

Nobelkomiteen skal være glad for at Det hvite hus har verdens beste PR-avdeling.

Mesterregissørene

søndags-
gjesten



Ketil Raknes
Raknes er USA-ekspert og
politisk rådgiver i SV

I LØPET AV 26 TIMER klarte Obama å snu en kaskade av kritikk og latterliggjøring verden over til godord og lovprising av sitt politiske geni. Obamas Norgesbesøk var et lærestykke i politisk kommunikasjon levert av White House Productions.

For det var Obamas pressestrateger og hans egne talegaver som reddet Nobelkomiteen. Før PR-spesialstyrkene fra Det hvite hus ankom Oslo hadde Nobelkomiteen rotet seg inn i den ene kommunikasjonskatastrofen etter den andre. Det var ille da det ble lekket til pressen at flere komitémedlemmer hadde vært svært skeptisk til tildelingen. Enda verre var det da komitémedlem Inger Marie Ytterhorn meddelte det norske folk at «Obama ikke så glad ut» da han takket for prisen utenfor Det hvite hus. Samtidig sprang en småsvett komitésekretær Geir Lundestad fra tv-studio til tv-studio og svarte på anklager fra sinte historikerkolleger som mente Nobelkomiteen hadde satt prisen i vanry.

NØKKELEN til den imponerende snuoperasjonen var en øvelse Det hvite hus behersker bedre enn noen

annen institusjon i verden, nemlig total nyhetskontroll. Obamas pressestrateger var fullstendig klar over at risikoen under Oslo-besøket var betydelig. Et ubetenksomt ord om hvorvidt han fortjente prisen, eller et klønete svar på et aggressivt spørsmål om krigen i Irak og Afghanistan ville skape overskrifter over hele verden.

Spesialrådgiver David Axelrod og pressetalsmann Robert Gibbs, som begge var med til Oslo, skjønte at en internasjonal pressekonferanse eller et timelangt intervju med CNN fort ville lede helt galt av sted. Det endte med

at mediene fikk stille to spørsmål på 26 timer. Resten av showet hadde Det hvite hus kontroll på. Obama hadde tid til ett intervju i Oslo, men det ble gjort med komisen Will Smith, som Obama har håndplukket til å spille seg selv dersom det skal lages en film om livet hans.

En fullstendig kontrollert nyhetssituasjon, eller spin control som amerikanerne kaller det, gjør det svært vanskelig for journalistene å finne en annen vinkling på nyhetene enn den Det hvite hus ønsker. Ved å la talen være det eneste svaret på tildelingen av prisen, ble all nyhetsdekning sentrert rundt den, og dermed ble det ryddet plass til nyanserte og komplekse resonnementer som tabloidmediene vanligvis avskyr. De ordene Obama la igjen i Oslo var veid på gullvekt og kvalitetssikret av en toptrent taleskriverstab.

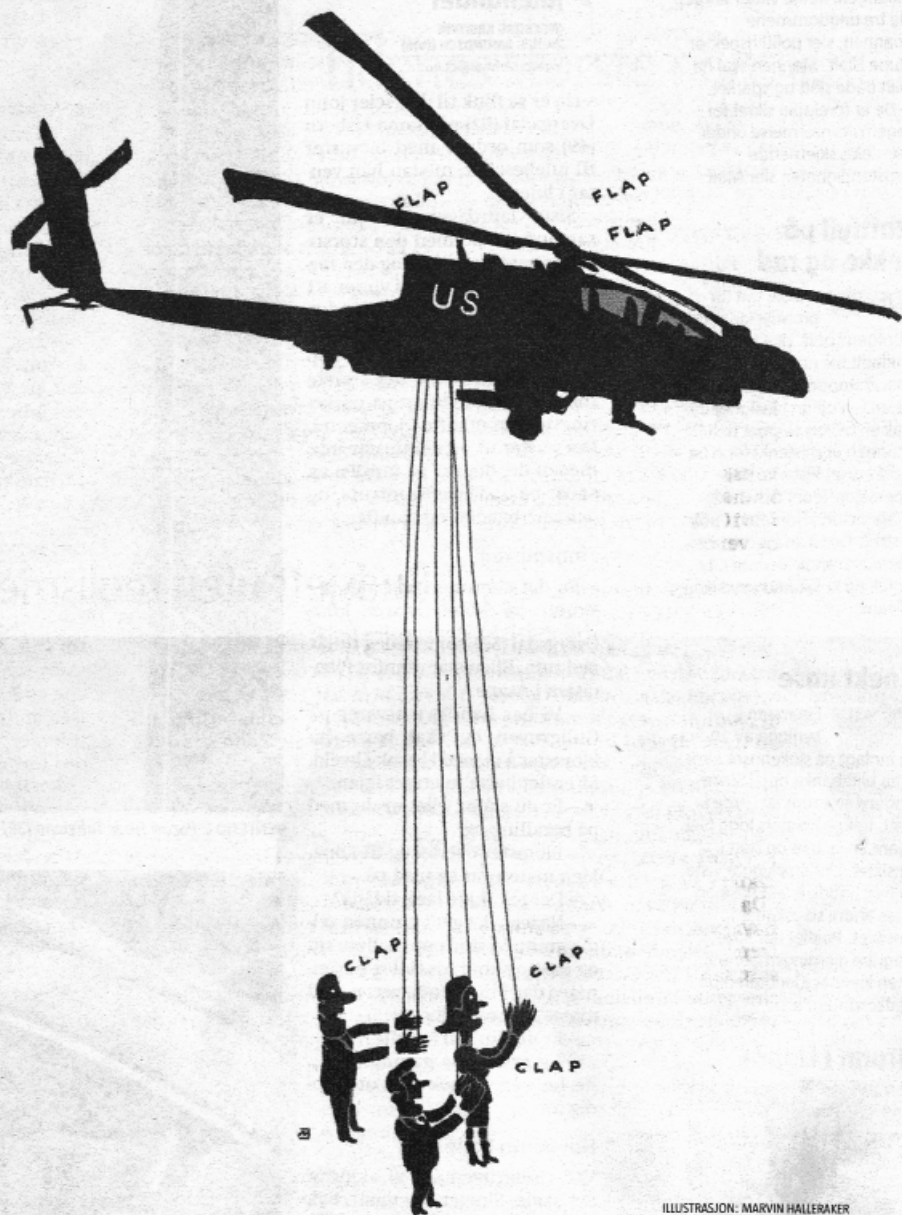
DAGEN I OSLO var en påminnelse om at Obamas evne til budskapsdisiplin og agendakontroll er hovedårsaken til at han vant valget i USA. Obamas talegaver, kombinert med effektiv bruk av sosiale medier, gjorde kampanjen i stand til å kommunisere direkte med velgerne uten å bli redigert av plagsomme medier. Kampanjen satte også som betingelse at de fleste nyhetsinnslag skulle skjue live, slik at Obama ikke skulle bli kryssklippet i ettertid. På et internt seminar om valgkampen nylig uttrykte kommunikasjonsjefen i Det hvite hus,

Anita Dunn, seg slik om maktforholdet mellom pressen og Obama: «So it was very much we controlled it, as opposed to

the press controlled it.»

DEN OPPSUMMERINGEN viser hvor mye Obamas folk har lært av tidligere republikanske presidenter.

Richard Nixon var den første presidenten som forsøkte å drive en slags permanent valgkamp fra Det hvite hus der målet var å kontrollere dagsorden. Nixon opprettet derfor the White House Office of Communication som skulle strømlinjeforme og koordinere PR-arbeidet til administrasjo-



ILLUSTRASJON: MARVIN HALLERAKER

nen. Siden den gang har kontroll vokst til et lite monster. Man antar i dag at rundt 50 prosent av alle som jobber i Det hvite hus er direkte eller indirekte involvert i PR-aktiviteter. Stålkontrollen og den mesterlige regien på opplegget i Oslo tyder på at satsingen har båret frukter.

Nixon ble så ivrig på å kontrollere mediene og sine politiske motstandere at det til slutt felte ham. Først under Ronald Reagan utviklet Det hvite hus seg til en

historiefabrikk på høyde med Hollywood. Reagans rådgivere planla at han hver eneste dag skulle opptre i en nøye regissert situasjon skapt for TV. Deretter ble journalistene nøye instruert.

Til tross for at han var både lat og tidvis gjorde mange tabber var Reagans en umåtelig populær president. Reagans presidentperiode er gullstandarden for nyhetskontroll, som alle amerikanske presidenter siden har forsøkt å leve opp til.

DENNE UKEN var Obama igjen på tur – til København. Det sies at han var den eneste av all verdens statsledere som ikke oppsøkte pressepoolen da han ankom, men ble ført inn i Bellasenteret via sideinnganger. Administrasjonen har tatt innover seg Reagans lærdom om at for politikere finnes det ikke noen annen virkelighet enn medievirkeligheten, spesielt når den egentlige virkeligheten ikke har noe å by på.