS-sentre stengt i Oslo-området, i likhet med andre arenaer for fysisk aktivitet som svømmehaller, flerbrukshaller og gymsaler som ikke har vært åpne for ungdom og voksne.

Wenche Evertsen understreker at SATS har full respekt for at myndighetene har behov for å begrense mobilitet og samling av mennesker i arbeidet med å begrense smitte.

- Samtidig ser vi at de som har mest behov for treningen er de som er mest skadelidende. Vi er særlig bekymret for to grupper: de som bor trangt og i sentrum av de store byene, og de som har et særlig behov for spesialtilpasset trening og apparater. Når samfunnet etter hvert kan gjenåpne, håper vi derfor at man prioriterer arenaer for fysisk aktivitet – ikke bare treningsentre, men også andre steder der unge og voksne kan holde seg i form, sier Evertsen.

Mange i Norge har hjemmekontor og sliter med å få til treningen i hjemmet, mens andre helt og holdent er avhengig av utstyret som finnes på treningsentre.

- Trening er veldig viktig for meg, både fysisk og psykisk. Jeg har cerebral parese og må derfor trene mye for å minske belastningsskader. Når jeg ikke får trent får jeg fort vondt i kroppen. Da ender jeg ofte opp hos legen for å få kortisoninjeksjoner i de triggerpunktene som er verst. Som uføretrygdet betyr også SATS at jeg får rutine i hverdagen. Jeg kommer meg opp om morgenen og kommer meg ut døra, møter noen som sier hei til meg, dette betyr mye for min psykiske helse, sier Sigrun Fosse SATS-medlem siden 2015.

Trygge sentre

SATS er klare til å gjenåpne og ta imot medlemmer på kort varsel, og selvsagt i trygge rammer og med sterkt fokus på smittevern i tråd med bransjens standarder som er anerkjent av helsemyndighetene.

- Vi har måttet permittere 2200 ansatte og ønsker selvsagt å åpne også slik at våre ansatte kan komme tilbake i jobb, men det er ikke det viktigste nå: vi i SATS er mest opptatt av å holde nordmenn og våre medlemmer i form både fysisk og mentalt – uavhengig av om det er hos oss eller andre steder, sier hun.

Siden 15. juni har SATS hatt mer enn 4,7 millioner besøk på sine treningsentre i Norge uten noen konstaterte smittetilfeller på sine sentre.

Online Training og direkte sendte gruppetimer åpent for alle

For å fortsette arbeidet med å bidra til bedre folkehelse, har SATS gjort det enda enklere for alle å komme i gang eller holde i gang sin trening. Over 200 Online Training-timer og opptil 10 daglige direkte sendte gruppetimer er nå åpent for alle, både medlemmer og ikke-medlemmer, uten kostnad. Ambisjonen er å bidra til bedre psykisk og fysisk helse i disse utfordrende tider og dermed også bidra til folkehelsen i sin helhet.

Bakgrunnsinformasjon fysisk aktivitet og livskvalitet

- Verdens Helseorganisasjon (WHO) har nyttig kommet med nye anbefalinger

