

Beteckning \_\_\_\_\_



**Akademien för utbildning och ekonomi.**  
Avdelningen för humaniora

**Sunt förnuft**  
Populism i politiska partiers valpropaganda

Kristoffer Löfgren  
Juni 2010

C-uppsats 15 hp  
Statsvetenskap

**Politik och medierprogrammet**  
**Handledare: Björn Hammar**  
**Examinator: Rolf Jonsson**

## **Abstract**

This study attempts to answer the question of whether the propaganda of the Swedish political parties "Socialdemokraterna", and/or "Sverigedemokraterna", used for the election to the European parliament 2009, are to be viewed as populist.

Furthermore, is the propaganda to be viewed as included in the "Classical populism", the "New populism", both, or none of the above genres? With a theoretical approach deriving from earlier works on the subject Classical/New populism from a number of writers, the study uses empirical and qualitative text analysis to study the parties' propaganda. For each of the two genres of populism an ideal type is set up, which is used to define their core elements. The empirical material is then put in relation to these two ideal types as a reference point, so that it can be examined systematically. The main result of the study concludes that none of the two ideal types matches the information that can be read out from the party "Socialdemokraterna"'s election propaganda, and that it therefore is to be regarded as neither "Classical" nor "New" populism. "Sverigedemokraterna"'s propaganda on the other hand, displays all of the characteristics that are defined by the theory used in the study as "New populism".

## Innehållsförteckning

<b>1.1 Inledning</b> .....	4
<b>1.2 Problem</b> .....	6
<b>1.3 Syfte</b> .....	7
<b>1.4 Metod och material</b> .....	7
<b>2 Teoretiska utgångspunkter</b> .....	9
2.1 Klassisk populism.....	9
2.2 Nypopulism.....	14
<b>3 Resultat</b> .....	16
3.1 Studie av Socialdemokraternas valpropaganda inför Europavalet 2009.....	16
3.2 Analys av Socialdemokraternas valpropaganda inför Europavalet 2009.....	23
3.3 Studie av Sverigedemokraternas valpropaganda inför Europavalet 2009.....	26
3.4 Analys av Sverigedemokraternas valpropaganda inför Europavalet 2009.....	34
<b>4 Diskussion</b> .....	39
<b>5 Referenser</b> .....	41
5.1 Litteratur.....	41
5.2 Empiriskt material.....	41

## 1.1 Inledning

Populism är ett begrepp som används på många sätt och i olika sammanhang. Därför är det viktigt att tydligt definiera vad som antyds med ordet populism just i denna undersökning. Till att börja med görs en åtskillnad mellan "klassisk" populism och den "nya" populismen. Dessa två varianter liknar varandra i många avseenden, men det är ändå viktigt att förtydliga vad de innebär. Från 1973 och framåt har en rad politiska rörelser som av många klassas som ny populistiska vuxit fram i Europa, och dessa nya partier har vunnit en hel del väljarstöd. Denna studie har gjorts för att belysa ut vad den mest framstående samtida svenska inkarnationen av vad som brukar benämnas som ett populistiskt parti, Sverigedemokraterna, hamnar på det populistiska spektrat, och om de ens kan klassas som populistiska. För att möjliggöra detta består studien utav en undersökning av Sverigedemokraternas valpropaganda inför valet till Europaparlamentet år 2009. Dessutom har även Socialdemokraternas propaganda vid samma val genomgått samma undersökning. Detta för att det socialdemokratiska partiet till skillnad från Sverigedemokraterna kan sägas vara ett väletablerat parti med lång historia, och som suttit rekordlänge i regeringsställning i förhållande till de andra nuvarande partierna. Sverigedemokraterna är å sin sida ett relativt nytt parti i sammanhanget, och dessutom utmanare till makten.

I valpropaganda vill partierna rimligtvis attrahera så många väljare som möjligt, och därför är det också rimligt att anta att retoriken och slagorden på propagandan använder så allmängiltiga budskap som möjligt samtidigt som man vill täcka in olika väljargrupper. När de två partierna denna undersökning behandlas diskuteras och analyseras i t.ex. media eller i debatter, kan man möjligen urskilja en viss ton gentemot partierna utifrån förförståelsen som finns mot dessa och som utgår ifrån partiernas olika positioner som väletablerat respektive uppstickande parti. Kanske finner vi ändå i resultatet av denna undersökning att även, eller kanske endast, Socialdemokraterna bär spår av populism i sin valpropaganda? För att studien skulle ha kunnat genomföras på ett systematiskt sätt och med rätt metod och teoretisk ansats har begreppet populism studerats ingående, och avsikten med undersökningen förtydligats nedan.

Denna undersökning syftade till att undersöka om ovan nämnda valmaterial, och i förlängningen Sverigedemokraterna samt Socialdemokraterna som partier, är att betraktas som populistiska utifrån deras respektive valpropaganda från valet till Europaparlamentet 2009. Dessutom var undersökningen menad att förhoppningsvis kunna visa om dessa partier är att betrakta som ny populistiska, klassiska populistiska, eller om valmaterialet bär spår av båda dessa grenar av populism. För att göra denna studie möjlig utgör den valda litteraturen en grund genom vilken idealtyper för klassisk populism och ny populism ställs upp. Dessa skulle ge en rimlig teoretisk förklaring till det empiriska materialet.

## 1.2 Problem

Sverigedemokraterna är ett parti som verkar ha gått framåt vad gäller väljarunderstöd och popularitet. Detta anses av många vara ett problem av en eller flera anledningar. De etablerade riksdagspartierna vägrar i stor utsträckning att samarbeta med Sverigedemokraterna på grund av SD:s kontroversiella invandringspolitik, vilken man uppfattar som främlingsfientlig. Oviljan till samarbete begränsas dock till synes inte bara till att handla om SD:s faktiska politiska budskap och agenda, utan handlar även om att man uppfattar partiets metoder. Inte sällan kallas Sverigedemokraternas politik ”populistisk”, och detta i en negativ mening. Denna definition av partiets politik verkar även delas generellt av de etablerade medierna, vilka tidigare till viss del har nekat SD tillträde till debattsidor, artiklar osv. Inte bara Sverigedemokraternas uppfattade rasism, utan även dess populistiska drag ligger alltså till grund för detta uteslutande i media och i politiska sammanhang. Men vad innebär egentligen begreppet populism, ligger Sverigedemokraternas politiska budskap och metoder inom ramen för detta begrepp, och kan man även finna att även det Socialdemokratiska partiet – som inte brukar benämnas som ett populistiskt parti – faller inom några av dessa kriterier? Partiernas metoder för att övertyga är särskilt viktiga att fokusera på för att undersöka detta fenomen, då populism inte nödvändigtvis handlar om *vad* man säger utan om *hur* man säger det (Andersson 2009: 88).

Ett antal forskare som undersökt begreppet populism verkar tämligen överens om att man måste skilja mellan populismen som metod och som innehåll. Det slutgiltiga målet med politiken kan vara höger- eller vänsterorienterat, och sakfrågorna kan skilja sig åt mellan partier, men dessa partier kan ändå falla inom de grundläggande kriterier som definieras som populism. Dessutom har forskningen kunna göra vissa åtskiljningar mellan typer av populism. Man talar t.ex. om den ”klassiska” populismen och den ”nya” populismen (Andersson 2009: 48). Denna distinktion är central i vår problemställning. Inte bara de grundläggande kriterierna som ställs upp för populism skall ställas i relation till Sverigedemokraternas och Socialdemokraternas politik, materialet skulle dessutom förhoppningsvis kunna sägas falla inom ramen för den klassiska populismen, den nya populismen, båda två, eller delvis båda två.

## ***Frågeställning***

Är Sverigedemokraternas och/eller Socialdemokraternas propaganda inför valet till Europaparlamentet 2009 att anses som populistisk, och faller den då inom ramen för den "klassiska" populismen, eller kanske snarare den "nya" populismen? Använder partierna sig av populistiska metoder och argument i sin propaganda, och hur lyser detta igenom i deras publikationer? I definitionen av populism som görs nedan skall vi klargöra vad som är att betrakta som populism, och på detta sätt skall vi också kunna se att de drag som återfinns i undersökningsmaterialet som faller utanför denna definition är att betrakta som icke-populistiskt.

### **1.3 Syfte**

Syftet med uppsatsen är att öka förståelsen för om huruvida Sverigedemokraternas respektive Socialdemokraternas uttalade politik stämmer överens med den som återfinns i definitioner av populistiska partier som görs av Björn Fryklund, Tomas Peterson, Paul Taggart och Christian Andersson m.fl. Dessutom syftar uppsatsen till att ta reda på om partiernas politiska innehåll och tillvägagångssätt kan sägas ligga närmare den "klassiska" populismen, eller den så kallade "nya" populismen.

### **1.4 Metod och material**

Undersökningen görs genom en empirisk och kvalitativ textanalys av Partiernas valpropaganda inför valet till Europaparlamentet 2009. Två stycken idealtyper definieras och ställs i relation till undersökningsmaterialet för att se hur väl detta passar in på dessa två idealtyper. Dels den "klassiska" populismen och dels den så kallade "nya" populismen jämförs var för sig med undersökningsmaterialet. Förhoppningen är att denna metod skall vara användbar för att se i hur hög grad de två varianterna av populism stämmer överens med innehåll, argumentationer, retorik, och ideologisk grundsyn i partiernas valpropaganda. Det faktiska material som analyseras består utav de broschyrer och flygblad från valrörelsen 2009 som återfinns på Sverigedemokraternas och Socialdemokraternas hemsidor.

### *Idealtyper som analysinstrument*

Idealtypen används här som en renodlad form av en idé eller ideologi vilken används som mall för att se om det som skall undersökas stämmer överens med ideologins ursprungliga eller typiska drag. Den valda ideologin ställs mot undersökningsmaterialet för att se hur väl detta svarar mot de krav som ideologin ställer på detta för att det skall kunna anses rymmas inom ideologins gränser (Boréus 2005: 160). Idealtypen skall ses som en form av tankekonstruktion som dikterar krav på vad som måste stämma överens hos undersökningsmaterialet (Boréus 2005: 159). En idealtyp är i detta fall relativt svårt att konstruera, med tanke på att ordet populism används olika av olika personer, i olika sammanhang, och inte sällan tämligen slarvigt (Andersson 2009: 9). Vi utgår dock ifrån några av de grundläggande kriterier som en rad forskare trots allt kommit överens om vad gäller den ”klassiska” populismen och den ”nya” populismen. Dessa grundläggande krav, som man verkar vara fullgott överens om, ställs i relation till undersökningsmaterialet för att på detta sätt kunna fastställa om detta kan sägas vara populistiskt i någon av dessa meningar, om materialet bär spår av båda, eller rent av inget alls.



## 2. Teoretiska utgångspunkter

Inom populismbegreppet ryms i denna undersökning två ”underkategorier”, eller ”grenar” av populism. Dessa består utav den ”klassiska” populismen och den ”nya” populismen. Den klassiska populismen behandlas som den ”gamla” eller ”ursprungliga” populismen i denna undersökning. Därför kommer ordet ”populism” att användas för den klassiska populismen i denna del av undersökningen. När vi sedan går in på den nya populismen kommer detta göras tydligt i texten.

### 2.1 Klassisk populism

Populism kan vara svårt att definiera, och används på lite olika sätt av olika personer och vid olika tidpunkter, men vissa grunddrag som är säregna för populismen återfinns hos ett antal olika forskare. Sir Isaiah Berlin ställer i ett försök att definiera populism upp ett antal sådana grundläggande drag. Populismen, enligt honom, har en föreställning om ett integrerat och sammanhållet samhälle, ett ointresse för politiska institutioner och en övertro på samhället, den strävar mot ett tidigare tillstånd som man menar fanns före den upplevda ”krisen”, den försöker återuppliva traditionella normer och värderingar, och den hänvisar till ”folkviljan” (Andersson 2009: 23). Paul Taggart gör också ett försök att definiera vad populism är, och även denna definition innehåller ett antal punkter som skall betraktas som gemensamma drag, eller ”teman” med Taggarts egna ord, hos populistiska partier. Dessa teman innefattar en fientlighet mot representativ politik, en identifikation med ett idealiserat ”hjärtland” inom det egna samhället, en ideologi som saknar egna grundläggande värden, en reaktion på en känsla av kris, och en anpassning till omgivningens ideologiska färger (Andersson 2009: 18).

”Hjärtlandet” menar Taggart vara en vag eller diffus vision om det ”normala” samhället, vilket populismen menar har gått förlorat och måste återgå till (Taggart 1996: 33). Populisten identifierar sig med ”folket”, vilketets intressen anses stå i motsättning till elitens intressen (institutioner, politiker osv.). Man säger sig kunna uttolka vad folket egentligen vill, men inte säger, och på så vis blir man ett folkets röst. När populismen konstruerar bilden av sitt hjärtland, bygger man denna bild på en idealiserad bild av folkets visdom, eller folkets sunda förnuft.

Begreppet hjärtland kan sammanfattas som en romantiserad och egenkonstruerad bild av hur det var ”förr”. Detta ”förr” specificeras ofta inte, utan kan betyda hembygden lika väl som folkhemmet (Andersson 2009: 20). Taggart menar att populismen inte har någon tydlig vänster- eller högerideologi, och talar om populismens ”tomma kärna”. Den bär på en viss grad av ideologiska föreställningar, men dessa är så pass vaga att populismen kan fylla denna tomma kärna med andra ideologier, både från höger och vänster (Andersson 2009: 20). Populismen hämtar alltid inspiration från den lokala miljön och de värderingar man tycker sig finna där. Utifrån denna miljö konstruerar man värderingar och myter som skall gå hem hos hjärtlandet. Ofta tar man särdrag från denna miljö, t.ex. något som populisterna anser vara typiskt svenskt, och gör detta särdrag till något allmängiltigt som man menar att hela det svenska folket står bakom, fast de bara inte säger det rakt ut (Andersson 2009: 22).

Nadia Urbinati menar att man i vissa fall förmodligen kan tala om både ”god” och ”ond” populism i det avseendet att den goda populismen kan fungera som en motreaktion på ojämlika förhållanden mellan ”folk” och ”elit”. Den goda populismen fungerar som ett sätt på vilket den stora massan på ett demokratiskt vis kan göra sig hörd gentemot eliten. När politik antar indirekta former blir den artificiell och icke-populär. Den demokratiska populismen ställer elitens artificiella makt, eller ”pengamakt” mot vad den anser vara den naturliga makten, ”ägandemakten”, och det intellektuella, eller ”indirekta” språket ställs mot det direkta, eller ”populära” sättet att uttrycka sig på. Genom att finna nya sätt att uttrycka sig på kan populismen vara ett kraftfullt medel för nya sociala grupper att kräva sin legitima del av den politiska makten. På detta sätt kan populism fungera så att den balanserar maktförhållandena i ett samhälle, och dessutom göra detta utan att ifrågasätta hela samhällsformen (Urbinati 1998: 111). Urbinati fortsätter med att tala om att populism som utvecklas inifrån ett demokratiskt samhälle har en god chans att bli en ”ond” form av populism. Den goda populismen fungerade som ett svar på grava orättvisor och ojämlikheter i ickedemokratiska samhällen. När dessa samhällen demokratiserats kan populism endast uppkomma i sin onda form, och fungera som ett motstånd till demokratin. Den västeuropeiska historien visar att populism bara kan vara god när den uppstår i odemokratiska samhällen, och att den aldrig när den uppstår i representativa demokratier (Urbinati 1998: 112).

Populistisk retorik användes av både Napoleon och Mussolini för att angripa intellektuella och stigmatisera dem som elitister och fiender till folket, och detta menar Urbinati vara den populistiska strategin. Man skapar anti-elitistiska sympatier genom att ställa "folkets vilja" emot den styrande "eliten". Populismen är dock i sig elitistisk och dess röst utgår från en nyfödd oligarkisk grupp som vinner makt genom folkligt missnöje (Urbinati 1998: 113).

Björn Fryklund och Tomas Peterson har en något annorlunda, men ändå liknande syn på, och definition av begreppet populism. De menar att grunden för populismen ligger i ett upplevt eller reellt hot mot den enkla varuproduktionen, och menar därför att populismen har småborgerligheten som klassbas, med dess intressen som grund. De definierar det småborgerliga som att klassen utgår ekonomiskt från den enkla varuproduktionen, klassmässigt som de enkla varuproducenternas reaktioner på upplevda eller reella hot mot deras existens, ideologiskt från den världsbild sådana situationer skapar, och politiskt från de partier och organisationer småborgerligheten använder sig av när det skall försvara sina intressen. Populismens grundelement sägs bestå utav småborgerlighet och folklighet. Folklighetens dimension består här utav icke-klassbundna ideologiska element som t.ex. kan ha att göra med det specifika lands traditioner och historia där den populistiska rörelsen uppstår. Den populistiska rörelsen använder dessa traditioner i dess strävan efter folklig legitimitet, och eftersom olika länder har olika traditioner ser det folkliga elementet olika ut i olika länder (Fryklund/Peterson 1981: 12). Fryklund och Peterson menar att populismen är beroende av speciella betingelser för att den skall blomstra. Denna betingelse kallar de konjunktur, och populism uppstår då småborgerlighetens intressen sammanfaller med folklighet i konjunkturen. Konjunkturen skall ses som en sammansmältning av motsättningar, och vissa av dessa motsättningar leder till en aktiverad småborgerlighet samtidigt som andra samhällsgrupper blir mottagliga för dess budskap. De motsättningar som kan sammansmälta i konjunkturen är av social, ekonomisk, klassmässig, kulturell, politisk, och ideologisk art, och en förutsättning för framväxt av populism är att någon eller flera av dessa motsättningar slår mot den enkla varuproduktionen. Detta sker ofta när den kapitalistiska varuproduktionen befinner sig i en expansiv fas (Fryklund/Peterson 1981: 12,13).

Den enkla varuproduktionen har ett annat sätt att tänka och handla än den kapitalistiska storproduktionen i ett ekonomiskt avseende, och detta tänkande och handlande avspeglar sig i småborgerligheten. I detta avseende handlar det om en speciell inställning till statssyn, demokrati, och andra styrelseformer. Detta får som effekt att populismen ofta har ett utomparlamentariskt förhållningssätt, drag av ledardyrkan, och ofta har en principfast isolering gentemot alla andra partier och ideopolitiska riktningar. Detta gör det svårt att placera in populisterna på höger-vänsterskalan, vilket bidrar till att de får stöd från olika klasser och skikt inom väljarkåren (Fryklund/Peterson 1981: 12, 13).

Under slutet av 1800-talet växte populistiska rörelser fram i båda USA och Ryssland. Båda dessa rörelser vände sig mot storskalighet och centralisering, och de effekter av ojämlikhet och främlingskap det sades skapa. Istället förordade man en utveckling baserad på små decentraliserade politiska, ekonomiska, förvaltningsmässiga och företagsmässiga enheter. Båda rörelserna misstroddes staten och idealiserade småproducenten, men på olika villkor. Den ryska rörelsen ingick i en kollektivt präglad gemenskap, medan den amerikanska var präglad av en social miljö av individualism. Båda dessa rörelser talade i folkets namn och vände sig till detta utifrån en småborgerlig föreställningsvärld. Trots de olikheter som fanns mellan rörelserna använde de sig av samma metoder, tilltalade samma målgrupper med samma tonpunkt, och ville utforma en tredje utvecklingsväg mellan kapitalism och socialism. De ryska och amerikanska rörelserna under denna tid är de som har kommit att kallas den klassiska populismen (Fryklund/Peterson 1981: 18, 22, 23).

Småborgerligheten står inte i direkt motsättning till någon av det kapitalistiska systemets huvudkrafter. Den bär drag av både arbetarklassen och borgerligheten, men tenderar att uppleva sig hamna i kläm mellan dessa två krafter. Den småborgerliga kritiken brukar rikta sig emot "hela systemet", då den inte hamnar i direkt konflikt med vare sig borgerligheten eller arbetarklassen. Småborgerligheten står på ett vis utanför det kapitalistiska systemet och kan inte identifiera sig med någon av dess huvudkrafter. Denna klass delar borgerlighetens stöd för äganderätten, men tenderar också att ta avstånd från den kapitalistiska storproduktionen (Fryklund/Peterson 1981: 40).

Småborgerlighetens konkreta uttryckspunkter varierar under olika samhällen och tidsperioder, men Fryklund och Peterson kan definiera några återkommande teman. För det första återkommer en romantisering av svunna tider, vilket leder till utvecklingspessimism och en idé om att framtiden ligger ”bakåt i tiden”. Detta bakåtblickande innebär också en vilja till återgång till gamla könsroller där mannen är familjöverhuvud och kvinnan är bas över hemmet. För det andra är småborgerligheten, som nämnts ovan, försvarare av den privata egendomsrätten och emot kollektivism och förstatligande. För det tredje hyllar man det produktiva arbetet och den individuella arbetsinsatsen. Det improduktiva eller intellektuella arbetet ses däremot som mindre värt och betraktas som tärande kapital. För det fjärde ställer man sig kritisk till kapitalismens ”dåliga” sidor. Man menar att det finns rättfärdiga och orättfärdiga sätt att profitera. Storbanks, företagsmonopol, byråkrater och intellektuella bland andra ses på som moraliskt felaktiga och tärande på samhället. För det femte är man kritisk till den representativa demokratin och parlamentarismen som system. Man efterfrågar mer direktdemokratiska system där uttrycket för folkviljan kan komma fram till sin fulla rätt. Detta krav på samhället kan liknas med det småborgerliga familjeföretaget, där en stark fadersgestalt kan representera familjen och i förlängningen ”folkets” vilja (Fryklund/Peterson 1981: 45-47).

Man ställer krav på att ett nytt parti som utgår direkt från folket går in och gör upp med förlegade partipolitiska skiljelinjer, och man menar att det behövs en ny dimension i politiken som sätter individualism, småskalighet, livskvalitet och social gemenskap i centrum. Klassdelning, stordrift och ekonomisk tillväxt står enligt det småborgerligt populistiska budskapet i motsats till dessa värden (Fryklund/Peterson 1981: 70).

Det klassiska populismbegreppet har behandlats ovan och ett antal olika exempel på populistiska rörelser genom tiderna har presenterats. Populismen har kopplats ihop med småborgerliga ideal, och en viss retorik och vissa argument som är återkommande hos populistiska rörelser har presenterats. För att kunna genomföra syftet med denna undersökning är det emellertid även nödvändigt ta upp vad som brukar kallas den ”nya” populismen, och klargöra på vilka sätt den både skiljer sig ifrån och liknar den klassiska.

## 2.2 Nypopulism

Efter oljekrisen 1973 har det, enligt Christian Anderson, i Europa vuxit fram nya populistiska rörelser som skiljer sig delvis från de tidigare. Dessa nya rörelser har det gemensamt att de är kritiska mot etablerade partier och institutioner, och för detta har de av vissa kallats missnöjespartier. Detta namn på de nya rörelserna har sedan reviderats på grund av att man upptäckt likheter med de gamla ”klassiska” populistiska rörelserna. Dessa nya rörelser har dock vissa betydande olikheter med de gamla populisterna och därför har man valt att definiera de nya rörelserna som ”nypopulister” (Andersson 2009: 48). De nya populisterna har det gemensamt med varandra att de ofta är kritiska mot rådande skattepolitik och invandringspolitik. Dessutom är de ofta EU-motståndare som när en idé om att det finns regionala och etniska motsättningar, och de ligger långt högerut på det ideologiska spekrat (Andersson 2009: 48-49). I viss mån och avseende måste kanske alla partier kunna betecknas som missnöjespartier, då de flesta partier vill förändra samhället på något sätt, men det som skiljer de nya populisterna från de etablerade partierna är ofta tydligast märkbart i de metoder som förespråkas. De nya populisterna använder ofta vassa formuleringar och vass retorik, och de förordar snabba och enkla lösningar (Andersson 2009: 50).

Den nya populismen har ett visst politiskt innehåll som skiljer den ifrån den klassiska populismen, men den delar den förras metoder och argument. Klassiska populistiska rörelser har haft ett gemensamt sätt på vilket man för fram sitt politiska budskap, medan budskapet varierat i innehåll. Definierande för den klassiska populismen har inte varit *vad* man sagt, utan *hur* man sagt det. Den nya populismen bär drag av detta, men de nya populisterna har också ett likartat politiskt budskap (Andersson 2009: 50,88). Detta budskap är ofta främlingsfientligt och långt ut till höger på den politiska skalan, men det är viktigt att skilja de nya populistiska partierna från de nynazistiska rörelser som vuxit fram under ungefär samma tidsperiod. De nya populistiska partierna ligger i praktiken väldigt nära den extrema högern, men identifierar sig själva och sina åsikter som ”mainstream” eller konventionella. Dessa partier är emot systemet, men identifierar sig med ”folket” (Taggart 1996: 31, 32).

Anledningen att denna typ av populism måste kallas ”ny” är att det delar många drag med den klassiska populismen, men samtidigt är präglad av en viss tidsperiod. Det kalla krigets slut, kommunismens kollaps, och välfärdens ”kris” är betydande faktorer för den nya populismens framväxt. Socialdemokratins, Keynesianismens, och välfärdsstatens konsensusområden som växte fram i Europa under efterkrigstiden är något som tros ha varit betydande för den nya populismens framväxt, och det är just detta ”system” de nya populisterna ställer sig kritiska till. Denna utveckling har även givit upphov till andra systemkritiska rörelser så som de gröna partier som vuxit fram, men de nya populisterna motiverar uppenbart inte sin systemkritik på samma sätt som dessa, även om de själva inte gärna positionerar sig på höger-vänsterskalan (Taggart 1996: 34).

De nya populisterna är nyliberala i sin ekonomiska politik, och har delat ett frihetsbegrepp som bygger på individens frihet från statlig kontroll. Marknaden är den offentliga spelplan där konflikter bör lösas, och statens överdrivna utvidgning och kontroll över individer är något man ställer sig kritisk till. Även partisystemet är man kritiska emot, vilket skapar problem då man båda vill vara ett parti som lockar väljare och kan ta mandat i parlament, samtidigt som man anser att det politiska systemet bör ses över (Taggart 1996: 35). Den distinktion som bör göras mellan nynazistiska partier eller organisationer och de nya populistiska partierna är viktig på grund av att även om de nya populisterna ofta är invandrarfientliga, så är det bara en del av dessa partiers agendor. Ofta är man även kritiska inte bara till partisystemet, men också andra offentliga fenomen som skatter. Ett svenskt exempel på detta är partiet Ny Demokrati, vilket förknippades starkt med dess krav på skattesänkningar (Taggart 1996: 36). De nya populisterna kan gå mot ett extremare håll och på detta vis närma sig de nynazistiska partierna, och de nynazistiska partierna kan gå åt motsatt håll och närma sig ny populisterna, men partier tenderar ändå att vara antingen nynazistiska eller ny populistiska. De nya populisterna agerar alltid utifrån deras vision om ”hjärtlandet” och emot vad de anser utgöra hot mot detta.

### 3. Resultat

#### 3.1 Studie av Socialdemokraternas valpropaganda inför Europavalet 2009

Socialdemokraterna presenterar i sitt flygblad "VAL-09, Europaparlamentsvalet" de åtta första namnen på dess lista på kandidater till Europaparlamentet. De olika kandidaterna presenteras med namn, ålder och bild. Dessutom har man ställt ett antal standardiserade frågor till var och en. Dessa frågor rör vad kandidaterna har för sysselsättning, politisk drivkraft, stoltaste politiska minne, och vad de anser vara den viktigaste Europafrågan just nu. Flygbladet börjar dock med en text där man tar upp allmänna saker kring valet så som datum, hur många platser Sverige har i parlamentet, samt hur viktigt det är att gå och rösta. Sedan följer en förklaring om var Socialdemokraterna står i olika politiska frågor. Partiet säger sig alltid stå på löntagarens sida när det gäller beslut om jobb, anställdas rättigheter, och arbetsmiljö. I miljöfrågor står en socialdemokrat för en politik som uppmuntrar modern forskning, miljöteknik, och investeringar för vad de kallar "gröna jobb". Man hävdar att en röst på en socialdemokrat är en röst för rättvisa och frihet för människor att forma sina liv, och att de är i opposition mot den högerpolitik som ökar klyftor mellan människor. Rättvisbegreppet, frihetsbegreppet, och den speciella högerpolitik som ökar klyftor mellan människor förtydligas inte. Man går heller inte in på vad dessa klyftor mellan människor innebär. Partiet fortsätter texten med att hävda att orättvisor inte löser vår tids problem, utan däremot håller tillbaka utvecklingen. Framgång kräver rättvisa både i Sverige och Europa, och är vi inte nöjda med Europapolitiken så måste vi förändra den, menar de, och avslutar med att presentera åtta socialdemokrater som är beredda att "göra jobbet" (Socialdemokraterna 2009: 2). Partiet ser alltså orättvisor i den europeiska politiken som de menar håller tillbaka utvecklingen. Vad dessa orättvisor består utav, eller vad utvecklingen innebär går man inte in på. Tydligt verkar dock vara att åtta stycken socialdemokrater är beredda att tackla dessa av partiet upplevda problem, och att väljarens insats är avgörande för om de skall kunna göra detta. Vid en första anblick säger denna text mycket av vad som många kanske ofta förknippar med Socialdemokraternas samtida politiska budskap. Man står på löntagarnas sida när det skall beslutas om jobb, man har infört miljöfrågor på agendan, man förespråkar rättvisa och frihet, betonar utveckling, och ställer sig kritiska till "den högerpolitik som ökar klyftorna mellan människor".



Detta budskap verkar ligga i linje med hur Socialdemokraterna under åtminstone det senaste tiotal åren retoriskt presenterat sin politik, vilka ramar den politiken rör sig inom, och vad man opponerar sig emot. Det verkar rimligt att anta att definitionen, eller kanske snarare icke-definitionen av en speciell högerpolitik har blivit viktigare för det socialdemokratiska partiet att göra under senare tid, då partiet ogärna verkar vilja ställa sig kritiska mot allt vad högerpolitik vill säga. Reservationen mot en del av högerpolitiken tycks vara ett drag från partiets sida för att låta bli att alienera vissa väljare. Texten verkar medvetet innehålla många av de nyckelord som länge förknippats med socialdemokratin samtidigt som den är noga med att inte tydligare definiera dessa begrepp. Punkten som behandlar miljöfrågan är rimligtvis även den mycket medvetet inkluderad i texten, komplett med en beskrivning av vad denna innebär ur ett socialdemokratiskt perspektiv. Texten kan ses som en noga utvald och till viss del ”moderniserad” presentation av socialdemokratisk politik, med en tydlig tonvikt på att materialet skall vara lätt att förstå och att ta till sig som läsare. I det lilla format som flygbladet utgör är det rimligtvis nödvändigt att hålla informationen kort och koncis, och att det man tror är bäst ägnat att locka väljare lyfts fram, och detta tycks Socialdemokraterna vara övertygade om.

Efter den korta inledningstexten följer alltså korta presentationer av de åtta första kandidaterna på Socialdemokraternas Europaparlamentsvallista. Först på listan återfinns Marita Ulvskog, 57 år gammal riksdagsledamot från Dalarna. Marita beskriver sin politiska drivkraft komma från uppväxten i en arbetarfamilj i Norrbotten med en handikappad syster. Denna uppväxt menar hon ha skapat en ”revanschlusta” vilken motiverat henne att börja engagera sig politiskt. Ulvskogs stoltaste politiska minne berättar hon vara att den regering hon ingick i på nittioalet ”klarade den svenska modellen trots budgetsaneringen”. Den viktigaste Europafrågan just nu (2009) menar hon vara att ”vi börjar investera framåt igen”, i utbildning, forskning och nya jobb. Marita anser att Europaparlamentet behöver en ny majoritet som kan jobba för flera jobb och minska klyftor mellan människor. De borgerliga partiernas majoritet i parlamentet anser hon vara en bromskloss för all utveckling. Maritas text stämmer väl överens med öppningstexten som analyserats ovan i fråga om både retorik och innehåll. De borgerliga partierna verkar i Maritas text konkret få representera den orättvisa politik som håller tillbaka utvecklingen, och hon beskriver också vikten av att skapa nya jobb och att främja ny forskning.

Att beskrivningen av Maritas bakgrund finns med i texten är sannolikt ett medvetet drag för att få vissa målgrupper att kunna identifiera sig med hennes livssituation. Beskrivningen av uppväxten i arbetarfamiljen med den handikappade systemen kan få som funktion att skapa trovärdighet för Marita som förkämpe för de svaga, och den knyter henne dessutom både till arbetarklassen och till Norrland. Arbetarklassen är socialdemokraternas klassiska målgrupp, Norrland är en viktig region för Socialdemokraterna att locka väljare ifrån, och att visa att man bryr sig om de svaga i samhället är säkerligen viktigt för partiets profil samtidigt som det kan locka väljare ur fler grupper.

Två på listan är Olle Ludvigsson, 60-årig ordförande för IF Metall avdelning 36. Olle gillar inte orättvisor och vill jobba för konkreta förbättringar i människors vardag. Dessa orättvisor specificeras inte, men sannolikt handlar det om anställdas möjligheter till påverkan på arbetsplatsen, eller möjlighet för människor att forma sina liv. Detta antagande grundar sig på vad som sägs i den inledande texten, vilken tolkas som en allmän förklaring av Socialdemokraternas politiska vilja, samt Ludvigssons stoltaste politiska minne. Som svensk Socialdemokrat säger sig Olle nämligen vara stolt över lagstiftning som rör anställdas påverkansmöjligheter, och på den punkten menar han att Sverige ligger före många andra länder. Den viktigaste Europafrågan just nu är enligt Ludvigsson Jobbkrisen och finanskrisen, de fackliga fri- och rättigheterna, och industrins möjlighet att konkurrera på lika villkor. Till sist lägger han också till att miljö- och klimatarbetet givetvis är viktigt. Just denna sista punkt verkar i många av kandidaternas texter dyka upp kort på slutet som en försäkring om att Socialdemokraterna är medvetna om att miljöproblemen är en viktig fråga att ta hänsyn till, även om den inte behöver behandlas ytterligare än i några få ord (Socialdemokraterna 2009: 2).

Nummer tre på listan är näst yngst med sina 32 år. Åsa Westlund är Europaparlamentariker från Stockholms län, och blir alltid upprörd när hon ser orättvisor. Åsa beskriver att hon istället för att bara sitta och gnälla vill påverka. Hennes stoltaste politiska minne är när hon på Socialdemokraternas partikongress 2001 lade förslaget om homosexuellas rätt att adoptera barn. Enligt Westlund var partistyrelsen emot detta förslag, men kongressen röstade emot styrelsen och för förslaget. ”Sen blev det verklighet. Det känns fortfarande stort” skriver hon.

När det kommer till den viktigaste Europafrågan just nu, utmärker sig Westlund till viss del när hon tar upp klimatfrågan som första punkt. Det viktigaste för Åsa är att öka EU:s ambitioner på klimatområdet, investera mer i biologisk mångfald och minska mängden farliga kemikalier. Som exempel på det senare tar hon upp farliga ämnen i produkter som mat, nappflaskor och kläder. Här tycks ytterligare en målgrupp prickas in som potentiella väljare, nämligen kvinnor. Mat, kläder och barnartiklar förknippas säkerligen fortfarande av många som ämnen som berör kvinnor, och när Westlund tar upp detta skulle det kunna tolkas som att just denna målgrupp skall tilltalas. Huruvida detta är medvetet eller ej är visserligen oklart, men när det rör sig om ett flygblad som är ämnat att locka väljare är det rimligt att anta att få saker lämnats åt slumpen. Även miljöfrågan som hamnar först på listan av viktiga Europafrågor kan ses som en fråga som kvinnor i högre grad än män tar på allvar.

Listan på valbara kandidater fortsätter med Göran Färm, 59 år och Europaparlamentariker från Östergötland. Görans politiska drivkraft började med att han var aktiv i elevrådet i den patriarkala skola han gick i och ville förändra. Sen gick han med i Vietnamrörelsen där han ville fortsätta slåss för bättre vardagsvillkor och globala rättvisefrågor, vilka han menar hänger ihop. Det stoltaste politiska minne Färm har är när han var kommunalråd i Norrköping under nittioalet, då arbetslöshet och industrinedläggningar drabbade staden och han jobbade för att etablera Linköpings universitet i Norrköping i form av ett campus. Att hitta en ”gemensam väg ur krisen och arbetslösheten” säger Göran är den viktigaste Europafrågan just nu, och detta menar han måste göras med utgångspunkt i ”våra värderingar och inte genom att offra fackliga rättigheter eller klimatet.” Göran Färms text i flygbladet markerar ett intåg av ytterligare en målgrupp av potentiella väljare, nämligen de som var aktiva i den politiska vänstern under Vietnamkriget, eller den så kallade ”68-rörelsen”. När Socialdemokraterna presenterar sin politik för 2009, vilken verkar ovillig att ta avstånd från högerpolitik rent generellt, utan gärna väljer ”den högerpolitik som ökar klyftorna mellan människor” kan det tyckas viktigt att visa vissa väljare att man har rötter i ett något radikalare ursprung som tog ett tydligt avstånd från vad som kan uppfattas som orättfärdiga krig, imperialism och annat.

Ord som ”patriarkat” och ”Vietnamrörelsen” verkar sedan neutraliseras en aning när Färm fortsätter sin text med att berätta att han innehaft posten som kommunalråd och därigenom drivit igenom konkreta förändringar som att utöka studiemöjligheterna i Norrköping.

Anna Hedh, 42-årig Europaparlamentariker från Kalmar län är femma på listan. Hennes politiska drivkraft kommer från att hon vill ”göra det bättre för den lilla människan”. Anna började med politik ganska sent och anledningen till att hon började var för att hon såg ”väldigt konkreta orättvisor” i sin hemkommun Mörbylånga. Hon definierar inte dessa ”konkreta orättvisor”, och inte heller vad den ”lilla människan” innebär, eller hur man gör det bättre för denne. Inte mycket verkar kunna läsas ut från vad Hedh beskriver vara hennes stoltaste politiska minne. Hon beskriver dock känslan av att ha blivit invald i Europaparlamentet 2004, möjligen med motivet att påvisa att hon är en människa av kött och blod som blir överväldigad av att självaste journalisten Elisabeth Höglund med följe dyker upp och levererar den goda nyheten. Den viktigaste Europafrågan för Anna är den om kollektivavtal och arbetsrätt. Arbetsrätten skall inte styras av den fria rörligheten i EU, tycker hon. ”Självklart är också miljö- och klimatfrågan” (Socialdemokraterna 2009: 3).

Nummer sex, Jens Nilsson, är 60 år och kommunalråd i Östersund. Jens politiska drivkraft är att han tror på människan. Det människan har skapat kan hon också förändra, tror han, och det handlar om människosyn. ”Att människor i grunden är solidariska och inte egoistiska”. Jens stoltaste politiska minne är det om när han på partikongressen 2001 ”lyckades förändra synen på folkrörelser och den sociala ekonomin” i Socialdemokraternas partiprogram. Folkrörelserna har enligt honom en ovärderlig roll för välfärden på 2000-talet. Jens anser att den viktigaste Europafrågan just nu är att koncentrationen kring centraleuropa måste brytas, och att hela EU ska leva. För att detta ska bli möjligt måste EU-politiken enligt honom hänga ihop med det som sker i byarna i norra Sverige. Jens Nilssons del av flygbladet verkar ha funktionen att tala till de väljare som man tror kan vara EU-skeptiska. Att man visar att Socialdemokraterna har toppkandidater som är medvetna om problematiken kring geografisk och social distans mellan Bryssel och de små norrländska byarna, kan rimligtvis antas vara ett medvetet drag att få in de väljare som potentiellt kan vara tveksamma till EU som institution.

Nilsson lägger också ett värde i folkrörelsernas betydelse, vilken också kan appellera till dem som hellre engagerar sig på lokal nivå än ser att de politiska besluten tas i EU.

Hillevi Larsson är näst sist på Socialdemokraternas flygblad, och hennes text tycks ha funktionen att tilltala de lite yngre socialdemokratiska väljarna, eller de som snarare väljer SSU framför moderpartiet. Hillevi är 34 år, riksdagsledamot från Skåne, och berättar om hur hon gick med i SSU som sjuttonåring för att hon ville förbättra samhället. Den politiska drivkraft som fick henne att ta detta beslut beskriver hon ha varit arbetsmiljön på hennes gymnasieskola. När väl detta steg var taget säger hon sig snart ha insett hur ”det stora och det lilla hänger ihop”. Hillevi anser att det är lika viktigt att kämpa för jämlikhet i den svenska vardagen som på internationell nivå. Denna passage i texten binder samman ungdomsengagemang i SSU och i gymnasietiden med engagemang i EU-politik, vilket kan vara ett drag för att markera betydelsen av att även bry sig om att rösta i EU-valet, trots att man befinner sig i yngre ålder och kanske är mer fokuserad på mer direkta ungdomsfrågor. Riktigt vad motivet med denna koppling är kan inte säkert sägas, men tydligt verkar dock vara att Larssons text är menad att vända sig till ungdomar.

Som nummer åtta är Ardalan Shekarabi sist på listan. Ardalan är en 30-årig jurist från Gävleborgs län med politisk drivkraft att bekämpa orättvisor. Även han var tidigare medlem i SSU, och han gick med för att han ”var arg på den sittande borgerliga regeringen och den främlingsfientlighet som frodades då” (i början av 1990-talet). Shekarabis stoltaste politiska minne kommer från då han ”kampanjade” med Anna Lindh i Uppsala 2002. De träffade då unga människor, och Ardalan skriver att det var enormt inspirerande att göra tillsammans med en politiker som hade Lindhs äkta engagemang. Den viktigaste Europafrågan just nu tycker Ardalan är att stärka löntagarnas rättigheter och bekämpa den växande främlingsfientligheten. Shekarabi, liksom Hillevi Larsson, tar upp medlemskapet i SSU. Som enda person med utländskklingande namn tar han dessutom upp invandrarfrågor som främlingsfientlighet (Socialdemokraterna 2009: 4).

Beskrivningen av resan från att ha gått med i SSU till att hamna som åttonde namn på Socialdemokraternas lista till Europaparlamentet (kanske till och med "trots" sin invandrarbakgrund) vill kanske säga något om det Socialdemokratiska partiets människosyn och partimedlemmarnas möjligheter till avancemang inom partiet. Vill man dra det hela till sin spets så kan man även notera och fundera över om det finns något bakomliggande motiv till att just Anna Lindh nämns i texten. Som tidigare nämnts handlar detta om det huvudsakliga flygbladet med vilket Socialdemokraterna vill locka väljare till Europaparlamentsvalet, och då ter det sig något osannolikt att speciellt mycket av innehållet lämnats åt sluppen.

### 3.2 Analys av Socialdemokraternas valpropaganda inför Europavalet 2009

För att se huruvida informationen som ges i Socialdemokraternas flygblad inför Europaparlamentsvalet 2009 bär några spår av populism är den ingående studien av materialet som gjorts ovan till en början nödvändig, och samma sak görs nedan av Sverigedemokraternas flygblad. Genom att se vad som står och försöka förstå innebörden av texten i flygbladen med hjälp av textanalys görs ett försök att finna de bakomliggande budskap och intentioner som texten har. Dessa undersöks nedan utifrån de teoretiska utgångspunkterna och ställs i relation till våra idealtyper klassisk respektive ny populism för att se om informationen i flygbladen faller inom gränserna för någon av idealtyperna eller inte.

Den klassiska populismens idé om hjärtlandet lyser inte igenom i någon vidare omfattning i Socialdemokraternas valpropaganda. Istället läggs vikt vid begrepp som ”framgång” och ”utveckling”, och man talar om ”vår tids problem”. Många av kandidatens texter handlar om vad de tidigare åstadkommit och vad den socialdemokratiska rörelsen betytt för dem, och de är dessutom stolta över att vara med i sitt parti och över partiets historia. Man talar däremot inte om någon form av tillbakagång till ett ”förr” eller något annat som kan liknas vid ett hjärtland. Förändring verkar vara ett återkommande ledord i Socialdemokraternas retorik, och det verkar som om man vill blicka framåt och försöka hitta ”framtidens lösningar” medan man fortfarande är stolt över partiets historia. Någon ”kris” verkar det heller inte vara någon som uttrycker en oro för.

När det kommer till vad Taggart kallar ”populismens tomma kärna” verkar Socialdemokraterna göra någon form av balansgång. Man tillämpar någon form av argument och språk som är tänkt att tilltala så många som möjligt, och avskärma så få som möjligt. Istället för att säga sig vara emot högerpolitik som sådan, väljer man ut ”den högerpolitik som ökar klyftorna mellan människor”. Man specificerar ogärna problemen utan generaliserar istället kring olika ämnen som man vill lyfta fram som viktiga. Man använder begrepp som ”rättvisa” utan att konkretisera begreppet speciellt mycket, vilket får det att framstå som tämligen godtyckligt (Socialdemokraterna 2009: 2). Detta kan ha att göra med flygbladets begränsade format, men även med att man är noga med att locka så många väljare som möjligt.

Ordet rättvisa framstår rimligtvis som positivt i många öron samtidigt som ordet är väldigt relativt beroende av vad man uppfattar som rättvist. Att man tycks ha försökt täcka in så många potentiella väljargrupper som möjligt i de olika kandidaternas texter säger inte så mycket om en tom kärna, då partiet genuint verkar värna om alla dessa grupper och inte exkluderar någon av dem. Då man lyfter fram dessa grupper individuellt och inte talar om "folket" tycks vittna om inklusion snarare än exklusion. Det talas inte om någon motsättning emellan "folk" och "elit" i flygbladet, och inga sådana argument verkar heller lysa igenom i texten.

Björn Fryklund och Tomas Peterson talar om att populismen har en småborgerlig kärna som värnar den enkla varuproduktionen, och att de populistiska argumenten utgår från denna grupps politiska intressen. Socialdemokraterna skriver uttryckligt i den inledande texten att de alltid står på löntagarnas sida, och detta faktum bör kunna diskvalificera även den småborgerliga aspekten av populism i dess valpropaganda. Däremot definierar de, som nämnts ovan, en viss högerpolitik att ta avstånd ifrån- vilket kanske kan förstås som att man vill locka väljare som står någonstans mellan löntagare och arbetsgivare. Småborgerligheten, skriver Fryklund och Peterson, hamnar någonstans i mitten av det politiska spektrat, vilket gör att den kan vara en viktig målgrupp för partier till både höger och vänster att locka röster ifrån (Fryklund/Peterson 1981: 12, 13). Kanske är det småföretagarna man vill exkludera från resten av "högern". Socialdemokraterna tycks inte dela småborgerlighetens kritik mot "hela systemet", då man tydligt ställer sig på löntagarnas sida (Socialdemokraterna 2009: 2).

Vad det gäller den nya populismens värden står inte mycket av dessa att finna i Socialdemokraternas valpropaganda. Inget sägs i flygbladet om skattepolitik eller EU-motstånd, vilket brukar förknippas med ny populistiska rörelser. Man tar upp problematiken kring den geografiska och sociala distansen mellan t.ex. Norrland och Bryssel, men detta handlar snarare om EU:s beslutssystem och en vilja att förbättra detta förhållande, inte att gå ut ur EU. Inte heller retoriskt stämmer ny populismen in på flygbladet. Inga snabba lösningar efterfrågas, istället talar man om utveckling och investeringar. Socialdemokraterna placerar sig själva på löntagarnas sida, och är emot en viss högerpolitik, vilket inte stämmer överens med vad Paul Taggart menar vara den nya populismens värderingsgrund.



Den nya populismen ligger långt högerut på den politiska skalan och är dessutom ofta främlingsfientlig (Taggart 1996: 31, 32).

En av kandidaterna på Socialdemokraternas lista till Europavalet säger sig vara emot just främlingsfientlighet, vilket talar emot denna aspekt av ny populism hos partiet (Socialdemokraterna 2009: 4). Enligt Taggart placerar sig de nya populistiska partierna ogärna på det politiska spektrat, och är heller inte öppet rasistiska eller främlingsfientliga, men de förordar ofta en restriktiv invandringspolitik, och detta tyck inte vara fallet hos Socialdemokraterna utifrån vad som kan utläsas av texten i flygbladet. Den nya populismen växte fram som ett svar på Socialdemokratins och Keynesianismens koncensussamhällen, vilket gör det svårt att placera Socialdemokraterna i denna grupp av rörelser. Visserligen kan Socialdemokraterna år 2009 ha förändrats i en riktning som går emot den tidigare politiska inriktningen, men inget ur texten i flygbladet tyder på att en sådan riktning tagits. Till sist kan sägas att den nya populismens nyliberala ekonomiska politik inte heller den är framträdande i Socialdemokraternas valpropaganda från 2009. Man definierar visserligen inte vare sig ordet ”rättvisa” eller ”den högerpolitik som ökar klyftan mellan människor”, men att partiet skall ha en nyliberal kärna tycks osannolikt utifrån vad som kan utläsas från detta flygblad.

### 3.3 Studie av Sverigedemokraternas valpropaganda inför Europavalet 2009

När vi sedan går vidare i undersökningen för att titta på Sverigedemokraternas valpropaganda finner vi ett annorlunda språk i både text och bild. Tre flygblad från Sverigedemokraternas kampanj inför Europavalet 2009 har valts ut för undersökningen, varat ett av dem endast består av en sida med huvudsakligen en bild och en sida med övervägande text. Innehållet i SD:s flygblad är av en mer blandad karaktär. Korta texter med argument blandas med texter av kandidater som liknar de som återfinns i Socialdemokraternas flygblad. Dessutom finner vi att Sverigedemokraterna har lämnat större plats åt bilder i sina flygblad än Socialdemokraterna. Även SD:s partiledare Jimmie Åkesson får komma till tals i partiets flygblad. Analysen inleds med flygbladet "Ge oss Sverige tillbaka" vars första sida komplett med denna text, består utav en bild på två barn som går på en väg under vad som verkar vara en solig sommarkväll, och en kortare text med en del av partiets politiska åsikter. Texten på flygbladets förstasida säger att Sverigedemokraterna är ett "Sverigevänligt parti" och att de omsorgsfullt förvaltar vad vi ärver av våra förfäder och lånar av våra barn. SD sätter stort värde på "vårt eget land med vår underbara natur och våra gemensamma värderingar". De slår vakt om svenska traditioner, välfärd och trygghet. "Alla de värden som tillsammans utgör idén om folkhemmet" (Sverigedemokraterna 090417: 1). Nästa sida i flygbladet presenterar tio punkter som Sverigedemokraterna går till val på den 7 juni 2009. Man vill att Sverige skall gå ur EU, man vill ha ett samarbete och inte en union, man vill stoppa Lissabonfördraget, försvara den svenska modellen, bedriva en ansvarsfull invandringspolitik, neka Turkiet inträde i EU, man säger nej till en EU-armé, vill ha stärkt gränsskydd, behålla den svenska kronan och man vill inte ha "EU-byråkrati" i Sverige. Efter dessa punkter syns en bild på Jimmie Åkesson med en text som är signerad med dennes namn. Åkesson säger i texten att Sverigedemokraterna "liksom de flesta svenskar" är motståndare till det "europeiska monsterbygget". Den enda chans vi har att kritisera EU är att använda vår rösträtt, fortsätter han, och "om vi inte säger ifrån idag riskerar vi att ännu mer makt flyttas till Bryssel". Europaparlamentsvalet är därför ett mycket viktigt val, menar Åkesson (Sverigedemokraterna 090417: 2). På sida tre följer sedan ett urval av kandidater till Europaparlamentet från SD.

Dessa presenteras liksom i Socialdemokraternas flygblad med namn, bild, och med en varsin personlig text.

Först ut på listan är nummer fem, Carina Herrstedt, från Landskrona. Carina skriver att ”vi måste värna om demokratin och vår rätt till självbestämmande över bland annat naturtillgångar och djurskyddslag”. vidare skriver hon att viktiga beslut för Sverige skall tas i Sverige och av den svenska regeringen, med Sveriges bästa som utgångspunkt. Hon definierar inte vad ”Sveriges bästa” innebär rent konkret.

Näst på listan kommer nummer sex, Kent Ekeroth, från Lund. Ekeroth anser att Europas länder anpassas allt mer efter ökande muslimska krav, och att ”vi måste säga ifrån, annars riskerar vi en framtid där våra friheter och vårt västerländska samhälle eroderas till förmån för en kvinnofientlig, förtryckande och våldsamt totalitär ideologi”.

Efter Ekeroth presenteras Sten Andersson från Malmö, nummer nio på listan till valbara kandidater till Europaparlamentet från SD:s håll. Andersson anser att EU måste förändras och makten tas tillbaka från ”den lilla maktelit som styr i Bryssel”. Han skriver att EU istället bör bli en gemenskap av europeiska länder där man i huvudsak beslutar om gränsöverskridande frågor som miljö och brottslighet.

Även nummer 13 på listan, Richard Jomshof från Karlskrona, anser att EU har kommit att utvecklas till ett antidemokratiskt och överstatligt organ. Jomshof skriver att EU har stormaktsambitioner, vilket ”på sikt hotar inte bara Europas nationalstater, utan även vår personliga frihet” och att Sverige därför måste lämna EU så snart det är möjligt.

Vad som ter sig som negativitet kring den Europeiska Unionen fortsätter att synas i även den näst sista kandidaten på listans text. Nummer 19, Andréa Brodin-Olsson, från Hudiksvall anser att varje land mår bäst av att få besluta över sin egen politik. ”Samarbete i viktiga frågor är alltid bra, men måste vila på frivillighet”. Andréa vill inte att hennes ”vardag skall styras av politiker som är valda av miljontals européer och därför omöjliga att nå”.

Nummer 22 på listan till valbara kandidater, och den sista på den lista man valt att presentera i detta flygblad, heter Kerstin Ljungkvist och är ifrån Alvesta. Kerstin anser att Turkiet inte tillhör Europa, varken geografiskt eller kulturellt.

”Landets islamistiska regering har svårt att skilja på religion och politik och man respekterar inte mänskliga rättigheter”. Därför säger vi nej till Turkiet i EU, skriver hon (Sverigedemokraterna 090417: 3).

Samtliga kandidater på denna lista uttrycker en skepsis till EU-medlemskapet, och tar upp vad de verkar uppleva som olika ”problem” med detta. Till skillnad från Socialdemokraternas lista tycks inte ta upp frågor som kan appellera till olika potentiella väljargrupper. Man har dock gjort ett urval av ett antal kandidater med olika ålder, kön och hemort. Kanske är detta ett försök att differentiera kandidaterna och locka väljare med hjälp av deras olika ovan nämnda preferenser, istället för att man väljer ut de åtta första och ser till att de tar upp frågor som kan tänkas täcka in olika väljargrupper. En annan skillnad gentemot Socialdemokraternas motsvarande lista är att man inte tar upp kandidaternas ursprung eller politiska bedrifter. Texterna är istället baserade på tämligen tydliga argument till varför kandidaterna är skeptiska till EU-medlemskapet. Detta faktum försvagar teorin om att strategin varit att locka väljare genom kandidaternas ursprung något. Samtliga kandidater uttrycker argument mot någon del av EU som man uppfattar som negativt, vilket också skiljer denna lista från Socialdemokraternas.

Den sista sidan i detta flygblad är uppdelat i två delar. Halva sidan består av utdrag ur Sverigedemokraternas valmanifest, och den andra halvan av ytterligare en lista på valbara kandidater. Denna lista presenterar de tre toppkandidaterna SD har för valet, och består utav nummer ett, Sven-Olof Sällström från Östersund, nummer två, Margareta Sandstedt från Gävle, och nummer tre, Per Arne Wahlberg från Tranås. De tre toppkandidaternas texter följer samma mönster som de tidigare sex. Sven-Olof Sällström anser att ”ambitionen att förse Europa med billig arbetskraft” kan resultera i motsättningar. ”Inte bara Turkiet, utan även till exempel Ukraina och Nordafrika knyts successivt närmare EU. De ekonomiska och kulturella konsekvenserna kan bli förödande”. Margareta Sandstedt tar liksom andra upp frågan om att ”flytta tillbaka makt från EU till Sverige”. På detta vis menar hon att demokratin och svenska folkets makt över sin egen vardag och framtid stärks.

Per Arne Wahlberg menar även han att beslut som rör Sverige skall tas inom landets gränser. I Wahlbergs fall handlar detta om regler för jakt, fiske, rovdjursbestånd och naturvård. Detta menar han skall styras av ”svensk lagstiftning utan utländsk inblandning”.

Argumenten till varför Sverige bör gå ur EU dominerar innehållet i kandidaternas texter, och man motiverar anledningen till det önskade utträdet bl.a. med att unionen skapar ekonomiska, politiska och kulturella motsättningar, och med att man anser att beslut som rör Sverige bör tas i Sverige.

De utdrag ur Sverigedemokraternas valmanifest som återfinns på andra delen av det sista bladet består utav en uttalad vilja om att svenska skattemedel skall gå till svensk välfärd, att svenska jobb skall gå till svenska löntagare, att man skall stärka gränsskyddet, att man säger nej till Turkiet i EU, samt att man uttrycker en åsikt om att invandringen är en nationell angelägenhet. Man skriver att Sverigedemokraternas inställning till svensk välfärd är att ”de pengar vi idag skänker till andra EU-länder skulle göra betydligt större nytta i svensk skola, vård och omsorg”. Under rubriken ”Svenska jobb till svenska löntagare” skriver man att EU-medlemskapet hotar den ”framgångsrika svenska modellen för arbetsmarknadsavtal och lönebildning”, och menar att svenska arbetstillfällena riskerar att gå till lågavlönade utländska arbetare. SD motsätter sig regeringens fria arbetskraftsinvandring som, ”har till syfte att dumpa svenska löner genom ett överutbud av arbetskraft”. Partiet vill, så länge Sverige är med i EU, återupprätta gränskontrollen mot andra länder i Schengensamarbetet. Man vill ge tullen rätt att ”undersöka fordon och individer som rör sig över vår nationsgräns”, med syfte att ”försvåra smuggling av illegala varor, människor och stöldgods”. Sverigedemokraterna motiverar sedan åter igen varför man anser att Turkiet bör nekats inträde i EU. Man anser att landet inte är en europeisk nation i vare sig geografisk eller kulturell bemärkelse. Man skriver att ”Det politiska och religiösa förtrycket och ojämlikheten mellan könen saknar motstycke i Europa”, och hävdar att Turkiets islamister stärkt sin ställning efter att landet inlett sina förhandlingar om EU-medlemskap 2005. Slutligen tar man upp att invandringen är en nationell angelägenhet.

På grund av att man anser att ”Massinvandring utan krav på anpassning innebär ökad segregation, ökad brottslighet och minskad trygghet” Menar Sverigedemokraterna att invandringspolitiken måste ses som en nationell angelägenhet som inte bör underställas EU. Utdraget ur Sverigedemokraternas valmanifest stämmer till synes väl överens med de åsikter och tankar som de utvalda valkandidaterna uttrycker. Ett tydligt motstånd mot EU i dess nuvarande form och Turkiets inträde i detta är synligt, och ett Sverigecentrerat perspektiv framträdande. Ambitionen verkar vara att fokusera på hemlandet och dess invånare. Pengar, arbetskraft, politiska beslut och jobb skall hållas inom landets gränser, och en skepsis mot öppenhet vad det gäller nationella gränser verkar råda (Sverigedemokraterna 090417: 4).

Det andra av Sverigedemokraternas flygblad som valts ut för denna studie har en text på vänster sida av förstasidan som säger ”Jimmie Åkessons recept på ett bättre Sverige”. Därefter följer en bild på partiledaren och vad som tolkas som fem exempel på detta recept. Först på listan placeras Åkesson ”Trygghet på gator och torg”. Denna målsättning skall uppnås genom ”Fler poliser på gatorna. Skärp straffen och utvisa kriminella utlänningar”. På en andraplats finner vi ”En värdig ålderdom”. Jimmie vill höja pensionerna för dem som har det sämst ställt, och införa en pensionsminister. Efter denna punkt kommer en om ”Människor i arbete”. Man vill ”värna den svenska arbetsmodellen” men vill också göra det ”enklare för företag att anställa”. Punkt nummer fyra i Åkessons recept på ett bättre Sverige handlar om att man vill ha ”En ansvarsfull invandringspolitik”. Det innebär rent konkret, och utifrån texten i denna lista att man vill ha ”En kraftigt begränsad invandring” och att man vill ställa krav på dem som ”kommer hit”. Som sista punkt i sitt recept uttrycker partiledaren en ambition om att låta ”Sverige förbli Sverige”. Detta vill han möjliggöra genom att ”slå vakt om vår kultur och våra traditioner”. Denna korta lista i punktform går inte in i detalj om hur dessa punkter skall genomföras konkret, utan får kanske anses som snarare ett sätt att med korta och slagkraftiga argument locka väljare till partiet och ge en inblick i partiets hjärtefrågor. Skulle Åkesson t.ex. gå in på vad han anser att ”vår kultur och våra traditioner” innebär rent konkret så behöver han sannolikt större utrymme än vad som ges. Första sidan i flygbladet innehåller förutom Åkessons lista en bild på en kvinna och ett barn med en text under som lyder ”Ditt land, ditt val”.

På sidan om bilden löper en kortare text med rubriken "Välj Sverigedemokraterna". Texten förklarar att Sverigedemokraterna är ett parti för vanliga svenskar som ligger mitt emellan höger och vänster på den politiska skalan. SD förespråkar såväl fri företagsamhet som "ett ansvarstagande statligt trygghetssystem". De ser som sin huvuduppgift att låta "Sverige förbli Sverige och att slå vakt om den svenska välfärden och arbetsmarknadsmodellen". Sedan följer en redogörelse av hur många procent av rösterna SD fick vid riksdagsvalet 2006 och en uppmaning för läsaren att rösta på partiet (Sverigedemokraterna 090618: 1).

Andra sidan av flygbladet domineras av en stor rubrik som lyder "Vilket Sverige väljer du?" och består förutom denna av fyra stycken texter och fem mindre bilder. Direkt under vad som verkar fungera som rubrik för hela flygbladets andra sida löper en av dessa texter. Man hävdar i denna att "Det fanns en tid då Sverige präglades av gemenskap, trygghet och framtidstro". Under denna tid säger texten att "alla behövdes och alla drog sitt strå till stacken". Idag präglas Sverige emellertid alltmer av grupp motsättningar, laglöshet och nedmonterad välfärd. Politiker, näringslivschefer och mediamoguler skiljer ut sig från vanliga medborgare och ser till sina egna intressen istället för samhällets bästa, om man skall tro texten. "Sverigedemokraterna vill vårda den svenska gemenskapen, återupprätta lag och ordning och slå vakt om välfärden" fortsätter man, och avslutar den korta texten med "Sverige är ett land byggt av svenskar för svenskar. Det är vi själva som väljer hur Sverige skall se ut i framtiden".

De resterande texterna på sidan har rubrikerna "Omtanke", "Framsteg" och "Tradition", och bilderna på sidan verkar vara ägnade att illustrera dessa slagord. En byggnadsarbetare, en fiskare, en man med ett barn i famnen, en närbild på något som ser ut att vara en bild från någon sorts industriarbete och en bild på en leende gammal kvinna som tycks befinna sig på någon sorts vårdhem. Under rubriken "Omtanke" skriver Sverigedemokraterna att de slår vakt om det svenska trygghetssystemet, och att samhället måste bidra till att ge varje barn en kärleksfull och harmonisk uppväxt. De vill stärka den svenska arbetsmarknadsmodellen med en sund balans mellan arbetstagares och arbetsgivares intressen. De vill motverka att arbetstillfällen flyttar utomlands, och de vill att varje svensk pensionär skall ha en inkomst som åtminstone överstiger det äldreförsörjningsstöd som nyanlända invandrare får.

”Att slå vakt om trygghet innebär för oss att också förespråka kristen etik och traditionella solidaritetsbegrepp”, avslutar de. Partiet sammanfattar sina visioner om Sveriges framtid under rubriken ”Framsteg”. De vill ha kvar kärnkraften, och även om de är emot ett överstatligt EU ser de gärna ett ”europeiskt samarbete kring handel, miljövård och brottsbekämpning”. De ser ”våra barn och vår skola och omsorg” som ett framtidshopp, och de vill ha ett samhällsklimat som är barn- och familjevänligt och ger en ljus framtidstro. Den resterande texten på sidan löper under rubriken ”Tradition”. I denna text säger sig SD vilja ”stärka och utveckla svenskarnas gemensamma kultur, historia, traditioner, värderingar och språk”. De vill dessutom ”bevara vårt fosterland som en fri, självständig och neutral stat”. Avslutningsvis säger de sig vilja att Sverige skall vara ett land där varje svensk känner sig hemma, och de vill på ett ”traditionellt sätt” försvara och förstärka familjens ställning (Sverigedemokraterna 090618: 2).

Det tredje och sista av Sverigedemokraternas flygblad inför valet till Europaparlamentet 2009 som ingår i denna studie består utav två blad. Det första bladet täcks helt av en bild föreställandes en byggnadsarbetare. Arbetaren är helt klädd i blått, vilket i komplement till bildtextens gula färg skapar den svenskt blågula kombinationen. Texten lyder: ”Jag tänker rösta på Sverigedemokraterna i EU-valet den 7 juni!” (Sverigedemokraterna 090225: 1). Sidan två är delad i två delar precis som i det första flygbladet, och den ena delen består utav bilder på de tre toppkandidaterna, med tillhörande texter. Sven-Olof Sällström skriver ”Vi Sverigedemokrater ser i första hand till Sveriges bästa. Monsterstaten EU:s framväxt innebär på sikt att svenska folket mister sitt självbestämmande. En röst på Sverigedemokraterna i EU-valet 2009 innebär i praktiken en röst på Sverige”. Margareta Sandstedt skriver i sin tur att ”Vi måste vända EU:s utveckling från överstatligt till mellanstatligt samarbete, där besluten flyttas hem till Sverige”. Hennes hjärtefråga är att stärka gränsskyddet för att stävja drogindustri, kriminalitet och människohandel. Per Arne Wahlberg skriver att det är viktigt att rösta på Sverigedemokraterna i EU-valet eftersom ”vi som enda parti förespråkar en ansvarsfull invandringspolitik”. Wahlberg menar att Sverigedemokraterna också värnar svensk självbestämmanderätt över skog, jakt och rovdjursfrågor. Andra delen av flygbladet har en huvudrubrik som lyder ”Svenska jobb till svenska löntagare!”, på vilket ett utdrag ur Sverigedemokraternas valmanifest följer.



Man vill Försvara den svenska modellen, man vill att svenska skattemedel skall gå till svensk välfärd, man säger nej till lönedumpning, man vill stärka gränsskyddet och man vill att Sverige skall gå ur EU. Texterna under rubrikerna "Stärk gränsskyddet", och "Svenska skattemedel till svensk välfärd" är desamma som i det första flygbladet, medan de resterande rubrikerna och texterna är nya. Under rubriken "Försvara den svenska modellen!" skriver man att EU-medlemsskapet hotar den "framgångsrika svenska modellen för arbetsmarknadsavtal och lönebildning", och man menar att SD försvarar rätten för arbetsmarknadens parter att fastställa villkoren på svensk arbetsmarknad. "Vi försvarar arbetarnas intressen". Sverigedemokraterna säger sig i texten "Nej till lönedumpning!" vägra att tillåta att svenska arbetstillfällen skall kunna gå till de utländska arbetare som kräver lägst lön, och de motsätter sig även Alliansregeringens fria arbetskraftsinvandring som "har till syfte att sänka de svenska lönenivåerna genom ett överutbud av lågutbildad arbetskraft". Slutligen, under rubriken "Sverige ut ur EU!", skriver man att det EU som svenskarna röstade ja till 1994 var något helt annat än det EU som finns idag. "Sveriges makthavare har, utan folkligt mandat, fört oss in i ett superstatsbygge som står i direkt motsättning till vårt lands intressen". Sverigedemokraterna anser därför att ett fortsatt EU-medlemskap kräver att man först rådfrågar svenska folket i en folkomröstning (Sverigedemokraterna 090225: 2).

### 3.4 Analys av Sverigedemokraternas valpropaganda inför Europavalet 2009

Vi börjar analysen av Sverigedemokraternas valpropaganda med att se huruvida den klassiska populismens särdrag står att utläsas någonstans i denna. Partiet nämner "vårt land" och "Sverige" väldigt ofta i sina flygblad. De har dessutom ordet Sverige inbakat i sitt partis namn, och det verkar vara just partiets vision om Sverige som hela dess politik bygger på. Givetvis utgår alla svenska partier ifrån Sverige och det egna partiets visioner om det egna landet i sin politik, men i jämförelse med Socialdemokraternas flygblad förekommer både ordet "Sverige" och definitioner av landet betydligt oftare i SD:s flygblad. Socialdemokraterna beskriver sina politiska visioner för Sverige och Europa, men de ger aldrig det egna landet några specifika egenskaper eller utgår från några särskilt svenska premisser. Paul Taggarts begrepp "hjärtlandet" tycks kunna återfinnas i SD:s flygblad i form av partiets vision om ett faktiskt land, Sverige. På första sidan av flygbladet "Ge oss Sverige tillbaka" skriver partiet att de värnar om "vårt eget land och våra gemensamma värderingar" (Sverigedemokraterna 090417: 1). Dessa värderingar definieras inte närmare i den korta texten, men partier säger sig slå vakt om svenska traditioner, välfärd och trygghet – värden som de skriver tillsammans utgör idén om folkhemmet. Detta hänvisar till ett begrepp som myntats ett för längesedan i Sverige, och som kan tyckas väldigt godtyckligt och kan innebära olika saker för olika människor. Man verkar vilja återgå till en vis era i svensk historia då folkhemmet var intakt, och man verkar också betrakta folkhemmet som något positivt. Själva huvudtexten på sidan vittnar om att man vill återgå till ett tidigare stadie. Partiet vill ha Sverige tillbaka, och i kombination med den kortare text som förutom "titeltexten" återfinns på sidan, där de tar upp idén om folkhemmet, verkar det Sverige de vill ha tillbaka vara deras vision om folkhemssverige. Denna vision om en återgång till något relativt och något diffust både tidsmässigt och definitionsmässigt får innebörden i texten att framträda som en hyllning till just ett "hjärtland". Partiet tar folkhemmet som något som de anser vara typiskt för Sverige och gör detta till något allmängiltigt, vilket alla skall svenskar skall ha möjlighet att knyta an till (Sverigedemokraterna 090417: 1). Hjärtlandet återkommer också i andra delar av de tre flygbladen. I det andra flygblad som tagits upp ovan, "Jimmie Åkessons recept på ett bättre Sverige", skriver man att partiets huvuduppgift är att låta Sverige förbli Sverige och de är ett parti för "vanliga svenskar".

I samma text som SD skriver detta tar de även upp att de är ett parti som ligger mitt emellan höger och vänster på den politiska skalan (Sverigedemokraterna 090618: 1). Detta kan kanske tolkas som att partiet ogärna tar ställning och placerar sig någonstans på denna skala, i hopp om att avskräcka så få som möjligt från att rösta på partiet. Folkviljan bör ju vara något som utgår direkt från folket och inte något som vare sig härrör ifrån eller bryr sig om höger-vänsterskalan. Björn Fryklund och Thomas Peterson tar upp just detta fenomen som något som brukar återfinnas i populistiska partiers retorik och metoder. Att det populistiska partiet har en principfast isolering gentemot andra partiers ideologier gör att det kan få stöd från klasser och skikt inom hela väljarskalan (Fryklund/Peterson 1981: 12, 13). Även Fryklund och Petersons definition av populismen som småborgerlig och folklig blir synlig i partiets valmaterial. I texten som följer under rubriken "Vilket Sverige väljer du?" på sida två av detta flygblad skriver man att politiker, näringslivschefer och mediamoguler skiljer ut sig från vanliga medborgare och ser till sina egna intressen istället för till samhällets bästa. Man skriver också att det fanns en tid i Sverige då alla behövdes och alla drog sitt strå till stacken. Partiet motsätter sig denna "utveckling" till förmån för vad de verkar anse vara en maktelit utan förståelse för vad vanligt folk vill. Man drömmer sig tillbaka till en tid då alla behövdes, och till en tid då man verkar uppfatta att denna "elit" inte existerade. Partiets definition av "svenskar" verkar inte inkludera dessa politiker, näringslivschefer och mediamoguler (Sverigedemokraterna 090618: 2).

En intressant del av det tredje flygbladet som undersökts är när SD skriver om dess önskan för Sverige att gå ur EU. 1994 röstade svenskarna ja till att Sverige skulle gå med i EU, vilket måste ses som en fullgod möjlighet för folket att ha fått uttrycka sin vilja. Partiet vill att Sverige skall gå ur EU, men samtidigt säger man sig uttrycka folkviljan. Att folket "röstade fel" 1994 förklaras med att EU var något helt annat då än vad det är nu, och att det därför är viktigt att Sverige nu lämnar unionen (Sverigedemokraterna 090225: 2).

Fryklund och Peterson definierar några återkommande teman hos populismen. En romantisering av svunna tider, en idé om att framtiden ligger bakåt i tiden, en kritik mot intellektuellt arbete och storkapitalism, och ett hyllande av det produktiva arbetet och den individuella arbetsinsatsen.

Alla dessa teman tycks återfinnas i detta flygblad, vilket tyder på att Sverigedemokraterna faller inom ramen för vad som kan betraktas som ett klassiskt populistiskt parti. Dock återstår det att undersöka huruvida SD även bär drag av den ”nya” populismen. Dessa två utesluter, som nämnts ovan, inte varandra. Den klassiska populismen utgör mest ett ramverk inom vilka partiets metoder för att övertyga inryms, medan den nya populismen säger mer om vad partiets faktiska åsikter består utav.

Om vi ser närmare på de utdrag ur Sverigedemokraternas valmanifest som återfinns i två av de utvalda flygbladen så noterar vi att partiet är starkt EU-kritiskt, samt låter invandringspolitiken ta stor plats i texten. Enligt Paul Taggart kännetecknas de nya populistiska partierna av att de ofta är främlingsfientliga, om än inte nynazistiska. I jämförelse med Socialdemokraternas flygblad, där invandringen aldrig nämns som något problem i sig, finner vi att SD lägger stor vikt vid denna fråga och tar upp invandringen som ett problem. Man skriver att ”Massinvandring utan krav på anpassning innebär ökad segregation, ökad brottslighet och minskad trygghet”. Partiet tar inte upp frågor som ras eller dylikt, men man ägnar en hel del trycksvärta på att ta upp muslimers och landet Turkiets olikhet gentemot vad man definierar som ”svenskt”.

Kandidat nummer sex på Sverigedemokraternas lista över valbara kandidater beskriver det som att Europas länder anpassas allt mer efter muslimska krav, och att ”Vi måste säga ifrån”. Partiledaren Jimmie Åkessons tar i sitt recept på ett bättre Sverige i två punkter upp invandring. Receptet på ”Trygghet på gator och torg” löses enligt Åkesson genom bl.a. att man skärper straffen och utvisar ”kriminella utlänningar”. Receptet på en ansvarsfull invandringspolitik innebär ”En kraftigt begränsad invandring”. Ställ krav på dem som kommer hit” (Sverigedemokraterna 090618: 1). När Socialdemokraterna tar upp flyktingpolitik skriver de om hur man skall bekämpa den växande invandrarfientligheten. Sverigedemokraterna tar aldrig upp den aspekten av problemet, medan Socialdemokraterna aldrig intar SD:s position och behandlar invandringen som ett problem för ”svenskarna”. Detta visar kanske på att partierna har en väldigt olika syn på invandring och integration. SD:s recept på utvisning i kontrast till Socialdemokraternas metoder får Sverigedemokraterna att framstå som ett ny populistiskt parti i sammanhanget.

Invandrarfrågan gör sig påmind till och med när SD tar upp den svenska äldrevården. ”Varje svensk pensionär ska ha en inkomst som åtminstone överstiger det äldreförsörjningsstöd som nyanlända invandrare får”, skriver de under rubriken ”Omtanke” (Sverigedemokraterna 090618: 2).

Partiets motstånd mot att Turkiet ges inträde i EU är ständigt återkommande i dess flygblad. Man motiverar detta med allt ifrån att landet inte kan skilja på religion och politik till att landets islamister sedan 2005 har stärkt sin ställning. Intressant är att SD själva inte verkar se något problem med att koppla ihop religion och politik, då man de under samma rubrik skriver att ”slå vakt om trygghet innebär för oss att också förespråka kristen etik och traditionella solidaritetsbegrepp”.

Taggart skriver också om hur de nya populisterna ofta är kritiska mot ett ”system” de anser ha hamnat i förfall, och hur de med ”folkets” stöd vill vrida tillbaka samhället till en tid då detta förfall inte ännu inträffat (Taggart 1996: 34). Under rubriken ”Vilket Sverige väljer du?” berättar man om hur Sverige idag präglas alltmer av grupp motsättningar, laglöshet och nedmonterad välfärd. Man vill därför återupprätta lag och ordning och slå vakt om välfärden. Även EU skriver man har förändrats från 1994 då svenskarna röstade ja till inträdet. Unionen har enligt partiet efter inträdet utvecklats till en antidemokratisk ”monsterstat”, varför man vill att Sverige skall lämna EU (Sverigedemokraterna 090225: 2).

Den nyliberala aspekten av de nya populisternas egenskaper som tas upp av Taggart kan kanske även den skönjas i partiets kritik mot EU:s utveckling till monsterstat, och populismens kärna av småborgerlighet finner vi kanske även den i många av Sverigedemokraternas flygblad. Man kritiserar Politiker, näringslivschefer, mediamoguler och ”superstaten” EU, och man lägger vikt vid nödvändigheten i att Sverige erbjuder generösa villkor till företag och företagare.

Björn Fryklund och Thomas Peterson kopplar dessutom ihop populism med småborgerliga ideal. Småborgerligheten hyllar det ”folkliga” och den aktiveras när den finner att dess intressen hotas. Fryklund och Peterson tar upp den enkla varuproduktionen som en av småborgerlighetens hjärtefrågor (Fryklund/Peterson 1981: 12), och dessa kan kanske anses vara förekommande i Sverigedemokraternas flygblad, då man tar upp vikten av att gynna småföretagande. Vid jämförelsen av de båda partiernas valpropaganda har Socialdemokraternas flygblad framstått som helt i avsaknad av några som helst spår av populism, vare sig klassisk eller ny, medan Sverigedemokraternas flygblad visat sig kunna innehålla en hel del spår av populism, och kanske framförallt framstår texten i dess flygblad som nypopulistisk.

Utgår vi från att Nadia Urbinatis teori om att det finns en ”god” och en ”ond” populism är riktig, och att det är rimligt att lägga värderingar i begreppet, finner vi att Sverigedemokraterna är ett parti som vuxit fram i vad som får sägas vara ett representativt demokratiskt samhälle, vilket enligt Urbinati gör partiets populism till ”ond” och fungerar som ett motstånd till demokratin. Detta påstående får kanske ses som en aning relativt och är upp till läsaren själv att avgöra sanningshalten i. Vad som skall ses som gott och ont är onekligen en värderingsfråga.

#### 4. Diskussion

Efter att ha analyserat Socialdemokraternas och Sverigedemokraternas valpropaganda inför Europavalet 2009 utifrån de teoretiska utgångspunkterna som definierats med hjälp av den valda litteraturen har ett intressant resultat vuxit fram. Slutsatserna som dragits av undersökningen är att Sverigedemokraternas valpropaganda faller inom ramen för den preciserade idealtypen ny populism, och att Socialdemokraternas valpropaganda faller utanför båda de idealtyper som ställts upp. Utifrån SD:s valpropaganda har kunnat utläsas att denna kan sägas vara populistisk både till uttryckssätt och ideologiskt innehåll, vilket innebär att den innehåller den ”retorik” som traditionellt används inom den klassiska populismen, och delar den ideologiska inriktning som återfinns inom nypopulismen. En rad begrepp som tas upp i litteraturen om klassiska och nya populistiska partier har påträffats i Sverigedemokraternas flygblad. ”Hjärtlandet” och referenser till en ”folkvilja” är två exempel på dessa. En önskan om att gå tillbaka till en tid då ”krisen” ännu inte inträffat lyser igenom i texten och man verkar rikta en hel del kritik mot vad man anser vara någon form av ”elit”. Partiet tycks dessutom ha en främlingsfientlig hållning, och bär kanske även spår av nyliberalism och småborgerlighet, vilket med stöd i litteraturen pekar på att de undersökta flygbladen kan betraktas som nypopulistiska.

Syftet med undersökningen var att studera om de två partiernas valpropaganda skulle passa in i någon av de två valda idealtyperna, båda två, eller ingendera. Till skillnad från Sverigedemokraterna visade sig Socialdemokraternas propaganda inte innehålla något alls som kan sägas vara populistisk utifrån den valda teorin, varför partiets flygblad faller utanför de båda idealtyperna. Att inget av vad litteraturen beskriver som populism påträffats i partiets texter förefaller något överraskande och får de båda partierna att framstå som oerhörda kontraster till varandra. Socialdemokraternas valpropaganda har en strategi och en retorik som definitivt är utstuderad och ämnad att övertyga, men på ett helt annat sätt, och med ett annat ideologiskt innehåll än vad som funnits i Sverigedemokraternas propaganda.

Den litteratur som legat till grund för undersökningen har fungerat väl för att studera det valda problemet, och resultat har nåtts som visar att Sverigedemokraternas valpropaganda stämmer väl överens med vad denna beskriver som ny populism, och den har också gjort det möjligt att utesluta Socialdemokraternas motsvarighet från densamma. De egenskaper som Christian Andersson tillskriver de missnöjespartier som vuxit fram i Europa någon gång på sjuttioalet stämmer väl överens med de slutsatser som dragits om Sverigedemokraterna i denna undersökning. Vad gäller Anderssons bok *Populism*, refereras det i denna undersökning till denna istället för de källor Han själv anger i sin litteraturförteckning. Detta hade kunnat göras annorlunda, med referenser direkt till de aktuella källorna, vilket hade ökat tillförlitligheten och trovärdigheten i undersökningen. Tyvärr kunde inte detta åtgärdas på ett tillfredsställande sätt på grund av tidsbrist och brist i kommunikation författare och bibliotek emellan.

Vad det gäller metodval har textanalys med hjälp av idealtyper fungerat väldigt väl för att besvara den valda frågeställningen. En aktiv och systematisk läsning av undersökningsmaterialet med stöd av den teoretiska litteraturen har gjort att tolkning och bedömning av texterna blivit lätthanterlig. Att först gå igenom undersökningsmaterialet för att studera det i detalj och försöka hitta underliggande meningar och budskap i texten har gjort det enklare att analysera innehållet i förhållande till idealtyperna. Metoden att ställa upp på förhand definierade idealtyper kan dock ha bidragit till att undersökningen blivit blind inför andra aspekter och problemtyper som kanske står att finna i undersökningsmaterialet. Hade idealtyper skapade med andra infallsvinklar, eller en annan metod än textanalys använts, hade säkerligen en helt annan information kunnat utläsas av materialet och andra intressanta slutsatser kunnat dras.



## 5. Referenser

### 5.1 Litteratur

Andersson, Christian, (2009). *Populism*, 1. Uppl. Stockholm: SNS förlag.

Bergström, Göran & Boréus, Kristina (red.) (2005). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Fryklund, Björn & Peterson, Tomas (1981). *Populism och missnöjespartier i Norden: studier av småborgerlig klassaktivitet*. Lund: Arkiv avhandlingsserie.

Taggart, Paul A. (1996). *The new populism and the new politics: new protest parties in Sweden in a comparative perspective*. Basingstoke: Macmillian Press LTD.

Urbinati, Nadia (1998). Democracy and populism, *Constellations vol 5, no 1*, Oxford: Blackwell Publishers.

### 5.2 Empiriskt material

Socialdemokraterna, *Val-09 Europaparlamentsvalet* (Flygblad), Stockholm:  
Socialdemokraterna, 2009

Sverigedemokraterna, *2009 Bubblor 090618* (PDF-fil), Stockholm:  
Sverigedemokraterna, 2009

Sverigedemokraterna, *2009 EU-val 090225* (PDF-fil), Stockholm:  
Sverigedemokraterna, 2009

Sverigedemokraterna, *2009 EU-val 090417A4* (PDF-fil), Stockholm:  
Sverigedemokraterna, 2009