



Uio • Universitetet i Oslo

Høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar på Facebook

Korleis skil høgrepopulistiske partis offisielle kommunikasjon seg frå den som kjem til uttrykk gjennom enkeltrepresentantar på sosiale medium?

Henrik Solvoll Navarsete

Masteroppgåve i statsvitskap

Institutt for statsvitskap

Universitetet i Oslo

Våren 2021

Tal ord: 35 097

Høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar på Facebook

Korleis skil høgrepopulistiske partis offisielle kommunikasjon seg frå den som kjem til uttrykk gjennom enkeltrepresentantar på sosiale medium?

© Henrik Solvoll Navarsete

2021

Høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar på Facebook

Korleis skil høgrepopulistiske partis offisielle kommunikasjon seg frå den som kjem til uttrykk gjennom enkeltrepresentantar på sosiale medium?

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

Samandrag

I denne oppgåva er det høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium, og meir spesifikt, på Facebook, som står i fokus. Bakgrunnen for denne innfallsvinkelen, er Albertazzi og McDonnells (2005) tanke om høgrepopulistiske partis tosidige kommunikasjonsstrategi, samt Engesser et al. (2016) sin påstand om korleis populisme kan passere under radaren på kritiske observatørar på sosiale medium. Såleis vert det antekt at høgrepopulistiske parti har kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium, der enkeltrepresentantane er meir høgrepopulistiske enn kva partia er. Facebook vert teke i bruk som analysemateriale, og analysen ser difor på korleis to utvalde enkeltrepresentantars kommunikasjon skil seg ifrå kommunikasjonen på deira respektive parti si offisielle Facebook-side. Partia som vert analysert, er dei høgrepopulistiske partia i Skandinavia, Dansk Folkeparti, Sverigedemokraterna og Framstegspartiet, samt kvart lands mest framtrèdande konservative parti, som er Venstre, Moderaterna og Høgre.

I tillegg vert to hypotesar lagt til grunn. Den første hypotesa dreier seg om korleis realistiske regjeringssamarbeidarar vil auke insentivet til å ha ein tosidig kommunikasjonsstrategi, medan den andre hypotesa antek at høgrepopulistiske parti har større kommunikasjonsforskjellar enn konservative parti. Til saman vart 924 Facebook-innlegg frå avgrensa analyseperiodar henta inn, og vidare analysert i ein kvantitativ innhaldsanalyse og ein kvalitativ idéanalyse. Sjølv om ein finn enkelt døme som støttar hypotesane, er det lite, totalt sett, som tilseier at høgrepopulistiske parti har ein tosidig kommunikasjonsstrategi på sosiale medium. Likevel er det tydeleg at sosiale medium er ein nyttig plattform for å analysere høgrepopulisme, då ein finn fleire tydelege døme på høgrepopulistisk kommunikasjon. Dette finn ein hjå alle dei tre høgrepopulistiske partia, og også hjå dei konservative partia Moderaterna, og, spesielt, Venstre.

Forord

Då var denne masteroppgåva ferdig, og i den samanheng, er det fleire som fortener ein stor takk.

Først og fremst lyt eg takke min rettleiar Johannes Bergh, som, frå første stund, har engasjert seg i oppgåva mi med gode faglege råd og tilbakemeldingar. Di interesse for prosjektet mitt har vore ei stor motivasjonskjelde, og har gjort masterarbeidet både inspirerande og givande. Tusen takk!

Denne masteroppgåva markerer også slutten på tida mi som student, og eg vil difor takke alle dei som har vore med på å gjere dette til ein minnerik og fantastisk periode. Sjølv om dette ikkje betyr slutten på vårt venskap, er dei daglege lunsjpausane med mykje tøys og moro noko eg verkeleg kjem til å sakne.

Til slutt vil eg også takke foreldra og systrene mine for å alltid ha trua på meg, og for å støtte meg i alt eg gjer. Korrekturlesing av 35 000 ord er dessutan ikkje for kven som helst, så ein spesiell takk lyt rettast til Stine og pappa for verdifulle kommentarar på språk og struktur.

Eventuelle feil og manglar er sjølvsagt mitt ansvar.

Oslo, 13.juni 2021

Henrik Solvoll Navarsete

Innholdsliste

Tabelloversikt.....	XII
1.0 Innleiing.....	1
1.1 Aktualisering og problemstilling.....	1
1.2 Hypotesar og forventningar til analysen	2
1.3 Avgrensing og oppbygging av oppgåva	4
2.0 Bakgrunn – Partia si historie	7
2.1.1 Dansk Folkeparti	7
2.1.2 Framstegspartiet.....	9
2.1.3 Sverigedemokraterna	10
2.1.4 Venstre.....	12
2.1.5 Høgre.....	14
2.1.6 Moderaterna.....	16
3.0 Teoretisk rammeverk	19
3.1 Populisme.....	19
3.2 Høgrepopulisme.....	20
3.3 Litteraturgjennomgang – Høgrepopulisme og sosiale medium	27
3.3.1 Studiet av politisk kommunikasjon.....	27
3.3.2 Sosiale medium og politisk kommunikasjon	29
3.3.3 Populisme og sosiale medium	31
4.0 Metode.....	36
4.1 Val av analyseeiningar	36
4.2 Val av datamateriale og datainnsamling.....	38

4.2.1	Datamateriale	38
4.2.2	Datainnsamling	39
4.3	Kvantitativ innhaldsanalyse og idéanalyse.....	43
4.4	Kvantitativ innhaldsanalyse	46
4.5	Kvalitativ analyse - Idéanalyse	48
4.6	Operasjonalisering og avgrensing av analyseskjema	50
4.7	Metodeutfordringar	54
4.7.1	Reliabilitet	54
4.7.2	Validitet.....	56
5.0	Analyse.....	58
5.1	Elitekritikk.....	59
5.2	Kritisk til ut-grupper	63
5.3	Populistisk retorikk.....	68
5.4	Skeptisk til demokratiet.....	73
5.5	Radikal liberalisering	75
5.6	Innvandringsfiendtleghet.....	78
5.7	Autoritarianisme	83
5.8	Velferdssjåvinisme	88
5.9	Avsluttande analyse og diskusjon.....	91
6.0	Konklusjon	98
6.1	Hovudfunn.....	98
6.2	Kva betyr dette for forståinga av høgrepopulisme og sosiale medium?.....	100
6.3	Ytre validitet, utfordringar og vidare forskning	101

7.0	Referanseliste	104
8.0	Vedlegg.....	116

Tabelloversikt

Tabell 1: Analyseskjema	25
Tabell 2: Tal innlegg	43
Tabell 3: Eksempeltabell	48
Tabell 4: Elitekritikk	60
Tabell 5: Kritisk til ut-grupper	64
Tabell 6: Populistisk retorikk	69
Tabell 7: Skeptisk til demokratiet	73
Tabell 8: Radikal liberalisering	76
Tabell 9: Innvandringsfiendtelegheit	79
Tabell 10: Autoritarianisme.....	84
Tabell 11: Velferdssjåvinisme.....	88
Tabell 12: Oversiktstabell	92

1.0 Innleiing

1.1 Aktualisering og problemstilling

Då Framstegspartiets (Frp) dåverande nestleiar, Sylvi Listhaug, i 2019, posta eit innlegg på Facebook med ytringa «Noreg skal ikke ta imot båtmigranter», skapte dette harme hjå Frps regjeringspartnarar Venstre og Kristeleg Folkeparti (KrF). Stridens kjerne dreia seg om biletet Listhaug hadde nytta til å illustrere sitt politiske budskap, som, ifølgje kritikarane, idylliserte situasjonen til båtflyktningane (Poppe et al., 2019). Dette var ikkje første gongen Listhaugs Facebook-aktivitet skapa debatt, då ho tidlegare hadde vorte pressa til å gå av som justisminister etter å ha ytra at Arbeidarpartiet «mener terroristenes rettigheter er viktigere enn nasjonens sikkerhet» (Stolt-Nielsen et al., 2018; Svaar, 2018). Etersom dette er ytringar som kan seiast å spele på høgrepopulisme (Kitschelt, 2007), er det såleis interessant at fleire forskarar tek til orde for at Frp ikkje lenger kan reknast som eit høgrepopulistisk parti (Jenssen, 2017; Jungar & Jupskås, 2014).

Eit interessant bidrag i den samanheng, er Albertazzi og McDonnell (2005) som lanserer strategien «one foot in and one foot out» for høgrepopulistiske parti i regjering eller med ein framtrédande parlamentarisk posisjon. Dette er ein tosidig kommunikasjonsstrategi, der partiet gir uttrykk for å vere ein kritikar av regjeringa sin politikk, samstundes som det også vert sett på som ein legitim samarbeidspartnar (Albertazzi & McDonnell, 2005). Overført til Listhaugs høgrepopulistiske utspel på Facebook og debatten omkring Frps klassifisering som høgrepopulistisk, kan ein difor tenkje seg at også Frp har teke i bruk ein slags tosidig strategi. I motsetnad til Albertazzi og McDonnells eksempel, handlar derimot Frps strategi om korleis partiet, offisielt, ynskjer å verte oppfatta som ikkje-høgrepopulistisk, medan dei, gjennom enkeltrepresentantar, kan fortsetje å appellere til høgrepopulistiske veljarar. Såleis kan ein tenkje seg at sosiale medium, som eksemplifisert med Listhaug, kan vere ein passande arena for dette.

Engesser et al. (2016) hevdar nemleg at framtidig forskning på populisme burde fokusere meir på sosiale medium, ettersom enkel og ufiltrert kontakt med opinionen, samt moglegheita til å bruke sterkt språk og krass kritikk, er noko som passar både sosiale mediums format og populisme i seg sjølv. I tillegg påstår Engesser et al. at sosiale medium opnar for at

«fragments of populism may [...] travel below the radar of political opponents and critical observers» (Engesser et al., 2016). Såleis kan ein tenkje seg at Frp, gjennom enkeltrepresentantar, kan nytte sosiale medium til å spele på høgrepopulisme, utan at dette går utover ønsket om å lausrive seg frå omdømet som høgrepopulistisk. Samstundes kan det tenkjast at partiet sin offisielle kommunikasjon er meir modifisert, og at ein såleis kan finne ein kommunikasjonsforskjell mellom enkeltrepresentantane og partiet sjølv. I så måte, er det interessant å sjå korleis dette kan samanliknast med Sverigedemokraterna (SD) og Dansk Folkeparti (DF), som vert rekna for å vere høgrepopulistiske (Herkman, 2017; Jungar & Jupskås, 2014; Norris & Inglehart, 2019a). Dette leiur fram til problemstillinga i denne oppgåva:

Korleis skil høgrepopulistiske partis offisielle kommunikasjon seg frå den som kjem til uttrykk gjennom enkeltrepresentantar på sosiale medium?

1.2 Hypotesar og forventningar til analysen

Ettersom dette er ei open problemstilling, vil det vere naturleg å definere nokre hypotesar om kva ein kan forvente å finne i analysen. I den samanheng, er Eivind Lindboes masteroppgåve «For folk flest eller skattekutt?» eit interessant bidrag. Han problematiserer nemleg bruken av partiprogram til å analysere høgrepopulistiske partis idégrunnlag, slik dei fleste analysar, inkludert hans eigen, gjer. Etter hans syn, vil høgrepopulistiske parti med regjeringsambisjonar heller ha potensielle regjeringspartnarar som målgruppe for sine partiprogram enn veljarane. Høgrepopulistiske parti utan reel sjanse til regjerings samarbeid, vil derimot ha veljarane som målgruppe for partiprogramma sine (Lindboe, 2019, s. 126–127). Såleis kan ein tenkje seg at dei mest kontroversielle og ytterleggåande høgrepopulistiske haldningane vil verte utelatt eller modifisert i partiprogramma til høgrepopulistiske parti med realistiske regjeringsambisjonar, då desse haldningane kan verke «avskrekkande» for potensielle samarbeidspartnarar. Om dette er tilfellet, kan analysar og samanlikningar av høgrepopulistiske parti med ulike føresetnader for regjeringsmakt verte unøyaktige.

Sett i lys av analyseiningane i oppgåva, som altså er Frp, SD og DF, er dette ein spennande tanke. Her er nemleg Frp det einaste partiet som har hatt regjerings erfaring (Jupskås & Garvik, 2020), medan DF har figurert som støtteparti og parlamentarisk grunnlag for

regjeringar i Danmark («Dansk Folkeparti», 2019). SD, på si side, har, inntil heilt nyleg (Skeie, 2021), vore så uaktuelle å samarbeide med for dei andre svenske partia, at det etter valet i 2018 vart inngått ein koalisjon på tvers av tradisjonelle samarbeidsavtalar for å halde SD vekke ifrå makta (De Rosa, 2019; Walnum & Janssen, 2018). Med utgangspunkt i Lindboes påstand, kan ein dermed anta at Frp har meir insentiv til å «skjule» enkelte meiningar i partiprogramma sine enn det SD og DF har, og at dette såleis kan vere ein av grunnane til at Frp vert rekna som mindre høgrepopulistisk enn dei to andre partia (Jenssen, 2017; Jungar & Jupskås, 2014). Om dette er tilfellet, og Frp eigentleg er meir høgrepopulistisk enn det partiprogrammet gir uttrykk for, skulle ein tru at Frp lyt appellere til sine høgrepopulistiske veljarar på andre måtar.

Med eksempla på Listhaugs utspel på Facebook, kan det tenkjast at Facebook er ein arena som vert nytta til nettopp dette. Ettersom populistiske utspel på sosiale medium, etter Engesser et al. (2016) sitt syn, kan passere under radaren til kritiske observatørar, er det såleis mogleg å sjå føre seg at Frp, for å ikkje skremme vekk potensielle regjeringspartnarar, kan føre ein tosidig kommunikasjonsstrategi på sosiale medium, som Facebook, der partiet sjølv modifierer sin høgrepopulisme, medan enkeltrepresentantane, i større grad, appellerer til høgrepopulistiske veljarar. Dette kan også sjåast i samanheng med Albertazzi og McDonnells (2005) påstand om at det er først når høgrepopulistiske parti kjem i regjering, eller får ein framtreddande parlamentarisk posisjon, at dei støyter på kommunikasjonsutfordringar.

I så måte, kan ein anta at det er då dei høgrepopulistiske partia får insentiv til å nytte ein tosidig kommunikasjonsstrategi. Dersom det aktuelle høgrepopulistiske partiet uansett er uønskt i eit eventuelt regjeringssamarbeid, kan ein tenkje seg at det har mindre å tene på å modifierare sin høgrepopulistiske appell i offisiell partikommunikasjon. Såleis kan ein anta at Frp, i større grad enn DF og SD, vil ha ein kommunikasjonsforskjell mellom parti og enkeltrepresentantar på sosiale medium. I tillegg kan det tenkjast at det er ein skilnad på DF og SD, ettersom DF, som parlamentarisk støtteparti, har vore nærare eit regjeringssamarbeid enn kva SD har. Dette dannar såleis grunnlaget for hypotese 1:

HI: *Høgrepopulistiske parti med realistiske regjeringspartnarar vil ha større skilnad mellom partiet sin kommunikasjon og enkeltrepresentantane sin kommunikasjon på sosiale medium, enn det høgrepopulistiske parti utan realistiske regjeringspartnarar har.*

Samstundes kan det tenkjast at høgrepopulistiske parti av ein viss storleik, uansett, til ein viss grad, vil ynskje å verte godteke av andre parti. Såleis kan ein sjå føre seg at også SD, trass mangel på realistiske samarbeidspartnarar, vil modifisere sin offisielle partikommunikasjon. Dette, sett saman med Albertazzi og McDonnells (2005) doble kommunikasjonsstrategi, gjer at ein kan anta at høgrepopulistiske parti vil vere meir tilbøyelege til å «tale med to tungar», enn det andre parti vil vere. På den andre sida, påpeiker Engesser et al. at også ikkje-populistiske parti tek i bruk populistiske verkemiddel på sosiale medium (Engesser et al., 2016). Såleis kan ein tenkje seg at det ikkje berre er høgrepopulistiske parti som er tilbøyelege til å ta i bruk ein tosidig kommunikasjonsstrategi på sosiale medium, men at også andre parti kan ha kommunikasjonsforskjellar mellom parti og enkeltrepresentantar.

For å kunne seie noko om relativiteten til dei høgrepopulistiske partia sin potensielle tosidige kommunikasjon, er det då føremålstenleg å sjå korleis DF, SD og Frp skil seg frå andre partis eventuelle kommunikasjonsforskjellar. I så måte, er det hensiktsmessig å nytte kvart av landa sitt mest framtrekande konservative parti til samanlikning, ettersom dette er parti som kan hevdast å ha liknande politiske haldningar, samstundes som dei ikkje vert rekna for å vere populistiske. Difor vil også dei konservative partia Høgre, Moderaterna og danske Venstre, samt utvalde enkeltrepresentantar, inngå i analysen. Hypotese 2 vert dermed slik:

H2: Høgrepopulistiske partis kommunikasjon på sosiale medium gjennom enkeltrepresentantar skil seg i større grad frå partiet sin offisielle kommunikasjon, enn den gjer hjå konservative parti.

1.3 Avgrensing og oppbygging av oppgåva

I denne oppgåva er det altså høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium som står i fokus. Bakgrunnen for denne innfallsvinkelen, er Albertazzi og McDonnells (2005) tanke om høgrepopulistiske partis tosidige kommunikasjonsstrategi, samt Engesser et al. (2016) sin påstand om korleis populisme kan passere under radaren på kritiske observatørar på sosiale medium. Facebook vil bli teke i bruk som analysemateriale, og analysen vil difor sjå på korleis to utvalde enkeltrepresentantars kommunikasjon skil seg frå kommunikasjonen på deira respektive partis offisielle Facebook-side.

Partia som vert analysert, er dei høgrepopulistiske partia i Skandinavia, DF, SD og Frp, i tillegg til kvart lands mest framtrekande konservative parti, som er Venstre, Moderaterna og Høgre. I den samanheng er det verdt å nemne at ein i Danmark også har andre eksempel på konservative parti, og ikkje berre Venstre. Såleis kunne ein ha argumentert for at Det Konservative Folkeparti skulle ha vorte nytta i staden for Venstre, men ettersom Venstre har hatt ein langt større oppslutnad enn Det Konservative Folkeparti heilt sidan valet i 1994 (*Folketingsvalg i Danmark siden 1953*, 2019), vert Venstre, i denne analysen, nytta som Danmarks svar på Høgre og Moderaterna.

For å avgrense oppgåva, vil analysen ta utgangspunkt i månaden før kvart lands siste val. For Noreg vert dette månaden før 9.september 2019, for Sverige blir det månaden før 9.september 2018 og for Danmark vert dette månaden før 5.juni 2019. For å gjere analysematerialet samanliknbart, vil utvalet av dei aktuelle enkeltrepresentantane baserast på kven som var partileiar og nestleiar i den aktuelle analyseperioden. Dette vil då seie at dei aktuelle politikarane i denne oppgåva vert: Kristian Thulesen Dahl (partileiar i DF), Peter Skaarup (nestleiar i DF), Lars Løkke Rasmussen (partileiar i Venstre), Kristian Jensen (nestleiar i Venstre), Jimmie Åkesson (partileiar i SD), Mattias Hans Karlsson (nestleiar i SD), Ulf Kristersson (partileiar i Moderaterna), Peter Danielsson (nestleiar i Moderaterna), Siv Jensen (partileiar i Frp), Sylvi Listhaug (nestleiar i Frp), Erna Solberg (partileiar i Høgre) og Jan Tore Sanner (nestleiar i Høgre).

Før analysen av politikarane og partia sin kommunikasjon, vil oppgåva sin bakgrunn, teoretiske forankring og metode verte nøyare greia ut. Såleis vil først partia si historie og noverande situasjon verte presentert, før neste kapittel tek for seg det teoretiske rammeverket. Her vil omgrepa populisme og høgrepopulisme bli diskutert, noko som leiar fram til eit analyseskjema. Dette analyseskjemaet vil seinare verte nytta i analysen til å kode Facebook-innlegga. Siste del av teorikapitlet er ein litteraturgjennomgang av tidlegare forskning på samanhengen mellom sosiale medium og høgrepopulisme, samt kva relevans dette har i studiet av politisk kommunikasjon. Deretter følgjer eit metodekapittel, der metodiske val og utfordringar blir diskutert, og analysen sin tosidige framgangsmåte, ein kvantitativ innhaldsanalyse og ein idéanalyse, vert nøyare presentert.

Etter denne metodiske beskrivinga kjem analysedelen. Her vil dei to hypotesane verte vurdert etter dei ulike høgrepopulistiske kjenneteikna. I praksis vil dette bety at analysen er delt inn

etter dei analytiske kategoriane, der partia sine kommunikasjonsforskjellar frå den kvantitative analysen først vil verte presentert, før dette blir vidare vurdert opp mot det kvalitative innhaldet i Facebook-innlegga. Heile tida vil hypotesane stå i fokus. Analysane av kommunikasjonsforskjellane innanfor dei høgrepopulistiske kjenneteikna, dannar såleis grunnlaget for ei samanfating og vidare drøfting av hypotesane. Dette vil føregå i ein avsluttande analyse, der det også vil verte presentert ein overordna kvantitativ oversiktstabell. Til slutt vil dette leie fram til ein konklusjon, der analysen sine utfordringar og ytre validitet også vil bli drøfta.

2.0 Bakgrunn – Partia si historie

I dette kapittelet vil partia si historiske utvikling verte presentert. Partia som blir analysert er altså Frp, DF og SD, i tillegg til dei konservative partia Høgre, Venstre og Moderaterna. Sidan det er høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium som står i fokus, er det openbert kvifor dei høgrepopulistiske partia er inkludert. Grunnen til at det er valt tre høgrepopulistiske parti og ikkje berre eitt, er for å skape variasjon og breidde i analysen. Såleis er den skandinaviske konteksten nyttig, då desse tre demokratiske systema kan seiast å vere ganske så like, samstundes som dei tre aktuelle høgrepopulistiske partia, som nemnt, har hatt tre ulike tilnærmingar til regjeringsmakt. Ettersom Albertazzi og McDonnell (2005) påpeikar at det er først når høgrepopulistiske parti kjem i regjering, eller får ein framtreddande parlamentarisk posisjon at dei får kommunikasjonsutfordringar, kan desse ulike regjeringskontekstane såleis tenkjast å utgjere ein forskjell.

I så måte, kan ein hevde at dei demokratiske omgivnadane til desse partia er nokolunde like, samstundes som dei har interessante og, potensielt, avgjerande ulikskapar. På ei anna side, kan det tenkjast at også andre parti er meir populistiske på sosiale medium. Difor vil konservative parti også inngå i analysen, då desse vert rekna for å vere «ikkje-populistiske» eller «mainstream», samstundes som dei, haldningsmessig, kan tenkjast å liggje nærare dei høgrepopulistiske partia enn kva, eksempelvis, sosialdemokratiske parti gjer. Såleis vil Høgre, Venstre og Moderaterna vere viktige for å skape relativitet i analysen. Ei nærare utgreiing av desse partia vil difor vere nødvendig, men ettersom det er høgrepopulisme som er hovudfokuset i denne analysen, vil dei høgrepopulistiske partia verte presentert først.

2.1.1 Dansk Folkeparti

DF har sitt opphav i den neoliberale populismebølgja på starten av 1970-talet (Jungar & Jupskås, 2014, s. 216). Partiet vart ikkje stifta før i 1995, men vert rekna for å vere overløparen til det danske Fremskridtspartiet. Fremskridtspartiet, på si side, vart grunnlagd i 1972, som eit protestparti mot høge skattar og avgifter («Fremskridtspartiet», 2009). Partiet gjorde ein brakentré i dansk politikk, og fekk heile 15,1 prosent av stemmene ved sitt første val i 1973, som var eit val kjenneteikna av ei utbreidd misnøye med det aukande skattetrykket. Dette kan forklare brakvalet til Fremskridtspartiet, som var stifta som ein

protest mot nettopp dette. I dei påfølgjande åra fekk Fremskridtspartiet det tøffare, og partiet hamna heilt nede på 3,6 prosent i oppslutnad ved valet i 1984 (Karpantschov & Mikkelsen, 2017). Partiet si etablering som ei innvandringskritisk røyst på midten av 80-talet, då partileiar Mogens Gilstrup erklærte at Danmark var under ein «muhammedansk trussel» (ibid.) og at Danmark burde vere «muslimfritt», var difor kjærkomen for deira vidare overleving i dansk politikk (Thesen, 2018).

Ein annan sentral aktør bak Fremskridtspartiets endra politiske retning, var Pia Kjærsgaard, som figureerte som partileiar medan Gilstrup var i fengsel for skattefusk mellom 1984 og 1987. Då Gilstrup returnerte frå fengselsdommen sin, var Kjærsgaard motvillig til å gje ifrå seg leirolla si, og ein vedvarande konflikt mellom desse to oppstod. Internt var det også ei splitting mellom den høgpopulistiske og den marknadliberalistiske sida i partiet. Desse konfliktane eskalerte i 1995, då Kjærsgaard og andre medlemmar braut ut av partiet og danna DF (Rydgren, 2004). DF skulle seinare syne seg å vinne mange av Fremskridtspartiets veljarar, og vert såleis rekna som Fremskridtspartiets etterfølgjar (Thesen, 2018). Sjølv om Fremskridtspartiet på midten av 80-talet hadde etablert seg som eit innvandringskritisk parti, var det først og fremst marknadliberalismen som utgjorde partiet sitt fundament. DF, på si side, vart grunnlagt med utgangspunkt i etnonasjonalisme (Rydgren, 2004). Såleis kan ein hevde at DF fekk ein endå tydelegare høgpopulistisk partiprofil enn sin forgjengar (Jungar & Jupskås, 2014).

DF vart raskt ein suksess i dansk politikk, og fekk 7,4 prosent av stemmene ved sitt første val i 1998. Sidan etablerte DF seg utover 2000-talet som Danmarks tredje største parti, og figureerte som parlamentarisk støtteparti for den borgarlege regjeringa mellom 2001 og 2011. Ved valet i 2015 gjorde DF sitt beste val nokosinne, og vart Folketingets nest største parti med 22,1 prosent av stemmene («Dansk Folkeparti», 2019). Likevel ville ikkje DF inn i regjering, då dei frykta at dei måtte gi avkall på for mykje av sin kjernepolitikk ved eit eventuelt regjeringssamarbeid (Sandvik, 2015). I staden kunngjorde DF at dei heller ville vere eit støtteparti for minoritetsregjeringa til Venstre. Valet om å ikkje verte med i regjeringa, lyt såleis seiast å vere i tråd med ynskja til Kristian Thulesen Dahl, som hadde teke over som partileiar i 2012. Ifølgje han ville nemleg DF få fleire stemmer som eit støtteparti, der dei, frå ein forsterka parlamentarisk posisjon, kunne forhandle fram sine politiske prioriteringar med den sitjande regjeringa (Christiansen, 2016). Nestleiar Peter Skaarup, på si side, hevda at DF

heller ville vere «fri som fuglen», enn å verte knebla av eit regjerings samarbeid (Sandvik, 2015).

Det siste folketingsvalet i 2019 vart derimot ein katastrofe for DF og Thulesen Dahl. Partiet fekk berre 8,7 prosent av stemmene, som var ein nedgong på heile 12,4 prosentpoeng frå valet i 2015 («Dansk Folkeparti», 2019). I tillegg fekk ikkje regjeringa, som DF hadde fungert som støtteparti for, nytt fleirtal, og den «raude sida» av Folketinget kunne danne regjering med Mette Frederiksen som statsminister (Krantz, 2019).

2.1.2 Framstegspartiet

Framstegspartiet vart stifta i 1973 under namnet «Anders Langes Parti til sterk nedsettelse av skatter, avgifter og offentlige inngrep» (ALP). Partiet tok namnet sitt frå grunnleggjaren av partiet, Anders Lange, og vart etablert som eit protestparti mot skattar og statleg styring, akkurat som det danske Fremskridtspartiet, som Lange var inspirert av. Trass i at partiet vart stifta berre fem månader før valet i 1973, fekk ALP fire representantar på Stortinget, i det som, i likskap med situasjonen i Danmark, var eit val prega av ein utbreidd misnøye med eit aukande skattetrykk (Jupskås & Garvik, 2020). Åra som følgde, skulle derimot syne seg å verte meir utfordrande. Lange, hamna nemleg raskt i klinsj med sentrale medlemmar i partiet. Dette toppa seg i juli 1974, då partiet sin seinare leiar, Carl I. Hagen, og partiets dåverande 1.nestleiar, Kristoffer Almås, kravde at Lange måtte gå av som partileiar. Dette lukkast dei ikkje med, og i staden resulterte det i at Hagen, Almås og fleire andre meldte seg ut av partiet (Iversen, 1998).

ALP vart no sett på som eit parti i oppløysing, og då Lange døydde kort tid etter, var det fleire som trudde partiet skulle gjere det same (Bjørklund, 2003). I staden vart dette starten på ei ny og meir solid form av partiet, der partiet skifta namn til Fremskrittspartiet (Frp) i 1977 og Carl I. Hagen, som hadde meldt seg inn igjen, vart valt som partiformann. Hagen, som hadde vore usamd med Lange i mykje, endra den hierarkiske strukturen og partiet si politiske retning. Der ALP tidlegare hadde vore ein sterk motstandar av velferdsstaten, adopterte Frp utover 1980-talet ei positiv haldning til velferdsstaten, samstundes som dei fortsatt ivra for ei nedsetjing av skattar og avgifter (Bjerkem, 2016). Med andre ord, kan denne politikken omtalast som velferdssjåvinisme. Dette omgrepet vil verte nøyare forklart i kapittel 3.2, men dreier seg, kort

fortalt, om ei restriktiv haldning til velferdsstaten, der velferdssjåvinistane meiner den berre skal gjelde for dei som «fortenar» det (Häusermann & Kriesi, 2015). Kven den, ifølgje Frp, ikkje skulle gjelde for, vart tydeleg då partiet etter kvart etablerte seg som Noregs mest innvandringskritiske parti (Bjerkem, 2016).

Lokalvalet i 1987 vart nemleg første gongen innvandring blei eit viktig valkamptema i Noreg. Frp, som markerte seg som innvandringskritisk, gjorde eit brakval, og fekk, høvesvis, 10,4 prosent i kommunevalet og 12,3 prosent i fylkesvalet (Jupskås & Garvik, 2020).

Kombinasjonen av innvandringsfiendtelege haldningar og fokuset på kriminalpolitikk, gjorde at Frp gradvis gjekk over til ein meir høgrepopulistisk profil, i motsetnad til den opphavlege marknadsliberalistiske. Dette vart tydeleg etter landsmøtet i 1994, som seinare vart omtala som landsmøtet på «Dolkesjø», då eit ideologisk oppgjør mellom liberalistane og høgrepopulistane, som ein også såg hjå det danske Fremskridtspartiet, resulterte i at Frps høgrepopulistiske profil vart stadfesta. Frps konsolidering som eit høgrepopulistisk parti var tydelegvis ein suksess, og partiet fekk heile 15,3 prosent av stemmene ved det neste Stortingsvalet i 1997 (ibid.).

Trass i ei rekkje interne konflikhtar på 2000-talet, fortsette Frp å vekse, og i 2005 gjorde partiet sitt beste val nokosinne med 22,1 prosent av stemmene. Året etter gjekk Hagen, etter 28 år, av som partileiar, og vart erstatta av Siv Jensen (Jupskås & Garvik, 2020). Under Jensen bestemte Frp seg for å søkje regjeringsmakt for første gong ved valet i 2009. Frp gjorde eit godt val, men fekk ikkje, saman med Høgre, nok stemmer til å danne parlamentarisk fleirtal. Ved valet i 2013, derimot, danna dei to partia regjering, med Venstre og KrF som støtteparti. Denne regjeringa vart seinare utvida i 2018, då Venstre vart eit fullverdig medlem av regjeringa, før KrF også vart innlemma i 2019. Etter usemje med regjeringspartnarane, og spesielt KrF og Venstre, valte Jensen og Frp å trekkje seg ut av regjerings samarbeidet i januar 2020. Sidan har Frp figurert som eit slags støtteparti for regjeringa (ibid.), og etter at Jensen nyleg trakk seg, er det no Sylvi Listhaug som er partiet sin nye leiar (Helljesen et al., 2021).

2.1.3 Sverigedemokraterna

Sverigedemokraterna (SD) har ei litt anna historie enn Frp og DF. Partiet vart stifta i 1988, som ein etterfølgjar til det tidlegare Sverigepartiet (Mæhlum & Jupskås, 2018). Sverigepartiet,

på si side, var tidlegare etablert som ein samanslåing av Sveriges svar på Framstegspartiet og den rasistiske gruppa «Bevara Sverige Svenskt» (Rydgren & van der Meiden, 2019). Samstundes var ikkje SD det einaste høgrepopulistiske partiet i Sverige på den tida, og vart i stor grad overskygga av det faktum at det kortlevande «Ny Demokrati» var representert i Riksdagen mellom 1991 og 1994. Ny Demokrati, som var prega av kontroversielle framandfiendtelege haldningar, forsvann rett nok like fort som det hadde kome (Green-Pedersen & Odmalm, 2008; Rydgren & van der Meiden, 2019). Likevel gjorde ikkje dette det noko enklare for SD, ettersom partiet hadde ei openberr tilknytning til det høgreekstreme miljøet, og sleit med å oppnå politisk legitimitet.

Eit oppgjer med dei nynazistiske rørslene var difor nødvendig, og då Mikael Jansson vart valt som partileiar i 1995, byrja arbeidet med å bevege SD vekk ifrå sitt rasistiske opphav. Mellom anna vart det forbode å nytte uniform på partiet sine møter, noko enkelte medlemmar hadde hatt for vane å gjere (Mæhlum & Jupskås, 2018). Resten av 90-talet vart såleis prega av SDs gjentekne forsøk på å tone ned den høgreekstreme tilknytninga, og å plassere seg sjølv som ei nasjonalistisk, euroskeptisk rørsle i Sverige (Heinze, 2018). Likevel var det ikkje uvanleg at det, i åra som følgde, dukka opp avsløringar av høggtståande SD-medlemmar med tilknytning til nynazistiske grupperingar (Rydgren & van der Meiden, 2019).

Legitimeringsprosessen fortsette utover 2000-talet, og gjorde sitt til at partiet byrja å få auka oppslutnad (Heinze, 2018). Eit av vendepunkta i denne omdømmebygginga lyt seiast å vere utbrytinga av ei av dei mest ekstreme grupperingane i partiet, då dei i staden stifta høgreekstreme Nationaldemokraterna i 2002 (Rydgren & van der Meiden, 2019). Legitimeringa av partiet vart endå meir intensivert då Jimmie Åkesson blei valt som partileiar i 2005 (Mæhlum & Jupskås, 2018), der han, mellom anna, endra partiet sin omtale av seg sjølv som nasjonalistisk til sosialt konservativt, og innførte ein nulltoleranse for rasisme i partiet (Rydgren & van der Meiden, 2019). Åkessons inntog som partileiar gav SD umiddelbar suksess, og partiet dobla sin oppslutnad frå 1,4 prosent ved valet i 2002 til nesten 3 prosent i 2006.

Dette var ikkje nok til å kome inn i Riksdagen, men valet var likevel viktig for partiet, ettersom dette påla staten å gi SD finansiell støtte som eit parti av ein vesentleg storleik. Dette gjorde at partiet, i større grad enn tidlegare, kunne drive ein omfattande valkamp, noko som resulterte i at SD, i 2010, kom inn i Riksdagen for første gong, med 5,7 prosent av stemmene

(Erlingsson et al., 2014). SDs oppslutnad skulle sidan auke endå meir, og partiet gjorde eit brakval i 2014, då det fekk 12,9 prosent av stemmene. Dette betydde at partiet etablerte seg som Sveriges tredje største parti, ein posisjon SD bevarte ved det påfølgjande valet i 2018, med 17,5 prosent (Mæhlum & Jupskås, 2018). Sidan har partiet også, ved enkelte meiningsmålingar, til og med vorte rangert som Sveriges største parti (Garcia, 2020; Løf, 2019).

Likevel har regjeringsmakt endå ikkje blitt aktuelt for SD, ettersom dei andre svenske partia har nekta å samarbeide med partiet (Løset, 2018; Rosenlund-Hauglid, 2018; Walnum & Janssen, 2018). Sjølv om SD har vorte meir modifisert dei siste to tiåra, dukkar det stadig opp saker der medlemmar vert tvungne ut av partiet grunna tilknytning til nynazistiske grupperingar (Baas, 2018, 2020; Klungtveit, 2016; Kristiansen, 2018), noko som eksemplifiserer at SDs omdømme fortsatt, av dei meir moderate politiske kreftene i landet, vert sett på som for «ekstremt» og kontroversielt å samarbeide med (Aale, 2018). Dette skil seg såleis frå situasjonen i Danmark og Noreg, der DF sjølv har valt å ikkje søkje regjeringssamarbeid, og Frp nyleg har vore i regjering. Samstundes er det verdt å merke seg at det heilt nyleg har skjedd ei utvikling i SDs forhold til dei andre partia, der partiet har vorte einige med Moderaterna, Kristendemokraterna og Liberalerna om ei felles innvandringsplattform, noko som kanskje kan tyde på at ting er i ferd med å endre seg også for SD (Skeie, 2021).

2.1.4 Venstre

Venstre har sitt utspring i den danske bonderørsla, som vart formalisert under namnet «Bondevennernes Selskab» i 1846 (Tvedt, 2019c). Dette leia etter kvart fram til grunnlegginga av «Det Forenede Venstre» i 1870, som kan reknast som forløparen til Venstre. Grunnleggjarane av Det Forenede Venstre var, i all hovudsak, allereie representantar på Folketinget, og partiet vart difor ofte kalla «Folketingets Venstre» (Bjørn, 2015). Ettersom Venstre, som partiet vart heitande frå 1910, hadde sitt opphav i bonderørsla, var deira appell til bøndene sterk. Dette gjorde såleis Venstre til eit mektig parti, då det, samanlikna med andre land, var særskilt mange bønder i Danmark (Nedergaard, 2020).

Partiet representerte difor ei sterk folkerørsle, som gradvis vart organisert i ulike lokallag og foreiningar. Faktisk vart ikkje ein partiorganisasjon skikkeleg organisert på landsbasis før i 1929, då arbeidet med å gjere Venstre til eit masseparti for alvor vart satt i sving. Venstre hadde likevel vore suksessfulle fram til dette også, då dei hadde danna regjering åleine i periodane 1901-09, 1910-13, 1920-24 og 1926-29 (Bille et al., 2020). Etter krigen, derimot, vart det færre og færre bønder, og Venstres oppslutning byrja såleis å dale. Frå midten av 1960-åra vart det difor satt i sving ein prosess der Venstre gjekk frå å vere eit bonde- og distriktparti, til å verte eit meir liberalt parti (ibid.).

Denne prosessen vart satt i gang av partiformann, Poul Hartling, i 1965, då han, i det som vart kjent som «Svanningetalen», tok til orde for eit samarbeid med Radikale Venstre. Tre år seinare hamna dei to partia saman i ei koalisjonsregjering med Det Konservative Folkeparti (Nissen, 2020). Denne regjeringa sat fram til 1973, då alle dei tre regjeringspartia gjorde dårlege val. Likevel fortsette Venstre i regjering, og denne gongen åleine, ettersom det ved det spesielle valet i 1973 kom såpass mange nye parti på bana at Hartling klarte å få Folketingets støtte for si Venstre regjering (Bille et al., 2020).

Ved det neste valet, i 1975, fekk Venstre heile 23,3 prosent av stemmene. Likevel måtte Hartling gi ifrå seg regjeringsmakta berre ein månad etter valet, før Venstre, i 1977, mista halvparten av veljarane (Nissen, 2020). Hartling gjekk då av som partiformann, og vart erstatta av Uffe Ellemann-Jensen. Venstres periode under Ellemann-Jensen vart noko overraskande innleia med eit regjeringssamarbeid med Socialdemokratiet, som, tradisjonelt, hadde vore partiet sin hovudmotstandar i politikken. Dette samarbeidet skulle rett nok berre vare i omlag eitt år, før det vart oppløyst i 1979. Deretter skulle Venstre sitje elleve år i regjering, då dei i tida mellom 1982 og 1993 sat i ulike borgarlege regjeringskoalisjonar med Poul Schlüter frå Det Konservative Folkeparti som statsminister (Bille et al., 2020).

I takt med Venstres fullbyrding av forvandlinga til eit liberalt byparti (Harding & Rüdiger, 2020), byrja også partiet å vinne veljarar, og fekk 24 prosent av stemmene ved valet i 1998 (Tvedt, 2019a). Etter at regjeringsmakta likevel glapp, trakk Ellemann-Jensen seg etter over tjue år som partiformann. Inn kom Anders Fogh Rasmussen, som styrte partiet inn på ein meir sentrumsnær økonomisk politikk, og ei streng haldning til innvandring, høge skattar og rettspolitikk (Larsen, 2020). Dette såg ut til å fungere, då Venstre, med heile 31,2 prosent av stemmene, vart Danmarks største parti ved valet i 2001. Fogh Rasmussen vart følgjeleg

statsminister, og fekk med seg Det Konservative Folkeparti som samarbeidspartnar og DF som parlamentarisk støtte. Regjeringa hadde såleis ei konservativ forankring, noko som også vart reflektert i politikken som vart ført (Bille et al., 2020).

Regjeringa sat fram til 2011, då dei borgarlege partia mista sitt fleirtal, trass i at Venstre fekk nokolunde same oppslutnad som ved førre val (Olesen, 2020). Ved valet i 2015 fekk Venstre berre 19,5 prosent av stemmene. Likevel kunne Lars Løkke Rasmussen, som hadde teke over som partileiar i 2009, danne ei rein Venstreregjering, før den, året etter, vart utvida til å også gjelde Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti (Bille et al., 2020). Trass i eit konfliktfylt forhold både internt i Venstre og i regjeringskoalisjonen (Olesen, 2020), gjekk Venstre fram til 23,4 prosent ved valet i 2019. Likevel måtte partiet gi frå seg regjeringsmakta, og Løkke Rasmussen vart pressa til å gå av som partiformann. Sidan 2019 har difor Venstre vore i opposisjon til Socialdemokratiets regjering, med Jakob Ellemann-Larsen som ny partileiar, som, for ordens skuld, er sonen til Uffe Ellemann-Larsen (Bille et al., 2020).

2.1.5 Høgre

Høgre vart grunnlagd i 1884 som ein reaksjon på etableringa av partiet Venstre og innføringa av parlamentarismen i Noreg. Ifølgje dei konservative representantane på Stortinget var parlamentarismen i strid med maktfordelingsprinsippet i Grunnlova, og dei danna difor partiet Høgre for å motarbeide dette (Tvedt et al., 2020). Såleis skulle grunnlegginga av Høgre syne seg å vere forskjellig frå seinare partidanningar, som til dømes Arbeidarpartiets, ettersom Høgre vart danna av grupperingar som allereie var til stades på Stortinget, og ikkje av samfunnsgrupper som ynskte å verte representerte av sine egne (*Partienes historie*, 2019).

Sjølv om dei konservative, i utgangspunktet, hadde vore motstandarar av parlamentarismen, tok Høgre, i sine ulike regjeringsdeltakingar mellom 1889 og 1898, likevel aktivt del i utviklinga av styresettet (Tvedt et al., 2020). Eit anna mål for Høgre var å ivareta unionen med Sverige, men med den reservasjonen at dei ville at dei to nasjonane skulle vere likestilte (Kaartvedt, 1984). Dette førte til at Høgre, saman med medlemmar frå det Moderate Venstre og det Liberale Venstre, danna Samlingspartiet, og fekk regjeringsmakt ved valet i 1903.

Samlingspartiet sat med makta også etter unionsoppløysinga, men forsvinninga av den sameinande kampsaken i 1905 skulle syne seg å verte utfordrande for partiet (Scott, 2017).

Etter usemje i ei koalisjonsregjering med det Frisinna Venstre og delar av Venstre, trakk Samlingspartiet seg ut av regjeringa i 1912, og danna ei eiga regjering med Jens Bratlie som statsminister. Året etter tok Høgre tilbake sitt gamle namn, og gjekk med det tilbake til si opphavslege partiorganisering (Tvedt et al., 2020). Bratlie vart såleis formann i Høgre, og partiet fekk no ein tydelegare høgreprofil. Høgre vart etter kvart det nest største partiet i landet (Bakken, 2007), og hadde regjeringsmakt fleire gonger i løpet av 1920-åra. Etter at regjeringa til Ivar Lykke måtte gå av i 1928, skulle det derimot ta over 30 år før partiet igjen sat med makta.

Denne gongen var det John Lyng som vart statsminister, etter at Einar Gerhardsen og Arbeidarpartiet vart felt av Stortinget i samband med Kings Bay-ulykka på Svalbard i 1963. Høgres nyvunne makt varte ikkje lenger enn to månadar, men partiet trengte ikkje å vente lenger enn to år før neste regjeringsdeltaking, då dei vart ein del av koalisjonsregjeringa til Per Borten og Senterpartiet (Tvedt et al., 2020). Regjeringa sat fram til 1971, då intern usemje om norsk medlemskap i EF vart utslagsgivande for samarbeidet sitt opphøyr (*Per Bortens regjering*, 2020). Høgre markerte seg som ei klar ja-røyst, som dei seinare også skulle gjere ved EU-avstemminga i 1994 (Bakken, 2007).

1970-talet skulle likevel syne seg å verte positivt for partiet. Den siste halvdelen av tiåret opplevde nemleg Høgre ein sterk oppsving, som seinare vart kalla «høgrebølga» (ibid.). Høgres auka støtte gjorde at Kåre Willoch, i 1981, kunne leie ei rein Høgreregjering med heile 31,7 prosent i oppslutnad (Notaker, 2018). Regjeringa vart seinare utvida til å også innehalde KrF og Senterpartiet, før den måtte gå av i 1986. I 1989 vann dei tilbake makta att, då Jan P. Syse, Willochs etterfølgjar, vart statsminister (Tvedt et al., 2020). Neste gong Høgre hamna i regjering, var i perioden 2001 til 2005, då dei samarbeida med KrF og Venstre. Trass i at Høgre var det største partiet i koalisjonen, var det KrFs Kjell Magne Bondevik som vart statsminister for koalisjonsregjeringa (ibid.).

Heilt sidan slutten av 1800-talet, hadde altså Høgre sett mot sentrum for potensielle regjeringssamarbatar. I forkant av valet i 2009 forandra dette seg, då Høgre, for første gong, opna opp for eit regjeringssamarbeid med Frp. Samarbeidsplanane måtte rett nok setjast på

vent i fire år, då dei borgarlege partia ikkje fekk fleirtal før i 2013. I utgangspunktet ynskte Høgre å ha ei fleirtalsregjering saman med Frp, Venstre og KrF, men sidan dei to sistnemnde ikkje ville sitje i regjering med Frp, måtte partileiar Erna Solberg nøye seg med å verte statsminister for ei Høgre-Frp-regjering (ibid.). Seinare skulle Venstre og KrF endre meining, og etter valet i 2018 vart Venstre ein del av regjeringa, før også KrF vart ein del av regjeringssamarbeidet året etter. Samarbeidet slo derimot fort sprekkar, og etter eit år med mykje usemje i regjeringa, trakk Frp seg ut av regjeringskoalisjonen i januar 2020. Sidan har Høgre vore i regjering med Venstre og KrF (Tvedt et al., 2020).

2.1.6 Moderaterna

Moderaterna Samlingspartiet, oftast berre kalla Moderaterna, vart stifta i 1904 under namnet «Allmänna Valmansförbundet» (AVF) (Tvedt, 2019b). AVF var, i likskap med Høgre og Venstre i Noreg og Danmark, resultatet av ei formalisering av allereie etablerte politiske grupperingar i nasjonalforsamlinga, og ikkje uttrykk for noko ny politisk rørsle. Grunnleggjarane av forbundet var skeptiske til liberale reformer som likestilling, allmenn stemmerett og parlamentarisme, og såg difor på denne organiseringa som ein måte å demme opp for venstresida si mobilisering på desse områda (Nilsson, 2010).

Då leiar Arvid Lindman vart statsminister i 1906, tok det likevel ikkje lang tid før ei stemmerettsreform, om enn med visse modifikasjonar, vart gjennomført i Sverige (ibid.). Lindman skulle syne seg å verte ein viktig figur i historia til det som seinare skulle bli Moderaterna, då han først og fremst, som leiar for AVF, var statsminister i to periodar, frå 1906 til 1911 og frå 1928 til 1930, før han i 1935 var ein av hovudaktørane bak namnebyttet til Högern (Giverholt, 2009). Sjølv om Högern deltok i samlingsregjeringa under andre verdskrig, sleit partiet med å markere seg både før, under og etter verdskrigen.

1952 skifta partiet difor namn til Högerpartiet, og under Jarl Hjalmarsons leiing vart ein meir moderne høgrepolitikk utforma (Nilsson, 2010). Til å byrje med gav dette framgang, men lukka snudde derimot raskt, og mot slutten av 1960-talet var partiet nesten svunne vekk. Spesielt problematisk for opinionen var Högerpartiets initiativ til å bevege Sverige vekk ifrå den tradisjonelle nøytralitetspolitikken, samt at partinamnet gav assosiasjonar til 30- og 40-

åras fascistiske rørsler. Nok eit namnebyte var såleis nødvendig, og i 1969 vart Högerpartiet til det ein kjenner det som i dag, nemleg Moderaterna Samlingspartiet (ibid.).

Namnebytet vart tydelegvis ein suksess, då partiet etter kvart blei det største partiet på borgarleg side (ibid.), og deltok i to ulike regjeringskoalisjonar på slutten av 1970-talet (Tvedt, 2019b). Moderaternas positive utvikling skulle sidan akselerere endå meir, då Carl Bildt vart partileiar i 1986. Han tok eit vidare oppgjær med nøytralitetspolitikken til Sverige, noko som gav auka oppslutnad, ettersom opinionen bekymra seg for Sovjetunionens nærvær og ubåtaktivitet i svensk farvatn (Nilsson, 2010). Moderaterna tente mange stemmer på si fornying, og fekk heile 22 prosent ved valet i 1991. Dette gjorde at Bildt vart partiet sin første statsminister sidan Lindman i 1930 (Tvedt, 2019b).

Sjølv om Moderaterna fekk tilsvarande oppslutnad ved neste val, måtte Bildt likevel gi ifrå seg statsministerposten ettersom samarbeidspartia gjekk tilbake. Dei andre borgarlege partia øydela også i 1998, då Moderaterna, nok ein gong, gjorde eit godt val. Året etter trakk Bildt seg som partileiar, og vart etterfølgt av Bo Lundgren (Tvedt, 2019b). Lundgrens første val, i 2002, vart ein katastrofe, då Moderaterna gjorde sitt dårlegaste val sidan 1932, og mista nesten ein tredjedel av stemmene. Lundgren vart difor erstatta av Fredrik Reinfeldt (Syvertsen, 2006), som, saman med dei andre borgarlege partia, danna «Allians för Sverige», for å gi veljarane eit tydelegare bilete av det borgarlege regjeringsalternativet i forkant av valet i 2006.

Dette skulle syne seg å verte vellukka, då Moderaterna fekk heile 26,2 prosent av stemmene, og Reinfeldt vart statsminister for ei borgarleg regjering (Jarlsrud, 2013). Regjeringa fekk fornya tillit i 2010, men, trass i at Moderaterna fekk heile 30,1 prosent av stemmene, hadde ikkje regjeringa det same mandatet, ettersom SDs inntog i Riksdagen, i praksis, hadde gjort Reinfeldts mindretalsregjering avhengig av det høgrepopulistiske partiet si implisitte støtte. Ved det neste valet, i 2014, fekk partiet berre 23,2 prosent av stemmene (Garvik, 2018). Sjølv om dette var eit resultat Moderaterna, historisk sett, kunne vere fornøgd med, var dette, sett i lys av dei siste ti åra, ein nedtur.

Etter valet trakk Reinfeldt seg som leiar, og vart erstatta av Anna Kinberg Batra, som skulle syne seg å verte ein kontroversiell leiar. Etter å ha teke til orde for å samarbeide med SD, vart ho nemleg pressa ut av partiet i 2017 (Bjerkan & Husøy, 2017), og erstatta av Ulf Kristersson,

partiet sin noverande leiar. Hans første val i 2018 vart ikkje noko suksess, då Moderaterna berre fekk ei oppslutnad på 19,8 prosent. Likevel var ikkje regjeringsutfallet gitt, ettersom SD, som ingen ville samarbeide med, tok ein så stor del av mandata. Kristersson prøvde difor å danne ei mindretalsregjering med Kristendemokraterna, men vart nedstemt i Riksdagen. Moderaterna har sidan vore i opposisjon til Stefan Löfvens regjering (Berglöff & Takvam, 2018).

3.0 Teoretisk rammeverk

I dette kapitlet vil det teoretiske rammeverket bli greia ut. Først vil kva som meinast med populisme og høgrepopulisme verte drøfta, der sentrale forskingsbidrag vert presentert. Dette leiår fram til analyseskjemaet, der dei viktigaste punkta frå litteraturen om populisme og høgrepopulisme til saman dannar grunnlaget for korleis Facebook-innlegga i analysen vert koda. Til slutt, vil dette kapitlet ha ein litteraturgjennomgang av tidlegare forskning på politisk kommunikasjon, høgrepopulisme og sosiale medium.

3.1 Populisme

For å kunne utforske dei to hypotesane og svare på problemstillinga, lyt først og fremst omgrepet populisme definerast, og dernest den meir spesifikke forma for populisme, nemleg høgrepopulisme. Cas Mudde (2004) definerer førstnemnde som ein ideologi som deler samfunnet inn i to samfunnsgrupper: «Folket» og «den korruperte eliten». Desse to samfunnsgruppene står i eit antagonistisk motsetnadsforhold, der «den korruperte eliten», ifølgje populistane, styrer samfunnet i strid med «folkeviljen». Såleis ser populistane på seg sjølve som representantar for «folket», og populisme vert difor kjenneteikna av ein evig kritikk av samfunnets elite. Populisme står, ifølgje Mudde, i opposisjon til omgrepet pluralisme, som, i motsetnad til populisme, anerkjenner at samfunnet innehar fleire forskjellige samfunnsgrupper (Mudde, 2004).

Dette er noko Margaret Canovan (1999) også vektlegg i sin definisjon. I tillegg hevdar ho at populisme vert kjenneteikna av ein spesifikk form for politisk kommunikasjon. Denne forma for politisk kommunikasjon gir inntrykk av å vere demokratisk ved at dei aktuelle politikarane hevdar å vere representantar for «folket». Ifølgje Canovan, er dette i realiteten ei kommunikasjonsform som dreg nytte av å spele på misnøye og mistillit mot autoritetar i befolkninga. «Folket», som populistane referer til, inneberer også at enkelte grupper vert ekskludert. Avhengig av kva ideologisk retning den aktuelle populismen tek, kan dette vere innvandrarar, innbyggjarar av anna etnisitet enn fleirtalet, intellektuelle, osv. Her peikar Canovan også på at det er viktig å skilje mellom populistisk retorikk og politikarar som nyttar ein direkte og enkel kommunikasjonsform. Det siste er nemleg ikkje populisme, med mindre

vedkommande også er førebudd på å tilby «political analyses and proposed solutions that are also simple and direct» (Canovan, 1999).

Denne vektlegging av populisme som ei kommunikasjonsform, er noko Mudde (2004) er usamd i. Han vedgår at enkel og direkte retorikk er ein viktig del av populisme, men, i motsetnad til Canovan, tykkjer ikkje han at dette er noko som er med på å definere omgrepet. Uavhengig av om denne kommunikasjonsforma er populisme i seg sjølv, eller ikkje (Mudde, 2004), er det likevel, med utgangspunkt denne oppgåva sitt føremål, viktig å forstå kva dette inneberer. I så måte, er Jagers og Walgrave (2007) eit interessant bidrag. Dei er samde med Canovan i vektlegginga av populistisk kommunikasjon i defineringa av populisme. Faktisk, så reknar dei populisme for å ikkje vere ein ideologi, men heller ein kommunikasjonsstil. Altså definerer dei omgrepet som «a political communication style of political actors that refers to the people» (Jagers & Walgrave, 2007). Referansane til «folket» kan ta mange former, og knytast opp mot alle slags politiske saker. Dette er populisme i si «tynnaste» form. Det er når referansar til «folket» vert knytt opp mot kritikk av elitane eller eksklusjon av spesifikke grupper, at ein, ifølgje Jagers og Walgrave, kan byrje å snakke om «tjukk» populisme (ibid.). Dette er noko som leiar vidare inn på defineringa av høgpopulisme.

3.2 Høgpopulisme

Høgpopulisme er eit omgrep som vert omtala på mange måtar. Nokre forskarar reknar høgpopulistiske parti for å vere radikale (Bale et al., 2010; Betz, 1993; de Lange, 2007; Jungar & Jupskås, 2014; Mudde, 2007), medan andre reknar dei for å vere ekstreme (Carter, 2005; Golder, 2003; Jagers & Walgrave, 2007). Andre igjen, reknar høgpopulistiske parti for å vere «far-right» (Golder, 2016; Lazaridis & Tsagkroni, 2015; Niklasson & Hølleland, 2018). Kva som er forskjellane på desse ulike terminologiane er ikkje alltid enkelt å forstå, og det vert, om mogleg, endå meir forvirrande når dei ulike omgrepa vert nytta i analysar av dei same partia. Til dømes analyserer både de Lange (2007) og Jagers og Walgrave (2007) det belgiske partiet «Vlaams Blok». Hjå de Lange (2007) vert partiet omtala som «radical right», medan det hjå Walgrave (2007) vert omtala som «extreme-right» (de Lange, 2007; Jagers & Walgrave, 2007). Eit anna eksempel er artikkane til Jungar og Jupskås (2014) og Lazaridis og Tsagkroni (2015) som begge tek for seg dei høgpopulistiske partia i Norden. Jungar og Jupskås (2014) kallar desse partia radikale, medan dei hjå Lazaridis og Tsagkroni vert omtala

som «far-right» (Jungar & Jupskås, 2014; Lazaridis & Tsagkroni, 2015). Denne ulike bruken av terminologi er både interessant og forvirrende, og krev ei nærare utgreiing.

I den samanheng, er det verdt å sjå nærare på artiklane til Matt Golder. Han er nemleg eit eksempel på ein forskar som både nyttar omgrepet «extreme» (Golder, 2003) og «far-right» (Golder, 2016). I tillegg diskuterer Golder, i den nyaste artikkelen, forskjellane mellom «radical» og «extreme». Forutan å vere eit eksempel på korleis dei ulike omgrepa til og med kan variere frå artikkel til artikkel hjå den same forskaren, lanserer altså Golder (2016) eit forslag til korleis ein kan skilje og anvende dei ulike terminologiane. I hans drøfting av forskjellane mellom «radical» og «extreme», kan ein nemleg forstå det som at han tolkar «far-right» for å vere eit samleomgrep for dei to andre omgrepa, altså at både radikale høgrepparti og ekstreme høgrepparti går under gruppa «far-right». Vidare syner Golder (2016) til korleis den tyske staten skil mellom ekstreme og radikale parti. I Tyskland vert nemleg ekstreme parti definert som «parties that are antidemocratic and should be banned», medan radikale parti vert omtala som «parties that merely question key aspects of the constitutional order and should be tolerated» (Golder, 2016).

Sjølv om dette lyt seiast å vere ei logisk og intuitiv forklaring på forskjellane mellom «radical» og «extreme», vert ikkje omgrepsforvirringa klarna opp av den grunn. Også innanfor same omgrep oppstår det nemleg variantar og nyansar. Både Mudde (2007) og Betz (1993) inkluderer, til dømes, populismeaspektet i sine omtalar av høgrepopulisme, og utvidar omgrepet til «radical populist right» (Betz, 1993; Mudde, 2007), i motsetnad til berre «radical right». Betz (1993) grunnjev sin omgrepsbruk med at høgrepopulistiske parti, eller «radical right-wing populist parties», som Betz omtalar dei, er radikale «in their rejection of the established sociocultural and sociopolitical system and their advocacy of individual achievement, a free marketplace, and a drastic reduction of the role of the state», medan dei er høgrevridde i sin negativitet til sosial og individuell likskap med motstanden mot sosial integrering og sin appell til framandfrykt. Populismedelen av omgrepet, er, ifølgje Betz (1993), høgrepopulistiske partis bruk av angst og elitekritikk for å appellere til «the common man and his allegedly superior common sense» (ibid.).

Ettersom det, i denne oppgåva, er omgrepet «høgrepopulisme» som vil verte nytta, er denne inkluderinga av populisme i Betz (1993) og Mudde (2007) sin terminologi viktig. Såleis leier dette tilbake til definisjonane som vart presentert om populisme ovanfor. Både Mudde (2004)

og Canovan (1999) legg nemleg vekt på at populisme er ein tynn ideologi. Med det meiner dei at kjernen av ideologien, det antagonistiske forholdet mellom «folket» og «den korrupte eliten», enkelt kan koplast opp mot andre ideologiar, som til dømes kommunisme, sosialisme og nasjonalisme (Canovan, 1999; Mudde, 2004). I den samanheng er Herbert Kitschelt (2007) sin artikkel verdt å sjå nærare på. For å skilje høgrepopulistiske parti frå andre parti, tek han utgangspunkt i Elizabeth Carters (2005) tre kriterier: «...whether parties are (1) nationalist in a xenophobic way, (2) racist or at least culturally conformist, and (3) reject democracy or at least call for its institutional modification» (Kitschelt, 2007). I tillegg hevdar Kitschelt at ikkje alle kriteria treng å vere oppfylt for å verte omtala som høgrepopulistisk. Ifølgje han, er det rett og slett nok å anten vere motstandar av demokratiet eller å jobbe mot innvandring og for eit sosiokulturelt homogent samfunn (ibid.).

Det er det eine kriteriet, haldninga til sosiostrukturelle spørsmål, som då gjerne er rasistisk eller prega av framandfrykt (ibid.), som, ifølgje Jungar og Jupskås (2014), først og fremst vert knytt til det ein reknar som høgrepopulisme. Dei hevdar at høgrepopulistar har ei autoritær haldning til sosiokulturelle spørsmål, noko som inneberer ei ekskluderande form for nasjonalisme, der staten skal vere så kulturell og etnisk homogen som mogleg. Dette betyr at høgrepopulistane ofte er innvandringskritiske og motstandarar av eit multikulturelt samfunn. Samstundes medfører den autoritære delen av haldninga at høgrepopulistane er tilhengjarar av eit strengare samfunn, der dei ofte er for ei sterkare militærmakt, strengare lover og straffar, tradisjonelle familieverdiar og gjerne er motstandarar av likestilling og homofiles rettar (Jungar & Jupskås, 2014). Denne autoritære haldninga leiar inn på endå ein omgrepsvariant i forskingslitteraturen, nemleg Norris og Ingleharts (2019) omgrep «authoritarian-populist» (Norris & Inglehart, 2019a). Ved første augekast kan introduksjonen av endå eit omgrep verke forvirrande, men ser ein dette omgrepet i lys av Jungar og Jupskås (2014) si vektlegging av autoritære haldningar, kan dette faktisk gjere det enklare å forstå kva høgrepopulisme eigentleg er.

I likskap med Jungar og Jupskås' (2014) analyse, inngår nemleg dei høgrepopulistiske partia i Norden i Norris og Ingleharts (2019) analyse. Sjølv om desse to analysane altså nyttar ulike omgrep, er det difor openbert at begge analyserer det same fenomenet. Samstundes tydeleggjer Norris og Inglehart (2019) sin omgrepsbruk kor viktig authoritarianisme er for å forstå høgrepopulisme. Innbyggjarar med autoritære verdiar verdset, ifølgje dei, viktigheita av kollektiv sikkerheit over individuell fridom. Denne viktigheita av kollektiv sikkerheit

medfører også at individ med slike haldningar gjerne er skeptiske til folk «utanfrå», som då ofte er av anna etnisitet. Dette gjer at ein kan skilje dei med autoritære verdiar frå andre, ved at dei er «more social conservative, nationalistic, intolerant of deviance and out-groups, and politically right-wing, preferring strict laws and rules, and supporting tough punitive social control and authority» (Norris & Inglehart, 2019b). Med andre ord, legg altså Norris og Inglehart (2019) vekt på mykje av det same som Jungar og Jupskås (2014) gjer i sin definisjon av høgrepopulisme, trass i den forskjellige omgrepsbruken. Likevel er det ikkje slik at dette berre er endå eit eksempel på ein omgrepsvariant.

Norris og Ingleharts (2019) vektlegging av autoritære verdiar fører i staden inn på ein debatt omkring høgrepopulistiske partis tilhøyrigheit til høgresida i politikken. Returnerer ein til Betz (1993) si vektlegging av at høgrepopulistiske parti ynskjer ein fri marknad og ein drastisk reduksjon av statlege inngrep, er dette nemleg noko som vert utfordra av nyare definisjonar av omgrepet. Dette lyt nærare bestemt seiast å vere ei haldning som høyrer heime på høgresida av den tradisjonelle økonomiske skalaen, som ofte vert nytta til å klassifisere politiske parti. Ifølgje Jungar og Jupskås (2014), er det ikkje lenger ei sjølvfølge at høgrepopulistiske parti høyrer til på høgresida av denne skalaen. Etter deira syn, har nemleg desse partia bevega seg mot venstre dei siste åra, der dei har teke ein meir sentrumsnær haldning til økonomisk politikk ved at dei ynskjer seg ein sterk velferdsstat. Samstundes har desse partia bevart sin opposisjon mot høge skattar, noko som gjer at Jungar og Jupskås (2014) lanserer omgrepet «right-wing egalitarianism» (Jungar & Jupskås, 2014).

Som Jungar og Jupskås (2014) understrekar, er dette ei nærmast paradoksal haldning. Ein sterk velferdsstat er nemleg avhengig av finansiering, og høge skattar har, tradisjonelt, vore ei sentral kjelde til dette. I den samanheng er det interessant å sjå på Andersen og Bjørklunds (1990) omgrep «welfare [state] chauvinism». Dette kan omsetjast til «velferdssjåvinisme», og dreier seg om ei haldning til at velferdsgodar berre skal fordelast til «oss sjølve» (Andersen & Bjørklund, 1990). Meir presist, kan ein seie at det dreier seg om ei haldning til at velferdsgodar skal fordelast etter kven som «fortener» det, og ikkje «sløst» på andre (Häusermann & Kriesi, 2015). Høgrepopulistiske partis oppfatning av kven som fortener å få velferdsgodar er ofte grunna i kulturelle haldningar, der nasjonalitet og etnisitet spelar viktige roller. Etter deira syn, burde nemleg velferdsgodane fordelast til «deserving natives» (Schumacher & van Kersbergen, 2016). Altså er dette ei haldning som er tett knytt opp til det

Betz (1993) definerer som det høgrevridde ved høgrepopulistiske parti, nemleg at dei er kritiske til sosial integrering og likskap (Betz, 1993).

Kitschelt (2007), på si side, fastheld at høgrepopulistiske parti har meir til felles med høgresida av den økonomiske skalaen, men vedgår at desse partia har bevega seg meir mot sentrum, då høgrepopulistiske parti også kan vere suksessfulle med ein sentrum/høgreposisjon. Dette skil seg frå hans tidlegare påstandar om korleis suksessfulle høgrepopulistiske parti burde ta ei neoliberal haldning til økonomiske spørsmål (Kitschelt, 2007). De Lange (2007) testar påstandane til Kitschelt, og konkluderer også med at høgrepopulistiske parti har teke ein meir sentrumsnær posisjon til desse spørsmåla enn dei tidlegare har hatt (de Lange, 2007). Häusermann og Kriesi (2015) argumenterer, i den samanheng, at ein ikkje kan hevdast å vere venstrevridd eller sentrumsnær på den økonomiske skalaen dersom ein tek til orde for velferdssjåvinisme. Etter deira syn er ikkje velferdssjåvinistane sitt argument om at velferdsstaten berre skal gjelde for ei viss gruppe av befolkninga, noko som kan samanliknast med venstresida sin «velferdssjenerøsitet». I så måte handlar ikkje lenger den økonomiske skiljelinja om kor mykje staten skal involverast, men om korleis staten skal involvere seg, og til kven staten si involvering skal gjelde (Häusermann & Kriesi, 2015).

Denne usemja om kvar høgrepopulistiske parti skal plasserast på den økonomiske skalaen, kan tolkast som at merkelappane «right» og «høgre» om høgrepopulistiske parti ikkje nødvendigvis handlar om desse partia si økonomiske tilhøyrighet. Ifølgje Golder (2016), er nemleg ikkje neoliberale økonomiske haldningar «a defining characteristic of far right parties». Det som i staden er felles for desse partia, er deira tilhøyrighet til autoritarianisme (Golder, 2016). Såleis kan ein tenkje seg at høgrepopulistiske partis tilhøyrighet til høgresida heller handlar om sosiokulturelle haldningar. I den samanheng, er Scott C. Flanagans argument om ein ny politisk akse, den autoritær-libertarianske, verdt å nemne. Denne aksen har ikkje det same sosioøkonomiske utgangspunktet som den tradisjonelle høgre-venstre-aksen, men er heller basert på sosiokulturelle verdiar. Det er på denne aksen ein, ifølgje Flanagan, kan skilje mellom «the New Right» og «the New Left», der «det nye høgre» har autoritære verdiar, medan «det nye venstre» har libertarianske verdiar (Inglehart & Flanagan, 1987). Ein kan difor seie at høgrepopulistane si tilhøyrighet til høgresida ikkje nødvendigvis handlar om deira økonomiske preferansar, men heller om deira autoritære prioriteringar.

Vidare er det ikkje slik at alle parti med autoritære haldningar er høgrepopulistiske, for som Norris og Inglehart understrekar, er ikkje alle populistar autoritære, og ikkje alle autoritære parti populistiske, men «the combination often occurs» (Norris & Inglehart, 2019b). Det er når denne kombinasjonen faktisk oppstår, at det er snakk om høgrepopulisme. Samanfatta, kan ein difor seie at høgrepopulisme er authoritarianisme kombinert med populisme, slik som Norris og Inglehart (2019) omgrep tydeleggjorde ovanfor. Denne oppgåva vil difor ta utgangspunkt i denne kombinasjonen, der Jungar og Jupskås (2014) og Norris og Inglehart (2019b) si forståing av høgrepopulistane si autoritære haldning til sosiokulturelle spørsmål vil verte kombinert med Mudde (2004) og Canovans (1999) definisjonar av populisme. I tillegg vil også eit økonomisk kjenneteikn av høgrepopulismen koplatt på, der Häusermann og Kriesi (2015) sin definisjon av velferdssjåvinisme vil utgjere ein sentral del. For å analysere høgrepopulistiske utspel hjå dei aktuelle analyseiningane, vil ei kodebok, med utgangspunkt i desse definisjonane, bli utforma. Dette vil verte nærare operasjonalisert i kapittel 4.6, men analyseskjemaet vert sjåande slik ut:

Tabell 1: Analyseskjema

Kjenneteikn	Høgrepopulistisk	Konservativt, ikkje-populistisk
Vertikalt samfunnssyn	<i>Elitekritisk. Dualistisk syn. Eit antagonistisk motsetnadsforhold mellom «folket» og «eliten». Ser på eliten som korrupt.</i>	Pluralistisk, <i>ikkje-elitekritisk. Anerkjenner at det er fleire samfunnsgrupper, og meiner ikkje at samfunnet er skilt mellom «folket» og «eliten»</i>
Horisontalt samfunnssyn	<i>Kritisk til ut-grupper. Dualistisk syn. Eit antagonistisk motsetnadsforhold mellom «folket», som er personar av eit spesifikt etnisk kjenneteikn, og «ut-grupper», som er innvandrarak eller folk med</i>	Pluralistisk. Anerkjenner at det er fleire samfunnsgrupper.

	andre etniske kjenneteikn enn majoriteten i staten	
Kommunikasjonsform	<i>Populistisk retorikk.</i> Direkte og enkel kommunikasjonsform knytt opp mot løysingar som også er enkle og lettvinde. Spelar gjerne på framandfrykt, angst og kritikk av anten «eliten» eller «ut-grupper» for å appellere til «folket».	Kan også ha ei direkte og enkel kommunikasjonsform, men utan å knytte det opp mot lettvinde løysingar.
Demokratisyn	<i>Skeptisk til demokratiet.</i> Set spørjeteikn ved viktige moment ved det representative demokratiet, og er gjerne tilhengjarar av direkte demokrati. Kan likevel ikkje verte sett på som motstandarar av demokratiet.	Positivt, lite å utsetje på demokratiet.
Syn på statleg kontroll	<i>Radikal liberalisering.</i> Tilhengjarar av ein drastisk reduksjon av staten sin kontroll. Individuell fridom.	Vil ha meir privatisering og mindre statleg kontroll, men utan å ta til orde for drastiske endringar. Individuell fridom.
Innvandring	<i>Innvandringsfiendtleighet.</i> Veldig kritisk til innvandring, og spelar på framandfrykt for å argumentere for sitt syn. Dette heng saman med det horisontale samfunnssynet. Føreslår drastiske grep.	Gjerne for ein meir restriktiv innvandringspolitikk enn det til dømes sentrum-venstreparti er, men føreslår ikkje radikale grep for å gjere noko med det, og spelar heller ikkje, i særleg stor grad, på framandfrykt

		for å få støtte for sitt synspunkt.
Lover og reglar	<i>Autoritarianisme.</i> Rasistisk eller kulturelt konformistisk. Autoritær haldning, ynskjer strengare lover og reglar. Kollektiv sikkerheit prioritert over individuell fridom.	Sosialt konservativt, men inga tilhøyrande autoritær haldning.
Økonomisk politikk	<i>Velferdssjåvinisme.</i> Ofte tilhengjarar av økonomisk liberalisme og ein sterk velferdsstat på same tid.	Liberal. Mindre inngripande velferdsstat.

3.3 Litteraturgjennomgang – Høgrepopulisme og sosiale medium

I dette avsnittet vil ein litteraturgjennomgang av relevante forskingsbidrag på høgrepopulisme og sosiale medium verte diskutert. Etersom føremålet med denne oppgåva er å analysere høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium, er dette såleis noko som inngår i studiet av politisk kommunikasjon. I den samanheng er det nødvendig med ei nærare forståing av kva som er politisk kommunikasjon, og korleis dette har utvikla seg. Første del av litteraturgjennomgangen vil difor ta føre seg studiet av politisk kommunikasjon, før politisk kommunikasjon på sosiale medium, generelt og, til slutt, høgrepopulisme og sosiale medium, spesifikt, vil verte diskutert.

3.3.1 Studiet av politisk kommunikasjon

Politisk kommunikasjon kan, naturleg nok, seiast å handle om politikk. Meir presist, er denne kommunikasjonen om politikk målretta, med ein intensjon om å påverke samfunnet i retning av sine føretrekte verdiar og interesser (Ihlen et al., 2015; McNair, 2011, s. 4). Kven som deltek i denne kommunikasjonen kan, grovt sett, seiast å vere politiske aktørar, media og

veljarar (McLeod et al., 2002, s. 217; Strömbäck et al., 2008). Kor mykje desse aktørane er involvert og korleis desse aktørane interagerer med kvarandre, er noko som har endra seg med tida. Spesielt dei siste åra, med internettet og sosiale mediums framvekst, er dette noko som har vorte drastisk forandra (Flew & Iosifidis, 2020; Gibson & McAllister, 2015; Jacobs & Spierings, 2016; Klinger & Svensson, 2015).

Dette er noko Jay G. Blumler og Dennis Kavanagh, i sin artikkel «The Third Age of Political Communication», spådde allereie i 1999. Som tittelen tilseier, argumenterte forfatarane her for at samfunnet var på veg inn i ein tredje tidsalder innanfor politisk kommunikasjon. Internettet si massespreiing av måtar å kommunisere på, samt media sitt nærvær 24 timar i døgnet, ville, ifølgje dei, gjere politikarars kvardag sær utfordrande, ettersom dei konstant ville verte haldne ansvarlege for sjølv den minste ting. Såleis ville dette stå i sterk kontrast til dei første to tiåra etter andre verdskrig, som Blumler og Kavanagh kalla «the golden age of parties», der samfunnet var prega av høg politisk tillit og folk, stort sett, stemte på det same partiet heile tida. I tillegg hadde aviser og radio gjerne partipolitisk tilhøyrighet, og var sjeldan kritiske til politikarane sine politiske budskap. Difor vart kommunikasjonsflyten på denne tida tilnærma einseitig, der politikarane sjølve kunne setje agendaen (Blumler & Kavanagh, 1999).

Sidan skulle dette, ifølgje Blumler og Kavanagh, endre seg, då fjernsynet tok over som det dominerande mediumet for politisk kommunikasjon på 1960-talet. Gjennom fjernsynet vart politikarane sine synspunkt i større grad utfordra, og det vart vanskelegare for dei å setje agendaen. Samstundes gjorde den synkande partiloyaliteten at folk gjerne var meir skeptiske til dei politiske budskapa dei fekk presentert. Såleis vart denne andre kommunikasjonsperioden kjenneteikna av meir interaksjon mellom dei ulike aktørane innanfor politisk kommunikasjon. Samstundes var kommunikasjonen ganske så oversiktleg, i motsetnad til kva som skulle syne seg å vere tilfellet i «The third age of political communication». Denne perioden skulle verte noko heilt nytt. Blant anna hevda Blumler og Kavanagh at internett ville gjere det mogleg for folk å dele sine eigne meiningar, og ikkje berre vere mottakar av politikarars kommunikasjon (ibid.). Sett i lys av seinare forskning, skulle dette syne seg å vere ein treffande påstand.

Det Blumler og Kavanagh ikkje kunne vite, ettersom artikkelen vart publisert så tidleg som i 1999, var kor relevant og utbreidd dette etter kvart skulle verte. I etterkant utvikla nemleg

sosiale medium seg som ei ny plattform for politisk kommunikasjon. Denne nye plattformen gjorde det endå enklare for folk å kome i kontakt med både kvarandre og politiske aktørar, og vert i forskingslitteraturen gjerne omtala som «Web 2.0» (Arora, 2012; Cogburn & Espinoza-Vasquez, 2011; Gibson & McAllister, 2015; Klinger & Svensson, 2015). Der Blumler og Kavanagh (1999) spådde at massemedia si makt i den tredje tidsalderen for politisk kommunikasjon kunne føre til at «politicians and their advisers may be driven to seek less mediated lines of access to the electorate», er det nettopp dette som har vorte særskilt aktuelt og mogleggjort med framveksten av dette «nye» internettet. Dette har ført til at fleire forskarar, deriblant Blumler sjølv, har utfordra tanken om at det berre er tre kommunikasjonsperiodar, og at sosiale medium såleis har ført samfunnet inn i ein fjerde tidsalder for politisk kommunikasjon (Blumler, 2016; Magin et al., 2017; Mazzoleni et al., 2016, s. xxx; Roemmele & Gibson, 2020; Strömbäck et al., 2008).

Denne fjerde tidsalderen for politisk kommunikasjon inneheld, ifølgje Blumler (2013), nokre av dei same kjenneteikna som den tredje tidsalderen, berre endå meir forsterka. Sett med denne oppgåva sine auge, er hans utgreiing om korleis medialiseringa av politikken, altså at politiske aktørar lyt tilpasse sine politiske budskap etter massemedia sine rammer, format og krav, også er aktuell i denne kommunikasjonsperioden, spesielt interessant. Her diskuterer nemleg Blumler korleis denne medialiseringa fungerer i samspel med sosiale medium, og lanserer ein interessant tanke om korleis politikarar kan vere tilbøyelege til å «ride a two-horse chairot», der dei, på sosiale medium, kan lansere ufiltrerte politiske budskap, medan dei, for å sørge for publisitet også hjå massemedia, i tillegg presenterer politiske budskap innanfor massemedia sine rammer (Blumler, 2016, s. 24–25). Knytt opp mot Albertazzi og McDonnells (2005) påstand om korleis høgrepopulistiske parti kan nytte ein «one foot in and one foot out»-strategi, er dette noko som vidare forsterkar grunnlaget om å utforske høgrepopulistiske partis kommunikasjon på sosiale medium.

3.3.2 Sosiale medium og politisk kommunikasjon

Basert på dette, kan ein nemleg tenkje seg at ein, i mindre grad, vil verte kritisert for eventuelle populistiske utspel på sosiale medium, og at ein, såleis, kan nytte denne arenaen til å nå ut til eit anna publikum enn ein gjer gjennom dei kontrollerte massemedia. Dette, samt veljarane si moglegheit til å uttrykkje sine meiningar, er noko som er særlege for denne

kommunikasjonsperioden, og som gjer den mykje meir kompleks og samansett enn dei andre periodane (ibid.). Her trekk Blumler inn Chadwick (2013), som hevdar at dagens samfunn er prega av eit hybrid mediesamfunn, der tradisjonelle medium og sosiale mediums samspel til saman skapar eit uoversiktleg kommunikasjonssamfunn. Etter Chadwicks bok om temaet i 2013 (Chadwick, 2013), er dette noko som har fått auka merksemd i forskingslitteraturen (Engesser et al., 2016; Vaccari et al., 2015; Zhang et al., 2018).

Her vert det, mellom anna, hevda at dei gamle medielogikkane vert utfordra av sosiale mediums framvekst, medan andre studiar undersøker korleis logikkane frå gamle massemedium vert overført til sosiale medium (Klinger & Svensson, 2015, 2016). Ein av desse medielogikkane er agendasetjing, som dreier seg om korleis ein kan påverke kva politiske saker som får merksemd og publisitet. Tradisjonelt har agendasetjingsmakta vore hjå dei etablerte massemedia, som sjølve kan bestemme kva dei ynskjer å fokusere på. I forskinga på sosiale mediums påverknad på politisk kommunikasjon, er det fleire som undersøker om denne makta har vorte endra, der sosiale medium, i større grad, kan påverke kva saker som får merksemd og publisitet (Conway et al., 2015; de Vreese et al., 2018; Feezell, 2018; Neuman et al., 2014; Salman et al., 2016).

To artiklar som utforskar dette, er Skogerbø og Krumsvik (2015) og Seethaler og Melischek (2019). Det som er interessant, i så måte, er at dei kjem til forskjellige konklusjonar. Seethaler og Melischek (2019) analyserer agendasetjing i Austerrike, og konkluderer med at politiske partis bruk av Twitter, i stor grad, har auka deira påverknad på massemedia si agendasetjing. Samstundes finn dei også at massemedia har lite å seie for agendasetjinga på Twitter, der partia sjølve kan setje agendaen, med unntak av partileiarane som ofte følgjer massemedia sine saker (Seethaler & Melischek, 2019). Skogerbø og Krumsvik (2015) på si side, tek utgangspunkt i ein norsk kontekst, og inkluderer også Facebook i sin analyse. Dei kjem, i motsetnad til Seethaler og Melischek, til den konklusjonen at politikarars aktivitet på sosiale medium hadde lite å seie for agendasetjinga hjå norske massemedium. Samstundes, i samband med dette, påpeikar Skogerbø og Krumsvik noko som er interessant for denne oppgåva sitt føremål, då dei hevdar at sosiale medium «may be more important as communication channels directly with the voters» (Skogerbø & Krumsvik, 2015, s. 9).

Dette leiar inn på Bennett og Segerberg (2012), og deira omgrep «personal action frame», som handlar om korleis sosiale medium legg til rette for at ein kan appellere til enkeltindivid

gjennom personleg tilpassa informasjon. Logikken i dette, er at ulike individ kanskje har same overordna mål, men at motivasjonen bak desse måla kan vere av heilt forskjellige grunnar. Ser ein dette i motsetnad til massemedia sine tolkingsrammer, som er meir generelle, kan ein tenkje seg at ein, ved å nytte slike personleg tilpassa tolkingsrammer, kan mobilisere endå fleire veljarar enn tidlegare (Bennett & Segerberg, 2012). I så måte, kan riktig bruk av sosiale medium vere avgjerande for å vippe eit politisk val i sin favør. Etter at Barack Obama vann presidentvalet i USA i 2008 etter ein omfattande bruk av sosiale medium, er dette nemleg noko som har vorte eit stort fokusområde i den amerikanske forskingslitteraturen (Carlisle & Patton, 2013; Cogburn & Espinoza-Vasquez, 2011; Gerodimos & Justinussen, 2015). Dette fokuset vart sjølv sagt forsterka etter valet i 2016, då Donald Trump, med sin etter kvart så velkjente bruk av Twitter, vart valt til president (Enli, 2017; Gerbaudo, 2018; Groshek & Koc-Michalska, 2017).

3.3.3 Populisme og sosiale medium

Trump's vellukka veg til makta gjennom ein ekstensiv bruk av Twitter gjorde også sitt til at det vart eit ekstra fokus på forholdet mellom populisme og sosiale medium, ettersom Trump gjerne vert rekna for å vere populistisk. Såleis har det sidan vorte meir og meir litteratur som tek føre seg forholdet mellom populisme og sosiale medium (Boulianne et al., 2020; Engesser et al., 2016, 2017; Gil de Zúñiga et al., 2020; Groshek & Koc-Michalska, 2017; Jacobs et al., 2020; Jacobs & Spierings, 2019). Her har det vorte hevda at sosiale mediums enkle og direkte form er noko som passar populistars retorikk særst godt (Engesser et al., 2016), der sjølve kulturen på sosiale medium etter kvart har vorte kjend for sin kritikk mot elitar og autoritetar (Gerbaudo, 2018). Likevel er ikkje påstanden om at populisme og sosiale medium passar godt saman, noko nytt i den forstand.

Allereie i 1998 diskuterte nemleg Bruce Bimber påstandar om det nære forholdet mellom populisme og internett. Framveksten av «the Net», som han kalla det, ville utvide innbyggjarane sin tilgang til politisk informasjon og mogleggjere nye former for interaksjon. Ifølgje Bimber, hevda fleire at dette ville føre til auka populisme, ettersom dei politiske elitane ville få mindre kontroll over informasjonsflyten. Bimber sjølv var ikkje heilt overtydd om denne påstanden (Bimber, 1998), men dette skulle likevel syne seg å verte eit diskusjonstema av aukande relevans i forskingslitteraturen. Dette vert reflektert i artikkelen til

Engesser et al. (2016) som, nesten tjue år seinare, tek opp tråden frå Bimbers diskusjon. Her ynskjer dei å undersøkje kva rolle sosiale medium har spelt i populismen sin auka oppslutnad dei siste tiåra, då dette, ifølgje dei, har vore eit relativt lite utforska forskingsområde. Såleis tek dei opp Bimbers diskusjon av internettet sin «unmediated» kommunikasjon mellom politikarar og veljarar, og hevdar denne nære kontakten med «folket» er noko som passar populistar godt (Engesser et al., 2016, s. 1113).

Sosiale medium har nemleg den fordelene, ifølgje Engesser et al., at ein ikkje, i like stor grad, treng å bekymre seg for journalistar og andre aktørars innblanding. Såleis kan ein gjennom sosiale medium uttrykkje seg meir fritt, og nytte eit sterkt språk og krass kritikk. Denne fordelene finst ikkje i dei gamle massemedia, der Engesser et al. hevdar at journalistar kan sjåast på som elitane sin forlenga arm, og at dei såleis vil ha insentiv til å tone ned eller kritisere populistiske ytringar. I den samanheng argumenterer Engesser et al. for at det er nærliggjande å anta at populistar vil søkje ein tosidig kommunikasjonsstrategi, der dei kommuniserer på ein måte gjennom massemedium og på ein annan måte gjennom sosiale medium. Sett i lys av denne oppgåva sitt føremål og saman med Blumlers (2013) tanke om korleis politikarar kan «ride a two-horse chairot», er dette ein interessant påstand. Denne påstanden vert vidare utforska i analysen til Engesser et al., der dei gjennomfører ein kvalitativ tekstanalyse av austerriske, sveitsiske, italienske og britiske politikarars innlegg på Facebook og Twitter (ibid.: s. 1110-1113).

Her finn Engesser et al. at populistiske budskap kjem i ei fragmentert form på sosiale medium, der dei typiske kjenneteikna på populisme kjem kvar for seg eller parvis. Sjølv om Engesser et al. vedgår at dette kan skuldast Twitters låge ordgrense, syner dei til at dette også er ein tendens på Facebook der det ikkje er noko restriksjonar på innlegga si lengd, og hevdar at dette er eit empirisk eksempel på populismen sin tynne ideologi (ibid.: s. 1122). Som forklaring på at politikarane lanserer populistiske budskap i ei fragmentert form, lanserer Engesser et al. tre ulike teoriar. Dei to første teoriane byggjer vidare på tanken om korleis dette er eit eksempel på populismen sin tynne ideologi, der Engesser et al. først foreslår at politikarane er ute etter å gjere det enklare for mottakarane å få med seg og forstå budskapet, før dei deretter trekk inn Bennett og Segerbergs (2012) «personal action frame» som den andre forklaringa (ibid.).

Populistiske budskap i ei fragmentert og uklar form, opnar nemleg opp for at kvar enkelt mottakar kan tolke og forstå budskapa etter si eiga tolkingsramme. Såleis hevdar Engesser et al. at denne fragmenteringa er ein bevisst strategi frå politikarane, og at dette også er eit eksempel på populismen sin tynne ideologi, der ulike veljarar kan appelleraast til gjennom ein uklar og vidtfavnande politikk (ibid.). Den tredje teorien er også interessant, og synleggjer kva populistar kan oppnå ved å nytte ein slags tosidig kommunikasjonsstrategi. Her hevdar nemleg Engesser et al. at «fragments of populism may, more easily than a full-fledged ideology, travel below the radar of political opponents and critical observers from one like-minded person to another» (ibid.: s. 1122). Om dette er tilfellet, kan ein såleis tenkje seg at det kan vere fullt mogleg ta i bruk ein tosidig kommunikasjonsstrategi, der ein, på ei side, gir seg ut for å vere mindre populistisk ved å følgje journalistars rammer og normer i interaksjon med massemedia, samstundes som ein, utan å risikere uønskt kritikk eller merksemd, kan tillate seg å spele på populistiske haldningar på sosiale medium.

Likevel er det ikkje nødvendigvis slik at det berre er politikarar frå det ein vanlegvis tenkjer på som populistiske parti som har innslag av populisme i sine Facebook- og Twitter-innlegg. I si analyse finn nemleg Engesser et al. også døme på at ikkje-populistiske politikarar nyttar populistiske verkemiddel (ibid.). Om dette stemmer også i den skandinaviske konteksten, vil, som nemnt, verte nærare analysert i denne oppgåva. Engesser et al. finn også døme på innlegg der politikarar, utan å ta seg bryet med å fragmentere sin populistiske ideologi, har tatt i bruk heile spekteret av populistiske kjenneteikn. Forfattarane konkluderer difor med at sosiale medium møter populistars kommunikative preferansar, og at dei «provide them with a convenient instrument to spread their messages». Engesser et al. går faktisk så langt som å hevde at «populism thrives on the logic of connective action» (Engesser et al., 2016, s. 1123).

Dette er noko Engesser et al. får støtte for frå Gerbaudo (2018). Også han vedgår at det ikkje utelukkande er populistar som dreg nytte av denne plattformen, men poengterer at sosiale mediums format, i utgangspunktet, er motstridande med ikkje-populistiske partis moderate og formelle politikk. Sosiale medium passar i staden, ifølgje Gerbaudo, godt til populistar som ikkje har noko problem med å skjule sin mistillit mot «etablisementet», då dette, etter kvart har vorte kjend som «the culture of social media» (Gerbaudo, 2018, s. 7). Gerbaudos artikkel vert vidare diskutert hjå Postill (2018). Han er samd i påstanden om at sosiale medium og populisme har ei sterk kopling, men lyt likevel seiast å vere kritisk til Gerbaudos arbeid. I motsetnad til Gerbaudo, er nemleg ikkje det faktum at også ikkje-populistar dreg nytte av

sosiale medium til å fremje sin politikk, noko Postill tek lett på. Dette syner derimot, ifølgje han, at sosiale medium ikkje nødvendigvis berre er noko som passar populistar (Postill, 2018, s. 755). Der Trump og Brexit-kampanjen ofte vert nytta som døme på kor bra sosiale medium og populisme fungerer i hop, syner Postill til Obama og Mariano Rajoy (tidlegare statsminister i Spania) som eksempel på det motsette, nemleg at også ikkje-populistar kan lukkast med ein valkamp på sosiale medium (ibid.: s. 763).

Vidare poengterer Postill at det ikkje nødvendigvis er slik at det er sosiale medium som er grunnen til at ein lukkast med eit val, sjølv om ein har nytta denne plattformen mykje. Her kjem han tilbake til Chadwicks (2013) utgreiing om det hybride mediesamfunnet, og syner til at all politisk kommunikasjon, også populisme, er prega av ein evig interaksjon mellom gamle og nye medium. Sjølv om Postill er samd med Gerbaudo om at sosiale medium og populisme passar godt saman, er dette altså ein artikkel som argumenterer for at også andre typar parti og politikarar kan dra nytte av denne plattformen, og at ein burde vere meir forsiktig med å framheve forholdet mellom sosiale medium og populisme som noko absolutt (ibid.). Postill kan difor sjåast på som ein som tek ei meir forsiktig tilnærming til populisme og forbindelsen den har til sosiale medium, og lyt såleis seiast å skilje seg ut ifrå majoriteten av litteraturen på dette området (Bartlett, 2014; Engesser et al., 2016, 2016, 2017; Ernst et al., 2017; Flew & Iosifidis, 2020; Jacobs et al., 2020; Larsson et al., 2016).

Eit liknande synspunkt kan ein likevel finne hjå Mazzoleni og Bracciale (2018), som undersøker kommunikasjonsstrategiane til partileiarane i Italia på Facebook. Også dei er einige i at sosiale medium opnar opp for at populistane slepp å gå via massemedium for å ha direkte kontakt med veljarane (Mazzoleni & Bracciale, 2018, s. 8). Samstundes finn Mazzoleni og Bracciale døme på at partileiarar frå ikkje-populistiske parti har enkelte populistiske kjenneteikn i sine Facebook-innlegg. Det er rett nok typiske populistar som har flest populistiske kjenneteikn, men dette syner likevel at også ikkje-populistar kan dra nytte av sosiale mediums format, slik som Postill hevda. Ifølgje Mazzoleni og Bracciale, er dette eit bevis på at populistisk retorikk har særlege eigenskapar i det hybride mediesamfunnet, også for ikkje-populistiske politikarar. I samband med dette, lanserer dei ein interessant påstand då dei hevdar at «the fragmentation of the populist ideology and the strong polarisation, typical of the social media environment, perfectly fit with the adoption of one or more populist references» (ibid.: s. 9). I så måte kan ein tenkje seg, som diskutert ovanfor med artikkelen til

Engesser et al. (2016), at ein kan tillate seg å vere meir populistisk på sosiale medium utan at dette får konsekvensar for eins politiske omdømme.

I den samanheng er Suiter et al. (2018) eit relevant bidrag, ettersom dei hevdar at det ikkje berre er sosiale mediums eigenskapar som gjer at populistar formidlar populistiske budskap på sosiale medium, men at «populist actors are more inclined to disseminate populist messaging on Twitter» (Suiter et al., 2018, s. 409). At populistiske aktørar er tilbøyelege til å spreie populistiske budskap, er ikkje revolusjonerande forskning i seg sjølv. Det som derimot er meir interessant, er bakteppet til Suiter et al. si påpeiking. Dei har nemleg samanlikna førekomsten av populisme i dei gamle media og på sosiale medium i Irland. Her finn dei at massemedia fungerer som «gatekeepers against populism», og at ein difor finn minimalt med populisme i dei gamle media. Den einaste sjansen populistane har til å spreie sine populistiske budskap er då på sosiale medium, der det ikkje finst nokon som filtrerer desse budskapa (ibid.). Dette er heller kanskje ikkje så oppsiktsvekkjande i seg sjølv, men det leiar likevel tilbake til både Blumler (2016) og Engesser et al. (2016) som begge hevda at sosiale medium, i motsetnad til dei gamle massemedia, var ein passende plass for populistar til å spreie sine budskap, og at dei såleis kunne tene på å ha ein tosidig kommunikasjonsstrategi (Engesser et al., 2016) eller å «ride a two-horse chariot» (Blumler, 2016).

Sett i lys av dette, kan ein då tenkje seg at høgrepopulistiske parti har insentiv til å kommunisere på ein måte gjennom sosiale medium, og på ein annan måte på andre plattformer. Som synt ovanfor, er dei fleste bidraga samde om at sosiale medium er ein passende plattform for å spreie populistiske budskap, då dette er ein arena der ein får moglegheita til å ha tett kontakt med veljarane, og elitekritikk etter kvart har vorte daglegdags (Gerbaudo, 2018). Samstundes har andre peika på at dette er ein arena der ein slepp å tilpasse seg massemedia, og at ein kan unngå å få uønskt merksemd frå kritiske observatørar og motstandarar (Engesser et al., 2016). I den samanheng, vert det interessant å undersøkje om ein kan finne kommunikasjonsforskjellar internt i partia på sosiale medium, og ikkje berre mellom ulike kommunikasjonsplattformer. Samstundes er det også nokon som peikar på at sosiale medium ikkje utelukkande passar for typiske populistar, men også ikkje-populistiske parti (Engesser et al., 2016; Mazzoleni & Bracciale, 2018; Postill, 2018). Korleis dette er i den skandinaviske konteksten, vil såleis også verte interessant å sjå nærare på. I så måte, er det nødvendig med ei nærare utgreiing av korleis dette vert analysert.

4.0 Metode

For å undersøkje problemstillinga, vil relevante politikarar og deira tilhøyrande partis offisielle kommunikasjon på Facebook verte analysert. Utgangspunktet er ein skandinavisk kontekst, der dei høgrepopulistiske partia Dansk Folkeparti, Framstegspartiet og Sverigedemokraterna er gjenstand for analyse. I tillegg vil dei konservative partia Høgre, Moderaterna og Venstre inngå i analysen. Til saman har 924 Facebook-innlegg frå desse partia og deira aktuelle enkeltpolitikarar blitt henta inn frå dei spesifiserte analyseperiodane. For å analysere innlegga, vil to ulike metodiske tilnærmingar, kvantitativ innhaldsanalyse og idéanalyse, takast i bruk. I dette metodekapittelet følgjer difor ei nærare utgreiing om korleis desse metodane vert utført, og korleis analyseskjemaet fungerer som både ei kvantitativ kodebok og som eit idealskjema for idéanalysen. Før den tid vil valet av analyseeiningar og datamateriale verte utdjupa. Her følgjer det også ein liten diskusjon av alternative datakjelder og innsamlingsmetodar. Deretter vil dei to metodiske tilnærmingane og analyseskjemaet, som nemnt, verte nøyare definert, før den siste delen av dette kapittelet tek føre seg svakheiter og utfordringar ved analysen.

4.1 Val av analyseeiningar

Valet av DF, Frp og SD som analyseeiningar i denne analysen, er basert på at parti- og valsystema i Skandinavia kan hevdast å vere relativt like, samstundes som desse tre partia kan reknast, trass litt usemje i forskingslitteraturen, for å vere kvart sitt lands høgrepopulistiske parti. I tillegg er det også ein vesentleg forskjell mellom desse partia, nemleg deira relasjon til regjeringsmakt og samarbeidspartnarar, som nemnt ovanfor. I så måte, eignar desse partia seg til å studere hypotese 1, der realistiske regjeringspartnarar vert anteke å spele ei rolle for høgrepopulistiske partis kommunikasjon på sosiale medium.

For å skape relativitet i analysen, då det kan tenkjast at det ikkje berre er høgrepopulistiske parti som har kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium, vert også eit konservativt parti frå kvart land inkludert som analyseeiningar. For Noreg og Sverige er det ganske openbert at dette måtte verte, høvesvis, Høgre og Moderaterna, medan det i Danmarks tilfelle vart valt å nytte Venstre, då dette har vore det største konservative partiet i Danmark dei siste åra. Forutan å fungere som noko samanliknbart til dei høgrepopulistiske partia, legg også

inkluderinga av desse tre partia grunnlaget for å belyse hypotese 2, der det vert forventa at høgrepopulistiske parti har større kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium enn det konservative parti har.

For å gjere analysematerialet mest mogleg samanliknbart, er utveljinga av enkeltrepresentantar basert på like roller på tvers av dei seks ulike partia. Difor er partileiar og nestleiar frå kvart parti i den definerte analyseperioden valt som analyseeiningar. Her lyt det påpeikast at fleire av partia har fleire nestleiarar. I desse tilfella har det blitt teke utgangspunkt i partiet sin 1.nestleiar. Eit mogleg alternativ til denne utveljinga kunne ha vore å velje representantar ein veit er meir i konflikt med partia sin offisielle profil, eller representantar med roller knytt til saksfelt der ein kan forvente høgrepopulistisk argumentasjon, som til dømes ein innvandringspolitisk talsperson. Dette kunne absolutt ha vore med på å gjere analysen meir interessant og kanskje også resultata meir valide, men ein kan også setje spørsmålsteikn ved ei slik skjønnsbasert utveljing, då det fort kunne ha sklidd over i såkalla «cherry picking» og reliabiliteten kunne ha blitt utfordra. Ved å velje partileiar og nestleiar i kvart parti unngår ein denne utfordringa, sjølv om det kan tenkjast at politikarar i desse rollene kanskje vil vere meir i tråd med partiet sin offisielle profil. Til gjengjeld kan ein tenkje seg at partileiarane og nestleiarane har fleire følgjarar på Facebook, og såleis kan nå ut til eit større publikum enn det meir «kontroversielle» politikarar gjer.

Som synt ovanfor, vert dei utvalde enkeltpolitikarane då: Kristian Thulesen Dahl (partileiar i DF), Peter Skaruup (nestleiar i DF), Lars Løkke Rasmussen (partileiar i Venstre), Kristian Jensen (nestleiar i Venstre), Siv Jensen (partileiar i Frp), Sylvi Listhaug (nestleiar i Frp), Erna Solberg (partileiar i Høgre), Jan Tore Sanner (nestleiar i Høgre), Jimmie Åkesson (partileiar i SD), Mattias Hans Karlsson (nestleiar i SD), Ulf Kristersson (partileiar i Moderaterna) og Peter Danielsson (nestleiar i Moderaterna). Analyseperioden er avgrensa til månaden før kvart lands siste val, som var 5.juni 2019 for Danmark, 9.september 2019 for Noreg og 9.september 2018 for Sverige. For å presisere, betyr ikkje dette at alle dei ulike politikarane og partia vert analysert over tre ulike analyseperiodar, men at kvart land har sin eigen analyseperiode. Til dømes er det berre innlegg frå politikarar og parti frå Danmark som er frå månaden før 5.juni 2019. Korleis og kvifor desse 924 Facebook-innlegga er henta inn, vert vidare utdjupa i neste delkapittel.

4.2 Val av datamateriale og datainnsamling

4.2.1 Datamateriale

Når det gjeld Facebook som analysemateriale, er sosiale mediums relevans for studiet av politisk kommunikasjon, og meir spesifikt, høgrepopulisme, allereie fastslått (Blumler, 2016; Engesser et al., 2016). Likevel kan ein argumentere for at ein kunne ha valt andre former for datamateriale for å studere høgrepopulisme. Til dømes kan ein hevde at partia sine parti- og valprogram gir eit betre innblikk i politikken til partia, og at desse såleis er meir representative for partia sin politiske ståstad. Sjølv om dette kanskje er det vanlegaste datamaterialet for å analysere politiske parti, kan det tenkjast at dette hadde vore lite føremålstenleg i denne samanhengen. Her lyt det nemleg påpeikast at denne oppgåva tek utgangspunkt i tanken om at høgrepopulistiske parti tek i bruk forskjellige kommunikasjonsmåtar for å appellere til ulike veljartypar, og for å, på same tid, blidgjere potensielle samarbeidspartnarar. Ein analyse av partia sine partiprogram kan i den samanheng tenkjast å fungere dårleg, då formuleringane i partiprogramma ofte er nøye revidert og ideologisk konsistente. Såleis kan det tenkjast at dersom høgrepopulistiske parti har ein hybrid kommunikasjonsstil, så er det ikkje her ein kan forvente å finne den.

Ei samanlikning av partiprogram og sosiale medium kunne då kanskje ha vore meir føremålstenleg, men også dette kan tenkjast å verte ei vanskeleg oppgåve, då desse to plattformane har heilt ulike føremål, der partiprogramma er meint å dekkje alt av politiske standpunkt, medan kommunikasjonen på sosiale medium gjerne er avgrensa til dagsaktuelle saker. I tillegg er sjølve formatet på sosiale medium prega av å vere langt meir kortfatta og direkte enn det ein kan seie at partiprogramma er. Såleis kan ein seie at ei slik samanlikning hadde hatt lite føre seg, då ulikskapane mellom desse to plattformane uansett vil føre til kommunikasjonsforskjellar. I så måte, kunne ein heller ha samanlikna kommunikasjonen i massemedium med kommunikasjonen på sosiale medium. Sjølv om dette absolutt hadde vore interessant, er heller ikkje dette noko som passar med denne oppgåva si vinkling. Her er nemleg føremålet å belyse høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar *på* sosiale medium, og ikkje *mellom* sosiale medium og massemedium. Det er, med andre ord, ynskjeleg å halde mediumet konstant, slik at ein kan undersøkje kommunikasjonsforskjellar som ikkje kan forklarast utifrå ulikskapane mellom plattformane.

Vidare er valet av datamateriale inspirert av Lindboe (2019), som hevda at framtidige analysar av høgrepopulistiske parti burde ta i bruk sosiale medium. Dette vert også poengtert hjå Engesser et al. (2016), medan Albertazzi og McDonnell (2005) si «one foot in and one foot out»-hypotese vert lagt til grunn for valet om å undersøkje kommunikasjonsforskjellar mellom enkeltrepresentantar og partia sin offisielle kommunikasjon. At sosiale medium er ein relevant plattform for å undersøkje høgrepopulisme, vert også reflektert i empirien. Dette vert understreka opp av det faktum at høgrepopulisten Donald Trump, som nemnt, vart valt til president i USA i 2016 etter ein omfattande bruk av Twitter. Vidare kan valet av Facebook, og ikkje Twitter, grunnjevast med at det verkar som at Facebook er meir relevant for skandinaviske politikarar enn det Twitter er. Her har det altså blitt gjort ei skjønsmessig vurdering i forkant av datainnhentinga. Samstundes vert dette også underbyggja av at ulike Facebook-relaterte hendingar har fått stor merksemd i det skandinaviske medieområdet dei siste åra.

Det fremste eksempelet på nettopp dette, lyt seiast å vere Sylvi Listhaugs Facebook-innlegg frå 2018, då ho hevda at Arbeidarpartiet var meir opptekne av terroristars rettar enn norske borgarars sikkerheit. Dette gjorde at Listhaug, som då var justisminister i Erna Solbergs regjering, til slutt, etter press frå opposisjonen, måtte fråtre sin ministerpost (Stolt-Nielsen et al., 2018). Også i Danmark har Facebook synt seg å vere relevant for rikspolitikken, der DFs innvandringspolitiske talsperson, Martin Henriksen, skapte store overskrifter då eit av hans innlegg vart fjerna av Facebook sjølve, ettersom Facebook rekna innlegget for å innehalde hatefull retorikk (Berlingske, 2020; Nielsen, 2020). Samstundes er det ikkje berre enkeltpolitikarar som har skapt merksemd omkring sine Facebook-innlegg. Også DFs eiga Facebook-side vart gjenstand for diskusjon i Danmark, då dei lanserte ei meiningsmåling der dei spurte sine følgjarar om somaliske kvinner var ei «berikelse» eller ei «byrde» i det danske samfunnet (Paust, 2018). At Facebook spelar ei viktig rolle i politikken i Skandinavia, er såleis tydeleg.

4.2.2 Datainnsamling

Likevel er det ikkje slik at Facebook er eit einaste datamateriale i seg sjølv. Innhentinga av data på Facebook kan nemleg ta fleire former, og dei dataa ein hentar inn kan vere særskilte forskjellige. Her er det offisielle Facebook-innlegg frå ein gitt analyseperiode som vert henta

inn, men det er likevel fleire måtar ein kunne ha vinkla datainnsamlinga på. Til dømes, er det mykje info å hente på dei same Facebook-profilane dersom ein heller hadde analysert kommentarfelta til dei tilhøyrande Facebook-innlegga, eller gjennom ei statistisk analyse av talet «likes» per innlegg. Alternativt kunne ein også ha vorte medlem av private Facebook-grupper der analyseiningane også er medlemmar, for å sjå kva som vert ytra i meir lukka og private forum. Ein kan også sjå føre seg ein framgangsmåte der ein aktivt tek del i meiningsutvekslinga for å framprovosere meiningar og haldningar.

Sjølv om dette er gode alternativ, er det framtrekande enkeltpolitikarar og partis offisielle kommunikasjon som står i fokus. Kommunikasjonen deira vert såleis analysert utifrå deira egne offisielle Facebook-innlegg, og ei passiv og observerande tilnærming vert sett på som den mest føremålstenlege, då det kan tenkjast at ei meir aktiv tilnærming kunne ha gitt avsendarane insentiv til å fjerne eller redigere innlegg. Datamaterialet vert difor henta inn frå dei offisielle Facebook-sidene til dei utvalde enkeltpolitikarane og partia, før dei vert vidare satt i system og koda i Excel. Denne kodinga føregår manuelt, der innlegga blir kategorisert utifrå det førehandsdefinerte analyseskjemaet. Spesifikasjonane rundt dette vert nøyare forklart under kapittel 4.4, men ettersom datainnsamlinga er avhengig av den påfølgjande kodinga, er ei grunnleggjande forståing av denne såleis nødvendig.

Kodinga tek nemleg utgangspunkt i det Grønmo (2004) omtalar som latent innhald. Å analysere latent innhald dreier seg om å forstå tekst slik at den «spesifikke betydningen av bestemte ord, uttrykk eller formuleringer» blir sett i samanheng med ein større del av teksten. Dette står i motsetnad til analyse av manifest innhald, der analysen av tekstane baserer seg på å registrere førekomsten av ord, uttrykk eller formuleringar (Grønmo, 2004, s. 195). Hadde fokuset i denne oppgåva vore manifest innhald, kunne kodinga ha vorte utført maskinelt, der eit program, til dømes R, gjennom å kjenne att ord, systematiserte og organiserte tekstane etter førekomsten av desse. Ein analyse av resultata frå ein slik maskinell koding, kunne, til dømes, ha vore at ein politikar hadde ein høg førekomst av ordet «etablissement», og ein kunne såleis ha tolka dette som at politikaren hadde mange innlegg prega av elitekritikk. Samstundes er det ikkje berre kodinga som kunne ha blitt utført maskinelt. Det finst nemleg også eksempel på forskingsprosjekt som har teke i bruk maskinprogram for å hente ut sjølve datamaterialet frå Facebook.

Poell et al. (2016) til dømes, nytta eit analyseprogram, Netvizz, til å hente inn 1629 Facebook-innlegg og over ein million tilhøyrande Facebook-kommentarar (Poell et al., 2016). Bruken av dette analyseprogrammet, som var spesifikt designa til analyse av Facebook, tydeleggjer kor store datamengder ein kan analysere ved å ta i bruk slike maskinprogram. Sjølv om dette, såleis, kunne ha vore ein føremålstenleg måte å belyse oppgåva si problemstilling på, er ikkje slike datainnhentingssystem lenger moglege å nytte, då Facebook, i samband med Cambridge Analytica-skandalen, i 2018 innførte store restriksjonar på innhentinga av data frå deira sider. I praksis gjorde dette at program som Netvizz ikkje lenger vart moglege å ta i bruk (Bastos & Walker, 2018). Samstundes kan ein diskutere om validiteten i eit slikt forskingsopplegg hadde vore tilfredsstillande, då det kan tenkjast at like ord og uttrykk kan brukast i heilt ulike kontekstar og med heilt ulike budskap, slik at ein høg førekomst av desse ikkje nødvendigvis treng å bety noko som helst (Grønmo, 2004, s. 195). Denne utfordringa er ikkje like aktuell ved analysen av latent innhald, slik som denne analysen søkjer å gjere.

Dei 924 aktuelle Facebook-innlegga er nemleg manuelt henta inn ifrå offentlege Facebook-profilar hjå utvalde politikarar i Noreg, Sverige og Danmark, samt hjå deira tilhøyrande parti. At alle innlegga er henta inn manuelt, inneberer at samtlege innlegg har vorte lest igjennom og grundig vurdert kvar for seg. Dette lyt såleis seiast å vere ein styrke for analysens validitet, då ein kan forvente at tekstane sitt latente innhald, altså tekstane sin heilskap og relevans, burde vere betre forstått. Ettersom dette arbeidet utelukkande har vorte gjennomført av ein person, og ikkje fleire ulike kodarar, kan ein også forvente ein høg grad av konsistens i vurderinga av innlegga, då interreliabilitet ikkje er eit aktuelt spørsmål. For å sikre at forskinga er reliabel, er det likevel viktig at denne datainnsamlinga er gjennomført på ein systematisk og oversiktleg måte, slik at den eventuelt kan gjentakast av andre forskarar. Vidare i dette delkapittelet vil framgangsmåten for denne datainnsamlinga difor verte nøyare forklart.

Facebook-innlegga vart altså henta inn på eiga hand, utan bruk av maskinprogram. Dette betyr at dei vart henta inn utan anna hjelp enn Facebooks eigen søkemotor for å finne fram til dei aktuelle innlegga. I Facebooks søkefelt vart det såleis først søkt etter den aktuelle politikaren sitt namn, før det vart spesifisert kven innlegga ein søkte etter skulle kome ifrå. Ved å søkje etter politikaren sitt namn sikra ein seg å inkludere alle innlegga til vedkomande, då innlegga til den aktuelle politikaren, naturleg nok, inneheld vedkomandes namn.

Avgrensinga til at innlegga skulle kome ifrå denne politikaren, utelukka alle innlegg som ikkje kom ifrå den aktuelle politikaren, men som samstundes hadde vedkomandes namn i innlegget. Det same vart gjort for å finne innlegga til partia, berre at det, naturlegvis, vart søkt etter partiet sitt namn, og ikkje ein politikars. Til slutt vart det spesifisert kva dato ein ynskte å sjå innlegg ifrå. Her synte Facebook sin søkefunksjon seg å vere noko utfordrande, då Facebook introduserte ei oppdatering av sine sider undervegs datainnsamlinga.

Denne oppdateringa gjorde at det berre var mogleg å avgrense søka til å gjelde eit spesifikt år, og ikkje ein spesifikk månad, slik det hadde vore mogleg å gjere tidlegare. Vidare synte søka også berre eit utval av innlegga frå eitt år, og ikkje samtlege innlegg frå det året. Dette gjorde det vanskeleg og tidkrevjande å hente inn innlegg, sidan det einaste alternativet då vart å klikke seg inn på Facebook-profilane til dei resterande politikarane og partia, og bla nedover Facebook-profilane deira, heilt til innlegg frå den spesifiserte analyseperioden dukka opp. Etersom analyseperiodane er avgrensa til tre ulike månadar tilbake i 2018 og 2019, seier det seg sjølv at dette vart ein knotete og omstendeleig prosess. For å illustrere dette, så hadde Jimmie Åkesson flest innlegg i den aktuelle analyseperioden med 96. Rett nok var dette ein valkampmånad der ein kan forvente at politikarane er meir aktive, men dette gir likevel ein peikepinn på kor mange innlegg ein lyt bla forbi for å kome heilt tilbake til månaden før 9.september 2018, som var analyseperioden for Sverige. Heldigvis var majoriteten av innlegga henta inn før denne Facebook-oppdateringa, eller så hadde dette vorte eit for omfattande arbeid.

Etter å ha funne fram til innlegga på Facebook, vart deretter kvart og eitt innlegg frå den aktuelle analyseperioden henta inn, der det vart teke skjermbilete av kvart innlegg. Ved å ta skjermbilete av innlegga sikrar ein at ein beheld analysematerialaet, dersom avsendaren skulle bestemme seg for å endre eller fjerne innlegget. Dette er noko som lyt seiast å vere gunstig for analysens reliabilitet. Skjermbileta vart deretter systematisert i seks ulike dokument, sortert etter parti. Internt i desse dokumenta vart skjermbileta vidare sortert etter avsendar og dato. Kvart enkelt skjermbilete fekk også ei tilhøyrande internettenkje til der innlegget vart henta ifrå, i tillegg til ein markør med kva nummer i rekkja innlegget var. Til dømes vart innlegget til Siv Jensen frå 9.september 2019 merka med «Innlegg (SJ) 1».

Ved å merke desse innlegga på denne måten kunne såleis ei bileteliste i kvart dokument opprettast, slik at ein ved eit tasteklikk kan kome til det aktuelle skjermbiletet. Her er det rett

nok nødvendig å presisere at sorteringa av innlegga, frå første til siste innlegg, er omvendt kronologisk ifrå nyast til eldst. Dette vil då seie at kvar analyseinings innlegg nummer 1 er det nyaste innlegget, medan det siste innlegget er innlegget lengst tilbake i tid. Ein kunne ha tenkt seg at det var omvendt, men av praktiske omsyn, då Facebook legg dei nyaste innlegga øvst, vart det enklast slik. Markøren med kva innlegg det er i rekkja gjer det også enklare å vite kva innlegg ein analyserer i det tilhøyrande Excel-dokumentet, som vil verte nærare presisert i delkapittel 4.4. Til saman vart altså 924 Facebook-innlegg frå dei aktuelle politikarane og partia henta inn, og vidare analysert med dei to forskingsmetodane i denne oppgåva. Under kapittel 8.0 ligg det ei lenkje der ein kan klikke seg inn på Excel-dokumentet, medan dokumenta med alle Facebook-innlegga kan verte tilsendt ved førespurnad.

Tabell 2: Tal innlegg

	Tal innlegg
Kristian T. Dahl	45
Peter Skaarup	61
DF	47
Lars L. Rasmussen	52
Kristian Jensen	39
Venstre	56
Siv Jensen	42
Sylvi Listhaug	57
Frp	48
Erna Solberg	49
Jan Tore Sanner	19
Høgre	17
Jimmie Åkesson	96
Mattias H. Karlsson	71
SD	50
Ulf Kristersson	53
Peter Danielsson	72
Moderaterna	50
Totalt	924

4.3 Kvantitativ innhaldsanalyse og idéanalyse

I analysen av dei aktuelle Facebook-innlegga, vil altså to ulike metodiske tilnærmingar nyttast. Den første metoden er ein kvantitativ innhaldsanalyse. Innhaldsanalyse, generelt sett, kan seiast å vere all analyse og systematisering av tekst. Meir spesifikt, og med fokus på den

kvantitative delen av omgrepet, kan Øivind Bratbergs definisjon takast i bruk. Han definerer kvantitativ innhaldsanalyse som «teknikker for sammenfatting og beskrivelse av innhold i tekst ved hjelp av kvantitative mål» (Bratberg, 2018, s. 101). I motsetnad til i ein meir kvalitativ tilnærming, er det i den kvantitative innhaldsanalysen eit fokus på å gjere tekst om til tal, slik at datamaterialet enklare kan nyttast til statistisk analyse. Fordelen med ein slik analyse er at det då blir enklare å følgje eit tydeleg system, slik at analysen sin reliabilitet potensielt kan verte betre. Bakdelen, er at underliggjande budskap og teksten sin kontekst kan verte oversett, då hovudfokuset er å talfeste og systematisere i staden for å tolke innhaldet. Her er det altså det «konkrete og observerbare» i teksten som ligg til grunn, og analysen byggjer på «forekomsten av ord, formuleringer eller sammensetninger av ord som kan kodes» (ibid.: s. 103).

For å gjere noko med den kvantitative innhaldsanalysen si utfordring, vil det også verte teke i bruk ein kvalitativ metodetilnærming. Sjølv om denne kvalitative metoden her vert forstått som idéanalyse, er det ein framgangsmåte som, hjå mange, vert omtala som ein kvalitativ innhaldsanalyse. Ein kvalitativ innhaldsanalyse kan seiast å dele den kvantitative varianten sitt mål om samanfatting og systematisering av tekstmateriale. Forskjellen ligg i den kvalitative innhaldsanalysen sitt fokus på å kategorisere og forstå innhaldet i teksten, i motsetnad til den kvantitative innhaldsanalysen si vektlegging av å talfeste og anvende tekstmaterialet til statistisk analyse (Grønmo, 2004, s. 187). Poenget med ein kvalitativ innhaldsanalyse er altså å forstå tekstane som ein heilskap, og tolke underliggjande budskap og meiningar. Her vert då dei ulike tekstane vurdert opp mot kvarandre, og kvar tekst vert sett i kontekst og forstått utifrå avsendaren si rolle og posisjon (ibid.: s. 190-191). Samstundes er det, som nemnt, ikkje alle som er heilt einige i at dette bør kallast ein kvalitativ innhaldsanalyse.

Bratberg (2018) hevdar nemleg at det som, hjå mange, vert kalla kvalitativ innhaldsanalyse, heller kan seiast å vere eit samleomgrep på dei meir finspissa kvalitative analyseformene diskursanalyse, idéanalyse og historisk kjeldekritikk. Skal ein ta utgangspunkt i Bratberg, lyt altså den kvalitative innhaldsanalysen i denne oppgåva seiast å vere ein av desse tre disiplinane. På den andre sida, er det, som også Bratberg påpeiker, fleire som omtalar kvalitativ innhaldsanalyse som noko særlege (Bratberg, 2018, s. 101). Schreier (2014), mellom anna, skil spesifikt mellom kvalitativ og kvantitativ «content analysis». Sjølv om likskapane mellom desse to formene for innhaldsanalyse er mange, er det, ifølgje ho, ein

vesentleg forskjell når det kjem til forståinga av tekstane. I den kvalitative innhaldsanalysen ligg nemleg fokuset på det underliggjande budskapet, og ikkje på å telje og kvantifisere det openbare (Schreier, 2014, s. 5). Likevel kan ein seie at Bratberg har eit poeng når han påpeiker at dette er eit kjenneteikn som kan tileignast fleire ulike former for kvalitativ tekstanalyse.

Difor er det nærliggjande å sjå nærare på idéanalyse, som er den kvalitative analyseforma ein kan hevde, med utgangspunkt i Bratberg (2018), å liggje tettast opp mot den kvantitative innhaldsanalysen. I Bratbergs samanlikning av idéanalyse og kvantitativ innhaldsanalyse kan det sjå ut som at han omtalar omtrent den same metodiske framgangsmåten som Grønmo (2004) og Schreier (2014), ettersom også han legg vekt på det å «benytte konkret, håndfast og sammenlignbart tekstinnhold» (Bratberg, 2018, s. 68). Samstundes er det ikkje heilt det same, då Bratberg presiserer at det forskarar omtalar som kvalitativ innhaldsanalyse, ikkje klarer å fange opp kva forskaren er ute etter å finne i teksten eller korleis den skal forståast.

Idéanalysen er, ifølgje han, meir avgrensa og tek i bruk tydelegare analysekategoriar, enn det kvalitativ innhaldsanalyse gjer (ibid.). Sjølv om denne utdjupinga av forskjellane på idéanalyse og kvalitativ innhaldsanalyse tydeleggjer at det ikkje er ein stor skilnad på dei to omgrepa, vil denne oppgåva ta i bruk førstnemnde og Bratbergs definisjon av denne analyseforma.

Idéanalysen si avgrensing og fokus på tydelege analysekategoriar er noko som passar godt med den kvantitative innhaldsanalysen. Akkurat det med å følgje eit tydeleg system, eller nærare bestemt, eit førehandsdefinert analyseskjema, er nemleg noko som ofte skil kvantitativ og kvalitativ tekstanalyse. I kvalitativ tekstanalyse er det ofte ikkje eit like stort fokus på systematisering, og det er heller ikkje uvanleg å ta i bruk ein eksplorerande framgangsmåte der struktureringa av analysen vert utvikla etter kvart som ein jobbar med tekstane. Dette er ikkje tilfellet i ein kvantitativ innhaldsanalyse, der det er eit stort fokus på struktur og å ha eit førehandsdefinert analyseskjema (Grønmo, 2004, s. 193). At idéanalysen vektlegg analytiske kategoriar, er såleis noko som gjer dette til ein føremålstenleg forskingsmetode i dette tilfellet, ettersom den enklare kan tilpassast den kvantitative innhaldsanalysen enn kva andre kvalitative analyseformer kanskje kan seiast å gjere. Meir presist, og endå meir relevant i den samanheng, vil denne idéanalysen ta i bruk idealtypar.

Idealtypar er ei spesifikk form for idéanalyse der ein nyttar eit førehandsdefinert analyseskjema for å analysere datamaterialet. Skjemaet inneheld eit sett av eigenskapar, idear, som tekstane skal plasserast innanfor. Her er det nødvendig å påpeike at dette ikkje er idealtypar i normativ forstand, men objektive analysekategoriar ein kan plassere bodskap og meiningar under. Analyseskjemaet fungerer difor som eit «analytisk verktøy som strukturerer analysen og legger premissene for hvordan tekstmaterialet skal leses og analyseres» (Bratberg, 2018, s. 82–85). Ettersom det allereie er definert eit analyseskjema i samband med den kvantitative innhaldsanalysen, vil dette verte vidareført i idéanalysen. Spesifikasjonane rundt dette vil verte vidare utdjupa i punkt 4.5, men først vil den kvantitative innhaldsanalysen bli nøyare forklart.

4.4 Kvantitativ innhaldsanalyse

Den kvantitative innhaldsanalysen baserer seg altså på ein manuell framgangsmåte, der innlegga vert koda utan hjelp frå maskinprogram eller andre kodarar. Etter innhentinga og systematiseringa av datamaterialet, som beskrive i kapittel 4.2.2, vert deretter desse innlegga analysert og koda i eit Excel-dokument. Her blir Facebook-innlegga analysert med utgangspunkt i det førehandsdefinerte analyseskjemaet, der kvart innlegg vert koda utifrå dei definerte kategoriane. Høgrepopulistiske kjenneteikn vert koda med verdien 1, medan ikkje-høgrepopulistiske kjenneteikn får verdien 0. Her vert altså dei ulike kjenneteikna likestilt, sjølv om ein kan argumentere for at nokre høgrepopulistiske kjenneteikn kanskje burde bety meir enn andre. Eksempelvis, vil kanskje nokon hevde at innvandringsfiendtleghet er eit viktigare vurderingskriterium for høgrepopulistiske parti enn radikal liberalisering. Samstundes vert det vanskeleg å seie noko om avstanden mellom desse kjenneteikna, og difor, for at analysen skal vere så transparent som mogleg, vert alle dei høgrepopulistiske kjenneteikna koda med verdien 1.

Vidare kan eit innlegg innehalde fleire høgrepopulistiske kjenneteikn, til dømes både innvandringsfiendtleghet og populistisk retorikk. Då vil innlegget få verdien 1 på begge desse kategoriane, og 0 på dei andre kategoriane. Summen av høgrepopulistiske kjenneteikn for dette innlegget vil då verte 2. Denne samla summen av høgrepopulistiske kjenneteikn vert vidare overført til ein oversiktstabell i Excel-dokumentet, der alle partia og politikarane er representert med kvar si kolonne. Radvis i oversiktstabellen er det sortert etter

innleggsnummer. For kvart innlegg er summen av høgrepopulistiske kjenneteikn overført frå dei detaljerte tabellane for kvar analyseeining, der ein kan sjå kva høgrepopulistiske kjenneteikn det er som utgjer denne summen. Dette vil då bety at dersom politikar A i sitt innlegg nummer 5 har verdien 1 på både velferdssjåvinisme og elitekritikk, og verdien 0 på dei andre kjenneteikna, vert summen av høgrepopulistiske kjenneteikn for politikar A sitt innlegg nummer 5 representert med verdien 2 i oversiktstabellen. I den detaljerte tabellen for analyseeininga vert det nøyare spesifisert kva høgrepopulistiske kjenneteikn politikar A spelar på i sitt innlegg nummer 5, som då altså er velferdssjåvinisme og elitekritikk.

Desse detaljerte tabellane for kvar analyseeining er organisert på eigne sider i Excel-dokumentet, der dei er delt inn etter nasjon. Oversiktstabellen der alle politikarane og partia er samla, finn ein på den første sida i Excel-dokumentet. Forutan ei oversikt over kor mange høgrepopulistiske kjenneteikn det er i dei ulike innlegga til kvar politikar og kvart parti, er det også presentert nokre summar nedst i tabellen. Her står det kor mange innlegg, høgrepopulistiske kjenneteikn, høgrepopulistiske kjenneteikn per innlegg, høgrepopulistiske innlegg og prosentdel av innlegga som har høgrepopulistiske kjenneteikn for kvar enkelt analyseeining.

Skilnaden mellom totalsum og prosentdel i denne samanhengen er viktig, då det kan tenkjast at mange av innlegga er ikkje-populistiske eller til og med ikkje-politiske, medan nokre analyseeiningar er meir aktive enn andre analyseeiningar. I så måte, kan ein tenkje seg at ei analyseeining med ein høg prosentdel høgrepopulistiske innlegg har eit større fokus på å formidle høgrepopulistisk budskap enn ei anna analyseeining, sjølv om den andre analyseeininga, totalt sett, har fleire høgrepopulistiske referansar. Til dømes kan politikar A ha 50 innlegg, 10 høgrepopulistiske referansar, 0,20 høgrepopulistiske referansar per innlegg, 5 høgrepopulistiske innlegg og 0,10 prosentdel av innlegga med høgrepopulistiske referansar, medan politikar B kan ha 100 innlegg, 12 høgrepopulistiske referansar, 0,12 høgrepopulistiske referansar per innlegg, 8 høgrepopulistiske innlegg og 0,08 prosentdel høgrepopulistiske innlegg. Då kan ein seie at politikar A er litt meir høgrepopulistisk, sjølv om politikar B, totalt sett, har fleire høgrepopulistiske referansar.

Tabell 3: Eksempeltabell

	Politikar A	Politikar B
Tal innlegg	50	100
Høgrepopulistiske referansar	10	12
Høgrepopulistiske referansar per innlegg	0,20	0,12
Innlegg med høgrepopulistiske referansar	5	8
Prosentdel høgrepopulistiske innlegg	0,10	0,08

Under denne oversiktstabellen, på same side i Excel-dokumentet, finn ein også ei oversikt over summen av kvart enkelt høgrepopulistisk kjenneteikn. Her er det altså kor mange førekomstar det, totalt sett, er av kvart enkelt kjenneteikn, sortert etter analyseining. Dersom politikar A, frå eksempelet ovanfor, totalt har ti høgrepopulistiske referansar, kan ein i denne tabellen då sjå kva høgrepopulistiske kjenneteikn politikar A faktisk har nytta seg av. Til dømes kan alle dei ti høgrepopulistiske referansane vere knytt til velferdssjåvinisme, eller så kan det vere tre referansar til ut-grupper og sju referansar til elitekritikk. Oversikta over høgrepopulistiske referansar etter kjenneteikn bidreg altså til at ein får ei betre innsikt i *kva* høgrepopulistiske kjenneteikn kvar enkelt faktisk tek i bruk, og ikkje berre *om* analyseiningane har høgrepopulistiske kjenneteikn. Dette bidreg altså til ei nærare forståing av innlegga. Eit ynskje om ei nærare forståing, er også grunnen til den tosidige metodetilnærminga i analysen av høgrepopulistiske partis kommunikasjonsmåtar.

4.5 Kvalitativ analyse - Idéanalyse

Idéanalyse legg vekt på det fortolkande. Dette er såleis noko som passar godt i dette tilfellet, ettersom ei nøyare forståing av dei aktuelle Facebook-innlegga er ynskjeleg. Denne idéanalysen vil difor bidra til å gje eit djupare innblikk i innlegga sine budskap og underliggjande argument, i tillegg til kva kontekst dei inngår i. Samstundes vil idéanalysen belyse nokre av utfordringane i den kvantitative kodinga ved at relevante innlegg vil verte trekte fram og diskutert. Dette kan vere innlegg med eit openbert innhald av høgrepopulistiske kjenneteikn, innlegg utan høgrepopulistiske kjenneteikn, innlegg heilt utan politiske budskap eller innlegg med ambivalent og utydeleg budskap. Spesielt den siste typen innlegg kan seiast å vere nyttig å få eit innblikk i, då dette gjer det enklare å forstå korleis innlegga har vorte vurdert. Såleis kan dette vere med på å betre analysen sin reliabilitet.

Som nemnt ovanfor, vil denne idéanalysen ta i bruk idealtypar for å analysere innlegga. Analyseskjemaet frå den kvantitative innhaldsanalysen vert difor vidare nytta i denne idéanalysen, der det vert delt inn i to ulike ideal: Høgrepopulisme og konservativ, ikkje-populistisk politikk. Ettersom det er høgrepopulistiske og konservative parti i Skandinavia som vert analysert, er dette såleis naturlege ideal å dele idealskjemaet inn etter. Under kvart ideal vert det definert eit sett av verdiar, som kan kallast idear. Desse ideane utgjer til saman eit ideal, og Facebook-innlegg med ein eller fleire av desse ideane, vil verte kategoriserte under det tilhøyrande idealet. I den samanheng er det nødvendig å utdjupe kva ein idé egentleg er. Hjø Bratberg (2018) vert dette definert som «tankekonstruksjon som til forskjell fra inntrykk og holdningar utmerkes av en viss kontinuitet» (ibid.: s. 72).

Vidare kan desse ideane vere av anten normativ eller deskriptiv art. Der dei deskriptive ideane dreier seg om ei overtyding om korleis ting *er*, handlar dei normative ideane om korleis noko *bør* vere. Det er gjerne dei normative ideane som kjenneteiknar politikken, der politikarar har ulike syn på korleis samfunnet burde vere. Overført til analyseskjemaet frå kapittel 3.2, kan ein difor seie at kvart kjenneteikn er ein idé. Til dømes, kan innvandring sjåast på som ein variabel, medan høgrepopulistane sitt innvandringsfiendtelege syn, der ein tykkjer at innvandringa burde verte nesten eller fullstendig stoppa, er ein normativ idé om korleis samfunnet burde styrast. Konservative partis idé om at innvandringspolitikken burde vere restriktiv, men utan å føreslå drastiske grep for å gjere noko med den, er, til motsetnad, eit kjenneteikn på konservativ, ikkje-populistisk politikk.

I gjennomføringa av denne idéanalysen, er det viktig å hugse på at den inngår i ei tosidig metodetilnærming. Såleis vil altså idéanalysen fungere i tospann med den kvantitative innhaldsanalysen, og ta utgangspunkt i denne. I likskap med korleis kodeskjemaet også fungerer som eit idealskjema, vil resultata frå den kvantitative innhaldsanalysen vere eit grunnlag for idéanalysen. I så måte, kan ein seie at den kvantitative innhaldsanalysen fungerer som ein slags grovanalyse for idéanalysen, der idéanalysen vil byggje vidare på det som tidlegare har vorte kvantitativt analysert. Som nemnt ovanfor, vil dette innebære at utvalde innlegg vert trekt fram. Altså vil ikkje samtlege innlegg verte analysert og presentert i idéanalysen, men heller eit lite knippe. Samstundes lyt det påpeikast at samtlege innlegg, i samband med datainnsamlinga og kodinga, har vorte lest igjennom. Såleis kan ein likevel seie at alle innlegga har vorte kvalitativt analysert, sjølv om det berre er ein liten del av dei som vert diskutert.

4.6 Operasjonalisering og avgrensing av analyseskjema

Analyseskjemaet vil altså liggje til grunn for både den kvantitative innhaldsanalysen og den vidare idéanalysen. Såleis fungerer dette analyseskjemaet både som eit kodeskjema og som eit idealskjema. Analyseskjemaet er allereie definert i teorikapittelet, men ei vidare operasjonalisering og avgrensing er likevel nødvendig. Som nemnt, tek analyseskjemaet utgangspunkt i forståinga til Golder (2016), Inglehart og Flanagan (1987) og Norris og Inglehart (2019b) om korleis høgrepopulistiske parti kan kjenneteiknast av deira autoritære haldningar, snarare enn deira plassering på den tradisjonelle økonomiske skalaen. Difor vert ikkje «høgre» her forstått som plassering på den økonomiske skalaen, men heller som høgrevridd på den libertarianske-autoritære-skalaen. Vidare vil idealskjemaet skilje mellom to ulike ideal: Høgrepopulisme og konservativ, ikkje-populistisk politikk. For forståinga av sistnemnde vil det ikkje verte gitt ei omfattande forklaring, då det er høgrepopulisme som står i fokus, og ikkje konservativ politikk.

I bruken av analyseskjemaet til den kvantitative innhaldsanalysen, vil ikkje delen om konservativ, ikkje-populistisk politikk spesifikt verte nytta. Den ligg sjølvsagt implisitt til stades i analysen, men det er Facebook-innlegga sitt innhald eller fråvær av dei høgrepopulistiske kjenneteikna som vil verte vurdert og koda. Difor vil høgrepopulistiske kjenneteikn i den kvantitative innhaldsanalysen verte koda med verdien 1, medan fråværet av høgrepopulistiske kjenneteikn får verdien 0. Sjølv om det er konservative parti, som ein kan forvente har konservativ politikk, kan eit Facebook-innlegg, reint hypotetisk, innehalde sosialisme. Likevel vil altså dette Facebook-innlegget verte koda som 0 dersom det ikkje inneheld kjenneteikn på høgrepopulisme. Teknisk sett, vil dette også vere tilfellet i idéanalysen, men då vil det verte lagt litt meir vekt på å syne kvifor eit aktuelt innlegg ikkje er høgrepopulistisk ved å ta i bruk det konservative ikkje-populistiske idealet i skjemaet. Såleis kan ein seie at analyseskjemaet ikkje er heilt likt for dei to ulike metodetilnærmingane, sjølv om det konservative ikkje-populistiske idealet fortsatt, implisitt, også ligg til grunn i den kvantitative tilnærminga. Høgrepopulisme vil, på si side, naturleg nok, liggje fast i begge metodetilnærmingane.

Kva som vert forstått med høgrepopulisme, er allereie drøfta i teorikapittelet ovanfor. Utanom ei påminning om at analyseskjemaet er danna med bakgrunn i Jungar og Jupskås (2014) og Norris og Inglehart (2019) sine forståingar av autoritær populisme, Mudde (2004) og

Canovan (1999) sine definisjonar av populisme og Häusermann og Kriesi (2015) si utgreiing om velferdssjåvinisme, vil difor ikkje ei vidare utdjuing av omgrepet verte nødvendig. Den følgjande delen i dette metodekapittelet vil såleis handle om korleis dei ulike kjenneteikna vert forstått og operasjonalisert. Nedanfor følgjer difor dei åtte ulike høgrepopulistiske kjenneteikna elitekritikk, kritisk til ut-grupper, populistisk retorikk, demokratiskepsis, radikal liberalisering, innvandringsfiendtleighet, authoritarianisme og velferdssjåvinisme.

Elitekritikk dreier seg om høgrepopulismen sitt *vertikale samfunnssyn*. Her er høgrepopulistane gjerne opptekne av å omtale seg sjølve som representantar av «folket», og at dei ynskjer å ta eit oppgjær med «eliten», som gjerne vert skulda for å vere korrump og styre i strid med «folkeviljen». I kodinga av dette kjenneteiknet er det viktig å ta høgde for at det ikkje nødvendigvis er slik at orda «folket» og «eliten» eksplisitt vert nytta, slik at også innlegg utan desse orda, men som også ber preg av å vere elitekritisk, vert koda som elitekritikk. Til dømes kan dette vere krass kritikk mot etablerte parti og politikarar, skuldingar om at massemedia bevisst er på lag med dei etablerte partia og liknande. Høgrepopulistane sitt vertikale samfunnssyn står såleis i opposisjon til konservativ ikkje-populistisk politikk, der det vert godteke at samfunnet har ulike samfunnsgrupper og at det ikkje eksisterer eit motsetnadsforhold mellom eliten og folket.

Kritisk til ut-grupper handlar også om høgrepopulistane sitt dualistiske samfunnssyn, men i motsetnad til ved førre kjenneteikn, er det her det *horisontale samfunnssynet* som står i fokus. Altså er det ikkje «eliten» si undertrykking av «folkeviljen» som gjeld for dette kjenneteiknet, men eksistensen av ut-grupper, personar som skil seg frå «folket», som vert lagt vekt på. Kven desse ut-gruppene er kan variere, men kan ofte seiast å vere innvandrarar, etniske minoritetar, homofile, eller andre personar som, på ein eller anna måte, skil seg frå majoriteten av befolkninga. Dette er eit kjenneteikn som kan knytast opp mot nasjonalisme, og argument om korleis, til dømes, Danmark skal vere eit land for «danskar» eller liknande. Altså treng ikkje innlegg nødvendigvis innehalde «folket», men kan også vere referansar til «danskar», «norske», «svenske», «kristne» og liknande, eller kritikk mot muslimar, kriminelle utlendingar, økonomiske immigrantar, osv. Dette dualistiske synet på samfunnet, skil seg frå konservative partis pluralistiske syn, der det vert anerkjent at folk kan ha ulikt opphav, utsjånad, seksuell legning, osv. Dette kjenneteiknet lyt heller ikkje blandast med innvandringsfiendtleighet, sjølv om dette er to liknande kjenneteikn. Forskjellen lyt seiast å vere at kritisk til ut-grupper handlar om minoritetar som allereie er innanfor staten sine

grenser, medan innvandringsfiendtleghet dreier seg om motstand mot at ut-grupper skal komme til staten eller få asyl.

Populistisk retorikk er tett knytt opp til Margaret Canovans (1999) definisjon av populisme som ei *kommunikasjonsform*. Kodinga av innlegg som spelar på dette, legg vekt på om innlegga inneheld direkte og enkel retorikk i kombinasjon med enkle og lettvinde politiske løysingar. Gjerne inneheld denne retorikken spel på angst, framandfrykt, kritikk av elitar eller bruk av sterkt og direkte språk. Enkelt forklart, kan ein seie at ei slik kommunikasjonsform ikkje er det ein assosierer med «politisk korrektheit», altså at ein formulerer seg på ein måte som, hjå andre, ikkje vert sett på som sosialt akseptert. Til dømes kan dette vere å openlyst gjere narr av politiske motstandarar. Dette skil seg frå ei konservativ ikkje-populistisk kommunikasjonsform, som då gjerne held seg meir innanfor det som vert oppfatta som vanleg politisk sjargong, der kritikk av politiske motstandarar vert bygd opp av saklege politiske argument, i staden for personangrep og skuldingar om løgn. Likevel kan ein også hjå konservative politikarar finne enkel og direkte retorikk, men det som skil dette frå populisme, ifølgje Canovan (1999), er at denne retorikken ikkje vert knytt opp til enkle politiske løysingar på same tid. Canovans skilje mellom populistisk retorikk og ikkje-populistisk retorikk, fungerer difor som eit tydeleg metodologisk skilje i analysen.

Skeptisk til demokratiet, og då gjerne til det representative demokratiet, er noko som vil verte nytta som eit høgrepopulistisk kjenneteikn i denne oppgåva. Dette er altså noko som dreier seg om høgrepopulistane sitt *demokratisyn*, der dei set spørjeteikn ved viktige og essensielle moment i den demokratiske prosessen. Til dømes tek dei gjerne til orde for meir direkte demokrati, då dei, som representantar av «folket», vil at «folkeviljen» skal styre. Her er det viktig å påpeike at høgrepopulistane ikkje vert sett på som motstandarar av demokratiet i seg sjølv, då dette, som diskutert i teoridelen, er noko ein kan tileigne høgreekstreme parti, og ikkje høgrepopulistiske parti. Facebook-innlegg med innhald av ein skepsis til viktige moment ved det representative demokratiet, vert difor koda som demokratiskepsis i denne oppgåva. På den andre sida har ein det «vanlege» konservative synet, som ikkje har noko spesielt å utsetje på demokratiet.

Radikal liberalisering handlar om høgrepopulismen sitt syn på *statleg kontroll*. Dette dreier seg altså ikkje om den økonomiske delen av dette omgrepet, men om korleis staten skal leggje seg så lite som mogleg opp i folks kvardag. Altså er høgrepopulistane opptekne av individuell

fridom, og tek til orde for ein drastisk reduksjon av staten sin kontroll. Dette er eit kjenneteikn som kanskje kan vere vanskeleg å skilje frå konservativ ikkje-populistisk politikk, så her lyt det understreka at forskjellen ligg i synet på kva tiltak ein skal gjere for å redusere staten sin kontroll. Høgrepopulistane ynskjer gjerne ein drastisk og radikal endring for å fremje individuell fridom, medan dei konservative partia ser verdien i ei meir gradvis og omstendeleig endring.

Innvandringsfiendtleghet dreier seg om høgrepopulismen sitt syn på *innvandring*. Dette er eit kjenneteikn som liknar veldig på kritisk til ut-grupper, men vert i denne oppgåva likevel forstått som noko eige. Dette er nemleg ikkje alltid det same. Likevel er likskapane mange, og innvandringsfiendtlegheta er også knytt til høgrepopulistane sitt dualistiske samfunnssyn, der dei gjerne skil mellom «oss» og «dei». Denne innvandringsfiendtlegheta skil seg frå dei konservative sin innvandringskepsis, ved at høgrepopulistane føreslår drastiske tiltak for å stoppe innvandringa og i tillegg nyttar sterkt språk og framandfrykt for å argumentere for dette synet.

Autoritarianisme handlar om synet på *lovar og reglar*. Her skil det høgrepopulistiske idealet seg ifrå det konservative idealet ved at høgrepopulismen ynskjer eit langt strengare samfunn, medan det konservative synet er at det burde vere litt strengare. Altså er forskjellen, igjen, at det høgrepopulistiske idealet ynskjer drastiske endringar. Kodinga av dette kjenneteiknet vert difor basert på om analyseiningane appellerer til strengare lovar, straffar og reglar, og om dei føreslår drastiske tiltak for å gjere dette. Det som kan vere litt interessant med dette kjenneteiknet, er om analyseiningane har innslag av både dette og radikal liberalisering, då authoritarianisme er ei haldning som tilseier at ein skal prioritere kollektiv sikkerheit over individuell fridom. Såleis kjem dette då i konflikt med kravet om at staten skal involvere seg så lite som mogleg. Dette er følgjeleg noko som kan verte interessant å analysere nærare.

Velferdssjåvinisme er det siste høgrepopulistiske kjenneteiknet, og dreier seg om synet på *økonomisk politikk*. Også dette kjenneteiknet er noko som kjem litt i skvis med ønsket om radikal liberalisering hjå høgrepopulistane. Velferdssjåvinisme handlar nemleg om korleis høgrepopulistane ynskjer ein sterk velferdsstat samstundes som dei, på den andre sida, ynskjer å redusere skattane. I tillegg dreier velferdssjåvinisme seg om kven velferdsstaten skal gjelde for. Dette inneberer at høgrepopulistane tek til orde for ein sterk velferdsstat for «folket», medan dei samstundes ynskjer å kutte støtteordningane til personar som ikkje passar inn i

deira syn på «folket», som då gjerne er ut-grupper. Velferdssjåvinisme skil seg frå det konservative ikkje-populistiske idealet, som ynskjer meir liberalisering og privatisering når det kjem til økonomisk politikk, og såleis ein mindre omfattande velferdsstat. Dei har heller ingen store restriksjonar på kven som burde vere mottakarar av velferd.

4.7 Metodeutfordringar

4.7.1 Reliabilitet

Reliabilitet handlar om i kva grad ein kan seie at forskinga er nøyaktig og etterprøvbar. Her kan ein skilje mellom to former for reliabilitet: Inter og intra. Interreliabilitet dreier seg om korleis ulike forskarar kjem fram til same resultat når dei, kvar for seg, gjennomfører den same undersøkinga, medan intrareliabilitet handlar om korleis same forskar kjem fram til same resultat kvar gong (Bergström & Boréus, 2012, s. 42–43). Etersom heile denne analysen, datainnsamling og koding av data, er gjennomført av ein og same person, er dette ei høgst aktuell problemstilling. Sjølv om det er definert eit tydeleg analyseskjema og det vert etterstreva å vere så nøytral og objektiv som mogleg i tolkinga av tekstmaterialet, er det uunngåeleg at det vert ein viss grad av subjektivitet i analysen. Spesielt kan dette seiast å vere ei utfordring ved idéanalysen, der Facebook-innlegga sin kontekst og underliggjande budskap skal tolkast. Samstundes inneheld også den kvantitative analysen nokre slike subjektive tolkingmoment, då det ikkje alltid er like openbert kvar, og om, ein skal kategorisere dei ulike innlegga. Her kan det tenkjast at andre forskarar ville ha tolka tekstmaterialet ulikt, og ein kan såleis setje spørjeteikn ved reliabiliteten, og meir presist, interreliabiliteten i denne analysen.

På den andre sida kan ein argumentere for at reliabiliteten er ivareteke på ein så god måte som mogleg, då det har vorte etterstreva å gjere analysen transparent og oversikteleg. Dette inneberer at framgangsmåten for datainnsamlinga har vorte beskrive i detalj, og at alle innlegga har vorte systematisert og lagra i ulike dokument, noko som gjer det enklare for andre forskarar å kontrollere og skjønne korleis forskingsprosjektet har vorte gjennomført. Etableringa av analyseskjemaet er også eit verkemiddel for å ivareta etterprøvbarheita i analysen, då dette gjer det enklare for andre forskarar å forstå kvifor innlegg har vorte koda slik dei har blitt koda. Dette er noko som taler til fordel for interreliabiliteten. Også for

intrareliabiliteten kan ein hevde at analyseskjemaet er eit viktig hjelpemiddel, då det å måtte ta omsyn til eit slikt skjema i tolkinga av tekstane sikrar ei meir konsis og lik vurdering av dei ulike innlegga, noko som gjer at det er eit større sannsyn for at ein kjem fram til same resultat dersom ein gjer analysen på nytt.

Ei anna reliabilitetsutfordring i denne analysen, er valet av Facebook som datamateriale. Som nemnt ovanfor, synte Facebook seg å vere ei noko utfordrande plattform å hente data ifrå, då det ikkje alltid var like enkelt å finne fram til dei aktuelle Facebook-innlegga. Dette gjer at det er ein viss sjanse for at enkelte Facebook-innlegg, som hadde vore aktuelle for denne oppgåva, kan ha gått tapt. Såleis kan ein tenkje seg at det kan ha skjedd tilfeldige feil ved datainnsamlinga, der relevante innlegg rett og slett ikkje har vorte oppdaga. Vidare kan også Facebook-oppdateringa, som omtala under kapittel 4.2.2, hevdast å vere noko som gjer at ein kan diskutere om undersøkinga er etterprøvbar. Om det er slik at denne Facebook-oppdateringa gjer at ein ikkje kan ta i bruk same innsamlingsmetode ved eit seinare høve, kan heller ikkje datainnsamlinga etterprøvast. Dette lyt seiast å vere problematisk for reliabiliteten.

Samstundes er ikkje dette noko ein får gjort så mykje med, då Facebook er eit privat selskap og datainnhentingsmoglegheitane derifrå såleis er avhengig av deira eigne funksjonar. I den samanheng kan ein tenkje seg at liknande problem også kunne ha oppstått dersom ein tok i bruk andre sosiale medium, og at Facebook ikkje nødvendigvis er det vanskelegaste mediumet å hente inn data ifrå. Ivaretakinga av reliabiliteten handlar difor, nok ein gong, om å gjere framgangsmåten så oversiktleg som råd. Altså gjeld same prinsipp som ved førre problem. Detaljbeskrivinga av korleis ein søkte seg fram til dei relevante Facebook-innlegga, gjer difor at det vert enklare for lesaren å få ei oversikt over innhentingssprosessen, medan lagringa av innlegga med skjermbilete og tilhøyrande internettlenkjer, gjer at ein, om ein ynskjer det, kan få tilsendt desse dokumenta og dobbeltsjekke at innlegga faktisk er reelle. Dette lyt seiast å vere noko som er positivt for reliabiliteten i oppgåva, sjølv om full etterprøvbarheit vert vanskeleg å oppnå. Der denne utfordringa ved datainnsamlinga kan sjåast på som problematisk for reliabiliteten, kan ein, derimot, kanskje argumentere for at dette er noko som kan vere gunstig for validiteten.

4.7.2 Validitet

Validitet handlar om korleis undersøkinga ein gjennomfører verkeleg svarer på spørsmålet den skal svare på (Bergström & Boréus, 2012, s. 41). Overført til denne analysen, kan ein difor spørje om dei innsamla Facebook-innlegga bidreg til å svare på problemstillinga eller ikkje. Gjer dei det, kan ein seie at dei er valide. Dette er rett nok ikkje tilstrekkeleg for å seie om forskinga er valid. For at forskinga skal vere valid, lyt også desse Facebook-innlegga vere analysert på ein korrekt måte. At samtlege 924 Facebook-innlegg har vorte lest igjennom, henta inn og koda av same person, lyt såleis seiast å vere gunstig for validiteten, då dette gjer det enklare å sjå heilskapen innlegga inngår i.

Dette står i motsetjing til ein forskingsmetode der ein, til dømes, bruker eit maskinprogram for å søkje etter ord eller for å telje førekomsten av ord. Der ein slik framgangsmåte kanskje hadde vore meir reliabel ved at den kom fram til nøyaktig same resultat kvar gong, kan det tenkjast at ein kunne ha risikert at innlegg som ikkje var høgrepopulistiske, men som hadde eit høgrepopulistisk ord eller liknande, hadde vorte koda som høgrepopulisme. Følgjande kunne også innlegg som eigentleg var høgrepopulistiske ha vorte koda som ikkje-høgrepopulistiske. Såleis kunne ein då ha fått eit misvisande resultat. Ved at alle innlegga har vorte lest igjennom unngår ein derimot dette, og ein kan vere sikrere på at Facebook-innlegga gir eit gyldig svar på problemstillinga. Samstundes er det også validitetsutfordringar med denne framgangsmåten.

Den største utfordringa lyt seiast å vere operasjonaliseringa og defineringa av analyseskjemaet. Her kan nemleg enkelte av kategoriane hevdast å flyte litt over i kvarandre, noko som gjer at ein kan argumentere for at enkelte kjenneteikn burde ha vorte slått saman. Til dømes, kan innvandringsfiendtleghet og kritisk til ut-grupper sjåast på som ganske like. Desse har likevel blitt definert som to ulike kjenneteikn, då det er ynskjeleg å skilje mellom innlegg som er kritiske til innvandring, og innlegg som tek føre seg minoritetar som allereie er innanfor staten sine grenser, og som følgjande ikkje er potensielle innvandrarar. Vidare kunne ein kanskje ha fjerna enkelte av kjenneteikna, som, til dømes, demokratiskepsis, då ein kan forvente at parti som er valt inn i nasjonalforsamlinga ikkje er antidemokratiske. Høgrepopulistars iver etter å ha meir direkte demokrati er likevel noko som har vorte mykje omtala i forskingslitteraturen, og er såleis hensiktsmessig å ta med i denne analysen.

Angående den ytre validiteten, om funna i denne analysen kan generaliserast eller ikkje, lyt det påpeikast at forskingsopplegget allereie er ganske breitt. Oppgåva søkjer etter å seie noko om høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar i Skandinavia, og er, med det utgangspunktet, generell frå start av. Om ein kan generalisere resultata frå denne analysen til ein større populasjon, til dømes Vest-Europa eller heile Europa, er vanskeleg å seie, då kvart lands demokratiske omgivnader varierer. Berre i Skandinavia, der landa kan hevdast å vere ganske like, finst det store forskjellar, noko som indikerer at forskjellane mellom Skandinavia og resten av Europa kan vere endå større. Likevel kan det nok tenkjast at ein, til ein viss grad, kan dra inspirasjon frå funna i denne oppgåva til å undersøkje kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium hjå høgrepopulistiske parti i andre land også. Dette er noko som vil verte nærare drøfta etter at analysen har vorte presentert.

5.0 Analyse

Føremålet med dette kapittelet er å belyse problemstillinga:

«Korleis skil høgrepopulistiske partis offisielle kommunikasjon seg frå den som kjem til uttrykk gjennom enkeltpresentantar på sosiale medium?».

I tillegg er det presentert to hypotesar om kva ein kan forvente å finne i analysen av dei aktuelle partia sine kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium. Såleis er det nødvendig med ei påminning om korleis desse er definert:

H1: *Høgrepopulistiske parti med realistiske regjeringspartnarar vil ha større skilnad mellom partiet sin kommunikasjon og enkeltpresentantane sin kommunikasjon på sosiale medium, enn det høgrepopulistiske parti utan realistiske regjeringspartnarar har.*

H2: *Høgrepopulistiske partis kommunikasjon på sosiale medium gjennom enkeltpresentantar skil seg i større grad frå partiet sin offisielle kommunikasjon, enn den gjer hjå konservative parti.*

For å svare på problemstillinga og utforske desse to hypotesane, vil analysen delast inn etter dei høgrepopulistiske kjenneteikna. Dette vil seie at kvart kjenneteikn får sitt eige delkapittel, der partia sine kommunikasjonsforskjellar innanfor desse kategoriane vil verte analysert og diskutert. Her vil dei to hypotesane vere sentrale, då partia sine kommunikasjonsforskjellar heile tida vil verte vurdert opp mot desse. Desse forskjellane vil bli analysert både kvantitativt og kvalitativt. I praksis betyr dette at resultatane frå den kvantitative innhaldsanalysen først, under kvart kjenneteikn, vil verte presentert, før ein vidare idéanalyse av partia sine kvalitative kommunikasjonsforskjellar følgjer. Denne idéanalysen vil heile tida vere knytt opp mot dei presenterte kvantitative tala, og ein kan såleis seie at desse metodane fungerer om ein annan.

Etter at dei kvantitative og kvalitative kommunikasjonsforskjellane for kvart høgrepopulistiske kjenneteikn har vorte vurdert og analysert opp mot hypotesane, følgjer eit oppsummeringskapittel. Her vil ei meir overordna vurdering av hypotesane verte gjort, der ein

meir oversikteleg kvantitativ innhaldsanalyse vil verte presentert. I tillegg vil dei gjennomførte delanalysane også verte sentrale.

5.1 Elitekritikk

Av dei 924 Facebook-innlegga, er 40 av innlegga koda som elitekritikk. Ser ein på dei ulike partia, har SD desidert flest elitekritiske innlegg. Her skil SDs Karlsson seg ut med heile 18 tilfelle av kjenneteiknet. For å setje dette i perspektiv, er dette dobbelt så mykje som SDs Åkesson, som er den neste på lista. Åkesson, på si side, har tre gonger så mange elitekritiske innlegg som SDs eiga Facebook-side. I så måte, er det her ein tydeleg kvantitativ kommunikasjonsforskjell mellom SD og deira enkeltrepresentantar. Denne tydelege forskjellen finn ein ikkje hjå dei to andre høgrepopulistiske partia, der DFs Skaarup har to fleire elitekritiske innlegg enn DF, medan Frps Jensen berre har eitt meir enn Frp. Følgjer ein tankegangen bak Hypotese 1 (H1), er dette oppsiktsvekkjande. Her vart det forventa at SD, som det av dei høgrepopulistiske partia som var lengst unna regjeringsmakt, ville ha mindre kommunikasjonsforskjellar enn Frp og DF. Desse tala tyder derimot på at det motsette er tilfellet.

For Hypotese 2 (H2) gir dette litt blanda konklusjonar. Ettersom det ikkje er koda nokre tilfelle av elitekritikk hjå dei konservative analyseiningane, er det då, med andre ord, heller ikkje noko kommunikasjonsforskjell å spore. Dei høgrepopulistiske partia sine forskjellar lyt difor leggjast til grunn for å seie noko om hypotesa. I den svenske konteksten er dette såleis noko som støttar H2, då SD har ein så tydeleg kvantitativ kommunikasjonsforskjell. I Noreg og Danmark er det ikkje like enkelt å seie noko om H2, då forskjellane hjå Frp og DF er så små. Rett nok er det, reint statistisk, skilnadar hjå begge partia, men desse kan vanskeleg hevdast å vere store nok til å seie at dette er noko som tydeleg talar for H2. At det er kvantitative forskjellar treng heller ikkje nødvendigvis å bety at det faktisk er kommunikasjonsforskjellar.

Tabell 4: Elitekritikk

	Elitekritikk
Kristian T. Dahl	1
Peter Skaarup	2
DF	0
Lars L. Rasmussen	0
Kristian Jensen	0
Venstre	0
Siv Jensen	3
Sylvi Listhaug	2
Frp	2
Erna Solberg	0
Jan Tore Sanner	0
Høyre	0
Jimmie Åkesson	9
Mattias H. Karlsson	18
SD	3
Ulf Kristersson	0
Peter Danielsson	0
Moderaterna	0
Totalt	40

Hjå SD kan det nemleg sjå ut som at forskjellane er mindre dersom ein tek utgangspunkt i det kvalitative innhaldet. I dei tre elitekritiske innlegga til SDs eiga Facebook-side, er det tydeleg elitekritikk å finne. Meir presist, dreier desse tre innlegga seg om kritikk mot massemedia. Dette vert framheva med bruken av omgrep som «regimetelevisionen», «fake news» og «Pravda-stil». Spesielt den siste merkelappen gir eit innblikk i kva SD prøver å formidle i sine tre elitekritiske innlegg, då Pravda, ei kjend avis frå Sovjetunionen, kan sjåast på som eit hint om at massemedia, i dette tilfellet SVT, er styrt og sensurert av regjeringa. Interessant nok, er dette ein rein kopi av eitt av Karlssons innlegg. At SD har kopiert deira enkeltrepresentants innlegg, som så tydeleg spelar på elitekritikk og skepsis mot massemedia, kan tolkast som at SD står inne for Karlssons budskap. Såleis kan ein kanskje argumentere for at det, kvalitativt, ikkje er noko kommunikasjonsforskjell mellom SD og Karlsson.

Også dei to enkeltrepresentantane Åkesson og Karlsson har eit stort fokus på massemedia og korleis desse fungerer til fordel for «makten». Åkesson tek, mellom anna, eit oppgjær med Sveriges Radio P3, som han skuldar for å vere ein «skitkanal» og for å spreie «vänsterliberal smörja». For å runde av det heile, tek Åkesson til orde for at statsfinansierte massemedium ikkje skal vere ein «megafon för maktens politiske agenda». Liknande ytringar finn ein også hjå Karlsson, som spelar dei svake i Sveriges befolkning opp mot «vänstereliten», og skuldar

statsminister Stefan Löfven for å vere ein «skruppellös lögnhals som är beredd at säga precis vad som helst för att behålla makten och bo kvar i sitt palats». Vidare finn ein også, hjå både Åkesson og Karlsson, typiske elitekritiske omgrep som, til dømes, «kändiseliten» og det «vänsterliberala etablissemanget», og ein kan såleis argumentere for at dei to enkeltrepresentantane til SD, kvalitativt, er relativt like.



Med dette teke i betraktning, kan ein då kanskje hevde at Åkesson og Karlsson, samanlikna med SDs eiga Facebook-side, har ein endå tydelegare bruk av elitekritiske ord. Samstundes kan ein argumentere for at SD sjølve ikkje står noko særleg tilbake for dette, då antydninga til SD om korleis SVT, til dømes, kan kallast «regimtelevisionen», også lyt sjåast på som tydeleg elitekritisk. I så måte, kan ein vanskeleg seie at det finst kvalitative kommunikasjonsforskjellar mellom SD og SDs enkeltrepresentantar, sjølv om det er ein openberr kvantitativ forskjell. Flyttar ein fokuset over på dei to andre høgrepopulistiske partia i denne oppgåva, er det altså langt færre elitekritiske innlegg, og mindre kvantitative forskjellar.

I Danmark er det berre koda tre elitekritiske innlegg, der Dahl har eitt og Skaarup har to. Statistisk er det difor ein liten forskjell, ettersom DF sjølve har null slike innlegg. I realiteten

er dette likevel ikkje store skilnaden. Ser ein nærare på innlegga til Skaarup og Dahl, vert dette vidare understreka. Dette er nemleg det ein kan kalle tvilstilfeller, altså innlegg som har vore utfordrande å kode, då det ikkje er openbert at det er elitekritikk. Eit døme på dette, er Dahl, som set spørjeteikn ved om politikarar, som er opptekne av «klimatestryk», gjer slik som dei ynskjer at folk skal gjere. Sjølv om dette kanskje ikkje er tydeleg elitekritisk, kan det likevel sjåast på som ei antyding om at politikarar ynskjer at «folk» skal gjere ein ting, medan dei sjølve, som ein del av «eliten», kan ta seg visse fridommar.

Samanliknar ein dette med analyseiningane til SD, kan ein seie at det er ein viss forskjell på dei to partia. Der det hjå DF er litt vrient å tolke budskapen, er det, i SDs tilfelle, med ord som «elite», «etablissement», «fake news» og «mainstream media», tydeleg at dei prøver å skape eit bilete av eliten som korrump og noko som står i opposisjon til «folket», slik både Mudde (2004) og Canovan (1999) la vekt på i sine definisjonar av populisme. Når det gjeld Frp, kan ein kanskje seie at dei har teke ein slags mellomposisjon, då dei ikkje er like tydeleg elitekritiske som SD, men samstundes er meir elitekritiske enn DF. Hjå Frp er det nemleg litt fleire elitekritiske innlegg enn hjå DF, samstundes som ein også finn elitekritiske ord som, til dømes, «formynderpolitikere» og skuldingar om korleis dei raudgrøne partia trer vala «nedover hodet på alle andre». Her har Frp sjølve synt seg å vere like elitekritiske i sitt kvalitative innhald som dei to enkeltrepresentantane, der dei, mellom anna, skuldar Miljøpartiet dei Grøne (MDG) for å stå for «overformynderi»:



Meir spesifikt retta mot hypotesane, er det altså berre hjå SD ein finn kommunikasjonsforskjellar mellom parti og enkeltrepresentantar. Her er det reint kvantitativt

det er ein forskjell, då det kvalitative innhaldet kan seiast å vere ganske likt. Hjø Frp og DF er forskjellane små, både kvantitativt og kvalitativt. Ettersom ein, med utgangspunkt i H1, kunne forvente at kommunikasjonsforskjellane ville auke i takt med realistisk regjeringssamarbeid, er dette såleis noko overraskande at det berre er hjå SD ein finn kommunikasjonsforskjellar. Altså er dette noko som taler imot H1.

Ettersom verken Høgre, Moderaterna eller Venstre har nokre koda tilfelle av elitekritikk, og difor ikkje har kommunikasjonsforskjellar for dette kjenneteiknet, er det, som nemnt, dei høgrepopulistiske partia sine kommunikasjonsforskjellar som lyt leggjast til grunn for å vurdere H2. Sidan det berre er hjå SD, og då utelukkande kvantitativt, ein finn kommunikasjonsforskjellar, er det difor lite som støttar H2 i dette tilfellet.

5.2 Kritisk til ut-grupper

I den kvantitative innhaldsanalysen har 58 av innlegga blitt koda som kritisk til ut-grupper. Aller flest innslag av dette kjenneteiknet er det DFs offisielle Facebook-side og SDs Karlsson som har, med tolv innlegg kvar. Det som er interessant med desse tala, er at DF skil seg frå sine enkeltrepresentantar, som har, høvesvis, fem og fire slike innlegg. Her finn ein altså ein kommunikasjonsforskjell mellom DF og DFs enkeltrepresentantar, men i motsett retning av kva ein skulle tru utifrå H1. I formuleringa av hypotesa står det rett nok ikkje noko om kva retning det vert anteke at kommunikasjonsforskjellen tek, men tanken bak hypotesa er, som utdjupa tidlegare i oppgåva, at enkeltrepresentantane er meir høgrepopulistiske enn partia sjølve. I så måte, er dette noko som tyder på at det motsette er tilfellet.

Interessant er også Karlssons tolv innlegg med kritikk mot ut-grupper samanlikna med hans eige parti, som berre har fem tilfelle av dette kjenneteiknet. Såleis finn ein også her ein kvantitativ kommunikasjonsforskjell hjå SD. Denne tydelege kvantitative forskjellen er ikkje til stades hjå Frp, der det berre er eitt innlegg som skil Listhaug og Frp. Skal ein følgje tankegangen bak tolkinga av kommunikasjonsforskjellane hjå DF, kan ein likevel hevde at det finst liten kommunikasjonsforskjell hjå Frp også, då Frps Jensen har to færre tilfelle av kjenneteiknet enn kva Frp sjølve har. Sett under eitt, er det heller ikkje her mykje som taler for H1, då den minste kommunikasjonsforskjellen er å finne hjå Frp, som sat i regjering på dette tidspunktet, og som såleis hadde høgst realistiske samarbeidspartnarar.

Vidare er det interessant å sjå nærare på H2, då ein her finn tilfelle av kjenneteiknet hjå eitt av dei konservative partia. Her er nemleg Moderaterna representert med seks innlegg totalt, der partiet si eiga Facebook-side har fire og partileiar Kristersson to, medan Danielsson ikkje har nokon. Såleis kan ein altså seie at det er ein kommunikasjonsforskjell hjå Moderaterna. Nok ein gong er det då partiet som skil seg ut som den mest kritiske til ut-grupper, skal ein tru tala. Likevel er den kvantitative forskjellen hjå SD større enn hjå Moderaterna, noko som støttar H2 i den svenske konteksten. Også i Danmark og Noreg kan ein seie at kommunikasjonsforskjellane er større for dei høgrepopulistiske partia, ettersom Venstre og Høgre ikkje har tilfelle av kritikk mot ut-grupper, medan ein finn forskjellar hjå både DF og Frp, sjølv om Frps forskjell lyt seiast å vere minimal.

Tabell 5: Kritisk til ut-grupper

	Kritisk til ut-grupper
Kristian T. Dahl	4
Peter Skaarup	5
DF	12
Lars L. Rasmussen	0
Kristian Jensen	0
Venstre	0
Siv Jensen	1
Sylvi Listhaug	4
Frp	3
Erna Solberg	0
Jan Tore Sanner	0
Høgre	0
Jimmie Åkesson	6
Mattias H. Karlsson	12
SD	5
Ulf Kristersson	2
Peter Danielsson	0
Moderaterna	4
Totalt	58

Ser ein på det kvalitative innhaldet, er det nærliggjande å byrje med å samanlikne Moderaterna og SD. Her er det tydeleg at sistnemnde tek i bruk kraftigare og tydelegare formuleringar enn kva førstnemnde gjer. Likevel kan det sjå ut som om det er større kvalitative forskjellar å finne hjå Moderaterna. Kristerssons to innlegg kan nemleg seiast å vere tvilstilfelle. Han tek, mellom anna, til orde for likestilling, som ikkje er høgrepopulisme, samstundes som han trekk alle svenske innvandrarak under ein kam, då han hevdar at ingen av dei forstår viktigeita av likestilling. Såleis er det argumentasjonen som gjer at dette vert koda som kritisk til ut-grupper. Moderaternas eiga Facebook-side, derimot, er litt tydelegare kritisk

til ut-grupper. Hovudfokuset i deira fire innlegg, er nemleg at utanlandske kriminelle skal utvisast. Ikkje noko plass i desse innlegga vert svenske kriminelle nemnd, noko som gjer at innlegga vert sett på som kritiske til ut-grupper, då det er eit så einseitig fokus. I så måte, kan ein argumentere for at det er ein kvalitativ kommunikasjonsforskjell hjå Moderaterna.

Denne kvalitative forskjellen er ikkje til stades hjå SD, der Karlsson, den mest aktive av dei tre analyseiningane, deler SDs ynskje om å stoppe det «mångkulturella samhället». Dette kjem til uttrykk då han deler ei nyheit om korleis «muslimar får diskriminera pga kön». Hans eigen kommentar til dette, er at «svenska normer och seder skall återupprättas». Altså er det tydeleg at han ser på samfunnet på ein dualistisk måte, der det anten kan vere prega av «svenska normer» eller vere fleirkulturelt. Vidare kan ein i dei ulike innlegga til Karlsson også få eit inntrykk av at det er islam Karlsson er særleg skeptisk til ved det fleirkulturelle samfunnet, og at han då ser på muslimar som ei ut-gruppe. Denne eksplisitte og uttrykte skepsisen mot eit fleirkulturelt samfunn lyt seiast å vere heilt i tråd med Jungar og Jupskås' (2014) og Norris og Ingleharts (2019) definisjonar av høgrepopulisme, og er noko Karlsson har til felles med SDs offisielle Facebook-side. Dette gjeld også for partileiar Åkesson som tek føre seg mykje av det same, om enn med litt færre innlegg enn Karlsson.



Mattias Hans Karlsson
August 15, 2018 · 🌐

Den 9:e september bestämmer du ifall svenska normer och seder skall återupprättas i vårt land eller om det mångkulturalistiska systemet och synsättet skall tillåtas att ta över ännu mer.

ARBETSDOMSTOLEN Dom nr 51
Mål nr A 4

En kvinna gjorde en förfrågan om arbete som tolk. Tolkföretaget avbröt rekryteringsförfarandet sedan kvinnan under en anställningsintervju, i hänvisning till sin religion, inte handhälsat på en manlig företrädare för företaget. Arbetsdomstolen har funnit att kvinnan blivit utsatt för indirekt diskriminering.

UVELL.SE i

Arbetsdomstolen dömer att muslimer får diskriminera pga kön | Rebecca Weidmo Uvell

👍👎🤔 276 3 Comments 43 Shares

Angående H2, er det difor vanskeleg å seie om SD har større kommunikasjonsforskjellar enn Moderaterna. Kvantitativt skil Karlsson seg frå SD, men kvalitativt er det ikkje store forskjellane, ettersom Karlsson, Åkesson og SD alle lyt seiast å vere ganske tydeleg kritiske til ut-grupper, eit fleirkulturelt samfunn og islam. Hjå Moderaterna, er det openbert at partiet, kvantitativt, skil seg noko frå enkeltrepresentantane. I tillegg kan ein kanskje hevde at Moderaterna, kvalitativt, er litt tydelegare i sin kritikk mot ut-grupper enn kva Kristersson og, i alle fall, Danielsson er, noko som gjer at ein kan seie at det her også finst ein kvalitativ kommunikasjonsforskjell. Sett opp imot H2, kan ein difor ikkje seie at dette er noko som støttar den hypotesa.

SDs tydelege og eksplisitte motstand mot eit fleirkulturelt samfunn, og meir spesifikt islam, er også noko som er viktig for DF. Her er, mellom anna, DFs eiga Facebook-side eit godt døme, då dei tek til orde for at «der ikke blive opptaget muslimske lande i EU». Dette er eit tydeleg teikn på kritikk mot ut-grupper, der DF, utan noko form for argumentasjon, gir uttrykk for at muslimske land ikkje bør vere med i EU. Også hjå DFs enkeltrepresentantar finn ein liknande døme, der Dahl åtvarar mot «truslen fra islamismen», medan Skaarup vil nekte muslimske land å donere pengar til «moskébyggerier og trossamfund» i Danmark. At DF ser på islam som noko negativt og muslimar som ei ut-gruppe, er såleis openbert. Denne framandfrykta mot islam er noko som går igjen hjå alle dei tre analyseiningane, og ein kan seie at dei er ganske så sameinte. Samanlikna med SD, seier dette altså lite om H1, då det ikkje er dei store kvalitative forskjellane å spore hjå nokon av partia.

Denne motstanden mot islam finn ein også hjå Frp, der partiet si eiga Facebook-side eksplisitt ytrar at «burka og nikab hører ikke hjemme i Norge». Liknande haldningar har også Listhaug, som spelar på ein debatt som var aktuell på dette tidspunktet, nemleg om korleis enkelte muslimar ikkje ville handhelse på det motsette kjønn. Med ytringane «i Norge håndhilser vi på hverandre» og «det er snikislamisering», er det tydeleg at ho identifiserer muslimar som ei ut-gruppe og spelar på framandfrykt for å formidle dette. Omgrepet «snikislamisering» er i tillegg noko ho har kopiert frå ei ytring av hennar partifelle, Jensen, noko som indikerer at dette er haldningar Jensen også står inne for. Frps analyseiningar kan, i så måte, seiast å vere på nokolunde same bølgelengd når det kjem til det kvalitative innhaldet, og kommunikasjonsforskjellen er såleis minimal.



Sett under eitt, lyt altså dei høgrepopulistiske partia seiast å ha minimale kvalitative kommunikasjonsforskjellar, der enkeltrepresentantane, i stor grad, verkar å vere samstemte med partia sin eigen kommunikasjon. Legg ein til at SD, partiet lengst unna regjeringsmakt, har ein stor kvantitativ kommunikasjonsforskjell, er det difor lite som talar for H1 i dette tilfellet.

I vurderinga av H2 er det berre Moderaterna som er aktuelle å diskutere av dei konservative partia, ettersom Høgre og Venstre altså ikkje har nokon tilfelle av kritikk mot ut-grupper. Hjø Moderaterna er det til gjengjeld ein kommunikasjonsforskjell å spore, då partiet sjølve skil seg frå sine enkeltrepresentantar. Kvalitativt, kan ein såleis seie at resultatata i den svenske konteksten tyder på det motsette av H2. Legg ein dei kvantitative tala inn i denne vurderinga, vert tilfellet derimot noko anna, då SD har ein langt større kommunikasjonsforskjell enn Moderaterna. Desse tala støttar også H2 i Danmark og, til ein viss grad, Noreg, då ein finn kvantitative forskjellar hjå DF og Frp. Kvalitativt er det, på den andre sida, lite som støttar H2 i desse to landa.

5.3 Populistisk retorikk

Dette er den mest koda kategorien i analysen. Av totalt 409 høgrepopulistiske referansar, er 139 av dei koda som populistisk retorikk. Dette vil då seie at 34 prosent av dei høgrepopulistiske referansane er nettopp dette kjenneteiknet. SDs Karlsson, med 34, er den med flest slike innlegg. Dette er heile 23 fleire enn SDs offisielle Facebook-side, og er såleis eit prov på ein kvantitativ kommunikasjonsforskjell. Også hjå Frp og DF finn ein kommunikasjonsforskjellar, men ikkje i like stor grad som hjå SD. Hjå Frp skil Listhaug seg ut med seks fleire tilfelle av populistisk retorikk enn partiet sjølv, medan DFs Dahl har tre fleire enn DFs offisielle Facebook-side. Samanlikna med DF, er forskjellen større hjå Frp og såleis i tråd med H1, men ettersom forskjellen mellom Karlsson og SD er endå større, kan ein likevel ikkje seie at desse kvantitative tala taler til fordel for H1.

Vidare er det også tilfelle av populistisk retorikk hjå dei to konservative partia Moderaterna og Venstre. Her skil Venstres offisielle Facebook-side seg ut med ti innlegg. Dette er, for å setje det i perspektiv, meir enn både DFs eiga Facebook-side og DFs Skaarup, noko som tyder på at Venstre er minst like høgrepopulistiske som DF når det kjem til populistisk retorikk. Den kvantitative kommunikasjonsforskjellen hjå Venstre er også større enn den er hjå DF, då Venstres eigen Facebook-profil har åtte fleire innlegg med populistisk retorikk enn Jensen, medan Rasmussen ikkje har nokon. I så måte, kan ein seie at den danske konteksten tyder på det motsette av H2. Dette er ikkje tilfellet i Sverige og Noreg, der dei kvantitative forskjellane hjå SD og Frp er mykje større enn forskjellane hjå Moderaterna og Høgre.

Tabell 6: Populistisk retorikk

	Populistisk retorikk
Kristian T. Dahl	12
Peter Skaarup	7
DF	9
Lars L. Rasmussen	0
Kristian Jensen	2
Venstre	10
Siv Jensen	11
Sylvi Listhaug	15
Frp	9
Erna Solberg	0
Jan Tore Sanner	0
Høyre	0
Jimmie Åkesson	15
Mattias H. Karlsson	34
SD	11
Ulf Kristersson	1
Peter Danielsson	1
Moderaterna	2
Totalt	139

Venstres hyppige bruk av populistisk retorikk gjer det såleis interessant å sjå nærare på deira kvalitative innhald, og, med utgangspunkt i H2, korleis dette skil seg frå DF. Her syner det seg at Venstres eigen Facebook-profil, også kvalitativt, ikkje står noko tilbake frå DFs populistiske retorikk. Dette kjem til uttrykk i deira omtale av Socialdemokratiets statsministerkandidat Mette Frederiksen som «Den røde slagter fra Nordjylland», og ei samanlikning av Socialdemokratiet med nordkoreansk fjernsyn, der dei hintar til at partiet tek i bruk same verkemiddel som autoritære Nord-Korea. I tillegg gjer Venstre også narr av Frederiksens skattepolitikk, der dei har laga eit illustrasjonsbilete av korleis Frederiksen, mellom anna, ber om 600 millionar kroner «Til høgere skatt på firmabetalt telefon». Dette lyt seiast å vere enkel og direkte retorikk, der dei gjer narr av ein politisk motstandar, og er såleis med utgangspunkt i Canovans (1999) definisjon av populisme som ei kommunikasjonsform, tydeleg populistisk retorikk.



Der Venstre er opptekne av å setje Socialdemokratiet i eit dårleg lys, finn ein liknande retorikk hjå DF, berre at det er Radikale Venstre som er deira hovudfokus. Her vert, mellom anna, Radikale Venstres partileiar Morten Østergaard omtala som «katten i sækken» av både DFs eiga Facebook-side og partileiar Dahl, medan ein også hjå Skaarup finn mykje negativ omtale av Radikale Venstre. Her lyt det påpeikast at Skaarup kanskje kan sjåast på som litt mindre krass i tonen enn DF og Dahl, sjølv om innlegga hans likevel har eit tydeleg innhald av populistisk retorikk. Samstundes kan ikkje denne forskjellen seiast å vere særleg stor, og relevant for H2, langt mindre enn den ein finn hjå Venstre.

Teke i betraktning av det ovanfor, kan ein hevde at Venstre ikkje står noko tilbake for den populistiske retorikken ein finn hjå DF, og at Venstre er minst like populistiske i sin kommunikasjon som det DF er. Her er det likevel nødvendig å understreke at dette utelukkande gjeld partiet sjølv, då enkeltrepresentantane til Venstre ikkje er like populistiske i sin retorikk. Jensens to populistiske innlegg kan nemleg ikkje seiast å vere like skarpe i tonen som innlegga til partiet, sjølv om også han gjer narr av Socialdemokratiet, og spesielt Henrik Sass Larsen. Rasmussen, på si side, har altså ingen slike innlegg. I så måte, kan ein seie at indikatorane frå den kvantitative innhaldsanalysen står seg også kvalitativt, der Venstre har ein større kommunikasjonsforskjell enn det DF har. Dette lyt seiast å vere motsett av H2.

Flyttar ein fokuset over til Sverige, finn ein også her døme på at det konservative partiet har populistisk retorikk. Her lyt det rett nok påpeikast at Moderaterna ikkje kan seiast å vere i nærleiken av Venstres skarpe tone, og at graden av populistisk retorikk er noko mildare. Nesten alle dei koda innlegga til Moderaternas analyseiningar er nemleg tvilstilfelle, der innlegga ikkje har vore heilt openberre populistiske. Likevel lyt innhaldet i desse innlegga seiast å ha ein liknande trend som hjå Venstre, nemleg at det er sosialdemokratane dei er ute etter å setje i eit dårleg lys. Såleis vert desse innlegga koda som populistisk retorikk, då Moderaterna, ved hjelp av enkel retorikk, prøver å gjere narr av ein politisk motstandarar. Dette er felles for partiet sjølv og enkeltrepresentantane, og ein kan difor seie at den kvalitative kommunikasjonsforskjellen hjå Moderaterna er liten.

Hjå SD, på si side, er det ein langt krassare retorikk enn den ein såg hjå Moderaterna, der spesielt SDs eigen Facebook-profil og Karlsson er opptekne av å danne eit bilete av at Socialdemokraterna, «vänstreliberala» og «arbetarrörslen» er ute etter å spreie usannheiter om SD. Dette kjem, mellom anna, til uttrykk i eit av Karlssons innlegg der han har delt eit bilete av hunden sin og korleis den har øydelagt ei pute. Ved første augekast kan dette sjå ut som eit privat innlegg, men den tilhøyrande teksten gjer derimot at budskapet kan tolkast som noko heilt anna. Her latar nemleg Karlsson som at hunden hans hevdar det er SD eller «högerextremister» som står bak, og korleis dette har vore eit koordinert angrep for å flytte fokuset vekk ifrå klimadebatten. Såleis kan dette sjåast på som ei ironisk påpeiking om korleis han meiner SD får skulda for alt mogleg. Liknande budskap finn ein også på SDs eiga Facebook-side som hevdar at «Nu rullar Socialdemokraterna ut sina sista lögnen om oss i denna valrörelse». Åkesson, på si side, har også eit fokus på at andre parti lyg om SD, men ikkje like eksplisitt som dei to andre analyseiningane. Han gjer i staden narr av politiske motstandarar, og kallar, mellom anna, justispolitikken til Socialdemokraterna for «saft och bulle-politik».



Med dette teke i betraktning, lyt ein difor seie at det, kvalitativt, er lite som støttar H2 i Sverige, då verken SD eller Moderaterna har særlege kommunikasjonsforskjellar. Samstundes har SD ein markant kvantitativ kommunikasjonsforskjell, som, på den andre sida, taler for H2. Rettar ein fokuset tilbake til DF og H1, kan ein kanskje argumentere for at den kvalitative analysen taler for H1, då det kan seiast å vere ein liten kvalitativ forskjell på DFs Skaarup og DF. Legg ein derimot dei kvantitative tala til grunn, har SD ein langt større skilnad, noko som, på den andre sida, motseier dette argumentet. For å seie meir om H1, er det difor nødvendig å også inkludere Frp i denne vurderinga.

Hjå Frp finn ein, som nemnt, kvantitative kommunikasjonsforskjellar mellom enkeltrepresentantane og partiet sjølv, der spesielt Listhaug skil seg ut. Kvalitativt, er derimot ikkje desse skilnadane like tydelege. Tvert imot, kan ein heller seie at det ikkje er noko kommunikasjonsforskjell å snakke om, då dei tre analyseiningane tek for seg mykje av det same, som er å gjere narr av MDG og setje dei i eit dårleg lys. Med andre ord, er det ein stor grad av likskap mellom Frp og dei to enkeltrepresentantane, og få, om nokon, kommunikasjonsforskjellar å snakke om. Med utgangspunkt i dette, i tillegg til det som vart diskutert om DF og SD, er det difor ikkje særleg mykje som støttar oppunder H1 når det kjem til det kvalitative innhaldet.

Alle dei tre høgrepopulistiske partia tek i bruk enkel og direkte kommunikasjon, og er særleg opptekne av å setje politiske motstandarar i eit dårleg lys. Den einaste kvalitative forskjellen ein kan finne hjå desse partia, er hjå DF, ettersom Skaarup kan seiast å vere noko mindre skarp i tonen enn sitt eige parti. Dette er rett nok berre ein liten forskjell, og i tillegg, som nemnt, i feil retning av kva H1 legg til grunn. Inkluderer ein dei kvantitative tala i denne vurderinga, taler resultata endå meir imot H1, då SD er det partiet som skil seg ut med størst kommunikasjonsforskjell. På den andre sida, bidreg desse kvantitative tala derimot til å seie noko om H2.

Som tidlegare synt, har det foreløpig vore ulike tendensar for denne hypotesa i Sverige og Danmark, der førstnemnde, kvantitativt, såg ut til å stemme overeins med kva som vart anteke, medan sistnemnde synte det motsette. Faktisk har Venstre, i den danske konteksten, større kommunikasjonsforskjellar, både kvantitativt og kvalitativt, enn det DF har. Dette er ikkje tilfellet i Noreg, der Høgre har null tilfelle av populistisk retorikk, og, såleis, ingen kommunikasjonsforskjell. I så måte, lyt altså Frps kommunikasjon liggje til grunn for å

vurdere H2 i Noreg. Der dette talte til fordel for H2 kvantitativt, er det, etter den kvalitative analysen, ikkje like mykje som støttar H2, då Frp ikkje har kvalitative kommunikasjonsforskjellar.

5.4 Skeptisk til demokratiet

Der populistisk retorikk var det mest koda kjenneteiknet, er tilfellet motsett for denne kategorien. Dette er nemleg det kjenneteiknet med færrest koda innlegg, då berre to av dei totalt 924 Facebook-innlegga har vorte kategorisert som dette. Desse to innlegga er det SDs Karlsson og DFs Dahl som står for, med eitt innlegg kvar. Såleis kan ein altså, allereie her, argumentere for at dette støttar H2 i den svenske og den danske konteksten, då det naturleg nok er ein kvantitativ kommunikasjonsforskjell hjå både DF og SD, reint statistisk, medan dei konservative partia i desse to landa ikkje har nokon slike innlegg, og i så måte ikkje har kommunikasjonsforskjellar.

Tabell 7: Skeptisk til demokratiet

	Skeptisk til demokratiet
Kristian T. Dahl	1
Peter Skaarup	0
DF	0
Lars L. Rasmussen	0
Kristian Jensen	0
Venstre	0
Siv Jensen	0
Sylvi Listhaug	0
Frp	0
Erna Solberg	0
Jan Tore Sanner	0
Høgre	0
Jimmie Åkesson	0
Mattias H. Karlsson	1
SD	0
Ulf Kristersson	0
Peter Danielsson	0
Moderaterna	0
Totalt	2

Samstundes kan ein argumentere for at det vert vanskeleg å dra slutningar på så få observasjonar. Spesielt vert dette vrient dersom ein har vurderingane av dei andre kjenneteikna friskt i minne, der kommunikasjonsforskjellar på eitt innlegg har vorte sett på

som minimale eller irrelevante. For å sikre oppgåva sin reliabilitet er det viktig å vere konsistent i vurderinga av dei ulike kategoriane, og då kan det ikkje vere slik at ein plutselig skal byrje å ta høgde for så små forskjellar berre fordi det er så få innlegg totalt sett. Likevel er det interessant å sjå nærare på desse to innlegga for å få eit betre innsyn i det kvalitative innhaldet.

Her kan det vere nærliggjande å byrje med Dahls innlegg, der han skriv om ei eventuell tilslutning til EUs bankunion. Grunnen til at dette har vorte koda som eit innlegg som er skeptisk til demokratiet, er fordi han tek til orde for ei folkeavstemming. Dette grunnjev han med at «Danskerne skal spørres!». Altså kan dette tolkast som at han ikkje stolar på at dei folkevalte representantane skal ta det beste valet for Danmark, og såleis kan dette då sjåast på som at han er skeptisk til det representative demokratiet.

På den andre sida, kan ein diskutere om dette burde ha vore koda under dette kjenneteiknet, då ein kan hevde at det ikkje er ein eksplisitt kritikk av demokratiet. Samstundes er det verdt å påpeike at defineringa av dette kjenneteiknet ikkje legg til grunn at ein nødvendigvis er ein motstandar av demokratiet, men, som Golder (2016) understrekar, skeptisk til «key aspects of the constitutional order». Såleis kan ein likevel argumentere for at dette innlegget vert koda under denne kategorien, då Dahl gir uttrykk for ein skepsis til om folket sine representantar gjer det som er best for danskane, og då også om det representative demokratiet eigentleg er føremålstenleg.

Heilt openbert skeptisk til demokratiet kan ein heller ikkje seie at SDs Karlsson er i sitt innlegg. Likevel vert dette innlegget koda som dette, då han gir uttrykk for at han er bekymra for visse moment i det svenske demokratiet, før han ender opp med å hevde at det er eit «cirkus», «freakshow» og «Paradise Hotel på anabola steroider». Med andre ord, kan budskapen i dette innlegget tolkast som at Karlsson set spørjeteikn ved viktige funksjonar i demokratiet, som, til dømes, om ein kan stole på informasjonen frå massemedia.

 **Mattias Hans Karlsson**
September 4, 2018 · 🌐

Jag är gruppledare i Sveriges riksdag. Det är bara några dagar kvar till valet. Jag har gjort mängder med intervjuer och deltagit i många debatter de senaste månaderna, men nästan ingen av dem har handlat om vad vi har för konstruktiva lösningar på våra allvarligaste samhällsproblem. Jag minns knappt när jag fick diskutera sakpolitik överhuvudtaget. Att jag skulle få diskutera ideologi, politisk filosofi och långsiktiga visioner finns inte ens på kartan. Att jag skulle beredas tid att föra mer avancerade resonemang och få prata till punkt är om möjligt ännu mer osannolikt.

Jag har alltså på riktigt fått uttala mig mer om det tiotal personer bland våra nästan 4500 kommunfullmäktigekandidater som media och politiska kampanjorganisationer kunnat beslå med ideologiska avvikelser, efter minutiösa granskningar som går 10 -15 år tillbaka i tiden och som man inte gör med de övriga partierna, än vad jag har fått prata om migrationspolitiken, sjukvården, äldreomsorgen, ekonomin, integrationen och kriminalpolitiken tillsammans.

I den mån jag har fått prata politik överhuvudtaget, så har merparten handlat om sådant som vi överhuvudtaget inte tycker och aldrig har tyckt, men som våra motståndare ändå säger att vi tycker.

Tillståndet för den svenska demokratiska processen, kvaliteten på det offentliga samtalet och mediernas politiska bevakning är bedrövligt och deprimerande.

Jag lider med de väljare som med hjälp av massmedierna skall försöka bilda sig en djuplodande och seriös uppfattning kring vad som på riktigt är de stora samhällsproblemen, vilka olika konstruktiva förslag partierna har för att lösa dessa problem och hur de reella ideologiska och sakpolitiska skillnaderna mellan partierna faktiskt ser ut.

Det som utspelar sig nu är inte värdiga konversationer och meningsutbyten kring statskonst, komplexa samhällsfrågor och grundvalen för olika politiska prioriteringar.

Det vi ser nu är en ovärdig cirkus. En freakshow. Det är Paradise Hotel på anabola steroider...

See Translation

   731

11 Comments 139 Shares

Med vurderinga av det kvalitative innhaldet i desse innlegga i bakhand, forsterkar dette argumentet om at det vert vanskeleg å trekkje slutningar basert på ein kvantitativ forskjell på eitt innlegg. Desse to innlegga syner at det ikkje er ein heilt tydeleg og openberr skepsis til demokratiet til stades, og det vert såleis vanskeleg å seie at Karlsson og Dahl skil seg noko særleg frå sine respektive parti. Difor kan ein seie at det er lite som taler for H1 og H2 for dette kjenneteiknet, då det rett og slett er for få tilfelle av denne kategorien til å kunne seie noko om dei.

5.5 Radikal liberalisering

Radikal liberalisering har fleire tilfelle enn førre kjenneteikn. Likevel er heller ikkje denne kategorien blant dei mest koda, med berre 34 tilfelle. Ser ein nærare på dei ulike partia, er dette likevel ein interessant kategori. Av desse 34 innlegga står nemleg Frp for 33 av dei. Det einaste andre partiet som er representert med dette kjenneteiknet, finn ein også i Noreg, nemleg Høgre. Som diskutert i førre kapittel, kan ein seie at ein skilnad på berre eitt innlegg ikkje er nok til å konkludere med at det finst ein kommunikasjonsforskjell hjå eit parti. I så måte, kan ein ikkje seie at Høgre har ein kommunikasjonsforskjell. Likevel kan desse tala nyttast til å seie noko om H2.

Hjå Frp finn ein nemleg ein kvantitativ kommunikasjonsforskjell, då Frps eiga Facebook-side har seks fleire enn både Listhaug og Jensen. Igjen er altså denne kommunikasjonsforskjellen i motsett retning av kva som vart anteke. Likevel lyt denne skilnaden seiast å vere noko som taler for H2, då Høgre ikkje har ein tydeleg kommunikasjonsforskjell. I den samanheng kan ein også seie at dette er noko som støttar H1, då Frp, det høgrepopulistiske partiet med mest realistiske samarbeidspartnarar, har større kommunikasjonsforskjellar enn dei to andre høgrepopulistiske partia, ettersom SD og DF ikkje har nokon tilfelle av dette kjenneteiknet. Dette er rett nok med utgangspunkt i den kvantitative analysen. Kvalitativt kan det tenkjast at Frps analyseiningar er meir sameinte.

Tabell 8: Radikal liberalisering

	Radikal liberalisering
Kristian T. Dahl	0
Peter Skaarup	0
DF	0
Lars L. Rasmussen	0
Kristian Jensen	0
Venstre	0
Siv Jensen	9
Sylvi Listhaug	9
Frp	15
Erna Solberg	0
Jan Tore Sanner	0
Høgre	1
Jimmie Åkesson	0
Mattias H. Karlsson	0
SD	0
Ulf Kristersson	0
Peter Danielsson	0
Moderaterna	0
Totalt	34

I den kvalitative vurderinga av innlegga er det først interessant å sjå nærare på Høgre, då dette er det einaste høgrepopulistiske kjenneteiknet, av totalt 75 innlegg, Høgres analyseiningar har fått koda. Dette er det Høgres eiga Facebook-side som står for, der dei skriv at «Staten skal ikke bestemme over deg!». Returnerer ein til Betz (1993) sin definisjon av høgrepopulisme frå kapittel 3.2, lyt dette seiast å vere ei ytring som tek til orde for ein drastisk reduksjon av staten sin kontroll. Seinare i innlegget kjem det ikkje fram noko som motseier denne ytringa, eller gir indikasjonar på at dette ikkje er hovudpoenget, og innlegget vert difor sett på som radikal liberalisering.



Samstundes kan det tenkjast at det ligg meir bak denne ytringa, og at Høyre eigentleg ikkje har eit radikalt syn på statleg kontroll, då ingen av dei andre innlegga til Høyre eller partiet sine enkeltrepresentantar har liknande budskap. Ettersom det i den kvalitative analysen også er mogleg å vurdere tekst basert på heilskapen og opp mot andre innlegg, kan ein såleis seie at dette ikkje er eit representativt bilete av kva Høyre eigentleg står for. Denne heilskapsvurderinga av innlegget, kan, i så måte, seiast å fungere på ein tosidig måte.

På den eine sida, kan ein argumentere for at dette innlegget burde sjåast vekk ifrå, medan ein også, på den andre sida, kan hevde at dette er eit prov på ein kommunikasjonsforskjell hjå Høyre, då det skil seg såpass mykje frå kva ein elles får inntrykk av at Høyre står for. Det siste kunne særleg ha vore aktuelt å konkludere med dersom det hadde vore fleire innlegg av denne typen, men ettersom det berre er eitt slikt innlegg, er det meir naturleg å tenkje at budskapen i innlegget eigentleg, basert på heilskapen innlegget inngår i, ikkje er så radikal som ytringa «Staten skal ikke bestemme over deg!» tilseier. Difor kan ein seie at det ikkje er noko tydeleg kvalitativ kommunikasjonsforskjell hjå Høyre.

Dette finn ein heller ikkje hjå Frp, der det er langt fleire slike innlegg, og der den kvantitative kommunikasjonsforskjellen allereie er fastslått. Kvalitativt er nemleg Frps analyseiningar, stort sett, ganske like. Rett nok kan ein kanskje peike på at Listhaug og Jensen er endå meir

eksplisitte i sin motstand mot at staten skal bestemme over folk, ved at begge skuldar MDG for å vere «sosialistiske formyndere» som trer val «nedover hodet på andre», og at begge skriv om korleis Frp vart stifta «for å bekjempe denne politikken». Dette kjem ikkje like tydeleg fram hjå Frps offisielle Facebook-side, og ein kan kanskje hevde at dette er ein liten kvalitativ forskjell.

Samstundes kan ikkje denne forskjellen hevdast å vere særleg stor, då også Frp indikerer noko av det same med deira motstand mot venstresida si «kjøttskam», «flyskam» og «bilskam», som dei meiner grip inn i kvardagen til folk. I tillegg vert det i eitt av innlegga deira ytra at «familiene skal bestemme, ikke politikerne». Dette kan også hevdast å vere eit tydeleg prov på radikal liberalisering, noko som, på den andre sida, motseier argumentet om at det er ein kvalitativ kommunikasjonsforskjell hjå Frp. Vidare er det altså hjå Frps eiga Facebook-side ein finn flest tilfelle av radikal liberalisering, der dei har seks fleire slike innlegg enn Listhaug og Jensen. Sjølv om ein, ovanfor, skulle ende opp med å konkludere med at Frp er litt mindre eksplisitt i sin motstand mot radikal liberalisering enn sine enkeltrepresentantar, er det såleis vanskeleg å argumentere for at denne kvalitative forskjellen, om den i det heile teke er til stades, er større enn den kvantitative.

Med utgangspunkt i den kvalitative analysen er det difor ikkje like mykje som taler for dei to hypotesane, som ved den kvantitative. Uansett lyt det seiast at det er interessant at Frp, samla sett, har såpass mange tilfelle av radikal liberalisering når dei to andre høgrepopulistiske partia har null. Ved ingen av dei andre høgrepopulistiske kjenneteikna er skilnadane mellom dei tre høgrepopulistiske partia så store, noko som kan type på at radikal liberalisering ikkje nødvendigvis er representativt for høgrepopulistiske parti. Dette er såleis noko som stemmer overeins med Kitschelt (2007) og De Langes (2007) påstandar frå kapittel 3.2, der dei hevda at høgrepopulistiske parti har teke ein meir sentrumsnær posisjon på den tradisjonelle høgre-venstre-aksen.

5.6 Innvandringsfiendtleghet

Som ved førre kjenneteikn, er også innvandringsfiendtleghet ein kategori der eitt parti skil seg ut. Denne gongen er det DF som har langt fleire innlegg enn dei andre partia. Her finn ein attpåtil ein kvantitativ kommunikasjonsforskjell, der Skaarup skil seg ut med færrest

innvandringsfiendtlege innlegg. Dette finn ein også hjå Frp, der Listhaug har seks fleire innlegg enn både partiet og Jensen. Desse ulike kommunikasjonsforskjellane kan sjåast på to måtar. På den eine sida, kan ein hevde at skilnadane hjå DF og Frp er like, då forskjellane er like store. På den andre sida, tek H1 utgangspunkt i tanken om at enkeltrepresentantane er meir høgrepopulistiske enn partia sjølve, noko som taler for at kommunikasjonsforskjellen i Frp er meir markant. Samstundes lyt ein også, i Frps tilfelle, ta med i vurderinga at Listhaug, på tidspunktet for analyseperioden, nyleg hadde vore Justis-, beredskaps- og innvandringsminister. Såleis er det ikkje heilt unaturleg at innvandring var eit viktig tema for ho på dette tidspunktet.

Uansett korleis ein ser på desse to kommunikasjonsforskjellane, kan ein argumentere for at desse taler til fordel for H1, då skilnadane hjå Frp og DF er større enn dei er hjå SD. Totalt har 52 innlegg vorte koda som innvandringsfiendtlege, der også Venstres offisielle Facebook-side er representert med eitt innlegg. Høgre og Moderaterna har ingen innvandringsfiendtlege innlegg. Dette støttar såleis H2 i Danmark og Noreg, ettersom både DF og Frp har kommunikasjonsforskjellar ein ikkje finn hjå Venstre og Høgre. I Sverige kan ein også argumentere for H2, men ikkje i særleg stor grad, då skilnaden hjå SD berre er på to innlegg, og såleis minimal.

Tabell 9: Innvandringsfiendtleghet

	Innvandrings- fiendtleghet
Kristian T. Dahl	13
Peter Skaarup	8
DF	14
Lars L. Rasmussen	0
Kristian Jensen	0
Venstre	1
Siv Jensen	1
Sylvi Listhaug	7
Frp	1
Erna Solberg	0
Jan Tore Sanner	0
Høgre	0
Jimmie Åkesson	3
Mattias H. Karlsson	1
SD	3
Ulf Kristersson	0
Peter Danielsson	0
Moderaterna	0
Totalt	52

Når det gjeld den kvalitative delen av innvandringsfiendtleghet, er det nødvendig å sjå nærare på DF for å vidare utforske forskjellen mellom Skaarup og partiet. Her kan ein kanskje argumentere for at det finst ein kvalitativ kommunikasjonsforskjell mellom han og DFs eiga Facebook-side, då Skaarup ikkje skriv noko om «familiesammenføring». Dette gjer derimot DFs eigen Facebook-profil, som, i likskap med Dahl, skriv at dei vil avskjere tusenvis av flyktningar frå deira familie i Danmark og at dei vil «bevare Danmark dansk!». Dette lyt seiast å vere tydeleg innvandringsfiendtleg, der dei ser på innvandrarar som ein trussel mot det å vere dansk, og altså syner ei ekskluderande form for nasjonalisme, som Jungar og Jupskås (2014) trekk fram som eit trekk ved høgrepopulismen si innvandringsfiendtleghet.

Vidare finn ein også ytringane «Tag ikke børnene som gidsler! Rejs Hjem!» og «Migrationen skal stoppes!» hjå, høvesvis, Dahl og DFs eiga Facebook-side. Desse tydelege innvandringsfiendtelege ytringane finn ein ikkje hjå Skaarup, noko som gjer at ein kan hevde at det er ein kvalitativ kommunikasjonsforskjell til stades mellom Skaarup og Dahl og, mest relevant, DFs eiga Facebook-side. Samstundes kan ikkje denne forskjellen hevdast å vere særleg stor, då det resterande kvalitative innhaldet lyt seiast å vere relativt likt.

Alle tre skriv nemleg mykje om korleis dei vil jobbe for eit «asylstop» og om korleis det er avgjerande at Radikale Venstre vert haldne vekke frå makta for at den stramme «utlendingepolitiken» skal oppretthaldast. Her kopierer både Skaarup og DF mykje frå Dahls innlegg, noko som kanskje kan tyde på at det er partileiar Dahl som set mykje av agendaen for DF, medan Skaarup og DFs eiga Facebook-side følgjer etter. Vidare finn ein også argument om korleis grensekontrollen skal verte permanent hjå alle dei tre analyseiningane, men det er hjå Skaarup ein verkeleg får eit innblikk i kvifor DF ynskjer ein permanent grensekontroll, då han legg ved eit bilete frå ein overfylt båt.

Biletet kan tenkjast å vere ein referanse til dei mange flyktningane som flyktar sjøvegen over Middelhavet, og kan såleis tyde på at grunnen til at Skaarup ynskjer ein permanent grensekontroll er for å halde innvandrarar ute frå landet. Liknande illustrasjon eller presisering av grensekontrollen finn ein ikkje hjå DF og Dahl, noko som gjer at Skaarup akkurat her kan sjåast på som litt meir innvandringsfiendtleg. Såleis kan ein hevde at dette jamnar ut den vesle kvalitative kommunikasjonsforskjellen som vart diskutert ovanfor, og at det ikkje er store forskjellar å finne mellom Skaarup og DF sjølve.

Peter Skaarup 
 May 21, 2019 ·  ...

Grænsebevogtningen er en alt for alvorlig sag til at overlade til EU, der åbenbart først kan være klar med 10.000 mand til de ydre grænser i 2027. Stem Dansk Folkeparti, hvis du også ønsker permanent grænsekontrol!



BERLINGSKE.DK
10.000 grænsevagter i EU er forsinket til 2027 – men så længe vil politikere ikke vente

   362 88 Comments 41 Shares

At det ikkje er noko vesentleg kvalitativ kommunikasjonsforskjell mellom DF og DFs enkeltrepresentantar, gjer at det er lite som taler for H2 i den danske konteksten. Venstre, på si side, har nemleg berre eitt innvandringskritisk innlegg. Dette er det partiet sjølve som står for, der dei, med ytringa: «Want money? Move to Denmark!», gjer narr av den raude blokka sin innvandringspolitikk, og impliserer at dei er motstandarar av å gjere Danmark attraktivt som «asyldestination». Ettersom dette er det einaste innvandringsfiendtlege innlegget til Venstres analyseiningar, og dette ikkje kan seiast å vere særleg radikalt, kan ein difor ikkje seiast at det er kommunikasjonskilnadar i partiet. At det er lite som støttar H2 i Danmark, lyt såleis seiast å vere grunna DFs manglande kvalitative kommunikasjonsforskjell.

Mangelen på ein kvalitativ kommunikasjonsforskjell hjå DF, gjer også at H1 lyt sjåast nærare på. Her er det nærliggjande å byrje med SD, som altså ikkje hadde noko kvantitativ kommunikasjonsforskjell. Kvalitativt, derimot, kan ein kanskje seiast at det er ein viss forskjell. Her er det Åkesson som skil seg litt ut. I eit av innlegga hans stiller han seg nemleg undrande til om det er feil å hevde at innvandrarar «inte är svenskar» og «inte passar in i Sverige». Rett nok modererer han seg litt seinare ved å hevde at dei kan verte svenskar ved å tilpasse seg det svenske samfunnet, men innlegget lyt likevel sjåast på som tydeleg innvandringsfiendtlege, spesielt ettersom desse ytringane står øvst i innlegget, og den nemnde modereringa kjem litt meir gøymd mot slutten av innlegget. Dette synspunktet finn ein ikkje hjå SDs eiga

Facebook-side, og ein kan såleis hevde at det finst ein kvalitativ kommunikasjonsforskjell mellom partiet og Åkesson.

Samstundes gir SD, på si side, uttrykk for at det er særleg ikkje-vestlege innvandrarakar som, ifølgje dei, fører med seg problem, i tillegg til at dei deler eitt av Åkessons innvandringsfiendtlege innlegg, noko som gjer at forskjellen på SD og Åkesson ikkje kan hevdast å vere særleg stor. Då er forskjellen større ned til Karlsson, som berre har eitt innvandringsfiendtlege innlegg. Dette innlegget er attpåtil berre ei resitering av ein nyhendeartikkel der Karlsson impliserer at forskarar skapar eit vrengebilete av at innvandring er noko naturleg og historisk forankra. Med dette teke i betraktning, kan ein hevde at Karlsson skil seg ut som mindre innvandringsfiendtlege enn resten av partiet. Samstundes syner Åkesson at det ikkje er slik at SD sjølve nødvendigvis er meir innvandringsfiendtlege enn sine enkeltrepresentantar, då ein kan hevde at han er endå litt meir eksplisitt innvandringsfiendtlege enn det partiet er. Samanlikna med DF, er det difor lite som støttar H1.

Tek ein Frp inn i denne vurderinga, derimot, er det meir som taler for H1. Som tidlegare synt, er det ein kvantitativ kommunikasjonsforskjell hjå Frp. Ein liknande forskjell finn ein også gjennom ei kvalitativ vurdering av Frps innlegg. Både Jensen og Frps Facebook-side skriv om korleis innvandrarakar ikkje passar inn i norske og vestlege verdiar, ei haldning ein også finn hjå Listhaug. Deretter syner Listhaug seg å skilje seg litt utifrå dei to andre. Spesielt kjem dette til uttrykk i innlegget som vart referert til i innleiinga på denne oppgåva, der det kan tolkast som at ho idylliserer og bagatelliserer det å vere båtmigrant, før ho skriv: «Noreg skal ikke ta imot flere båtmigranter». Denne haldninga gir ho uttrykk for fleire gonger, som, til dømes, med ytringa «Migrantene skal ikke til Noreg!». Ettersom liknande innlegg ikkje er å finne hjå Jensen, og mest relevant for hypotesane, Frps eiga Facebook-side, kan ein seie at det er ein kommunikasjonsforskjell hjå Frp når det kjem til innvandringsfiendtlegeheit, både kvalitativt og kvantitativt.



Sett under eitt, taler dette for H1, då Frp har større kvalitative kommunikasjonsforskjellar enn både DF og SD, og større forskjellar enn SD kvantitativt. Den kvalitative og kvantitative kommunikasjonsforskjellen hjå Frp er også noko som støttar H2 i den norske konteksten, ettersom ein ikkje finn forskjellar hjå Høgre. Kvantitativt er dette også tilfellet i Danmark, medan SDs kvalitative kommunikasjonsforskjell taler for H2 i den svenske konteksten. Samla sett, kan ein då kanskje hevde at det er meir som støttar H2, enn det motsette.

5.7 Autoritarianisme

Autoritarianisme har vorte koda 47 gonger i den kvantitative innhaldsanalysen. Her lyt Moderaterna seiast å vere det mest interessante partiet, då dei er representert med heile 15 tilfelle. Samanlikna med SD er dette oppsiktsvekkjande, då dei berre har seks slike innlegg. Her er det rett nok enkeltrepresentantane Åkesson og Karlsson som står for alle innlegga, noko som taler for H2 i den svenske konteksten. Samstundes kan ein seie at Moderaterna har liknande kommunikasjonsforskjell, berre motsett veg, då Kristersson har fire færre enn partiet sine sju. Som nemnt er det ikkje denne typen kommunikasjonsforskjell hypotesane legg til grunn, men dette gjer likevel at ein kan diskutere H2 i den svenske konteksten.

Flyttar ein blikket over til Danmark, finn ein tilsvarande utfordring hjå DF. Her er det også ein enkeltrepresentant med fire færre innlegg enn kva partiet har, nemleg Dahl. Skaarup, på si side, har eitt meir enn DF. Kva ein skal konkludere med i DFs tilfelle kan difor diskuteras, men har uansett ikkje så mykje å seie for H1, då forskjellen hjå SD er noko større enn den er hjå Frp. Når det gjeld dei konservative partia i Danmark og Noreg, er det berre registrert eitt autoritært innlegg, og det er hjå Venstres eiga Facebook-side. Dette er såleis noko som støttar H2 i desse to landa, sjølv om Frps forskjell er liten og DFs er diskutabel.

Tabell 10: Autoritarianisme

	Autoritarianisme
Kristian T. Dahl	4
Peter Skaarup	9
DF	8
Lars L. Rasmussen	0
Kristian Jensen	0
Venstre	1
Siv Jensen	0
Sylvi Listhaug	1
Frp	3
Erna Solberg	0
Jan Tore Sanner	0
Høyre	0
Jimmie Åkesson	2
Mattias H. Karlsson	4
SD	0
Ulf Kristersson	3
Peter Danielsson	5
Moderaterna	7
Totalt	47

Ei nærare forståing av DFs kvalitative innhald er difor nødvendig. Med den kvantitative innhaldsanalysen i bakhand, skal dette syne seg å verte ganske så interessant. Hjå DF er det altså Dahl som har færrest autoritære innlegg, med fire færre enn partiet og fem færre enn Skaarup. Ser ein på det kvalitative innhaldet, kan ein derimot argumentere for at det er Dahl som ytrar det mest radikale. Her er han nemleg, i samband med ein valdsvideo, særskild kritisk til utanlandske kriminelle, og ytrar: «Højere straffe! UD med kriminelle udlændige!». Dette er altså eit innlegg som tek til orde for strengare straffar og som i tillegg spelar på framandfrykt for å gjere dette. Vurdert opp imot Norris og Inglehart (2019) og Jungar og Jupskås (2014) sine utgreiingar om høgrepopulistane sine autoritære verdiar, er dette såleis eit særskild tydeleg eksempel på autoritarianisme.

Sjølv om ein finn gode døme på autoritarianisme hjå både DFs eiga Facebook-side og Skaarup, der dei tek til orde for strengare straffar, permanent grensekontroll og liknande, kan ein ikkje seie at desse er like radikale som Dahl sitt innlegg. Dette kan tyde på at den kvantitative kommunikasjonsforskjellen mellom Dahl og dei to andre analyseiningane ikkje nødvendigvis er representativ for det kvalitative innhaldet. Sett under eitt, kan ein ikkje då argumentere for at det er ein kommunikasjonsforskjell hjå DF. Med utgangspunkt i hypotesane, er ikkje dette noko som taler for H2. Ser ein på det eine autoritære innlegget til Venstre, kan ikkje dette hevdast å vere like tydeleg autoritært som dei døma ein finn hjå DF, og spesielt Dahl. Dette innlegget dreier seg om noko så enkelt som at Venstre vil rettsforfølge fleire danske framandkrigarar, og er ikkje radikalt nok til at ein kan seie at partiet skil seg noko særleg frå sine enkeltrepresentantar, som altså ikkje har autoritære innlegg. At det er lite som støttar H2 i Danmark, lyt difor seiast å vere skulda mangelen på kommunikasjonsforskjellar hjå DF.

Det at den kvantitative analysen ikkje stemmer heilt overeins med det kvalitative innhaldet, er også noko som er aktuelt i den svenske konteksten. Etter ein nærare analyse av Moderaternas kvalitative innhald, er det nemleg tydeleg at Kristersson, den analyseininga med færrest autoritære innlegg, er vel så autoritær som resten av partiet. Faktisk, kan ein heller seie at det er Danielsson som skil seg ut som den med mildast grad av autoritarianisme. Her lyt det rett nok påpeikast at det ikkje er slik at Kristersson og Moderaternas eiga Facebook-side er så tydeleg autoritære i sin retorikk som, til dømes, DFs Dahl, men ein kan likevel argumentere for at det er ein viss forskjell på dei og Danielsson. Danielssons autoritære innlegg dreier seg nemleg primært om ei sakleg utgreiing av kva Moderaterna ynskjer å gjere dersom dei kjem til makta, som, mellom anna, er å ha hardare straffar og fleire politi. Dette skil seg såleis frå både Kristersson og Moderaterna sjølve, som, i større grad spelar på angst og framandfrykt i sine autoritære innlegg.

Moderaterna August 17, 2018

STOPPA DE UTLÄNDSKA STÖDLIGORNA
Utländska stöldligor står bakom drygt hälften av alla bostadsinbrott i Sverige.
En moderatledd regering kommer att ta krafttag mot vardagsbrottsligheten.

Idag presenterade Ulf Kristersson och Gunnar Strömmer, partisekreterare samlade insatser mot inbrott, mängdbrott och utländska stöldligor:

- ◆ Skärpta straff för bostadsinbrott.
- ◆ Straffet för inbrott och grov stöld ska vara minst ett år.
- ◆ Straffet för stöld av bildelar, båtmotorer, jordbruksmaskiner eller annat ska vara minst ett år.
- ◆ Slopa dagens form av mängdrabatt.
- ◆ Det ska bli lättare för Polisen att publicera bilder på misstänkta brottslingar.
- ◆ Utvisning på grund av brott ska användas oftare.
- ◆ Utländska brottslingar ska sitta i fängelse i sina hemländer, inte i svenska fängelser.

GILLA och DELA om du vill ha ett tryggare Sverige.



1.8K Comments 648 Shares

I den samanheng kan ein ikkje hevde at det er slik at Kristerssons autoritære kommunikasjon, kvalitativt, skil seg frå Moderaternas eiga Facebook-side, sjølv om den gjer det kvantitativt. Dette lyt i staden seiast å vere Danielsson, dersom ein tek utgangspunkt i den kvalitative analysen. Samstundes kan ikkje Danielsson seiast å skilje seg ifrå partiet om ein i staden legg den kvantitative analysen til grunn. Sett under eitt, kan ein difor ikkje seie at det er noko tydeleg kommunikasjonsforskjell mellom Moderaterna og Moderaternas enkeltrepresentantar. Dette lyt derimot seiast å vere tilfellet hjå SD, der ein kvantitativ kommunikasjonsforskjell allereie er fastslått. Her er det nestleiar Karlsson som fortsett å skilje seg ut, akkurat som dei kvantitative tala indikerte.

Han sine fire autoritære innlegg kan nemleg hevdast å vere tydelege døme på autoritarianisme, der han tek til orde for utvisning av utanlandske kriminelle og hardare straffar. Det tydelegaste eksempelet lyt seiast å vere ytringa om korleis han vil «åtterupprätta trygghet och svensk kultur», og ikkje la det han kallar «den oheliga allians av socialism, islamism och mångkulturalism» ta over. Returnerer ein til definisjonen av autoritarianisme under kapittel 3.2, kan dette tolkast som ei autoritær ytring som spelar på framandfrykt og

kulturell konformitet (Carter, 2005). Dette er såleis eit døme på ei ganske radikal form for autoritarianisme, og tyder på at Karlsson her skil seg frå resten av partiet, og då spesielt SDs eiga Facebook-side, ettersom denne ikkje har nokon autoritære innlegg. Samanliknar ein dette med Moderaterna, kan ein difor argumentere for H2 i den svenske konteksten. For H1, derimot, får dette motsett effekt, då forskjellen hjå SD kan seiast å vere større enn DFs.

Dette kan også seiast å vere tilfellet dersom ein inkluderer Frp i vurderinga av H1. Som tidlegare synt, er den kvantitative kommunikasjonsforskjellen hjå SD større enn den er hjå Frp. Etter vurderinga av det kvalitative innhaldet, kan det tyde på at dette er eit vedvarande mønster. Dette betyr ikkje nødvendigvis at ein ikkje finn kvalitative forskjellar hjå Frp, for, i motsetnad til hjå DF, er kommunikasjonsforskjellen frå den kvantitative analysen noko som skal syne seg å stemme nokolunde overeins med den kvalitative vurderinga for Frp. Ser ein på Listhaugs eine autoritære innlegg, er nemleg ikkje dette eit innlegg som kan hevdast å vere like tydeleg autoritært som Frps.

Det einaste ho skriv, er at ho vil ha strengare reglar for å få norsk statsborgarskap. Dette er difor ei haldning som vert sett på som autoritær, men ikkje i overveldande grad. Frps innlegg, derimot, inneheld litt tydelegare teikn på autoritarianisme. Dei skriv, mellom anna, at «kriminelle gjenger skal knuses», og ynskjer at ungdomskriminelle skal straffast hardare. Vidare ynskjer dei også, i likskap med SDs Åkesson, eit nikab- og burkaforbod, i tillegg til at dei vil late politiet bære våpen. Vurdert opp mot dei andre partia sine tilfelle av autoritarianisme, kan ein kanskje ikkje seie at Frp utmerkar seg som dei mest autoritære. Likevel kan ein argumentere for at desse innlegga tyder på at partiet er meir autoritære enn kva enkeltrepresentantane Listhaug og, i alle fall, Jensen, med null slike innlegg, er.

I den samanheng kan ein hevde at det er ein liten kommunikasjonsforskjell hjå Frp, akkurat som det også er ein kvantitativ forskjell. Samstundes som dette har lite å seie for H1, då Frp ikkje har større kommunikasjonsforskjellar enn kva SD har, er dette noko som taler til fordel for H2 i den norske konteksten. Ettersom Høgre ikkje har nokon tilfelle av autoritarianisme, kan ein difor ikkje seie at dei har noko kommunikasjonsforskjell innanfor dette kjenneteiknet heller. Såleis har Frp større forskjellar, noko som støttar H2. Dette er altså også tilfellet i Sverige, medan den danske konteksten ikkje taler for H2.

5.8 Velferdssjåvinisme

Velferdssjåvinisme er det siste av kjenneteikna i denne analysen, og er koda 32 gonger. Altså er dette den kategorien som er registrert nest færrest gonger. Den mest hyppige brukaren av dette kjenneteiket lyt seiast å vere DF, der partiet sjølv har ni innlegg med velferdssjåvinisme, Dahl fire og Skaarup tre. Også hjå DFs konservative motpart, Venstre, finn ein innlegg innanfor denne kategorien, men færre enn kva DF har. Her har partiet sjølv tre velferdssjåvinistiske innlegg, medan Rasmussen og Jensen har, høvesvis, to og eitt. Med utgangspunkt i H2, kan ein såleis seie at DF har ein større kvantitativ kommunikasjonsforskjell enn Venstre, om enn, nok ein gong, i motsett retning av kva som først vart anteke.

DFs kommunikasjonsforskjell taler også for H1, dersom ein berre samanliknar DF og SD, då SD ikkje har tilsvarande skilnad. Samstundes har heller ikkje Frp noko tydeleg kommunikasjonsforskjell, noko som, på den andre sida, taler imot H1. Mangelen på forskjellar mellom parti og enkeltrepresentantar hjå SD og Frp ser også ut til å gjelde deira konservative motpartar, då verken Moderaterna eller Høgre har kommunikasjonsforskjellar. Av desse to partia er det Moderaterna som har dei to einaste tilfella av velferdssjåvinisme, representert ved Danielsson og partiet sjølv. Såleis seier dette lite om H2 i Sverige og Noreg.

Tabell 11: Velferdssjåvinisme

	Velferds- sjåvinisme
Kristian T. Dahl	4
Peter Skaarup	3
DF	9
Lars L. Rasmussen	2
Kristian Jensen	1
Venstre	3
Siv Jensen	3
Sylvi Listhaug	2
Frp	2
Erna Solberg	0
Jan Tore Sanner	0
Høgre	0
Jimmie Åkesson	0
Mattias H. Karlsson	1
SD	0
Ulf Kristersson	0
Peter Danielsson	1
Moderaterna	1
Totalt	32

Store forskjellar er det heller ikkje mogleg å finne i det kvalitative innhaldet til Frp, Moderaterna og SD. Hjø Frp er det eit fokus på at det skal vere eit tak på kontantytningar for ikkje-vestlege innvandrarak og å kunne norsk for å få sosialhjelp. Dette er haldningar og ytringar som går igjen hjå alle dei tre analyseiningane, og nokre av innlegga mellom analyseiningane er til og med identiske. I så måte, kan ein seie at den kvalitative kommunikasjonen hjå Frp er veldig lik. Dette er også tilfellet hjå SD og Moderaterna, som også kan seiast å leggje seg på same grad av velferdssjøvinisme som Frp. Spesielt Moderaternas Danielssons eine innlegg kan hevdast å vere tilnærma identisk med enkelte av Frps innlegg, der han ynskjer at innvandrarak skal kunne svensk for å få sosialbidrag. Moderaternas eigen Facebook-profil, på si side, er oppteken av at ein skal ha eit bidragstak for innvandrarak. Såleis kan kommunikasjonen i Moderaterna seiast å verken vere særleg varierende eller å ha ein sterk velferdssjøvinistisk retorikk.

For at H2 skal stemme i den svenske konteksten, lyt SDs Karlssons eine velferdssjøvinistiske innlegg difor vere av det meir radikale slaget. Det kan det derimot ikkje seiast å vere, sjølv om hans åtvaring mot å gje Socialdemokraterna regjeringsmakt, då dette kan føre til auka ytingar til papirlause innvandrarak, lyt seiast å vere eit teikn på velferdssjøvinisme. Likevel er ikkje dette eine innlegget radikalt nok til å seie at det finst ein tydeleg kommunikasjonsforskjell hjå SD, sjølv om partiet sjølv også ikkje har velferdssjøvinistiske innlegg, og det såleis er ein rein statistisk forskjell på Karlsson og SDs eiga Facebook-side. Forskjellar er det altså heller ikkje hjå Frp, medan Høgre ikkje har tilfelle av velferdssjøvinisme. Med andre ord, er det lite som taler for H2 i verken Noreg eller Sverige. Då finn ein større forskjellar i den danske konteksten, der ein kan argumentere for at det er kvalitative kommunikasjonsforskjellar hjå både DF og Venstre.

Hjø begge er det partia sine egne Facebook-sider som skil seg ut som dei mest velferdssjøvinistiske. Byrjar ein med Venstre, er det aktuelt å ta utgangspunkt i eit innlegg som også vart omtala under kapittel 4.6, der Venstres eiga Facebook-side har følgjande illustrasjonsbilete: «Want money? Move to Denmark». Her skriv dei om korleis den raude blokka vil «belønne arbeidsløse indvandrerfamilier» og gjere det «økonomisk attraktivt at vælge Danmark som asyldestination». Dette kan sjåast på som ei slags latterleggjing av den raude blokka sin politikk, der det er tydeleg at Venstre har underliggjande velferdssjøvinistiske motiv. Samanlikna med dei to enkeltrepresentantane sine velferdssjøvinistiske innlegg, kan ein hevde at dette er hakket meir radikalt.

Samstundes kan ein heller ikkje seie at forskjellane er store, då Rasmussen gir uttrykk for at han ikkje vil ha fleire «ikke-vestlige indvandrere på offentlig forsørgelse», som også lyt seiast å vere eit døme på velferdssjåvinisme. Jensens eine innlegg, på si side, er identisk med innlegg ein finn hjå både Rasmussen og Venstres eigen Facebook-profil, der han ynskjer at innvandrara må lære seg dansk for å få kontanthjelp. Sjølv om ein kan hevde at Venstre sjølve skil seg ut som mest velferdssjåvinistisk, syner dette at det ikkje kan seiast å vere ein særleg stor forskjell.

I DFs tilfelle er det, til motsetnad frå Venstre, ein allereie fastslått kvantitativ kommunikasjonsforskjell. Denne kommunikasjonsforskjellen finn ein også i det kvalitative innhaldet. Samstundes finn ein likskapar også hjå DF. Skaarup, mellom anna, argumenterer for at ein burde ha eit «asylstop» for å auke velferda til dei eldre, og åtvarar mot Radikale Venstre som vil ha «åbne grenser og åpne kasser». Dahl, på si side, er sær oppteken av EU, og korleis dei ikkje skal blande seg inn i Danmarks velferd. Her ytrar han at «Det er IKKE rimelig, at vi utbetaler fuld børnecheck til udenlandske barn i feks. Rumænien», og tek til orde for eit dansk «velfærdsforbehold». Dette fokuset på EUs innblanding i den danske velferda har også DFs eiga Facebook-side, som skriv at «EU skal holde sine fedtete fingre væk fra danske velfærdsydelse!». I den samanheng, kan ein kanskje seie at det kvalitative innhaldet er ganske likt mellom DF og DFs enkeltrepresentantar, og då, i alle fall, Dahl.

Likevel har DF nokre innlegg som skil seg litt ifrå enkeltrepresentantane. For medan enkeltrepresentantane Dahl og Skaarup implisitt formidlar at dei vil prioritere velferdsytningar til det dei ser på som danske borgarar, skriv nemleg DF dette eksplisitt. Til dømes skriv dei: «Jeg siger ja til at prioritere velfærd til danskerne før højere ydelser til migranter». Her kjem det såleis tydeleg fram at DF ikkje reknar immigrantar for å vere danskar, og at dei difor vil prioritere velferda til danskane. Returnerer ein til kapittel 3.2 og Schumacher og van Kersbergen (2016), er dette eit tydeleg prov på ei prioritering av velferdsgodar til det DF ser på som «deserving natives». Denne haldninga kjem også fram i andre innlegg på DFs eiga Facebook-side, noko som gjer at ein kanskje kan argumentere for at partiet sjølv er hakket meir velferdssjåvinistisk enn sine to enkeltrepresentantar. I alle fall er dei meir eksplisitte og tydelege på kva dei meiner, då ein kan tenkje seg at både Dahl og Skaarup står inne for den same haldninga, sjølv om dei ikkje skriv det eksplisitt.



Vurdert opp mot Venstre, og i motsetnad til den svenske og norske konteksten, kan ein då argumentere for H2 i Danmark, om enn i motsett retning av kva som vart forventa. Den kvalitative forskjellen hjå DF kan rett nok ikkje seiast å vere særleg stor, men ettersom det er ein såpass markant kvantitativ skilnad, kan ein hevde at det, samla sett, er ein kommunikasjonsforskjell. H1, derimot, er det verre å seie noko om. På den eine sida har DF større skilnadar enn SD, noko som er i tråd med hypotesa, men ettersom også Frp lyt inkluderas i denne vurderinga, kan ein ikkje seie at denne analysen er noko som taler for H1.

5.9 Avsluttande analyse og diskusjon

Etter ein analyse av kommunikasjonsforskjellane innanfor dei ulike høgrepopulistiske kjenneteikna, er det på tide med eit meir overordna syn på partia sine kommunikasjonsforskjellar. I dette delkapittelet vil dei to hypotesane difor verte vurdert opp

mot ei overordna kvantitativ oversikt over analyseiningane sine høgrepopulistiske referansar. Deretter vil dette leie vidare inn på ein diskusjon om kommunikasjonsforskjellane til partia. Her vil også analysane av dei høgrepopulistiske kjenneteikna ovanfor vere relevante.

Av dei 924 Facebook-innlegga, er det registrert 404 høgrepopulistiske referansar, altså 0,44 per innlegg. Samstundes syner talet på høgrepopulistiske innlegg at det er fleire av innlegga som har meir enn eitt høgrepopulistisk kjenneteikn. Talet på høgrepopulistiske innlegg er i staden 282, noko som betyr at prosentdelen høgrepopulistiske innlegg er 0,31. Denne skilnaden mellom talet på høgrepopulistiske referansar og talet på høgrepopulistiske innlegg er viktig, då dette tydeleggjer at det også er mange ikkje-høgrepopulistiske innlegg på Facebook-profilane til dei utvalde analyseiningane. I den samanheng, kan ein tenkje seg at dette er noko som talar til fordel for innfallsvinkelen i oppgåva, då dette kan tyde på at det er mogleg for politikarar og parti å ta i bruk ein tosidig kommunikasjonsstil, der ein varierer mellom å ha ein høgrepopulistisk appell og ikkje. Samstundes syner talet på høgrepopulistiske referansar at dei ulike kjenneteikna er knytt tett saman, og at høgrepopulistane gjerne tek i bruk fleire kjenneteikn når dei først skal formidle høgrepopulistisk budskap.

Tabell 12: Oversiktstabell

	Tal innlegg	Høgrepopulistiske referansar	Høgrepopulistiske referansar per innlegg	Høgrepopulistiske innlegg	Prosentdel høgrepopulistiske innlegg
Kristian T. Dahl	45	39	0,87	25	0,56
Peter Skaarup	61	34	0,56	24	0,39
DF	47	52	1,11	27	0,57
Lars L. Rasmussen	52	2	0,04	2	0,04
Kristian Jensen	39	3	0,08	3	0,08
Venstre	56	15	0,27	12	0,21
Siv Jensen	42	28	0,67	19	0,45
Sylvi Listhaug	57	40	0,70	31	0,54
Frp	48	35	0,73	27	0,56
Erna Solberg	49	0	0,00	0	0,00
Jan Tore Sanner	19	0	0,00	0	0,00
Høgre	17	1	0,06	1	0,06
Jimmie Åkesson	96	35	0,36	22	0,23
Mattias H. Karlsson	71	71	1,00	50	0,70
SD	50	22	0,44	17	0,34
Ulf Kristersson	53	6	0,11	5	0,09
Peter Danielsson	72	7	0,10	7	0,10
Moderaterna	50	14	0,28	10	0,20
Totalt	924	404	0,44	282	0,31

Ser ein på den overordna kvantitative innhaldsanalysen, finn ein forskjellar hjå alle dei tre høgrepopulistiske partia. For å byrje med DF, er det openbert at Skaarup er den hyppigaste

brukaren av Facebook, med 14 fleire innlegg enn DFs eiga Facebook-side. Dette betyr ikkje at han er meir høgpopulistisk enn partiet, for der er tilfellet heller motsett. Rett nok har dei tre analyseiningane nokolunde same tal høgpopulistiske innlegg, men her er det tydeleg at DF, når dei først er høgpopulistiske, tek i bruk fleire kjenneteikn enn Skaarup og Dahl. Reint kvantitativt, kan ein difor seie at ein hjå DF finn at partiet sin offisielle kommunikasjon er meir høgpopulistisk enn kva enkeltrepresentantane sin er.

Flyttar ein blikket over til Frp, er ikkje skilnadane like tydelege. Her er det Listhaug som har flest høgpopulistiske referansar og flest høgpopulistiske innlegg. Samstundes kan det sjå ut som at desse skilnadane skuldast det faktum at Listhaug rett og slett er meir aktiv, då Frp faktisk har litt fleire høgpopulistiske kjenneteikn per innlegg. Altså kan dette sjåast på som at Frp er vel så høgpopulistisk som Listhaug når dei først tek i bruk høgpopulistisk kommunikasjon, men at det skjer litt sjeldnare enn hjå Listhaug. Såleis vert det vanskeleg å hevde at Frp har ein tydeleg kvantitativ kommunikasjonsforskjell. Skulle ein likevel ende opp med å konkludere med at det er ein skilnad, kan denne uansett ikkje hevdast å vere noko større enn den er hjå DF. For H1 vil dette difor ikkje ha så mykje å seie.

Dette poenget vert vidare understreka dersom ein ser på SDs oversikt. Representert ved nestleiar Karlsson, finn ein nemleg her den tydelegaste forskjellen blant dei høgpopulistiske partia. Denne skilnaden lyt seiast å vere stor, då han har heile 49 fleire høgpopulistiske referansar enn kva partiet sjølv har. Vidare har han ein høgpopulistisk referanse per innlegg og heile 50 høgpopulistiske innlegg. Til samanlikning har SD 0,44 høgpopulistiske referansar per innlegg og berre 17 høgpopulistiske innlegg. Denne forskjellen kan heller ikkje forklarast med at Karlsson er meir aktiv på Facebook, då hans prosentdel høgpopulistiske innlegg er langt større enn kva SDs er. Kvantitativt og overordna, kan ein difor seie at SDs offisielle kommunikasjon på Facebook skil seg som tydeleg mindre høgpopulistisk enn kva Karlssons er.

Samanfatta, vil dette seie at ein finn kommunikasjonsforskjellar mellom parti og enkeltrepresentantar hjå DF og SD. Hjå Frp, på si side, er det verken ein tydeleg eller stor kommunikasjonsforskjell. Dette er altså ikkje noko som taler for H1, då denne hypotesa antek at dei minste forskjellane er å finne hjå SD, og dei største hjå Frp. Tilfellet lyt heller seiast å vere motsett, då det er SD som har den største og tydelegaste forskjellen. DF, som har ein mellomposisjon blant dei tre partia når det gjeld potensiell regjeringsmakt, har den nest største

forskjellen. Her er det rett nok partiet sjølv som skil seg ut som mest høgrepopulistisk, altså motsett av kva som vart anteke. For å seie noko om H2, lyt dei konservative partia sjåast nærare på.

For å byrje i den danske konteksten og i same rekkefølge som ovanfor, er det openbert at det er ein kommunikasjonsforskjell hjå Venstre. Til likskap med DF, er det også her partiet som skil seg frå dei to enkeltrepresentantane. Sjølv om Venstres kommunikasjonsforskjell er stor, kan det likevel diskutertast om den er større enn DFs. Her er det, naturlegvis, tydeleg at DF, som heilskap, er langt meir høgrepopulistisk enn kva Venstre er. Likevel er det ikkje like enkelt å seie noko om forholdet internt i partia. Ser ein på avstanden frå partia til næraste enkeltrepresentant på høgrepopulistiske referansar og høgrepopulistiske referansar per innlegg, kan ein argumentere for at forskjellane er nokolunde like. På dei to siste vurderingspunkta derimot, er det tydeleg at avstanden frå næraste enkeltrepresentant hjå Venstre er større enn den er hjå DF. I den samanheng kan ein vanskeleg argumentere for at dette er tal som støttar H2 i Danmark.

Det er også lite som taler for H2 i den norske konteksten. Der har Høgre eitt høgrepopulistisk innlegg, som rett nok utgjer ein liten statistisk skilnad, men som ikkje kan seiast å vere nok til å konkludere med at Høgre har ein kommunikasjonsforskjell. Det er difor ikkje på grunn av Høgre at ein kan seie at dei norske tala ikkje støttar H2, men heller fråværet av ein tydeleg kommunikasjonsforskjell hjå Frp. Dette kan ikkje seiast å vere tilfellet i Sverige, der det er kommunikasjonsforskjellar å snakke om. Her kan ein nemleg sjå at Moderaterna har ein tydeleg skilnad i sin høgrepopulistiske kommunikasjon. Også her er det partiet sjølv som skil seg ut som mest høgrepopulistisk. Samstundes kan ein ikkje argumentere for at dette er noko som taler imot H2 i den svenske konteksten, då forskjellen mellom SD og SDs Karlsson lyt seiast å vere endå større, og såleis i tråd med H2.

Basert på desse tala kan ein difor ikkje seie at høgrepopulistiske parti har større kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium enn kva konservative parti har, då det, med unntak av den svenske konteksten, er lite som taler for H2. Tvert imot, kan ein, i nokre enkelttilfelle, heller seie at det er dei konservative partia som har dei største forskjellane. Interessant er det også å sjå nærare på dei kvalitative vurderingane av dei ulike kjenneteikna frå delkapitla ovanfor. Her kan ein argumentere for at dei konservative partia kanskje har større kvalitative kommunikasjonsforskjellar enn kva dei høgrepopulistiske partia har. Under

analysen av fleire høgrepopulistiske kjenneteikn, er det nemleg eit mønster at dei konservative partia sine kvantitative forskjellar står seg også etter ei kvalitativ vurdering av innlegga. Dette er ikkje alltid tilfellet for dei høgrepopulistiske partia, der den kvalitative analysen gjerne syner at forskjellane ikkje er så store som ein, utifrå dei kvantitative tala, skulle tru.

Dette finn ein eit godt døme på allereie under analysen av elitekritikk, der Karlssons 18 elitekritiske innlegg mot SDs tre, indikerer at det er ein stor kvantitativ kommunikasjonsforskjell internt i partiet. Etter ein analyse av det kvalitative innhaldet, er det derimot ikkje like tydeleg at det er noko vesentleg skilnad, då partiet sjølv er tydeleg kritisk til massemedia, og då spesielt SVT. Andre døme på at dei kvantitative kommunikasjonsforskjellane ikkje stemmer overeins med den kvalitative analysen, finn ein også under populistisk retorikk, radikal liberalisering og innvandringsfiendtleighet. Til samanlikning står både Moderaternas kvantitative kommunikasjonsforskjell frå kritisk til utgrupper og Venstres kvantitative skilnad frå populistisk retorikk seg etter ei kvalitativ vurdering av innlegga. Rett nok finst det også døme på dette hjå dei høgrepopulistiske partia, men ein kan likevel seie at det er ein tendens til at dette oftare er tilfellet for dei konservative partia.

Returnerer ein til Albertazzi og McDonnells (2005) «one foot in and one foot out»-hypotese, og denne oppgåva sin tanke om korleis høgrepopulistiske parti kunne ta i bruk ein tosidig kommunikasjonsstrategi på sosiale medium, er dette noko som tyder på det motsette. Rett nok kan ein argumentere for at dei kvantitative tala syner at dei høgrepopulistiske partia har ein tendens til å «slepe laus» enkeltrepresentantane sine, men, på den andre sida, vert det vanskeleg å seie at det er ein tydeleg tosidig kommunikasjonsstrategi når det kvalitative innhaldet, stort sett, er likt. Kanskje kan dette tyde på at enkeltrepresentantane har hovudansvaret for å spele på høgrepopulistiske haldningar, men det kan vanskeleg seiast å vere prov på ein tosidig kommunikasjonsstrategi, då dette legg til grunn at partia sine offisielle Facebook-sider hadde modifisert sin høgrepopulisme. Dette er derimot ikkje tilfellet, noko det kvalitative innhaldet syner.

Knyt ein dette opp mot H2, er dette noko som vidare underbyggjer påstanden frå den overordna kvantitative analysen, der det vart hevda at det var lite, med unntak av den svenske konteksten, som støtta denne hypotesa. At analysane av dei ulike høgrepopulistiske

kjenneteikna, totalt sett, syner at det oftare er slik at dei konservative partia sine kvantitative forskjellar stemmer overeins med dei kvalitative, kan tyde på at tilfellet eigentleg er motsett av H2, nemleg at dei konservative partia har størst kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium. Samstundes finn ein også, under enkelte høgrepopulistiske kjenneteikn, døme frå dei ulike landkontekstane som talar til fordel for H2, også etter den kvalitative analysen. Dette gjeld, mellom anna, for kjenneteiknet innvandringsfiendtleghet, der den svenske og norske konteksten tydeleg støttar hypotesa, sjølv om ein også her, representert ved DF, finn eksempel på at den kvantitative analysen ikkje alltid stemmer med den kvalitative.

I den samanheng, er det interessant å returnere til analysen av authoritarianisme, som også kan hevdast å vere eit døme som talar for H2. Nok ein gong er dette i den svenske og norske konteksten. I Danmark kan hypotesa seiast å stemme kvantitativt, men i motsett retning av kva som vart anteke, då det er ein skilnad frå DF sjølv og ned til Dahl. Som nemnt under analysen av dette kjenneteiknet, er derimot det kvalitative innhaldet hjå DF interessant og noko oppsiktsvekkjande. Dahl, som har halvparten så mange autoritære innlegg som Skaarup og DFs eiga Facebook-side, syner seg nemleg å vere meir autoritær i det kvalitative innhaldet enn kva resten av partiet er. Altså er forskjellen frå den kvantitative analysen snudd på hovudet etter den kvalitative. Dette er oppsiktsvekkjande, og lyt seiast å vere noko som støttar oppunder H2, sjølv om det totale biletet kanskje tyder på noko anna. At det totalt sett ikkje er mykje som støttar H2, betyr difor ikkje at det ikkje, på somme områder, er ting som talar for hypotesa.

Tek ein opp att tråden frå Engesser et al. (2016), som vart nemnd i innleiinga, kan dette sjåast i ein større samanheng. Dei hevda at «fragments of populism may, more easily than a full-fledged ideology, travel below the radar of political opponents and critical observers» (Engesser et al., 2016, s. 1122). At det er enkeltdøme frå dei ulike kjenneteikna som talar for H2, kan difor sjåast på som noko som stemmer overeins med dette argumentet. Engesser et al. (2016) påstår nemleg at det er enklare å sleppe unna kritikk dersom ein spreier populismen sin i ei fragmentert form. I oppgåva sin innfallsvinkel, der det vart anteke at høgrepopulistiske parti ville ta i bruk ein tosidig kommunikasjonsstil, var baktanken at dei gjerne ville framstå som ikkje-høgrepopulistiske, samstundes som dei kunne ivareta og appellere til høgrepopulistiske veljarar. Ser ein Dahl sine autoritære innlegg i betraktning av dette, kan desse seiast å vere eit teikn på at dette er tilfellet. Kanskje er det slik at det er lite som talar for H2 totalt sett, då dei høgrepopulistiske partia, som anteke, ikkje ynskjer å framstå som altfor

tydeleg høgrepopulistiske. Samstundes syner enkeltdøme frå dei ulike kjenneteikna at det finst kommunikasjonsforskjellar hjå dei høgrepopulistiske partia, noko som kan tyde på at det, ved enkelte høve, er spor av ein tosidig kommunikasjonsstil.

Ein anna årsak til at det, totalt sett, er lite som taler for H2, kan skuldast at dei konservative partia i analysen har høgrepopulistiske trekk. Engesser et al. (2016) synte nemleg til at også ikkje-populistiske parti kunne vere populistiske på sosiale medium. Det er difor ikkje utenkjeleg at også konservative parti kan dra nytte av å vere høgrepopulistiske på Facebook, utan at dette øydelegg deira omdøme som «mainstream». Ser ein på analysen av Moderaterna og Venstre kan dette absolutt tenkjast å vere ei brukbar forklaring. Hjå begge desse partia finn ein tydelege høgrepopulistiske innlegg, i tillegg til både kvalitative og kvantitative kommunikasjonsforskjellar. Her lyt særleg Venstre sitt kvalitative innhald under populistisk retorikk seiast å vere minst like høgrepopulistisk som det ein finn hjå dei høgrepopulistiske partia, der dei har eit stort fokus på å gjere narr av Socialdemokratiet og Mette Frederiksen, og tonen er ganske så skarp. Interessant er det også at det alltid, hjå dei konservative partia, er partia sjølve som skil seg frå enkeltrepresentantane. Dette er motsett av kva som vart forventa, og også motsett av kva mønsteret hjå dei høgrepopulistiske partia, med unntak av DF, er.

Kva som kan skuldast dette er ikkje enkelt å seie. Ei årsak kan vere at enkeltrepresentantane til dei konservative partia er opptekne av å oppretthalde eit omdøme som «vanlege» politikarar, og at partia sjølve difor står for dei høgrepopulistiske innlegga. Ei anna forklaring kan vere at dei tre analyseperiodane er frå ein periode med valkamp, og at enkeltrepresentantane kanskje då var for opptekne til å bruke mykje tid på å greie ut om politiske budskap på Facebook, og difor held seg til å diskutere dagsaktuelle emne. Samstundes er ikkje dette eit argument som kan seiast å stemme heilt, då ein også hjå enkeltrepresentantane finn lengre politiske argument og også høgrepopulistiske budskap, noko som tyder på at dei så absolutt har tid til å formulere slike innlegg, men at det kanskje handlar om prioriteringar. Uansett kva som er årsaka, er det ein klar tendens til at det er Venstre og Moderaternas eigne Facebook-sider som står for det høgrepopulistiske innhaldet, og at dette såleis skaper ein kommunikasjonsforskjell, som kan forklare kvifor det er lite, totalt sett, som taler for H2.

6.0 Konklusjon

6.1 Hovudfunn

Føremålet med analysen har altså vore å belyse høgrepopulistiske partis kommunikasjonsforskjellar på sosiale medium. Meir presist, og med utgangspunkt i Albertazzi og McDonnells (2005) «One foot in and one foot out»-hypotese, samt Engesser et al. (2016) sine argument om korleis populisme kan passere under radaren til kritiske observatørar på sosiale medium, vart det forventa at høgrepopulistiske parti var tilbøyelege til å ta i bruk ein tosidig kommunikasjonsstrategi på sosiale medium, der enkeltrepresentantane kunne vere meir høgrepopulistiske enn deira respektive parti. Denne forventninga danna såleis grunnlaget for problemstillinga:

Korleis skil høgrepopulistiske partis offisielle kommunikasjon seg frå den som kjem til uttrykk gjennom enkeltrepresentantar på sosiale medium?

Etter ein gjennomgang av 924 Facebook-innlegg, der dei høgrepopulistiske partia står for 517 av dei, er det tydeleg at det, hjå Frp og SD, er slik at partia sine offisielle Facebook-sider gjerne er litt mindre høgrepopulistiske enn enkeltrepresentantane når det kjem til det reint kvantitative. Hjå DF er det motsett, der partiet, kvantitativt, skil seg frå enkeltrepresentantane som litt meir høgrepopulistiske. Ser ein derimot på den kvalitative analysen, er ikkje forskjellane særleg store hjå nokon av dei høgrepopulistiske partia. Rett nok finn ein visse unntak ved analysen av kjenneteikn som innvandringsfiendtleheit, velferdssjåvinisme og authoritarianisme, der enkelte av partia også har kvalitative forskjellar, men tendensen er likevel at dei kvalitative kommunikasjonsforskjellane, jamt over, er mindre enn dei kvantitative.

I så måte, kan ein vanskeleg seie at det er slik at enkeltrepresentantane er meir høgrepopulistiske enn kva partia er. Samstundes kan ein kanskje argumentere for at det finst ein tosidig kommunikasjonsstrategi, men at det ikkje er slik at det er ein skilnad mellom partia og enkeltrepresentantane. Som synt ovanfor, er det mange av innlegga, hjå både enkeltrepresentantar og parti, som ikkje har eit høgrepopulistisk innhald. Samstundes er det også mange innlegg med tydelege døme på høgrepopulisme. Dette er såleis noko som taler for at det kan vere ein «One foot in and one foot out»-strategi hjå dei høgrepopulistiske partia,

men altså at både parti og enkeltrepresentantar varierer mellom ein høgrepopulistisk og ein ikkje-høgrepopulistisk appell, og ikkje berre enkeltrepresentantane. I den samanheng, kan ein argumentere for at bruken av Albertazzi og McDonnells hypotese i samband med forskning på høgrepopulistisk kommunikasjon på sosiale medium, ikkje kan forkastast heilt utan vidare.

Vidare tok denne oppgåva også opp tråden etter Lindboe (2019), som hevda at høgrepopulistiske parti med realistiske regjeringspartnarar ville modifisere sine partiprogram, og heller ta i bruk andre plattformer for å fortsetje å appellere til sine høgrepopulistiske veljarar. Saman med Engesser et al. (2016) sine påstandar om kor godt sosiale medium og populisme passa i hop, danna dette difor utgangspunktet for hypotese 1:

Høgrepopulistiske parti med realistiske regjeringspartnarar vil ha større skilnad mellom partiet sin kommunikasjon og enkeltrepresentantane sin kommunikasjon på sosiale medium, enn det høgrepopulistiske parti utan realistiske regjeringspartnarar har.

Denne hypotesa er det lite som taler for. Verken den overordna kvantitative innhaldsanalysen eller analysen av dei enkelte kjenneteikna, tyder på at Frp, som er det av dei høgrepopulistiske partia med mest realistiske samarbeidspartnarar, har større skilnad mellom offentleg partikommunikasjon og enkeltrepresentantars kommunikasjon på Facebook, enn kva dei to andre partia har. Tvert imot, kan dette, totalt sett, seiast å vere SD, som altså er det partiet som, med utgangspunkt i H1, burde ha minst forskjellar. DF, på si side, kan heller ikkje seiast å ha mindre kommunikasjonsforskjellar enn Frp.

I tillegg til H1, vart det danna ei hypotese til, då det, med utgangspunkt i Engesser et al. (2016), kunne tenkjast at også andre parti ville vere meir høgrepopulistiske på sosiale medium. Samstundes vart det fortsatt anteke at høgrepopulistiske parti ville vere meir tilbøyelege til å ta i bruk ein tosidig kommunikasjonsstrategi, enn kva andre parti, og meir presist, konservative parti, ville. Hypotese 2 vart difor definert slik:

Høgrepopulistiske partis kommunikasjon på sosiale medium gjennom enkeltrepresentantar skil seg i større grad frå partiet sin offisielle kommunikasjon, enn den gjer hjå konservative parti.

Heller ikkje denne hypotesa vert støtta av analysen. Ein finn, som diskutert ovanfor, enkeltdøme frå nokre av dei høgrepopulistiske kjenneteikna som støttar H2 i nokre av landa, men, jamt over, er det lite som taler for denne hypotesa. Primært lyt dette seiast å vere på grunn av at dei høgrepopulistiske partia ikkje har så store kommunikasjonsforskjellar, spesielt dersom ein baserer seg på den kvalitative analysen. Samstundes syner også analysane av enkelte av kjenneteikna at dei konservative partia Moderaterna og Venstre har kommunikasjonsforskjellar, noko som taler endå meir imot H2. I den norske konteksten, på si side, er det berre eitt høgrepopulistisk innlegg å finne hjå Høgre. Mangelen på støtte for H2 i Noreg lyt difor seiast å vere skulda Frps fråvær av kvalitative kommunikasjonsforskjellar.

6.2 Kva betyr dette for forståinga av høgrepopulisme og sosiale medium?

Sjølv om det er lite som støttar dei to hypotesane, er det likevel mykje interessant å finne i analysen, og ikkje berre avgrensa til partia sine kommunikasjonsforskjellar. Ein kan, mellom anna, ikkje seie at det er noko stor forskjell på Frp og dei to andre høgrepopulistiske partia, trass i at det rådar usikkerheit omkring partiet si tilhøyrigheit til den høgrepopulistiske partifamilien, som nemnt i innleiinga. Alle dei tre høgrepopulistiske partia lyt nemleg seiast å spele ganske tydeleg på høgrepopulisme i sin kommunikasjon. Dette kan tyde på at Lindboe (2019) kanskje var inne på noko då han hevda at analysar av høgrepopulistiske parti ikkje berre burde baserast på partiprogram, då høgrepopulistiske parti med regjeringsambisjonar heller ville nytte andre plattformer for å spele på høgrepopulisme.

I den samanheng er det tydeleg at sosiale medium, og då Facebook i dette tilfellet, er ein høgst relevant arena for å studere høgrepopulisme. Gjennom analysen er det nemleg fleire gode døme på høgrepopulisme, der analyseiningane tek i bruk krass og direkte språkbruk. I så måte, kan ein argumentere for at sosiale mediums format passar populistars kommunikative preferansar, slik som, blant anna, Engesser et al. (2016) og Mazzonleni og Bracciale (2018) påpeika. I tillegg til dette, kan ein hevde at sosiale medium opnar for å formidle budskap gjennom bilete. I analysen finn ein nemleg fleire døme på dette, og ein kan kanskje strekke det så langt som å hevde at nokre av bileta er høgrepopulisme i seg sjølv, som, til dømes, Pinnocchio-nasen til Stefan Löfven og illustrasjonen av Mette Frederiksen som ein del av nordkoreansk TV.

Noko som kanskje ikkje er like relevant, er å nytte demokratiskepsis som eit kjenneteikn i studiet av høgrepopulisme, sjølv om dette er noko både Kitschelt (2007) og Golder (2016) vektlegg i sine definisjonar av omgrepet. Dette kan sjølvstøtt tenkjast å vere relevant i andre kontekstar, eller på andre kommunikasjonsplattformer, men i denne analysen er det berre to tilfelle av demokratiskepsis, noko som, såleis, lyt seiast å vere eit interessant funn. Eit anna kjenneteikn som heller ikkje ser ut til å vere representativt for alle høgrepopulistiske parti, er radikal liberalisering. Frå før har det vorte peika på at økonomisk liberalisering kanskje ikkje er like representativt for høgrepopulistiske parti lenger, men det vart fortsatt venta at radikal liberalisering, altså haldninga til korleis staten skal bestemme minst mogleg, ville vere relevant.

I analysen er det derimot berre hjå Frp, av dei høgrepopulistiske partia, ein finn tilfelle av dette kjenneteiknet. Kva som er grunnen til at dette ikkje er relevant for dei andre høgrepopulistiske partia er vanskeleg å seie, men det kan kanskje tenkjast å vere eit kjenneteikn som kjem litt i konflikt med autoritarianisme, då prioriteringa av kollektiv sikkerheit gjerne står i opposisjon til prioriteringa av individuell fridom. I så måte, er det interessant at Frp har heile 33 tilfelle av radikal liberalisering, og berre fire av autoritarianisme, noko som kan underbyggje denne forklaringa.

Interessant er det også at det ikkje berre er dei høgrepopulistiske partia som spelar på høgrepopulisme på sosiale medium, men også Moderaterna og Venstre. Spesielt Venstre lyt seiast å vere noko oppsiktsvekkjande høgrepopulistiske ved nokre høve, og då spesielt innanfor populistisk retorikk, der partiet sjølv kan seiast å vere minst like populistisk i sin retorikk som det høgrepopulistiske DF er. Dette er noko som støttar det Engesser et al. (2016) og andre relevante bidrag hevda, nemleg at også ikkje-populistiske parti kan tenkjast å vere populistiske på sosiale medium. Med andre ord, understrekar dette kor relevant sosiale medium er for å analysere politisk kommunikasjon.

6.3 Ytre validitet, utfordringar og vidare forskning

Ettersom det har vorte analysert heile seks parti frå tre ulike land, kan ein argumentere for at analysen allereie er ganske generell. Om funna i denne oppgåva kan generaliserast til ein endå større populasjon, vert difor vanskeleg å seie. Dei tre skandinaviske landa kan hevdast å vere

nokså like når det kjem til parti- og valsystem, noko som gjer dette til eit føremålstenleg område å analysere. Likevel finn ein forskjellar mellom landa, noko som også kjem fram i analysen, der det kanskje kan sjå ut som at retorikken i Sverige og Danmark er noko tøffare og hardare enn den er i Noreg. At ein finn slike forskjellar i tre såpass like land, gjer at ein kan setje spørjeteikn ved om ein kan generalisere funna til, eksempelvis, resten av Vest-Europa, då ein kan tenkje seg at ein her kan finne endå større forskjellar.

Samstundes er ei samanlikning av partis interne kommunikasjonsforskjellar ei vinkling som ikkje avheng så altfor mykje av kva grad av høgrepopulisme ein finn i dei forskjellige landa. Til dømes kan ein finne vel så store kommunikasjonsforskjellar i eit land med lågare toleranse for tøft og direkte språk, som i eit land kjenneteikna av mykje hard retorikk. I den samanheng kan ein argumentere for at resultatane i denne analysen kan ha ein viss relevans for ein større populasjon, då det, trass nokre forskjellar mellom landa, er mykje likt å finne i analysen av kommunikasjonsforskjellar. Om ikkje resultatane kan generaliserast, kan ein i alle fall argumentere for at sjølve forskingsopplegget kan vere relevant for andre analysar. Defineringa av det høgrepopulistiske analyseeskjemaet er nemleg, hovudsakleg, basert på forskingslitteratur frå Vest-Europa. At dei høgrepopulistiske kjenneteikna er utleia frå denne litteraturen, gjer difor at ein kan tenkje seg at forskingsopplegget kan takast i bruk i analysar av andre høgrepopulistiske parti i Vest-Europa også.

Sjølv om eit så breitt fokus gjer analysen generell, kan dette også hevdast å vere ei utfordring, då ein ikkje kan utforske kvart enkelt partis kommunikasjonsforskjell like nøye. Dette lyt også seiast å vere ei utfordring ved det faktum at det er heile åtte høgrepopulistiske kjenneteikn, då analysen vert omfattande og ganske lang. På den andre sida, kan ein argumentere for at det er føremålstenleg å ha tre ulike land, då dette gjer at ein får ei betre forståing av dei kommunikasjonsforskjellane ein finn, samstundes som inkluderinga av dei tre konservative partia gjer at ein får eit innblikk i om desse kommunikasjonsforskjellane kan forklarast utifrå partitype eller ikkje. At det er heile åtte høgrepopulistiske kjenneteikn, kan grunngjevast med at det er ynskjeleg å sjå kva type høgrepopulisme partia fokuserer på, og ikkje berre om det er høgrepopulisme. Forklaringa bak kvart enkelt kjenneteikn er allereie gitt under kapittel 3.2. Vidare vart det også, i metodekapittelet, peika på utfordringar ved Facebook som datamateriale og valet av enkeltrepresentantane. Dette er såleis allereie forklart, og treng ikkje ei vidare grunngjeving.

Det som derimot treng ei nøyare utgreiing, er sjølve innfallsvinkelen i oppgåva. Her kan ein peike på at det kanskje hadde vore interessant å undersøke noko anna enn berre partia sine interne kommunikasjonsforskjellar. I dei 924 Facebook-innlegga er det nemleg mykje anna interessant, som ikkje, i like stor grad, vert vektlagt, som det kanskje kunne ha blitt dersom innfallsvinkelen hadde vore annleis. Til dømes kunne ein heller ha fokusert på å berre analysere dei høgrepopulistiske partia sin bruk av Facebook til å spele på høgrepopulisme, eller sett nærare på kva skilnadane mellom dei tre høgrepopulistiske partia er, og ikkje berre korleis deira interne kommunikasjon skil seg ifrå kvarandre. Dette er såleis noko som kan vere aktuelt for ein seinare analyse.

Ein seinare analyse kan også studere kommentarfelta på dei aktuelle politikarane og partia sine Facebook-sider, då det, under innhentinga av Facebook-innlegga var tydeleg at det var mykje stoff å finne der også. Dersom ein skulle ha gjort det, måtte ein derimot hatt eit litt anna føremål. Eksempelvis kunne ein kanskje ha sett på korleis parti eller politikarars politiske budskap på Facebook byggjer opp til debatt hjå lesarane, og om den påfølgjande politiske diskusjonen i kommentarfelta tek ei meir radikal vending enn kva Facebook-innlegga gjer. Interessant er også det faktum at den politiske situasjonen i Skandinavia har forandra seg mykje sidan analyseperiodane denne oppgåva legg til grunn.

Under analyseperiodane var Frp eit regjeringsparti, DF eit parlamentarisk støtteparti og SD heilt uaktuelle å samarbeide med. Sidan har Frp forlate den norske regjeringa, medan DF mista si rolle som støtteparti då dei sjølve tapte over halvparten av mandata sine og den raude blokka, altså venstresida, kunne danne regjering med Mette Frederiksen som statsminister (Krantz, 2019). For SD har også situasjonen endra seg, og det heilt nyleg. Der har nemleg SD blitt einige med tre andre riksdagsparti om ein felles innvandringspolitikk (Skeie, 2021). Dette skil seg såleis frå situasjonen i analyseperioden, der SD var fullstendig uaktuelle å samarbeide med for dei andre svenske partia. Ein ny analyse av desse tre partia sine kommunikasjonsforskjellar kunne såleis ha vore interessant, då ein lyt seie at forholda har forandra seg mykje.

7.0 Referanseliste

- Albertazzi, D., & McDonnell, D. (2005). The Lega Nord in the second Berlusconi government: In a league of its own. *West European Politics*, 28(5), 952–972.
<https://doi.org/10.1080/01402380500310600>
- Andersen, J. G., & Bjørklund, T. (1990). Structural Changes and New Cleavages: The Progress Parties in Denmark and Norway. *Acta Sociologica*, 33(3), 195–217.
<https://doi.org/10.1177/000169939003300303>
- Arora, P. (2012). Typology of Web 2.0 spheres: Understanding the cultural dimensions of social media spaces. *Current Sociology*, 60(5), 599–618.
<https://doi.org/10.1177/0011392112440439>
- Bakken, L. Ø. (2007, september 2). Høyre. *NRK*. <https://www.nrk.no/norge/historien-om-hoyre-1.3358145>
- Bale, T., Green-Pedersen, C., Krouwel, A., Luther, K. R., & Sitter, N. (2010). If you can't Beat them, Join them? Explaining Social Democratic Responses to the Challenge from the Populist Radical Right in Western Europe. *Political Studies*, 58(3), 410–426.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2009.00783.x>
- Bartlett, J. (2014). Populism, social media and democratic strain. *European populism and winning the immigration debate*, 99–114.
- Bastos, M., & Walker, S. T. (2018, april 11). Facebook's data lockdown is a disaster for academic researchers. *The Conversation*. <https://theconversation.com/facebooks-data-lockdown-is-a-disaster-for-academic-researchers-94533>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). THE LOGIC OF CONNECTIVE ACTION: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bergløff, C. B., & Takvam, M. (2018, november 14). Ulf Kristersson vraket av egne alliansepartnere i Riksdagen. *NRK*. <https://www.nrk.no/urix/ulf-kristersson-vraket-av-egne-alliansepartnere-i-riksdagen-1.14291630>
- Bergström, G., & Boréus, K. (2012). Samhällvetenskaplig text- och diskursanalys. I G. Bergström & K. Boréus, *Textens mening och makt* (3. utg.). Studentlitteratur AB.

- Berlingske. (2020, juli 17). Facebook fjerner opslag fra Martin Henriksen om ansat i styrelse. *Berlingske*. <https://www.berlingske.dk/nyheder/facebook-fjerner-opslag-fra-martin-henriksen-om-ansat-i-styrelse>
- Betz, H.-G. (1993). The New Politics of Resentment: Radical Right-Wing Populist Parties in Western Europe. *Comparative Politics*, 25(4), 413. <https://doi.org/10.2307/422034>
- Bille, L., Rüdiger, M., & Olesen, N. W. (2020). Venstre—Dansk politisk parti. I *Den store danske*. https://denstoredanske.lex.dk/Venstre_-_dansk_politisk_parti
- Bimber, B. (1998). The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism. *Polity*, 31(1), 133–160. <https://doi.org/10.2307/3235370>
- Bjerkan, L., & Husøy, E. (2017, august 25). Partilederen i Høyres søsterparti, Anna Kinberg Batra, trekker seg. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/verden/i/42OOV/partilederen-i-hoeyres-soesterparti-anna-kinberg-batra-trekker-seg>
- Bjerkem, J. (2016). The Norwegian Progress Party: An Established Populist Party. *European View*, 15(2), 233–243. <https://doi.org/10.1007/s12290-016-0404-8>
- Bjørklund, T. (2003). Fremskrittspartiet gjennom 30 år. *Nytt Norsk Tidsskrift*, 20(2), 129-144 ER. http://www.idunn.no/nnt/2003/02/fremskrittspartiet_gjennom_3ar
- Bjørn, C. (2015). Det Forenede Venstre. I *Den store danske*. https://denstoredanske.lex.dk/Det_Forenede_Venstre
- Blumler, J. G. (2016). The fourth age of political communication. *Politiques de Communication*, 6(1), 19–30. <https://www.cairn-int.info/journal-politiques-de-communication-2016-1-page-19.htm>
- Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16(3), 209–230. <https://doi.org/10.1080/105846099198596>
- Boulianne, S., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2020). Right-wing populism, social media and echo chambers in Western democracies. *New Media & Society*, 22(4), 683–699. <https://doi.org/10.1177/1461444819893983>
- Bratberg, Ø. (2018). *Tekstanalyse for samfunnsvitere* (2. utg.). Cappelen Damm.
- Baas, D. (2018, september 7). 25 politikere har avgått etter Expressens granskninger. *Expressen*. <https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/25-politiker-har-avgatt-efter>

expressens-granskningar/

Baas, D. (2020, september 15). SD-toppens rasism och nazivurm i dold chatt: ”Hell seger”. *Expressen*. <https://www.expressen.se/nyheter/sd-toppens-rasism-och-nazivurm-i-dold-chatt-hell-seger/>

Canovan, M. (1999). Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. *Political Studies*, 47(1), 2–16. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>

Carlisle, J. E., & Patton, R. C. (2013). Is Social Media Changing How We Understand Political Engagement? An Analysis of Facebook and the 2008 Presidential Election. *Political Research Quarterly*, 66(4), 883–895. <https://doi.org/10.1177/1065912913482758>

Carter, E. (2005). *The extreme right in Western Europe: Success or failure?* Manchester University Press.

Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press. <https://ezproxy.uio.no/login?url=http://dx.doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001>

Christiansen, F. J. (2016). The Danish People’s Party: Combining cooperation and radical positions. I T. Akkerman, S. L. de Lange, & M. Rooduijn (Red.), *Radical Right-Wing Populist Parties in Western Europe. Into the Mainstream?* (1. utg.). Routledge.

Cogburn, D. L., & Espinoza-Vasquez, F. K. (2011). From Networked Nominee to Networked Nation: Examining the Impact of Web 2.0 and Social Media on Political Participation and Civic Engagement in the 2008 Obama Campaign. *Journal of Political Marketing*, 10(1–2), 189–213. <https://doi.org/10.1080/15377857.2011.540224>

Conway, B. A., Kenski, K., & Wang, D. (2015). The Rise of Twitter in the Political Campaign: Searching for Intermedia Agenda-Setting Effects in the Presidential Primary. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 363–380. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12124>

Dansk Folkeparti. (2019). I K. A. Tvedt (Red.), *Store Norske Leksikon*. https://snl.no/Dansk_Folkeparti

de Lange, S. L. (2007). A New Winning Formula?: The Programmatic Appeal of the Radical Right. *Party Politics*, 13(4), 411–435. <https://doi.org/10.1177/1354068807075943>

De Rosa, M. (2019, januar 29). Jonas Gahr Støre: – Alternativet til Stefan Löfven hadde vært

mye verre. *Dagsavisen*. <https://www.dagsavisen.no/nyheter/verden/jonas-gahr-store-alternativet-til-stefan-lofven-hadde-vert-mye-verre-1.1269295>

de Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 423–438.

<https://doi.org/10.1177/1940161218790035>

Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2016). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109–1126. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697>

Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. O. (2017). Populist online communication: Introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1279–1292. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328525>

Enli, G. (2017). Twitter as arena for the authentic outsider: Exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication*, 32(1), 50–61. <https://doi.org/10.1177/0267323116682802>

Erlingsson, G. Ó., Vernby, K., & Öhrvall, R. (2014). The single-issue party thesis and the Sweden Democrats. *Acta Politica*, 49(2), 196–216. Social Science Premium Collection. <https://doi.org/10.1057/ap.2013.18>

Ernst, N., Engesser, S., Büchel, F., Blassnig, S., & Esser, F. (2017). Extreme parties and populism: An analysis of Facebook and Twitter across six countries. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1347–1364.

<https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1329333>

Feezell, J. T. (2018). Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era. *Political Research Quarterly*, 71(2), 482–494. <https://doi.org/10.1177/1065912917744895>

Flew, T., & Iosifidis, P. (2020). Populism, globalisation and social media. *International Communication Gazette*, 82(1), 7–25. <https://doi.org/10.1177/1748048519880721>

Folketingsvalg i Danmark siden 1953. (2019). Folketingets Oplysning. <https://www.ft.dk/-/media/sites/ft/pdf/folkestyret/valg-og-afstemninger/folketingsvalg-fra-1953.ashx>

Fremskridtspartiet. (2009). I K. A. Tvedt (Red.), *Store Norske Leksikon*. Store Norske Leksikon.

- Garcia, I. (2020, februar 29). Ny mätning: SD Sveriges största parti. *Sverigesradio*.
<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7418194>
- Garvik, O. (2018). Regjeringen Reinfeldt—Alliansen. I *Store Norske Leksikon*.
https://snl.no/Regjeringen_Reinfeldt_-_Alliansen
- Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: An elective affinity? *Media, Culture & Society*, 40(5), 745–753. <https://doi.org/10.1177/0163443718772192>
- Gerodimos, R., & Justinussen, J. (2015). Obama’s 2012 Facebook Campaign: Political Communication in the Age of the Like Button. *Journal of Information Technology & Politics*, 12(2), 113–132. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.982266>
- Gibson, R. K., & McAllister, I. (2015). Normalising or Equalising Party Competition? Assessing the Impact of the Web on Election Campaigning. *Political Studies*, 63(3), 529–547. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12107>
- Gil de Zúñiga, H., Koc Michalska, K., & Römmele, A. (2020). Populism in the era of Twitter: How social media contextualized new insights into an old phenomenon. *New Media & Society*, 22(4), 585–594. <https://doi.org/10.1177/1461444819893978>
- Giverholt, H. (2009). Arvid Lindman. I *Store Norske Leksikon*. https://snl.no/Arvid_Lindman
- Golder, M. (2003). Explaining Variation In The Success Of Extreme Right Parties In Western Europe. *Comparative Political Studies*, 36(4), 432–466.
<https://doi.org/10.1177/0010414003251176>
- Golder, M. (2016). Far Right Parties in Europe. *Annual Review of Political Science*, 19(1), 477–497. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-042814-012441>
- Green-Pedersen, C., & Odmalm, P. (2008). Going different ways? Right-wing parties and the immigrant issue in Denmark and Sweden. *Journal of European Public Policy*, 15(3), 367–381. <https://doi.org/10.1080/13501760701847564>
- Groshek, J., & Koc-Michalska, K. (2017). Helping populism win? Social media use, filter bubbles, and support for populist presidential candidates in the 2016 US election campaign. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1389–1407.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1329334>
- Grønmo, S. (2004). *Samfunnsvitenskaplige metoder* (1. utg.). Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

- Harding, M., & Rüdiger, M. (2020). Uffe Ellemann-Jensen. I *Den store danske*.
https://denstoredanske.lex.dk/Uffe_Ellemann-Jensen
- Heinze, A.-S. (2018). Strategies of mainstream parties towards their right-wing populist challengers: Denmark, Norway, Sweden and Finland in comparison. *West European Politics*, 41(2), 287–309. <https://doi.org/10.1080/01402382.2017.1389440>
- Helljesen, V., Krekling, D., & Tollersrud, T. (2021, mai 9). Nå er hun Fremskrittspartiets leder: – Vi skal gønne på. *NRK*. <https://www.nrk.no/norge/na-er-sylvi-listhaug-frp-leder-1.15488789>
- Herkman, J. (2017). The Life Cycle Model and Press Coverage of Nordic Populist Parties. *Journalism Studies*, 18(4), 430–448. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1066231>
- Häusermann, S., & Kriesi, H. (2015). What Do Voters Want? Dimensions and Configurations in Individual-Level Preferences and Party Choice. I P. Beramendi, S. Häusermann, H. Kitschelt, & H. Kriesi (Red.), *The Politics of Advanced Capitalism* (s. 202–230). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316163245.009>
- Ihlen, Ø., Skogerbø, E., & Allern, S. (2015). På jakt etter norsk politisk kommunikasjon—Kommentarartikkel. *Norsk medietidsskrift*, 22(3), 1-13 ER. idunn.no.
http://www.idunn.no/nmt/2015/03/paa_jakt_etter_norsk_politisk_kommunikasjon_-_kommentarartik
- Inglehart, R., & Flanagan, S. C. (1987). Value Change in Industrial Societies. *American Political Science Review*, 81(4), 1289–1319. <https://doi.org/10.2307/1962590>
- Iversen, J. M. (1998). *Fra Anders Lange til Carl I. Hagen*. Millennium.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2009030900110
- Jacobs, K., Sandberg, L., & Spierings, N. (2020). Twitter and Facebook: Populists' double-barreled gun? *New Media & Society*, 22(4), 611–633.
<https://doi.org/10.1177/1461444819893991>
- Jacobs, K., & Spierings, N. (2016). *Social Media, Parties, and Political Inequalities*. Palgrave Macmillan US. <https://doi.org/10.1057/9781137533906>
- Jacobs, K., & Spierings, N. (2019). A populist paradise? Examining populists' Twitter adoption and use. *Information, Communication & Society*, 22(12), 1681–1696.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1449883>

- Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46(3), 319–345. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>
- Jarlsrud, O. (2013). Sveriges samtidshistorie. I *Store Norske Leksikon*. https://snl.no/Sveriges_samtidshistorie#-Systemskifte_og_finanskrise
- Jenssen, A. T. (2017). Norsk høyrepopulisme ved veis ende? *Nytt Norsk Tidsskrift*, 34(3), 230–242. idunn.no. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-3053-2017-03-02>
- Jungar, A.-C., & Jupskås, A. R. (2014). Populist Radical Right Parties in the Nordic Region: A New and Distinct Party Family? *Scandinavian Political Studies*, 37(3), 215–238. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12024>
- Jupskås, A. R., & Garvik, O. (2020). Fremskrittspartiet. I *Store Norske Leksikon*. https://snl.no/Fremskrittspartiet#-Opphav_og_partiets_første_tår
- Karpantschov, R., & Mikkelsen, F. (2017). The Rise and Transformation of the Radical Right Movement in Denmark, 1980–2015. *Studies in Conflict & Terrorism*, 40(8), 712–730. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2016.1234313>
- Kitschelt, H. (2007). Growth and Persistence of the Radical Right in Postindustrial Democracies: Advances and Challenges in Comparative Research. *West European Politics*, 30(5), 1176–1206. <https://doi.org/10.1080/01402380701617563>
- Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1241–1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- Klinger, U., & Svensson, J. (2016). Network Media Logic: Some Conceptual Considerations. I A. O. Larsson, C. Christensen, A. Bruns, G. Enli, & E. Skogerbø, *The Routledge companion to social media and politics* (s. 23–38). Routledge.
- Klungtveit, H. S. (2016, oktober 20). Sverigedemokratene har ekskludert 54 i forsøk på å bli stuerene. *Dagbladet*. <https://www.dagbladet.no/nyheter/sverigedemokratene-har-ekskludert-54-i-forsok-pa-a-bli-stuereine/62243472>
- Krantz, A. (2019, juni 26). Mette Frederiksen blir ny statsminister i Danmark. *NRK*. <https://www.nrk.no/urix/mette-frederiksen-blir-ny-statsminister-i-danmark-1.14603915>
- Kristiansen, B. S. (2018, september 3). Mannefall i Sverigedemokraterna – flere innhentes av

- nazifortid. *Dagsavisen*. <https://www.dagsavisen.no/nyheter/verden/mannefall-i-sverigedemokraterna-flere-innhentes-av-nazifortid-1.1196893>
- Kaartvedt, A. (1984). *Drømmen om borgerlig samling*. Cappelen.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2007071301035
- Larsen, T. (2020). Anders Fogh Rasmussen. I *Den store danske*.
https://denstoredanske.lex.dk/Anders_Fogh_Rasmussen
- Larsson, A. O., Christensen, C., Bruns, A., Enli, G., & Skogerbø, E. (2016). *The Routledge companion to social media and politics*. Routledge.
- Lazaridis, G., & Tsagkroni, V. (2015). Securitisation of Migration and Far Right Populist Othering in Scandinavian Countries. I G. Lazaridis & K. Wadia (Red.), *The Securitisation of Migration in the EU* (s. 207–236). Palgrave Macmillan UK.
https://doi.org/10.1057/9781137480583_10
- Lindboe, E. (2019). *For folk flest eller skattekutt? En idéanalytisk undersøkelse av Fremskrittspartiets ideologi* [Masteroppgåve, Universitetet i Oslo].
<https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/67302/1/PDF-Masteroppgaven-ferdig-versjon-a.pdf>
- Løf, A. (2019, november 15). Historisk svensk måling: Sverigedemokraterna største parti. VG. <https://www.vg.no/nyheter/utenriks/i/e8RQQK/historisk-svensk-maaling-sverigedemokraterna-stoerste-parti>
- Løset, K. (2018, september 1). Sier nei til å styre med Sverigedemokraterna. Tv2.
<https://www.tv2.no/a/10053372/>
- Magin, M., Podschuweit, N., Haßler, J., & Russmann, U. (2017). Campaigning in the fourth age of political communication. A multi-method study on the use of Facebook by German and Austrian parties in the 2013 national election campaigns. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1698–1719. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1254269>
- Mazzoleni, G., Barnhurst, K. G., Ikeda, K., Maia, R. C. M., & Wessler, H. (2016). *The international encyclopedia of political communication*. John Wiley & Sons.
- Mazzoleni, G., & Bracciale, R. (2018). Socially mediated populism: The communicative strategies of political leaders on Facebook. *Palgrave Communications*, 4(1), 50.
<https://doi.org/10.1057/s41599-018-0104-x>

- McLeod, D. M., Kosicki, G. M., & McLeod, J. M. (2002). Resurveying the boundaries of political communication effects. I J. Bryant & D. Zillmann, *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed). L. Erlbaum Associates.
- McNair, B. (2011). *An introduction to political communication* (5th ed.). Routledge.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511492037>
- Mæhlum, L., & Jupskås, R. J. (2018). Sverigedemokraterna. I *Store Norske Leksikon*. Store Norske Leksikon. <https://snl.no/Sverigedemokraterna>
- Nedergaard, P. (2020). *Ved vi, hvor vi har Venstre?* Københavns Universitet. <https://samf.ku.dk/presse/kronikker-og-debat/ved-vi-hvor-vi-har-venstre/>
- Neuman, W. R., Guggenheim, L., Mo Jang, S., & Bae, S. Y. (2014). The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data: Dynamics of Public Attention. *Journal of Communication*, 64(2), 193–214. <https://doi.org/10.1111/jcom.12088>
- Nielsen, R. D. (2020, juli 10). DF'er hænger offentligt ansat ud—Og rammer lige ned i målgruppen, mener analytiker. *Tv2 Danmark*. <https://nyheder.tv2.dk/politik/2020-07-10-dfer-haenger-offentligt-ansat-ud-og-rammer-lige-ned-i-maalgruppen-mener>
- Niklasson, E., & Hølleland, H. (2018). The Scandinavian far-right and the new politicisation of heritage. *Journal of Social Archaeology*, 18(2), 121–148. <https://doi.org/10.1177/1469605318757340>
- Nilsson, T. (2010, juli 5). Partiernas historia: Moderaterna. *Populär Historia*. <https://popularhistoria.se/politik/partiernas-historia-moderaterna>
- Nissen, H. S. (2020). Poul Hartling. I *Den store danske*. https://denstoredanske.lex.dk/Poul_Hartling
- Norris, P., & Inglehart, R. (Red.). (2019a). Classifying Parties. I *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism* (s. 215–256). Cambridge University Press; Cambridge Core. <https://doi.org/10.1017/9781108595841.008>
- Norris, P., & Inglehart, R. (Red.). (2019b). Varieties of Populism. I *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism* (s. 65–84). Cambridge University Press;

Cambridge Core. <https://doi.org/10.1017/9781108595841.004>

Notaker, H. (2018). Høyrebølgen. I *Store Norske Leksikon*. <https://snl.no/Høyrebølgen>

Olesen, N. W. (2020). Lars Løkke Rasmussen. I *Den store danske*.

https://denstoredanske.lex.dk/Lars_Løkke_Rasmussen

Partienes historie. (2019, november 7). Stortinget. <https://www.stortinget.no/no/Stortinget-og-demokratiet/Organene/Partigruppene/Partienes-historie/>

Paust, T. (2018, februar 21). Dansk parti henger ut somaliske kvinner: - Dette er f... meg crazy. *Nettavisen*. <https://www.nettavisen.no/nyheter/utenriks/dansk-parti-henger-ut-somaliske-kvinner-dette-er-f-meg-crazy/s/12-95-3423418393>

Per Bortens regjering. (2020, oktober 30). Regjeringen.no.

<https://www.regjeringen.no/no/om-regjeringa/tidligere-regjeringer-og-historie/sok-i-regjeringer-siden-1814/historiske-regjeringer/regjeringer/per-bortens-regjering-1965-1971/id438722/>

Poell, T., Abdulla, R., Rieder, B., Woltering, R., & Zack, L. (2016). Protest leadership in the age of social media. *Information, Communication & Society*, 19(7), 994–1014.

<https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1088049>

Poppe, A. L. T., Kalajdzic, P., Thommessen, L., Skei, L., Holm-Nilsen, S., & Carlsen, H. (2019, september 1). Reagerer på Listhaugs Facebook-innlegg. *NRK*.

<https://www.nrk.no/norge/reagerer-pa-listhaugs-facebook-innlegg-1.14683196>

Postill, J. (2018). Populism and social media: A global perspective. *Media, Culture & Society*, 40(5), 754–765. <https://doi.org/10.1177/0163443718772186>

Roemmele, A., & Gibson, R. (2020). Scientific and subversive: The two faces of the fourth era of political campaigning. *New Media & Society*, 22(4), 595–610.

<https://doi.org/10.1177/1461444819893979>

Rosenlund-Hauglid, S. (2018, august 24). Dette er Jimmie Åkessons drømmeregjering. *Dagbladet*. <https://www.vg.no/nyheter/utenriks/i/KvAAmG/dette-er-jimmie-aakessons-droemmeregjering>

Rydgren, J. (2004). Explaining the Emergence of Radical Right-Wing Populist Parties: The Case of Denmark. *West European Politics*, 27(3), 474–502.

<https://doi.org/10.1080/0140238042000228103>

- Rydgren, J., & van der Meiden, S. (2019). The radical right and the end of Swedish exceptionalism. *European Political Science*, 18(3), 439–455. <https://doi.org/10.1057/s41304-018-0159-6>
- Salman, A., Mustaffa, N., Mohamad Salleh, M. A., & Ali, M. (2016). Social Media and Agenda Setting: Implications on Political Agenda. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32, 607–623. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2016-3201-19>
- Sandvik, S. (2015, juni 17). Derfor vil ikke Dansk Folkeparti gjøre som Frp. *NRK*. <https://www.nrk.no/urix/derfor-vil-ikke-dansk-folkeparti-gjore-som-frp-1.12413535>
- Schreier, M. (2014). Qualitative Content Analysis. I U. Flick, *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis* (s. 170–183). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446282243.n12>
- Schumacher, G., & van Kersbergen, K. (2016). Do mainstream parties adapt to the welfare chauvinism of populist parties? *Party Politics*, 22(3), 300–312. <https://doi.org/10.1177/1354068814549345>
- Scott, I. (2017). Samlingspartiet—Norsk politisk sammenslutning. I *Store Norske Leksikon*. https://snl.no/Samlingspartiet_-_norsk_politisk_sammenslutning
- Seethaler, J., & Melischek, G. (2019). Twitter as a tool for agenda building in election campaigns? The case of Austria. *Journalism*, 20(8), 1087–1107. <https://doi.org/10.1177/1464884919845460>
- Skeie, K. (2021, mai 3). Sverigedemokraterna tas for alvor inn i varmen. *NRK*. <https://www.nrk.no/norge/de-borgerlige-og-sverigedemokraterna-vil-bremse-innvandringen-til-sverige-1.15479482>
- Skogerbø, E., & Krumsvik, A. H. (2015). Newspapers, Facebook and Twitter: Intermedial agenda setting in local election campaigns. *Journalism Practice*, 9(3), 350–366. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.950471>
- Stolt-Nielsen, H., Gjerde, R., & Torset, N. S. (2018, mars 22). Listhaug kommer til Stortinget med en «unik» posisjon: – Kan være en rebell i eget parti, sier professor. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/norge/politikk/i/bKayWI/listhaug-naadde-over-en-million-paa-facebook-gir-henne-en-unik-posisj>
- Strömbäck, J., Ørsten, M., Aalberg, T., & NORDICOM. (2008). *Communicating politics: Political communication in the Nordic countries*. Nordicom.

- Suiter, J., Culloty, E., Greene, D., & Siapera, E. (2018). Hybrid media and populist currents in Ireland's 2016 General Election. *European Journal of Communication*, 33(4), 396–412. <https://doi.org/10.1177/0267323118775297>
- Svaar, P. (2018, mars 14). Listhaug har slettet Facebook-innlegg. *NRK*. <https://www.nrk.no/norge/listhaug-sletter-omstridt-facebook-innlegg-1.13961460>
- Syvertsen, A. (2006, september 17). Dette er Reinfeldt. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/norge/i/eExxg/Dette-er-Reinfeldt>
- Thesen, G. (2018). News content and populist radical right party support. The case of Denmark. *Electoral Studies*, 56, 80–89. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2018.09.003>
- Tvedt, K. A. (2019a). Folketingsvalg i Danmark. I *Store Norske Leksikon*. https://snl.no/Folketingsvalg_i_Danmark
- Tvedt, K. A. (2019b). Moderaterna. I *Store Norske Leksikon*. <https://snl.no/Moderaterna>
- Tvedt, K. A. (2019c). Venstre—Dansk parti. I *Store Norske Leksikon*. https://snl.no/Venstre_-_dansk_parti
- Tvedt, K. A., Notaker, H., & Garvik, O. (2020). Høyre. I *Store Norske Leksikon*. <https://snl.no/Høyre>
- Vaccari, C., Chadwick, A., & O'Loughlin, B. (2015). Dual Screening the Political: Media Events, Social Media, and Citizen Engagement: Dual Screening the Political. *Journal of Communication*, 65(6), 1041–1061. <https://doi.org/10.1111/jcom.12187>
- Walnum, A. N., & Janssen, M. R.-N. (2018, november 14). Politisk kaos i Sverige: Vil ikke gi Sverigedemokraterna makt: - Det rykker nærmere nyvalg. *Dagbladet*. <https://www.dagbladet.no/nyheter/vil-ikke-gi-sverigedemokraterna-makt---det-rykker-naermere-nyvalg/70455082>
- Zhang, Y., Wells, C., Wang, S., & Rohe, K. (2018). Attention and amplification in the hybrid media system: The composition and activity of Donald Trump's Twitter following during the 2016 presidential election. *New Media & Society*, 20(9), 3161–3182. <https://doi.org/10.1177/1461444817744390>
- Aale, P. K. (2018, september 9). Dette er årsakene til at så mange svensker ikke kan tilgi Jimmie Åkessons parti. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/verden/i/e1LMYR/dette-er-aarsakene-til-at-saa-mange-svensker-ikke-kan-tilgi-jimmie-aakess>

8.0 Vedlegg

For å sjå heile Excel-dokumentet der den kvantitative innhaldsanalysen har vorte gjennomført, kan ein trykkje på lenkja nedanfor:

https://uio-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/henriksn_uio_no/EZ4BVYH6C89DkTBr_QZzwhwB2Cn_Hq_yuVtZsesUSk_Wvyw?e=QppZci

Dersom lenkja ikkje fungerer, kan Excel-dokumentet verte tilsendt etter førespurnad. Dette gjeld også, som nemnt, dei seks dokumenta med skjermbileta av alle Facebook-innlegga. Desse dokumenta vart dessverre for store og omfattande til å leggjast ved i sjølve oppgåva.