

# Partisk objektivitet

Fremstillingen av *Sverigedemokratene* i svenske medier før valget 2010

Linda Marie Rønning



Masteroppgave i Historie ved Institutt for Historie,  
Arkeologi og Konservering

UNIVERSITETET I OSLO

Høst 2019

# **Partisk objektivitet**

Fremstillingen av Sverigedemokratene i svenske medier før valget 2010

© Linda Marie Rønning

2019

Partisk Objektivitet: Fremstillingen av Sverigedemokratene i svenske medier før valget 2010

Antall ord: 17 851

Linda Marie Rønning

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

# Abstract

The breakthrough of the nationalist-party *Sverigedemokraterna* (SD) into the Swedish parliament in 2010 shocked Sweden. The party's controversial opinions on immigration were a subject of much debate during the electoral campaign, especially in the media. The party skyrocketed from being a relatively unknown party in 2006, to becoming the third most featured party in the media in 2010. This thesis illustrates the character of the medias representation of the party using a discourse analysis. It covers the political development of both Sweden and the SD prior to the election. Furthermore, it discusses whether the media was, or is able to be, objective in their handling of the SD. The thesis focuses on three events that led the SD to break through in the media and covers some of the strategies the media used while covering the party. Finally, it suggests that the medias coverage of the SD helped the party to spread their political views to a country-wide constituency and played into the party's rhetoric of being undermined and thwarted by the media, and the establishment as a whole.

# Forord

Da jeg begynte arbeidet med denne oppgaven trodde jeg at jeg visste hva som ventet meg. Jeg hadde ingen anelse. Veien har vært lærerik og spennende, men også fylt av forventningspress og ensomhet. Da jeg ble nødt til å endre problemstillingen noen måneder før innlevering, fremsto oppgaven umulig. Takket være utømmelig støtte fra venner, familie og veileder fant jeg veien igjen.

Jeg gleder meg til å slippe å *google-translate* svensk 15 ganger om dagen.

Jeg vil gjerne takke min veileder, Elisabetta Cassina Wollf, for gode råd, godt humør og utømmelig tålmodighet. Takk til min samboer og foreldre, som alltid hadde troen, selv da jeg mistet den.

Til farmor, som ikke fikk se denne oppgaven ferdigstilt.

## Innhold

Partisk objektivitet.....	II
Abstract .....	IV
Forord.....	V
1 Introduksjon .....	1
1.1 Bakgrunn .....	2
1.2 Forskningsspørsmål .....	3
1.3 Struktur .....	4
2 Teori og metode .....	5
2.1 Avgrensning.....	5
2.1 Informasjonshull.....	6
2.1 Teoretisk rammeverk.....	7
2.1 Hypotese .....	8
2.2 Begrepsavklaring .....	9
2.1 Forskningsperspektiver.....	12
2.1 Kildepresentasjon .....	14
3 Historisk kontekst.....	17
3.1 Et parti i tiden .....	17
3.2 Fenomenet Sverigedemokratene.....	20
3.3 En ny politisk hverdag .....	25
4 Analyse.....	29
4.1 Media og objektivitetens begrensninger.....	29
4.2 Vendepunkter.....	34
4.2.1 Sahlin vs. Åkesson .....	36
4.2.2 Åkessons debattartikkel.....	38
4.2.3 Sensurert av TV4.....	41
4.3 Strategi og polarisering.....	43
4.4 Valgresultatet.....	49
4.5 Medias rolle .....	53
5 Avslutning .....	58
5.1 Sammendrag .....	58

5.2	Konklusjon.....	60
5.3	Forslag til videre forskning.....	63
	Litteraturliste .....	64

# 1 Introduksjon

I 2010 velger det svenske folket et høyre-radikalt parti inn i riksdagen: *Sverigedemokraterna* (Sverigedemokratene, SD) overgår sperregrensen for første gang. Valget var et ledd i en tiårlang utvikling hvor det sosialdemokratiske partiet gradvis har mistet sitt fotfeste, og høyrevinder har blåst over landet. Valgresultatet på 5,7% var nesten en fordobling av det foregående valgets resultat på 2,9%. Sverigedemokratenes valgfremgang tilsvarer en bratt stigende kurve som ikke ser ut til å skulle bremse med det første. Partiets røtter i høyreekstreme og nazistiske grupper er godt kjent blant allmennheten; allikevel velger stadig flere svensker å gi de sin tillit.

Sverige, som i forskningslitteraturen lenge har blitt ansett som utelatt fra den høyre-radikale trenden, ser ut til å ha fulgt etter sine europeiske motparter. Forskningslitteraturen har hatt en tendens til å beskrive ytre høyre som et isolert fenomen adskilt fra den politiske debatten. Men er dette tilfelle? Oppgaven ønsker å sette utviklingen av ytre høyre i et annet perspektiv. Sverigedemokratene har ikke utviklet seg i et vakuum, isolert fra den øvrige politiske utviklingen, men som en del av den. Diskursen omhandlende Sverigedemokratene er en essensiell del av deres utvikling.

Inspirasjonen til denne oppgaven kom fra min egen bacheloroppgave «*Politisk korrekt rasisme? Sverigedemokratenes inntog i den svenske storpolitikken*», hvor jeg undersøkte Sverigedemokratenes egen utvikling av politikk, parti og image utad. Det var hvordan partiet selv hadde omskapt seg selv og hvordan dette ledet til deres fremgang som var i fokus. Med denne oppgaven ønsket jeg å velge en annen innfallsvinkel. SD er her en passiv aktør, mens media og velgerne er de aktive. Det er altså faktorer utenfor partiets umiddelbare kontroll som kommer i fokus.

Utfordringen med å skrive om et høyre-radikalt parti er å unngå moraliserende fallgruver. Slike partier har en kontroversiell politikk, og har en tendens til å komme med ukonvensjonelle uttalelser. Vi skal se at den svenske pressen, i likhet med andre lands presse har falt i denne fallgraven, som har ledet til en overeksponering og fordømmende mediedekning.



## 1.1 Bakgrunn

Det overordnede spørsmålet for arbeidet med denne oppgaven var: *hvorfor brøt SD sperregrensen i 2010*. Et slikt spørsmål vil kunne finne utallige forskjellige svar avhengig av valgt forklaringsmodell. En grunnsten i moderne historisk forskning er å benytte ulike forklaringsmodeller for å belyse samme fenomen, for å slik avdekke mest mulig av «sannheten». Da de fleste tilnærminger har fokusert på Sverigedemokratenes markedsføring av seg selv som forklaringsårsak, ble det desto mer interessant å se på hvordan SD ble fremstilt *utenfra*. Den fremstillingen som de fleste velgerne møtte, var den som ble skapt av mediene. SCBs valgundersøkelse, *Åttapartivalet*, fastslår at til tross for at velgerne i teorien hadde tilgang til hvor mye og hvilken valgkampinformasjon de selv ønsket, så spilte den tradisjonelle pressen fortsatt en betydelig rolle i velgernes tilgang til informasjon i forkant av valget.<sup>1</sup>

Mediedekningen av SD i 2010 hadde en helt annen karakter enn tidligere valgkamper, hovedsakelig med det faktum at de i det hele tatt ble dekket. Undersøkelsen «*Mediernas prestationer och betydelse: Valet 2010*» gjennomført av medieforskeren Kent Asp kom frem til tre hovedfunn angående dekningsnivået av SD av riksmidlene i 2010:

1. SD fikk ti ganger mer oppmerksomhet av media under valgkampen i 2010 enn i 2006.
2. Medieoppmerksomheten var gjennomgående negativ.
3. Når partiet var i media var det ofte deres kjernesaker som ble nevnt.<sup>2</sup>

Ved å benytte seg av et samtidshistorisk blikk vil denne oppgaven vil gå i nærmere detalj på årsakene til, og virkningene av, denne mediefremstillingen.

---

<sup>1</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 19

<sup>2</sup> Asp, *Mediernas prestationer och betydelse*, 99

## 1.2 Forskningsspørsmål

Oppgaven ønsker å sette mediedekningen under valgkampen i perspektiv. Den vil vurdere mediedekningen ut ifra dens tidsmessige forutsetninger, ved å se på hvilke tendenser i samfunnet for øvrig som har ledet til denne utviklingen. Oppgaven vil vurdere de overordnede politiske og samfunnsmessige faktorene som åpnet for Sverigedemokraternes fremgang, og mediedekningens normative karakter.

### **Hvordan ble Sverigedemokratene fremstilt av tradisjonelle medier mellom 2006 og 2010, og hvilken effekt kan dette ha hatt på SDs oppslutning ved valget 2010?**

For å besvare dette er det nødvendig å se på flere faktorer:

*Hvordan er det politiske klimaet i Sverige?* Oppgaven vil belyse de samfunnsmessige forutsetningene for det 21. århundrets politiske klima.

*Hvem er Sverigedemokratene og hvordan skiller de seg fra andre partier?* Oppgaven vil bidra med en grunnleggende introduksjon av partiet, og vise hvordan de er et produkt av sin tid.

*I hvilken grad kan media være objektiv?* Oppgaven vil se nærmere på de store medieselskaperes retningslinjer og normer for rapportering.

*Hvilket bilde av SD møtte velgerne i media?* Oppgaven vil belyse hvordan partiet ble fremstilt, og hvordan denne fremstillingen ble skapt.

*Hvilken effekt kan denne diskursen ha hatt på velgerne?* Oppgaven vil se på hvilke faktorer velgere la til grunne for valg av parti.

*Hvilken påvirkningskraft har media?* Oppgaven vil diskutere i hvilken grad mediedekningen kan ha påvirket velgere i sitt valg av parti.

## 1.3 Struktur

Oppgaven er ordnet i fem hoveddeler.

**Første del** presenterer oppgavens tema og tar for seg dens formål, problemstilling og oppbygning.

**Andre del** forklarer den metodiske tilnærmingen i form av fokus og avgrensning. Videre presenterer den gjeldende forskningsperspektiver og kildeutvalget, så vel som å avklare oppgavens begrepsrammeverk.

**Tredje del** ser på de brede trekkene i utviklingen ved å belyse Sverigedemokratenes fremvekst før 2006 og endringer i det politiske klimaet i det 21- århundre.

**Fjerde del** inneholder analyse og diskusjonsaspektene ved studien. Kapittel 4.1 belyser medias forutsetninger for å opptre konsekvensnøytrale og objektive. Kapittel 4.2-4.3 går nærmere inn på hendelsene som skjøv Sverigedemokratene ut av medieskyggen og inn på riksdekkende førstesider, så vel som strategiene som førte dem dit. Kapittel 4.4.-4.5 tar for seg resultatet av mediedekningen, og hvorvidt den kan ha gjort utslag på valgresultatet.

**Femte del** avrunder oppgaven og forsøker å svare på forskningsspørsmålet basert på funnene som er gjort.

# 2 Teori og metode

## 2.1 Avgrensning

*Emne.*

Tema for oppgaven er mediedekningen av Sverigedemokratene før valget i 2010. Media er valgt som diskursplattform da det er denne plattformen de fleste velgerne møter, og det er diskursens mulige påvirkningskraft på tilskuerne jeg er interessert i å belyse i denne oppgaven. Oppgaven utforsker også andre forklaringsmodeller for SDs vekst, og vurderer hvorvidt disse er forenelige med oppgavens teori om medias påvirkningskraft. Oppgaven fokuserer på mediernes strategier, intensjonelle eller ei, i sin dekning av SD. Målet er å belyse hvorvidt og hvorfor partiet dekkes annerledes enn andre partier, samt de mulige konsekvensene av dette.

*Rom.*

Jeg vil begrense studiet til den debatten som foregår i tradisjonelle svenskspråklige medier, det vil primært aviser, med innslag av radio og tv. Oppgaven vil fokusere på riksdekkende medier, og lokale medier tas kun med som sammenligning. Oppgaven vil se på mediebildet som helhet og de ulike strategier som bidro til å skape det, og vil dermed ikke gå i dybden på enkeltstående artikler. Oppgaven fokuserer på tre utvalgte mediehendelser for å belyse mediedekningens karakter, så vel som mulig forklaring til endring i mediedekningens omfang. Oppgaven vil benytte sosioøkonomisk statistikk om Sverigedemokratenes velgere kombinert med velgernes egne refleksjoner gitt i intervjuer, for å se om mediedekningen av partiet kan brukes som årsaksforklaring til vekst.

*Tid.*

Tidsrommet for oppgaven vil være perioden mellom valgårene 2006 og 2010, hvor SD først fikk sitt gjennomslag i riksdagen, og for alvor ble en del av den offentlige debatten.

Tidsrommet er interessant da mediedekningen i forkant av de to valgene er vidt forskjellig.

Oppgaven vil utforske hvordan partiet gikk fra å bli nærmest ignorert, til å bli det tredje mest omtalte partiet under valgkampen.

Andre faktorer utelukkes fra analysen.

## **2.1 Informasjonshull**

Enhver historisk analyse vil måtte utelate noen faktorer. Delvis for å kunne gå i dybden på de utvalgte faktorene som bedømmes som relevante for studien, og delvis på grunn av manglende tilgjengelig data.

Til tross for ekstensivt datamateriale, vil denne studien mangle reell innsikt i majoriteten av Sverigedemokraternes velgeres personlige årsaker og tanker. Det er også vanskelig å bedømme hvorvidt journalister aktivt har valgt å forskjellsbehandle SD, eller kun har handlet i henhold til egne internerte normer.

## 2.1 Teoretisk rammeverk

For å besvare den første delen av problemstillingen vil jeg benytte diskursanalyse som metodisk redskap, da målet er å belyse forholdet mellom språket som er brukt og den parallelle samfunnsutviklingen. Formålet er å finne sammenheng mellom tekst og kontekst, hvor «teksten» forstås som det talte eller skrevne ordet, så vel som det som teksten unnlater. Konteksten er den samtidshistoriske situasjonen som gir ordene mening og virkning, altså sosial betydning.<sup>3</sup> Språk og formidling er et produkt av sosiale normer, og skapes dermed av konvensjoner som er passende innenfor en gitt kontekst. Hvem som sier noe og hvordan det sies er avgjørende. Michel Foucault skriver i *Diskursens orden* at rundt ethvert samtaleområde etableres en spesifikk samtaleordning som regulerer og produserer grenser for hva som kan og bør sies, av hvem og ut ifra hvilke posisjoner. En legitim aktør taler grammatisk rent fra en privilegert posisjon og kan dermed påstå å produsere sannheter.<sup>4</sup>

Diskursen utprøves som mulig forklaringsmodell for Sverigedemokraternes økte oppslutning. Mediedekningen forklares ut ifra kulturell og politisk kontekst. Oppgaven vil ta form av en kvalitativ analyse, hvor funnene blir presentert før de tolkes ved hjelp av aktørenes og utvalgte forskeres refleksjoner omkring de.

Diskursen om og med Sverigedemokratene danner mediebildet. Hvordan media omtaler partiet og velger ulike strategier for å skrive om det, skaper den normative delen av diskursen. Enhver diskurs forutsetter en kulturell kontekst som gir den legitimitet og betydning. Velgerne er passive mottagere av mediebildet, og har liten mulighet til å påvirke hvilke saker som er i media og hvordan de presenteres. Dette valget blir tatt for de av de som produserer mediene. Diskursen som omfattes av denne oppgaven er det samlede bildet skapt av mediens omtale av Sverigedemokratene.

Problemstillingens andre del besvares delvis på bakgrunn av kulturelle og sosioøkonomiske faktorer, og delvis på bakgrunn av aktørenes personlige refleksjoner. Ved å sette sammen disse er målet å se på effekten av diskursen, og bedømme hvorvidt den kan brukes som forklaringsmodell.

---

<sup>3</sup> SNL, s.v. «Diskurs»

<sup>4</sup> Hellström, *Vi är de goda*, 174

## 2.1 Hypotese

Mitt utgangspunkt i arbeidet med denne oppgaven er at måten SD ble fremstilt i media påvirket deres vekst og utbredelse i positiv forstand. Min hypotese for oppgaven er altså at måten de store mediene overeksponerte og demoniserte SD på, var en viktig påvirkningskraft før valget. Jeg vil utfordre denne hypotesen ved hjelp av analyse og diskusjon av mine funn.

Knut Kjelstadli beskriver hvordan forskning foregår mellom antakelser og utprøvingen av disse.<sup>5</sup> Han påpeker også fallgruvene ved å utarbeide teorier: søkelyset blir snevert, og forskeren velger kun de dataene som bekrefter teorien, både bevisst eller ubevisst.<sup>6</sup> En måte å unngå dette på er å formulere flere hypoteser og dermed utvide søkelyset.<sup>7</sup> Ulike forklaringer på fenomener er ikke nødvendigvis mer eller mindre «riktige», men bidrar med ulike måter å forstå fenomenet på. En teori vil ikke alene være i stand til å forklare alle aspektene ved et fenomen, det er nødvendig å bruke ulike innfallsvinkler.

Oppgaven går ut ifra at det er en sammenheng mellom mediedekning av et parti og dets valgresultat. Den vil utforske i hvilken grad dette er tilfellet med Sverigedemokratene i 2010.

Hypotesen bestemmer kildeutvalget. For å utprøve hypotesen og besvare forskningsspørsmålet behøver vi primært informasjon om tre aspekter: den politiske situasjonen, mediedekningens karakter og Sverigedemokratenes velgere. Oppgaven vil fokusere på disse aspektene og basere eventuelle årsaksforklaringer ut ifra disse.

---

<sup>5</sup> Kjelstadli, *Fortida er ikke hva den engang var*, 130

<sup>6</sup> Ibid, 131

<sup>7</sup> Ibid. 132

## 2.2 Begrepsavklaring

Partier som Sverigedemokratene er notorisk vanskelige å definere. I sitt valgmanifest *99 förslag för ett bättre Sverige* fra 2010 erklærer de seg frie for «ideologiska skyggappar».<sup>8</sup> Dette har ikke stanset deres motstandere i å kalle de fascister, til tross for at både historikere og statsvitere er uenig i hvorvidt denne definisjonen er legitim.<sup>9</sup> At medlemmer av partiet har hatt nynazistiske og fascistiske synspunkter er kjent, men ved hjelp av indre opprydning, så vel som en liberalisering av politiske standpunkter var partiet som stilte til valg i 2010 meget ulikt dets tidlige utgave. For å plassere partiet ideologisk er det nødvendig å gå nærmere inn på de forskjellige terminologiene.

*Nyfasisme*, eller *neofasisme*, brukes som en samlebetegnelse på bevegelser som har oppstått etter andre verdenskrig og som ønsker å videreføre fascistisk tankegang. Bjørge og Strømmen deler i *Store Norske Leksikon* nyfascismen i to undergrupper: *revolusjonær* og *parlamentarisk*.<sup>10</sup> Den parlamentariske fascismen kalles *høyre-radikalisme* og den revolusjonære kalles *høyre-ekstremisme*. Hovedforskjellen på disse er at høyre-radikalismen ønsker å operere innenfor demokratiets rammer, mens høyre-ekstremismen vil ha en fundamental omveltning av styresettet. Strømmen definerer sistnevnte til grupper som aksepterer vold som politisk virkemiddel og er åpent anti-demokratiske. Disse gruppene fører også en ekskluderende politikk basert på nasjonalisme, fremmedfrykt, rasisme og/eller *autoritarianisme*.<sup>11</sup>

Høyre-radikalismen beskrives av Hagtvedt og Strømmen som grupper til høyre for den parlamentariske konservatismen. Disse opererer med skepsis til det liberale demokratiet og understreker den nasjonale identiteten. I motsetning til høyre-ekstremismen aksepterer ikke disse gruppene bruk av vold som politisk virkemiddel, og de ønsker å endre det etablerte demokratiet innenfra fremfor å bryte det ned. De skriver videre at høyre-radikale grupper ofte preges av innvandringsmotstand og nynazistisk tankegang.<sup>12</sup> Roger Griffin skriver i «International Fascism: Theories, Causes and the new Concensus» at det er stor forskjell på

---

<sup>8</sup> Åkesson, «99 förslag för ett bättre Sverige»

<sup>9</sup> Höjer, «Fascister eller inte – vad anser forskarna?»

<sup>10</sup> Bjørge og Strømmen. s.v. «Nyfasisme»

<sup>11</sup> Strømmen. s.v. «Høyre-ekstremisme»

<sup>12</sup> Hagtvedt og Strømmen. s.v. «Høyre-radikalisme»



dagens høyre-radikalisme og mellomkrigstidens fascisme.<sup>13</sup> Hovedforskjellen ligger i deres opprinnelse: der fascismen ble skapt i krigstid, hadde høyre-radikalismen sitt utspring i fredstid; skapt av kjedsomhet, fremmedgjøring og maktesløshet.<sup>14</sup>

Populisme er et viktig virkemiddel for mange høyre-radikale grupper, og en blanding av høyre-radikale og populistiske ideer kan gis samlebetegnelsen høyrepopulisme. Populismen finnes både til venstre og høyre på den politiske skalaen, men i Europa knyttes den som oftest til høyresiden, nettopp på grunn av den høye forekomsten av høyrepopulisme. Anders Ravik Jupskås beskriver populismen som en strategi som appellerer til «folket» og setter de opp mot «eliten». Ideologisk ser den dette som en grunnleggende konflikt i samfunnet, men ellers har den få ankerpunkter. Dette gjør at den lett kan kombineres med andre ideologier, noe som forklarer hvorfor den kan plasseres så godt som overalt på det politiske spekteret. *Eliten* er ofte de etablerte politiske partiene som beskrives som elitistiske og virkelighetsfjerne. Hos de høyrepopulistiske gruppene er *folket* nasjonen, og mange definerer videre nasjonen med en etnisk samlebetegnelse hvorav innvandrere ikke er inkludert.<sup>15</sup>

*Ytre høyre* er en samlebetegnelse for den stadig voksende gruppen med høyrepopulistiske og høyre-radikale partier og grupper. Betegnelsen kan være noe misvisende, da mange av denne type partier plasserer seg selv på midten av høyre-venstre skalaen. På grunnlag av at de ofte preges av kulturkonservative standpunkter og har erfaringsmessig lettere for å samarbeide med tradisjonelle partier på høyresiden, er betegnelsen allikevel beskrivende. SCBs valgundersøkelse for 2010 viste at majoriteten av Sverigedemokraternes velgere plasserer seg selv til høyre.<sup>16</sup>

Basert på de overnevnte definisjonene av fascisme er ikke Sverigedemokratene et fascistisk parti; de fremmer hverken ønsker om omveltning av samfunnsstrukturen eller styresettet. Det de derimot har til felles er et sterkt nasjonalistisk orientert syn på politiske spørsmål. Til tross for likheter med høyreekstremismens negative syn på innvandrere og andre minoriteter, kan de heller ikke plasseres her, da de ikke aksepterer vold som politisk virkemiddel.

Det er uenighet i forskningen om hvor SD skal plasseres på det ideologiske spekteret, og definisjonene varierer etter forfatterens egne begrepsdefinisjoner, så vel som når definisjonen ble gitt, da partiet har endret seg merkverdig siden sin opprinnelse. Jupskås tar opp

---

<sup>13</sup> Griffin, *International Fascism*, 311

<sup>14</sup> Griffin, *International Fascism*, 314

<sup>15</sup> Jupskås. s.v. «Populisme»

<sup>16</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 70-71

definisjonsproblemet og forklarer hvordan skillet mellom høyreekstremisme, høyreradikalisme og høyrepopulisme er uklart og at begrepene ofte brukes om hverandre i både forskningslitteratur som i massemedia.<sup>17</sup> Han velger allikevel å definere partiet som høyreradikalt.<sup>18</sup> Widtfeldt omtalte de i 2015 som høyreekstremistiske,<sup>19</sup> og det samme gjorde Lodenius og Larson i 1994.<sup>20</sup> Andre velger mer fargerike definisjoner, som Ekman og Poohls «extremnationalistisk och rasistisk parti».<sup>21</sup> Den nasjonalistiske definisjonen er tilsynelatende den det herjer mest enighet om, og både Orrenius,<sup>22</sup> Larsson og Ekman,<sup>23</sup> og Lodenius og Wikström omtaler de som *nasjonalistiske*.<sup>24</sup> Denne definisjonen er også den «tryggeste» da alle definisjonene ovenfor inneholder elementer av nasjonalisme.

Det er altså liten konsensus om hvordan Sverigedemokratene skal defineres. Selv ikke partiet har vært konsekvent på dette, og de har endret den ideologiske formuleringen i sine partiprogrammer flere ganger, fra «*et nationellt mittenparti med ekologisk grundsyn*» i 1999, til «*socialkonservativt parti med nationalistisk grundsyn*» i 2011.<sup>25</sup> Sverigedemokratenes politikk overlapper med beskrivelsen av både høyreradikalismen og høyrepopulismen. Deres politikk er preget av nasjonalisme med en etnosentrisk tankegang. Uttalt skepsis til de etablerte partiene og fremstillingen av de som motvekt til folket er gjennomsyrende i deres politiske budskap. SD plasseres i denne oppgaven innenfor høyreradikalismens rammer, som altså omfatter deres populistiske og nasjonalistiske elementer. De vil også innlemmes under termen ytre høyre.

---

<sup>17</sup> Jupskås, *Ekstreme Europa*, 37

<sup>18</sup> Jupskås, *Ekstreme Europa*, 126

<sup>19</sup> Widtfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 175

<sup>20</sup> Lodenius og Larsson, *Extremhögern*, 45

<sup>21</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 10

<sup>22</sup> Orrenius, *Jag är inte rabiatt, jag äter pizza*, 9

<sup>23</sup> Larsson og Ekman, *Sverigedemokraterna*, 8

<sup>24</sup> Lodenius og Wikström, *Vit makt och blågula drömmar*, 227

<sup>25</sup> Kaasa, BNP og SD – Fascister på fremmarsj?, 72-73

## 2.1 Forskningsperspektiver

Sverigedemokratenes inntog i den politiske debatten under valgkampen i 2010 ser ut til å ha utløst en slags snøskred av forskning og debattartikler som forsøker å forklare hvordan det skjedde. Et resultat som kom som en overraskelse, men som tilsynelatende var lett å forklare i ettertid, slik journalisten Sanna Rayman treffende oppsummerte da valgresultatet var klart: «Sverige forbløffet – men fremveksten av høyresiden var åpenbar».<sup>26</sup> Da det selvsagt er mange årsaksforklaringer, er det også forskjellige forklaringsmodeller. De fleste fokuserer på Sverigedemokratenes interne utvikling og egen fremstilling. Denne oppgaven vil fokusere på en av de eksterne faktorene, nemlig media og hvordan partiet har blitt fremstilt der, og kildeutvalget vil dermed bli mindre. Kildeutvalget begrenses også på grunn av nærhet i tid.

Svenske forskere har siden 70-tallets vært opptatt av å kategorisere, analysere og avsløre de yttergående grupperingene på den politiske høyresiden, på grunn av periodens oppblomstring av slike grupper. Ytre høyre i Sverige fremstilles i litteraturen konsekvent som et utbredt problem som truer den svenske samfunnsordningen. Ytre høyre omtales ofte som et narrativ om «medaljens bakside», hvor det politiske bildet ikke er like konsensusorientert som antatt. Denne type skrivning utfordrer sådan etablerte fortellinger innen svensk historieskrivning, noe som er i tråd med nyere nasjonalhistorisk skrivning.<sup>27</sup>

I artikkelen «*Swedish fascism. Why bother?*» beskriver Lena Berggren en langvarig tendens innen forskningslitteraturen som understreker det generelt «usvenske» med fascistisk og rasistisk tankegang og dermed har tildelt undersøkelser på emnet lite akademisk verdi. Hun beskriver med lettelse at dette synet har endret seg de siste tiårene, men det finnes fortsatt store mangler innen litteraturen, da de fleste publikasjoner er utført fra svensk perspektiv og på svensk språk. Synet på at høyre-radikalisme ikke lar seg integrere i svensk kultur er tilsynelatende i ferd med å endres etter Sverigedemokratenes stadige fremgang, men svensk forskning har vært primær bidragsyter for nye perspektiver.<sup>28</sup> Verk som *Hatets Återkomst*, *Älskade fascism*, *Vit makt och blågula drömmar* og *Extremhögern* gir utfyllende beskrivelse av utviklingen og sammenhengen mellom grupperinger innen ytre høyre i Sverige.

---

<sup>26</sup> (min oversettelse) "Sweden baffled - but rise of the right was obvious" Rayman, "Sweden baffled - but rise of the right was obvious"

<sup>27</sup> Hunt, *Writing History in the Global Era*, 5

<sup>28</sup> Berggren, «Swedish Fascism», 396

Et fellestrekk i litteraturen er at svensk ytre høyre fremstilles som om den har vokst og endret seg på eget initiativ, og ikke som en del av det øvrige politiske klimaet. «Skylden» legges primært i ytre høyres hender, og sees sjelden i sammenheng med resten av den politiske utviklingen.

Selv om forskning på ytre høyre er voksende, betyr det ikke at forskerne er enige om hvilke begreper som kan definere den, og det foregår en intern debatt om hvordan høyrepopulisme, høyreekstremisme, høyreradikalisme, nyfascisme og et mylder av andre terminologier skal benyttes og defineres. Anders R. Jupskås påpeker denne debatten i sin bok «*Ekstreme Europa: Ideologi, Årsaker og Konsekvenser*». Han påpeker at «ekstrem» er et relativt begrep, og at dersom noe omtales som ekstremt, må det en «normal» å sammenligne med, og hva som er ekstremt i én nasjonal kontekst er ikke nødvendigvis det i en annen.<sup>29</sup> I Sverige har det vært en tendens til å kategorisere alt til høyre for *Moderaterna*, et parti som ligner på norske *Høyre* politisk, som høyreekstremt.<sup>30</sup> Dette kan forklare hvordan svensk forskning har omtalt svensk ytre høyre som et mer utbredt problem enn andre europeiske forskere.

Ettersom Sverigedemokratene har vokst i oppslutning, har også interessen for årsakene til dette økt. I 2018 ble det utgitt en forskningsrapport ved *Institutet för Framtidsstudier* titulert «Sverigedemokraternas väljare: Vilka är de, var kommer de ifrån och vart är de på väg?», som søker å belyse hvilke holdninger velgerne har og hvorfor de velger SD. De belyser hvorfor velgere bytter fra Sosialdemokratene til SD og hvilke verdier som er viktigst for de.

Rapporten benytter sosiologiske og psykologiske forklaringsmodeller, og bygger på en enkeltstudie med 3518 deltakere.<sup>31</sup> *Statistiska centralbyrån* har siden 2006 viet ekstra plass i sine valgundersøkelser til å belyse Sverigedemokratenes fremgang spesifikt.

Valgundersøkelsen for 2010, *Åttapartivalet*, gir innsikt i SDs velgergruppe og hvordan de sammenlignes med andre velgere. Rapporten vier ekstra plass til SD da deres statistikk nærmest gjennomgående skiller seg fra de øvrige partienes.

Interessen for sammenhengen mellom medierepresentasjon og valgresultat er økende, og det har kommet flere hovedoppgaver som fokuserer på mediefremstillingen av

Sverigedemokratene før valget i 2014.<sup>32</sup> De mest omfattende studiene av mediedekningen i

---

<sup>29</sup> Jupskås, *Ekstreme Europa*, 38

<sup>30</sup> Jupskås, *Ekstreme Europa*, 38

<sup>31</sup> Jylhä, Rydgren og Strimling. «Sverigedemokraternas väljare», 10

<sup>32</sup> Nilsson, *Sverigedemokraterna: Vilken mediebild fanns av Sverigedemokraterna inför riksdagsvalet 2014? Og Thornéus og Zettergren, Sverigedemokraterna och flyktingar i pressen*

2010 er Kent Asps *Mediernas prestationer och betydelse: Valet 2010*, og Björn Hägers *Problempartiet*.

## 2.1 Kildepresentasjon

På grunn av oppgavens samtidshistoriske karakter, baserer den seg primært på samfunnsfaglige undersøkelser utgitt under eller kort tid etter i tidsperioden. Videre følger en introduksjon av de viktigste kildene.

Flere utgivelser med Sverigedemokratene som hovedtema er innom samspillet mellom de og media, enten i form av hvordan SD forholder seg til media, eller hvordan media forholder seg til dem. I boken *Jag är inte rädd, jag äter pizza: en bok om Sverigedemokraterna*, tar journalisten Niklas Orrenius opp den tilsynelatende ensidige fremstillingen av Sverigedemokratene i mediebildet. Han viser til hvordan journalistikken har vært entydig negativ i sin fremstilling av SD, og påpeker at dette kan ha bidratt til deres oppslutning.<sup>33</sup> Anders Widfeldt belyser også mediebildet av SD i sin bok *Extreme right parties in Scandinavia*, og foreslår at den negativt vridde fremstillingen av de kan ha bidratt til mer oppmerksomhet og dermed også større oppslutning.<sup>34</sup> Mikael Ekman og Daniel Poohls mener i boken *Ut ur skuggan: En kritisk granskning av Sverigedemokraterna* at SD har brukt den negative omtalen til et viktig virkemiddel som politisk «underdog».<sup>35</sup>

Den mest omfattende undersøkelsen av mediefremstillingen av Sverigedemokratene under valgkampen i 2010 ble gjennomført av medieforsker Björn Häger i hans undersøkelse som sammenfattes i boken *Problempartiet: Mediernas villrådighet kring SD valet 2010*. Boken bygger på omfattende valgundersøkelser og mediestudier, så vel som intervjuer med medieaktører og ledende Sverigedemokrater, deriblant Jimmie Åkesson. Boken fokuserer på medias vanskeligheter med å møte SD, og hva dette betydde for fremstillingen, og i mindre grad på hvordan det kan ha påvirket valgresultatet.

---

<sup>33</sup> Orrenius, *Jag är inte rädd, jag äter pizza*

<sup>34</sup> Widfeldt, *Extreme Right parties in Scandinavia*

<sup>35</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur Skuggan*

Dan Andersson redegjør allerede i innledningen til *Så fick Sverigedemokraterna makt* for det han mener er hovedårsakene til høyrepopulismens vekst i Sverige: nemlig «konkurrens om knappe ressurser, økonomisk marginalisering, samt en intolerant holdning til innvandrere».<sup>36</sup> Han understreker samtidig at mange av deres stemmer ikke stammer fra ideologisk overbevisning, men er en protest mot de etablerte partiene og den politiske eliten. Andersson har en noe alternativ tilnærming til SD ved at han ikke fokuserer på fremmedfiendtlighet som primær årsaksforklaring.

*Statistiska Centralbyrån* (Statistisk sentralbyrå, SCB) sin valgundersøkelse, «Åttapartivalet 2010: Allmänna valen Valundersökningen», presenterer statistikk om valgresultatet, velgerskaren, prominente saker og annet relatert til valgkampen. Undersøkelsen slår fast en del kjennetegn ved Sverigedemokratenes velgere så vel som å påpeke at mediebildet av partier klart har noe å si for deres valgresultat.<sup>37</sup>

Boken «Vi är de goda», av statsviteren Anders Hellström er skrevet i sammenheng med hans forskningsprosjekt «Kampen om folket: Den skandinaviske nynationalismen». Boken argumenterer for at SD har etablert seg i den politiske debatten ved å aktivt plassere seg mellom det konforme og det utfordrende, og dermed bidrar til å radikaliserer de øvrige partienes politikk og retorikk. Hellström argumenterer også for at debatten omkring SD er moralsk fremfor politisk betinget, hvor partiene ser behov for å distansere seg fra SDs «onde», for å selv fremstå som «gode». I likhet med andre sverigedemokratforskere har han sett på SDs vekst i lys av deres egne handlinger og motiver.

Boken «Digitalt demokrati? Partierna i en ny tid» tar for seg den digitale tidsalders påvirkning på den politiske debatten. Bjereld et al. forteller om de politiske partienes svekkede stilling som plattform for politisk engasjement: terskelen for politisk deltakelse er lavere og mer tilgjengelig.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> (min oversettelse) «konkurrens om knappa resurser, økonomisk marginalisering samt en intolerant attityd til innvandrare». Andersson, *Så fick Sverigedemokraterna makt*, 7

<sup>37</sup> SCB, *Åttapartivalet 2010*, 19

<sup>38</sup> Bjereld et al. *Digitalt demokrati?* 9

Bøkene under faller inn i en rekke bøker med «avslørende» innhold som er ment å utfordre leserens forestilling av partiet. Mikael Ekman og Daniel Poohl kaller sin bok *Ut ur skuggan* en «kritisk granskning», og er et omfattende verk som tar for seg partiets historie, ideologiske utvikling og strategier. Boken bygger på et omfattende kildegrunnlag i form av interne dokumenter, propagandamateriale og intervjuer med partimedlemmer. Boken leses nærmest som en advarsel mot å stemme på partiet, og forfatterne legger ikke skjul på sin negative holdning til partiet. *Bevara Sverige svenskt* av David Baas beskrives som en reportasje og har som mål å gi innblikk i den usminkede versjonen av partiet. Boken bygger på lignende kildegrunnlag som *Ut ur skuggen*.

# 3 Historisk kontekst

## 3.1 Et parti i tiden

«Det bruna arvet har gjort det svårt för partiet att framstå som ett seriöst och förtroandeingivande alternativ. Därför har partiet lagt ner stor möda på att befria sig från sin historia.»<sup>39</sup>

For å forstå valget i 2010 må man også forstå samfunnsutviklingen som ledet opp til den. I hvilken historisk-politisk kontekst trer Sverigedemokratene frem i?

Sverige, som førte en nøytralitetspolitikk under den andre verdenskrigen, hadde en litt annen etterkrigstid enn andre deler av Europa. Landets nøytralitetspolitikk gjorde at de unnlapp mange av krigens ødeleggelser og dermed nøt en økonomisk vekst både under og etter krigen.<sup>40</sup> Ekman og Poohl påpeker også at de ikke hadde et krigsoppgjør eller krigshelter å forenes om etter krigens ende.<sup>41</sup> Sammenlignet med Norge hadde altså ikke Sverige samme enhetlig avsky og skam knyttet til fascisme. Sveriges politiske stabilitet i det tyvende århundre er nærmest usammenlignbar, hvor arbeiderpartiet *Socialdemokraterna* (Sveriges socialdemokratiske arbetareparti, SAP) hadde makten nesten sammenhengende fra 1932 til 2006, og statsministeren ble byttet ut kun 3 ganger mellom 1936 og 1976.<sup>42</sup> Skagegård og Hübinette beskriver Sosialdemokratenes sterke stilling som en av hovedårsakene til at høyre-radikale partier har slitt med å bryte igjennom.<sup>43</sup> Men dette konsensusklimaet kunne ikke vare evig.

---

<sup>39</sup> ”Den brune arven har gjort det vanskelig for partiet å framstå som et seriøst og troverdig alternativ. Derfor har partiet lagt inn stor innsats for å befri seg fra sin historie.” (min oversettelse) Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 143

<sup>40</sup> Salvesen et al. s.v. «Sveriges Historie»

<sup>41</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 201

<sup>42</sup> Garvik og Tvedt. s.v. «Socialdemokraterna»

<sup>43</sup> Skagegård og Hübinette, *Hatets Återkomst*, 84



I løpet av 70- og 80-tallet vasker en nasjonalistisk bølge over landet, og flere nazistiske grupperinger dannes. Kaasa peker på den voksende antikommunismen under den kalde krigen som en hovedkatalysator for dette.<sup>44</sup> Fenomenet var et ledd i den såkalte «nationella rörelsen» som hadde preget ytre høyre i Sverige siden 1930-tallet og bygde på det Larsson og Ekman kaller et antisemittisk og antidemokratisk budskap.<sup>45</sup> Gruppene var altså aldri helt borte, men mangedoblet seg på denne tiden. Skagegård kommer med en annen forklaring, og mener at generasjonsskiftet som forekom på denne tiden betydde at stadig færre hadde direkte minner fra krigen, og dermed også var mer mottakelig for den type retorikk.<sup>46</sup> En tredje faktor var at Sverige på 70-tallet liberaliserte sin innvandringspolitikk, og gikk bort fra sin tidligere politikk om assimilering til integrering.<sup>47</sup> Til sammenligning, har Sverige hatt gjennomgående høyere innvandring enn sine skandinaviske motparter, da spesielt etter årtusenskiftet.<sup>48</sup> På 90-tallet og fra 2005 tar også Sverige imot et stort antall flyktninger, slik at innvandringen endres fra arbeidsinnvandring primært fra Finland, til flyktning- og familieinnvandring fra Asia, Afrika og Latin-Amerika.<sup>49</sup>

På samme måte som kommunismen ble brukt under 70-tallets propaganda, ble også innvandring en viktig kampsak for høyreradikale grupper.<sup>50</sup> Widfeldt hevder derimot at dersom innvandringsmengden var en avgjørende faktor for Sverigedemokratenes suksess, så ville de brutt igjennom i Riksdagen mye tidligere.<sup>51</sup> Han har helt klart et poeng. En europeisk undersøkelse fra 2002 avdekket betydelig mindre fremmedfiendtlige holdninger i Sverige enn øvrige land i Europa.<sup>52</sup> Det har også vært en utvikling hvor europeere som anser innvandring som det viktigste politiske spørsmålet har økt gradvis, fra 0,5% i 1989 til hele 13,2% i 2004.<sup>53</sup> Det er ikke utenkelig at Sverige har fulgt sine europeiske motparter i denne tendensen. Til tross for mindre nasjonalistiske grupperinger kom ingen av disse til noe nevnebar oppslutning før Sverigedemokratenes. I europeisk kontekst var Sverige lenge betraktet som et unntak fra den høyreradikale bølgen som vasket over kontinentet.<sup>54</sup>

---

<sup>44</sup> Kaasa, *BNP og SD - Fascister på fremmarsj?*, 78

<sup>45</sup> Larsson og Ekman, *Sverigedemokraterna*, 8

<sup>46</sup> Skagegård og Hübinette, *Hatets återkomst*, 78

<sup>47</sup> Ekman og Poohl. *Ut ur skuggan*, 190

<sup>48</sup> Pettersen og Østby, «Innvandrere i Norge, Sverige og Danmark.»

<sup>49</sup> Pettersen og Østby, «Innvandrere i Norge, Sverige og Danmark.»

<sup>50</sup> Ekman og Poohl. *Ut ur skuggan*, 271

<sup>51</sup> Widfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 235

<sup>52</sup> Jupskås, *Ekstreme Europa*, 119

<sup>53</sup> Jupskås, *Ekstreme Europa*, 129

<sup>54</sup> Widfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 174

Å regne Sverigedemokraternes begynnelse fra 1988, slik de selv gjør, er å utelukke deler av historien. Larson og Ekman trekker linjer helt tilbake til 1930-tallets «nationella rörelse».<sup>55</sup> Flere av partitoppene på 80- og 90-tallet var tidligere aktive i fascistiske og nazistiske partier, som *Nordiska rikspartiet* (1956-2009) og *Nysvenska rörelsen* (1930-).<sup>56</sup> SD ble grunnlagt som en følge av en intern fraksjonering av det kortvarige *Sverigepartiet*, som igjen var en koalisjon mellom *Fremstegspartiet* og gruppen *Bevara Sverige Svensk* (BSS).<sup>57</sup> BSS (1979-1986) var en gruppe som utgav kontroversiell propaganda med et tydelig rasistisk budskap.<sup>58</sup> Da Sverigepartiet splittes i 1988 dannet BSS-fraksjonen et nytt parti, Sverigedemokraterna. Hele dets partistyre bestod av tidligere BSS medlemmer, og deres politiske fremtoning var påfallende lik.<sup>59</sup> Det kan sies at SD var en videreføring av et tidligere påbegynt politisk prosjekt som hadde sitt utspring i den nasjonalistiske bevegelsen. Partiets brune arv er en av hovedgrunnene til at partiet lenge slet med å bli tatt seriøst, og partiet har dermed vært opptatt av å dysse ned slike tilknytninger.<sup>60</sup>

---

<sup>55</sup> Larson og Ekman, *Sverigedemokraterna*, 8

<sup>56</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 147

<sup>57</sup> Lodenius og Wikström, *Vit makt och blågula drömmar*, 123

<sup>58</sup> Ekman og Poohl. *Ut ur skuggan*, 145

<sup>59</sup> Kaasa, *BNP og SD - Fascister på fremmarsj?*, 26

<sup>60</sup> Ekman og Poohl. *Ut ur skuggan*, 143

## 3.2 Fenomenet Sverigedemokratene

«De som kallade Sverigedemokraterna för rasister tillhörde en annan klass, andra grupperingar. De som var anti SD bodde alltid i områden som inte var invandratäta. Därför behövde jag inte lyssna på dem»<sup>61</sup>

Mange ser på yttergående partier slik som Sverigedemokratene som et fenomen separert fra den øvrige politiske utviklingen. Men et slikt blick vil kun kunne tilby ufullstendige årsaksforklaringer. Hellström skriver at SDs politiske ståsted ikke har oppstått i vakuum, men i relasjon til de tradisjonelle partiene og ut ifra hvilke meninger som kommuniseres i den offentlige debatten om SD og deres politikk.<sup>62</sup>

For å bli sett som seriøse politiske aktører behøvde partiet å foreta en rekke endringer innad, og de har gjennomgått en merkbar *deradikaliseringsprosess*. Widfeldt påpeker at Sverigedemokratene, i likhet med andre yttergående partier, hadde det han kaller et «lanterneproblem» hvor de tiltrakk seg individer med ekstreme holdninger.<sup>63</sup> Partiet hadde et utbredt problem med medlemmer med synlige nazistiske eller rasistiske holdninger, og innførte etter hvert en rekke restriksjoner for oppførsel. Mikael Janssons overtakelse av partiet i 1995 initierte en opprydningsprosess som blant annet innebar nye regler for antrekk, slagord og adferd.<sup>64</sup> Partiets tilknytning til nynazistiske grupper kan illustreres i tall: i perioden 1989-1996 hadde 60% av partiets lederstillinger tilknytning til slike miljøer.<sup>65</sup> I 1994 hadde 39,5% av valgkandidatene slik tilknytning, og i 1998 var andelen 50%.<sup>66</sup> Innen valget i 2006 hadde partiet gjennomgått en holdningsendring og kvittet seg med flere radikale elementer, og kun 3 partimedlemmer kunne da knyttes til slike grupper.<sup>67</sup> Til og med partiets symbol, en fakkell som tilsynelatende var kopiert fra *National Fronts* logo, ble endret til en mer publikumsvennlig blåveis.<sup>68</sup>

---

<sup>61</sup> (Gorm Lind 2010) Ekman og Poohl. *Ut ur skuggan*, 176

<sup>62</sup> Hellström, *Vi är de goda*, 18

<sup>63</sup> (min oversettelse) "lantern-problem" Widfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 244

<sup>64</sup> Widfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 182

<sup>65</sup> Kaasa, *BNP og SD – Fascister på fremmarsj?*, 26

<sup>66</sup> Ekman og Poohl. *Ut ur skuggan*, 149, 153

<sup>67</sup> Ekman og Poohl. *Ut ur skuggan*, 159

<sup>68</sup> Larsson og Ekman, *Sverigedemokraterna*, 170

Partiet gjennomgikk interne splittelser i 1995 og 2001, hvor de mer ekstreme medlemmene forlot partiet. Til tross for en midlertidig nedgang i medlemstall, førte splittelsene til at partiet fremsto mindre radikalt og kunne nå en bredere velgerbase. Jimmie Åkessons overtakelse i 2005 signaliserte en intensivering av den moderniseringsprosessen Jansson hadde påbegynt.<sup>69</sup> Åkesson bidro til å gjøre partiet mer konvensjonelt ved å innføre nulltoleranse for rasisme og ved å fjerne de mest kontroversielle punktene i valgprogrammet.<sup>70</sup>

Sverigedemokratene fremstiller seg selv som forkjempere for ytringsfriheten, demokratiet og velferdssamfunnet. Den største trusselen mot disse godene er, i deres øyne, innvandringen. Deres mest effektive antiimmigrasjonsargument har vært at den koster staten for mye penger. Dette kostnadsargumentet er mindre abstrakt, og mer lettforståelig enn identitet- og kulturargumenter og kanskje dermed også mer slagkraftig.<sup>71</sup> Argumentet er også brukt i deres velkjente reklamefilm i 2010.

Et annet hovedargument mot innvandringen er at den truer den svenske velferdsstaten. SD mener at et homogent samfunn er en forutsetning for demokratiet og velferden.<sup>72</sup> De påpeker også at de ikke er imot innvandring i seg selv, men at de mener den må holdes på et nivå som samfunnet er i stand til å ta hånd om.<sup>73</sup> Argumentet om at muslimer er den største trusselen mot det svenske samfunnet siden andre verdenskrig, slik Åkesson formulerer det i sin debattartikkel i Aftonbladet, er et argument som er en gjenganger i høyre-radikale partier. Ekman og Poohl hevder dette synet bygger på konspirasjonsteorier og dommedagsprofetier som spres av likesinnede over store deler av verden, og spesielt på internett.<sup>74</sup> De skriver at denne holdningen forutsetter en tro på at det finnes en egen medfødt muslimsk tankegang som er uforenlig med den vestlige kulturen.<sup>75</sup>

SD er langt fra alene i denne tankegangen, og Jupskås forteller om en trend hvor den klassiske rasismen er erstattet av en slags sosialt akseptabel islamofobi. Islamofobien skiller seg fra den diskrediterte biologiske rasismen og antisemittismen, ved at den åpner for et angrep på «de fremmede» som kan pakkes inn i som kultur- og religionskritikk.<sup>76</sup>

---

<sup>69</sup> Widfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 185

<sup>70</sup> Widfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 207 og Kaasa, *BNP og SD – Fascister på fremmarsj?*, 31

<sup>71</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 186

<sup>72</sup> Kaasa, *BNP og SD – Fascister på fremmarsj?*, 79

<sup>73</sup> Kaasa, *BNP og SD – Fascister på fremmarsj?*, 86

<sup>74</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 264

<sup>75</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 264

<sup>76</sup> Jupskås, *Ekstreme Europa*, 98

Fremmedfiendtligheten kan altså pakkes inn i pene kulturelle termer for å ufarliggjøre og legitimere synspunktet.<sup>77</sup> Widfeldt har sammenlignet formuleringer om deres standpunkt ovenfor innvandring fra 1989 til 2011 og viser at det ikke er snakk om *endring*, men om *oppmykning* av retorikken.<sup>78</sup> Politikken om repatriering av innvandrere er konstant, men hvilke innvandrere det er snakk om, og hvorvidt det er under tvang eller frivillig, har endres.

Dette grunnleggende synspunktet har vært konstant siden BSS og SDs begynnelse: Sverige er i ferd med å tilintetgjøres av innvandring. Larsson og Ekman argumenterer for at til tross for at språket er forfinet og propagandaen profesjonelt utformet, er essensen er den samme.<sup>79</sup> Forskjellen er at de nå spiller på subtile fordommer, fremfor åpenbare fordommer, og kulturskepsisen har langt mer sympati blant velgerskaren.<sup>80</sup> Det er viktig å bemerke at kulturskepsis, fremmedfiendtlighet og rasisme ikke er utskiftbare og ikke nødvendigvis baserer seg på samme frykt og fordommer hos velgeren. Dermed har SD klart å skaffe seg velgere med et relativt bredt synspunkt på innvandring, ved å appellere til både moderate og ekstreme velgere.

Sverigedemokratenes velgere er ikke en homogen gruppe og har, i likhet med andre partiers velgere, ulike og personlig motiverte årsaker til å stemme på dem. Det er tilsynelatende paradoksalt at motstanden mot innvandring i Sverige var synkende, samtidig som SD vokste.<sup>81</sup> Innvandringsmotstand er ikke en komplett forklaringsmodell og bidrar kun til en økende polarisering av debatten.

Baas forteller at Sverigedemokratenes «annerledeshet» gjør de vanskeligere å skrive om enn andre partier.<sup>82</sup> Häger intervjuet en rekke journalister og spurte de om hva som gjorde SD vanskelig å dekke. Han fant at SD skilte seg fra andre partier på ti punkter:

1. *Uprofesjonell organisasjon* - Partiet hadde få talspersoner, som gjorde det vanskelig å få kontakt med dem. Talspersonene gav også ofte manglende eller unnvikende svar.<sup>83</sup>
2. *Sifferproblematikken* - Partiet anvendte tall og forskning med uklare kilder, eller som var direkte feilaktige. Dette kunne bli ekstra problematisk dersom de var på direktesending på TV eller radio.<sup>84</sup>

---

<sup>77</sup> Jupskås, *Ekstreme Europa*, 7

<sup>78</sup> Widfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 196

<sup>79</sup> Larsson og Ekman, *Sverigedemokraterna*, 249

<sup>80</sup> Jupskås, *Ekstreme Europa*, 80

<sup>81</sup> Uvell og Carlsen, *Folkhemspopulismen*, 18

<sup>82</sup> Baas, *Bevara Sverige svensk*, 184

<sup>83</sup> Häger, *Problempartiet*, 236-237

3. *Utrivelighetsfaktoren* - Partiet har piggene ute og det kunne være ubehagelig for journalistene å snakke med dem. Gjentatte ganger har partimedlemmer kommet med personangrep på reportere i form av mail, uttalelser eller blogginnlegg.<sup>85</sup>
4. *Siteringsproblemet* - Sitater som kan tolkes som rasistiske og fremmedfiendtlige, eller som hetser enkeltgrupper kan ikke publiseres.<sup>86</sup>
5. *Ensaksfaktoren* - Det var vanskelig å få partiet til å uttale seg om noe annet enn innvandring da dette gjennomsyrrer hele deres politikk.<sup>87</sup>
6. *Nivåproblemet* - de lokale politikerne kunne ikke svare på spørsmål om kommunal politikk, da de stort sett var opptatt av innvandring, som styres statlig.<sup>88</sup>
7. *Granskningsproblemet* - partiet ristet av seg den negative oppmerksomheten fra granskingssaker i media, og tok sjelden ansvar.<sup>89</sup>
8. *Martyrproblematikken* - Partiet spilte på offerrollen, og journalistene mener de ble kritisert av partiet uansett hvordan de behandlet de.<sup>90</sup>
9. *Nyhetsverdien* - Hvorfor overvåke et parti som hadde lite reell innflytelse og ikke så ut til å skulle få det i fremtiden. Kontroversielle uttalelser gjorde at partiet kom i mediene oftere enn størrelsen tilsa.<sup>91</sup>
10. *Utenfor debatten* - De andre partiene ønsket ikke å debattere med dem, og de kom dermed ikke med i den offentlige debatten. Mange journalister ønsket at de andre partiene møtte SD med konkrete løsninger, slik at SD ikke fikk saksmonopol.<sup>92</sup>

---

<sup>84</sup> Häger, Problempartiet, 237-238

<sup>85</sup> Ibid. 239-240

<sup>86</sup> Ibid. 241-242

<sup>87</sup> Ibid. 242

<sup>88</sup> Ibid. 243

<sup>89</sup> Ibid. 244

<sup>90</sup> Ibid. 244-245

<sup>91</sup> Ibid. 245-246

<sup>92</sup> Ibid. 247-248

Hvis Sverigedemokratene ikke opptrer som andre partier, er det også vanskelig å behandle de som om de er det. Det resulterer i en ond sirkel hvor ingen av partene oppnår det de ønsker. Pressesekretær fra 2004 til 2010, Mattias Karlsson, beskrev hans møter med journalister slik: «De kvalmes av meg, av situasjonen. De har det slik jeg ville hatt det, om jeg satt med en dømt pedofil.»<sup>93</sup> Det er nærliggende å tro at det ansente forholdet mellom partiet og journalistene påvirker mediedekningen.

---

<sup>93</sup> (min oversettelse) ” De äcklas av mig, av situationen. De känner som jag skulle känna det om jag satt med en dömd pedofil” Orrenius, *Jag är inte rabiät. Jag äter ikke pizza*, 62

### 3.3 En ny politisk hverdag

«Parties are failing because the zone of engagement - the traditional world of party democracy where citizens interacted with and felt a sense of attachment to their political leaders - is being evacuated.»<sup>94</sup>

Det 21. århundrets politiske klima er annerledes enn århundret som kom før. Samfunnet er i økende grad knyttet sammen av teknologi og globalisering, og velferdssystemet har økt individualiseringen og minsket klasseforskjeller.

I Sverige har det lenge rådet en konsensuskultur. Folkelivsforskeren Dan Korn mener denne kulturen har røtter helt tilbake til vikingtidens styresystemer, og er en integrert del av svensk selvbilde. Betydningen ligger i navnet: man skal helst opptre likt og tenke likt. Han mener denne kulturen kan virke både inkluderende og ekskluderende: «Et folk med den innstillingen har vanskeligheter med avvikere, noe som har gjort at Sverige i dag på den ene siden er verdens beste til å åpne grenser og ta imot flyktninger, men som på den andre siden er rekorddårlig til å la de bli en del av det svenske samfunnet.»<sup>95</sup>

For det politiske har denne kulturen ført til en bevegelse mot midten av den politiske skalaen, i jakten på å tiltrekke flest mulig velgere. Eksempler på dette er SAP og *Centerpartiet* (Senterpartiet, C), som har beveget seg fra å representere henholdsvis arbeidere og bønder, til å bli «catch-all» midtpartier.<sup>96</sup> Trond Johansen påpeker i sin hovedoppgave «Et populistisk manifest?» at det moderne konsensusdemokratiet har ført til en økende likegyldighet blant velgerne, og at høyre-radikale partier vekker en lidenskap som tilsynelatende mangler i den moderne politikken.<sup>97</sup> Sverigedemokraternes inntog i den politiske debatten signaliserte en ende på svensk konsensuspolitikk.

---

<sup>94</sup> Mair, *Ruling the Void*, 16

<sup>95</sup> (min oversettelse) «Ett folk med den inställningen har svårt för avvikare, vilket gjort att Sverige i dag å ena sidan är världsbäst på att öppna gränser och ta emot flyktingar, men å andra sidan rekorddåligt på att låta dem bli en del av det svenska samhället.» Korn, «Inget kan vara svenskare än vår urgamla konsensuskultur»

<sup>96</sup> Bjereld et al. *Digitalt demokrati?*, 15

<sup>97</sup> Johansen, *Et populistisk manifest?*, 29



Partier rekrutterer velgere på følelser og ikke bare rasjonelle argumentasjon. Hellström skriver at politisk mobilisering forutsetter normative forestillinger om hvordan samfunnet burde styres.<sup>98</sup> Han viser til Chantal Mouffes teorier om at fraværet av politiske konflikter har resultert i et politisk klima som mangler reelle motstandere, der politikkenes konfliktdimensjoner bagatelliseres eller skyves under teppet. Visjonen om en stat uten interne motstandere leder ikke til å minske politiske motsetninger, men til å endre deres form.<sup>99</sup>

Bjereld et al. skriver at de politiske partienes stilling som plattform for politisk engasjement er betydelig svekket. De peker på de spontane demonstrasjonene som fant sted etter riksdagsvalget i 2010, hvor borgere på både høyre- og venstresiden protesterte mot SDs valgresultat, organisert primært via SMS og facebook.<sup>100</sup> De forteller at den kommunikasjonsteknologiske revolusjonen har bidratt til en individualisering av samfunnet som har økt avstanden mellom folket og de politiske partiene, og at partiene konkurrerer med hverandre på et vis som velgerne ikke oppfatter som meningsfullt.<sup>101</sup> Samtidig har den bidratt til å forenkle kontakten mellom velgere og folkevalgte, hvor meningsutvekslingen er toveis. Bjereld et al. påpeker også at den brede tilgangen styrker politisk likhet, da den politiske debatten ikke lenger styres av eliten.<sup>102</sup> Hovedforskjellen mellom sosiale og tradisjonelle medier er at førstnevnte ikke utelukkende styres ovenfra, og man kan si at den digitale tidsalderen har bidratt til en demokratisering av mediebildet. Samspillet mellom disse skjer ved at de tradisjonelle mediene plukker opp saker som er populære på sosiale medier, og ved at de sosiale mediene gir folk muligheten til å reagere på de tradisjonelle medienes saker. Bjereld et al. beskriver de sosiale mediene som både risiko og mulighet for de politiske partiene.<sup>103</sup>

Statsviteren Peter Mair skriver også om trenden, som kan sees på internasjonalt nivå, hvor båndene mellom partiene og borgerne svekkes, og velgerne dermed endrer parti oftere.<sup>104</sup> Han mener fremveksten av høyrepopulistiske partier er en del av denne utviklingen.<sup>105</sup>

---

<sup>98</sup> Hellström, *Vi är de goda*, 20

<sup>99</sup> Hellström, *Vi är de goda*, 18

<sup>100</sup> Bjereld et al., *Digitalt demokrati?*, 9

<sup>101</sup> Ibid. 10-11

<sup>102</sup> Ibid. 44

<sup>103</sup> Ibid. 131

<sup>104</sup> Mair, *Ruling the Void*, 15-16

<sup>105</sup> Mair, *Ruling the Void*, 20

Jens Rydgren peker på tre hovedårsaker til radikale partiers vekst: For det første, et økende fokus på problemstillinger som ikke favner under tradisjonell venstre- eller høyrepolitikk. For det andre, en økende konvergens på midten av skalaen, hvor de etablerte partiene blir like i velgernes øyne. For det tredje, at media opererer som en megafon ved å spre partiets politikk og retorikk.<sup>106</sup> Han mener også at høyre-radikale partiers tilstedeværelse kan forårsake en økning i fremmedfiendtlige holdninger, både ved å påvirke velgernes tankegang, så vel som andre partiers politikk.<sup>107</sup> Lodenius og Larsson har et lignende utgangspunkt og kaller utviklingen økonomisk basert fremmedfiendtlighet.<sup>108</sup>

Disse tendensene har økt i store deler av Europa, og er også å finne i Sverige. Blokkpolitikken har tatt overhånd for partipolitikk, og de store partiene samles mer og mer på midten av skalaen i et forsøk på å tilegne seg flest mulig velgere. Denne samlingen på midten skaper et bilde av at det ikke er merkbar forskjell mellom de etablerte partiene. Dette gir mulighet for radikale partier å komme med politikk som avviker totalt fra *mainstream*, og en stemme på de blir samtidig en protest mot de etablerte partiene. SCB konstaterer at denne utviklingen har vært tydelig i Sverige, hvor partitilhørigheten har hatt en konstant nedgående kurve de siste 30 årene, og var rekordlav i 2010.<sup>109</sup> I motsetning til Norge og Danmark har ikke Sverige hatt en oppgang i partitilhørighet på 2000-tallet. SCB mener det er en sammenheng mellom det økende partimangfoldet og nedgangen i partitilhørighet.<sup>110</sup>

Enkeltpartiene kom i skyggen av partisamarbeidene *Alliansen* og *De rødgrønne*, enkelt sagt: «blokkene tok energi og lojalitet fra partiene».<sup>111</sup> Alliansen er det borgerlige fellespolitiske partisamarbeidet som startet i 2004 som *Allians för Sverige*, og består av *Moderaterna*, *Liberalerna*, *Kristdemokraterna* og *Centerpartiet*.<sup>112</sup> Samarbeidet skapte et bilde av en mer helhetlig borgerlig politikk og et reelt regjeringsalternativ før de neste valgene; de dannet regjering i 2006 og 2010. De rødgrønne er det uoffisielle navnet på venstresidens partisamarbeid mellom *Socialdemokraterna*, *Vänsterpartiet* og *Miljöpartiet*. De rødgrønne har ikke hatt regjerings-samarbeid, da *Socialdemokraterna* har kunnet danne regjering alene.<sup>113</sup>

---

<sup>106</sup> Hellström, *Vi är de goda*, 24

<sup>107</sup> Rydgren, *Meso-level Reasons for Racism and Xenophobia*, 60

<sup>108</sup> Lodenius og Larsson, *Extremhögern*, 58

<sup>109</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 31

<sup>110</sup> Ibid. 34

<sup>111</sup> (min oversettelse) «Blocken tog energi och lojalitet från partierna.» SCB, *Åttapartivalet*, 32

<sup>112</sup> Alliansen, «Historik»

<sup>113</sup> Regeringen, «Sveriges regeringar under 100 år»

Valget i 2010 var første gangen velgerne måtte ta stilling til to, på forhånd gitte, regjeringsalternativ. Blokkpolitikken dominans i 2010 valget forklarer hvorfor 30% av velgerne oppgav at de valgte blokk, *før* de valgte parti.<sup>114</sup>

I tråd med at Socialdemokraterna gradvis har mistet sitt sterke fotfeste har det blåst en høyrevind over Sverige, hvor andel velgere som oppfatter seg selv som til høyre på skalaen har økt fra 31% til 47%. SCB noterer også rekordlav andel som plasserer seg på midten av skalaen, med kun 19%. Ettersom de store partiene har beveget seg mer mot midten, har partiene blitt mindre polarisert, mens velgerne har blitt mer polariserte.<sup>115</sup>

---

<sup>114</sup> Asp, *Mediernas prestationer och betydelse*, 11

<sup>115</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 68-69

# 4 Analyse

## 4.1 Media og objektivitetens begrensninger

*«På något sätt ligger det underförstått att ett parti som är främlingsfientligt ska behandlas annorlunda än andra partier, kanske till och med aktivt bekämpas med journalistiska medel.»<sup>116</sup>*

For å forstå hvordan Sverigedemokratene har blitt fremstilt i mediebildet er det nødvendig å se på hvordan mediebildet var bygd opp og hvilke medier velgerne fikk sin informasjon fra. Før valget i 2010 var nettavisene i kraftig vekst, og deres lesere hadde tilgang på nyheter til alle døgnets tider. Videre dominerte TV og papiraviser/magasiner nyhetsbildet. Den voksende digitaliseringen av nyhetsspredningen gjorde det lettere for politikere å nå ut til leserne med sitt budskap. Motstridende kan det 21. århundrets nye medievirkelighet ha bidratt til et større skille mellom de politiske partiene og medborgerne. I et stadig mer individualisert samfunn kunne borgere nå ytre sine politiske standpunkter uten å være organisert i et parti. De kunne skrive kronikker på nett eller organisere protester via sosiale medier, uten å erklære tilhørighet til et parti eller ideologi.

Hva som sies eller skrives i den offentlige debatten former og formes av mottagerens skiftende preferanser og forskjellige posisjoner. Robert M. Entman bruker begrepet «framing» om hvordan en journalist, uavhengig av deres streben etter objektivitet, velger ut bestemte aspekter av et komplekst handlingsforløp eller foretakelse for å dermed velge hva som er viktig å kommunisere, og hva som kan utelates.<sup>117</sup>

Media er ikke kun en *arena* for politisk debatt, det er også *aktør*. Som arena kan deres primæroppgave sies å tilby innblikk og innsikt i saker som angår deres lesere og seere. De fleste mediekanaler har som mål å opptre objektivt og gi et balansert bilde av nyhetssakene de

---

<sup>116</sup> (Min oversettelse) «På en måte er det innforstått at et parti som er fremmedfiendtlig skal behandles annerledes enn andre partier, kanskje til og med aktivt bekjempes med journalistiske midler.» Häger, *Problempartiet*, 47

<sup>117</sup> Entman, *Framing*, 52

dekker, men i hvor stor grad er dette mulig? Mediebildet skapes av selskaper med kommersielle interesser, institusjoner med retningslinjer og journalister med personlige holdninger, og deres budskap vil aldri være helt objektivt. La oss se nærmere på noen av de største mediene i Sverige:

Omsetningstallene under er utviklet av *Tidningsstatistik AB* og refererer til gjennomsnittlig omsetning på hverdager, altså ikke medberegnet helg- og søndagsutgivelser.<sup>118</sup>

*Aftonbladet*, med en omsetning på 310 900 eksemplarer daglig, var den største svenske avisen i 2010. Avisen er kjent for sin sosialdemokratiske vinkling, noe som ikke er unaturlig, da Svenske LO var majoritetseier fra 1956-2009. Selv om Schibsted var ny majoritetseier i 2010, beholdt LO kontrollen av avisens politiske retning, med vetorett over politisk sjefsredaktør, en rett de fortsatt har. Ledersiden har vært selverklært sosialdemokratisk fra 1960-tallet av, men de hevder allikevel at nyhetsredaksjonen er uten «politisk färg».<sup>119</sup>

*Expressen*, Sveriges nest største avis i 2010 med en omsetning på 270 900 (inkludert GT og KvP), beskriver sin politiske retning som liberal.<sup>120</sup> Avisen har to underutgivelser med lokal vinkling, henholdsvis *Göteborgs-tidningen* (GT) og *Kvällsposten* (KvP) utgitt primært i sørvest og sør i landet. På deres nettsider hevder de at avisen fra dens opprinnelse har «inntatt en utpreget kampstilling mot nasjonalsosialisme».<sup>121</sup> De skriver videre at de «bekjemper alle ideer som forsøker å krympe mennesket og dets muligheter». Det er dermed klart at utgivelsen ikke er objektiv ovenfor radikale politiske meninger, og de legger heller ikke skjul på dette.

*Dagens Nyheter* (DN) hadde en omsetning på 292 300 i 2010 og definerer sin politiske holdning som liberal. De velger heller ikke å forholde seg nøytral politisk da de både ønsker å «speile og være et forum for samfunnsdebatten» så vel som å «drive den på et tydelig vis».<sup>122</sup> Utsagnet er mindre styrende enn ekspressens klare sidetagning, men for å kunne drive en debatt er det uunngåelig å velge retningen man ønsker å drive den hen.

---

<sup>118</sup> Schori, «Konkurrenterna knappar in på Aftonbladet»

<sup>119</sup> Aftonbladet, «Om Aftonbladet»

<sup>120</sup> Expressen, «Välkommen till Expressen»

<sup>121</sup> (Min oversettelse) «inta en utpräglad kampställning mot nationalsocialism» Expressen, «Välkommen till Expressen»

<sup>122</sup> DN, «Publicistisk målsättning»

*Svenska Dagbladet*, med omsetning på 192 100 i 2010, legger vekt på liberalt og konservativt verdigrunnlag på sin lederside.<sup>123</sup> De tar også et aktivt standpunkt mot «totalitære idestrømninger», i sitt arbeid for å verne om demokratiet.<sup>124</sup> Avisen har et klart hovedstadsperspektiv.

*Sydsvenskan*, primært utgitt i Skåne med omsetning på 115 600 i 2010, er en selvutnevnt liberal avis. Utgivelsen var frem til 1966 knyttet til *Högerpartiet* (nå *Moderaterna*), og var en av få aviser som valgte å trykke Muhammed-karikaturen i 2005.<sup>125</sup>

*Göteborgs-Posten* hadde en omsetning på 227 200 i 2010 og er hovedsakelig utgitt i Västra Götaland. Utgivelsen har en liberal orientering på lederplass, og har som oppdrag å «berøre og påvirke samfunnsdebatten».<sup>126</sup>

*Sveriges Television* (SVT) er finansiert av offentligheten og kan sammenlignes med norske NRK. Kanalens innhold «skal preges av demokratiske og humanistiske verdier»,<sup>127</sup> og har som oppgave å «granske myndigheter, organisasjoner og foretak som har innflytelse på beslutninger som påvirker medborgerne».<sup>128</sup> *Sveriges Radio* er søsterselskap med SVT og hevdet i 2011 å ha omkring 5 millioner daglige lyttere.<sup>129</sup> Kanalen oppgir å jobbe for demokrati og menneskeverd, men at de «ellers ikke tar stilling til ulike problemstillinger».<sup>130</sup>

*TV4* er den største kommersielle tv-aktøren i Sverige. Kanalen når i likhet med SVT ut til store deler av befolkningen. *TV4* startet opp prosjektet *Nollrasism* (null rasisme) i 1997 som arbeider aktivt mot diskriminering.<sup>131</sup> Om sitt samfunnsoppdrag sier de: «Vi kan med vår virksomhet og størrelse påvirke publikum [...]. *TV4* er en maktfaktor. Med det følger et stort ansvar.»<sup>132</sup>

---

<sup>123</sup> SD, «Välkommen till Svenska Dagbladet»

<sup>124</sup> (min oversettelse) «totalitära idéströmningar» SD, «Välkommen till Svenska Dagbladet»

<sup>125</sup> Euro Topics, «Sydsvenskan»

<sup>126</sup> (min oversettelse) «beröra och påverka samhällsdebatten» GP, «Lokal kvalitetsjournalistik»

<sup>127</sup> (min oversettelse) «ska präglas av demokratiska och humanistiska värden» Regeringskansliet, «Sveriges Television»

<sup>128</sup> (min oversettelse) «granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna» SVT, «Vi är till för alla i Sverige»

<sup>129</sup> Sveriges Radio, «Välkommen till Sveriges Radio»

<sup>130</sup> (min oversettelse) «tar i övrigt inte ställning i olika frågor.» Sveriges Radio, «Vår Journalistik»

<sup>131</sup> Bonnier Broadcasting, «Samhällsansvar»

<sup>132</sup> (min oversettelse) «Vi kan med vår verksamhet och storlek påverka publik, annonsörer, makthavare, med flera. *TV4* är en maktfaktor. Med det följer ett stort ansvar.» Bonnier Broadcasting, «Samhällsansvar»

TV4 treffer spikeren på hodet. Mediekanaler påvirker offentligheten uavhengig om de ønsker det eller ei. De er en essensiell del av den offentlige debatten, og styrer retningen debatten tar ved å velge *hva* som dekkes, *hvordan* det dekkes og *hvor mye* noe dekkes. I en valgkamp er media hovedarenaen hvor de politiske partiene møtes; i form av organiserte debatter, intervjuer og utspill.

Foretreder i Dagens Nyheter avslørte at avisen hadde en aktiv policy om å ha en «restriktiv rapportering» av SD, delvis på grunn av teorien om at medieoppmerksomhet vil hjelpe et parti å vokse, og delvis på grunn av at SDs verdier sto i kontrast med DNs. «I den anledning ville vi ikke bidra med å løfte de frem unødige», forklarte han.<sup>133</sup> I ukene før valget endret de innstilling, da det ble stadig mer sannsynlig at SD kunne komme inn i riksdagen, og partiet kunne ikke lenger ignoreres. En meningsmåling gjennomført av Göteborg Universitet fant at 55% av de spurte journalistene synes det var vanskeligere å dekke SD enn andre partier, mens 79% sa at de burde behandles på lik linje med andre partier på samme størrelse. De resterende 21% som mente de burde forskjellsbehandles la vekt på SDs rasistiske fortid og deres fremmedfiendtlige og udemokratiske tendenser. Angående retningslinjer for redaksjonens dekning av SD svarte 25% at de hadde en særskilt policy om hvordan SD skulle dekkes, mens 44% mente det burde ha vært en slik policy.<sup>134</sup> Det rådet altså ingen interredaksjonell enighet om hvordan SD skulle dekkes, hverken i favør partisk eller upartisk. Häger påpeker at til tross for et ideal om å være konsekvensnøytrale, det vil si å ikke ta hensyn til hvorvidt noen gagnar eller taper på en nyhetssak, har mange redaksjoner en policy om å være partiske når det kommer til menneskeverd. I Sveriges Radios håndbok for ansatte står det at de skal være partiske når det gjelder demokratiske verdier.<sup>135</sup> For mange journalister vil det dermed være vanskelig å omtale SD som andre partier, da de utfordrer gjeldende oppfatninger av menneskeverd og menneskerettigheter med sitt menneskesyn.

For en leser, lytter eller seer er det vanskelig å skille mellom hva som er journalistens egne meninger, og hva som utelukkende er begrunnet i fakta. En tilsynelatende ren faktagjengivelse vil også kunne farges av journalisten ved hvilke fakta som presenteres, i hvilket lys de presenteres, og med hvilke ord de legges frem. Et eksempel på dette er hvordan

---

<sup>133</sup> (min oversettelse) ” Av den anledningen ville vi inte bidra med att lyfta fram dem onödan” Häger, *Problempartiet*, 56

<sup>134</sup> Häger, *Problempartiet*, 59

<sup>135</sup> Häger, *Problempartiet*, 79

Expressen nærmest konsekvent benyttet etiketten *fremmedfiendtlig* om SD i sine artikler.<sup>136</sup> Ifølge Häger er svenske riksmediers journalister en relativt homogen gruppe, hvor ytterst få bor der SD har fofeste. Journalistene arbeider ut ifra kulturelle og sosiale normer i samfunnet, og opprettholder disse gjennom sitt arbeid.<sup>137</sup> Forskjellen i samfunnsnormene i Stockholm og Malmö kan sees i hvor ulikt mediene behandler Sverigedemokratenes utspill. Orrenius beskriver hvordan hans egne og andres tekster er farget av deres personlige innstilling mot partiet, og at mange mener SD har seg selv å skylde når de utsettes for trakassering, og kanskje også har iscenesatt det selv.<sup>138</sup>

---

<sup>136</sup> Häger, *Problempartiet*, 57

<sup>137</sup> Hager, *Problempartiet*, 84

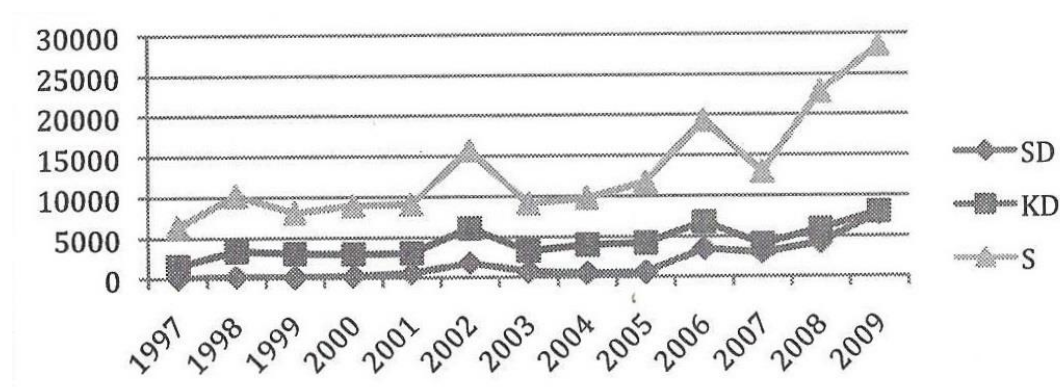
<sup>138</sup> Orrenius, *Jag är inte rabiatt. Jag äter pizza*, 72 og 64



## 4.2 Vendepunkter

«Nyckeln till en lyckad valrörelse är ett bra genomslag i media»<sup>139</sup>

Jimmie Åkesson var klar på hva det ville kreve for Sverigedemokratene å komme inn i riksdagen: de måtte slå igjennom i media.<sup>140</sup> Partiet ble konsekvent forbigått og unnveket i tidligere valgkamper, med noen få gjennomslag her og der. Åkesson beskriver mediedekningen i 2006 slik: «Vi var fullstendig i medieskyggen. At vi fikk nesten tre prosent må ha kommet som et sjokk fordi vi liksom ikke fantes.»<sup>141</sup> Statistikk fra *mediarkivet* viser at SD hadde nærmest null medieoppmerksomhet frem til 2005, med en midlertidig opptur i valgåret 2002, mens fra 2007 av kan man se en jevnt stigende kurve:



Figur 1. Antall artikler i mediarkivet i perioden 1997-2009 som nevner partiene Sverigedemokratene (SD), Kristdemokraterna (KD) og Socialdemokraterna (S). Figuren inneholder ikke tall fra valgåret 2010.<sup>142</sup>

Under valgkampen 2006 fikk SD langt mindre oppmerksomhet enn *Feministisk Initiativ* (FI), til tross for at de lå an til et mye bedre valgresultat, henholdsvis 4% mot 0,5%.<sup>143</sup> Aftonbladet nevnte FI hele tre ganger så mye som SD. Sverigedemokratene gikk uansett frem, og Häger peker på hvordan SD har brukt av andre kanaler for å nå sine velgere. Partiet delte ut om lag 2,5 millioner flygeblad under valgkampen i 2006, og Åkesson mener det har vært mye mer

<sup>139</sup> (Jimmie Åkesson 2004) Baas, *Bevara Sverige Svensk*, 185

<sup>140</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 138

<sup>141</sup> (min oversettelse) «Vi var fullstendig i medieskugga. Att vi fick nästan tre procent måste ha kommit som en chock för att vi liksom inte fanns» Häger, *Problempartiet*, 65

<sup>142</sup> Hellström, *Vi är de goda*, 223

<sup>143</sup> Häger, *Problempartiet*, 60

effektivt enn andre kanaler.<sup>144</sup> I valget 2010 var internett en mye større del av folks hverdag, og de brukte sosiale medier, YouTube og blogger mer aktivt. Det var først i ettertid av 2006-valget at partiet begynte å få journalister på konferansene sine, og gikk mot en mer normal mediedekning.<sup>145</sup>

De fikk et mindre gjennombrudd, både nasjonalt og internasjonalt, under karikaturstriden i 2005/06, da de publiserte en Muhammed-karikatur på sin nettside.<sup>146</sup> Det resulterte i en nasjonal skandale, hvor utenriksdepartementet stengte nettsiden og utenriksministeren til slutt gikk av. Affæren gav Åkesson muligheten til å forsvare publiseringsavgjørelsen på riksdekkende radio, og fremstilte partiet som en forsvarer av ytringsfriheten.<sup>147</sup>

Kiiskinen og Saveljeff skriver at mediebarrieren er en av de største utfordringene for et nytt parti som ønsker å nå ut til en større velgerkrets, da disse ofte ekskluderes fra den politiske debatten og media ikke ønsker å dekke de.<sup>148</sup> Fenomenet er altså ikke eksklusivt for Sverigedemokratene.

Oppladingen til valget i 2010, kan beskrives som å gå fra null til hundre for Sverigedemokratene. Fra og så vidt bli nevnt under forrige valgkamp ble de det tredje mest omtalte partiet i 2010. Flere faktorer gjorde dette mulig, men jeg vil argumentere for at hendelsene under kan kalles vendepunkter, da de brøt med tidligere måter å takle SD på. Felles for hendelsene under er at det var kontroversielt å i det hele tatt *la* Sverigedemokratene komme til tale. I disse vendepunktene, i motsetning til karikaturstriden nevnt over, er Sverigedemokratene ikke hovedaktør. Sahlin velger å debattere med Åkesson i 2007, til tross for at ingen andre partitopper ønsket å gjøre det før etter valget i 2010. Helin oppfordrer Åkesson til å skrive debattartikkel, og gjør stor innsats i å kritisere den i ettertid. TV4 velger å inngå en avtale om å sende SDs reklamefilm, for å så stanse den.

---

<sup>144</sup> Häger, *Problempartiet*, 65

<sup>145</sup> Häger, *Problempartiet*, 66

<sup>146</sup> Widtfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 185

<sup>147</sup> Widtfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 186

<sup>148</sup> Kiiskinen og Saveljeff, *Att dansa i otakt med väljarna*, 64

## 4.2.1 Sahlin vs. Åkesson

«Det kan räcka att visa upp sig i tv och inte vara extremistisk dumskalle.»<sup>149</sup>

16. April 2007 publiserer Aftonbladet en artikkel skrevet av partileder for Sosialdemokratene, Mona Sahlin, og partisekretær Marita Ulvskog. På 958 ord forklarer de hvorfor partiet har valgt å delta i en debatt med Sverigedemokratenes leder, Jimmie Åkesson. Det fremstår ved første øyekast som underlig, med tanke på at partiledere møtes til debatter stadig vekk, men Sverigedemokratene har konsekvent blitt holdt utenfor slike debatter, både ved initiativ fra arrangørene, og motvilje fra de andre partilederne. Sjefsredaktør Thomas Mattsson uttalte at han ville «ikke slippe de opp på egen scene», da *Expressen* ekskluderte partiet fra en web-tv-debatt.<sup>150</sup> Journalisten Niklas Svensson, som har arbeidet i både *TV4* og *Expressen*, forklarte at det var en usikkerhet knyttet til SD og en bekymring for at de skulle komme med meninger selskapet ikke kunne stå bak: «Vi kan ikke ha kontroll på hvordan budskap de kommer med. Det fantes en redsel fra vår side om at de skulle fremføre fremmedfiendtlige budskap fra vår scene, i direktesending.»<sup>151</sup>

Sahlin fikk også kritikk for å la Sverigedemokratene komme til i en partilederdebatt, når de ikke var representert i riksdagen, og at det var mer logisk med en debatt på lokalnivå. Kritikerne mener debatten gav Sverigedemokratene gratis reklame, ved at de får opptre på tv-sendt debatt i samme stil som de største riksdagspartiene møtes, når de var et parti under sperregrensen.<sup>152</sup>

Sahlin og Ulvskog hevdet hovedargumentet for at de ønsket å ta debatten med Åkesson var for å motbevise martyrollen de mener SD bruker til sin favør.<sup>153</sup> Ekman og Poohl mener SD bruker martyrstempelet for alt det er verdt, og peker blant annet på hvordan andre nestleder i partiet, Carina Herrstedt, i 2009 sammenlignet medias behandling av SD med hvordan det Nordkoreanske regimet behandler opposisjonen.<sup>154</sup> Häger påpeker også denne martyrdommen

---

<sup>149</sup> (Jimmie Åkesson 2012) Häger, *Problempartiet*, 69

<sup>150</sup> (min oversettelse) «inte släppa upp dem på sin egen scen» Häger, *Problempartiet*, 58

<sup>151</sup> (min oversettelse) «Vi kan inte ha koll på vad de kommer med för budskap. Det fans en rädsla från vår sida att de skulle framföra främlingsfientliga budskap från vår scen, i direktsändning.» Häger, *Problempartiet*, 58

<sup>152</sup> Kiiskinen og Saveljeff, *Att dansa i otakt med valjarna*, 151

<sup>153</sup> Sahlin og Ulvskog. «Därför tar vi debatten med sverigedemokraterna»

<sup>154</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 236-237

mediesituasjonen skapte, og foreslår at den kan ha gagnet partiet.<sup>155</sup> Selv mener ikke Åkesson martyrrollen var noe de ønsket, men derimot noe de utnyttet da de øynet muligheten: «Vi vil legge frem våre argumenter på samme vilkår som andre. [...]. Men det er klart at vi spiller på det og vil at det blir lagt merke til når vi blir forskjellsbehandlet».<sup>156</sup>

Debatten krediteres som startskuddet på den nye «ta debatten» strategien blant de etablerte partiene, men ingen andre partiledere ønsket allikevel å debattere med Åkesson før etter valget i 2010.<sup>157</sup> Orrenius mener Sverigedemokratene tjener uavhengig om de andre partiene tar debatten eller ei: å debattere med de er «et mareritt», mens å nekte kan gi SD politisk makt.<sup>158</sup> Om sin motvilje til å møte Åkesson i debatt uttalte leder av *Moderaterna*, Fredrik Renfelt: «[...] jeg kan ikke vinne den debatten - om han ikke kommer full og begynner å slåss i studio».<sup>159</sup> Og det er en viss sannhet i den uttalelsen, Renfeldt og de andre partilederne har lite å vinne på en slik debatt.

I sin bok, *Satis Polito*, uttrykte Åkesson at det var ubegripelig hvorfor hun stilte til den debatten, da han hadde klart mest å tjene på den: han behøvde bare å overtale over 4%, mens hun behøvde å overtale over 96%.<sup>160</sup> Orrenius forteller om en tydelig oppskaket Mona Sahlin som møtte han etter debatten.<sup>161</sup>

Dagen etter var det Åkessons ansikt som var på forsiden, ikke Sahlins.<sup>162</sup>

---

<sup>155</sup> Häger, *Problempartiet*, 70

<sup>156</sup> (min oversettelse) "Vi vill lägga fram våra argument på samma villkor som andra. [...] Men det är klart att vi spelar på det och vill att det uppmärksammas när vi blir misshandlade" Häger, *Problempartiet*, 70

<sup>157</sup> Baas, *Bevara Sverige Svenskt*, 186

<sup>158</sup> (min oversettelse) "en mardröm" Orrenius, *Jag är inte rabiatt, jag äter pizza*, 84

<sup>159</sup> (min oversettelse) "Det är bara det att jag inte kan vinna den debatten - om han inte kommer full och börjar slåss i studion" Sveriges Radio, «Reinfeldt: "Jag kan bara vinna om Åkesson kommer full och börjar slåss"»

<sup>160</sup> Åkesson, *Satis polito*, 113

<sup>161</sup> Orrenius, *Jag är inte rabiatt, jag äter pizza*, 84

<sup>162</sup> Orrenius, *Jag är inte rabiatt, jag äter pizza*, 77

## 4.2.2 Åkessons debattartikkel

«Sen kom den här Jan Helin-effekten, eller vad man väljer att kalla den.»<sup>163</sup>

Det virkelig store mediegjennombruddet kom i oktober 2009, da Aftonbladet publiserte en debattartikkel skrevet av Jimmie Åkesson, titulert «muslimene er vår største utenlandske trussel».<sup>164</sup> Artikkelen utløste et skred av motsvar, kritiske oppslag og plasserte Åkesson og SD i rampelyset. Årsaken til at artikkelen ble skrevet, og trykket, var at Aftonbladet hadde stanset SDs annonser, og sjefsredaktør Jan Helin foreslo at partiet heller kunne meddele sine standpunkter i en debattartikkel i stedet. Oppstandelsen som kom etter artikkelen, fremgangen på meningsmålingene, og SDs påfølgende mediegjennombrudd har fått tilnavnet «Jan Helin-effekten», og i noen tilfeller ble også Åkessons artikkel kalt «Jan Helin-artikkelen».<sup>165</sup>

Artikkelen viser tydelig Sverigedemokratenes svært negative holdning til islam, innvandring og det flerkulturelle samfunnet for øvrig. Artikkelen maler et dystert bilde av et Sverige som er i ferd med å oppslukes av islam, skrevet med krasse spissformuleringer som f.eks.: «svenske fylker bruker skattebetalernes penger til å skjære av forhuden på helt friske smågutter».<sup>166</sup> Aftonbladet tok avstand fra artikkelens innhold allerede i samme utgivelse. Sjefsredaktør i *Skånska Dagbladet*, Jan Johansson, påpeker ironien i å sanksjonere en debattartikkel, for å i samme utgivelse forsøke å desarmere den.<sup>167</sup> Helin forsvarte beslutningen om å publisere den, til tross for motsigelser fra ytringsfrihetsekspertene og muligheten for å stilles ansvarlig for artikkelens fremmedfiendtlige innhold.<sup>168</sup> Et av argumentene som talte i fordel for publiseringen var å bringe Sverigedemokratenes verdigrunnlag frem i lyset, og dermed gi velgerne muligheten til å se hvilke holdninger en stemme på SD sto for.

---

<sup>163</sup> (Jimmie Åkesson 2010) Häger, *Problempartiet*, 11

<sup>164</sup> (min oversettelse) «Muslimerna är vårt största utländska hot» Åkesson, «Åkesson: Muslimerna är vårt största utländska hot»

<sup>165</sup> Häger, *Problempartiet*, 178

<sup>166</sup> (min oversettelse) ”svenska landsting skulle använda skattebetalarnas pengar till att skära av förhuden på fullt friska småpojkar” Åkesson, «Åkesson: Muslimerna är vårt största utländska hot»

<sup>167</sup> Häger, *Problempartiet*, 188

<sup>168</sup> Helin, “Åkesson visar sitt sanna jag”

Det viktigste argumentet for Helin var ytringsfriheten: «Jeg er klar for å risikere å bli dømt for lovbrudd for hans rett til det frie ordet når han skriver sitt hjertes mening.»<sup>169</sup>

Åkesson krediterer selv publiseringen av artikkelen som årsaken til den oppsvingen som senere førte til at de kom inn i riksdagen.<sup>170</sup> Widtfeldt påpeker at i stedet for å betale for reklameplass i *Aftonbladet*, fikk de publisert det gratis i form av artikkelen.<sup>171</sup> Det er også interessant hvordan det var Aftonbladets redaksjon, som ikke bare foreslo en debattartikkel, men aktivt søkte den ved å sende Åkesson en mail for å etterspørre en slik artikkel.<sup>172</sup> Häger forteller også hvordan Aftonbladet endret Åkessons originale tittel fra «Sveriges makthavere lukker øynene for farene ved islam» til den mye mer kontroversielle overskriften «muslimene er vår største utenlandske trussel», en formulering som ikke er å finne i selve artikkelen.<sup>173</sup> Åkesson stilte seg svært negativ til denne endringen, som han kaller en forvrengning av deres budskap.<sup>174</sup>

I mediestormen som fulgte ble det det like mye blest om selve publiseringsavgjørelsen som artikkelens innhold, og artikkelen plasserte sådan ikke bare Åkesson i mediebildet, men også Aftonbladet. Dette fokuset, mener Häger, reflekterer om medias holdning til Sverigedemokratene, og underbygger SDs argument om at media ikke er på deres side.<sup>175</sup> Publiseringen gagnet Sverigedemokratene ved å gi de merkbart oppgang i meningsmålinger og et hopp i medlemstall, men på lang sikt har det økt motsetningene rundt partiet, og en polarisering av debatten.<sup>176</sup> Orrenius mener artikkelen, og Aftonbladets behandling av den, med gjentatte oppslag om hva som var galt i og med artikkelen, var starten på deres aktive motkampanje mot partiet.<sup>177</sup> For SD-sympatisører bekreftet situasjonen argumentet om at etablissementet arbeidet mot SD.<sup>178</sup> I Skåne, i områder hvor Sverigedemokratene allerede hadde fotfeste på kommuneplan var artikkelen mye mindre omtalt, fordi den ikke var like sjokkerende der. Innbyggerne var allerede innebefattede med hvilke holdninger SD hadde til

---

<sup>169</sup> (min oversettelse) «jag är redo att riskera att bli dömd för brott för hans rätt till det fria ordet när han skriver sitt hjärtas mening» Helin, «Åkesson visar sitt sanna jag»

<sup>170</sup> Baas, *Bevara Sverige svenskt*, 186

<sup>171</sup> Widtfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 187

<sup>172</sup> Häger, *Problempartiet*, 181

<sup>173</sup> (min oversettelse) »Sveriges makthavare blundar för farorna med islam» Häger, *Problempartiet*, 181

<sup>174</sup> Häger, *Problempartiet*, 182

<sup>175</sup> Ibid. 187-188

<sup>176</sup> Ibid. 182

<sup>177</sup> Ibid. 190

<sup>178</sup> Ibid. 191

muslimer.<sup>179</sup> Det er bred enighet i at artikkelen gagnet SD. Men det var ikke nødvendigvis selve artikkelen i seg selv, men oppmerksomheten rundt.<sup>180</sup> Hadde ikke samtlige riksmidier plukket opp saken, og gjort et så stort nummer ut av den, ville den nok ikke hatt like stor virkning. Når Helin blir spurt om han ville publisert artikkelen en måned før valget, svarte han nei: det ville gitt SD for mye oppmerksomhet.<sup>181</sup> En slik oppmerksomhet før valget måtte altså unngås, og publiseringen av artikler hviler ikke kun på ideelle formeninger om ytringsfrihet, det er også snakk om strategi.

---

<sup>179</sup> Häger, *Problempartiet*, 193

<sup>180</sup> *Ibid.* 194

<sup>181</sup> *Ibid.* 197

### 4.2.3 Sensurert av TV4

«Skulle vi vilja bli stoppade hade vi gjort något billigare och mer provokativt.»<sup>182</sup>

SCB utpekte TV-reklame som den vanligste direktekontakten mellom partiene og velgerne i valgkampen 2010, hvor hele 69% av undersøkelsesdeltakerne oppgav å ha sett politisk reklame. De påpeker at de vanligste eksponeringskanalene for partiene fortsatt består av passiv enveiskommunikasjon: partiene sender et budskap og velgerne lar seg påvirke.<sup>183</sup> I 2009 gjør TV4 en millionavtale med Sverigedemokratene, hvor de godtar å sende deres reklamefilm under valgkampen. Flere andre medier har også godtatt å publisere deres annonser, mens andre fortsatt sier nei. I samme artikkel som Helin forsvarer trykkingen av debattartikkelen, kritiserer han denne utviklingen:

I valet 2002 var det sjølvklaart för alla svenska medier att inte publicera reklam från Sverigedemokraterna. Valet 2006 valde flera stora medier fortsatt att inte publicera deras annonser. I dag, tre år senare, står jag med Aftonbladet ensam kvar vid hållningen att inte ta emot pengar för att bära deras reklam. Vad tror ni har hänt? Har Sverigedemokraterna ändrat sina värderingar, eller har svenska publicister ändrat sin hållning till deras värderingar i ungefär samma takt som partiet fått pengar?<sup>184</sup>

Helin kommer med krass kritikk til sine redaktørkollegaer her. Og han har rett i at det har skjedd en utvikling; medias holdning til partiet var i ferd med å endres. Ikke at media nødvendigvis var mer positivt innstilt til det, men at de var blitt mer nyhetsverdige ved at de var en større del av debatten enn ved tidligere valg.

Sverigedemokratenes reklamefilm bestod av en eldre dame med rullator som løper om kapp med nikab- og burkakledde kvinner med barnevogner, iscenesatt i et mørkt rom med dramatisk musikk. Filmen insinuerer at statsbudsjettet brukes på innvandrere på bekostning av pensjonister. SD mente filmen illustrerte en økonomisk byttehandel, mens andre mente den var fremmedfiendtlig.

---

<sup>182</sup> (Jimmie Åkesson 2012) Häger, *Problempartiet*, 64

<sup>183</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 17

<sup>184</sup> Helin, “Åkesson visar sitt sanna jag”



TV4s overhode, Jan Scherman, mente filmen ikke kunne vises da den var i strid med loven mot forfølgelse av folkegrupper.<sup>185</sup> Filmen florerte derimot på nettet, og ble etter hvert sendt i modifisert versjon på TV4, med teksten «SENSURERT AV TV4. Se den usensurerte filmen på [www.sverigedemokraterna.se](http://www.sverigedemokraterna.se)».<sup>186</sup> Kommunikasjonsdirektør Gunnar Gidefeldt påpekte at det ikke var TV4 som sensurerte filmen, men at SD selv endret filmen for å fjerne det mest kontroversielle innholdet.<sup>187</sup> «Sensureringen» bidro til å skape mer furore rundt reklamefilmen, og økte trafikken til SDs hjemmeside. Den gav også partiet et kraftig hopp i meningsmålingene og bekreftet nok en gang deres bilde som martyr.<sup>188</sup>



Scenen med burka- og niqabkledde kvinner som kappløp med en eldre hvit kvinne ble tildekket med teksten «SENSURERAT AV TV4. Se den ocensurerade filmen på [www.sverigedemokraterna.se](http://www.sverigedemokraterna.se)».<sup>189 190</sup>

I ettertid har Sverigedemokratene blitt beskyldt for å lage reklamefilmen upassende for TV med vilje, for at TV4 skulle stanse den.<sup>191</sup> Åkesson motsier dette og mener partiet hadde gjort noe billigere og mer provokativt om det hadde vært tilfellet, men innrømmer at sensureringen virket i deres fordel, i hvert fall kortsiktig.<sup>192</sup> Reklamefilmen ble ifølge SCB sett av 14% av velgergruppen, en større andel enn både *Centerpartiet* (10%), *Folkpartiet* (10%), *Kristdemokraterna* (8%), *Miljöpartiet* (8%) og *Vänsterpartiets* (5%) reklamefilmer.<sup>193</sup>

<sup>185</sup> Widfeldt, *Extreme right parties in Scandinavia*, 188

<sup>186</sup> (min oversettelse) «SENSURERAT AV TV4. Se den ocensurerade filmen på [www.sverigedemokraterna.se](http://www.sverigedemokraterna.se)»  
Baas, *Bevara sverige svenskt*, 187

<sup>187</sup> Nyheter24, «TV4 visar sd-filmen»

<sup>188</sup> Häger, *Problempartiet*, 64-65

<sup>189</sup> Häger, *Problempartiet*, 30

<sup>190</sup> DagensPS, «TV4 sänder SD:s reklamfilm»

<sup>191</sup> Baas, *Bevara sverige svenskt*, 187

<sup>192</sup> Häger, *Problempartiet*, 64-65

<sup>193</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 18

## 4.3 Strategi og polarisering

«Populisterna vinner hur medierna än handlar. Om högerpopulismen förtigs blir den martyr. Om den får särskild uppmärksamhet får den reklam. Om den granskas precis som andra politiska riktningar blir den legitim.»<sup>194</sup>

Häger fant at mediene som oftest gikk for en av to strategier i sitt møte med SD: tie de i hjel eller granske de i senk.<sup>195</sup> Disse strategiene kunne ta flere former:

*Utestengelse.* En tidlig strategi var å fryse ut partiet fra den politiske debatten. Partiet ble utestengt fra alle fellesdebatter, da hverken de etablerte partiene eller arrangørene ønsket å ha de med. Mona Sahlin brøt som kjent dette mønsteret, men hverken hun eller andre partiledere ønsket å gjenta stuntet.

*Demonisering.* Under valgkampen ble det publisert en rekke granskningsartikler som tok for seg SDs opprinnelse. Artikkelen tok opp partiets tilknytning til BSS, nazistiske medlemmer og koblinger til høyre-radikale partier i andre land. Mattias Karlsson mener artikkelen dømmer partiet på gamle meritter, og ikke på deres aktuelle politikk.<sup>196</sup> Hellström mener det hviler et slags «pirajastempel» over partiet som er tydelig i hvordan de behandles i den offentlige debatten. Stempelet forsterkes av at de øvrige partiene nekter å samarbeide med dem.<sup>197</sup>

*Diskreditering.* SDs mangler blåses ofte opp, tilsynelatende som et forsøk på å latterliggjøre partiet. Dette ble ekstra tydelig i kjølvannet av Åkessons debattartikkel, hvor flere aviser kom med store oppslag hvor det ble diskutert feilaktigheter i artikkelen.<sup>198</sup>

*Utvalgte intervjuobjekter.* En måte å fremstå upartisk på, men samtidig få frem et ønsket budskap er å velge intervjuobjekter med like meninger som en selv. Eksempelvis valgte journalister sjelden å rapportere om SDs uttalelser eller politikk uten å legge til en kommentar fra et intervjuobjekt som sa seg uenig med SD.<sup>199</sup>

---

<sup>194</sup> Häger, *Problempartiet*, 87-88

<sup>195</sup> Häger, *Problempartiet*, 56

<sup>196</sup> Orrenius, *Jag är inte rabiat. Jag äter pizza*, 70

<sup>197</sup> (min oversettelse) "pariastempel" Hellström, *Vi är de goda*, 16

<sup>198</sup> Häger, *Problempartiet*, 189

<sup>199</sup> Häger, *Problempartiet*, 146

*Diskursiv diskriminering.* En studie utført ved Göteborg universitet fant at Sverigedemokratene kun fikk komme til tale i artikler som omhandlet partiet i under halvparten av tilfellene. Partiet blir altså snakket *om*, ikke *med*. Partiet ble frekvent omtalt med negativt ladde begreper, og flere medieaktører aktivt fordømte partiet.<sup>200</sup>

*Dramatisering.* Mange av artiklene om SD var sensasjonspreget. Partiets holdninger avviker såpass fra normalen at det er lett å lage nyhetssak av det. Journalisten Henrik Brors mener dette i praksis blir reklame for Sverigedemokratene.<sup>201</sup>

*Overeksponering.* Forskjellen mellom eksponeringen av partiet under valgkampen i 2006 og 2010 er drastisk. Partiet gikk fra nærmest total utestengelse til en tydelig overeksponering.

Boken *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis* sammenlignet hvordan ulike medier behandlet høyre-radikale partier under ulike faser.<sup>202</sup> Studien bygger på mediedekning i Østerrike, Frankrike, Italia, India, Australia, Canada, USA og Latin-Amerika, og skiller mellom det de definerer som *tabloidemedier* og *elitemedier*. De kom frem til flere fellestrekk som kan vitne om strategisk eller normativ dekning:

---

<sup>200</sup> Häger, *Problempartiet*, 57

<sup>201</sup> Häger, *Problempartiet*, 195

<sup>202</sup> Mazzoleni, Stewart og Hornsfield. *The Media and Neo-Populism*, 221-225

	Tilvekst	Fremgang i valg	Tilbakegang i valg
<b>Elitemedier</b>	Ignorerer partiet eller opplever moralsk ambivalens omkring det.  Reagerer på sensasjonelle aspekter.  Latterliggjøring	Tvinges til å rapportere om populistiske spørsmål.  Tar partiet på alvor, men med en viss moralsk ambivalens	Kan ignorere partiet når deres betydning minker.  Den moralske ambivalensen erstattes av tilbakegang til status quo.
<b>Tabloidmedier</b>	Rapporterer om sensasjonelle aspekter.  Ingen moralsk tvil.  Rapporterer om populistiske spørsmål, f.eks. innvandring	Interessen minsker når partiet blir mer konvensjonelt og tilpasser seg.	Ignorerer partiet da det ikke lenger har nyhetsverdi.

Figur 2. Fellestrekk i rapportering av høyre-radikale partier i Østerrike, Frankrike, Italia, India, Australia, Canada, USA og Latin-Amerika.<sup>203</sup>

For å sammenligne disse tendensene med svenske medier er det nødvendig å ta visse forhåndsregler. Det er stor forskjell på hvilken fase SD oppleves som i av riksmedier og lokalmedier. SD har hatt representanter i kommunestyre i sør-Sverige siden 1991, og ble for mange regnet som etablerte.<sup>204</sup> For riksmediene, som hadde ignorert partiet i årevis, fremsto de som «nye».<sup>205</sup> Tendensene i undersøkelsen er allikevel gjenkjennelig i svensk behandling av Sverigedemokratene. I *tilvekst* fasen fant de tendenser til ignorering, moralske reaksjoner, rapportering av sensasjonelle aspekter og latterliggjøring. Som vi har sett er dette også hvordan den svenske pressen taklet SD da de brøt igjennom i media.

En annen studie, *De är här nu – en studie i 2010 års valrapportering om Sverigedemokraterna*, sammenlignet *Aftonbladet*, *Expressen*, *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, *Sydsvenskan* og *Göteborgs-Posten*, og fant at riksavisene var langt mer kritiske og tilbakeholdne i sin dekning av SD enn lokalavisene. Dette er ikke bare interessant, men også relevant, da Sverigedemokratene ikke henter majoriteten av sine velgere fra Stockholm, men i

<sup>203</sup> Häger, *Problempartiet*, 76

<sup>204</sup> Skagegård og Hübinette, *Hatets Återkomst*, 82

<sup>205</sup> Häger, *Problempartiet*, 77

distriktene. At elitemediene er de mest kritiske har kanskje mindre effekt enn antatt da den gjengse SD velger ikke leser disse.<sup>206</sup>

Den mest radikale strategien er det som kun kan beskrives som en *motkampanje* mot Sverigedemokratene. Etter en lang periode med granskende og sensasjonelle artikler bestemmer flere av de største mediene å aktivt fraråde sine lesere å stemme på SD. På valgdagen har landets to største aviser budskapet på sine førstesider. «Stem nei til hatet» lyder Expressens lederside, på forsiden er det avbildet en skitten SD-stemmeseddel i rennesteinen.<sup>207</sup> Aftonbladet trykket en lederartikkel som på over tusen ord forklarte hvorfor velgerne ikke burde gi de sin stemme.<sup>208</sup> Artikkelen begynte samtidig en underskriftskampanje «mot fremmedfiendtlighet», men ble i realiteten en underskriftskampanje mot partiet. På 48 timer hadde kampanjen samlet 273 000 underskrifter.<sup>209</sup>



Aftonbladet og Expressens forsider valgdagen 18.09.2010.<sup>210</sup>

<sup>206</sup> Häger, *Problempartiet*, 51

<sup>207</sup> (min oversettelse) «rösta nej till hatet» Expressen, 19.08.2010

<sup>208</sup> Helin, ”I dag är valet ditt”

<sup>209</sup> NRK, ”Aftonbladet kjører kampanje mot SD”

<sup>210</sup> Häger, *Problempartiet*, 31

I løpet av valgkampen i 2010 ble det gitt ut et titalls bøker om Sverigedemokratene.<sup>211</sup> Det interessante med dette er ikke bare mengden utgivelser på så kort tid, og timingen rett før riksdagsvalget. 9 av 10 av disse bøkene hadde nemlig en journalist som en eller begge forfatterne. De fleste av de bærer preg av å være negativt innstilte ovenfor SD, og flere bokomslag lover sensasjonelt innhold: «Dette er Sverigedemokratene når de tror ingen utenforstående ser eller hører dem», lover David Baas;<sup>212</sup> «Skinnskallene ble aldri rensset ut – de byttet bare klesstil» pryder *Ut ur skuggans* bakside;<sup>213</sup> Tittelen *rasism i slips* taler for seg selv.<sup>214</sup>

Hvorfor valgte svenske medier å ta i bruk de overnevnte strategiene? Häger skriver at det råder en etablert konsensuskultur innad i svenske mediehus, som er tilpasset dekning av «normale» partier og debatter i legitime spørsmål. «I den kulturen passer ikke SD inn» stadfester han.<sup>215</sup> Så lenge de SD skiller seg fra normene for hva et politisk parti burde mene, vil mediedekningen ha en annen karakter enn de partiene som holder seg innenfor de etablerte normene.

Summen av de overnevnte strategiene er å konstruere en *diskurs* og et *mediebilde*. Diskursen i riksmidlene fremsto svært ensidig og artikler omhandlende SD var gjennomgående av negativ karakter. Avslørende artikler om partimedlemmer eller partiets fortid skapte et bilde av at sverigedemokrater var useriøse. Artikler som påpekte feilaktigheter ved partiets påstander, skapte et bilde av at sverigedemokrater var løgnere eller uinformerte. Artikler som stemplet partiet som fremmedfiendtlig, skapte et bilde av at sverigedemokrater var rasister. I svært få av disse artiklene fikk Sverigedemokrater selv forsvare sine synspunkter. Sverigedemokratenes syn blir kun presentert med akkompagnerende kritikk. Journalist Per Lärka beskriver strategien slik «De kan ikke uimotsagt si noe som vi anser som udemokratisk.», kritikken brukes for å balansere og beskytte avisen mot anklager om å fremme fremmedfiendtlig politikk.<sup>216</sup>

---

<sup>211</sup> Häger, *Problempartiet*, 52

<sup>212</sup> Baas, *Bevara Sverige Svensk*

<sup>213</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*

<sup>214</sup> Jacobson, *Rasism i slips*

<sup>215</sup> (min oversettelse) ”I den kulturen passar SD inte in” Häger, 256

<sup>216</sup> (min oversettelse) ”De kan inte oemotsagda uttala något som vi anser odemokratiskt” Häger, 146



Figur 3. Søkeresultat for termene Sverigedemokraterna kombinert med rasism og/eller rasistisk og/eller fascisme og/eller främlingsfientlig/a, via Retriver og Mediaarkivet, og gjelder alle trykte medier mellom 2002 og 2014.<sup>217</sup>

Resultatet av en slik ensidig mediefremstilling er en *polarisering* av debatten, både om Sverigedemokratene og innvandringsdebatten. Man er enten for eller imot SD, og begge sider stilles opp mot hverandre. Ved å konsekvent beskrive SD og deres politikk som fremmedfiendtlig, skaper man også et bilde at deres velgere er fremmedfiendtlige. Ved å stemple partiet og velgerne minsker man muligheten for forståelse og samtale. Uvell stilte det treffende spørsmålet «Finnes det virkelig 300 000 rasister i Sverige?», og påpeker at det må være noe som ikke stemmer ved medias stempling av partiet som rasistisk.<sup>218</sup> Stemplingen illustrerer det etablerte Sveriges manglende emne til å håndtere Sverigedemokratene og de samfunnsutfordringer deres oppslutning representerer. Han skriver at ved å demonisere og ta avstand mister man muligheten til å påvirke de velgerne som faktisk vurderer å gi partiet sin stemme.<sup>219</sup>

<sup>217</sup> Loxbo, *Sverigedemokraterna*, 176

<sup>218</sup> (min oversettelse) «finns det verkligen 300 000 rasister i sverige?» Uvell og Carlsen, *Folkhemspopulismen*, 15

<sup>219</sup> Uvell og Carlsen, *Folkhemspopulismen*, 19

## 4.4 Valgresultatet

«Faktorer som påverkar mobiliseringen av väljare för ett nytt parti är – vid sidan om den ökade rörligheten i väljarkåren – synlighet och tydlighet.»<sup>220</sup>

Da valgresulterte var klart hadde Sverigedemokratene sikret en plass i Riksdagen, med 5,7% og 20 mandater.<sup>221</sup> Hele 339 610 svensker valgte å gi de sin stemme, men hvem var disse velgerne? Sverigedemokratenes velgergruppe har klare kjennetegn, både i form at motivasjon og sosioøkonomiske faktorer.

Sverigedemokratene hadde et klart saksmonopol under valgkampen. Innvandring var ikke et stort tema og de fleste partiene unngikk regelrett å snakke om det.<sup>222</sup> Asp påpeker at valget ble dominert av de samme saksområdene som det har gjort siden 1998, nemlig arbeidsplasser, omsorg, skole, og landets økonomi.<sup>223</sup> Valgundersøkelsen stadfestet at Sverigedemokratene var det eneste partiet med innvandring som tydelig kampsak.<sup>224</sup> Parallelt med dette hadde deres velgere høyere andel saksmotiverte stemmer, og lav andel ideologisk motiverte stemmer.<sup>225</sup> SCB skriver at de partiene med skarpest saksprofil var de som lykkes best med å nå ut til sine velgere, og understreker at de tre partiene velgerne mente hadde skarpest profil var også de eneste partiene som gikk fremover.<sup>226</sup> Sammenlignet med de øvrige velgerne oppgav 66% av Sverigedemokratenes velgere *innvandring* som viktig i deres valg av parti, mot 9% av den totale velgerskaren. Partiets sympatisører var også nevneverdig mer opptatt av lov og orden, 10% mot 1% totalt.<sup>227</sup> Bland velgere som byttet til SD i 2010 sa hele 91% av de eksplisitt at innvandringsspørsmålet var den motiverende faktoren for partibyttet.<sup>228</sup>

---

<sup>220</sup> Demker og Oskarson, «Framgång ger framgång för sverigedemokraterna?», 81

<sup>221</sup> Valmyndigheten, «Valresultat 2010»

<sup>222</sup> Häger, *Problempartiet*, 56

<sup>223</sup> Asp, *Mediernas prestationer och betydelse*, 11

<sup>224</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 58

<sup>225</sup> Ibid. 55

<sup>226</sup> Ibid. 57

<sup>227</sup> Ibid. 61

<sup>228</sup> Ibid. 64



Stemmegivning på basis av saksspørsmål har vokst siden 90-tallet, og ble i økende grad sett på som positivt for demokratiet.<sup>229</sup> Velgerne var mer involvert i styringsprosessen enn tidligere, og mer reflekterte over hvordan politiske standpunkt påvirker deres hverdag. Ekman og Poohl lister opp tre gjennomgående årsaker til hvorfor deres intervjuobjekter først engasjerte seg i Sverigedemokratene: måten samfunnet tok avstand fra de signaliserte at de var annerledes; de ble «konfrontert» med innvandringen; og de følte medias ensidige beskrivelse av partiet ikke kunne stemme.<sup>230</sup>

Finanskrisen i 2008 traff Sverige hardt og arbeidsløsheten toppet seg i 2010, med 8,6%.<sup>231</sup> Til sammenligning hadde Norge 3,8% i samme periode.<sup>232</sup> Økonomen Dan Anderson mener noen av hovedårsakene til Sverigedemokratenes vekst var å finne i det moderne samfunnets utfordringer, nemlig økonomisk marginalisering og konkurrans om knappe ressurser. Årsaken til dette, forklarer han, er at arbeidsløshet og ulikhet minsker toleransen mellom mennesker, og dermed også demokratiets grunnlag.<sup>233</sup> Han sammenligner Sverigedemokratenes vekst med mellomkrigstiden i Tyskland, ved at økt arbeidsløshet og økonomisk usikkerhet fører til mistro til demokratiet.<sup>234</sup> Ifølge SCB hadde Sverigedemokratenes velgere lavest tillit til politikere av alle partiene, med kun 30% som oppgav ganske høy eller meget høy tillit.<sup>235</sup> Samlet sett hadde Sverige rekordhøy politikertillit i 2010, og rapporten påpeker det paradoksale ved at et misnøyeparti kommer inn i riksdagen samtidig som tillitten er høy.<sup>236</sup>

Hellström skriver at SD både utgår fra og radikaliserer etablerte forestillinger i svensk mentalitet, som behovet for samhørighet med likemenn og frykten for det flerkulturelle. SD kan påvirke svensk politikk selv uten å ha plass i riksdagen. Partiene påvirkes av, og reagerer på, deres nærvær ved at de må svare eller ta avstand fra problemstillinger SD tar opp.<sup>237</sup>

---

<sup>229</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 67

<sup>230</sup> Ekman og Poohl, *Ut ur skuggan*, 176

<sup>231</sup> SCB, «Arbetslöshet i Sverige»

<sup>232</sup> SSB, «Arbeidsløysa på 3,7 prosent» (figur 1)

<sup>233</sup> Andersson, *Så fick Sverigedemokraterna makt*, 7

<sup>234</sup> Andersson, *Så fick Sverigedemokraterna makt*, 8

<sup>235</sup> De andre alternativene var *veldig lav*, *ganske lav* og *vet ikke*. (min oversettelse) “mycket stort” “ganska stort”  
SCB, *Åttapartivalet*, 30

<sup>236</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 23

<sup>237</sup> Hellström, *Vi är de goda*, 16

For å forstå hvorfor svensker velger å stemme på Sverigedemokratene er det behjelpelig å illustrere hvem disse velgerne er, og hvordan de skiller seg fra andre velgere. Ved hjelp av sosioøkonomisk velgerstatistikk fra rapportene *Regeringsskifte – Velgerne och valet 2006* og *Sverigedemokraternas väljare: Vilka är de, var kommer de ifrån och vart är de på väg?* Kan vi danne et bilde av den gjennomsnittlige SD-velgeren. Tallene er fra 2006, da undersøkelsen gjaldt hele velgerskaren. Tendensene er jamført med rapporten fra 2018, som brukte representativt utvalg fra visse partier.

*Mann.* SD var det partiet med størst overvekt av mannlige velgere, med hele 66% i 2006. Moderaterna er eneste andre parti med mannsovervekt, da 54%.<sup>238</sup>

*Arbeider.* SD hadde høyest andel velgere som anså seg selv som arbeidere, med 66%, altså høyere andel enn både Socialdemokraterna og Vensterpartiet som historisk sett har dominert denne velgergruppen. Partiet hadde også like høy andel LO-medlemmer som SAP.<sup>239</sup>

*Lav utdanning.* SD hadde det laveste utdanningsnivået av alle partiene, hvor kun 8% har universitetseksamen, og 34% kun har fullført grunnskolen.<sup>240</sup>

*Ung.* Partiet har en overvekt av unge menn, og gjør det særlig bra blant førstegangselgere.<sup>241</sup>

*Fra landsbygda.* Hele tre av syv SD-velgere oppga å ha oppvokst på landsbygda, og motsvarende er de underrepresentert av byboere. Kun Centerpartiet, det tradisjonelle bondepartiet, har høyere andel landsbyvelgere.<sup>242</sup>

*Lav inntekt.* SD hadde betydelig lavere andel velgere med høy inntekt, 19% mot 30% i snitt. De har samtidig noe høyere andel arbeidsløse og førtidspensjonere.<sup>243</sup>

---

<sup>238</sup> Oscarsson og Holmberg, *Regeringsskifte*, 302

<sup>239</sup> Ibid. 302

<sup>240</sup> Ibid. 302

<sup>241</sup> Ibid. 303

<sup>242</sup> Ibid. 303

<sup>243</sup> Ibid. 304

Sammen danner disse faktorene et bilde av den gjennomsnittlige SD-velgeren som en mannlig lavutdannet ung arbeider fra landsbygda. I form av sosiokulturelle faktorer skiller de seg også betydelig ut, og Carlsen og Holmberg skriver at «de avviker dramatisk fra andre grupper av partivelgere når det gjelder interesse, kunnskap, partiidentifikasjon og, fremfor alt, politisk tillit».<sup>244</sup>

Andersson mener også kulturelle forskjeller spilte en rolle for hvem som valgte å stemme på SD, og viser til en undersøkelse som sammenlignet ulike valgdistrikt ikke fant en sammenheng mellom andel innvandring og støtte for partiet. Derimot finnes det en sammenheng mellom økonomisk marginaliserte og partistøtte. Han foreslår at mennesker er mer åpne og tolerante mot omverdenen dersom deres egne fremtidsutsikter ikke er truet.<sup>245</sup> SDs velgere viste langt mer uro ovenfor samfunnets utvikling på de neste 5-10 årene enn andre partiers velgere.<sup>246</sup>

Disse tendensene, kombinert med at arbeidsløsheten var rekordhøy i 2010, passer inn i teoriene nevnt tidligere som peker på økonomisk marginalisering som forklaring for høyre-radikal oppslutning. SD-velgernes tydelige saksfokus på innvandring er ikke nødvendigvis separat fra disse teoriene om man kombinerer de med Anderssons forklaring om at økonomisk ulikhet minsker mellommenneskelig tillit.

---

<sup>244</sup> (min oversettelse) ”de avviker dramatisk från andra grupper av partiväljare när det gäller intresse, kunnskap, partiidentifikation och, framför allt, politiskt förtroende.” Ibid. 307

<sup>245</sup> Andersson, *Så fick Sverigedemokraterna makt*, 15

<sup>246</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 21

## 4.5 Medias rolle

«Vi har klarat oss utan media.»<sup>247</sup>

Medias påvirkningskraft er diskutabel. Effekten av negativ eller positiv pressevinkling er avhengig av mottagerens tolkning av budskapet. I tilfellet Sverigedemokratene, ser negativ presse ut til å ha gagnet partiet. Brune skriver at media gjør mer enn å overføre budskap; den medvirker aktivt i å produsere det som regnes som samfunnsmessige hendelser, og skaper en allmenhet i form av en leserkrets som deler samme situasjonsbestemte og rudimentære tolkningsegenskaper.<sup>248</sup> Media har altså en betydelig rolle å spille i samfunnsdebatten, og den er toneangivende for holdninger som regnes som *felles*.

I April 2010 skrev Åkesson et åpent brev til landets sjefsredaktører:

*Vi forventer oss ikke en større dekning enn hva som er rimelig i forhold til vår størrelse [...] Det vi forventer oss er at vi får synes i program, innsendelser og debattartikler, at våre politiske forslag gis samme plass som øvrig partiers og at det også kan være en debatt med våre politiske motstandere i god demokratisk tone.*<sup>249</sup>

Brevets krav fremstår ikke som urimelige, men hvorvidt de oppfyltes kan diskuteres. Selv om partiet var mye mer synlig i media enn ved tidligere valgkamper, var ikke dekningen av samme karakter som andre partier på samme størrelse. I motsetning til de etablerte partiene, handler ikke debatten omkring Sverigedemokratene om høyre mot venstre, men om godt og ondt. Hellström skriver at mye av diskusjonen omkring SD var farget av normative reflekser og moralistiske reaksjoner. Med andre ord: SD vekket følelser. Han mener reaksjonene på SD sier noe om det svenske folket og hvordan de takler forandringer i samfunnet.<sup>250</sup>

---

<sup>247</sup> (Jimmie Åkesson 2012) Häger, *Problempartiet*, 68

<sup>248</sup> Brune, "Nyhetslogik och främlingsyn i mediernas konstruktion av 'invandrare'", 55

<sup>249</sup> (min oversettelse) "Vi förväntar oss inte en större bevakning än vad som är rimligt i förhållande till vår storlek [...] Det vi förväntar oss är att vi får synas i program, insändare och debattartiklar, att våra politiska förslag bereds samma utrymme som övriga partiers och att det också kan ske en debatt med våra politiska motståndare i god demokratisk ton" Baas, *Bevara Sverige Svenskt*, 187

<sup>250</sup> Hellström, *Vi är de goda*, 14

Påvirkningskraften fra media handler også om tillit. En undersøkelse utført av SOM-instituttet i 2011 viste at 23% sa seg *enig* og 41% *delvis enig* i påstanden "svenske medier forteller ikke sannheten om samfunnsproblemer knyttet til innvandring".<sup>251</sup> Blant selverklærte Sverigedemokrat-sympatisører var den samlede andelen *enig* og *delvis enig* 97%.<sup>252</sup> Dermed kan det være at medias negativt ladede rapportering om SD ikke har den ønskede effekten på sympatisører og mulige sympatisører, da deres tillit til media er lav. Asp mener sammenhengen mellom mediedekningen og SDs fremgang viser hvordan én aktør kan tjene på en situasjon en annen ville ha tapt.<sup>253</sup>

La oss vende tilbake til Asps tre hovedfunn:

1. SD fikk ti ganger mer oppmerksomhet av media under valgkampen i 2010 enn i 2006.

Det stemmer at medieoppmerksomheten var merkbart større i 2010 enn i 2006, men hvorvidt den var urimelig stor er diskutabelt. På den ene siden tilsa deres størrelse, både reell og ved meningsmålinger, ikke en så stor oppmerksomhet. At et parti som foreløpig lå under sperregrensen skulle få mer oppmerksomhet enn landets tredje største parti, *Centerpartiet*, kan ikke forsvares basert på størrelse. På den andre siden, påpeker Asp, var mediemengden representativ for Sverigedemokraternes mulige rolle som vippeparti, det vil si at et samarbeid med partiet kunne bety blokkflertall.<sup>254</sup>

2. Medieoppmerksomheten var gjennomgående negativ.

Mediedekningen av Sverigedemokratene besto i stor grad av granskende artikler så vel som uttalelser fra prominente politikere og mediepersonligheter som stilte SD i et dårlig lys. Asp påpeker her at nye partier «må granskas hardt», og at det primært var kveldspressen som sto for den negative rapporteringen, en presse som er kjent for å være hard mot alle partier.<sup>255</sup>

---

<sup>251</sup> (min oversettelse) "svenska medier berättar inte sanningen om samhällsproblem förknippade med invandring" Demker, "Positiv attityd till invandring trots mobilisering av invandringsmotstånd", 101

<sup>252</sup> Demker, "Positiv attityd till invandring trots mobilisering av invandringsmotstånd", 104

<sup>253</sup> Asp, *Mediernas prestationer och betydelse*, 99

<sup>254</sup> Asp, *Mediernas prestationer och betydelse*, 99

<sup>255</sup> (min oversettelse) "måste granskas tufft". Asp, *Mediernas prestationer och betydelse*, 99

3. Når partiet var i media var det ofte deres kjernesaker som ble nevnt.

Stort sett alle gangene Sverigedemokratene ble nevnt i media kom deres stilling til innvandring frem, da dette både var deres kjernesak og den saken som vekket mest oppsikt på grunn av sin radikale karakter. Asp mener her at media for lett slukte SDs kampanjeutspill, men også at nye partier må få mulighet til å presentere sin politikk for velgerne.<sup>256</sup>

SD fikk et overveldende saksmonopol på innvandringsspørsmålet. Kiiskinen og Saveljeff skriver at når et høyre-radikalt parti tar opp et standpunkt hvor ingen av de etablerte partiene tidligere har politisert det på en måte slik at det har vært avgjørende for velgernes valg av parti, så monopoliserer de det politiske spørsmålet. Innvandringsspørsmålet er av en slik karakter at den kan lokke til seg velgere fra hele den politiske skalaen, og dermed bryte tidligere stabile partiloyaliteter. Velgerne velger dermed å stemme på grunnlag av enkeltpolitikk fremfor partiloyalitet.<sup>257</sup>

I møtet med SD havner journalistene ovenfor et slags *bevåkningsparadoks*, hvor de ønsker å dekke partiet, men å unngå å spre udemokratisk eller diskriminerende budskap.<sup>258</sup> Dersom de unngår å skrive om partiet, på grunn av dette, beskyldes de gjerne for å diskriminere og forsøke å «tie sannheten». Lena Sunstrøm fra TV4 forklarer at denne frykten for å beskyldes for å kvele ordet, kan lede til at man lar SD komme mer frem i debatten enn andre partier som ikke bedriver slik «utpressingsretorikk».<sup>259</sup> Overeksponeringen kan altså ha skyldes en slags *catch-22* for journalistene. Det samme bevåkningsparadokset kan brukes om mediens sensasjonspregede innhold. Da mye av SDs utsagn viker fra normalen, regnes de også som mer nyhetsverdige enn andre partiers.

SCBs valgundersøkelse fant at det var svært delte meninger om hvorvidt Sverigedemokratene ble behandlet fordelaktig av media under valgkampen. 27% mente partiet tjente på mediedekningen, 36% at de tapte på den, og 37% mente de hverken tjente eller tapte. Sammenlignet med de andre partiene, både under årets valg og historisk sett er mønsteret uvanlig, da de andre partiene har en klar fordel enten ene eller andre veien.<sup>260</sup>

---

<sup>256</sup> Asp, *Mediernas prestationer och betydelse*, 99

<sup>257</sup> Kiiskinen og Saveljeff, *Att dansa i otakt med valjarna*, 95

<sup>258</sup> Häger, *Problempartiet*, 147

<sup>259</sup> Häger, *Problempartiet*, 245

<sup>260</sup> SCB, *Åttapartivalet*, 20

Fordelingen er ikke like overraskende når man tar i beregning av hvilken karakter dekningen var, og hvor annerledes SD er enn andre partier, både i retorikk og rekruttering av velgere.

Hvordan kan mediebevåkingen ha hemmet Sverigedemokraternes vekst? De mange granskende artiklene synliggjorde partiets «mørke» sider, som kanskje ellers ikke ville kommet frem i lyset på samme måte. Å se at et parti kan knyttes til høyreekstreme grupper er for mange nok grunn til å ikke engasjere seg i det. Motkampanjene og avstandtakingen fra politikere, eksperter, og journalister gav inntrykk av eliten sto som en samlet front mot partiet. For en samfunnslydig leser sitter det nok langt inne å trosse dette, og sette seg i fare for å bli kalt rasist.

Hvordan kan mediebevåkingen ha bidratt til vekst? Overeksponeringen gav inntrykk av at partiet var større enn det var, og at det hadde en reell sjanse å kunne utrette forskjell som vippeparti i riksdagen. Fokuset på innvandringsspørsmålet gav partiet saksmonopol, og gav leseren inntrykk av at de var de eneste som tok det de oppfattet som et innvandringsproblem seriøst. Demoniseringen gav inntrykket av at media arbeidet mot SD, som spilte inn i partiets retorikk som sannhetsforkjemper mot en kontrollerende elite. Fremst av alt bidro media til å synliggjøre partiet for nye velgere på riksbasis, som de ikke hadde ressurser til å nå ut til på egenhånd.

Häger påpeker at SDs valgresultat i 2006 viser at det ikke behøver å være en kobling mellom mediedekning og valgresultat.<sup>261</sup> SD hadde allerede en stigende kurve i form av valgresultater, samtidig som de var utestengt av media. De brukte andre metoder for å nå ut til sine velgere. I 2010 spredde media deres budskap til hele landet, men den negative vinklingen kan ha hindret dets påvirkningskraft.

Hvorvidt media hadde noe å si for velgernes personlige valg er vanskelig å svare på, og vil ha varierende svar basert på den enkelte persons forutsetninger og meninger. Det kan derimot stadfestes at de har påvirket hvordan den politiske debatten og diskursen om Sverigedemokratene har fremstått utad. De alles færreste vil nok hevde at de lar seg direkte påvirke av medias fremstillinger, men den ubevisste påvirkningskraften er kanskje mer reell enn man er klar over.

---

<sup>261</sup> Häger, *Problempartiet*, 60

Hvordan ville mediebildet sett ut dersom de overnevnte strategiene ikke hadde blitt utnyttet? Mellom strategiene utestenging og overeksponering kan vi finne en slags *moderat* dekning. Kanskje ville det vært nok til å stilne motarbeidelsesrykter samtidig som de ville unngått å spre partiets politikk i like stor grad. Problemet med å finne en slik middelvei er at partiet ikke oppfører seg som andre partier, og ved å dekke de mindre ville de også utelatt nyhetsverdige utsagn og hendelser. Hvis de ikke hadde tatt i bruk strategiene demonisering og diskreditering ville Sverigedemokratenes kontroversielle budskap bli fremvist ukritisk, noe som ville brutt redaksjonenes retningslinjer om menneskeverd og likestilling.

Journalistene ble stilt i en vanskelig posisjon.



# 5 Avslutning

## 5.1 Sammendrag

Oppgaven har forsøkt å belyse mediedekningen av Sverigedemokratene i perioden som ledet opp til valget i 2010, og de mulige årsaker og effekter av denne dekningen.

Sverigedemokratene er et parti som skiller seg markant fra de andre svenske partiene. Partiet har en annerledes opprinnelse, en annerledes retorikk og er en del av en annen politisk utvikling enn de tradisjonelle partiene. Partiet lokket velgere fra både høyre- og venstresiden og hadde en kontroversiell innvandringspolitikk som gjennomsyret hele deres politiske prosjekt.

Media er en påvirkningskraft i samfunnet; de er en maktfaktor. Media er toneangivende for den offentlige debatten og er velgernes fremste innblikk i samfunnets tilstand. Media er både skapt av gjeldende normer og medvirker til å skape og opprettholde de. Mediebildet er skapt av tusenvis av reportere, journalister, produsenter og andre, som alle bringer med seg egne synspunkter på hva media skal skrive om og hvordan det fremstilles. I tillegg er de styrt av interne og overordnede retningslinjer som ofte kan komme i strid med sakene de dekker, spesielt SD.

Mellom riksdagsvalgene i 2006 og 2010 hadde Sverigedemokratene et mediegjennombrudd. Både karikaturstriden, tv-debatten med Sahlin og reklamefilmen brakte de inn i mediebildet, men det største gjennombruddet var allikevel Åkessons debattartikkel, og medias samlede forsøk på å diskreditere han og partiet i ettertid. Mediesituasjonen underbygget partiets retorikk om etablissementets motarbeidelse av dem, og martyrollen de spilte på.

Mediebildet ble skapt ved hjelp av bevisst og ubevisst strategibruk, hvor rapporteringen om Sverigedemokratene skilte seg fra de andre partienes. Strategiene ble til dels skapt av den vanskelige situasjonen journalistene ble satt i, hvor det var vanskelig å finne en gylden middelvei for hvordan de skulle skrive om partiet.

Sverigedemokraternes velgere skilte seg fra de andre partienes velgere på flere områder. I det brede lag tilhører de samfunnsgrupper som er spesielt utsatt for økonomisk forandring, og de oppgir å være bekymret for egne og samfunnets fremtidsutsikter. De er spesielt opptatt av enkelte saksspørsmål fremfor ideologisk orientering, og har lav grad av eksisterende partitilhørighet.

Mediedekningen av Sverigedemokratene var av ekstraordinær karakter: den var gjennomgående negativ, var karakterisert av overeksponering sammenlignet med partiets oppslutning, den var preget av moralitet fremfor saklighet, og fokuserte nærmest utelukkende på partiets kjernesak. Den bidro til å spre partiets budskap på riksbasis, men gjorde det med en fordømmende vinkling. Mediedekningens påvirkningskraft varierte mellom den enkelte velgerens utgangspunkt, og det var bred uenighet i hvorvidt mediedekningen var til partiets fordel eller ikke.

## 5.2 Konklusjon

Det foreligger ikke nok informasjon til å underbygge en kausalkobling mellom mediedekningen av SD og deres valgresultat, men det er mulig å se tydelige tendenser av en sammenheng.

Svaret på den overordnede problemstillingen *Hvordan ble Sverigedemokratene fremstilt av tradisjonelle medier mellom 2006 og 2010, og hvilken effekt kan dette ha hatt på SDs oppslutning ved valget 2010?* er kompleks og kan lettere belyses ved hjelp av de underordnede spørsmålene stilt i oppgavens begynnelse:

*Hvordan var det politiske klimaet i Sverige?*

Sverige har hatt en politisk utvikling som har minsket den sosialdemokratiske dominansen som preget siste halvdel av 1900-tallet. De store partiene beveger seg i økende grad mot midten, og blokkpolitikken har tatt overhånd for partiene. Denne utviklingen kan sees i store deler av den vestlige verden, og skaper et politisk tomrom og grobunn for høyre-radikale og populistiske partier. Økende økonomisk utrygghet bidrar til denne veksten.

*Hvem er Sverigedemokratene og hvordan skiller de seg fra andre partier?*

Sverigedemokratene hadde sitt utspring av en nasjonalistisk og rasistisk bevegelse på 70- og 80-tallet, og partiet har gjennomgått en rekke endringer innad og utad for å skape inntrykk av et profesjonelt parti. Partiets politikk og retorikk er av kontroversiell karakter og de behandler ofte media som «fienden». Partiet spiller aktivt på offerrollen de har tildelt seg, og dette gjør det vanskelig for media å skrive objektivt om de.

*I hvilken grad kan media være objektiv?*

Media styres av markedsinteresser, retningslinjer, sosiale normer og private holdninger, og vil aldri kunne være 100% objektiv. I saker som vekker følelser, både hos produsenten og mottageren, er det spesielt vanskelig å fremstille det objektivt.

*Hvilket bilde av SD møtte velgerne i media?*

Velgerne fikk en svært ensidig fremstilling av Sverigedemokratene. De ble også til en viss grad overinformert om partiet, i den grad av at det kan ha gitt inntrykk av at media aktivt motarbeidet partiet. Et syn som *Expressen* og *Aftonbladet* bekreftet på valgdagen.

*Hvilken effekt kan denne diskursen ha hatt på velgerne?*

Det ubalanserte bildet av partiet kan ha ledet til en *backlash* effekt, hvor mediefremstillingen bekreftet SDs martyrolle som sannhetsforkjemper. Medias overeksponering spredde partiets politikk og skapte en illusjon av at partiet var større enn det var. Medias fokus på innvandringssaken gav SD et overveldende saksmonopol i den offentlige debatten, en effekt som ble forsterket ved at de øvrige partiene ikke ønsket å snakke om innvandringen, men kun fordømme SDs synspunkter.

*Hvilken påvirkningskraft har media?*

Media er toneangivende for hvordan offentligheten opplever den offentlige debatten. Det er også den viktigste plattformen for partier for å nå ut med sin politikk til velgerne. Medias påvirkningskraft er begrenset til hvor stor tillit mottageren har til mediet, og det er stor individuell variasjon i den enkeltes reaksjoner på mediebildet. Jeg mener det uansett vil være en underbevisst påvirkningskraft, både i form av hvordan borgere oppfatter samfunnet rundt seg, men også hvordan de forholder seg til de enkelte partiene og etablissementet for øvrig. Media er en så integrert del av vår felles forståelse av samfunnet, at selv en som ikke aktivt leser aviser eller ser på TV vil la seg påvirke, ved hjelp av deres møte med andre mennesker og samfunnets fellesminne og selvoppfatning, som media er en uvurderlig del av.

Sverigedemokraternes oppslutning ved valget i 2010 er kompleks, og kan ikke forklares med en enkel forklaringsmodell eller analyse. Det vil aldri være én samlet årsak til at velgere stemmer på et parti, årsaken er individuell og kanskje ikke helt klar for velgeren selv heller. Sosioøkonomiske forklaringer kan tilsi at de er økonomisk motivert, men denne sammenhengen kan også bety at fremmedfiendtlighet er mer utbredt i disse gruppene. Mest sannsynlig er det en kombinasjon av disse.

SD ble, takket være media, en viktig del av valgkampen, på en måte de ikke har vært tidligere. Den ensidige fremstillingen kan ha bidratt til andelen proteststemmer som gikk til partiet, ved at media stod som samlet front med de øvrige partiene *mot* SD. Medias fremstilling av samfunnets samlede avstandstakning fra partiet signaliserte at SD ikke var som andre partier, og fremsto mer attraktivt for velgere med lav grad av politikertillit.

Sverigedemokratene ble ikke møtt med debatt, men fordømmelse, og deres politiske problemstillinger forble uimotsagt, med hverken saklige argumenter eller konkrete forslag.

Medias viktigste bidrag var å gi Sverigedemokratene en *plattform*.

## 5.3 Forslag til videre forskning

Oppgaven har tatt form av en kvalitativ studie og har belyst visse aspekter ved mediedekningens påvirkningskraft. En kvantitativ studie av mediernes rapportering av partiet ville også bidratt til å belyse hva det faktiske mediebildet bestod av, ikke kun hvordan det ble opplevet.

For å få mer innsikt er det nødvendig med utfyllende intervjuer med et representativt utvalg av Sverigedemokratenes velgere. For å skape forståelse er det nødvendig med åpenhet og samtale, og ikke skille i like stor grad mellom «oss» og «dem».

# Litteraturliste

## Litteratur:

Andersson, Dan. *Så fick Sverigedemokraterna makt*. Stockholm: Hjalmarson & Högberg 2014

Bjereld, Ulf, Sofie Blombäck, Marie Demker og Linn Sandberg. *Digital demokrati?: partierna i en ny tid*. Stockholm: Atlas 2018

Baas, David. *Bevara Sverige svenskt: ett reportage om Sverigedemokraterna*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag 2014

Berggren, Lena. «Swedish Fascism. Why Bother?». *Journal of Contemporary History* 37, nr. 3 (2002): 395-417.

Brune, Ylva. «Nyhetslogik och främlingsyn i mediernas konstruktion av 'invandrare'»  
i Karin Borevi og Per Strömblad (red.) *Kategorisering och integration: Om föreställda identiteter i politik, forskning, media och vardag*. SOU 2004: 48. Stockholm: Justitiedepartementet 2004. Hentet 09.04.2019 fra:  
<https://www.regeringen.se/49bb03/contentassets/1acc0f0a9e59456ab0e4fff9e4936b14/kategorisering-och-integration.-om-forestallda-identiteter-i-politik-forskning-media-och-vardag>

Ekman, Mikael og Daniel Poohl. *Ut ur skuggan: en kritisk granskning av Sverigedemokraterna*. Stockholm: Natur & kultur 2010

Entman, Robert M. «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm»

*Journal of Communication* 43, nr. 4 (1993): 51-58. Hentet 09.04.2019 fra:

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30920539/framing.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1554830721&Signature=Nv6T%2B44AVSPMowQjhjRmjXLSdLg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DFraming\\_Toward\\_Clarification\\_of\\_a\\_Fractu.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30920539/framing.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1554830721&Signature=Nv6T%2B44AVSPMowQjhjRmjXLSdLg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DFraming_Toward_Clarification_of_a_Fractu.pdf)

Hellström, Anders. «Varför vi älskar att hata Sverigedemokraterna».

*Arkiv. Tidskrift för samhällsanalys*. Nr 2(2013): s.69-99

Hellström, Anders. *Vi är de goda: den offentliga debatten om Sverigedemokraterna och deras politik*. Hägersten: Tankekraft 2010

Häger, Björn. *Problempartiet - Mediernas villrådighet kring SD valet 2010*.

Stockholm: Stiftelsen Institutet för mediastudier 2012

Jupskås, Anders Ravik. *Ekstreme Europa: Idelologi, årsaker og konsekvenser*.

Oslo: Cappelen Damm 2012

Kjelstadli, Knut. *Fortida er ikke hva den engang var: En innføring i historiefaget*.

Oslo: Universitetsforlaget 1992

Kiiskinen, Jenny og Sigrid Saveljeff. *Att dansa i otakt med väljarna: Socialdemokraternas och Moderaternas strategiska bemötande av Sverigedemokraterna*.

Ph.D.avhandling. Linköpings universitet. 2010.

Kaasa, Kjersti. *British National Party og Sverigedemokratene – Fascister på fremmars?*

Masteroppgave. Universitetet i Oslo. 2014.



Larsson, Stieg og Mikael Ekman. *Sverigedemokraterna : den nationella rörelsen.*

Stockholm: Ordfront 2001

Lodenus, Anna-Lena og Stieg Larsson. *Extremhögern.* Stockholm: Tidens förlag 1994.

Lodenus, Anna-Lena og Per Wikström. *Vit makt och blågula drömmar: rasism och nazism i dagens Sverige.* Stockholm: Natur och Kultur 1998.

Loxbo, Karl. «Sverigedemokraterna: Framgångsrikt enfrågefokus».

*Statsvetenskaplig tidskrift* 117, nr 2 (2015)

Mair, Peter. *Ruling the Void: The Hollowing of Western Democracy.* London: Verso 2013

Mazzoleni, Gianpietro, Julianne Stewart og Bruce Hornsfield. *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis.* London: Praeger 2003

Nilsson, Fanni. *Sverigedemokraterna: Vilken mediebild fanns av Sverigedemokraterna inför riksdagsvalet 2014?* Kandidatuppsats. Linnéuniversitetet. 2015

Orrenius, Niklas. *Jag är inte rabiät, jag äter pizza: en bok om Sverigedemokraterna.*

Stockholm: Månocket 2010

Rydgren, Jens. «Meso-level Reasons for Racism and Xenophobia: Some Converging and Diverging Effects of Radical Right Populism in France and Sweden»

*European Journal of Social Theory* 6, nr. 1 (2003): 45–68. Hentet 09.04.2019 fra:

[https://www.academia.edu/2980336/Meso-level\\_Reasons\\_for\\_Racism\\_and\\_Xenophobia\\_Some\\_Converging\\_and\\_Divergent\\_Effects\\_of\\_Radical\\_Right\\_Populism\\_in\\_France\\_and\\_Sweden](https://www.academia.edu/2980336/Meso-level_Reasons_for_Racism_and_Xenophobia_Some_Converging_and_Divergent_Effects_of_Radical_Right_Populism_in_France_and_Sweden)

Skagegård, Lars-Åke og Tobias Hübinette. *Hatets återkomst: om fascism, nynazism och rasism i dagens Sverige*. Stockholm: Carlssons 1998.

Thornéus, Ebba og Sara Zettergren. *Sverigedemokraterna och flyktingar i pressen:*

*En analys av dagspressens rapportering om Sverigedemokraterna i samband med flykting och asylfrågor inför valet 2014*. Kandidatuppsats. Södertörns högskola. 2015

Uvell, Markus og Erik Meier Carlsen. *Folkhemspopulismen: berättelsen om*

*Sverigedemokraternas väljare*. Stockholm: Timbro 2010

Widfeldt, Anders. *Extreme right parties in Scandinavia*. Abingdon: Routledge 2015.

Åkesson, Jimmie. «99 förslag för ett bättre Sverige: Sverigedemokraternas kontrakt med

väljarna 2010 -2014». Valgmanifest. Stocholm 2010. Hentet 03.10.2019 fra:

<https://snd.gu.se/sv/vivill/party/sd/v/2010>

Åkesson, Jimmie. *Satis Polito*. Sölvesborg: Asp & Lycke 2013

## Rapporter:

Asp, Kent. *Mediernas prestationer och betydelse: Valet 2010*. Göteborg universitet 2011

Demker, Marie. «Positiv attityd till invandring trots mobilisering av invandringsmotstånd»  
i *I framtidens skugga: Fyrtiotvå kapitel om politik, medier och samhälle*,  
SOM-Rapport nr 56. Redigerat av Weibull, Lennart, Henrik Oscarsson og  
Annika Bergström. 95-105. Göteborg: SOM-institutet 2012

Demker, Marie og Maria Oskarson. «Framgång ger framgång för Sverigedemokraterna?» i  
*Omstritt omval*, redigerat av Berg, Linda og Henrik Oscarsson. 81-96.  
Göteborg: SOM-institutet 2012

Jylhä, Kirsti M., Jens Rydgren og Pontus Strimling. *Sverigedemokraternas väljare:*  
*Vilka är de, var kommer de ifrån och vart är de på väg?* Forskningsrapport 2018/2  
Stockholm: Institutet för Framtidsstudier 2018

Oscarsson, Henrik og Sören Holmberg. *Regeringsskifte - Väljarna och valet 2006*.  
Stockholm: Norstedts Juridik 2008

SCB. *Åttapartivalet 2010. Allmänna valen, Valundersökningen*. Statistiska centralbyrån 2011

## Nyhetsartikler:

Haarvik Sanden, Charlotte. «– Ikke stem Sverigedemokraterna». *NRK*. Publisert 19.09.2010.

Hentet 05.04.2019 fra: [https://www.nrk.no/urix/\\_-ikke-stem-sverigedemokraterna-1.7298741](https://www.nrk.no/urix/_-ikke-stem-sverigedemokraterna-1.7298741)

Helin, Jan og Lena Mellin. «Därför stoppar vi SD:s valannonser». *Aftonbladet*.

Publisert 17.09.2009. Hentet 09.04.2019 fra:

<https://www.aftonbladet.se/debatt/debattammen/medier/article12001693.ab>

Helin, Jan. «I dag är valet ditt». *Aftonbladet*. 19.08.2010.

Karlsson, Karl-Johan. «De fryser ut SD». *Expressen*. Publisert 10.12.2007. Hentet 05.04.2019

fra: <https://www.expressen.se/nyheter/de-fryser-ut-sd/>

Rayman, Sanna. «Sweden baffled – but rise of the right was obvious». *BBC*.

Publisert 20.09.2010. Hentet 05.04.2019 fra:

<https://www.bbc.com/news/world-europe-11374155>

Sahlin, Mona og Marita Ulvskog. «Därför tar vi debatten med Sverigedemokraterna».

*Expressen*. Publisert 16.04.2007. Hentet 05.04.2019 fra:

<https://www.expressen.se/debatt/darfor-tar-vi-debatten-med-sverigedemokraterna/>

Åkesson, Jimmie. «Åkesson: Muslimerna är vårt största utländska hot». *Aftonbladet*.

Publisert 19.10.2009. Hentet 09.04.2019 fra:

<https://www.aftonbladet.se/debatt/a/VRx8zd/akesson-muslimerna-ar-vart-storsta-utlandska-hot>

## Nettsider:

Dagens Nyheter. «Publicistisk målsättning» Dagens Nyheter. Publisert 02.07.2017.

Hentet 19.10.2019 fra:

<http://info.dn.se/info/om-oss/dns-publicistiska-uppdrag/>

Höjer, Henrik. «Fascister eller inte – vad anser forskarna?» Forskning & Fremsteg.

Publisert 09.12.2014. Hentet 03.10.2019 fra:

<https://fof.se/tidning/2015/2/artikel/fascister-eller-inte-vad-anser-forskarna>

Korn, Dan. «Inget kan vara svenskare än vår urgamla konsensuskultur» *Dagens Samhalle*.

Oppdatert 16.07.2019. Hentet 07.10.2019 fra:

<https://www.dagenssamhalle.se/nyhet/inget-kan-vara-svenskare-aen-var-urgamla-konsensuskultur-20073>

Schori, Martin. «Konkurrenterna knappar in på Aftonbladet» *Dagens Media*.

Oppdatert 6.12.2015. Hentet 19.10. 2019 fra:

<https://www.dagensmedia.se/medier/dagspress/konkurrenterna-knappar-in-pa-aftonbladet-6177572>