

FORTS. FRA FORRIGE SIDE

med Solberg slik at hun formidlet andre sider ved partiet enn før. Høyre skulle endre image, men slett ikke endre politikk: «Hovedbudskapet var at de politiske prinsippene til Høyre lå fast».

Det som hadde manglet, var altså en troverdig presentasjon av Høyres menneskevennlighet. Når helsevesenet skulle bruke flere private aktører, var det for å gi trygghet for folk flest. Lavere skatter til næringslivet skulle selges inn som «tryggere jobber, ikke mer overskudd». Ifølge Brodtkorb hadde Høyre på denne måten funnet «verdiene de ville utstråle». Høyre skulle kvitte seg med imaget som næringslivets, pengeinteressenes og elitens parti. Lederens personlige framtreten var avgjørende for å få fram dette budskapet: «Erna skulle først og fremst fronte de myke sakene».

Det politiske hovedgrepet så dermed ut til å være at det var ønskete virkninger som skulle markedsføres, mens uenighetene om virkemidlene ble dempet ned. Endringen skulle markedsføres ved å endre partileders personlige framtreten. Brodtkorb la vekt på at Erna Solbergs personlighet ikke trengte noen forandring. Hun var allerede varm, omtensksom og utadvendt, usnobbete og lite selvhøytidelig. Det måtte bare presenteres tydeligere. Det tvetydige i Høyres politikk ble skjøvet i bakgrunnen.

Tango for to

Våren 2009 var planen klar, men meningsmålingene var fortsatt katastrofale. Frp var dobbelt så stort som Høyre. Det ble snakket åpent om at partiet burde velge en annen statsministerkandidat enn Erna Solberg, men partiledelsen holdt på at den nye, varme og selvironiske partilederen ville snu situasjonen.

Et sentralt trekk ved mediedramaturgien er at journalistene gjerne framstiller politikk som dueller mellom enkeltpersoner, i et spill om makt. Politikere vil heller framstå som varme, nære og tillitvekkende. Resultatet er en pardans mellom medier og politikere, der de veksler om å lede. Dette ble tydelig i valgåret 2009.

Erna Solbergs langsiktige plan var å etablere en bred samlingsregjering som kunne erstatte den rødgrønne alliansen, men hun ville ikke fortelle hvilken partikabal hun gikk inn for før valgresultatet var klart. Dette var logisk ut fra forholdene mellom partiene, men kommentarskribentene tolket det som usikkerhet.

Medieviteren Pia Martine Wold har analysert pressens kommentarer om Erna Solberg gjennom 2009. Hun fant at kommentarskribentene var påfallende samstemte, og skiftet mening i flokk. Fram til valgkampstarten ble Solberg stemplet som en politisk fiasko. Hun ble beskrevet som uklar, snakket lenge og omstendelig, og hadde urealistiske drømmer om å bli statsminister.

Omslaget kom under valgkampstarten 6. august 2009. Den første kommentaren som fanget opp stemningsskiftet kom fra uventet hold. Dagbladets Martine Aurdal skrev at Erna Solberg slett ikke var en svak leder. Hun var sterk, fordi hun sto på sitt også i motgang. Etter dette begynte de andre kommentatorene også å beskrive henne som en vinner. Samtidig steg Høyre på meningsmålingene. De hadde pekt oppover allerede fra landsmøtet før sommeren. Da hadde Solberg begynt å praktisere det Brodtkorb hadde lært henne om sin nye framtreten.

Wold fant at kommentariatet nå begynte å rose Solberg for å uttrykke seg klarere og kortere, og framhevet at hun framsto ledigere og mer elegant, med ny frisyre og mer avslappet stil etter valgkampåpningen. Kommentatorene skiftet også standpunkt til Solbergs åpne regjeringalternativ. Om våren ble det framstilt som vakling. Om høsten roste de samme kommentatorene det samme standpunktet som tegn på prinsippfasthet. Da Erna Solberg endret stil byttet hun samtidig plass med FrP-leder Siv Jensen som vinner og taper, i journalistikkens mønstertfortelling om politikken som en evig duell.

Outsourcet konflikt

Høyres omprofilering var en suksess i 2009, selv om det ikke holdt til regjeringsskifte. Fire år sei-

ETTER VALG NEDERLAGET I 2005 GIKK HØYRE AKTIVT INN FOR Å FINNE UT HVA VELGERNE MENTE OM PARTIET

beralistiske FrP lov til å angripe den norske modellen. Det sier det sosialkonservative støttepartiet KrF konsekvent nei til, og forsøker å styre gjennom å bremse.

Erna Solbergs rause person skulle vise at Høyre var partiet som kunne favne alle. Det er klart at kapteinen må ha en avbalansert personlighet og

nere holdt det. Da fikk Høyre 26,8 prosent av stemmene, og Erna Solberg ble Norges nye statsminister. De rødgrønne var feid av banen, og FrP var krympet tilstrekkelig til at Erna Solberg kunne virkeliggjøre drømmen om borgerlig samling under Høyres vinger. Nå gjensto spørsmålet om politikken ville bli like populær som personen.

Erna Solberg hadde profilert seg som en myk og trygghetsorientert leder som prioriterte mennesker foran milliarder. Nå skulle Høyre gjennomføre sitt tvetydige program. Økt valgfrihet, privatisering og skattelette skulle styrke og bevare velferdsstaten. Dette var basert på omdiskuterte teorier. Ville velgerne akseptere resultatet? Hadde den myke Erna gitt velgerne inntrykk av et annet politisk program enn det Høyre kom til å gjennomføre? Og kan en så gjennomgripende endring av det inntrykket et parti skal gi, gjennomføres uten at politikken blir endret?

Den blåblå koalisjonens historie viser at Høyres neddempe budskap ikke kunne forhindre at det brøt ut åpen strid. Krangelen om statsbudsjettet i 2014 dreide seg nettopp om balansen mellom vanlige mennesker og milliardærer. Samtidig ser Høyres strategi for regjeringssamarbeidet ut til å være å skyve partiets indre spenninger ut til koalisjonspartnerne. Fra sentrale ministerposter får det liber-



KOMMUNALMINISTER: Erna Solberg legger fram kommuneproposisjonen i 2003.

FOTO: TORE BERGSAKER



BONDEVIKS HÆR: Regjeringen Bondevik samlet til budsjettkonferanse i 2003.

FOTO: TORE BERGSAKER



LANDSMØTET: Høyres landsmøte i 2004, Erna Solberg intervjues av Dagbladets Stein Aabø

FOTO GEIR BØLSTAD

sitte stille i båten når manskapet er opptatt med å slåss med åra. Når man ser på de politiske resultatene, blir man likevel slått av regjeringens mange tilbaketog. Det politiske landskapet er like kupert som det var i 2005, og Høyre er fortsatt klemmt mellom samarbeidspartnerne.

Erna Solberg klarte kunststykket å mykgjøre Høyres profil ved å eksponere sin egen personlighet. Det førte til at de indre spenningene i Høyres politiske budskap blir underkommunisert. Det er en risikabel strategi, som vi ennå ikke har sett de fulle konsekvensene av. Den som forsøker å endre velgernes inntrykk av et parti uten å endre politikken, risikerer at det oppstår et misforhold mellom det velgerne venter seg, og det de har i vente.

● Essayet er et redigert og forkortet utdrag fra kapitlet «Ut av det blå», fra den nye boka «Individet i journalistikken» (Cappelen Damm Akademisk)