

I «emokratiet» legger private følelser premisset for samfunnsdebatten. Bjørn Vassnes mener selve demokratiet er truet av emosjoner og stemningsbølger.

Når følelsene tar overhånd



MEDIER

ØYSTEIN ALDRIDGE
MINA HAUGE NÆRLAND

I slutten av august i år publiserte Aftenposten et videoforedrag sammen med en artikkel om eldreomsorg. Normalt har denne typen videoer få seere.

Saken handlet om Manglerudhjemmet, et privat sykehjem øst i Oslo. Der har de innredet bar, butikk og restaurant ved å hente gratismøbler fra Finn og jobbe på dugnad.

«Med en gang de kommer ned hit, slutter de å ha vondt i hoften», forteller daglig leder Hilde Helland i foredraget. Filmen viser to glade, eldre menn som skåler i øl ved bardisken. «De spretter opp som om de var 20 år, og de spanderer på damene», fortsetter Helland

Setter følelsene i sving

I løpet av det neste døgnet spredte saken seg i eksepsjonell fart. Hitil er den delt, likt og kommentert over 44.000 ganger på Facebook og Twitter, og videoklippen er vist millioner av ganger på Facebook. Det gjør den til nummer åtte på listen over sakene som har skapt mest engasjement i sosiale medier i 2016.

Hva skjedde?

Synet av lykkelige, øldrikkende 80-åring setter følelser i sving. Vi tenker på andre eldre som forsvinner inn i ensomhet eller vanskjøtsel, kjenner på frykten for selv å bli gammel. Nei, da er det bedre med egen bar. Se bare her! Klikk, lik og del. Med smilefjes.

De påfølgende dagene sto politikerne i kø for å uttale seg om eldreomsorg. Fabian Stang (H) raste mot Byrådet som ville avslutte kontrakten med Manglerud. Eldrebyråd Inga Marte Thorkildsen (SV) måtte erkjenne at kommunen kanskje hadde noe å lære. Ja, selv statsminister Erna Solberg tok turen til Manglerud.

Saken er illustrerende for hvordan samfunnsdebatten mest omtalte bidrag er personlige historier fulle av følelser. I kampen om lesertall og delinger har faktatunge kronikker lite å stille opp med mot enkeltskjebner.

Emokrati

En som fortsatt holder faktafen høyt, er forskningsjournalist Bjørn Vassnes. I januar 2012 brukte han begrepet «emokrati» i en Aftenposten-kronikk. Bakgrunnen var rapporten som konkluderte med at Anders Behring Breivik var utilregnelig. Folket krevde ny utredning. Vassnes ba dem lytte til fagmenneskene:

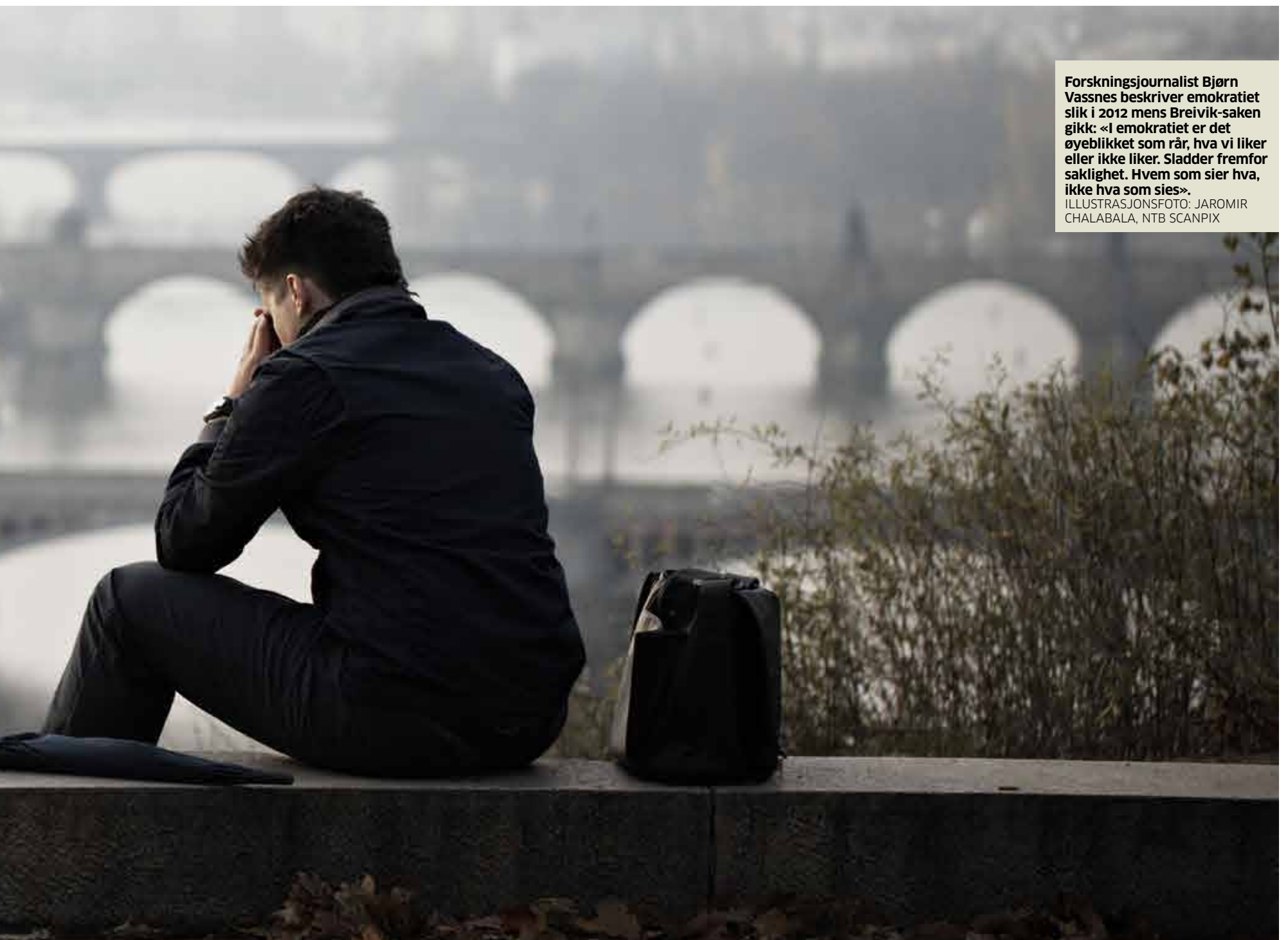
Fakta

Meste delte

- ▶ Dette er noen av de mest delte sakene i Norge i 2015 og 2016
- ▶ Mohammed Rah i Fri tanke: Til min landsmann mulla Krekar
- ▶ Sofie Haugom i Dagbladet: Jeg spiller ikke syk, jeg spiller normal!
- ▶ Marit O. Bromark i Klikk.no: Kjære korpsbevegelse. Jeg tok feil. Dere ruler.
- ▶ Ada Sofie Austegardi Altaposten: Slutt og syt - tenk på barna
- ▶ Per Lars Tonstad om Per Fuggeli på Nordnorsk debatt: Hyllest til en døende.
- ▶ Om Manglerudhjemmet i Aftenposten: Plutselig har de ikke vondt i hoften lenger



Med pressen på slep rykket statsminister Erna Solberg (foran) og eldrebyråd i Oslo Inga Marte Thorkildsen (i midten bak) ut til Manglerudhjemmet i september. FOTO: TROND SOLBERG/VG



Forskningsjournalist Bjørn Vassnes beskriver emokratiet slik i 2012 mens Breivik-saken gikk: «I emokratiet er det øyeblikket som rår, hva vi liker eller ikke liker. Sladder fremfor saklighet. Hvem som sier hva, ikke hva som sies».

ILLUSTRASJONSFOTO: JAROMIR CHALABALA, NTB SCANPIX

→ Fortsettelse på neste side.

«I emokratiet er det øyeblikket som rår, hva vi liker eller ikke liker. Sladder fremfor saklighet. Hvem som sier hva, ikke hva som sies», skrev han.

Vassnes mener utviklingen av emokratiet begynte allerede med fjernsynet og er forsterket av sosiale medier.

– Det er blitt lett å mene ting basert på følelser. Og mens følelsene spres med bare ett likerklikk, er det blitt vanskeligere å nå gjennom med rasjonelle argumenter. Mediene er sjelden en motvekt, og politikerne tør ikke annet enn å kaste seg på, sier Vassnes.

Rasjonell argumentasjon

Vassnes mener bildet av gutten på stranden i Tyrkia som dukket opp i fjor høst er et eksempel på faktiske konsekvenser av utviklingen.

– Det førte til en umiddelbar forandring av europeisk politikk, før guttens historie i det hele tatt ble undersøkt. Det var nok å peke på bildet. Det er emokrati, sier Vassnes.

Det er selve prinsippet om et demokrati som nå er truet, mener han:

– Emosjoner og stemningsbølger er motsatsen til det demokratiske prinsippet om rasjonell argumentasjon. Jeg er bekymret, men har innsett at det er lite man kan gjøre, sier Vassnes.



Cornelia Kristiansen i Dagbladet synes de aller beste innleggene består av personlige historier som sammenfaller med fakta.

Bestemor på anbud

«Nei til salg av Norge», skrev Ingebrigt Steen Jensen på Facebook i januar 2015. Bakgrunnen var næringsministerens planer om å selge unna andeler i ti statlige selskaper. Uengasjerende? Ikke hvis man legger på et lag av tårer.

Sånt skjøpper reklamemann og sosialdemokrat Steen Jensen. I store ord skrev han om våre forfedre som har bygget fedrelandet stein for stein, et fedreland som den blå regjeringen nå ville kvitte seg med.

«Nei til salg av Norge» fikk straks massiv oppmerksomhet. Først på Facebook, så i tradisjonelle medier. Tomler opp og delinger strøm-

Gode innlegg

Fakta og følelser

- ▶ Cornelia Kristiansens tre eksempler på gode innlegg som kombinerer fakta og følelser:
- ▶ Ida Jackson om abort i Dagbladet: Slutt å dele bilder av gummi-babyer, folkens.
- ▶ Sturla Haugsgjerd om rusmisbruk i VG: Oslo 32. august.
- ▶ Warsan Ismail om innvandrere i Morgenbladet: Integrering i blinde.

met inn. Det var lett å være enig med det Steen Jensen skrev. Ingen vil jo egentlig selge Norge. Men var det så enkelt?

«Nei til føleri om Norge», svarte politisk redaktør Trine Eilertsen i Aftenposten. Hun sammenlignet Steen Jensens slagord med Arbeiderpartiets «Bestemor på anbud»: Brutalt upresist, men djevlesk effektivt.

Kjerringsnakk

Journalist Jon Hustad var heller ikke imponert. Steen Jensen er en «stor, tom tønne», sa han til Dagbladet. Hustad er glad i tall, analyse og harde fakta.

– Ja, jeg synes det er altfor mye kjerringsnakk i mediene, sier Hu-

stad, som jobber i ukeavisen Dag og Tid.

– Se bare på Aftenposten, som har endret seg dramatisk. Før var kronikkene skrevet av eldre, kloke menn. Så kom behovet for klikkvinnere. Da blir det lettere å slippe til Sophie Elise, eller hva hun nå heter, enn det er å slippe til Lars Roar Langslet, sier Hustad.

Langslet, som var Norges første kulturminister, døde for øvrig i januar.

Hustad mener det ikke er noen tvil om at en den mer følelsesstyrte offentlige samtalen er et resultat av nettet. Han ser et paradoks her:

– Flere klikk betyr lavere troverdighet og færre som vil betale for journalistikken ved å kjøpe aviser i fremtiden. Norge er i ferd med å bli et land med få elitepublikasjoner og et stort spenn mellom de som kan noe og de som kun er opptatt av følelser, sier han.

Et spark til makten

Men ikke alle er enige med de fagtagende herrerne Hustad og Vassnes.

– Interesse begynner ofte med innlevelse, sier Cornelia Kristiansen.

Hun er sosiale medier-ansvarlig i Dagbladet, som ofte publiserer sterke, personlige historier i form av kronikker og debattinnlegg.

Flere av disse sakene ligger helt i toppen av listene over de mest delte sakene i Norge i 2015 og 2016.

– Det er jo følelser som driver oss. Og følelser, skapt av personlige tekster, kan gjøre at folk engasjerer seg i samfunnet.

Hun blir litt oppgitt i møte med begrepet «emokrati».

– Jeg får assosiasjoner til gamle dagers moralisering, da man mente at «hysteriske kvinner» burde holde seg utenfor styre og stell. I en del tilfeller kan slike innlegg bli underdoggens spark til makten. Det er også en tendens til at disse kritikerne liker følelser når det er snakk om følelser de deler. Systemkritikken kommer når de er uenige i innholdet, sier Kristiansen.

Innvandring og følelser

Analysebyrået Retriever undersøker hvilke saker fra norske mediehus som skaper mest engasjement i sosiale medier.

– Vi ser at det emosjonelle får stor plass. Disse sakene treffer ofte veldig godt på klassiske nyhetskriterier som identifikasjon og sensasjon, sier analysesjef Kristina Nilsen i Retriever.

Saker som når topplisten handler ofte om innvandring og integrering. Nilsen nevner også en artikkel fra den kristne avisen Dagen om moren til Joshua French,



Byråd Inga Marte Thorkildsen (SV) i baren på det kommunale Økernhjemmet. Det ble i høstens debatt om Oslos eldreomsorg byrådedets egen solskinnshistorie. FOTO: JAN T. ESPEDAL



Journalist Jon Hustad mener det ikke lenger finnes analyse i vanlige norske aviser. FOTO: STIG B. HANSEN

← **Fortsettelse fra forrige side.**

og nevnte Aftenposten-sak om Manglerudhjemmet.

– I begge disse sakene kommer man tett på virkelige personer, gjennom ganske emosjonell journalistikk. Slikt får stor spredning, sier Nilsen.

Sykdomshistorie tok helt av

Nummer fem på topplisten til Retriever i fjor var kronikken «Jeg spiller ikke syk, jeg spiller normal». Den ble publisert i Dagbladet, og startet slik:

«Hvordan kan hun være syk, hun ser så frisk ut? Jeg så henne i byen i går og i sommer var hun jammen meg på ferie i Syden. Nei, hadde det ikke vært for de gode trygdeordningene i Norge hadde hun nok vært i jobb!»

Sofie Haugom beskrev smertene, livet som ufør og mistenksomheten hun møtte på en måte som rørte svært mange.

– Jeg vet ikke hvor mange mel-

dingen jeg har fått totalt, det tok bare helt av. Håpet mitt er at folk skal skjønne at dette ikke handler om meg, det handler om veldig, veldig mange. Det var derfor jeg syntes det var viktig å formidle det, sa Haugom til Dagbladet.

Cornelia Kristiansen er med på at emosjonelle historier preger journalistikken.

– Men emosjonelle innlegg kan skape muligheter. Det aller beste er når personlige historier sammenfaller med fakta. Da engasjerer og opplyser det samtidig, sier hun.

Kompliserer politikernes arbeid

Journalistikk er historiefortelling. Derfor har mediene alltid vært fulle av følelser.

– Med sosiale medier har alle fått muligheten til å fortelle sin egen historie. Historiene som treffer oss sterkest følelsesmessig, vinner frem på Facebook. Dette må

politikerne forholde seg til, sier Svein Tore Bergestuen, som nylig sluttet i jobben som rådgiver for Hadia Tajik.

– De blir tvunget til å forholde seg til ekte mennesker, noe som ikke alltid er lett for stortingspolitikere som har som jobb å lage lover. Enkeltskjebner kompliserer arbeidet. Det er et evig dilemma for politikere, sier han.

Folket forledes

Men partiene overvåker også mediene på jakt etter hvilke saker som får mest oppmerksomhet.

– De skjønner verdien av å bruke enkeltpersoner og følelser for å få oppmerksomhet om politikken sin, uten at det nødvendigvis endrer politikken deres, sier Bergestuen.

Han mener det er en demokratisk utfordring at så få kjenner til politikens langsomme prosesser.

– Politikk blir til i det stille fordi

dere journalister ikke har kapasitet til å dekke den langsomme utviklingen. Dere hopper på det som er lett å forklare. Dermed blir folk forledet til å tro at det er enkeltsakene i sosiale medier som er utgangspunktet for politikken, sier Bergestuen.

– Må tas på strak arm

– Hadde det ikke vært for at enkeltmennesker tør å stå frem med sin historie om for eksempel vold og overgrep, hadde vi ikke kommet så langt som vi er nå, sier Oslo-byråd Inga Marte Thorkildsen (SV).

Som eksempel nevner hun Annett Berntsberg Eck, som har fortalt om overgrepene hun ble utsatt for da hun var seks år gammel.

– Saken har ført til at vi har fått fjernet foreldelsesfristen i saker om barnedrap og overgrep mot barn. I tillegg har vi fått innført omvendt voldsalarm, altså at overgriper må ha en elektronisk fot-

lenke eller tilsvarende, sier Thorkildsen.

Hun mener de følelsessterke historiene er en utfordring som politikere må ta på strak arm. Samtidig at det kan være problematisk når det emosjonelle tar mye plass.

– Vi må lytte! Se på mennesker som premissleverandører, ikke klienter.

Lærte av Manglerudhjemmet

Venstresiden slet med medieoppmerksomheten rundt Manglerudhjemmet. Det var lettere for høyresiden å sole seg i glansen av det private sykehjemmet, nettopp fordi det er privat. Thorkildsen synes ikke det er et problem:

– For meg var saken en kilde til inspirasjon. Manglerudhjemmet klarte å fortelle den gode historien. Det er viktig, sier hun.

DEN
NORSKE
OPERA
&
BALLETT

Den Norske Opera & Ballett er landets største musikk- og scenekunstinstitusjon, og holder til i Operaen i Bjørvika. I 2015 fant 321 184 publikummere veien til de 543 forestillingene og konsertene i Operaen og på turné. Driftsbudsjettet for 2016 er på 775 mill. NOK, hvorav statstilskuddet utgjør 601 mill. NOK. DNO&B er en stor arbeidsplass med 650 ansatte i drøyt 40 ulike yrkesgrupper og fra rundt 40 nasjoner.

DEN NORSKE OPERA & BALLETT SØKER:

ADMINISTRERENDE DIREKTØR

Vi søker en samlande leder som legger til rette for at kunstnerisk ledelse og virksomhetens ressurser skal kunne skape opera- og ballettkunst på høyt internasjonalt nivå. Administrerende direktør har det helhetlige ansvaret for institusjonen.

Vi leter etter en kandidat med erfaring fra å lede prestasjonsorienterte virksomheter med svært kompetente og engasjerte medarbeidere. Direktøren må evne å balansere operativt lederskap og stadige endringer i dagsorden med langsiktig og strategisk utvikling.

Kandidaten må kunne håndtere kompleksiteten i å drive en kulturinstitusjon eller annen virksomhet med sterke profesjonsgrupper.

Direktøren må kunne representere Den Norske Opera & Ballett i det offentlige rom i samspill med de kunstneriske lederne. Kandidaten bør ha interesse og forståelse for norsk kulturliv.

For nærmere informasjon, ta gjerne kontakt med Korn Ferry ved daglig leder Mette Krogsrud, tlf. 22 82 39 00 eller rådgiver Aksel Norum, tlf. 480 79 972. CV og søknad sendes til postoslo@kornferry.com snarest, og senest innen 20. november 2016.