

STOCKHOLMS UNIVERSITET
Institutionen för Journalistik, Medier och Kommunikation
Medie- och Kommunikationsvetenskap
C-uppsats
2000-01-20
Handledare: Sven Ross

»VÅRD SKOLA OMSORG

-

BYT SKIVA!»

David Bonde

Linus Magnusson

STOCKHOLMS UNIVERSITET

Institutionen för Journalistik, Medier och Kommunikation

Medie- och Kommunikationsvetenskap

C-uppsats

2000-01-20

Handledare: Sven Ross

Sammanfattning

Titel: »Vård, skola, omsorg - Byt Skiva!»¹

Författare: David Bonde & Linus Magnusson

C-uppsats i Medie- och Kommunikationsvetenskap framlagd vid Institutionen för Journalistik, Medier och Kommunikation (JMK) vid Stockholms Universitet i januari 2000.

Nyckelbegrepp: Politisk kommunikation, Opinionsbildning och Retorik.

Författarna undersöker hur allmänheten i Stockholm uppfattar begreppet »vård, skola, omsorg». Metoden för detta är en kvantitativ intervjuundersökning med 100 respondenter fördelat mellan Karlaplan, Skärholmens Centrum och Sigtuna. Undersökningen avser dels allmänhetens inställning till de samhällsliga institutionerna vård, skola och omsorg som politiska sakfrågor, och dels inställningen till uttrycket »vård, skola, omsorg». Resultatet visar att folk i allmänhet har tröttnat på uttrycket - de finner det »uttjatat» - och att de värderar sakfrågorna väldigt högt. Diskrepansen mellan dessa båda resultat är tydlig. Författarna relaterar detta till människans kognitiva scheman för förståelse av sociala fenomen. Det schema som allmänheten använder för politik, kan enligt författarna kort beskrivas med ordet »politikerförakt». Diskrepansen som framkom i undersökningen förklaras delvis med att allmänheten i sin värdering av sakfrågorna inte använder det politiska schemat, medan de i mötet med »vård, skola, omsorg»-begreppet förstår det genom sitt politiska schema. Konsekvensen blir då en positiv konnotation till sakfrågorna och en negativ till uttrycket.

Dessutom undersöker författarna de sju riksdagspartiernas strategier för politisk kommunikation, deras inställning till och användning av retorik och deras attityder ifråga om samarbete med bland annat utomparlamentariska organisationer. Detta görs genom en kvalitativ intervjumetod. Resultaten visar att partiernas strategier är väldigt olika, och att detta delvis hänger ihop med deras olika utgångspunkter. I vissa partier är strategin starkt uttalad, och i andra är den helt styrd av andra faktorer. I vissa avseenden visade partierna prov på betydande kommunikativ medvetenhet och i andra nästan total ignorans. Ifråga om retorik var förståelsen för begreppets innebörd, försvinnande liten bland partierna. Nästan inget parti sa sig ägna tid åt att utbilda partimedlemmar i retorik. Ifråga om att samarbeta med ideologiskt närliggande organisationer eller rörelser, fanns det också skillnader mellan partierna. Medan vissa sa att sådant samarbete aldrig kommer att bli aktuellt mot bakgrund av trovärdighetsfrågan, sa andra att sådant samarbete förekommer och är välutvecklat. Ett samlat intryck gav dock partierna - alla betonade de massmediernas betydelse i den politiska kommunikationsprocessen.

1. Ledare i Expressen 980521.

Innehållsförteckning

I INLEDNING	I
2 BAKGRUND	2
3 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	3
3.1 SYFTE	3
3.2 FRÅGESTÄLLNINGAR	3
4 AVGRÄNSNINGAR	4
5 TEORETISK RAM	5
5.1 LITTERATUR	5
5.2 INTERN-/EXTERNMODELLEN	5
5.3 BEGREPPSDEFINITIONER	6
5.3.1 RETORIK OCH ARGUMENTATIONSTEKNIK.....	7
5.3.2 OPINIONSBILDNING OCH PROPAGANDA	8
5.3.3 POLITISK KOMMUNIKATION	9
5.4 SOCIAL COGNITION/SCHEMAS	11
5.5 DEN (O)ETISKA RETORIKEN	15
5.6 OPINIONENS MEKANISMER	17
5.7 SJÖBLOMS ANALYSMODELL FÖR POLITISKA PARTIER	19
5.7.1 MEDEL	20
5.7.2 FAKTORER I OMGIVNINGEN	20
5.7.3 ARENOR	20
5.7.4 MÅL	21
5.8 POLITIKENS MEDIALISERING	22
5.8.1 JOURNALISTISKA IDEAL	22
5.8.2 MEDILOGIK	23
5.9 DEN POLITISKA MARKNADEN	25
5.10 FÖRETAG SOM POLITISKA PÅTRYCKARE	27
5.11 MÅLGRUPPER	28
5.12 RETORIKEN I »VÅRD, SKOLA, OMSORG»	28
6 METOD	30
6.1 METOD - DEN KVANTITATIVA INTERVJUUNDERSÖKNINGEN	30
6.1.1 METODLITTERATUR.....	30
6.1.2 DATAINSAMLING, EMPIRI.....	31
6.1.3 METODBESKRIVNING	31
6.1.4 METODDISKUSSION	31
6.1.5 BEARBETNING OCH ANALYS AV DATA	32
6.1.6 RELIABILITET OCH VALIDITET	32
6.1.7 METOD - INTERVJUER MED REPRESENTANTER FÖR DE POLITISKA PARTIerna	33
6.1.8 METODBESKRIVNING	34
6.1.9 METODDISKUSSION	35
7 RESULTATREDOVISNING	37
7.1 DEN KVALITATIVA INTERVJUUNDERSÖKNINGEN	37

7.2 INTERVJUER MED REPRESENTANTER FÖR DE POLITISKA PARTIerna	50
7.2.1 TEMA - INTRESSEORGANISATIONER/TROVÄRDIGHET	50
7.2.2 TEMA - ALLMÄNT OM POLITISK KOMMUNIKATION	53
7.2.3 TEMA - MÅLGRUPPER.....	56
7.2.4 TEMA - ATTITYD/BETEENDE.....	57
7.2.5 TEMA - HUR ARBETAS DET MED RETORIK?	58
7.2.6 TEMA - RETORIKUTBILDNING OCH MEDIETRÄNING	58
7.2.7 TEMA - PROFILERA SIG TROTS SAMMA BEGREPP.	59
7.2.8 TEMA - INDIVIDUELLA OCH GENERELLA FRÅGOR.....	60
7.2.9 TEMA - HUR HANTERAR MAN »VÅRD, SKOLA, OMSORG»-BLOCKERINGEN?	60
7.2.10 VÄNSTERPARTIET - ANALYS	61
7.2.11 KRISTDEMOKRATERNA - ANALYS	61
7.2.12 MILJÖPARTIET - ANALYS	62
7.2.13 MODERATERNA - ANALYS	63
7.2.14 FOLKPARTIET ANALYS	66
7.2.15 CENTERN ANALYS	67
7.2.16 SOCIALDEMOKRATERNA ANALYS	69
8 SLUTDISKUSSION	71
9 KÄLLFÖRTECKNING	73
APPENDIX A	76
1.1 DEMOKRATI	76
1.2 REPRESENTATIV DEMOKRATI OCH PARLAMENTARISM	76
1.3 MAJORITETS BESLUT ELLER MAJORITETSDIKTATUR?	77
APPENDIX B	79
2.1 ABDUKTION	79
APPENDIX C	80
3.1 RETORISK ANALYS	80
3.2 EXPRESSEN	80
3.2.1 VÅRD SKOLA OMSORG - BYT SKIVA!	80
3.2.2 NU SATSAR VI 16 MILJARDER PÅ VÅRDEN, SKOLAN OCH ÄLDREOMSORGEN	82
3.3 KOMMENTAR	84
APPENDIX D	85
4.1 DATABASSÖKNINGAR I PRESSTEXT OCH MEDIARKIVET	85
4.2 VAD VI GJORDE	85
4.3 VAD VI KOM FRAM TILL	85
4.3.1 RIKSPRESSEN TOTALT.....	86
4.3.2 SKILLNADER MELLAN DE OLIKA TIDNINGARNA.....	86
4.4 SAMMANFATTNING	87
BILAGA I	88
1.1 FRÅGEFORMULÄR	88
1.2 FRÅGEDEL A	88
1.3 FRÅGEDEL B	88

I.4 FRÅGEDEL C	89
BILAGA II	91
2.1 INTERVJUGUIDE FÖR INTERVJUER MED REPRESENTANTER FÖR RIKSDAGSPARTIERNA.	91
2.2 INTERVJUGUIDE	91
2.2.1 ALLMÄNT OM POLITISK KOMMUNIKATION.....	91
2.2.2 RETORIKENS INSTRUMENT.	91
2.2.3 VÅR UNDERSÖKNING.	91
BILAGA III	93

1 Inledning

Detta är en uppsats om planerad politisk kommunikation - eller snarare, i många perspektiv, oplanerad politisk kommunikation. Från början var det tänkt att uppsatsen enbart skulle beröra uttrycket »vård, skola, omsorg», och dess retoriska implikationer på responderande områden inom det politiska livet. Det var dock inte helt enkelt att enbart fokusera på en sådan fråga, utan uppsatsen har efterhand vidgats och handlar numera om (o)planerad politisk kommunikation med »vård, skola, omsorg»-begreppet som exempel.

I denna uppsats arbetar vi utifrån tre nyckelbegrepp: (1) Politisk kommunikation, (2) Opinionsbildning och (3) Retorik. Till dessa begrepp kan knytas en hel rad andra likvärdiga begrepp med relevans för denna uppsats. Exempel på sådana är »*Public Affairs*», »*Propaganda*» och »*Argumentation*». Vi försöker att behandla en hel del av dessa begrepp också, men vi finner det fruktbart att begränsa oss till tre nyckelbegrepp enligt ovan, eftersom det skänker oss en stringens och precision i framförallt vår analys, men även annars, att använda samma väl avgränsade och definierade begrepp genom hela vår uppsats.

Uppsatsens empiri utgörs dels av en kvantitativ intervjuundersökning av människors attityd och inställning till begreppet »vård, skola, omsorg», och dels ett antal mer kvalitativa intervjuer, närmast samtal, med representanter för de i riksdagen invalda politiska partierna. Som vi redan i första stycket berört, och som vi senare i uppsatsen kommer att diskutera vidare, har uppsatsens syfte och omfång växt under vårt arbete med den. Vi vill därför redan från början göra klart att kopplingen mellan de två undersökningarna inte är självskriven och given från början, utan den består i att de båda knyter an till våra tre nyckelbegrepp och att vi i våra kvalitativa intervjuer pratar om vår kvantitativa undersökning.

2 Bakgrund

I den politiska debatten har sedan en tid tillbaka använts ett uttryck »vård, skola, omsorg». Detta uttrycks användning vill vi problematisera. Politiker, media och andra har använt uttrycket så ofta att det har kommit att tömmas på sitt innehåll och - hävdar vi - blivit uttjatat. Vi ser ett problem i detta helt enkelt eftersom vi och förmodligen många väljare (se nedan för en redovisning av hur vissa väljare upplever begreppet) finner de respektive sociala och samhällsliga institutionerna/funktionerna sjukvård, utbildningssystem och barn-, handikapp- och äldreomsorg som otroligt viktiga politiska frågor att ta itu med. Vi tycker att den politiska retoriken nu har kommit till ett läge där en ytlig slogan - »vård, skola, omsorg» - står i vägen och hindrar de människor som tycker att dessa frågor är viktiga från att faktiskt sätta sig in i problematiken och engagera sig för det de tror på, och kanske på så vis också göra något för att komma till rätta med de problem som respektive område av många anses kämpa med. Det ska självklart tilläggas att det inte endast är en retorisk figur som förhindrar ett engagemang hos människor. En rad olika socioekonomiska strukturella faktorer spelar många gånger en större roll. Men det hindrar inte att vi ser hur begreppet »vård, skola, omsorg» försvårar människors engagemang, istället för att, som kanske önskvärt, uppmuntra till det.

3 Syfte och frågeställningar

Vi gick alltså in i arbetet med denna uppsats utifrån en hypotes: de röstberättigade i Sverige uppfattar begreppet »vård, skola och omsorg» som uttjatat. Det ursprungliga syftet med vår intervjuundersökning, vilken ligger till grund för uppsatsen, var att antingen bekräfta eller vederlägga vår hypotes. Men vartefter vi arbetade med uppsatsen vidgades såväl syftet med vår intervjuundersökning som syftet med uppsatsen som helhet.

3.1 SYFTE

Syftet med vår uppsats kan sammanfattas så här:

- dels att ta reda på Stockholms, röstberättigades - inställning till såväl de politiska frågorna vård, skola och omsorg som till själva uttrycket »vård, skola, omsorg»
- dels att försöka beskriva de sju riksdagspartiernas strategier för politisk kommunikation delvis utifrån hur de har använt, använder och tänker sig att använda uttrycket »vård, skola, omsorg».

3.2 FRÅGESTÄLLNINGAR

Med utgångspunkt i ovanstående syften har vi formulerat följande frågeställningar:

1. Har tretalet »vård, skola, omsorg» använts så mycket att de politiska konsumenterna blivit övermätta på det? Och om så är fallet, har alla blivit övermätta eller är särskilda grupper i samhället mer blasé än andra?
2. Tycker folk att de respektive samhällseliga institutioner - det vill säga institutionen »vård», institutionen »skola» och institutionen »omsorg» - tagna var för sig, är politiskt viktiga frågor eller tycker man att de också är uttjatade?
3. Finns det någon koppling till vilket parti som fokuseras när begreppet »vård, skola, omsorg» ska bestämmas vara uttjatat eller ej? Kan det till exempel vara så att begreppet är uttjatat endast när Socialdemokraterna »tjatar» om det?
4. Vad tycker företrädare för de politiska partierna om uttrycket »vård, skola, omsorg», och om folks inställning till uttrycket?
5. Hur ser de i riksdagen representerade politiska partiernas strategier för politisk kommunikation ut? Hur kan dessa strategier knytas till användningen av begreppet »vård, skola, omsorg»?

Fler frågeställningar finns, men för att knyta an till avsnittet under nästkommande rubrik, väljer vi att fokusera dessa i vår uppsats.

4 Avgränsningar

Vi vill kunna uttala oss om ett fenomen i den politiska verkligheten i Sverige idag. Redan detta begränsar vår population, i frågan om hur det retoriska uttrycket uppfattas, till Sveriges röstberättigade. Praktiska hänsyn i tid och rum, begränsar vår population ytterligare till de röstberättigade i Stockholmsområdet.

Den retoriska figur vi vill fokusera är »vård, skola, omsorg». En viss variation i denna figurs utseende ämnar vi tolerera så att till exempel »skolan, vården och omsorgen» är att betrakta som synonymt och i betydelse likställt med »vård, skola, omsorg»

En annan avgränsning vi gör är att vi ifråga om politiska partiers strategier för politisk kommunikation, endast diskuterar de partier vilka är invalda i riksdagen.

5 Teoretisk ram

5.1 LITTERATUR

I sökandet efter relevant litteratur och teori till denna uppsats, har vi gått tillväga på en rad olika sätt. Bland annat har vi gjort sökningar i olika databaser och bibliotekskataloger. I dessa sökningar har vi framförallt sökt på våra tre nyckelbegrepp, nämligen »*politisk kommunikation*», »*opinionsbildning*» och »*retorik*». En betydande mängd dylik litteratur har vi haft som kurslitteratur under vår tid som studenter på JMK, och den litteraturen ger oss ensam en ganska stabil grund att stå på i vårt tänkande om politisk kommunikation och opinionsbildning. Följaktligen är också en del av den litteraturen inkluderad i uppsatsen.

I fråga om retorik hade vi sedan tidigare hittat flera stycken mycket bra och enligt vår mening heläckande böcker som vi har använt oss av. Men när det gäller våra två andra nyckelord är utbudet av litteratur för stort för att vi skulle kunna ta del av mer än ett begränsat urval. Vårt urval kan inte sägas följa några principer annat än rent praktiska såsom tillgänglighet, bedömd tidsåtgång för att läsa och språk (svenska har prioriterats framför andra språk).

I litteraturen om politisk kommunikation handlar det väldigt mycket om semiotik och retorik. Till exempel Björge & Heradstveit *Politisk Kommunikation* vilken till hälften är en genomgång av semiotikens grunder. Vi behärskar semiotiken men tänker inte låta den skulle få något större genomslag i vår uppsats. Ett annat exempel är Gunnar Fredrikssons klassiker »*Det politiska språket*», som bara genom att det är en bok om politikens retorik, språkbehandling och argumentation borde vara användbar i till exempel vår retoriska analys. I boken beskrivs också användbara begrepp - som »*to beg the question*», att förutsätta det som ska bevisas - eller förutsättningar - som att »...*samtliga icke-socialistiska partier i Sverige i sin politiska retorik refererar till socialdemokratien*.», vilket intrikat nog är ett faktum som självklart även Socialdemokraterna har att förhålla sig till. Björge & Heradstveit samt Fredriksson bidrar med varsitt teoretiskt perspektiv på dessa frågor.

5.2 INTERN-/EXTERNMODELLEN

Här följer ett exempel på hur man kan beskriva politisk kommunikation i Sverige idag. Till hjälp i detta exempel tar vi figuren nedan, så att:

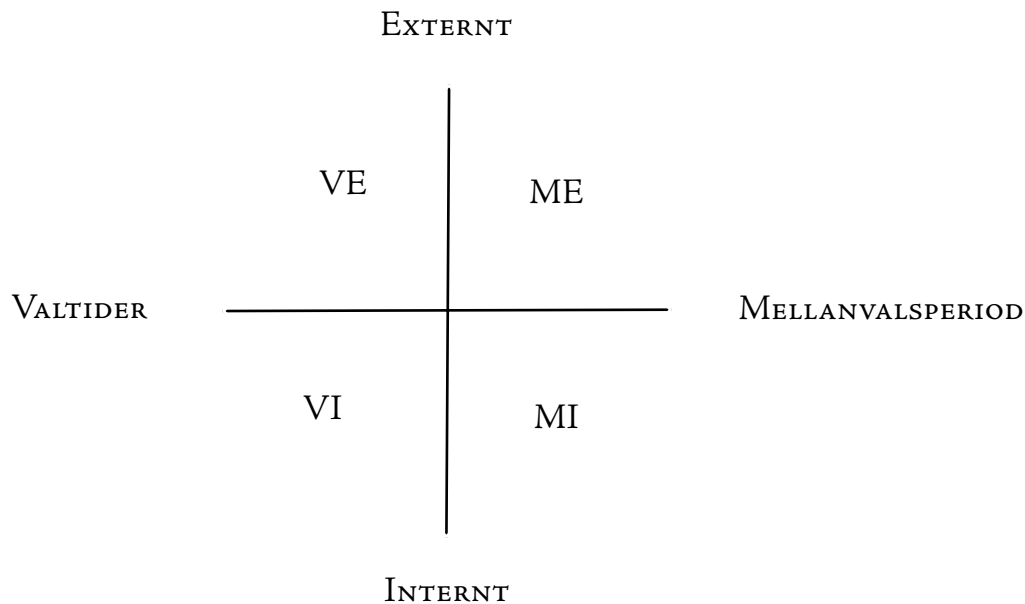
MI = Tid för eftertanke. Partiet hotas av splittring i något avseende; man har kanske gjort ett dåligt val alldeles nyss, eller står inför ett beslut i en ödesfråga - en riktig vattendelare. Nu fokuserar man inåt.

VI = Mobilisering. Små resurser gör att man framförallt vill väcka liv i de medlemmar och säkra väljare som partiet har och se till att i alla fall de går och röstar.

VE = Röstvärning. Man kampanjar. Ingen intern ideologisk debatt förs - nu ska den vara avklarad. Nu värvar man röster genom stora åthävor, reklam, angrepp på politiska motståndare, säkerhet och valmaskineri. Typisk envägskommunikation där det gäller att övertyga - inte att lyssna.

ME = Opinionsbildning. Opinionspåverkan i syfte att förändra värderingar, informera om partiets aktiviteter så att väljarna inte glömmer bort dem de valt, flytta fram de ideologiska positionerna,

samt även reagera på massmedias initiativ. Dialogen betonas nu, att försöka lyssna till människors åsikter och lära in verkligheten, tvåvägskommunikation.



Figur 5-1 Intern-/externmodellen

Detta kan alltså sägas beskriva de politiska partiernas kommunikationsstrategier i Sverige idag. Själva syftet med en modell är inte att beskriva verkligheten precis som den är, sedd från alla vinklar. Istället vill man fokusera på en särskild vinkling av verkligheten och det tycker att vi vår intern-/externmodell gör. Syftet med vår modell är delvis att illustrera skillnaden i agerande från partiernas sida i valtider respektive under mellanvalsperioder. Det visar sig nämligen att den distinktionen till stor del är styrande för hur partierna kommunicerar politiskt. Det är visserligen ingen revolutionerande kunskap, men den förtjänar att åskådliggöras och påminnas om.

Men syftet är också att ge en bild av storleken på och komplexiteten i ämnet vi försöker behandla i denna uppsats. I sin helhet är politisk kommunikation, retorik och opinionsbildning ingenting som låter sig kapslas in i en enkel modell. Därtill är de faktorer vilka påverkar helt enkelt för många. Vår ambition i denna uppsats är att täcka in så många som vi förmår av dessa faktorer för att hjälpa oss att bättre förstå varför begreppet »vård, skola, omsorg» har använts så som det har gjorts. I arbetet med att göra detta är en sådan modell som den ovan ett bra verktyg. En modell som intern-/extern-modellen kan i stor utsträckning bidra till ökad förståelse för en aspekt av den politiska kommunikationen i Sverige idag. Och flera modeller som belyser olika aspekter kan tillsammans bidra till ökad förståelse för helheten och dess komplexitet.

5.3 BEGREPPSDEFINITIONER

En aspekt på det som kallas teoretisk medvetenhet är definitivt detta att vara klar över begrepps användningen, hur begreppen definieras och vilka som används respektive ej används. Inom ramen för en C-uppsats ryms dock endast en viss mängd text, varför vi begränsat antalet begreppsutredningar. I vissa fall, som till exempel begreppet hegemoni, gör vi det enkelt för oss och hänvisar till Kristina Boréus avhandling *Högervåg - nyliberalism och kampen om språket i svensk offentlig debatt 1969-1989*. I den diskuterar hon utförligt detta och flera andra begrepps uppkomst, tolkning, användning och betydelse. Vi ansluter oss till hennes förståelse och användning av hegemonibegreppet. I ett annat fall ansåg vi dock en utförlig diskussion kring begreppet nödvändig, nämligen i fallet demokrati. Detta eftersom mycket av den kritik mot den svenska politikens medialisering

(ett uttryck som vi däremot angriper och diskuterar) som vi har stött på under vår tid som JMK-studenter och även annorstädes, hämtar sin näring ur en viss specifik tolkning av demokratibegreppet. Andra definitioner av demokrati ger också en annan värdering av fenomenet politikens medialisering.

5.3.1 Retorik och argumentationsteknik

Först en positiv definition: »Ordet retorik står för den lära om talarkonsten som går tillbaka till antiken, till det klassiska Grekland och Rom, och som sedan har vidareutvecklats i olika former in i vår tid. Utifrån en genomtänkt syn på det talade ordets verkningsmedel, talarkonstens förutsättningar och uppgifter och talarnas förhållande till sin publik ger retoriken en modell för hur man utarbetar och framför ett övertygande tal.»² Denna definition av Hellspong av vad retorik är uttrycker ganska väl vad retoriken används till idag, framförallt hur man framför ett budskap anpassat till sin publik, ett budskap som publiken förstår, uppskattar och tar till sig.

Givetvis kan man även ha en mer negativ inställning till retorik: »I retorikens kärna är allt annat underordnat kravet att påverka publiken på djupet så att den uppfylls av de insikter, åsikter, upplevelser och känslor som talaren vill förmedla. Detta kallas att övertyga.»³ Denna definition betonar de egenskaper hos retoriken som allmänt brukar anses som negativa, åtminstone för åhörarna, den dolda manipulationen etc. För vår egen del finns i verbet »övertyga» inte den negativa konnotation som Rydstedt ovan gör gällande. Se vår diskussion under rubriken »Den (o)etiska retoriken».

En mer neutral definition skulle kunna vara »Retorik kommer av ett grekiskt verb som betyder just 'tala'. Det skulle kunna översättas med talarlära.»⁴

När vi använder ordet retorik syftar vi framförallt på retoriken som en metod att på ett attraktivt sätt förmedla ett budskap så att publiken blir både stimulerad och intresserad; det vill säga, vi värderar inte innehållet i framförandet, bara formen.

En definition vi använde i vår intervjuguide till intervjuerna med representanterna för de politiska partierna är följande: »...retoriken ses som ett system av metoder och verktyg för att göra kommunikationsinsatser effektiva dels i bemärkelsen att få mottagaren att uppfatta meddelandet och dels utifrån insatsens syfte.»⁵ Denna definition skiljer sig ifrån de ovan genom att inte begränsa retoriken endast till den talade kommunikationen. Tvärtom innebär denna definition att retoriken erbjuder hjälp vid alla former av kommunikation. Genom att ange hur språket bör användas, och genom att se hur det finns bildspråk, symbolspråk, kroppsspråk, arkitektoniskt språk, etc., ges retoriken ett mycket vidare tillämpningsområde än den ursprungliga - lite slarvigt uttryckt - »konsten att tala»-sfären. Denna vidare definition är inte oproblematiserad och självklar, men den erbjuder ett synsätt på till exempel politiska handlingar som vi menar ger skarpare och mer precisa analyser.

Argumentation är i många avseenden motsatsen till retorik: »I argumentationsanalys studerar vi om en argumentation ger goda skäl för tesen, inte om den är retoriskt effektiv»⁶. Innehållet är allt och formen inget när man analyserar en argumentation. Rydstedt relaterar argumentation till retorik: »Den stora poängen med argumentationsanalys är att den kan användas för att skaffa sig ett säkrare grepp om hur hållbar en tanke är. Den grundläggande metoden är att samla de tankar som talar för respektive mot i var sin hög och sedan väga dem emot varandra»⁷. Politikerna vi talade med föredrog att

2. Hellspong sidan 11

3. Rydstedt sidan 27

4. Hellspong sidan 15

5. Se Bilaga ii, sidan 91

6. Björnsson et al sidan 8

kalla det de håller på med för argumentation och inte retorik, trots att det förmodligen enligt auktoriteterna på området, snarare är retorik.

Om man ser på ett praktiskt exempel där man kan se skillnaden mellan ideal retorik och ideal argumentation skulle en universitetsföreläsning kunna vara ett exempel där retorik borde användas för att fånga publikens uppmärksamhet och göra det lättare för den att ta till sig den nya kunskapen. Samtidigt, i en vetenskaplig »strid» där olika uppfattningar korsades, skulle argumentation vara att föredra - man skulle börja med att definiera vad man diskuterade och sedan ägna sig åt bevis- och tesvärdering, för att i slutändan kunna komma fram till en gemensam ståndpunkt, alternativt att den ena parten medgav sig ha fel på rent logiska grunder.

5.3.2 Opinionsbildning och propaganda

All opinionsbildning är inte propaganda. Åtminstone i teorin (till exempel Habermas teori om den ideala samtalsituationen så som den redogörs för av Kerstin Jacobsson⁸) är det möjligt att en opinion för eller emot något tornar upp eftersom opinionen utan hjälp från någon annan än sig självt tagit ställning för eller emot detta något. Men ibland är opinionsbildning detsamma som propaganda. Severin & Tankard skriver apropå psykologen Roger Browns försök till distinktion: »*In other words, there are no absolute criteria to determine whether an act of persuasion is propaganda - that is a judgement someone makes. And as far as the techniques used are concerned, persuasion and propaganda are identical*»⁹.

Man kan diskutera vad som skiljer propaganda från opinionsbildning. Intuitivt känner vi att tidsaspekten kan vara den springande punkten. Med ett kort tidsperspektiv - det vill säga det viktiga är att den förändring eller det status quo som kommunikationsinsatsen syftar till åstadkoms snabbt - tillgrips propaganda. Med ett längre tidsperspektiv - det vill säga det viktiga är att det tillstånd som kommunikationsinsatsen syftar till att åstadkomma är stabilt och i sin tur svårt att förändra - används opinionsbildning. Detta går väl ihop med vad Berg & Jonsson skriver om skillnaden mellan det de kallar »*strategisk opinionsbildning*» och propaganda, nämligen tidsperspektivet. »*Medan propagandan syftar till att kortsiktigt, och ofta i mobiliseringssyfte, trumma in politiska budskap av slagordskaraktär, syftar den långsiktiga politiska opinionsbildningen till att bygga upp en genuin förståelse för organisationen och dess budskap...*»¹⁰ I våra ögon verkar det som om distinktionen ligger i tiden. Oss tycks det som om anledningen till att överhuvudtaget göra skillnad på de två begreppen är att »*propaganda*» är så djupt inrotat hos folk som något lögnaktigt och falskt, medan »*politisk opinionsbildning*» mer associeras till företeelser i en fungerande demokrati. Vi kan bara komma på ett tillfälle då vi associerar begreppet »*propaganda*» till någonting positivt: propagandafotboll.

Men för inte så länge sedan var användandet av begreppet »*propaganda*», åtminstone i akademiska kretsar, ingenting som väckte anstöt. Ett exempel på detta är Kai Kronvalls avhandling »*Politisk masskommunikation i ett flerpartisystem. Sverige - en fallstudie.*» från 1975. Kronvall studerade de dåvarande »...*fem riksdagspartiernas propagandabeteende under valrörelsen 1970.*»¹¹, och i sin undersökning avsåg Kronvall att genom innehållsanalys besvara följande frågor: »*Vilka sakområden aktualiserar partierna i sin valpropaganda? I vilken utsträckning och på vilket sätt refererar partierna till varandra? Vilka väljargrupper apostroferar partierna i propagandan? Vilka är partiernas propagandamål/strategier?*»¹². Märk ordvalet; att de svenska partierna ägnar sig åt propaganda var fullkom-

7. Rydstedt sidan 220

8. Jacobsson sidan 56-57

9. Severin & Tankard sidan 91

10. Berg & Jonsson sidan 236

11. Kronvall sidan 7

ligt naturligt. Kronvalls definition av begreppet propaganda lyder som följer: »Med propaganda förstås dels en metod: tekniker eller metoder för påverkan av folks attityder, opinioner och beteende med hjälp av ord eller andra symboler, dels innehållet i de använda symbolerna. Propaganda, ospecificerat, avser både metod och innehåll.»¹³.

Vidare benämner Kronvall i sin avhandling det paradigmen han verkar inom som »kommunikationsparadigmet», och han antar ett statsvetenskapligt perspektiv på områdena politik och kommunikation. Han tänker i termer av masskommunikation vilket innebär enkelriktad indirekt kommunikation av ett budskap oftast avsett att konsumeras direkt, riktat till en anonym massa i kontexten »svensk valrörelse». Detta skulle ännu i våra dagar faktiskt i viss mån berättiga Kronvalls användande av begreppet propaganda, åtminstone om man bortser ifrån de allra mest negativt belastade associationer begreppet ger upphov till. Men vår åsikt är ändå att om Kronvall skulle lagt fram sin avhandling i dag istället, så skulle begreppet propaganda vara betydligt mer sällan förekommande. Däremot skulle begreppen opinionsbildning och kommunikation återfinnas både här och där.

5.3.3 Politisk kommunikation

Vi skrev tidigare att begrepp som politisk kommunikation inte låter sig avgränsas och definieras med bibehållen grad av komplexitet, utan att varje sådan avgränsning måste bli fråga om en förökning.¹⁴ Men avgränsningar och definitioner av begreppet politisk kommunikation finns ändå rikligt representerade i litteraturen - vilket väl beror på just detta att de kan bidra till ökad förståelse förutsatt att medvetenheten om begreppet och ämnets komplexitet ändå finns kvar. Kai Kronvall har bidragit med en sådan definition, mot bakgrund av de utgångspunkter som finns redogjorda för i föregående avsnitt. Han skriver att »politisk kommunikation kan sägas vara 'aktiviteten hos de specialiserade institutioner som har skapats för att sprida information, idéer och attityder om offentliga frågor eller angelägenheter ("governmental affairs")'. Politiska partier tillhör uppenbart kategorin specialiserade institutioner i detta avseende.»¹⁵ Detta utesluter de institutioner som inte är specialiserade på politisk kommunikation, liksom det utesluter de institutioner vilka ursprungligen skapades för andra ändamål än spridandet av politiska idéer men som nu ägnar sig åt just detta. Trots detta anser vi att definitionen är användbar för vår del, eftersom vi fokuserar just de i riksdagen invalda politiska partiernas politiska kommunikation.

Dominique Wolton är en annan forskare som definierat begreppet politisk kommunikation. Trots att vi reser vissa invändningar emot Wolton här, ändå använder hennes artikel även på andra ställen i vår uppsats. Wolton definierar begreppet »political communication» så att det är »...the space in which contradictory discourse is exchanged between three actors with the legitimate right to express themselves in public on politics, namely politicians, journalists and public opinion by means of opinion polls.»¹⁶ Den definitionen precis som alla andra definitioner får konsekvenser så att det som faller utanför måste betraktas som något annat än politisk kommunikation. Detta något annat kan enligt Wolton vara begreppen »political debate»¹⁷ eller »public arena»¹⁸, vilka också definieras som

12. Kronvall sidan 8

13. Kronvall sidan 22

14. Detta är dock inte unikt för modeller som beskriver kommunikation utan är gemensamt för alla modeller som försöker avbilda verkligheten. Denna egenskap hos modeller, oavsett ämnesområde (möjligen med undantag för matematik), är både deras stora styrka och stora svaghet. Det underlättar förståelsen av en komplex verklighet samtidigt som man måste vara försiktig så att man inte använder en modell som skär bort de delar av verkligheten man är intresserad av i just det aktuella fallet.

15. Kronvall sidan 10

16. Wolton sidan 12

rum, arenor eller utrymmen där aktörer agerar. Tillsammans utgör dessa definitioner en modell över det som sker inom och mellan de tre samhällsliga företeelserna politik, information och kommunikation; en modell som Wolton kontrasterar mot en något bredare definition så här: »...*the term political communication can be applied to any communication on the subject of politics! Despite the fact that this is too broad a definition, it does take into account the two major characteristics of contemporary politics, namely the enlargement of the political sphere with an increasing number of problems and actors in the political limelight, and the expansion of the communication backed by the weight of the media and public opinion, by means of opinion polls.*»¹⁹ g»...*the widespread tendency to consider information and communication as nearly synonymous.*»²⁰ Enligt vår mening är uttrycket »widespread» i denna kontext knappast odiskutabelt. Fler exempel: »*For politicians, legitimacy is the result of having been elected. /.../ Communication is above all assimilated to a strategy of persuasion destined to gain the support of others, politicians, journalists and the electorate.*»²¹ Vi menar att legitimitet får politikerna framförallt genom att företräda sitt parti (vilket består av medlemmarna, vilka i och för sig också har valt »...*is proof that there is no structural antagonism between social groups, since political communication implies exchange, and therefore recognition of the other person, i.e. the adversary.*»²² Helt säkra på vad Wolton menar med antagonism kan vi inte vara, men vi utläser det som motsättning och förstår inte alls vad Wolton menar med »...*is proof...*». Johan Asplund har skrivit om begreppet social responsivitet²³. Hans poäng är att människan inte kan låta bli att ge respons på social stimuli från människor runtomkring henne. Bland annat med utgångspunkt i detta begrepp social responsivitet menar Asplund att konflikter i grunden är någonting positivt²⁴, någonting som skapar sammanhållning eftersom de innebär att man som människa följer sin naturliga instinkt att ge respons på en annan människa, i bemärkelsen att man bekräftar den andres existens. Wolton däremot, »bevisar» att permanenta motsättningar (=konflikter?) inte finns eftersom man erkänner den andra personen (=bekräftar den andres existens?). Om vi sätter oss över det vi intuitivt tillskriver begreppet konflikt, så ser vi att såväl en konflikt som företeelsen kommunikation blir vad man gör den till. En konflikt kan vara ett hinder, men ett besegrat hinder förbinder.

Självklart kan samma invändningar som vi reste mot vår egen modell, intern-/extern-modellen, lika gärna resas mot Woltons. Om hon på ett enkelt sätt vill åskådliggöra hur politisk kommunikation fungerar så har hon misslyckats, för särskilt enkelt är det hon åstadkommit inte. Och även i hennes komplexa modell/definition missar hon aspekter av politisk kommunikation - till exempel distinktionen partier och politiker. Var tog den partiinterna kommunikationen vägen? Dessutom menar vi att den enligt Wolton för breda definitionen av politisk kommunikation som all kommunikation på ämnet politik, inte så enkelt ska förkastas. Den har sin stora poäng i just det att den är så bred, varvid ämnets komplexitet med all önskvärd tydlighet står klar. Att vi med den definitionen istället fastnar i ett annat begreppsdefinitionsdilemma - vad är politik - är en helt annan fråga. Förvisso berör vi den frågan som hastigast under rubriken *Politikens språk*, men det är ändå en fråga som vi menar ligger utanför denna uppsats. Men Woltons modell är ändå en bra modell, och dess svåröverskådlighet till trots så menar vi att den belyser viktiga aspekter på detta med politisk kommunikation. Woltons text är lite speciell i det att hon inte någonstans frestas till en grafisk

17. ibid. sidan 13

18. ibid. sidan 14ff

19. ibid. sidan 11

20. ibid. sidan 14

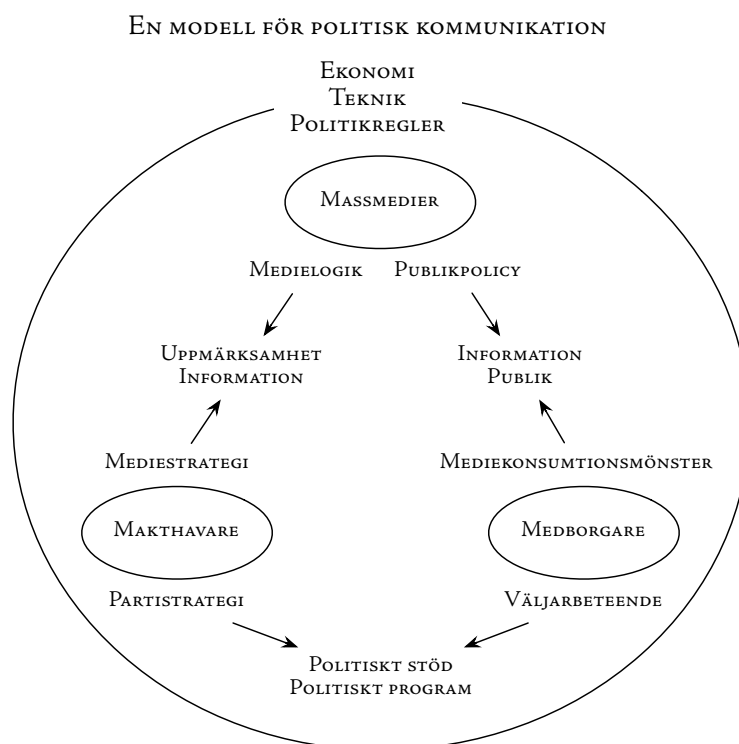
21. ibid. sidan 19

22. ibid. sidan 23

23. Asplund 1 sidan 10

24. Asplund 2 sidan 58

representation av modellen hon tecknar. Den representation står istället Lars Nord för, i sin bok *Spelet om opinionen*. Lars Nord beskriver också politisk kommunikation som bestående av en arena på vilken de tre aktörerna politiker med sina partier, massmedia och den allmänna opinionen agerar. Den grafiska representationen ser ut så här:



Figur 5-2 Lars Nords modell för politisk kommunikation

Denna figur tycker vi väl så mycket representerar den modell Wolton redogör för, som den modell Nord hävdar. Intressant att notera är att Nord poängterar att alla aktörer påverkar så väl som påverkas »*Var och en är nämligen såväl sändare som mottagare av politiska budskap i förhållande till de andra aktörerna, även om givetvis medborgarna inte har samma kraft att själva producera politiska budskap som de båda andra grupperna*»²⁵. De båda andra grupperna får dock se upp - de måste förnya både sitt budskap och sina argument om de vill uppnå en hållbar attitydförändring »*Så t.ex. finner man om argument som styr attityderna i viss riktning upprepas några gånger leder det ofta till att attitydförändringarna förstärks, men upprepas den tillräckligt många ytterligare gånger utan nytillskott av information i argumentet så leder det ofta till att attitydförändringarna vänder och går i omvänd riktning*»²⁶. En tänkbar väg att gå utifrån detta är att politikerna istället för att producera nya nyheter, nöjer sig med att producera gamla nyheter. Alltså i strikt mening inte nyheter, utan bara nya vinklar på redan existerande förslag. Istället för att lägga energi på helt nya lösningar ompaketerar man redan presenterade lösningar, av rent ekonomiska skäl; det är enklare att modifiera något som redan finns än att skapa något helt nytt. Vi ser att det är detta som görs idag, men frågan är om det räcker för att människorna inte ska tappa intresset.

5.4 SOCIAL COGNITION/SCHEMAS

När vi ska försöka förklara människors sätt att se på de fenomen vi frågar om i vår enkät - och det sätt på vilket representanterna för de politiska partierna besvarade de frågor vi ställde till dem - så

25. Nord sidan 124

26. Österman sidan 53

tar vi bland annat hjälp av en teoribildning på det socialpsykologiska området - schemateori. I korthet går den ut på att vi människor för att förstå världen, för att komma ihåg saker, för att hantera nya situationer och möten med obekanta personer och för att bestämma och fatta beslut utifrån ofullständig information, använder kognitiva scheman. Det är detsamma som erfarenhetsbaserade strukturer vilka vi upprättat och lagrat i minnet för användning när vi ska fungera socialt och psykologiskt. En definition av kognitiva scheman är följande:

»A schema may be defined as a cognitive structure that represents knowledge about a concept or type of stimulus, including its attributes and relations among those attributes.»²⁷

Vad scheman bland annat gör är att de möjliggör en viss sorts kognitiv process för att förstå världen och skapa mening i den, nämligen en utgå-ifrån-tidigare-erfarenheter-process.²⁸ Den mentala processen för att skapa mening och förstå, kan beskrivas som deduktiv, vilket närmast betyder teoribaserad eftersom man förstår genom att tillämpa ett schema för förståelse. Schemat är alltså utgångspunkten. Den alternativa kognitiva process som annars skulle tillämpas - om scheman av oss människor inte användes - skulle närmast kunna beskrivas som induktiv i det att människan för att skapa mening då istället skulle vara hänvisad till att först ägna sig åt datainsamling, följt av bearbetning, analys och tolkning av den insamlade datan vilket till sist skulle resultera i att mening skapas och vi förstår det vi ställs inför. En process som vi ändå tvingas att genomgå titt som tätt - nämligen vid de tillfällen då vi inte har några tidigare erfarenheter som är direkt applicerbara på den aktuella situationen att luta oss emot. Och mycket riktigt, i dylika situationer känner vi oss ofta vilse och nervösa. Vi agerar inte gärna direkt och hemtamt. Istället försöker vi att först iaktta och överblicka situationen från en mer tillbakadragen placering (det är då vi ägnar oss åt datainsamling och efterföljande steg i den induktiva menings-skapar-processen), innan vi agerar och ger oss till känna. Enbart detta skulle kunna tas som intäkt för att schemateorin stämmer, men bilden är något mer komplicerad än så.

Vårt sätt att beskriva de olika kognitiva processerna för att förstå världen, som antingen deduktiva eller induktiva är dock en liten förenkling. Detta eftersom vi inte bara har ett schema att tillgå när vi ska ta till oss yttre stimuli och förstå den, utan flera stycken att välja bland. Och innan vi kan välja vilket av alla våra scheman som är lämpligast att använda i just den här situationen, måste vi ta in några initiala data om situation - situationen måste kategoriseras²⁹ - varför en mer rättvis beskrivning av den process som användandet av kognitiva scheman utgör, vore *»deduktiv med induktiva inslag»* det vill säga abduktiv³⁰. Och det är också med denna nyansering genom introducerandet av termen abduktion som schemabegreppet får liv. Det är nämligen nu vårt aktiva konstruerande av verkligheten kommer in som en faktor att ta hänsyn till.

Vi använder oss alltså av våra (och för all del även andras) erfarenheter när vi ska orientera oss i omvärlden. Dessa erfarenheter organiseras i en rad olika scheman så att vi i olika situationer använder olika scheman. Men vårt val av schema att tillämpa i varje situation, är inte ett medvetet val. Så här skriver Fiske & Taylor:

»Our perception of the world reflect an interplay between what's out there and what we bring in to it. / .../ But studying the impact of schemas is interesting because it emphasizes the part of the interplay - our own contribution - that is mostly preconscious and that defies common sense. We experience the world as if our schemas have added nothing to it, so common sense tells us that we perceive an unchanged or lit-

27. Fiske & Taylor sidan 98

28. ibid. sidan 98

29. ibid. sidan 105

30. Se Appendix B, sidan 79, för en kort utredning av abduktion

eral copy of the environment. We experience perception as instantaneous and direct, as if our brains were simply videotaping the surroundings.»³¹

Detta innebär inget mindre än att vi både i vårt sätt att förstå världen styrs av det schema vi för tillfället använder, och att det som blir resultatet av användandet av ett schema för oss framstår som av naturen givet, rätt och riktigt. Vårt sätt att se världen upplever vi som en rent objektiv betraktelse när den i själva verket är en i allra högsta grad subjektiv konstruktion av densamma.

Hur väljer vi då schema? För det första, vilket finns beskrivet ovan, är processen genom vilken vi väljer omedveten. För det andra är det inte schema vi väljer så mycket som kategorier. De initiala intryck vilka den situation vi möter ger upphov till, måste kategoriseras. Utifrån den kategoriseringen väljer vi ett schema att tillämpa på resten av situationen och förstå den igenom. De kategorier vi har att välja mellan är inte skilda från varandra med tydliga och klara gränser. Tvärtom, kategorierna flyter istället in i, och överlappar varandra. En och samma situation kan alltså sorteras till två eller fler kategorier samtidigt. Detta »löses» genom att en hierarki bland kategorierna upprättas så att till exempel kategorin *underhållning*³² bland annat inkluderar kategorierna *spel, fester, TV, böcker* och *bio*. Under kategorin spel kan sedan *kategorierna kortspel, sällskapsspel, dataspel, spel om pengar*, och så vidare, sorteras in. I den mån något absolut inte kan vara både spel och TV samtidigt (vilket Bingolotto kan), och inte heller TV och Bio samtidigt (vilket hemmabio kan - hemmabio = storbilds-TV, Dolby surround, laserdisc eller DVD samt popcorn och Coca-Cola hemma i soffan) så faller situationen istället in under kategorin underhållning.

För det tredje består kategorierna egentligen inte av gränser vilka skiljer dem från andra kategorier, utan av följande två aspekter³³: dels består en kategori av en typisk person eller situation, en prototyp, som är en »sammansmältning» av alla de egenskaper vilka bäst beskriver detta typiska - man skulle kunna kalla prototypen för dessa egenskapers medelvärde. Denna prototyp används sedan som ett jämförelseobjekt, varvid den situation eller person som ska kategoriseras utifrån hur jämförelsen med kategoriens prototyp utföll (är situationen/personen lik eller olik prototypen) bestäms tillhöra kategorin eller ej. Dels består kategorin av en uppsättning exempel på situationer/personer vilka karaktäriserar kategorin. Exemplet är direkta och egna konkreta minnen från situationer/personer vilka man faktiskt har mött. Det är med dessa exempel som den situation/person vilken ska karaktäriseras sedan jämförs och befinns vara eller inte vara lik exemplet. Vi lagrar alltså i minnet både de konkreta situationerna/personerna som exempel, och sammansmältningen av dessa situationer/personer till en prototyp. Vi använder sedan både exemplen och prototyperna parallellt i vårt arbete med att kategorisera omvärlden. Alltså - processen varigenom schema att förstå världen med väljs, är omedveten. Den innebär inte att alla situationer glasklart kan hänföras till ett schema men inte ett annat. Sist men inte minst, den innebär en jämförelse mellan den stimuli vi tar in i ögonblicket och stimuli som vi tidigare lagrat i minnet, vilket resulterar i att stimulus kategoriseras och visar på ett schema att använda.

I denna uppsats, blir det av intresse att åtminstone försöka klarlägga följande tre saker:

1. Vad/vem eller vilka påverkar/hur bestäms den allmänna opinionens/allmänhetens/väljarnas schema för politik?
2. Hur ser nämnda schema ut?
3. Vilka faktorer styr in folk på att använda det politiska schemat, vilka situationella attribut resulterar i att folk klassificerar politik som politik och hur kan dessa faktorer och attribut påverkas så att styrningen och klassificeringen blir en annan?

31. Fiske & Taylor sidan 99

32. Exemplet - i redigerad form - är hämtat från Fiske & Taylor sidan 107

33. ibid. sidan 105ff

Med stöd i bland annat Kent Asps *Mäktiga medier* menar vi att ett rimligt svar på fråga 1 är: massmedia framförallt, men även politikerna själva genom sin retorik. Varför det är rimligt kommer vi att visa i resten av uppsatsen.

Med stöd av vår egen undersökning och våra intervjuer med representanter för de olika politiska partierna, samt flera andra inspirationskällor, hävdar vi som svar på fråga 2 att schemat för ett möte, fysiskt eller via något medium, med politiken eller en politiker består i det utbredda politikerföraktet. Politikerföraktet i sin tur, vill vi beskriva så att det består för det första av en misstro mot politiken som verktyg att förändra människors liv, och för det andra innebär en syn på den politiska scenen som en alldeles ypperlig arena för maktlystna, slingriga och intrigerande personer att göra karriär på. Vi tänker oss nu en situation som består av en väljare, en politiker (vilken bestäms vara en politiker utifrån stereotyper som att han/hon »inte svarar rakt och ärligt på frågor», och »bryr sig mer om sin egna personliga framgång och makt än om att vi vanliga människor har det bra») och en kontext (kan till exempel vara att det snart är val och då »vet man ju att partierna bara tävlar i att hitta på populära vallöften som de aldrig tänker infria»).

För att förstå denna situation behövs alltså ett schema. Allting som yttras eller äger rum i denna situation, bedöms då mot bakgrund av det schemat anger. Som situationen beskrivits ligger det nära till hands att det schema vilket används för förståelse är ett politiskt schema. Och det typiska schema vilket folk i allmänhet använder som sitt politiska, tycks oss vara följande: »Politik är skit, politiker bara försöker lura oss och de snackar bara strunt. Det gör ingen skillnad om jag röstar eller ej, och det gör heller ingen skillnad om jag röstar på Moderaterna eller Vänsterpartiet, eftersom det blir ändå som Sossarna vill.» eller »...eftersom det ändå inte är någon skillnad när det kommer till kritan» eller »...eftersom politikerna ändå inte har något att säga till om när de sitter i knäet på marknaden/de stora svenska bolagen/på facket/på EU-kommissionen/etc. »Det är ett centralt postulat i kognitiv psykologi att det är med hjälp av begrepp som vi kan ordna och tolka verkligheten. Vi förstår olika fenomen bara i den utsträckning som vi kan sätta namn på saker och ting. De begrepp vi använder för vårt tänkande, ger oss en förståelse eller tolkning av verkligheten som vi uppfattar som naturlig, självklar och objektiv. Begrepp kan alltså öppna för förståelse i en riktning, men samtidigt stänga för alternativ förståelse i andra riktningar. Därmed utgör de begrepp som vi använder, i ett visst avseende, ramvillkoren för vårt politiska tänkande»³⁴

Anders Ehnmark säger något liknande som relaterar till, den i denna uppsats alltid närvarande, medielogiken: »En fullkomlig nyhet, alltså något som inte hänt förut, någon gång, vars episka mönster är helt okänt, skulle troligen inte komma in i en tidning. Den skulle inte gå att känna igen, och troligen inte att återge. Definitionen på en nyhet är nämligen inte att den aldrig hänt förut, utan att den hänt så många gånger förut att man omedelbart känner igen den som en nyhet.»³⁵ Detta visar på språkets betydelse även för massmedias sätt att fungera.

Kristina Boréus ser språket som ett slagfält, och använder då en bild av språkets funktion som tydliggör den politiska kamp vilken förs med språket som vapen. Hon skriver: »Språkets konstituerande funktion gör det till ett slagfält för dem som eftersträvar makt över tanken. Det handlar om att kontrollera språkbruket så att det styr våra tankar i rätt riktning. Men språket kan inte manipuleras hur som helst. Tvärtom är de språkliga spelen hårt regelstyrda. Vi känner alla genast igen när ord används på ett sätt som inte stämmer med reglerna. Samtidigt är reglerna öppna i betydelsen att det alltid finns vissa sätt på vilka vi kan påverka språket vid en given tidpunkt.»³⁶

34. Björge & Heradstveit sidan 112

35. Citatet har bekräftats i ett e-brev av Anders Ehnmark <anders@ehnmark.com> själv.

36. Boréus sidan 38

Vi vill påstå att språket och begreppsanvändningen anger ramarna även för det av vårt tänkande som inte är specifikt politiskt. På så vis kan vi som människor vilka möter en ny situation styras i ordets mildast möjliga betydelse, in i användandet av ett speciellt kognitivt schema för förståelse, genom att vissa begrepp och ett visst språk används i den situationen. En faktor som kan styra in oss på schemat för politik är alltså det språk som används i den situationen/av den person vi möter. Med det menar vi att det finns ett särskilt politiskt språk, med vissa karaktäristika och igenkänningstecken. Om detta språk har Gunnar Fredriksson skrivit i boken *»Det politiska språket»*. Det ska genast sägas att Fredriksson ingenstans i sin bok ger en definition av begreppet *»politiskt språk»*. Det närmaste han kommer en sådan är följande passage: *»Det politiska språket liksom andra politiska metoder (vår fetmarkering) kan helt enkelt användas både bra och dåligt, moraliskt hedervärt eller klandervärt, enligt gällande etikettregler eller i strid med dessa, men insikter i hur det går till bör under alla förhållanden vara något att sträva efter.»*³⁷

Frånvaron av en sådan definition får konsekvenser, bland annat så att någon distinktion mellan vad som är politiskt språk och inte bara vanligt språk använt i politiska sammanhang, inte görs. Utifrån detta kan olika slutsatser dras. En sådan kan vara att allting kan betraktas som politik. Fredriksson gör gällande att den språkanvändning som politiker ofta kan beslås med, även tillämpas av »vanliga» människor, vilket i så fall innebär att även vanliga människors bestyr är politik. Med en annan syn på politik - nämligen att allt inte är politik utan kanske till och med att mycket inte är politik och desto mindre politik (det vill säga angelägenhet för politiker) desto bättre - blir slutsatsen istället följande: det politiska språket är det språk som politiker använder, och det vanliga språket är det som används i resten av samhället. Givetvis kan detta vanliga språk i sin tur delas upp i undergrupper, till exempel myndighetssvenska, juristprosa, talspråk etc. Huruvida dessa olika språk är, stilistiskt eller i andra perspektiv, identiska (vilket vi, som en randanmärkning, med ganska stor säkerhet kan säga att de inte är) eller ej, är ointressant eftersom det som skiljer dem åt ändå alltid kommer att vara just det vilka som använder dem och när de används.

Å andra sidan kan vi välja att se hela boken *Det politiska språket* som en lång och tämligen heltäckande definition av begreppet. Sett på detta vis, och i kombination med omnämningen av begreppet som en politisk metod, blir begreppet *»politiskt språk»* ganska tydligt. I botten ligger en mycket central aspekt på politiken, nämligen den att politik i mångt och mycket handlar om att övertyga. Som metod betraktad blir då det politiska språket ett språk särskilt ägnat att övertyga, eller en språkanvändning som syftar till största möjliga genomslag för innehållet i det sagda, den tes som förs fram, hos åhörare eller läsare. Med denna utläsning blir det naturligt att även »vanliga» människor begagnar »det politiska språket» vid vissa tillfällen, nämligen vid de tillfällen då ett särskilt behov av att övertyga en omgivning föreligger. Och omvänt kan politiker prata »vanliga människors språk» också, till exempel vid de tillfällen språkhandlingens syfte inte är att övertyga.³⁸

5.5 DEN (O)ETISKA RETORIKEN

Från ovanstående styckes utläggning kring det politiska språket, är steget inte långt till ämnet retorik. Vi har kommit fram till att det politiska språket är ett språk särskilt ägnat att övertyga, och retorik benämns ofta som konsten att övertyga. Precis som i fallet med propaganda visade sig retorikbegreppet vara vidhäftat med negativa konnotationer bland de politiker vi intervjuade. Retorik ses ibland till och med som synonymt med tomt prat och lömsk manipulation (vilket professionella retoriker knappast skulle uppskatta). Trots den renässans som retoriken ändå för närvarande genomgår i vårt samhälle, så är det fortfarande många som absolut inte vill etikettera det de ägnar sig åt som retorik. Istället föredrar man andra ord, till exempel argumentationsteknik som man sti-

37. Fredriksson sidan 10

38. Som någon slags moderna Fridoliner »som talade med bönder på bönders vis och med lärde män på latin»

pulativt definierar till ett innehåll som starkt påminner om retorik - åtminstone så som vi definierade det (se under rubriken *Retorik och argumentationsteknik*) i början av den här uppsatsen.

Detta sätt att använda begreppen retorik och argumentationsteknik är i rätt många avseenden bakvänt, och kan sannolikt härledas till retorikens dåliga klang. Undervisningen i retorik på svenska universitet har oftast inte rena propagandasegrar som mål utan syftar till att ge en talare en förmåga att entusiasmera, intressera och engagera sin publik - inte att lura den. Argumentationsanalys å andra sidan har ett mer vetenskapligt/ filosofiskt motiv. För att kunna skaffa sig ny kunskap enbart genom att resonera måste man vara oerhört noggrann när man ställer upp regler för hur man resonerar - och vad man menar med begreppen man använder. Detta är raka motsatsen till vad politiker vanligtvis ägnar sig åt. Alltså borde politikerna kalla det de håller på med för retorik och lämna argumentationstekniken åt filosoferna - eller helt och hållet byta debattstil, och ägna sig åt metadebatter en väldigt stor del av tiden.

I sin text *Public Relations and Rhetoric* har Jacquie L'Etang skrivit om just retorik och etik, och hon har gjort det genom att hela tiden relatera till begreppet »*persuade*». I texten redogör hon för retorikens uppkomst och historia, och jämför då till exempel Aristoteles syn på retoriken med Grunig & Hunts asymmetriska PR-modell. Hon visar på likheterna mellan retorikens funktion under antiken och den roll PR spelar idag. »*From the outset rhetoric has been associated with the development of varying forms of democracy.*»³⁹ Det handlade då för retorikens del, och handlar nu för PR-funktionens del, om att kunna påverka publik och allmänna opinioner. L'Etang visar hur retoriken redan från början - precis som PR - kritiserades utifrån etiska frågeställningar vilka hämtar kraft ifrån övertygelsen om en absolut sanning. Sofisterna, de som först ägnade sig åt retorik, kan således betecknas som oerhört mycket före sin tid i det att de, i likhet med poststrukturalister, postmodernister och andra, var relativister. L'Etangs ständiga paralleller till PR som fenomen gör att man som läsare till slut nästan sätter likhetstecken mellan retorik och PR. Antagligen är det just vad L'Etang vill; så länge man behåller sitt »nästan» har hennes poäng gått hem. Och man kan med visst fog hävda att L'Etang i andra halvan av sin text faktiskt använder begreppen retorik och PR omvärtannat, som vore de synonyma och utbytbara.

L'Etang talar som tidigare nämnts genomgående om »*persuasion*». Till en början är det faktiskt för oss som svenskar och PR-teoretiker en källa till viss förvirring. »*Persuade*» betyder nämligen på svenska både övertala och övertyga, och vi ser en skillnad mellan dessa två begrepp.⁴⁰ Att övertala är att prata omkull, att nöta ut motparten så att denne ger upp bara för att få ett slut på det hela. Att övertyga rymmer däremot det dialogiska resonandet, och det är här man använder argumentationstekniken/-analysen som verktyg, fram till en slutpunkt då den enes argument för båda parter synes starkare än den andres, varvid den andra parten till slut inser att motparten har rätt och sålunda ansluter sig till motpartens världssyn. På engelska kan vi alltså se att envägs- och tvåvägs-kommunikation, asymmetrisk och symmetrisk kommunikation, inryms i samma begrepp - »*persuasion*»! Vilken av de två svenska betydelserna som ligger närmast till hands att utläsa varierar till en början i texten, men lite längre in i texten - under rubriken »*Rhetoric and Persuasion*» - nyanserar L'Etang begreppet »*persuasion*» något, genom att börja prata om »*manipulation*» och »*coercion*». Det sistnämnda betyder ungefär »betvingande». Från att ha betonat övertalningsaspekten av »*persuasion*», blir begreppet i och med införandet av manipulation och tvång som skilt från det, liktydigt med »övertygning». »*Persuasion*»-aspekten av retorik och PR blir då etiskt försvarbar ur ett rationalistiskt (det finns en universell sanning) perspektiv, men etiskt tveksam ur ett relativistiskt (det finns flera situationella sanningar) perspektiv. Att övertyga genom argument vilka visar på sanningen, kan inte rymma några etiska tvivel. Men att övertyga genom vassare, mer slipade argument

39. L'Etang sidan 108

40. Stöd för denna åtskillnad finns bland annat i Petterson & Carlberg sidan 10

utan någon koppling till en absolut sanning, är detsamma som att erkänna flera sanningars giltighet och aktualiserar på nytt frågan om etik. »*For this reason, public relation scholars seeking ethical justification for the practice have based their arguments on modernist, rationalist constructs.*»⁴¹

Så här långt har L'Etang ändå visat att retorik, ur ett rationalistiskt perspektiv, inte är oetiskt. Men allt färre i dagens samhälle är rationalister.⁴² Insikten om att sanningen rymmer fler sanningar än en, har spridit sig bland folklagen, och fortsätter att göra så. Hur kan man bemöta kritiken mot retoriken som oetisk om utgångspunkten är relativistisk? L'Etang slår fast att ifråga om etik och PR (och alltså även ifråga om etik och retorik) är det mycket mer fruktbart att diskutera kommunikationsprocessen än innehållet i det som kommuniceras. Hon gör det genom att hänvisa bland annat till det utopiska inslaget i Habermas teori om kommunikativt handlande. Habermas ideal om jämlika parter vilka kommunicerar i för kommunikation perfekta samtalsituationer, är inte tillämpbara, varken inom PR eller annorstädes, eftersom parterna aldrig är jämlika. Ifråga om resurser har i princip alltid den ena parten mer, även om denna skillnad kan vara försumbar. »*The application of Habermas's framework and the concept of symmetry /.../ oversimplifies the context within which PR operates.*»⁴³ Därvidlag har etiska frågeställningar förvisso relevans ifråga om retorik och PR, men inte som ett sätt att ifrågasätta de två områdenas existensberättigande, utan för att tydliggöra resurs- och maktförhållanden och dessas inflytande på kommunikationsprocessen. Vi menar att L'Etang ser på retorik och PR som det som möjliggör kommunikation mellan till exempel en politisk organisation och dess publik (de som för tillfället är influensobjekt på den arena där partiet verkar), och att det viktiga inte är vad som kommuniceras utan att det kommuniceras. Kommunikation befäster relationen och binder parterna samman, vilket skapar utrymme för påverkan åt båda hållen.

5.6 OPINIONENS MEKANISMER

Hur uppstår opinioner? Vi har tidigare som hastigast berört frågan under rubriken »*Opinionsbildning och propaganda*», där vi skrev att det åtminstone teoretiskt är möjligt att en opinion bara uppstår av sig själv. Men i praktiken förekommer detta väldigt sällan. Alla opinioner är ett resultat av opinionsbildning; inte så att en opinion för någonting uppstår som ett direkt resultat av någon aktörs medvetna kampanj, utan så att opinioner alltid måste få en stimuli, något att reagera på och ta ställning till. Utan denna initiala knuff i någon riktning uppstår inga opinioner. Däremot kan en opinion vara latent, vilket innebär att det finns en opinion för eller emot något men den syns inte, utan är vilande. Detta är en viktig aspekt, inte minst med vår diskussion om skillnaden mellan opinionsbildning och propaganda i åtanke, eftersom mycket av det opinionsbildande arbete som bedrivs för en särskild, mer etiskt godtagbar, flagg - nämligen att det syftar till att väcka till liv den opinion som redan finns.

Vi kan knyta frågan om hur opinioner uppstår till några av de begrepp som Kristina Boréus skriver om i sin diskussion av begreppet »*hegemoni*». ⁴⁴ Ett sådant begrepp är »*problemformuleringsprivilegiet*», ursprungligen myntat av författaren Lars Gustafsson i en rapport till 1979 års SAF-kongress. ⁴⁵ Ett sätt att skapa en opinion är att skaffa sig detta problemformuleringsprivilegium. Genom att ett samhällsligt problem formuleras på ett visst sätt, kläs i en särskild språklig skrud, styrs vi i vår uppfattning om såväl problemets natur, som dess orsaker och därmed också dess lös-

41. L'Etang sidan 115

42. Rationalister i den vetenskapsteoretiska bemärkelsen. Dock har samtidigt vidskepligheten minskat till förmån för det vetenskapliga, vilket också får ses som en rationell ståndpunkt.

43. L'Etang sidan 121

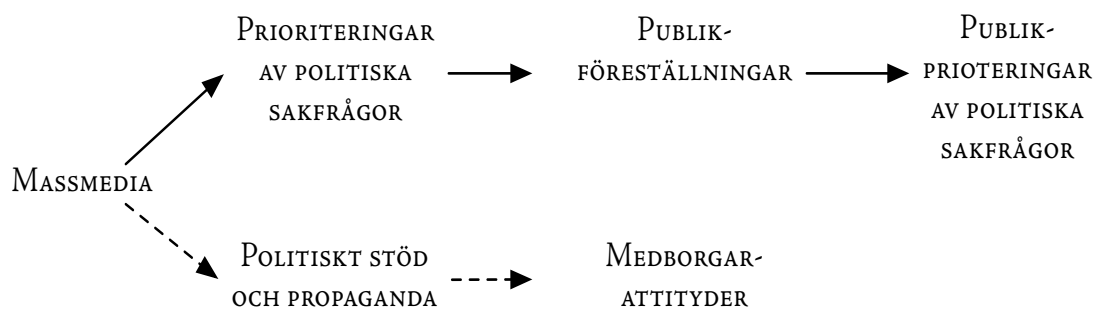
44. Boréus sidan 23f

45. ibid. sidan 23

ning. Om ett problem »låg tillväxt» kan beskrivas så att det beror på »höga skatter», så kommer en opinion för sänkta skatter att uppstå.⁴⁶ Styrningen här består dels i att »låg tillväxt» beskrivs som ett problem, vilket blir ett faktum som alla aktörer måste förhålla sig till, och dels i att problemet hänger ihop med »höga skatter», vilket också det blir något alla aktörer måste ta ställning till. Boréus skriver att ett annat ord för begreppet problemformuleringsprivilegiet är »*tolkningsföreträde*». Det begreppet visar tydligare, menar vi, att styrningen också består i att något väljs ut till att ses som ett problem.

Ett annat begrepp är »*tystnadsspiralen*»⁴⁷ vilket betecknar den mekanism i opinioners sätt att fungera, vilken gör att opinionen tar hänsyn till sig själv. Den mekanismen fungerar så att den del av opinionen som hörs mest, syns mest, märks mest och skriker högst, men inte nödvändigtvis är störst, hos den andra gruppen sätter i gång en spiralförelse mot allt mer av tystnad. Denna rörelse bottenar i en rädsla för att bli isolerad och utfrusen. De i opinionen som inte delar de högljuddas åsikt, håller hellre tyst om detta än ställer sig upp och skriker tillbaka, varvid det blir ännu svårare och ensammare att uttrycka en annorlunda åsikt. De högljudda däremot stärks i sin uppfattning när de inte möts av andra åsikter, varvid den redan högljudda opinionen blir ännu mer högljudd och märkbar. Detta kan man som opinionsbildare försöka utnyttja. Kan man skapa ett litet men högljutt stöd för något är chansen stor att det drar med sig resten av opinionen också, eller åtminstone att det allmänna intrycket blir att det man framkallat ett litet stöd för, också har stöd i den allmänna opinionen. Ett känt exempel på utnyttjande av tystnadsspiralen var när Lenin döpte sina anhängare till bolsjeviker, »flertalet», och motståndarna till mensjeviker, »fåtalet» - i själva verket var kommunisterna färre än demokraterna - och som historien visar var detta en framgångsrik manipulation.

Som ett tredje begrepp av det Boréus diskuterar kan nämnas »*agendasättningsmakten*»⁴⁸, ett begrepp som också Kent Asp⁴⁹ beskriver och även Lars Nord⁵⁰, bland annat genom den grafiska modellen nedan.



Figur 5-3 Lars Nords modell över mediernas dagordningsfunktion

Begreppet beskriver i korthet hur massmedierna inte så mycket styr hur opinionen ska tycka, som vad den ska tycka kring. Det som hamnar högt på mediernas agenda uppfattas, enligt vad agendasettingbegreppet stipulerar, av den allmänna opinionen som viktiga samhällsfrågor att ta ställning till. Detta får betydelse bland annat utifrån ett resonemang som Kent Asp för⁵¹, och som även

46. ibid. sidan 121

47. Boréus sidan 24 respektive Petterson & Carlberg sidan 214ff

48. Boréus sidan 23

49. Asp 1 sidan 47f

50. Nord 1 sidan 132f

51. Asp 1 sidan 48-49

Kristdemokraterna - för att lite föregripa vår analys - ger uttryck för. Både Asp och Kristdemokraterna ser att det som styr hur väljarna röstar är, i mindre utsträckning vad partierna tycker i olika frågor, och i större utsträckning vilka frågor partierna tycker i, det vill säga vilka som är partiernas profilfrågor. Följdriktigen står den största kampen i valrörelserna om vilka frågor valet ska handla om, så att alla partier vill att valet ska handla om deras profilfrågor. Ur detta perspektiv blir det för att vinna stöd i den allmänna opinionen närmast en förutsättning att kunna påverka massmedia, så att överst - eller åtminstone högt upp - på deras agenda hamnar det ämne som man vill folk ska tycka och tänka om.

Ett något annorlunda sätt att uttrycka ovanstående resonemang kring opinionsbildning på, ger Petterson & Carlberg uttryck för i sin bok *Makten över tanken*, där de menar att det traditionella sättet att se på opinionsbildning som en fråga om att propagera för en viss specifik lösning på ett viss specifikt problem, inte stämmer. Utifrån en slutsats att »...*det inte finns någon självklar koppling mellan problem och lösning*»⁵², hävdar de följande: »*Det kanske rent av finns ett överskott på lösningar och ett underskott på problem. Opinionsbildning kan till dels ses som lösningar i jakt på problem. Olika institutioner och maktgrupper har sina speciella intressen, inte minst av att bevara och förstärka den egna organisationen. Ett viktigt medel blir då att beskriva omvärlden så att problembilden passar de egna intressena och strävandena.*»⁵³ Det sätt på vilket opinioner uppstår eller bildas kan mot denna bakgrund förklaras med att opinionen känt igen sig i och anammat en problembeskrivning. Detta knyter väl an till begreppet »*problemformuleringsprivilegiet*» ovan. Kan man i kraft av detta privilegium - inför den allmänna opinionen - beskriva något som ett problem till vilket det finns en lösning som ligger i ens eget intresse, så har man följaktligen stora möjligheter att också tillskansa sig opinionens stöd.

Vad eller vilka påverkar den allmänna opinionen? Frågan har vi redan till viss del besvarat under rubriken »Social cognition/schemas», där vi nämner att massmedia framförallt är det som styr allmänhetens kognitiva schema för politik. Detta gäller för all opinionsbildning. »*Television, radio och tidningar är idag medborgarnas utan konkurrens viktigaste informationskälla när det gäller kännedom om samhälle och politik.*»⁵⁴ Genom att beskriva verkligheten på ett visst sätt formar massmedia opinionens världsbild, och det är mot bakgrund av den världsbilden som människor formar sina värderingar och fattar sina beslut. Men en viktig aspekt bör klargöras: den process varigenom massmedier formar opinionens världsbild sker över tid. Undersökningar av effekten hos den allmänna opinionen när den möter massmediala budskap - där effekten ses som skillnaden i världsbild före och efter detta möte - visar att den politiska predispositionen betyder mycket mer i formandet av allmänhetens världsbild än massmediebudskapet.⁵⁵ Dessutom betyder massmedierna mycket mer för hur allmänheten uppfattar verkligheten än för utformningen av de värderingar allmänheten omfattar. Men som sagt, processen sker över tid. Det betyder att massmedias effekt är betydande i ett längre perspektiv, och att vägen till skapandet av en opinion genom massmedia är lång. Ytterligare diskussion kring massmedias betydelse i den politiska processen kommer senare i uppsatsen, under rubriken »*Politikens medialisering*».

5.7 SJÖBLOMS ANALYSMODELL FÖR POLITISKA PARTIER

Sjöbloms analyschema är en klassisk statsvetenskaplig teori från 60-talet, men fortfarande flitigt brukad och även modifierad för att bättre passa en förändrad omvärld. Det ursprungliga schemat bär dock fortfarande frukt, varför vi ser det som angeläget att här redogöra för dess huvuddrag

52. Petterson, O. & Carlberg sidan 15

53. ibid.

54. ibid. sidan 34

55. Asp 1 sidan 343ff

(hämtade från Kronvall, 1975). Grunderna utgörs av ett politiskt system inom vilket aktörer agerar. Dessa aktörer förutsätts agera rationellt utifrån överväganden i termer av mål respektive medel - en kalkylering som styrs av en »strävan efter begränsad rationell subjektivitet»⁵⁶ (En metod därför är den så kallade U(tility)/P(robability)-kalkylen.) Sålunda består Sjöbloms analyschema av följande komponenter: de mål som partiet satt upp, de medel partiet har till förfogande för måluppfyllelse, de faktorer i partiets omgivning vilka påverkar (kallas »influensobjekt» av Kronvall) samt också de arenor på vilket partiet verkar.

5.7.1 Medel

Sjöblom ser två kategorier av medel:

Resurser

De resurser partiet har att tillgå för sin verksamhet. Kronvall skriver om denna kategori av medel: »...bestående av personella och finansiella resurser samt tillgång till kommunikationsnät...»⁵⁷

Outputvariabler

Kronvall ser på outputvariablerna som »...bestående av ståndpunkter, kandidater och propaganda.»⁵⁸ Vi ser på ståndpunkterna som ungefär detsamma som den ideologiska grunden och det politiska program som kommer av den. Kandidaterna är de politiker vilka representerar partiet i offentliga sammanhang, och propagandan är den politiska kommunikation som partierna ägnar sig åt.

5.7.2 Faktorer i omgivningen

De faktorer i omgivningen vilka påverkar partierna respektive påverkas av partierna kallas »influensobjekt». Vilka dessa är beror på vilken arena partiet verkar på, se nedan.

5.7.3 Arenor

Partierna verkar på olika arenor genom att använda sina outputvariabler. Dessa arenor är enligt Sjöblom tre stycken. Men vi vill, med stöd av Lars Nord som i sin tur hänvisar till Olof Peterson, lägga till en fjärde arena »mediearenan». Nord skriver: »I den moderna demokratin går det inte att bortse från medieuppmärksamhetens betydelse. Allt mindre partiloyal medborgare konsumerar medier en allt större del av dygnet, varför det kan vara av avgörande betydelse hur partiet beskrivs och framträder i medierna.»⁵⁹ I vår utbyggda sjöblomska modell är därför de olika arenor dessa:

Väljararenan

På denna arena är influensobjekten väljarna. De är dem partierna vill påverka och det är dem partierna påverkas av.

Den parlamentariska arenan

Influensobjekten är de andra partierna.

Den interna partiarenan

Här är influensobjekten de egna medlemmarna.

56. Kronvall sidan 21

57. ibid.

58. ibid.

59. Nord 1 sidan 18f

Mediearenan

Vilka som är influensobjekt blir något otydligare. Vi ser det så att såväl massmedierna, inklusive journalisterna, som mediekonsumenterna är influensobjekt. Mediekonsumenterna är förstås också i förlängningen väljare.

5.7.4 Mål

Målen i den numera utbyggda Sjöblomska modellen är sex till antalet. Dels de ursprungliga fem vilka Sjöblom definierar; de är de första fem nedan. Av dessa är det tre senare: »*röstmaximeringsmålet*», »*inflytandemaximeringsmålet*» och »*partisammanhållningsmålet*» - av en typ som Sjöblom kallar strategiska mål. Till denna typ av mål fogar vi också det mål partierna ställer upp för sitt agerande på »*mediearenan*», och vi kallar det följaktligen för »*medieuppmärksamhetsmålet*». Men vi stannar inte där. Vi ser nämligen att gruppen med strategiska mål kan utökas med ytterligare ett - »*visionsformuleringsprivilegiemålet*». Detta mål kan inte knytas till någon särskild arena, utan är ett mål som får konsekvenser för hur ett parti agerar på alla arenor.

Partiets generella mål

»...att partiet självt skall fatta de auktorativa besluten i enlighet med sitt värderingssystem.»⁶⁰

Partiets värderingsmål

Detta innebär förverkligandet av partiprogrammet, det vill säga att partiets värderingar ska få fullt genomslag i samhället.

Röstmaximeringsmålet

Att på den arena där väljarna agerar försöka maximera antalet röster för det egna partiet. Väljarna är partiets motpart i kommunikationssituationen, och alltså influensobjekt.

Inflytandemaximeringsmålet

Att på den parlamentariska arenan söka maximera sitt inflytande. Influensobjekten här utgörs av den andra politiska partiernas parlamentsgrupper, de är partiets motpart i kommunikationssituationen. I moderna tal kallas väl detta för att driva sin politik och försöka få genomslag för den politik man driver.

Partisammanhållningsmålet

Att på den interna arenan där partiets medlemmar är influensobjekten, försöka garantera partiets fortsatta existens. Partimedlemmarna är dels partiledningens motpart, men också varandras motparter i kommunikationssituationen.

Medieuppmärksamhetsmålet

Att på mediearenan försöka maximera den uppmärksamhet partiet renderas av både massmedia och mediekonsumenterna, och att försöka påverka så att den bild av partiet som massmedia för vidare till mediekonsumenterna är så positiv som möjligt.

Visionsformuleringsprivilegiemålet

Att sträva efter att bli det parti som formulerar framtidsvisionerna, vars beskrivningar av framtidens hot och möjligheter blir de dominerande och vars bild av vägen in i framtiden är den alla andra relaterar till.

60. ibid.

Detta schema erbjuder just en sådan teoretisk grund vi sökte i litteraturen. Vi menar med detta att arbetet med att tolka och förstå de politiska partiernas agerande ifråga om hur de kommunicerar, underlättas avsevärt genom att vi utgår ifrån denna Sjöbloms analysmodell. Vi använder därför den här modellen i analyserna av våra undersökningar.

5.8 POLITIKENS MEDIALISERING

Kopplingen mellan det politiska systemet och massmedier är i moderna västerländska demokratier oundviklig, utifrån den historiska kontext som den formen av demokrati kommer ur. Den liberala utformningen av demokratin bygger på den enskilda medborgarens möjlighet att utifrån information i en fråga, fatta ett rationellt beslut i frågan och sedan omsätta det beslutet i en rösthandling. I och med denna demokratiska modellens genomförande i västvärlden uppstod ett allmänt behov av politisk information, varvid medierna uppstod som ett svar på detta behov. Utifrån denna historiskskrivning är massmedierna för alltid intimt sammankopplade med demokratibegreppet. Detta är en anledning varför massmedias roll i det politiska livet förtjänar att diskuteras.

Begreppet »*politikens medialisering*» är komplext, men också allmänt vedertaget. Komplext därför att värderingen av det begreppet pekar på varierar; det finns de som betraktar fenomenet som en fara för demokratin, och det finns de som ser det precis tvärtom, att fenomenet stärker den demokratiska processen. I denna fråga ska vi försöka avhålla oss från att ta ställning även om vi anser den höggradigt intressant. Allmänt vedertaget är begreppet »*politikens medialisering*» då ingen bestrider att politiken åtminstone i någon mån har anpassat sig till det sätt på vilket massmedia fungerar om så bara ifråga om att skicka ut pressmeddelandena i god tid innan redaktionernas deadline.

Att begreppet »*politikens medialisering*» överhuvudtaget är av intresse hänger delvis samman med det vi ovan resonerat om, nämligen massmedias koppling till den liberala demokratins framväxt och dess betydelse i opinionsbildning. Asp skriver: »*Våra resultat visar att massmedierna spelar en central roll i den politiska opinionsbildningsprocessen. Den verklighetsbild som presenteras och den värdering som görs av den politiska världen i det medieinnehåll individen exponerar sig för påverkar starkt det sätt på vilket individen själv uppfattar och värderar den politiska världen.*»⁶¹ Denna bild bekräftas i våra intervjuer med representanter för de politiska partierna. Men begreppet hänger också samman med den modell för demokrati vi har valt här i Sverige, där vi istället för en författningsdomstol lutar till offentlighetsprincipen och den så kallade tredje statsmakten. Petterson & Carlberg skriver om detta: »*Redan i den officiella demokratidoktrinen finns normen att massmedia faktiskt bör påverka institutioners inre liv. Offentlighetsprincipens grundtanke är i själva verket att insyn och offentlig debatt utgör ett verksamt medel för att upptäcka och förhindra maktmissbruk. Grundlagsstadgandet om allmänna handlingars offentlighet motiveras just med antagandet att de offentliga myndigheterna fungerar mer effektivt och demokratiskt om de arbetar under öppenhet än bakom stängda dörrar.*»⁶² Det betyder inget mindre än att vi i Sverige har valt att se politikens medialisering som en sätt att öka graden av demokrati i vårt samhällssystem.

5.8.1 Journalistiska ideal

En utgångspunkt i det resonemang om politikens medialisering som vi för här, är att det finns ett journalistiskt ideal vilket anger funktioner som journalister och journalistiken har att fylla i samhället. Att det finns ett ideal, åtminstone för hur massmedierna ska fungera råder det däremot inga tvivel om. Det vittnar ju om inte annat hela Public-service-tanken om. Men att ta detta som en utgångspunkt för vårt resonemang kring politikens medialisering, är inte på något sätt självklart. Man kan bland annat fråga sig varför journalistiken skulle behäfta sig med ett ideal att försöka leva

61. Asp 1 sidan 351

62. Petterson & Carlberg sidan 145

upp till. Vad är poängen med ett sådant? Nästa fråga skulle kunna vara varför idealet prompt måste ange samhällsfunktioner för journalistiken att fylla. Förutom att det kan uppfattas som pretentiöst i överkant, finns fog för invändningen att vilka samhällsfunktioner det än rör sig om - vad gör just journalistiken mest lämpad att fylla dessa funktioner? Men som vi tidigare nämnt är massmedierna, både genom den liberala demokratins framväxt rent historiskt och genom den demokratiska modell vi valt i Sverige, intimt sammanlänkade med politiken och den demokratiska processen. Och ur det perspektivet blir frågorna vi nyss ställt ingenting vi tänker besvara här. Vi nöjer oss med att beskriva det journalistiska ideal så som vi tycker oss uppfatta det, och anger vilka samhällsfunktioner detta ideal menar sig uppfylla.

Svenska Journalistförbundet har - eller hade åtminstone 1992 - ett yrkespolitiskt program vilket tar sin utgångspunkt i »...*samhällets mediepolitik.*»⁶³ Denna mediepolitik syftar till att »...*förstärka och fördjupa den svenska demokratin...*».⁶⁴ Massmedia fyller därför följande fyra samhällsliga funktioner: »(1) *Informationsfunktionen: Massmedierna bör ge den information som är nödvändig för att medborgarna skall kunna ta ställning i samhällsfrågor. De förtroendevalda bör genom massmedierna få löpande information om enskildas och organisationers uppfattningar i politiska frågor.* (2) *Kommentarfunktionen: Massmedierna bör fristående eller som språkrör för organiserade samhällsintressen kommentera skeendet i samhället.* (3) *Granskningsfunktionen: Massmedierna bör som allmänhetens företrädare granska och kontrollera de inflytelserika i samhället.* (4) *Gruppkommunikationsfunktionen: Massmedierna bör främja en kommunikation inom och mellan politiska, fackliga och ideella grupper i samhället.*»⁶⁵

Asp ifrågasätter dessa funktioner i ganska raljerande ordalag. Men han slår samtidigt fast att dessa riktlinjer för journalistikens och mediernas funktionssätt har fått fullt genomslag, bland annat inom landets journalistutbildningar.

5.8.2 Medielogik

I en uppsats som lagts fram vid JMK på Stockholms Universitet definieras begreppet medialisering: »*När aktörerna utanför massmedia förutser hur media kommer att reagera på budskap, och att aktörerna agerar efter detta.*»⁶⁶ I den uppsatsen handlar alltså fenomenet »*politikens medialisering*» om en politikens anpassning till massmedias sätt att fungera. Vi anammar den definitionen även i vår uppsats, eftersom vi ser att den inte fungerar värderande utan bara utgör en neutral beskrivning av fenomenets natur. Men till vad är det egentligen politiken anpassar sig? I samma uppsats som nyss nämndes används begreppet »*medielogik*»⁶⁷ som en beteckning på det sätt på vilket massmedia fungerar, hur journalisterna tänker och hur redaktionerna lägger upp sitt arbete. Det är till denna medielogik som politiken har anpassats i och med politikens medialisering. Kvarstår då frågan - i vad består denna anpassning? Hur har politiken medialiserats? Förutom att hela det politiska systemet bygger på att massmedia ska granska makthavarna vilket bara det är en tydlig anpassning, så går det i politikens medialiseringsprocess att skönja olika nivåer. Dels de mer konkreta vilka är ganska lätta att identifiera och förstå vidden av, och dels de mer abstrakta som är mycket svårare att både se och värdera. I följande stycken behandlas dessa två nivåer.

På den konkreta nivån av exempel på hur politiken har medialiserats kan nämnas sådant som »...*att riksdagens ställning som centralt politiskt debattforum...*»⁶⁸ har försvagats i och med konkur-

63. Asp 2 sidan 9

64. ibid.

65. ibid. sidan 9f

66. Carlqvist & Renvall sidan 12

67. ibid. sidan 12 och 91

rensen från massmedierna. Ytterligare ett exempel från riksdagen skriver Petterson & Carlberg om, utifrån en undersökning de gjort beträffande varifrån riksdagsledamöterna hämtar inspiration till sina frågor och interpellationer: »Även om det givetvis är vanligt att riksdagsledamöternas framställningar härstammar från egna erfarenheter, initiativ från den egna lokala partiorganisationen och andra källor är det ändå påtagligt i vilken omfattning riksdagsdebatterna utgör en återklang av ämnen och problem som massmedia valt att uppmärksamma.»⁶⁹ Petterson & Carlberg⁷⁰ resonerar också kring partiernas (eller snarare kring samhällliga institutioner mer allmänt, men eftersom vi ser partierna som en sådan institution är resonemanget relevant även här) nyrekrytering till de ledande positionerna i partierna. De kommer fram till att partierna i denna nyrekryteringsprocess värderar detta huruvida kandidaterna är massmedialt begåvade eller inte, som en avgörande egenskap. Vi skulle kunna fortsätta och räkna upp ett otal andra exempel på konkreta anpassningar till medielogiken som politiken kan beslås med - men betydligt mer intressant är istället att se hur politiken medialiserats på en mer abstrakt nivå varför vi istället fortsätter med det.

På den abstrakta nivån är de anpassningar politikens medialisering innebär betydligt svårare att identifiera. Men de är därför inte mindre reella. Asp ser på fenomenet bland annat som en maktkamp mellan politiken och massmedia, där »Massmedia vill ha information att förmedla till sin publik, politikerna vill ha uppmärksamhet för att nå ut till sin publik.»⁷¹ Som utgångspunkt i denna maktkamp tar Asp att »...det moderna samhället utmärks av ett överskott på information och ett underskott på uppmärksamhet.»⁷² Konsekvensen blir då följaktligen att politikerna är i större behov av uppmärksamhet än massmedia är av information, varvid politiken tvingas anpassa sig till massmedia för att alls fånga deras uppmärksamhet. Ett exempel på hur politiken medialiserats är alltså att politiken i vissa avseenden har gjort medielogiken till politisk logik. I medielogiken ligger följande tekniker⁷³: *tillspetsning*, *förenkling*, *polarisering* (dikotomisering), *intensifiering* (förstärkandet av konflikter, eller att göra en höna av en fjäder), *konkretisering* och *personifiering*. Genom användandet av dessa tekniker skapar massmedia nyheter, och genom att också använda dessa tekniker skapar politiken nyheter som attraherar massmedia genom att de inte först behöver göras om till nyheter. Lite drastiskt uttryckt skulle detta betyda att politiken till exempel inte längre sysslar med komplexa och svåra frågor eftersom de inte vinner gehör i massmedia lika lätt som »clear-cut issues»⁷⁴, att politiken reduceras till ett spel, eller en politisk såpa, där strävan efter makt överskuggar allt annat och att politikens aktörer hela tiden söker hamna i konflikt med varandra för att garantera uppmärksamhet i massmedia.

Ett annat exempel på hur politiken medialiserats är den ökade status som PR och marknadsföringskompetens tillmätts inom politiken. Brian McNair skriver, visserligen utifrån ett brittiskt perspektiv men ändå med internationella referenser, så här: »The emergence of public relations as a key specialism in the conduct and management of political affairs - at home and abroad - is not in dispute.»⁷⁵ Om det som Asp gör gällande är att mediernas makt över politiken har ökat, så innebär det McNair beskriver precis det motsatta. Det McNair försöker avgöra är nämligen om det ökande inflytandet som bland annat PR fått i politiken, medför ett manipulerande av massmedierna så att de misslyckas i sin funktion som spridare av politisk information till allmänheten. Det McNair dis-

68. Petterson & Carlberg sidan 147

69. ibid. sidan 149

70. ibid. sidan 150

71. Asp 1 sidan 357

72. ibid. sidan 359

73. ibid. sidan 360

74. ibid.

75. McNair sidan 46

kuterar »... is the impact this development has had on the political process - in particular, on the ability of the citizen to receive objective information about politics and to act rationally upon that information.»⁷⁶ Nyckelordet här är manipulation - och frågan är om partierna genom sin ökade PR-kompetens manipulerar massmedierna så att den bild av partierna som når väljarna är starkt förvrängd, eller om den ökade kompetensen istället används för att effektivisera den öppna, ärliga och så långt det nu går symmetriska kommunikationen med såväl massmedia som väljarna. McNairs slutsats är följande: »It seems enough to say that one citizen's persuasion will always be another's manipulation, once public relations another's propaganda and that clear-cut distinctions can be drawn only with difficulty»⁷⁷. Men oavsett vilken av dessa attityder man intar så innebär dock utvecklingen att politiken medialiserats.

För att knyta an ovanstående resonemang till den tidigare diskussionen om sociala kognitiva schema och allmänhetens schema för politik - det schemat är ingenting som allmänheten, alla enskilda individer oberoende av varandra, har kommit fram till alldeles på eget bevåg. Självklart har de fått benägen hjälp av massmedia i formandet av denna bild av politiken och i bestämmandet av det schema för hur politiken ska bedömas. Det ligger såväl i medielogiken som i det journalistiska idealet att journalisterna ska arbeta som om det gällde att sätta dit politikerna, som om de vore brottslingar det gällde att överbevisa om deras skuld. I medielogiken ingår också att rapporteringen om den politiska vardagen fokuserar på varje besluts vinnare och förlorare. En typisk nyhet i det sammanhanget är ett »klantigt» uttalande som man jagar kommentarer till i syfte att få till en konflikt mellan två deltagare i det politiska spelet eftersom man vill få debatten att hetta till lite. Denna bild av politiken som massmedia för vidare till allmänheten är *inte en rättvis beskrivning av hur den svenska, representativa demokratin fungerar*. Men det betyder inte, vilket vi har sett ut ovan, att massmedia styr politikerna. I så fall skulle man lika gärna kunna säga att politikerna styr den politiska journalistiken. Inom politisk journalistik är självklart politikeruttalanden och -åsikter väldigt intressanta nyheter. Detta gör dock inte politikerna till viljelösa dockor i händerna på medierna; politikerna kan med genomtänkta strategier bemöta, och agera självständigt gentemot medierna. Det finns flera exempel på mediestrategier där man som eftersökt mediepersonlighet kan öka sina chanser att få ut sin version av nyheter. Ett exempel på en sådan strategi är att favorisera ett särskilt medium i utbyte mot att man till exempel får förhandsgranska eller ge återkoppling innan reportaget blir offentligt. Givetvis varierar det hur pass öppet dylika påtryckningar kan ske, men att de förekommer är vi säkra på.

Sammanfattningsvis kan vi säga följande: När vi ska förstå varför »vård, skola, omsorg»-tropen har använts i så hög utsträckning, så är dess gångbarhet i media och politikens medialisering en förklaringsbakgrund som erbjuder oss en möjlig väg genom analysen. Självklart kompletterat med den förståelse våra intervjuer med representanter för de politiska partierna har skänkt oss.

5.9 DEN POLITISKA MARKNADEN

Som vi tidigare redogjort för, styrs vi människor i vår sätt att se och tänka på världen till stor del av vårt språk. De språkliga etiketter, de begrepp vi använder, påverkar oss till att se saker på ett visst sätt och inte på ett annat. Införandet av begreppet »politisk marknad» är ett sätt att försöka förstå politik och politisk kommunikation på nya sätt. Berg & Jonsson har skrivit en bok med utgångspunkt i detta begrepp »politisk marknad» som heter »Strategisk ledning på politiska marknader». I den börjar de med att beskriva skillnaden mellan att leda en organisation som existerar på kommersiella grunder och att leda en organisation som existerar på andra grunder, såsom de idéburna politiska partierna gör. Berg & Jonsson reagerar mot detta att som många myndigheter och folkrö-

76. ibid. sidan 47

77. ibid. sidan 53

relseorganisationer har gjort, ta in en konsult i företagsekonomi och okritiskt köpa dennes »insikter» om handlingsinriktad ledning. Det förkastas utifrån det antagandet att villkoren för respektive organisationstyps existens så radikalt skiljer sig åt att de är förtjänta av en ledningsfilosofi baserad på just den organisationstypens specifika verksamhetsförutsättningar.

Berg & Jonsson använder begreppet »*politisk marknad*» som en ungefärlig motsvarighet till de kommersiella organisationernas kommersiella marknader. De skriver: »...*på den politiska marknaden utbyts värderingar som tillhandahålls av en politisk aktör mot rättigheten att representera (dvs att företräda och föra talan för) den som stödjer värderingen.*»⁷⁸ Att leda en politisk eller annan idéburen organisation på bästa sätt innebär att skapa goda förutsättningar till framgång på den politiska marknaden. Berg & Jonsson menar att den som inte agerar på den politiska marknaden ganska snart kommer att tyna bort, eftersom det är på den politiska marknaden som man positionerar sig i omvärldens medvetande. Får en organisation respons på den politiska marknaden så har den ett opinionsstöd. Detta renderar organisationen en relativ maktposition i förhandlingar som den för med sin omvärld i syfte att uppnå de mål vilka organisationen ställt upp för sin verksamhet.

Graden av makt i denna förhandlingssituation benämns av Berg & Jonsson som organisationens »*legitimitet*».⁷⁹ Marknaden värderar organisationen för »...*att se huruvida det organisationerna står för och driver stämmer överens med den övergripande konstitutionen, är förankrat i det politiska systemet och/eller har stöd i den allmänna opinionen.*»⁸⁰ Berg & Jonsson talar om den stora betydelsen som ideologin (vilken ligger till grund för organisationen existens och dess verksamhet) har för identiteten genom att det är ideologin som bestämmer hur organisationen skall positionera sig på den politiska marknaden och det är organisationens position där som till stor del avgör vad organisationen är, det vill säga dess identitet.⁸¹ Den strategiska ledningsprocessen beskrivs i tre faser: (1) att skaffa legitimitet åt sin organisation genom att verka på den politiska marknaden; (2) att använda sig av denna legitimitet för att skapa opinion för de åsikter och värderingar som är organisationens, vilket man ofta gör genom att synas i massmedier; (3) att kontinuerligt internt förankra organisationens utspel externt och att hämta hem på de opinioner som finns internt inom rörelsen så att rörelsens alla medlemmar hela tiden ger sitt stöd.

En av de mer intressanta slutsatserna i Bergs & Jonssons text är att det ofta mycket formella och reglerade beslutssystem som kännetecknar idéburna organisationer inte är ett hinder för en strategisk och effektiv ledning av organisationen. Tvärtom fungerar formaliteterna »...*som en garant för ett fritt och öppet flöde av idéer, värderingar och krav i en organisation bestående av autonoma och frivilligt anslutna medlemmar. På samma sätt ser vi det formella beslutssystemet i förvaltningarna som en garant för politikerinflytande och i dess förlängning - idealt - den representativa demokratin.*» Eftersom en idéburen organisations framgång och fortlevnad i så stor utsträckning är avhängig det interna stöd som ledningen har för sina åtgärder och beslut, så är det alltså mycket viktigt att beslutsprocessen fungerar så här. Det som först kan tyckas utgöra ett hinder för handlingskraftig och flexibel strategisk ledning visar sig vara en förutsättning för ledning överhuvudtaget. Denna slutsats är en av flera som bekräftar detta att man inte hur som helst kan tillämpa ledningsstrategier hämtade från företagsvärlden inom organisationer som inte drivs enbart av vinstintresse. En annan slutsats har karaktären av ett mera konkret tips för bedrivandet av strategisk ledning på politiska marknader. I folkrörelse- och idéburna organisationer finns stadgar som reglerar verksamheten, och i förvaltningar styrs verksamheten av politiska direktiv, lagar och förordningar. Dessa regler tolkas, och kan man från ledningens sida styra hur dessa tolkningar görs så kan man skapa just detta utrymme

78. Berg & Jonsson sidan 109

79. ibid. sidan 146

80. Berg och Jonsson, sidan 147.

81. ibid. sidan 222-225

för flexibilitet och smidighet som ibland behövs för att följa med i den föränderliga omvärldens tempo, och detta utan att behöva ändra på lagar och regler i tid och otid. Denna tolkningsprocess kallar Berg & Jonsson för formulerandet av *policy*⁸², vilka sedan uttrycks i program som fastställs av organisationens styrelse eller kongress.

5.10 FÖRETAG SOM POLITISKA PÅTRYCKARE

Myntandet av begreppet »*politisk marknad*» öppnar som sagt för nya perspektiv på detta med opinionsbildning, politisk kommunikation och retorik. Ett sådant perspektiv som aktualiseras är det som inom PR-teorin kallas »*Public affairs*». Om PR-företeelsen *Public affairs* har Ingrid Carlberg skrivit i sin text *Företag som politiska påtryckare* vilken ingick i Maktutredning från 1991. »*Public affairs*» är en benämning på den sortens aktivitet som företag och kommersiella organisationer ägnar sig åt och som motsvarar det som Berg & Jonsson beskriver att folkrörelser och förvaltningar sysslar med, nämligen agerandet på den politiska marknaden. Denna sorts aktivitet från företagets sida har ökat i omfattning de sista 10-15 åren, och syftet är att både på kort och lång sikt förbättra eller åtminstone inte försämrade de politiskt bestämda förutsättningarna för organisationernas verksamhet. Denna sorts aktivitet från företagets sida bedrivs ungefärligen på samma sätt som från folkrörelseorganisationernas och förvaltningarnas sida så som det beskrivs i Bergs & Jonssons text. Men det finns en del skillnader också. Sant är att företeelsen har ökat markant, men traditionellt har detta att verka på den politiska marknaden varit något företag generellt försöker undvika eftersom det finns ett ideal som säger att företag skall vara opolitiska. Om de tar steget in på den politiska marknaden beror det, enligt Carlberg, på att de politiska frågor som för tillfället är aktuella i tillräckligt hög utsträckning griper in i företagets verksamhet.⁸³ När så sker använder företagets sig av två olika strategier. Den ena innebär att de går ut och skapar opinion precis som de icke profitdrivna organisationerna, och den andra innebär att de pratar direkt med beslutsfattare och offentliga personer vilka de har arbetat upp kontakter av informell karaktär med. Det blir också allt vanligare med en kombination av de två metoderna vilka Carlberg kallar direkt och indirekt påverkan. Och det Carlberg kallar direkt påverkan, finns det andra som kallar lobbying.

Den direkta påverkan sker allt oftare tidigt i den politiska beslutsprocessen. Istället för att prata och försöka påverka statsrådet som skall fatta beslut i frågan så riktar man insatserna mot de enskilda handläggare som utreder frågan och skall författa beslutsunderlaget. Har man mycket lång framförhållning kanske man från de kommersiella intressenas sida, till och med finns med redan på de respektive partiernas partistämmor och beslutande kongresser så att man redan där försöker påverka de olika partiernas politik.

Både Berg och Jonsson samt Carlberg betonar fördelen av att vara först på plan när man agerar på den politiska marknaden. På så sätt får man definitionsmakten, man får bestämma hur ett problem skall beskrivas och i den beskrivningen kan en skicklig kommunikatör lägga in en omärklig men dock styrning mot en viss lösning på problemet. Carlberg skriver: »*En aktör som till exempel kommer in på ett sent stadium i den politiska beslutsprocessen, har lågt förtroende och opinionen emot sig i den specifika frågan måste använda andra metoder än den aktör som identifierat frågan på ett tidigt stadium, har högt förtroende och opinionen med sig.*»⁸⁴ Uttryck så framstår det hela som smått självklart. Men det som är vår undersöknings problem - användningen av »vård, skola, omsorg»-begreppet - visar att insikten om att andra, »nya» metoder krävs för den i debatten sent inkomne aktören, inte har spridit sig till de politiska partiernas kommunikationsstrategier.

82. ibid. sidan 285ff

83. Carlberg sidan ???

84. ibid. sidan ???

5.II MÅLGRUPPER

Att diskutera målgrupper motiveras bland annat av att det i ett flerpartisystem som det svenska finns en »naturlig» tendens för de små partierna att söka legitimitet som företrädare för olika grupperingar och intressen i samhället. Jämför följande ur Kronvall: »*In the Scandinavian nations, for example, considerable aggregation occurs at the intra-party and electoral level, although the process continues within party coalitions at the parliamentary and cabinet levels, but, as has often been suggested, the presence of a large number of fairly small parties makes it increasingly likely that each party will merely transmit the interests of a special subculture or clientele with a minimum of aggregation. A highly ideological orientation in party subcultures increases the probability that this will occur.*»⁸⁵

Kronvall följer upp detta med att konstatera att »...*partiernas viktigaste funktion i det svenska politiska systemet är att artikulera olika gruppers intressen.*»⁸⁶ Detta skrevs på 70-talet, men vi ser ingen anledning att betvivla att det fortfarande stämmer. Däremot finns det all anledning att fundera över hur väl partierna klarar denna funktion. Utvecklingen sedan 80-talet har ju varit kraftigt sjunkande medlemstal i de politiska partierna. Man kan undra om förklaringen till den låga partianslutningen och det dåliga partipolitiska engagemanget som vi upplever i dag, kan ha något att göra med att de olika grupper vars intresse partierna ser som sin uppgift att artikulera, idag upplever att andra samhällsfunktioner, till exempel Greenpeace eller Skattebetalarnas Förening, företräder dessa intressen bättre? Varför i så fall? Blev partierna för dåliga på att lyssna på de intressen de skulle företräda? Spännande frågor vilkas svar inte ryms i denna uppsats.

En mer generell aspekt på målgruppstänkandet är vanlig resursmedvetenhet. För effektiv kommunikation - i betydelsen att med så lite resurser som möjligt få så stor effekt som möjligt - är anpassning till mottagarnas/medkommunikatörernas förutsättningar helt nödvändig. På detta måste inte ett etiskt resonemang läggas, där termer som manipulation och populism används. Det går alldeles utmärkt att bara se det så att man vill göra vad man kan för att kommunikationsprocessens mottagare ska kunna uppfatta såväl budskapet som intentionen och syftet med det. Det är denna attityd till målgrupper vi författare intar i denna uppsats.

5.I2 RETORIKEN I »VÅRD, SKOLA, OMSORG»

Till att börja med är »vård, skola, omsorg» egentligen en dispositionsprincip inom retoriken - närmare bestämt en indelning - ett tretal. Tretal skiljer sig från en annan vanlig retorisk indelning i det att de betonar harmoni (b) snarare än motsättning/dualism (a) som är tvåtalets signum⁸⁷:

a. Gud står mot Djävulen: dina goda handlingar mot dina onda.

*b. I Faderns, Sonens och den Heliga Andens namn.»*⁸⁸

»är [ett] uttryck som förändrar ordens vanliga mening»⁸⁹. Det är numera svårt att tänka på till exempel vård utan att även tänka på skola och omsorg, det vill säga den offentliga sektorn och då framförallt de »mjuka» verksamheterna av den offentliga sektorn, en del av den offentliga sektorn alla svenska partier verkar vilja förknippas med.

85. Kronvall sidan 11

86. ibid.

87. Rydstedt sidan 92

88. ibid.

89. Hellspong 1 sidan 37

Sammanfattningsvis kan vi säga att uttrycket »vård, skola, omsorg» var en, i all sin enkelhet, genial retorisk konstruktion från början. Numera har den använts så mycket att den helt enkelt är utsliten, och då hjälper det inte mycket att den hade en positiv konnotation i början.

6 Metod

Man kan diskutera om det överhuvudtaget är möjligt att genomföra en studie över svensk politisk kommunikation utan att använda sig av en metod för innehållsanalys. Vi tror att det är det. Visserligen har vi också tittat på innehåll i bland annat debatt- och ledarartiklar i den så kallade rikspres- sen⁹⁰ (vi har gjort tämligen omfattande sökningar i databaserna Presstext⁹¹ och Mediarkivet⁹² för att hitta »historiska» referenser till uttrycket »vård, skola, omsorg») och i en del politiskt kampanj- material - men rent metodiskt gäller att dels är de resultat detta genererat ej det vi bygger vår upp- sats kring, och dels är den titt vi tagit i respektive material inte den mest vetenskapliga utan har framförallt handlat om att se om vi såg något intressant. Istället har vår primära metod bestått av en kvantitativ intervjuundersökning samt intervjuer med representanter för samtliga sju riksdags- partier, och det är alltså detta material som utgör vår huvudsakliga empiri. Till det skall givetvis läggas våra ganska intensiva litteraturstudier där rubriken »*Teoretisk ram*» accentuerats.

6.1 METOD - DEN KVANTITATIVA INTERVJUUNDERSÖKNINGEN

Metoden vi valde för vår undersökning baserade sig på vårt problems formulering och vårt syfte med undersökningen. Problemet vi såg var hur begreppet »vård, skola, omsorg» i väljarnas ögon blivit utslitet och innehållslöst. Vårt syfte var representativitet i en ändå rätt begränsad fråga. Det handlade inte om att klarlägga dunkla beteendemönster eller familjestrukturer, utan om att få veta om något uppfattas som uttjatat eller ej. Mot denna bakgrund var vår uppfattning att en kvantita- tiv metod, närmare bestämt en enkät, var den bästa metoden. För att minimera det externa bortfal- let, för att kunna ge respondenterna förklaringar och förtydliganden, och för att kunna göra även andra observationer än just de enkäten explicit kan uppvisa, valde vi bort postenkäten till förmån för intervjuer. Att vi ville kunna göra andra observationer, eller snarare ytterligare observationer, beror på att vår undersökning ursprungligen inte var det vår uppsats skulle bestå i, utan undersök- ningen var tänkt att tjäna som en bas och utgångspunkt för annat uppsatsarbete vilket generellt skulle knyta an till PR, retorik och politisk kommunikation, och mer specifikt till den retoriska tropen »vård, skola och omsorg». Som det nu blev, var vår ursprungliga tanke den som vi efter modifiering ändå återvände till, och som tur är kommer de ytterligare observationer vi gjorde väl till pass i hävdandet av såväl undersökningsresultatets generaliserbarhet som dess reliabilitet och validitet.

6.1.1 Metodlitteratur

Den metodlitteratur som ligger till grund för vår intervjuundersöknings utformning är framförallt Oppenheim, men även Holme & Krohn-Solvangs om forskningsmetodik. Men det viktigaste för vår del är den pilotundersökning vi genomförde innan vi genomförde den skarpa undersökningen, vilket stipuleras i bland annat Oppenheim⁹³, och som gav oss insikter vilka gjorde det möjligt att redan i förväg rätta till brister i vår intervjuundersökning. Framförallt bestod dessa pilotundersök- ningens brister i för långa och för många frågor vilka respondenterna uppfattade som ointressanta eller upprepningar. Brister som skulle fullständigt ha kunnat radera vår undersökning, men som nu kunde åtgärdas så att den enda som kom ut av dem var att vi lärde oss en hel del.

90. Aftonbladet, Dagens Nyheter, Expressen och Svenska Dagbladet

91. <http://www.presstext.se>

92. <http://www.mediarkivet.se>

93. Oppenheim kapitel 4

6.1.2 Datainsamling, empiri

Vi har genomfört 100 intervjuer vid tre olika tillfällen och på tre olika ställen i Stockholms län - Skärholmens centrum, Karlaplan och Sigtuna. Primärt har vi intervjuat människor som har rösträtt i svenska val; det var vår ambition men i åtminstone ett fall, troligen två, har vi intervjuat människor som inte får rösta i riksdagsvalet. Av de vi frågade om de ville svara på våra frågor var de allra flesta beredda att ställa upp. En kategori, framförallt i Skärholmen, som föll bort var människor som talade för dålig svenska alternativt ingen svenska alls. I övrigt såg vi inget särskilt demografiskt, kulturellt, socioekonomiskt etc. mönster bland de som inte ville svara på våra frågor.

6.1.3 Metodbeskrivning

Vår metod är alltså intervjuundersökningen i enkätform. Vi ställde oss ute i tre centrumanläggningar i stockholmsområdet - på Karlaplan (Fältöverstens köpcentrum), i Sigtuna (i Sigtunas stadskärna) och i Skärholmens Centrum - och stoppade förbipasserande människor, varvid vi frågade om de ville hjälpa oss genom att svara på några frågor. I utformandet av enkäten försökte vi att tänka på de kontextuella faktorer vår valda metod innebär. Detta innebär bland annat ett rakt och enkelt språk med korta meningar, att vi började med en fråga som är svår att svara nej på så att respondenten slipper se sig själv inleda »negativt», att vi sparade bakgrundsfrågorna till sist och att vi arbetade oss fram från mer allmänt hållna frågor mot mer specifika. Urvalsmetoden gör att resultaten inte är representativa i statistisk mening. Vi tror dock att resultaten har en giltighet även utanför vårt urval (se till exempel tabell XXX/7.18). Ifråga om en variabel, höger-vänster, är dock urvalet uppenbart orepresentativt (se sidan XXX/60ff).

Sammanlagt ställde vi 38 frågor, numrerade 1 till 15. Fråga nummer 3, var en matris som i sin tur bestod av 21 delfrågor. Fråga nummer 5, 7 och 8 bestod också av delfrågor, a och b. Vi försökte också uppskatta hur lång tid respektive fråga skulle ta. Vi kom till en början, det vill säga i pilotundersökningen, ganska fel i den uppskattningen och trodde det skulle gå betydligt snabbare än det visade sig göra. I den skarpa undersökningen tog intervjuerna 5 - 10 minuter i anspråk och det uppfattade vi som ganska lagom. Intervjuerna genomfördes på dagtid under vanliga vardagar i mitten av november, hösten 1999. Detta fick konsekvenser för vårt urval, och dessa diskuterar vi nedan. Vårt frågeformulär ligger bilagd som »Bilaga i».

6.1.4 Metoddiskussion

Det visade sig att samstämmigheten i vissa rader i vårt frågeformulärs matris var väldigt hög. Till exempel svarade alla respondenter utom en »mycket viktig» (det vill säga svarsalternativ 4) på frågan om hur viktig skolfrågan är. Orsaken till denna samstämmighet - och om det är helt bra (beror den till exempel på att frågan är ledande?) att den är så överväldigande - har vi spekulerat mycket i. Men vi tror att de vi frågade faktiskt tyckte att skolan är mycket viktig. Vi tror det bland annat därför att det, vid de intervjuer vi sedan gjorde med representanter för de politiska partierna, inte höjdes några ögonbryn över denna samstämmighet. Tvärtom uppfattades den som självklar och naturlig.

Dessutom, en praktisk svårighet i spalt 3 i frågeformulärets matris för oss som intervjuare var att svaren där ofta blev omvända relativt spalt 1 och 2 (ett typiskt svar kunde vara 4, 4, 1). För att undvika missförstånd modifierade vi det sätt på vilket vi ställde alla tre frågorna till att först fråga »*Tycker du XXX är viktig/uttjat/intressant?*»? Fick vi ett nej till svar tolkade vi det som »*Inte alls*» och antecknade värdet 1 i rutan. Däremot om vi fick »*ja*» som svar ställde vi följdfrågan »*Hur viktig/uttjat/intressant? Lite, ganska eller mycket?*». Detta fungerade bra, bland annat utifrån det att fråga 2 i sin helhet faktiskt gick snabbare genom att det ej uppstod tveksamheter vilka måste klargöras och därmed sinkar.

Vad gäller fråga 6 och 7 så fick vi ofta till svar att det inte var någon skillnad partierna emellan, men när vi ställde en följdfråga - till exempel »Pratar moderaterna och socialdemokraterna lika mycket om det alltså?» - så angav respondenten ofta något parti som faktiskt mer eller mindre trovärdigt respektive mer eller mindre pratsamt. Vilket parti de då angav kan ha varit anhängigt (vi vet inte) vilka det var som namngavs i vår följdfråga. Antingen så, att nämnde vi till exempel Socialdemokraterna angav också respondenten Socialdemokraterna i sitt svar, eller så att nämnde vi Centern så ville inte respondenten också ange Centern utan svarade istället Kristdemokraterna. Det är lätt att tänka sig att vi genom att nämna vissa partier påverkade respondenterna - vilket är förklaringen till att vi från början utformade frågan så att inga partier nämndes - men exakt hur den påverkan såg ut är mycket svårare att tänka sig fram till. För att minimera detta problem försökte vi nämna samtliga partier, men ibland avbröts vi och fick ett svar innan vår uppräkningslista var klar. Det är också viktigt att påpeka att detta problem också får konsekvenser för de respondenter vars svar »det är ingen skillnad mellan partierna» vidhölls även efter följdfrågan. Man kan därför inte ta respondenternas vidhållande som intäkt för att åtminstone dessa svar faktiskt är att lita på.

Urvalsmässigt medger vi att vårt urval kan bli snett även inom de domäner vi valt att begränsa vår undersökning till. Orsaken till detta var att vi, under genomförandet av pilotundersökningen, insåg att det inte var särskilt effektivt att på måfå stoppa människor för en intervju - alla hade inte tid att stanna. Istället inriktade vi oss på folk som stod stilla och väntade, tittade i skyltfönster, etc. Som en följd härav missade vi alltså den notoriskt stressade människotypen; de som aldrig stannar och tittar i skyltfönster finns ej representerade i vårt urval. Dessutom tillkommer säkert en undermedveten urvalsprocess där man som intervjuare föredrar att gå fram till människor som ser trevliga och vänliga ut, framför att försöka få något vettigt ur a-lagarna på bänken utanför systemet.

6.1.5 Bearbetning och analys av data

Analysen av vår intervjuundersökning avseende folks attityd till »vård, skola, omsorg»-begreppet har skett med hjälp av dataprogrammet Statview. Vårt frågeformulär konstruerades för att förenkla och underlätta inmatningsprocessen i Statview redan från början och detta visade sig senare fungera väl i också i praktiken.

Vi kan också säga att detta att arbeta i Statview ger oss odiskutabla fördelar ifråga om att söka samband och samvariationer variablerna emellan. Men till syvende og sist är vi egentligen inte primärt intresserade av samband - samband som att 40-åringar skulle tycka »vård, skola och omsorg»-figuren är mer uttjatad än andra - utan vi undrar över alla röstberättigades uppfattningar. Förvisso har vi sökt samband ändå, och dessutom funnit användbara sådana som vi också redogjort för (se rubriken »7.1 Den kvalitativa intervjuundersökningen», sidan 37). Men som undersökningens syfte är formulerat gäller ändå att fördelningsanalyser är det vi ägnat oss mest åt.

6.1.6 Reliabilitet och validitet

Validitet är att mäta det som man avser att mäta (och bara det!). Reliabilitet är att mätningen är pålitlig i betydelsen att om den gjordes om så skulle den nya och den gamla mätningen ge samma resultat. Det finns som vi ser det ingen anledning att betvivla validiteten i vår undersökning. Den skulle kunna ifrågasättas utifrån ett resonemang om att det vi mätt är om folk säger att begreppet »vård, skola, omsorg» är uttjatad, snarare än om de faktiskt tycker att uttrycket är uttjatad. I den meningen skulle vi inte ha klarat av att blottlägga respondenternas attityder. Men vi menar att vi har kommit runt det problemet genom att vi, förutom att ha frågat respondenten rakt ut om han eller hon finner begreppet uttjatad, också har ställt en öppen fråga om respondentens tankar när de hör en politiker eller någon annan prata om »vård, skola, omsorg». Dessa svar har vi sedan klassificerat som antingen negativt/lyssnar ej eller positivt/lyssnar, och alla tveksamma svar där klassificeringen inte varit självklar har hänförts till den negativa kategorin. Den öppna frågan var ett sätt att

försöka komma innanför respondenternas skal av »hur-vill-de-att-jag-ska-svara», och ner till attityderna i botten. Eftersom tendensen i resultatet av den öppna frågan är så tydlig emot att folk reagerar negativt, vilket inte bara bekräftar utan också stärker resultatet av den mer direkta frågan om begreppet uppfattades som uttjatat eller ej, så menar vi att detta garanterar undersökningens validitet.

Reliabilitet uppnår vi genom ett undanröjande av utfall som beror på slumpen. Detta har vi uppnått genom en noggrann planering och genomförandet av en pilotundersökning. Vi menar att en medvetenhet om vad begreppet reliabilitet innebär, och hur man kan arbeta för att garantera en undersöknings reliabilitet räcker långt i detta arbete. Till exempel ansträngde vi oss verkligen för att den bild av oss själva och våra frågor som respondenterna mötte skulle vara densamma vid alla intervjuer, så att de eventuella variationer vi fick i vårt resultat inte skulle bero på variationer i den bilden. Vidare kan reliabiliteten i vår undersökning beläggas genom att en del av de resultat vi har fått fram, väl överensstämmer med resultaten från andra kvantitativa undersökningar som gjorts genom åren, bland annat av SCB. Eftersom reliabiliteten i deras undersökningar sällan ifrågasätts, och vi har fått resultat som stämmer överens med deras, så ligger det nära till hands att också vara nöjd med reliabiliteten i vår undersökning. Det sista som talar för att vi uppnått reliabilitet är det faktum att vi i många frågor kan jämföra två källor - vår undersökning med intervjuerna med representanterna för de politiska partierna. I den jämförelsen ser vi hur resultaten från vår undersökning bekräftar av intervjuerna. Dels genom att de vi intervjuade tecknar samma bild såväl av folks attityd till begreppet »vård, skola, omsorg» som till folks inställning i sakfrågorna vård, skola och omsorg. Och dels genom att inte ifrågasätta de resultat vi kommit fram till i vår undersökning, utan tvärtom göra gällande att resultatet var det förväntade.

Sammantaget menar vi att detta visar att vår undersökning både är valid och reliabel. Och i den mån vi hade kunnat vidta åtgärder för att ytterligare stärka både validiteten och reliabiliteten, så ska dessa åtgärder vägas emot andra aspekter i vår undersökning som också tar i anspråk tid och resurser. Vi tror att en sådan vägning ger vid handen att de åtgärder vi har vidtagit för att försäkra oss om validitet och reliabilitet i vår undersökning, motsvarar det man kan begära inom ramen för en C-uppsats.

6.1.7 Metod - intervjuer med representanter för de politiska partierna

Vi har inga direkt teoretiska motiv för våra intervjuer med representanter för de olika partierna. Istället har målet varit en dialog och att vi skulle få möjlighet att presentera en del av det vi kommit fram till i vår enkät. Inför dessa intervjuer hade vi sammanställt en mall⁹⁴ med frågor att diskutera, men det visade sig att dessa dialoger ofta blev ganska vildvuxna och inte alls följde vår plan. Vi tog dock upp alla tunga frågor i mallen med samtliga partirepresentanter, även om ordningen varierade.

Ett mycket viktigt påpekande i detta sammanhang är att vi från början inte hade tänkt att de intervjuer vi genomförde med representanter för de politiska partierna, skulle få det stora genomslag i vår uppsats som det nu har visat sig att de får. Av den anledningen är den metodologiska medvetenhet vilken låg till grund för intervjuerna begränsad till det basala, som vilka ska vi träffa, varför och vad vill vi veta? Att det sedan visade sig att våra intervjuer gav så mycket mer än förväntat ifråga om intressanta iakttagelser kring vårt problem kan kanske betraktas som ren tur. Men även om så är fallet ville vi givetvis inte avstå från att utnyttja det material som dessa intervjuer genererat.

94. Se bilagorna

6.1.8 Metodbeskrivning

Alldeles i början av vårt uppsatsarbete ringde vi runt till alla riksdagspartiers riksorganisationskanslier, och bad om att bli kopplade till någon som hade ansvar för, eller kunskap om, partiets informations- och kommunikationsaktiviteter, och bokade sedan tid för intervjuer med dessa personer. Följaktligen var det inte primärt politiker, i den vardagliga benämningen där man syftar på en »folkvald», vi träffade utan snarare partistrateger och politiska rådgivare inom respektive parti. Vår förhoppning var att dessa personer skulle ha en god insyn i respektive partis kommunikationsstrategier och -aktiviteter, och det visade sig att vår förhoppning infriades.

Innan intervjuerien inleddes, satte vi oss ner och analyserade vår egen enkätundersökning för att undersöka vår hypotes hållbarhet och försöka hitta intressanta fördelningar och samband. Med det arbetet gjort återstod författandet av en intervjuguide innan vi kunde börja intervjua. Dess utformning beror dels på de resultat vår undersökning genererade och dels på en rad andra överväganden enligt dessa punkter:

1. vi ville genom vår intervjuer försöka förstå den bild partierna hade av sin politiska kommunikation, eftersom vi undrade om den bilden var sådan att den kunde förklara »vård, skola, omsorg»-begreppets status som uttjatat och/eller det sätt vi uppfattade att partierna använt begreppet på
2. vi ville veta hur partierna arbetar med retoriken i sina dagliga politiska värv och hur de såg på retorikens roll
3. dessutom avsåg vi att svaren på våra mer allmänna frågor kring politisk kommunikation och opinionsbildning skulle kunna tjäna som en kontextbeskrivning för vår uppsats.

Ur detta växte en intervjuguide (Bilaga ii) som, det får medges, uppvisar vissa brister om vilka vi var medvetna redan från början men ändå fördrog då vår uppsats tyngdpunkt fortfarande låg på undersökningen av begreppet »vård, skola, omsorg». Trots allt verkade vår intervjuguide fungera, och våra intervjuer gav oss fölaktligen alla de svar vi sökte och mycket mer än så. Att resultatet var så lyckat »trots» intervjuguiden kan bero på att varken vi, eller den vi intervjuade, lät oss styras särskilt hårt av den. En annan aspekt på vår intervjuguide är den att vi formmässigt mer syftade till samtal än regelrätt intervju med våra respondenter, varför vi la ner mindre energi på att tänka ut formuleringar som var på pricken än vi annars skulle ha gjort. Istället fick intervjuguiden anta formen av samtalsämnesuppräknig, åtminstone drag av nämnda form. Intervjuguiden är uppdelad i tre avdelningar, vilka följer av den uppräknig av influenspunkter som är gjord ovan. Dessa tre avdelningar är »*Allmänt om politisk kommunikation*», »*Retorikens instrument*» och »*Vår undersökning*». Totalt innehöll frågeguiden 14 punkter att samtala kring.

Intervjuerna genomfördes i respektive partis lokaler, ett önskemål från oss för att - förvisso snabbt, ytligt och utan hopp om att kunna dra några växlar på det - få tillfälle att bekanta oss med den arbetsmiljö i vilken respektive representant för de politiska partierna verkade. I en större undersökning än vår skulle även sådana rent organisatoriska aspekter - som vilken inverkan partikansliets organisation, arbetsfördelningen, lokalerna etc. hade på beslutens karaktär - varit intressant att studera. Den tid varje intervju tog i anspråk varierade stort. Längst tid i anspråk tog intervjun med Klara von Otter från Socialdemokraterna som också var den sista vi genomförde varför vi kunde sägas vara mer insatta och värtaliga själva. Minst tid tog intervjun med Henrik Kelfe från Folkpartiet. Alla intervjuer genomfördes under en tidsperiod på 2 veckor under 1999 - den första den 19/11 och den sista den 1/12. Ordningföljden var sådan: Vänsterpartiet, Kristdemokraterna, Miljöpartiet, Moderaterna, Folkpartiet, Centern och Socialdemokraterna. Under intervjuerna använde vi bandspelare av typen fickminne med mikrokassetter, samtidigt som vi förde anteckningar. Intervjuerna utfördes antingen i den intervjuades tjänsterum eller i en mer allmän del av kansliet till exempel kaffehörna, sammanträdesrum eller foajé. Vi fann alla de vi intervjuat tillmötesgående och

välvilligt inställda, och fick intrycket av att de fann ett samtal med oss om våra frågor mycket uppfriskande och stimulerande.

Efter intervjuerna brändes intervjuerna över på cd⁹⁵ i mp3-format, och lyssnades på via dator och hörlurar. Av tidsskäl gjorde vi aldrig någon transkription av intervjuerna. Vår metod att lyssna från cd:n, gjorde att vi istället kunde ägna all kraft och tid åt att lyssna igenom exakt samma stycke flera gånger och fästa oss vid sådant som tonfall, pauser av tvekan eller lugnt respektive hetsigt tal. Vi kunde, från att ha lyssnat på en passage ur en intervju, gå direkt till motsvarande passage i en annan intervju för en mer omedelbar jämförelse. Vi slapp spola band eller leta bland textsidor en masse; nu gav vi oss tid att fokusera och fördjupa oss i annat.

Analyserandet skedde sedan med hjälp av en matris i vilken vi fyllde i rad för rad och kolumn för kolumn, det som våra bandade intervjuer givit oss. Detta ifyllda analyschema finns bilagt som Bilaga iii. På varje rad i schemat har vi lagt ett deltema i intervjun, och med deltema skall förstås ungefär en av de punkter vilka vi på vår intervjuguide hade listat som samtalsämne eller fråga. Ett exempel på detta är en fråga i intervjuguiden som löd: *»Hur mycket skiljer ni ut målgrupper för ert politiska budskap, och hur mycket arbetar ni med olika budskap till de olika målgrupperna?»*. I analyschemat har detta blivit ett deltema »Målgrupper» rätt och slätt, och allting som sagts under intervjuens gång på temat målgrupper - oavsett vilken fråga på intervjuguiden som avhandlats just då - har också hänförs till denna rad i schemat. På motsvarande sätt finns alla partier representerade i kolumnerna i toppen av schemat. Detta har gett oss en möjlighet att göra tydliga jämförelser mellan dels de olika partiernas inställning på respektive deltema, och dels mellan de helhetsbilder av partiernas tänkande kring politisk kommunikation och retorik som analyschemats ifyllande genererar. Dessa jämförelser är också det som våra slutsatser vilar på.

6.1.9 Metoddiskussion

Intervjuar gör man om man har frågor man vill ha svar på. Vi hade frågor som vi ville ha svar på, men vi menar att vi snarare har samtalat med representanter för de politiska partierna i riksdagen. Tanken med att samtala istället för att intervjua, är att vi önskade få till stånd en dialog. En intervju är visserligen två parter som kommunicerar, men till karaktären är det mer av envägskommunikation där deltagarna visserligen turas om att vara sändare och mottagare men där intervjuaren hela tiden har initiativet, än tvåvägskommunikation där två jämlika parter bidrar lika mycket till samtalets utveckling. Eftersom vi lika mycket hoppades att vi skulle få uppslag till ingångar, analyser och annat som vi förbisett i vårt eget arbete, som vi hoppades att vi skulle få svar på våra frågor, så eftersträvade vi således dialogen. Det är svårt att säga något om vi uppnådde detta mål, då våra möten inte var regelrätta, förutsättningslösa samtal - även om vi alla inspirerades varandra in på nya tankebanor men några hårt styrda intervjuer var det definitivt inte fråga om. Givetvis varierade idéflödet etc. också mellan intervjutillfällena - men det vi skrivit ovan är det generella intrycket.

Inspirationen framförallt till det analyschema vi använder oss av, men också till det sätt på vilket vi så här i efterhand väljer att betrakta våra intervjuer, har vi hämtat ur en skrift från Sveriges Radios forna publik- och programforskningsavdelning, författad av Birgitta Höijer - *»Djupintervjun som metod för att studera programförståelse och programupplevelse»*. I den skriver hon om både intervjumetod och etnografisk metod, och mycket av det går att applicera på våra intervjuer. Höijer skriver bland annat *»Den etnografiska intervjun tjänstgör här som en strategi för att få människor att tala om hur de uppfattar saker och ting, få dem att kommunicera sina kunskaper om den kultur de lever i.»*⁹⁶ Vi ville med våra intervjuer uppnå just detta, men det betyder inte att våra intervjuer och vår intervjumetod är etnografisk. Höijer tillskriver etnografisk metod ett moment av vad som

95. Produktionen av denna bilaga har fördröjts, den inkluderas med den reviderade uppsatsen

96. Höijer sidan 9

kallas kulturell okunnighet, så att det gäller att få den intervjuade att känna att det är han eller hon som nästan undervisar intervjuaren i det som intervjun gäller.⁹⁷ Nog för att vi sökte respons på det vi förde med oss in i intervjun, bland annat genom vår undersökning, men för att få den responsen måste vi också klart visa våra kunskaper och var vi står. En aspekt som dock ingår i såväl den etnografiska intervjuemetoden som i vår är den stora vikt som läggs vid lyssnandet.

I det andra där vi låtit oss inspireras av Höijer, är kopplingen starkare. Den metod hon använder för att analysera sitt intervjumaterial är precis densamma som vårt analyschema, så när som på det att Höijer ger sig på att koda de intervjuades svar utifrån hur väl de återger varje deltema, medan vi i schemat för in det som yttrats på varje deltema utan kodning. Det Höijer vinner med sin omfattande kodning, och som vi följaktligen går miste om, är att hon kan räkna på reliabilitet. I den mån reliabilitet alls är intressant i denna del av vår undersökning, menar vi att vi uppnår reliabilitet genom att hela tiden arbeta utifrån en medvetenhet om begreppets innebörd, och genom vår teoretiska grund i vilken vi identifierar de relevanta påverkansfaktorerna. Hennes analysmetod bär så på spår av kvantitativ metod i mycket högre utsträckning än vår. Vår metod är kvalitativ, om än inte etnografisk.

97. ibid.

7 Resultatredovisning

Vi har genomfört en kvantitativ och en kvalitativ undersökning, vilka båda redovisas här. Utöver detta har vi också genomfört retoriska analyser och databassökningar. Redovisningen av dessa ryms dock inte här, varför de har lyfts ut till varsitt appendix - Appendix C och Appendix D. Även om resultaten från dessa undersökningar inte ryms i den egentliga uppsatsen, rekommenderar vi läsaren att också läsa dessa appendix. Detta eftersom de resultaten ligger med i vår samlade bedömning sådan den kommer till uttryck i vår slutdiskussion. De ligger inte med som några tungt vägande aspekter vilka på ett avgörande sätt förändrar bilden vi ser, utan de ligger med eftersom de kompletterar och breddar den.

7.1 DEN KVALITATIVA INTERVJUUNDERSÖKNINGEN

Vårt övergripande syfte med denna undersökning är att just undersöka om vår hypotes, att begreppet »vård, skola, omsorg» av människor i allmänhet uppfattas som uttjatat, stämmer. Även om vår undersökning i många stycken visar upp ganska svaga samband och låg signifikans (vi kan alltså inte utesluta att sambanden vi ser beror på frågans konstruktion, skevheter i urvalet, och så vidare - att våra resultat helt enkelt beror på slumpen), så gäller ändå att i vårt material finns dessa samband. Vi kan kanske inte generalisera till en större population - vilket i och för sig är att betrakta som ett misslyckande då just generaliserbarheten är en mycket stor poäng med den av oss valda metoden - men i den grupp av människor vi har undersökt gäller våra resultat. Det ska sägas, ifråga om representativitet och reliabilitet, att det ju är en avvägning vi gör när vi bedömer våra signifikansvärden som för låga eller för höga. Ett P-värde på 10% anser vi vara för dåligt, men om vi nöjer oss med 5%, vilket vi gör, så kan vi i vår undersökning hävda att resultaten är inte beror på slumpen. Det är alltså fråga om en bedömning som vi har gjort.

Vi har alltså 100 respondenter. I vissa frågor har vi ett bortfall på som mest 15 respondenter. Detta gällde framförallt frågorna där respondenterna skulle ange ett parti i sitt svar. Vårt begränsade intervjuunderlag gör att det generellt i vår undersökning är svårt att göra tillförlitliga multivariata analyser, och i just de fallen med stort bortfall är det till och med svårt med bivariata analyser. Dessa analyser får lite för sällan starka sambandsvärden och signifikansvärden för att vi ska kunna dra några långtgående slutsatser utifrån dem. Men vissa tendenser går alldeles utmärkt att se, och dessa hävdar vi bestämt. Följande måste också beaktas: om man betraktar vårt material som tillräckligt, så betyder svaga sambandsvärden i de bi- och multivariata analyser vi genomför, endast att samband ej föreligger. Ett exempel på detta är att ingen grupp människor med avseende på de (bakgrunds)variabler vi samlat in utmärker sig från »medelsvensson» - alla skulle alltså tycka lika illa om »vård, skola omsorg»-begreppet. Det är också en väg att gå. En möjlig tolkning av vårt arbete blir då att en tydlig majoritet av människorna i Stockholm med omnejd tycker att begreppet »vård, skola, omsorg» är uttjatat, och att detta gäller oavsett vilken utbildning man har, hur gammal man är, om man arbetar inom »vård, skola, omsorg» eller ej, om man har barn eller barnbarn i skolan eller ej, om man har erfarenhet av äldreomsorg eller var man placerar sig på den politiska högervänsterskalan. Slutsatsen för vår del framgår av det faktum att vi nöjt oss med att intervjua 100 personer. Vi tycker att det är tillräckligt.

Den fråga vi framförallt ville ha svar på, var den om folk i allmänhet anser att begreppet »vård, skola, omsorg» är uttjatat. Resultatet syns nedan.

Tabell 1: Är »vård, skola, omsorg» uttjatat?

	Antal
Ja	64
Nej	36
Totalt	100

Figur 7-4



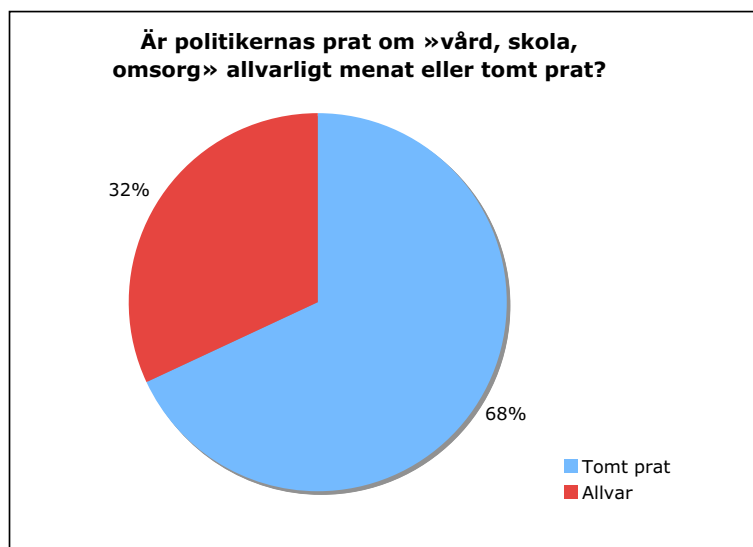
Två tredjedelar av de tillfrågade finner uttrycket uttjatat. En klar - om än inte förkrossande - majoritet. För vår del skulle vi kunna nöja oss med detta. Vi menar att det härmed är bevisat att uttrycket »vård, skola, omsorg» av folk i allmänhet anses uttjatat. Men eftersom vi känner att det kan finnas de som har en annan uppfattning än vår, så nöjer vi oss inte med detta. För att om möjligt övertyga även de mest tveksamma så går vi vidare och redovisar vilka övriga resultat vi fått.

På en fråga om det offentliga samtal om »vård, skola, omsorg» som förekommer i den politiska debatten idag, är allvarligt menat eller mest tomt prat, så har två tredjedelar svarat det senare:

Tabell 2: Allvarligt menat eller tomt prat?

	Antal
Tomt prat	31
Allvar	66
Totalt	97

Figur 7-5



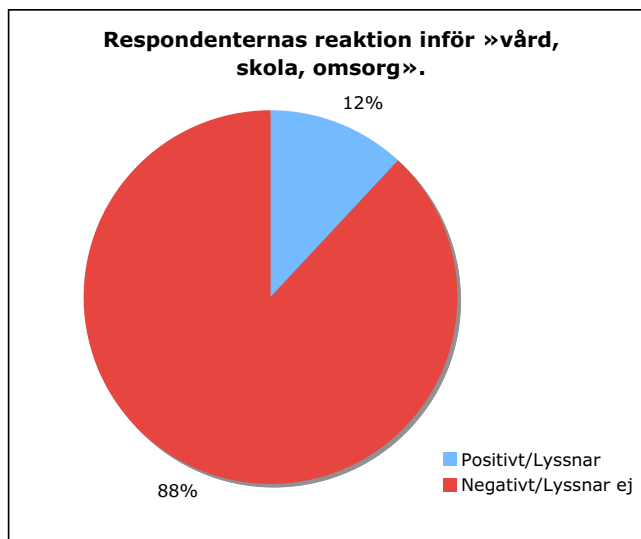
I viss mån kan frågan kritiseras för att vara ledande - och två av de tre som ej svarat på frågan har reagerat så att den frågan inte går att svara på eftersom den är ledande. Samtidigt har många andra nyanserat sina svar på frågan, så att poängen blir att politikerna kanske menar allvar men att omständigheter förhindrar att det sagda eller utlovade blir verklighet. Frågan gäller då istället om respondenten tror att politikerna är medvetna om detta, och om de tror att politikerna i så fall ignorerar det. Detta är vad respondenterna ofta tror, varför svaret ändå blir att det är tomt prat. Detta förstärker vår bild av begreppet »vård, skola, omsorg» som uttjatat i folks ögon.

Vi ställde också en öppen fråga »Vad tänker du när du hör en politiker eller någon annan prata om 'vård, skola, omsorg'?». De svar som detta genererade har vi sedan kodat efter hur vi tycker att respondenten har reagerat så att svaren antingen hänfördes till en kategori »positivt/lyssnar» eller en kategori »negativt/lyssnar ej». I den kodningsprocessen har vi undantagslöst hänfört de svårtolkade svaren av typen »Göran Persson» till kategorin »positivt/lyssnar». Resultatet syns nedan:

Tabell 3: Reaktion inför »vård, skola, omsorg»

	Antal
Positivt/lyssnar	12
Negativt/lyssnar ej	88
Total	100

Figur 7-6



Resultatet visar tydligt att folk blir blockerade eller åtminstone reagerar negativt när de hör uttrycket. Detta är ett sätt för oss att bemöta den diskussion vi annars hamnar i om hur betydelsen av själva ordet »uttjatat» ska utläsas. Vi anser ju att den vedertagna betydelsen av ordet, vilken finns representerad i till exempel en rad ordböcker, synonymböcker och ordlistor, är den i sammanhanget mest lämpliga. Men alldeles säkra på att respondenterna delar den uppfattningen kan vi inte vara. Genom att då också ställa en dylik öppen fråga, så skulle vi komma runt problemet, tänkte vi. Men dessvärre - när vi gör en bivariat analys de två variablerna emellan så skingras tvivlen endast i begränsad omfattning:

Tabell 4: Reaktion inför »vård, skola, omsorg» jämfört med 'Är begreppet uttjatat?'

	Positivt/lyssnar	Negativt/lyssnar ej	Totalt		
Ja	2	62	64	P-värde	0,0003
Nej	10	26	36	Sambandsmått	0,364
Totalt	12	88	100		

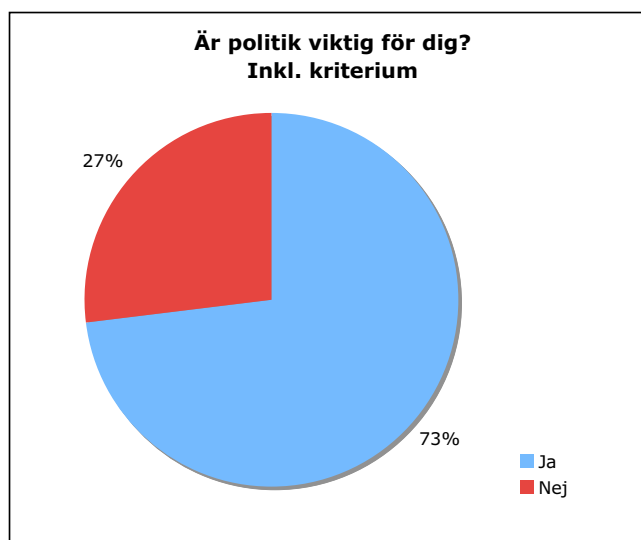
Det föreligger ett tydligt men inte alltför starkt samband (det vill säga all variation i den ena variabeln, förklarar ej all variation i den andra) med mycket hög signifikans, så att de som tycker att »vård, skola, omsorg» är uttjatat i lite högre utsträckning än de som inte tycker att »vård, skola, omsorg» är uttjatat, på frågan om vad de tänker när de hör en politiker eller någon annan prata om »vård, skola, omsorg», reagerar negativt/låter bli att lyssna. Ett annat sätt att se samma samband är att bland de som reagerar negativt/inte lyssnar när de hör »vård, skola, omsorg», tycker 70% (eller 62 stycken) att »vård, skola, omsorg» är uttjatat, medan det bland dem som reagerar positivt och lyssnar bara är 17% (eller 2 stycken) som tycker att det är uttjatat. Det som ligger bakom det lite lägre sambandsvärdet är de 26 respondenter som ej finner uttrycket »vård, skola, omsorg» uttjatat men som samtidigt reagerar negativt/låter bli att lyssna. Dessa respondenter har antingen en

annorlunda uppfattning om betydelsen av ordet »uttjatat» än vi, eller så blir blockerade när de hör »vård, skola, omsorg» av helt andra anledningar än de som kan knytas till begreppet »vård, skola, omsorg» och dess användning. En sådan anledning skulle kunna vara starka antipatier mot allt vad politisk retorik heter. I så fall finns det anledning att tro att dessa 26 respondenter vi pratar om, på en annan fråga i vår undersökning - »Är politik viktigt för dig?» - har svarat nej. Ett »kriterium» i Statview ger oss en analys i vilken endast de 26 aktuella respondenterna ingår och då blir det så här:

Tabell 5: Är politik viktigt för dig? (Inkl kriterium)

	Antal
Ja	19
Nej	7
Total	26

Figur 7-7

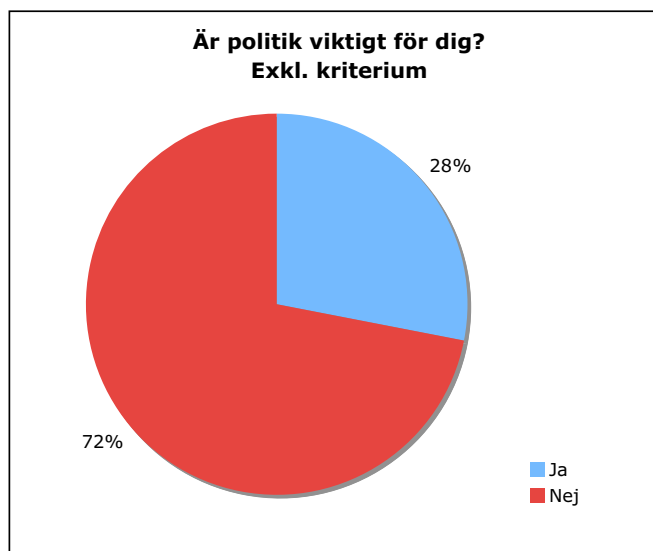


Och en analys i vilken ingår samtliga våra respondenter ser ut så här:

Tabell 6: Är politik viktigt för dig? (Exkl kriterium)

	Antal
Ja	72
Nej	28
Total	100

Figur 7-8



En jämförelse ger vid handen att sådana kraftiga antipatier mot politisk retorik, eller åtminstone politik, som vi spekulerade i som en möjlig orsak till varför 26 av våra respondenterna till synes svarar inkonsekvent, är lika vanligt förekommande bland de som ingår i denna grupp om 26, som bland de resterande 74. Sålunda håller inte den förklaringen. Vi sluter oss istället till att de 26 som »felar» i vår undersökning helt enkelt definierar ordet »uttjatat» annorlunda än vi, så att vi, om vi istället ställt en fråga »Känner du att politiker och andra använder begreppet 'vård, skola, omsorg' lite för ofta och att begreppet har börjat tappa i slagkraft jämfört med tidigare?» - det vill säga helt enkelt samma fråga i betydligt mildare och mer inlindade ordalag - hade fått ett bättre sambandsvärde i

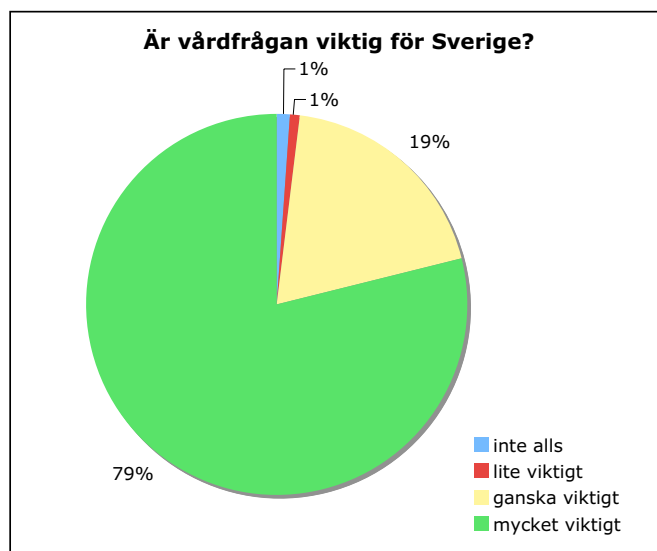
den bivariata analysen mellan variablerna »Vad tänker du när du hör 'vård, skola, omsorg'?» och »Är 'vård, skola, omsorg' uttjatad? Känner du att politiker och andra använder begreppet 'vård, skola, omsorg' lite för ofta...?» än vad vi får nu.

Vi frågade också våra respondenter om deras uppfattning i de respektive sakfrågorna vård, skola och omsorg. De fick då också ta ställning till om frågorna i sig var uttjatade. Resultatet när vi frågade om vård ser ut så här:

Tabell 7: Är vårdfrågan viktig för Sverige?

	Antal
inte alls	1
lite viktigt	1
ganska viktigt	19
mycket viktigt	78
Total	99

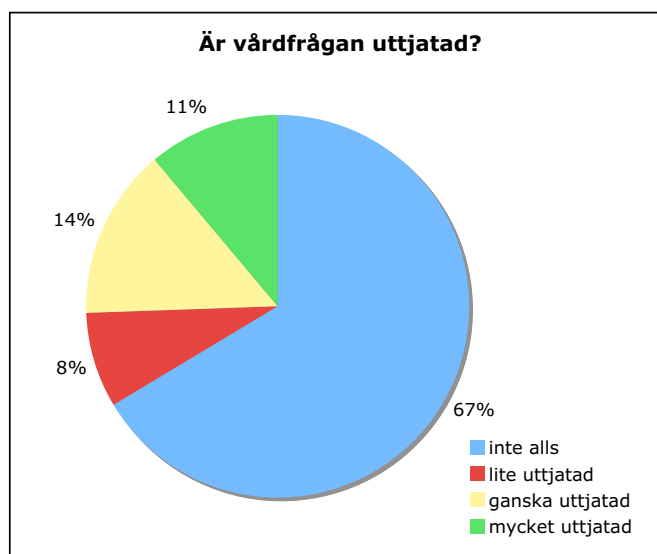
Figur 7-9



Tabell 8: Är vårdfrågan uttjatad?

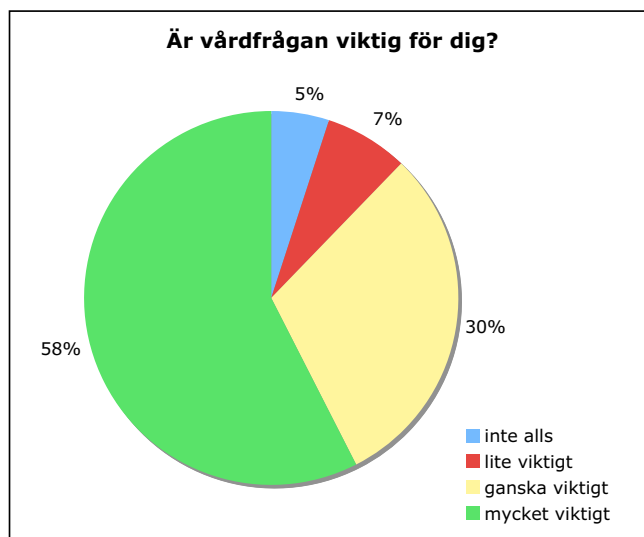
	Antal
inte alls	65
lite uttjatad	8
ganska uttjatad	14
mycket uttjatad	11
Total	98

Figur 7-10



Tabell 9: Är vårdfrågan viktig för dig?

	Antal
inte alls	5
lite viktigt	7
ganska viktigt	30
mycket viktigt	57
Total	99

Figur 7-11

Som synes är det tydligt att folk tycker att vård är en mycket viktig fråga såväl för dem själva som för Sverige. Den allmänna meningen är också att vårdfrågan inte alls är uttjatad. Samma tendens ser vi ifråga om skolfrågan och omsorgsfrågan. För att ha något att jämföra med, frågade vi om respondenternas uppfattning i en del andra politiska frågor. Vi frågade då om respondenterna tyckte att frågorna om kärnkraft, skatter, miljö och pensioner var viktiga och uttjatade frågor. Resultatet för kärnkraft ser ut så här:

Tabell 10: Är kärnkraftsfrågan viktig för Sverige?

	Antal
inte alls	20
lite viktig	13
ganska viktig	21
mycket viktig	45
Total	99

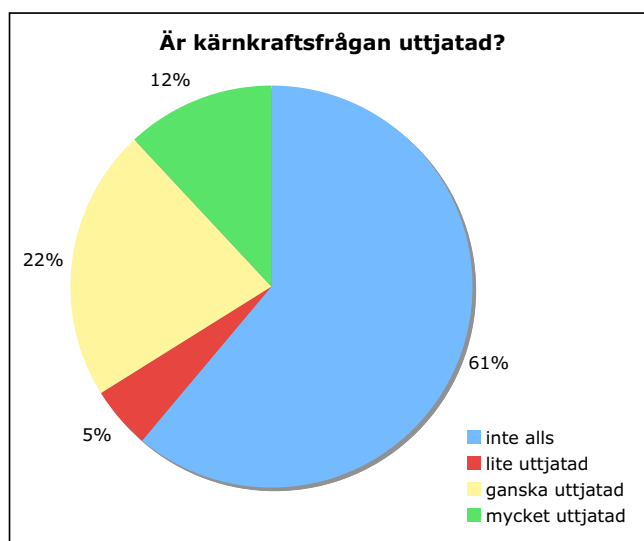
Figur 7-12

Tabell 11: Är kärnkraftsfrågan viktig för dig?

	Antal
inte alls	39
lite viktig	12
ganska viktig	14
mycket viktig	35
Total	100

Figur 7-13**Tabell 12: Är kärnkraftsfrågan uttjatad?**

	Antal
inte alls	61
lite uttjatad	5
ganska uttjatad	22
mycket uttjatad	12

Figur 7-14

Som synes är det fortfarande många som tycker att kärnkraft är en viktig politisk fråga, men i jämförelse med vårdfrågan, skolfrågan och omsorgsfrågan så är det betydligt färre. Det är dessutom så att en dryg tredjedel av våra respondenter tycker att kärnkraftsfrågan är ganska eller mycket uttjatad. Samma sak, både med avseende på om de är viktiga och om de är uttjatade, gäller för de andra frågorna - miljö, skatter och pensioner - i jämförelse med de respektive vård-, skola- och omsorgsfrågorna. Observera att vi undersökte respondenternas inställning till dessa sakfrågor, innan vi började prata om begreppet »vård, skola, omsorg». Därför menar vi att de attityder respondenterna har givit uttryck för beträffande sakfrågorna, inte beror på att de förstod att det var »vård, skola, omsorg» vi ville prata om. Slutsatsen utifrån dessa resultat är att diskrepansen mellan människors värdering av sakfrågorna vård, skola och omsorg, och deras värdering av begreppet »vård, skola, omsorg» är uppenbar. Denna diskrepans ger oss ytterligare vatten på vår kvarn när vi hävdar att folk finner uttrycket »vård, skola, omsorg» uttjatad - till och med så uttjatad att de blir blockerade när de möts av det.

Genom detta menar vi att de eventuella tvivel kring huruvida begreppet uppfattas som uttjatat eller ej, nu fullständigt skingrats. De enda invändningar som nu kan resas mot vår undersökning är de som gör gällande att våra resultat inte är tillförlitliga. För att bemöta dessa invändningar tänker vi också redovisa en del resultat som inte direkt kan knytas till denna uppsats syfte eller frågeställningar, men som på grund av sin överensstämmelse med tidigare genomförda kvantitativa undersökningars resultat eller med annan vedertagen kunskap, stärker vår undersöknings trovärdighet.

Ett sådant resultat är följande:

Tabell 13: Vilket parti pratar mest om »vård, skola, omsorg?»

	Antal	Procent
M	10	11,8
Fp	12	14,1
Kd	5	5,9
S	32	37,6
V	5	5,9
Mp	1	1,2
Okänt/vet ej	4	4,7
Alla/likadant	16	18,8
Total	85	100



Figur 7-15

Visserligen gav denna fråga upphov till ett internt bortfall på 15 personer, vilket i sig är ett skäl så gott som något till att inte dra för stora växlar på resultatet. Men bilden är ändå så klar att den är svår att bortse ifrån. Socialdemokraterna anses prata mest. Detta stämmer väl överens med det som sedan våra intervjuer med representanter för de politiska partierna gav vid handen, nämligen att socialdemokraterna baserade sitt valprogram på att hävda »kärnverksamheterna före sänkta skatter»⁹⁸ eller med andra, och socialdemokraternas egna ord - »Det som gäller är 'vård, skola, omsorg'», »Vi måste satsa på 'vård, skola, omsorg'».⁹⁹ Vi har från två av varandra oberoende källor fått samma resultat.

Ett mycket tydligt samband med mycket hög signifikans är att de som inte tycker att »vård, skola, omsorg» är uttjatat, inte heller tycker att det pratas för mycket »vård, skola, omsorg», och att av de

98. Clara von Otters egna ord från intervjun 991201

99. ibid.

som tycker att »vård, skola, omsorg» är uttjatat är det 16% som tycker att det pratas för lite, 32% som tycker det pratas lagom och mer än hälften som tycker det pratas för mycket.

Tabell 14: 'Hur pratas det om »vård, skola, omsorg?» jämfört med 'Är begreppet uttjatat?'

P-värde	<0,0001
Sambandsmått	0,459

	för lite	lagom	för mycket	Totalt
Ja	10	20	33	63
Nej	16	17	3	36
Totalt	26	37	36	99

Ett annat resultat från vår undersökning vilket visar på reliabiliteten är detta. Kvinnor tycker i högre utsträckning än män, att miljö är en viktig politisk fråga för Sverige. Detta är ett bra tecken på att vår undersöknings resultat kan innehålla ett visst mått av sanning eftersom kvinnor generellt sett, mer än män, tycker miljöfrågor är viktiga. Detta kan man verifiera i till exempel SCB:s undersökningar.¹⁰⁰

Tabell 15: 'Är miljön en viktig politisk fråga för Sverige' jämfört med 'Kön?'

P-värde	0,0254
Sambandsmått	0,307

	Man	Kvinna	Totalt
inte alls	5	0	5
lite viktigt	4	3	7
ganska viktigt	15	9	24
mycket viktigt	25	38	63
Totalt	49	50	99

Ett samband som åtminstone delvis följer våra förväntningar är det som finns mellan »intervjuställe» och »placering på höger-/vänsterskalan» så att det är många fler i Sigtuna som placerar sig i mitten än i Skärholmen och på Karlaplan, och att nästan 80% av de på Karlaplan placerar sig lite

100. <http://www.scb.se>

till höger (33%) eller till höger (45%). Det är dessutom fler som står till vänster i Skärholmen, än i Sigtuna och på Karlaplan tillsammans.

		Karlaplan	Skärholmen	Sigtuna	Totalt
Tabell 16: 'Placering på höger/vänsterskalan?' jämfört med 'Intervjuplats'	Vänster	3	7	3	13
	Lite vänster	1	4	2	7
	Mitten	2	4	12	18
	Lite höger	11	6	8	25
	Höger	15	10	7	32
	Opolitisk	1	2	1	4
	Totalt	33	33	33	99
	P-värde	0,0418			
Sambandsmått	0,309				

Men detta samband är - trots att det till viss del var förväntat - problematiskt för vår undersöknings del. Detta eftersom övervikten åt höger bland de intervjuade totalt sett är remarkabel. På Karlaplan kan man förvisso anta att det finns en klar majoritet med borgerliga sympatier - om vi hade begränsat oss till att intervjua endast de som bodde på Karlaplan, vilket vi inte gjorde. Men om vi ändå antar att Östermalmsborna var klart överrepresenterade bland respondenterna på Karlaplan, kan man på goda grunder anta att de inte var det bland personerna vi intervjuade i Skärholmen - och ändå var högersympatisörerna klart fler än vänstersympatisörerna även där. På hela intervjumaterialet är det alltså klart fler högersympatisörer än vänster- och mittsympatisörer sammanlagt. Jämför man detta med allmänna uppfattningar om Sigtuna kommun, som traditionellt är socialdemokratiskt styrd, och Stockholms stad där majoriteten brukar växla - det vill säga kommuner med antingen fler vänstersympatisörer (Sigtuna) eller med ungefär jämstarka block (Stockholm) bör detta leda till eftertanke.

Som vi ser det kan det finnas flera skäl till att vi fått detta resultat. För det första kan det vara så att våra respondenter, om vi antar att de motsvarar en grupp genomsnittliga väljare, inte röstar som de tycker. Detta kan bero på antipatier mot ledande företrädare för partier man i grund och botten sympatiserar med, eller andra skäl. En undersökning av vilka dessa skäl är, ligger dock utanför denna uppsats ämne och vi lämnar den gärna vidare till någon annan. En annan förklaring kan vara att vi helt enkelt fått tag på fel personer. Dessa intervjuer har utförts under dagtid på vardagar och i centrumläggningar (i Sigtuna fanns inget direkt köpcentrum, men det finns någon slags stadskärna med butiker, torg och bussterminal samlade inom gångavstånd) på tre ställen med vitt skild karaktär:

Karlaplan ligger i hjärtat av Östermalm och de som bor i närheten är en exklusiv skara. Dock är det inte nödvändigtvis exklusivt att arbeta kring Karlaplan - snarare tvärtom. Detta faktum att det inte »enbart» är »högavlönade högutbildade akademiker» som arbetar kring Karlaplan verkar dock inte ha gett något avtryck i vår undersökning. Man kan fundera på om det finns statushierarkier inte bara mellan yrken etc utan även inom yrken och då framförallt relevant i detta fall, kan det vara så att människor i lågstatusyrken med borgerliga sympatier gärna söker sig till en exklusiv miljö när de söker arbete och vice versa? Vi har inget svar på denna fråga. En omvänd frågeställning som vore intressant att ställa sig när man ser dessa siffror skulle kunna vara: Varför är den borgerliga majoriteten på Karlaplan inte större?

Skärholmen å andra sidan är en ganska sliten miljonprogramsforort (som förvisso genomgår extensiva renoveringar i detta nu) med ganska dåligt rykte och en hög invandrarkoncentration, men inte heller där kunde man hitta en vänstermajoritet bland de tillfrågade. Inte ens om man tolkade alla som sa sig vara i mitten som vänster blir det en majoritet. Om vi försöker matcha dessa siffror med våra förväntningar (som var att vi skulle hitta en klar vänstermajoritet i Skärholmen) kan en förklaring bestå av två delar: för det första stötte vi på betydligt fler invandrare i Skärholmen än på Karlaplan som inte kunde göra sig förstådda på svenska när vi skulle inleda intervjuerna.¹⁰¹ Det är möjligt att dessa står till vänster. Å andra sidan, som det står i fotnoten nedan, var vi inte intresserade av deras åsikt eftersom vi undersökte ett begrepp som kräver svenska för att förstås. Vidare kan det vara så att åtminstone inom vissa invandrargrupper frodas entreprenörskapet, och småföretagare är av tradition typiskt borgerliga väljare.

Sigtuna valde vi för att det ligger lite avsidet och snarast har en småstadsprägel (till skillnad från Karlaplan som är typisk för Stockholms innerstad och Skärholmen som en utpräglad miljonprogramförort med tunnelbana). Sigtuna kan sägas leva sitt eget liv och är, relativt sett, inte så influerat av Stockholm. Författarna har haft vissa diskussioner om vad vi hade för förväntningar på resultaten från Sigtuna utan att vi kommit till något slutgiltigt svar. En sak är dock säker, Sigtuna kommun är traditionellt socialdemokratiskt styrd. Man kan, om man är hårdhänt i tolkningen av våra siffror hävda att detta syns - men då får man tolka alla mittensympatisörer som kryptosocialdemokrater, men inte ens då blir det en särskilt stor vänstermajoritet.

Ser man till siffrorna till deras helhet är det ändå svårt att förklara avvikelsen från resultatet i till exempel senaste landstingsvalet (som är ett val alla i 08-regionen får delta i - dvs vi slipper tänka på att någon i Skärholmen kanske egentligen bodde i Huddinge osv). Vi har dessutom haft en borgerlig majoritet i landstinget och vanligtvis tappar den sittande majoriteten röster under mellanvalsperioder - hade vi gjort den här undersökningen före förra valet antyder detta att vi hade fått en ännu tydligare borgerlig övervikt. Inte heller ålder och könsfördelning kan förklara våra siffror. Medelåldern bland respondenterna är drygt 45 år och könsfördelningen är jämn. Det finns inte heller några stora skillnader mellan intervjuställena med avseende på dessa faktorer.

Om vi ska gissa vad det är som ligger bakom våra siffror finns det några punkter att nämna:

- Högerväljare kanske har arbeten som gör att de kan gå i köpcentrum på dagtid på vardagarna oftare än vänsterväljare.
- Vänsterväljare kanske drar sig för att svara på den här typen av enkäter. När vi gick fram till människor vi ville intervjua presenterade vi oss med att *»vi kommer från Stockholms universitet där vi håller på och skriver en c-uppsats»*. Det är inte otänkbart att detta kan ha verkat avskräckande på människor utan akademisk utbildning.

Varför är då detta problematiskt för vår undersöknings del? Eftersom vi har fler som står till höger än till vänster, kan den misstänksamme tänkas se chansen att förklara att majoriteten håller uttrycket »vård, skola, omsorg» för att vara uttjat, med att våra respondenter tycker att Socialdemokraterna har pratat mest om »vård, skola, omsorg» och att man kan anta att våra respondenter - eftersom de till övervägande delen placerar sig till höger på den politiska skalan - tycker illa om socialdemokraterna varvid de också tycker att det socialdemokraterna för fram är tjatigt, alltså

101. Eftersom vi var intresserade av vad de som röstar tycker om VSO-begreppet hade vi bestämt oss för att inte ens inleda intervjuer med personer vi inte kunde kommunicera på svenska med. Skälet till detta var att VSO för det första är ett svenskt begrepp och en översättning av det gör hela frågeställningen meningslös. Dessutom antog vi att de flesta som inte kunde kommunicera på svenska varken hade rösträtt i riksdagsvalet alternativt utnyttjade sin rösträtt, och därigenom inte var relevanta för vår undersökning.

uttjatat. Men en analys som vederlägger de misstankar som vårt något skeva urval av höger-/vänstersympatisörer eventuellt kan ge upphov till ser ut så här:

Tabell 17: 'Placering på höger/vänsterskalan?' jämfört med 'Är begreppet uttjatat?'

P-värde	0,6797
Sambandsmått	0,178

	Vänster	Lite vänster	Mitten	Lite höger	Höger	Opolitisk	Totalt
Ja	9	5	11	19	18	2	64
Nej	4	2	7	6	14	2	35
Totalt	13	7	18	25	32	4	99

Detta visar att inget samband finns mellan hemvist på den politiska höger-/vänsterskalan och om »vård, skola, omsorg»-begreppet befinns vara uttjatat eller ej. Motsvarande samband saknas även ifråga om andra bakgrundsvariabler.

Ett kriterium som utesluter de svar där respondenten ej har angett vilket parti som är mest trovärdigt ifråga om »vård, skola, omsorg» ger starkt samband med mycket hög signifikans mellan variablerna »*Vilka har störst trovärdighet när de pratar om 'vård, skola, omsorg'?*» och »*Placering på den politiska skalan*». Sambandet är sådant att de som står till vänster tillskriver Socialdemokraterna och Vänsterpartiet störst trovärdighet, medan de som står till höger tillskriver de borgerliga partierna - framförallt Kristdemokraterna och Moderaterna - störst trovärdighet. Vi tycker att detta är ganska intressant. Generellt är det inte överraskande att man tror gott om sitt eget parti, men att Socialdemokraterna får ett så gott betyg av vänsterväljare - där sannolikt de allra flesta väljarna är Socialdemokrater - är åtminstone noterbart (trots det senaste valet är S mycket större än V). Detta eftersom Socialdemokraterna de facto haft regeringsmakten under i stort sett hela det moderna Sveriges historia. Därmed kunde de, i högre grad än de andra partierna, förväntas hållas skyldiga av

väljarna för eventuella missförhållanden som råder inom de respektive institutionerna vård, skola och omsorg. Men detta till trots, verkar väljarna alltså »förlåta» dem. Så här ser sambandet ut:

		M	Fp	Kd	C	S	V	Mp	Totalt
Tabell 18: 'Placering på höger/vänsterskalan?' jämfört med 'Vilka pratar om begreppet?' P-värde 0,0005 Sambandsmått 0,408	Vänster	0	0	0	0	4	6	0	10
	Lite vänster	1	0	1	0	3	0	0	5
	Mitten	1	2	1	1	4	1	1	11
	Lite höger	6	2	6	0	2	1	0	17
	Höger	17	3	7	0	1	2	0	30
	Opolitisk	1	0	1	0	0	0	0	2
	Totalt	26	7	16	1	14	10	1	75

Detta resultat föranleder en tolkning att partipreferenserna utgör ett skynke från vilket människor i allmänhet inte har lyckats frigöra sig - det vill säga vilket parti man har förtroende för, beror på vilket parti man sympatiserar med. Är man socialdemokrat så tycker man att socialdemokraterna har störst trovärdighet när de pratar om »vård, skola, omsorg», och är man moderat så tycker man att moderaterna har störst trovärdighet när de pratar om »vård, skola, omsorg». Svagheten med denna tolkning ligger i att den förutsätter att folk som placerar sig till vänster respektive till höger på den politiska skalan, är vänsterpartister eller socialdemokrater respektive kristdemokrater eller moderater. För detta antagande har vi ingen grund. Sambandet kan dessutom precis lika gärna vara det omvända, det vill säga att människor först har bildat sig en uppfattning om vilket parti som de har störst förtroende för ifråga om »vård, skola, omsorg», och sedan väljer de att stödja detta parti så att om socialdemokraterna befinner sig vara mest trovärdiga så blir man socialdemokrat. Men fortfarande kvarstår detta med höger-/vänsterskalan och hur man placerar sig på den. Vi ser dock den första tolkningen som den mest intuitiva, och den tolkningen stärker vår undersöknings reliabilitet. Den gör så mot bakgrund av att annan forskning¹⁰² har visat att politiska preferenser i väldigt hög grad styr hur väljarna uppfattar budskap och avsändare.

Tyvärr kan inte riktig samma slutsatser dras beträffande sambandet mellan variablerna »*minst trovärdighet*» och »*Placering på den politiska skalan*». Därtill är signifikansvärdet alldeles för högt (=0,1889), och därför redovisar vi inte den frekvenstabellen. Men med det höga signifikansvärdet i åtanke syns samma tendenser även där, så att respondenterna som placerar sig till vänster tillskriver de borgerliga låg trovärdighet och vice versa. Slutligen ett litet påpekande beträffande sambandet mellan »*Vilka pratar mest om 'vård, skola, omsorg'?*» och »*Placering på den politiska skalan*». Det finns inget sådant samband. Vilket parti respondenterna anger som det som pratar mest har alltså ingenting att göra med deras politiska övertygelse.

I och med denna slutliga iakttagelse har vi redovisat resultaten från vår intervjuundersökning. Alltså kan vi säga om vår hypotes höll, eller om den vederlades. Det vi då säger är att i denna undersökning stod sig hypotesen om att folk uppfattar begreppet »vård, skola, omsorg» som uttjat. Och detta gäller folk i allmänhet - oavsett kön, ålder, placering på höger/vänster-skalan eller mer direkta erfarenheter från de respektive institutionerna vård, skola och omsorg. Men bara för

102. Asp 1 sidan 344ff

att vår undersökning bekräftade det vi förväntade oss, kan vi inte anse vår hypotes bevisad. Vi får nöja oss med att den inte är motbevisad.

7.2 INTERVJUER MED REPRESENTANTER FÖR DE POLITISKA PARTIENA

Att redovisa resultaten av våra intervjuer med representanter för de politiska partierna, är inte som i fallet med vår intervjuundersökning en fråga om att redovisa ett utfall och sedan diskutera det. För en mer komplett redovisning av utfallet av våra intervjuer, hänvisar vi till det analyschema som finns bilagt uppsatsen (Bilaga iii). Här kommer vi bara att redogöra för vår analys och de resultat denna genererade. Upplägget är sådant att vi först redovisar våra analyser för varje tema i schemat, och sedan analyserna för respektive parti. Att märka är att alla påståenden om partierna nedan, antingen härrör från intervjuerna med partiernas representanter, och då är de inte notade, eller någon annanstans ifrån, och då är de notade.

7.2.1 Tema - intresseorganisationer/trovärdighet

Centralt i svensk politik under hela 1900-talet ha varit det nära sambandet mellan fackföreningsrörelsen och det socialdemokratiska partiet, två grenar på arbetarrörelsens träd. Dominansen har varit påfallande, och långt in på 70-talet hade den socialdemokratiska modellen för ett välfärdsamhälle en sann hegemonisk ställning.¹⁰³ Det första egentliga samlade högerangreppet mot denna socialdemokratiska hegemoni kommer genom näringslivets omsvängning på 70-talet, när de genom sina intresseorganisationer börjar bedriva propaganda i syfte att förändra allmänhetens och partiernas värderingar mot en mer näringslivsvänlig attityd.¹⁰⁴ Att intresseorganisationer och trovärdighet är av intresse för politisk kommunikation ser vi därför som närmast självklart. Det blir än mer spännande mot bakgrund av en tendens vilken vi tycker oss se ha växt fram under senare år. Vårt intryck är nämligen att det i samhällslivet har blivit allt vanligare att den eller de som står bakom ett budskap vilket medialiserats till en allmänhet, inte är de som formellt står som budskapets avsändare. Inte minst genom den journalistiska rapporteringen kring det politiska spelet i Bryssel och EU (som bland annat har handlat om läkemedelsföretag som hittar på patientorganisationer att använda som lobbyverktyg och påtryckare i beslutsprocessen, så att den tar en vändning till gagn för läkemedelsindustrin och till skada för patienternas egentliga behov, så som de uttrycks av de riktiga, legitima och medellösa patientorganisationerna) har frågor väckts kring situationen här i Sverige.

Detta om intresseorganisationer och trovärdighet är helt klart ett tema som engagerar. Av partierna är det bara Socialdemokraterna som öppet erkänner att andra än partimedlemmar har inflytande på partiets politik. Moderaterna förnekar att de har ett formellt samband med till exempel SAF eller Industriförbundet, men detta nyanseras sedan när man medger att vissa annonser i olika tidningar med anknytning till Moderaterna är ganska dyra relativt marknadspriset. Det vill säga, företag och organisationer skänker inte pengar direkt till partiet men de betalar överpriser för att få annonsera i de olika M-organen. Från de andra vi intervjuade fick vi intrycket att de trodde att samröret mellan Moderaterna och framförallt SAF är mycket mer påtagligt än Moderaterna officiellt medger. Från Centern fick vi till exempel höra att Moderaterna lägger ut lika mycket pengar i valrörelserna som Socialdemokraterna, och att Centern inte förstår varför Moderaterna vill mörka detta och det faktum att pengarna kommer från bland annat SAF. Uppenbarligen är det en känslig sak för Moderaterna, och vi har spekulerat i om det kan ha sin förklaring i Moderaternas anti-korporativa retorik och politik. Om det starka inflytande som SAF med flera förefaller ha¹⁰⁵ över

103. Boréus sidan 53

104. ibid hela boken

105. ibid hela kapitel 3

Moderaterna skulle komma fram, så skulle den kritik Moderaterna riktar mot Socialdemokraterna - och som bland annat går ut på att Socialdemokraterna går fackets ärenden istället för att bry sig om landets bästa - kunna vändas mot Moderaterna själva lika gärna. Det kan vara för att undvika en sådan trovärdighetskris som Moderaterna mörkar sitt samröre med utomparlamentariska organisationer.

Miljöpartiets profil i detta sammanhang är intressant. De ser sig som ideologiskt tätt förbundna med en rad andra gröna organisationer som Naturskyddsföreningen och Greenpeace, och som den svenska parlamentariska grenen i en universell grön rörelse. Miljöpartiet är måna om denna koppling, men de värnar också såväl sin egen som de andra organisationernas integritet, utifrån ett trovärdighetsresonemang där trovärdigheten ses som kontextberoende. Därför, tycks de mena, skall de akta sig noga för ett för nära kommunikativt samarbete med till exempel Greenpeace. Vi utgår ifrån samma resonemang om trovärdigheten som kontextberoende när vi säger att Miljöpartiet borde söka ett sådant närmare kommunikativt samarbete med andra organisationer i den gröna rörelsen, just därför att trovärdighetens kontextberoende motiverar ett sådant närmande. Ideologiskt föreligger inga hinder vad det verkar. Ifråga om effektivt resursanvändning och strategisk måluppfyllelse (motsvarar i Sjöbloms analysmodell komponenterna »partiets mål» och »medel att nå detta mål») ser vi att gemensam planering, finansiering och uppföljning av kommunikationsinsatser, till exempel olika kampanjer, skulle gagna åtminstone Miljöpartiet men troligen också hela den gröna rörelsen som helhet. Och om ett så långt gånget samarbete, för Miljöpartiet, framstår som i mastigaste laget, så borde åtminstone en samordning av kommunikationsaktiviteter organisationerna emellan övervägas. Redan då kan nämligen de olika organisationerna kapitalisera på varandras kommunikation, vilket vi tror gagnar den gröna rörelsen som helhet. Vi menar helt enkelt att trovärdighet bör utnyttjas!

Det är möjligt att Miljöpartiets trovärdighet skulle naggas i kanten om ett intimt samröre med en utomparlamentarisk organisation som Svenska Naturskyddsföreningen uppdragas. Vi tror dock inte att så skulle bli fallet - men det förutsätter att Miljöpartiet är noggranna i sitt val av samarbetspartner. En organisation som Svenska Naturskyddsföreningen som uppfattas som seriösa och har en lång historia av tålmodigt opinionsbildande snarare än spektakulära aktioner bakom sig, och vad vi vet, egentligen aldrig har råkat ut för dålig eller kontroversiell publicitet är säkert ett bättre alternativ än Greenpeace. Detta eftersom, om samarbetspartnern skulle drabbas av en skandal, den negativa publicitet de då skulle drabbas av självklart skulle smitta av sig på Miljöpartiet. Vidare, de positiva sidorna och synergier vid ett samarbete med till exempel Svenska Naturskyddsföreningen skulle vara stora. Miljöpartiet förtroendekapital skulle sannolikt förmeras genom ett sådant samarbete, eftersom allmänhetens förtroende för det politiska systemet är lågt medan engagemanget i sakfrågor består, och Svenska Naturskyddsföreningen skulle få en politisk plattform som kunde föra fram deras förslag på ett sätt som tvingar de andra partierna och regeringen att ta ställning.

Kristdemokraterna har precis frigjort sig ifrån bilden av ett parti som för kyrkans och de troendes talan. Med deras egna ord: de har brutit fromhetsvallen. De har under en lång tid arbetat för att komma undan den kristna rörelsens inflytande och för att få ut detta till allmänheten. I det läget aktar sig Kristdemokraterna noga för att hamna i klorna på en ny intresseorganisation. De utsätts självklart för påverkan och lobbying - inte minst efter framgången i senaste valet. Men deras trovärdighet vilken bygger på att deras budskap är politiskt och inte religiöst, samt på att den politiska linje de driver - etik och moral, även i affärlivet - även ska gälla för dem själva, skulle fara mycket illa om de till exempel sponsrade Bibel 2000-kampanjen för att sprida de kristna värderingarna eller om de lånade sitt namn till en av SAF betald och genomförd kampanj. Längre fram tror vi Kristdemokraterna kommer att söka samarbete med SAF, men inte nu.

En jämförelse mellan Centern och Folkpartiet är också intressant inom ramen för temat intresseorganisationer/trovärdighet. De båda partierna visar upp slående likheter på område efter område, samtidigt som betydande skillnader de facto föreligger. En sådan skillnad är just sättet att närma sig detta tema. På det aktuella temat diskuterade vi länge och väl med Centerns representant om LRF:s roll - vilken vi tolkar som påtaglig vad gäller utformandet av Centerns politik och därmed också politiska kommunikation, trots att Centern ville tona ner samröret till »...ledande centerpartister har haft ledande positioner i LRF...» men inget mer - och om Centertidningar AB som Centerns tidningskoncern heter. Folkpartiets representant avfärdade först nykterhetsrörelsen och frikyrkorörelsen som intresseorganisationer och menade att deras inflytande i Folkpartiet var samtida med rösträttsaktivisternas. Det han istället framhöll som organisationer vilka Folkpartiet gärna samarbetade med var de vilka besitter sakkunskaper inom intressanta frågor, till exempel Lärarförbundet och TCO. Vårt intryck när vi kom till intervjun var att Folkpartiet nog var i klorna på Lärarförbundet. Vi såg det så att de hade varit framgångsrika med sin affischkampanj 1997-1998 och i sin lobbying mot partierna, och att de på så vis hade lyckats fånga Folkpartiet på kroken. Men när vi gick ifrån intervjun var bilden något mer nyanserad; kanske var det så att Folkpartiet lät sig fångas på kroken eftersom de såg att skolfrågan genom Lärarförbundets kampanj avancerade på den politiska dagordningen över viktiga frågor och att Folkpartiet genom att göra frågan till sin hjärtefråga skulle vinna opinionens stöd och medborgarnas röster inför riksdagsvalet 98. Intrycket vi fick var att Folkpartiet såg detta att surfa på Lärarförbundets våg som en chans att lyckas i valet - det vill säga ett strategiskt övervägande som resulterade i att Folkpartiet i princip gjorde Lärarförbundets krav till sin skolpolitik. En inte så självklar slutsats blir då att emedan Centern kanske står under LRF:s inflytande i högre utsträckning än vad de vill göra gällande, så har Folkpartiet istället »frivilligt» ställt sitt parlamentariska inflytande till förfogande för de intressegrupper vilka lyckats skaffa sig stöd i den allmänna opinionen.

Vänsterpartiets dilemma - i motsats till de andra partiernas - verkar, snarare än att värja sig mot försök från yttre påverkanskrafter att göra sig gällande, vara att vinna sådana intresseorganisationers gunst. Med vänsterpartisten pratade vi en del om att LO allt oftare förespråkar den politik som är Vänsterpartiets och inte Socialdemokraternas. En förening som Hyresgästföreningen, som traditionellt står Socialdemokraterna nära, har ett bostadspolitiskt program som i princip är samma som Vänsterpartiets. Ändå verkar dessa organisationer, om de får välja, hellre associera sig med Socialdemokraterna än med Vänsterpartiet. Det verkar fortfarande som om Vänsterpartiet trots de senaste åren allt starkare stöd i opinionen, inte verkar uppfattas som riktigt rumsrena på den politiska marknaden. De kommunistiska illgärningarnas ök tynger dem än.

Sammanfattningsvis är detta med intresseorganisationer och trovärdighet en problematik som partierna är medvetna om. De är angelägna om att framhålla sin självständighet gentemot intresseorganisationerna, just som en trovärdighetsskapande strategi. Detta kan mycket väl vara en riktigt strategi om man betänker att allmänhetens kognitiva schema för det politiska livet ser ut som det gör. Om politiken skulle framstå som ännu mer influerad av egenintressen och särintressen, är risken stor att »politikerföraktet» bara skulle späs på ytterligare. Samtidigt har partierna, möjligen med undantag för Miljöpartiet, de facto åtminstone informella band med olika intresseorganisationer (Socialdemokraternas band med LO är till och med formaliserat), vilket innebär att personer kan byta sfär, från partiet till organisationen, eller vice versa. Frågan är hur långt man som partiföreträdare, eller organisationsfunktionär, ska våga utveckla dessa samarbeten. Risken för partierna är att de kan förefalla sälja sig till högstbjudande - samtidigt som organisationerna kan stöta bort potentiella medlemmar som inte sympatiserar med det parti de lierat sig. Rimligen borde det vara enklast för mittenpartierna att associera sig med organisationer utan att stöta bort människor på något håll då många väljare har dessa partier som andra- eller tredjehandsalternativ.

Vi tror att partierna och olika intresseorganisationer har goda förutsättningar att uppnå betydande kommunikativa, närmast synergieffekter genom att ifråga om politisk kommunikation och opinionsbildning, söka samarbete. Visst kan man resa etiska frågetecken inför en sådan strategi, precis som vi har gjort här ovan, men det hindrar inte partierna från att åtminstone överväga sådana samarbeten. Det är alltid en avvägning man gör mellan fördelar och nackdelar, men någon gång kanske de finner att fördelarna överväger. Vi tror att sådan tillfällen finns.

7.2.2 Tema - Allmänt om politisk kommunikation

En generell iakttagelse är att partierna säger sig kommunicera sin politik genom att driva den på den parlamentariska arenan. Detta är en riktig utgångspunkt om de tänker sig de andra aktörerna på den politiska arenan som mottagare/medkommunikatörer i den kommunikationsprocessen. Ser man däremot att allmänheten är medkommunikatörer blir bilden något mer komplicerad. Partierna tycks då förlita sig på att massmediernas rapportering om det som händer på den parlamentariska arenan, ska nå opinionen så att de kan ta emot de politiska budskap som partierna menar att den politik de driver, genom själva drivandet av den, tydliggör. Bland annat mot bakgrund av det vi tidigare i uppsatsen har diskuterat om relationen politik, massmedia och medborgare, gör vi gällande att partierna borde tänka om. Observera att den delen av vår diskussion under rubriken »Politikens medialisering» som behandlar möjliga strategier för politiker att bemöta massmedia på och därvid utnyttja den politiska journalistiken för sina egna syften, inte är tillämplig här. Detta eftersom partierna gör gällande att de kommunicerar sin politik genom att agera på den parlamentariska arenan mot de andra politiska partierna utan att - åtminstone som vi förstår det - inkludera massmedia och journalister som en aktör på den denna arena. Massmedia ses istället som en aktör på den politiska arenan genom att rapportera till allmänheten om det som sker på den parlamentariska arenan. Med den synen, som vi alltså tycker att partierna själva ger uttryck för, så innebär partiernas agerande att de lägger sina kommunikativa öden i mass medias händer. Den bild av det politiska budskap vilket man som parti tycker att politiken man driver genererar, kan genom mass medias försorg komma att se helt annorlunda ut hemma i TV-sofforna runt om i landet, än partierna tänkt sig. Möjligheten att påverka den bilden har partierna avhänt sig genom att begränsa kommunicerandet av sin politik till att vara detsamma som att driva sin politik.

Ett ytterligare skäl till varför partierna borde tänka om är att den kommunikation som går genom massmedierna är en envägs kommunikation, åtminstone i betydelsen att meddelandena endast går i en riktning åt gången. Den omedelbara återkopplingen uppstår inte. Eftersom alla partier utöver att de kommunicerar genom att driva sin politik, även gör gällande att dialogen är viktig för dem, så är ju också detta att lita till envägs kommunikation motsägelsefullt. Men det tar inte slut där. Den kommunikationsprocess som tecknas här ovan, med ett budskap som genom mass medias rapportering ska nå opinionen, förutsätter en publik som finns där redo att ta emot budskapet. Men det har vi också visat, att allmänheten värjer sig mot politiska budskap. Inte därför att de håller för sann en annan uppfattning än den budskapet gör gällande, utan därför att det är politik det handlar om. En framgångsrik kommunikationsinsats är inte möjlig utan en mottagare/medkommunikatör. Det är också ett skäl till varför vi tycker att partierna i denna aspekt på hur politik kan kommuniceras borde ändra inställning.

I andra aspekter uppvisar partierna istället en förvånande medvetenhet kring kommunikationens spelregler. Vänsterpartiet pratar om vikten av dialog, att ta folks oro på allvar, ett bemyndigande av väljaren ungefär. Kristdemokraterna pratar om att kraftsamla hela rörelsen kring en fråga i taget för att bryta igenom mediebruset, och om att väljarna väljer efter vilka frågor de tycker är viktiga så att det gäller för Kristdemokraterna att långsiktigt arbeta in några profilfrågor där de kan uppfattas som bästa parti. Miljöpartiet fokuserar den interna kommunikationen. Genom att delaktiggöra partimedlemmarna tänker man sig att medlemmarnas engagemang ska öka och att de ska fungera som vidareinformatörer. Denna strategi att flera budbärare ska ge effektivare kommunikation,

kommer bland annat till uttryck i att Miljöpartiet som enda parti har två likvärdiga frontfigurer utåt, två språkrör. Moderaterna har en mycket uttalad tvådelad strategi. I mellanvalsperioderna satsar man uteslutande på att förskjuta allmänhetens värderingar åt höger, medan man i valrörelser koncentrerar sig på att gjuta mod i och mobilisera kärntrupperna för att de ska gå ut bland vänner och bekanta och prata moderat politik. Folkpartiet har kommit fram till att lyckad kommunikation inte så mycket är en fråga om vilket budskapet är, som det handlar om vem avsändaren är (kanske utifrån en rationaliseringsprincip som säger att eftersom folk inte gillar Folkpartiets budskap, som vi alla vet är perfekt och det bästa möjliga, så måste felet istället vara att det är just Folkpartiet som för fram det folkpartistiska budskapet). För Centerns del är det de för tillfället rådande omständigheterna som styr utformningen av partiets politiska kommunikation. De analyserar varje situation för sig, och anpassar sig till de styrande faktorer som kännetecknar varje situation. De ska i all sin kommunikation utstråla kompetens i betydelsen »besitter sakkunskap», och ansvarstagande i betydelsen »skyr inte de svåra besluten». De vill uppfattas som regeringsdugliga helt enkelt. Socialdemokraterna slutligen uppvisar en förvånande självkritisk hållning, där man gärna tillstår att många fel har begåtts i kommunikationen. För deras del handlar politisk kommunikation mycket om klassisk arbetarrörelseretorik och agitation. Om att bryta ner budskap till konkreta, kognitivt hanterbara enheter, och om att övervinna problemet att så intimt förknippas med regeringsmakten i landet. Socialdemokratisk politisk kommunikation uppfattas lätt som att det är makten som kommer och lägger sig i, och det socialdemokratiska språket blir lätt till maktens språk; ett problem som man har att hantera.

Sammantaget tycker vi att detta visar på en strategisk medvetenhet kring politisk kommunikation. Alldeles särskilt om man håller i minnet de begränsade resurser, för att inte säga obefintliga resurser som flera av partierna har att utgå ifrån i sin kommunikation. Ett genomgående drag vi däremot finner mindre smickrande är den fullständiga övertygelsen som alla partier delar: att vad som än har gått fel ifråga om politisk kommunikation, så inte beror det på att människor i allmänhet tycker att partiets politik är fel, dålig, orättvis, orealistisk, dumdristig eller vad man nu kan tänka sig för annat nedsättande adjektiv. Felet ligger alltid, utan undantag, i att partiet inte nådde allmänheten/medborgarna med sin politik. Vi skulle vilje se en större ödmjukhet på den fronten, så att inte alla politiska misslyckanden alltid tillskrevs den egna oförmågan att nå fram med sitt budskap.

Men det är trots detta svårt att kritisera de politiska partiernas kommunikationsstrategier sådana vi upplever dem. Det är till och med svårt, och särskilt svårt är det för oss, att föra fram den kritik vi gör i stycket ovan. Ett mycket bra skäl till varför partierna skulle fokusera just sin oförmåga att kommunicera sin politik - istället för att ägna sig åt självrannsakan ifråga om den politik man faktiskt driver är bra eller dålig - levererar vi nämligen själva. Skälet vi för fram består i att vi bestämmer allmänhetens negativa kognitiva schema för politik, som någonting oerhört svårt att forcera utifrån komplexiteten - bestående av en stor mängd variabler med inbördes beroendeförhållanden vilka i princip är omöjliga att bestämma - i det som utgör påverkansfaktorer för den politiska kommunikationens effektivitet. Huruvida allmänhetens negativa inställning till politik överhuvudtaget går att övervinna, är således beroende av så många olika faktorer i kommunikationsprocessen att ingen strategi i världen kan täcka in dem alla. Men trots detta lyckas partierna ibland vinna allmänhetens stöd. Om partierna då uppfattar att varken de eller allmänheten har ändrat sig ifråga om politik och åsikter, så blir ju slutsatsen den att kommunikationsinsatsen lyckats. Från den slutsatsen är steget till den omvända slutsatsen inte långt, det vill säga att om partiet inte lyckats vinna allmänhetens stöd, så har kommunikationsinsatsen misslyckats.

Kritiken fastnar lätt i halsen även utifrån andra perspektiv. Ett sådant är att partierna trots allt är medlemsorganisationer. Inget parti har ju som syfte med sin verksamhet att göra det den yttre opinionen vill. Partierna antar istället ett politiskt program efter deras medlemmars politiska preferen-

ser. Detta gör att partierna är sina medlemmar, och måste vända sig inåt mot sina medlemmar i väldigt hög utsträckning. De måste lyssna inåt - allt annat vore att »springa ifrån sig självt». Det arbete de lägger ner för att kommunicera utåt är så totalt beroende av resurser och inre sammanhållning i partiet. Ett det minsta splittrat parti är ett parti utan inre resurser, och ett parti som måste agera inåt innan det kan vända sig utåt. Ett visst minimum av sådana inre resurser krävs nämligen för att möjliggöra den kontinuitet i det externa kommunicerandet och relationsskapandet som på lång sikt bygger upp förtroendekapital, medvetenhet, och så vidare. Eftersom alla partier alltså är sin medlemmar, så blir vår kritik mot partierna ytterst en kritik mot deras medlemmars politiska vilja. Och att kritisera någons vilja att göra och åstadkomma något, kan kännas mer än lovligt besserwiseraktigt.

Samtidigt som ovanstående förstås är sant, så måste ett partis mål vara att nå väljarna och vinna deras röster, ty dem förutan kan det politiska programmet aldrig förverkligas. Och likaväl som detta gäller, måste det inflytande den rådande parlamentariska situationen ger möjlighet till, utnyttjas så att partiet påverkar samhällsutvecklingen. Det är alltså inte bara partimedlemmarnas vilja som styr ett partis agerande, fler aspekter¹⁰⁶ spelar in. Vilka dessa aspekter är, och det dilemma de sammantaget tecknar i det partipolitiska spelet, sammanfattas i den tidigare nämnda Sjöbloms modell.¹⁰⁷ Istället för kritisera partiernas sätt att väga alla dessa aspekter mot varandra i formulerandet av en kommunikationsstrategi, inriktar vi istället vår kritik av partierna på deras bristande självinsikt. Denna kom till uttryck så att ovanstående resonemang om komplexiteten i alla aspekters grad av inverkan på slutresultatet, förvisso stämmer - men att partierna aldrig framhöll detta som skäl till sitt agerande; som det som styr deras utformande av den politiska kommunikationen. Istället menade partierna att om folk bara lyssnade och om resurserna fanns, så skulle det kommuniceras mycket mer utåt och då skulle deras politik vinna folkets stöd.¹⁰⁸ Vår kritik kan sammanfattas som så: Partierna gör rätt relativt, men om detta saknar de insikt - de tror att de gör fel och att det som fattas dem är resurser.

Vår bedömning av partiernas sätt att kommunicera sitt budskap är till största delen positiv. De har vissa förutsättningar och begränsningar de måste anpassa sig till och denna anpassning gör de på ett i huvudsakligen framgångsrikt sätt: En möjlig skillnad mellan oss och partierna är att de förefaller basera sina strategier på erfarenhet, samtidigt som vi är lite mer teoretiska, men vi tror att oavsett utgångspunkt skulle resultatet bli ungefär detsamma. Partiernas huvudproblem är inte den tekniska/metodologiska aspekten på kommunikation - vad de än säger så sitter de i en gynnsam situation rent medialt sätt:

- de får alltid viss uppmärksamhet från media
- de har flera år på sig att kommunicera nya budskap
- de kommunicerar något som många bryr sig om, det vill säga sakfrågor

Jämför det med en reklamkampanj för Kinderegg® som går en vecka - där måste man göra precis rätt för att få uppmärksamhet. Partierna skulle behöva vara fullkomliga nollor för att inte få ut sitt

106. Kommunikation ingår som en integrerad förutsättning för alla uppräknade aspekter, så att en knapphet i resurser entydigt måste medföra prioriteringar i enlighet med vad står skrivet ovan. Av den anledningen kan det vara befogat att ifrågasätta de för partistödets bakomliggande principerna vilka ger de partier med fler riksdagsmandat mer resurser än de partier med få riksdagsmandat. Denna fördelning kan om det vill sig illa bidra till att cementera partiernas inbördes storlek och inflytande, istället för att kompensera för de ojämlikheter i resurser som ändå föreligger. Ett hot mot - om inte demokratin - så åtminstone den vitala, levande demokratin?

107. Kronvall sidan 21

108. Ett argument för detta resonemang står att finna i det faktum att de två överlägset största partierna i svensk politik, också är det två partier med överlägset mest resurser. Men vi frågar då om de är störst för att de är rikast, eller om de är rikast för att de är störst; vi påminner samtidigt om partistödets utformning.

budskap till väljarna något sånär med de förutsättningar de har. Problemet är istället ett annat - innehållet i det de kommunicerar. Man kan bara bluffa i marknadsföring en begränsad tid, förr eller senare kommer någon att kräva korten på borden. Med detta vill vi säga att de partier som klagar på att deras budskap inte kommer fram, kanske snarast ska vara glada över detta.¹⁰⁹

Åtminstone om det är så som vi i förra stycket menade, att detta att de inte kommer ut med sitt budskap, är en felaktig bild. Då återstår det bara en variabel att ändra på: budskapet! Partierna skulle behöva revidera sina partiprogram mycket snabbare, självklart utan att ge avkall på kravet om tydlighet (detta kräver en utvecklad ideologi i botten). Det gäller dessutom alla partier, även framgångspartier som Kristdemokraterna och Vänsterpartiet; dagens framgångspartier är morgondagens förlorare.

7.2.3 Tema - Målgrupper

Innan intervjun hade vi vissa förningar om att målgruppstänkandet skulle ses som lite oetiskt bland partierna. Detta utifrån ett resonemang om att partierna skulle finna det omoraliskt att sträva efter regeringsmakten - vilket kan ses som att företräda det samlade svenska folket - genom att i samhället endast välja ut enskilda grupper och anpassa sin politik efter dessa gruppers åsikter eller behov för att på så vis vinna deras stöd och röster. Men något sådant resonemang var det inget parti som gav uttryck för. Från höger till vänster var det bara en fråga om att utnyttja sina resurser på effektivast möjliga vis.

Hur de olika partierna arbetar med målgrupper skiljer sig lite åt. Socialdemokraterna till exempel ser invånarna i medelstora städer, LO-kollektivet och TCO-medlemmar som sina målgrupper. Men de gör också en uppdelning i mellanvalsperiod och valrörelse så att de i valrörelser delar in väljarna i kategorier enligt »säkra», »troliga» och »osäkra» röster. Resurserna riktas sedan mot de osäkra utifrån ett antagande om att det som sägs till dessa, det politiska budskap som når den gruppen, inte riskerar att skrämna iväg några i de andra grupperna. Något som skulle kunna hända om resursprioriteringen varit den omvända. Moderaterna agerar också olika på detta tema beroende på vilken fas i mandatperioden man för tillfället befinner sig i, men vänder på steken jämfört med Socialdemokraterna. Moderaterna riktar i valrörelser istället all sin uppmärksamhet mot de säkra väljarna i syfte att få dem att engagera sig och fungera som vidareinformatörer, det vill säga prata moderatpolitik med vänner, familj och bekanta. Kristdemokraterna säger sig också arbeta mycket med målgruppstänkande, samtidigt som man berättar att de väljargrupper som tillkom i senaste valet i stort kom fullständigt oväntat för partiet. Det Kristdemokraterna själva hade satt upp som målgrupper och de som sedan faktiskt röstade på Kristdemokraterna visade sig till stor del vara två olika grupper. Detta att andra än de förväntade attraherades av Kristdemokraternas budskap, är något som man fortfarande försöker överblicka och hantera. Det kommer i alla fall att få konsekvenser för Kristdemokraternas politiska kommunikation.

De som sticker ut mest ifråga om målgruppstänkande är Centern. De ger i ganska raljerande ordalag uttryck för en skepsis så att de inte säger sig tro på att målgrupper för ett budskap fungerar. Men samtidigt agerar de utifrån målgruppstänkandet. De gör alltid någon specialaktivitet för sina trogna kärnväljarna lantbrukarna i varje val. I senaste EU-valet valde Centern en väldigt intressant strategi där målgruppen var de egna medlemmarna. Man såg att om alla medlemmar gick och röstade och de tog med sig några bekanta, så skulle det räcka för att Centern skulle få behålla sina två mandat i EU-parlamentet. Förutsatt att alla i målgruppen, det vill säga medlemmarna, röstade på Centern förstås. Så blev det nu inte, det fattades några röster till målet - men ett mandat klarade man och på det hela taget upplevde såväl medlemmarna som de kampanjansvariga att kampanjen

109. Partierna betar sig som små barn, »det är inte oss det är fel på, det är världen som inte förstår att vi har rätt». Och för att övertyga världen behövs det mer resurser (och smartare väljare).

varit lyckad. Vår slutsats blir alltså att man i Centern, trots att man inte tror på detta att tänka i termer av målgrupper, gör det ändå.

7.2.4 Tema - Attityd/beteende

Inom detta tema skiljer sig de olika partierna åt väldigt mycket ifråga om inställning till och tankar kring attityd-/beteendeproblematiken. Vi menar att detta inte är så underligt om man betänker att det för det första inte finns någon vetenskaplig sanning i frågan - till exempel så att man entydigt skulle kunna påstå att förändringar i attityder alltid föregår förändringar i beteende - och för det andra att partiernas utgångspunkter är så väldigt olika, bland annat ifråga om resurser, stöd från väljarkåren, syften och mål med verksamheten etc.

I vissa partiers fall är det väldigt tydligt hur de arbetar mot opinionen på detta tema. Kristdemokraterna till exempel har under en lång tid, och utifrån opinionsmätningar vilka visar att partiet har stor potential att växa, arbetat mot väljarnas attityder. Det har främst handlat om att, som man uttrycker det »bryta fromhetsvallen»¹¹⁰, vilket innebär att få väljarna att inse att man inte behöver vara troende, eller ens kristen för att rösta på Kristdemokraterna. Även Moderaterna har en mycket tydlig och uttalad strategi där man i mellanvalsperioder arbetar hårt mot att förskjuta allmänhetens värderingar åt höger - det vill säga förändra attityd, medan man i valen framförallt mobiliserar de egna kärntrupperna till att dels prata moderatpolitik med sin omgivning och dels faktiskt gå och rösta på sitt parti - det vill säga framkalla ett beteende. Miljöpartiet tillhör också de som arbetar med en, enligt vad vi kan se, tydlig strategi. Istället för att försöka vinna nya anhängare till den gröna ideologin, ser Miljöpartiet att det finns många sådana anhängare, organiserade i till exempel Nordiska Samfundet mot Plågsamma Djurförsök, som inte röstar på Miljöpartiet och dessa människor försöker man nå. Strategin utgår ifrån att det är lättare att öka från 20 till 25% i en väljar-grupp än att gå från 3 till 4% i en annan (jämför detta med Kronvalls resonemang om vad som är naturligt i ett flerpartisystem som det svenska; partierna söker själva upp olika grupper i samhället vars intressen man tycker sig representera på den parlamentariska arenan). Vi ser alltså detta som en tydlig strategi inriktad mot ett förändrat beteende i olika väljargrupper. Men den slutsatsen får stå för oss eftersom Miljöpartiet själva menar att det är en fråga om resurser och inte strategiska överväganden. Nog för att det inte behöver finnas en motsättning däremellan; det är fullt möjligt att utifrån tillgängliga resurser göra just strategiska överväganden. Det är till och med så att det är den »normala» vägen att gå enligt oss. Så tror vi också att det har gått till i Miljöpartiet.

Andra partiers sätt att arbeta med detta tema är mer otydligt. Folkpartiet säger sig ha en uttalad strategi där man anser att valen vinnas mellan valen. Därför menar Folkpartiet att deras politiska kommunikation framförallt syftar till förändrade attityder. Men man medger samtidigt att i prioriteringen av resurser så är det valrörelserna som får kosta. Det kommunikationsarbete som då bedrivs, anser vi vara inriktat mot att få så många som möjligt att bete sig på ett visst sätt - nämligen att rösta på det egna partiet. Sålunda verkar det Folkpartiet vill och det Folkpartiet gör, åtminstone på detta tema, vara två skilda saker. Både Centern och Socialdemokraterna är också mer otydliga. Eller de kanske tvärtom är tydliga, men tydliga i den meningen att de inte har en uttalad strategi som fokuserar arbetet mot attityder före beteenden, eller vice versa. Både arbets-sätten värderas lika högt. För Centern gäller att de under kommunikationssituationen rådande omständigheterna avgör om attityd eller beteende är det viktiga. För Socialdemokraterna gäller att båda komponenterna väger lika tungt, och även om de enskilda kampanjerna med fördel fokuserar på det ena eller det andra, så utförs arbetat mot attityd och beteende på det stora hela parallellt.

110. Intervju med Andreas Stuesson 991119

7.2.5 Tema - Hur arbetas det med retorik?

Inte hos något parti fann vi ett strukturerat arbete med retorik. Det arbetas dock med retorik hos alla partier, men detta arbete tar sig då aldrig uttryck i ett samlat grepp på retoriken. I alla partier är det den enskilda medlemmen/politikern som väljer hur han eller hon ska arbeta retoriskt. Det är faktiskt bara Miljöpartiet och Moderaterna som gör någon form av försök till central styrning av det retoriska arbetet. I Miljöpartiets fall handlar det om rekommendationer som går ut till lokalavdelningarna beträffande pressmeddelandens innehåll, form och timing, och i Moderaternas fall är det den grafiska profilen som styrs upp. Nog för att alla de andra partierna säkert arbetar strategiskt med sin grafiska profil - skillnaden är att Moderaterna ser att detta är ett område där retorikens metoder och regler är tillämpbara. I fallen med Socialdemokraterna, Centern och Vänsterpartiet hänvisar de alla till sin folkrörelsetradition, och menar då att medlemmarna får detta att lära sig tala väl genom sin politiska skolning i Folkets Hus och bygdegårdar. Detta att tala väl kallas dock inte för retorik, utan för argumentationsteknik och agitation. Vi menar att det har sin förklaring i den negativa konnotation som begreppet retorik fortfarande i viss mån är belastat med (se vår diskussion under rubriken »Retorik och argumentationsteknik»). I Folkpartiet har man traditionellt begränsat sitt retoriska arbete till ett sökande efter så kallade »one-liners». Men man erkänner att Marit Paulsens framgångsrika kampanj i EU-valet, lite grann har öppnat Folkpartiets ögon för hur man kan arbeta retoriskt.

Generellt är medvetenheten kring retoriken låg hos partierna. I några fall hymlar man inte med att man ser på detta med vältalighet och förmågan att övertyga som argumentationsteknik, och absolut inte retorik. I andra fall är det åtminstone klart att det är retorikens metoder och regler man arbetar med när de skriver insändare och debattartiklar, eller håller tal. Sedan finns det i vissa partier idéer om hur man kan integrera symbolhandlingar, »jippon» och andra icke-språkliga aktiviteter i den politiska kommunikationen. Ett tydligt exempel är Vänsterpartiet vars partiledare Gudrun Schyman i valrörelsen tog med sig ett köksbord kring vilket hon och de som ville satt ner och pratade politik, avhandlade livets problem och - om allt gick som det var tänkt - kom fram till att Vänsterpartiet nog var det enda rätta att lägga sin röst på. Vi betraktar detta som ett retoriskt grepp, på hög nivå dessutom - det är ju hemma kring köksbordet som familjen samlas och diskuterar alla vardagens problem. Men inget av partierna - utom möjligen Folkpartiet efter Marit Paulsens framgång i EU-valet - delar vår uppfattning om detta som ett exempel på retorik. Det ser vi också som ett tecken på en omedvetenhet kring retorikens natur och vad som kan respektive inte kan ses som retorik.

7.2.6 Tema - Retorikutbildning och medieträning

För en gångs skull är bilden partierna tecknar på detta tema homogen. Det följande kan sägas gälla för samtliga partier. De har ingen retorikträning. De har lite medieträning, åtminstone så görs alltid inför till exempel TV-debatter, vissa förberedelser genom att man läser in sig på ämnet, drar upp riktlinjer för hur vissa frågor ska besvaras, och så vidare. På lokal nivå hålls kurser av typen »ny-i-fullmäktige» och eventuellt vissa argumentationsteknikkurser. Den retoriska skolningen får man genom att delta i det politiska livet och lyssna till de retoriska begåvningar som alla partier menar sig ha bland sina aktiva politiker. Ett visst ifrågasättande av retorikutbildningars existensberättigande gav, om inte alla så åtminstone många partier uttryck för, utifrån ett resonemang om den medfödda talangens betydelse för vältalighet. Det sista stärker ytterligare, menar vi, vår bild av partierna som omedvetna om, och kanske till och med okunniga i, retorik.

Dock, om något ska framhållas som motvikt till den homogena bild vi ser på detta tema, måste det vara Centern. I Centern har man nämligen ett förfarande som, oaktat allting annat som sagts och tyckts kring retorik från deras sida, skulle kunna få partiet att framstå som oerhört medvetet kring retorikens betydelse och potential. Förfarandet går ut på att de redan på ett ganska tidigt stadium

väljer ut medlemmar som anses kunna bli något inom politiken, och erbjuder dessa bland annat återkommande retorikkurser och medieträning. Centern kopplar detta, åtminstone i viss mån, till personvalsreformen. Detta är något som Centern ägnar sig åt, trots deras folkrörelsetradition med möten i bygdegården och bönder som fick lära sig att ställa sig upp och tala för sin sak. Intressant är att såväl Centern som de socialistiska partierna gör gällande att de tack vare sin folkrörelsetradition är särskilt duktiga på retorikens - eller snarare vältalighetens och agitationens - område, men trots detta anser Centern ändå att det finns ett behov att speciellt utbilda politiska talanger i retorik. Detta är Centern helt ensamma om.

Men detta förändrar inte den totala bilden av partiernas inställning till detta tema. Retorikträning är, trots att ett par av dem påpekade att retorik närmast har blivit ett modebegrepp de sista åren, ingenting partierna ser något behov. Därför ägnar de sig inte åt det heller, med undantag för Centern då förstås.

7.2.7 Tema - Profilerar sig trots samma begrepp.

På detta tema var variationen återigen lite större ifråga om hur partierna tänker. Någon generell bild är därför svår att se. Kristdemokraterna gav uttryck för en intressant vinkling när de menade att framgångsrik kommunikation mer beror på vem som säger något, än vad som sägs. Vi förstod detta som att för vissa partier kan detta uttjatade begrepp »vård, skola, omsorg» ändå fungera profilerande, medan det för andra aldrig skulle fungera ens om de var helt ensamma om det och det kändes fräscht. För Kristdemokraternas del ville de göra gällande att begreppet fungerar för dem, eftersom de har pratat om frågorna under så lång tid - de har visat på kontinuitet. Men sedan var Kristdemokraterna inte alls ensamma om att hänvisa till problemformuleringsprivilegiet såsom tillhörandes socialdemokraterna. Om de bestämmer att valet ska handla om »vård, skola, omsorg» så måste alla andra partier förhålla sig till det.

Folkpartiet är intressant också, då de visar upp något som kan liknas vid självinsikt. De säger att de uppfattar sig själva som folkpartister, medan allmänheten ser på dem först och främst som politiker. Problemet är bara att Folkpartiet med detta låter påskina att det inget finns att göra åt problematiken som detta tema innebär. Då hjälper det inte om Folkpartister använder andra uttryck, eller pratar i andra termer. I den mån människor tar till sig denna annorlunda profilering så knyts inte profilen till just en Folkpartist utan till en politiker. Men så är det ju inte. Det är klart att en annorlunda profilering som fungerar, utmärker just ett parti eller en politiker bland de andra. Annars är det ingen profilering.

Socialdemokraterna tog till sig begreppet »vård, skola, omsorg» som något att använda i profileringen gentemot Moderaterna, som bestämdes vara huvudmotståndare i valet. Några försök att profilera sig gentemot de andra partierna gjordes inte, så medvetna om det mediala genomslag och sitt tolkningsföretråde är Socialdemokraterna. Att just »vård, skola, omsorg» valdes beror på att man efter den förra mandatperioden ville lyfta fram ett budskap om att kärnverksamheterna sätts före transfereringssystemen. Detta budskap sågs som för otympligt och begreppet »vård, skola, omsorg» ansågs då sammanfatta detta till ett slagkraftigt medialt gångbart uttryck. Observera att varken vi eller Socialdemokraterna påstår att de myntade begreppet, men de försökte åtminstone göra det till sitt. Lite intressant blir det då att Moderaterna, som var de vilka Socialdemokraterna genom användningen av »vård, skola, omsorg»-begreppet ville profilera sig gentemot, började använda sig av begreppet också. På den direkta frågan svarar Moderaterna att »vård, skola, omsorg» inte var det man gick till val på, men man kom att börja använda det mer och mer utifrån den insikten att Moderaternas användning av begreppet skulle desarmera Socialdemokraternas profileringsförsök. Till stor del kan vi nog säga att Moderaterna lyckades »förstöra» för Socialdemokraterna, men vi kan däremot inte säga att det är Moderaternas »fel» att begreppet »vård, skola,

omsorg» av allmänheten - åtminstone den stockholmska - uppfattas som uttjat. Det erkännandet kan vi inte ge dem.

7.2.8 Tema - Individuella och generella frågor

Vi hade en fundering, både inför vår intervjuundersökning och inför våra intervjuer med representanter för de politiska partierna, som gick ut på att människor i allmänhet kanske vände sig emot det politiska begreppet »vård, skola, omsorg» eftersom detta är frågor som tagna var och en för sig är möjliga att lösa individuellt - till exempel genom en sjuk- och olycksfallsförsäkring ifråga om vård - och därför inte en fråga för politikerna. Men i vår intervjuundersökning gjorde respondenter ingen sådan åtskillnad mellan vad som kunde uppfattas som individuella frågor som skola och vård, och generella frågor som kärnkraft och miljö. Det är i och för sig ett resultat som kan ses som ganska väntat; vi har ju inte för inte haft en socialdemokratisk regering i 58 av de 67 senaste åren. Men något mer överraskande fann vi det vara, att inget av de borgerliga partierna tyckte sig ha misslyckats i sitt kommunicerande av detta tankesätts fundament - att det var och en kan bestämma själv ska var och en få bestämma själv. Endast Kristdemokraterna - som ju rimligtvis är de med minst »skuld» eftersom deras genombrott på den parlamentariska arenan kom för endast drygt 10 år sedan - kunde se någon form av misslyckande. Men det gällde i så fall för den samlade borgerligheten i deras kommunicerande, och det gällde inte frågan om individuella och generella frågor utan om att få trovärdighet för ett alternativt men lika tryggt välfärdssamhälle.

Att de socialistiska och det gröna partiet inte skulle se den stockholmska allmänhetens »oförmåga» att göra skillnad på individuella och generella frågor som något att yvas över, kom inte som någon överraskning. Däremot erbjöd de tänkvärda förklaringar till varför folk inte gör den åtskillnaden. Vänsterpartiet menade att människors engagemang i frågorna överskuggar den individuella/generella dimensionen. Ungefär så att folk ser problemen i skolorna och köerna till höftledsoperationerna, men reflekterar inte över värmen i elementen eller strömmen i uttaget. Även de borgerliga partierna bidrog med möjliga förklaringar till folks icke-distinktion. Folkpartiet förstod det så att eftersom så mycket av dessa frågor, »vård, skola, omsorg»-frågor, fortfarande avgörs genom politiska beslut, så är det inte konstigt att allmänheten ser frågorna som en angelägenhet för politiken och politikerna att ta itu med. Och Moderaternas förklaring tangerar det vi ser utifrån vårt resonemang om kognitiva scheman och det negativa schemat för politik. Deras förklaring går ut på att folk inte gör skillnad på individuella och generella frågor eftersom politiska sakfrågor engagerar folk något enormt, medan intresset för politik i allmänhet är obefintligt.

7.2.9 Tema - Hur hanterar man »vård, skola, omsorg»-blockeringen?

I korthet: det gör man inte. Eller rättare sagt, man hanterar blockeringen utan att därför se den som ett problem. De som kommer närmast i att överhuvudtaget se att folks instinktivt negativa attityd till begreppet som någonting åtminstone ofördelaktigt, är Vänsterpartiet. De ser lösningen i att ge sig ut i verkligheten och prata ansikte mot ansikte med folk, att föra en dialog om det här. Ett finare namn för detta är symmetrisk interpersonell kommunikation, vilket är ungefär det som Vänsterpartiets kommunikationspolicy kan sammanfattas i och alltså ingenting nytt för att handskas just med denna problematik. Socialdemokraterna och Centern har samma inställning, att detta inte är ett problem (Centern tycker till och med att det är en sund reaktion) men menar att de istället ska hantera det genom realpolitik i form av mer resurser till respektive område så att folk ser att det blir bättre. På så vis hoppas man kunna använda begreppet »vård, skola, omsorg» även framledes, utan att det belastas av en massa frustration och trötthet.

Varken Moderaterna eller Folkpartiet ser något problem i att uttrycket är uttjat, men till skillnad från Centern och Socialdemokraterna är blockeringen inget de hanterar. Utifrån den parlamentariska arenans utseende just nu, är det ganska förståeligt ändå. Miljöpartiet hanterar problemet

genom att försöka använda andra ord och andra begrepp. De vill hellre prata om till exempel livskvalitet. Lite undrande ställer de sig dock inför vinsten av att byta ut en klyscha mot en annan. I det kan vi bara instämma, vinsten är om inte obefintlig så åtminstone kortsiktig. Men vi frågar oss då varför Miljöpartiet försöker använda andra begrepp, är dessa kanske inte klyschor helt enkelt? Kristdemokraterna så slutligen, ser inte heller att denna blockering är ett problem, och man försöker inte heller hantera det. Men inte så därför att de inte vill hantera det, utan för att de menar att massmedia styr detta som massmedia vill ändå. Det behövs bara en vårdskandal till, och så har alla glömt att uttrycket var uttjat. Det kan så vara - det inser vi också. Men för dem som i stort bygger sin politik på dessa frågor, är det nog lite väl magstarkt att gå och hoppas på en rejäl vårdskandal så att ämnet åker upp på dagordningen igen. Vi rekommenderar andra sätt att hantera problemet.

7.2.10 Vänsterpartiet - analys

Av vår intervju med Vänsterpartiet att döma, skulle vi närmast vilja karaktärisera dem som ett »mitten»-parti ifråga om kommunikationsstrategier. Vänsterpartiet sticker nämligen inte ut i något enda av de teman vi har använt i våra intervjuer. De ger intryck av att vara ganska typiska i sin politiska kommunikation, i sitt sätt att arbeta med retorik och i sitt sätt att möta »vård, skola, omsorg»-begreppet. Det är kanske just därför vi har lite svårt att få grepp om partiet. Vi vet inte riktigt hur vi ska se på det.

Å ena sidan har Vänsterpartiet gått ifrån en ganska centralistisk, paternalistisk syn på politiska kommunikation till att, som vi upplever det, ligga i frontlinjen genom betonandet av dialogen, sin vilja att pröva nya retoriska grepp (även om man nu hellre kallar det något annat) och självklara målgruppsindelning mot bakgrund av effektivt resursutnyttjande. Å andra sidan nämns egentligen aldrig de egna medlemmarna som en avgörande faktor för hur partiets politik och kommunicerande av den ska se ut. Det verkar i mycket som att den nya inriktningen på partiets kommunikation är en produkt ovanifrån i partiet. Detta rimmar illa med vad vi bär med oss utifrån litteraturen, till exempel Berg & Jonsson och deras linje om intern förankring för att säkra legitimitet på den politiska marknaden. Det kanske är så för tillfället att, då Vänsterpartiets nya strategi fungerar bra och man har stöd i opinionen håller den interna kritiken tyst. Det kan också vara så att Gudrun Schymans värde som partiledare är så stort att man internt accepterar direktiv ovanifrån för att det trots allt är bättre med Schyman där än någon annan. Man sväljer förtretet för partiets bästa.

Rent kommunikativt ser vi bara två delar som vi skulle vilja att Vänsterpartiet tog itu med. Dels menar vi att partiet i högre utsträckning än vad man gör nu, bör fokusera den inre dialogen. Inte på bekostnad av den yttre, men heller inte - som vi lite upplever att fallet är nu - tvärtom. Kommunikativt borde detta att göra fler partimedlemmar delaktiga i själva utformandet av såväl politiken som kommunicerandet av den, innebära att den yttre dialogen förstärks genom att fler Vänsterpartister kan föra den. Kanske borde man lära lite av Miljöpartiet i detta avseende. Samtidigt som man inom partiet kunde försöka övervinna det motstånd som finns mot själva begreppet retorik. Vi tror att den linje som partiet har slagit in på, och som representeras av Schymans köksbordsmanöver, är en väg till framgång. Men för att detta ska bli en vinnande metod även på lite längre sikt bör man ta till sig retorikens alla regler och metoder. Alternativet är en vinglig färd med framgångar och motgångar om vart annat - något som på sikt leder till frustration och också kan vara ett hot mot Vänsterpartiets framgångar.

7.2.11 Kristdemokraterna - analys

Det är intressant att prata om Kristdemokraterna, eftersom det är ett intressant parti. Det är ett relativt nytt parti. Det är samtidigt ett parti som i allt andas kontinuitet och långsiktighet. Det är

organisatoriskt ett av de minsta partierna men opinionsmässigt ett av de största. De har i sin parti-ledare, som apropå kontinuitet är partiets andra totalt, en oerhörd tillgång både i massmedia och i mötet med människor. Deras resurser är närmast obefintliga och ändå tillhör de världens största, åtminstone påstår de det själva, politiska rörelse - den kristdemokratiska/konservativa. Och i vår analys imponerar de ifråga om kommunikativt medvetande och agerande som inget annat parti.

I Kristina Boréus bok »Högervåg - Nyliberalism och kampen om språket i svensk offentlig debatt 1969-1989» redogör hon för Moderaternas övergång från den konservativa ideologin till den nyliberala. Fortfarande finns i Moderaternas politik en hel del konservativt tankegods, det är de själva väldigt snara att påpeka, men vi ser det närmast som spillror från förr vilkas uppgift är att förankra partiet historiskt snarare än att ge någon vägledning inför framtiden. Denna skiftning i ideologi är det som har öppnat för Kristdemokraterna på den parlamentariska arenan. Kristdemokraterna är idag Sveriges enda konservativa parti, enligt oss. De menar själva att de har potential att bli ett 35%-parti, och stöder detta på en opinionsundersökningsserie från FSI¹¹¹ vid Stockholms Universitet. Utan att vilja uttala oss om den exakta procentsatsen, vill vi instämma så långt som till att partiet har potential. Inte minst utifrån sitt sätt att sköta den politiska kommunikationen.

Har vi då ingen kritik? Ja, allt är ju inte perfekt. Kanske ser vi att Kristdemokraterna har anledning att tänka över vilka som är de konservativa i samhället, så att de vänder sig till rätt målgrupper. I riksdagsvalet senast verkar det som om detta inte riktigt stod klart. Dessutom menar vi att Kristdemokraterna, precis som i Vänsterpartiets fall, skulle tjäna på att ta till sig retoriken. Möjligtvis ligger det något i deras lite försiktiga attityd till den mer »jippo»-betonade kommunikationen. Det är inte lika lätt för ett konservativt parti att förena detta med sin ideologi som det är för ett socialistiskt. Att ta avstånd ifrån Ian & Berts backstaplade är dock inte detsamma som att säga nej till alla former av retorik i handling. Det borde Kristdemokraterna ta fasta på, precis som Vänsterpartiet redan gjort. Men till skillnad från i fallet med Vänsterpartiet ser vi att Kristdemokraterna kommer att ta till sig retoriken, och då också den spralligare sidan av den. Vi ser detta utifrån Kristdemokraternas ungdomsgrens agerande under Almedalsveckan sommaren 1999. Bland ungdomarna finns insikten om retorikens genomslagskraft, och denna insikt tar ungdomarna med sig in i moderpartiet när väl den dagen kommer.

7.2.12 Miljöpartiet - analys

Miljöpartiet är också ett intressant parti att diskutera. Det är nyast av riksdagspartierna - dess bildande hade sin upprinnelse i debatten kring kärnkraftsomröstningen 1980 - och det är det parti som är mest olikt de andra. De skiljer sig också ifrån Kristdemokraterna på en avgörande punkt; de tillhör de allra minsta partierna i riksdagen. Självklart finns skillnader även på andra plan, inte minst politiskt, men denna skillnad i opinionsstöd blir inte mindre viktig för det.

Ett dilemma som Miljöpartiet måste hantera är detta att de genom sin miljöprofil är beroende av att miljöfrågan värderas högt bland de politiska frågorna. Med utgångspunkt i bland annat Agenda-settings-teorin (se Figur 5-3 under rubriken »*Opinionens mekanismer*») så borde detta betyda att Miljöpartiet arbetar hårt mot massmedia för att garantera att miljöfrågan och miljöaspekten på andra frågor, alltid finns representerade. Om något sådant arbete överhuvudtaget bedrivs, så är det inte av karaktären hårt. Vi ser det som ett problem. Ett annat dilemma som Miljöpartiet har att hantera är diskrepansen mellan dels Miljöpartiets önskan att bevara sin trovärdighet genom att agera som en fristående parlamentarisk grön partiorganisation, och dels följande två aspekter: (1) deras grundsyn på sig själva som en gren på den gröna rörelsens träd där till exempel Svenska Naturskyddsföreningen och Greenpeace är andra grenar, och (2) Miljöpartiets tänkande kring målgrupper där de fokuserar medlemmar i sina systerorganisationer som borde rösta på Mil-

111. Forskningsgruppen för Samhälls- och informationsstudier, under ledning av Torsten Österman

jöpartiet men som inte gör det. Denna diskrepans är onödig. Vi tror inte att Miljöpartiets trovärdighet skulle ta skada av att ett formellt samarbete mellan Svenska Naturskyddsföreningen och Miljöpartiet, och eventuellt även andra grenar på det gröna trädet, inleddes på några begränsade områden. Ett sådant område skulle då definitivt vara den externa kommunikationen. Genom samordning i tid och rum av både intellektuella och ekonomiska resurser, menar vi att effekten av kommunikationsinsatserna skulle öka ganska påtagligt. Framförallt i agenda-settings-arbetet mot massmedia borde ett sådant närmande betala sig tämligen omgående. Vi tror som sagt inte att trovärdigheten för någondera av organisationerna skulle ta skada - vilket vi grundar på ett resonemang om att båda organisationerna skulle få ökad legitimitet på den politiska marknaden, ökat genomslag i massmedia och ett ökat stöd i opinionen. Men även om det skulle bli så att trovärdigheten skulle naggas i kanten, så tror vi att det är värt priset. En historisk parallell till arbetarrörelsen och det intima samröret mellan de olika grenarna på det trädet ser vi som bevis nog.

Även miljöpartiet skulle må bra av att i högre grad ta sig an retoriken, dess regler och metoder. Miljöpartiet var ett av de partier som anförde som skäl mot att utbilda i retorik att den talangen är medfödd och inte går att träna upp. Vi ser att det är en lika stor fara att släppa lös de usla retoriker som tillåts härja både här och där i Miljöpartiets namn, som det är en tillgång att ha Per Garthon eller Åsa Domeij i partiets led. De två senare kanske man inte kan lära någonting, men de 10 eller 100 eller 1000 eller hur många de nu är, första utgör definitivt en målgrupp för retorikkurser. Kan de åtminstone tillgodogöra sig så mycket retorik att de inte ställer till en massa oreda genom till exempel klantiga uttalanden i massmedia så är mycket vunnet för partiet som helhet.

Bra saker med Miljöpartiet är dessa interna förankring, som går utanpå det något annat parti kan visa upp, och strategin med flera budbärare. Den ständigt pågående interna förankringen skänker Miljöpartiet legitimitet på den politiska marknaden. Det råder aldrig några tvivel kring huruvida det en Miljöpartist yttrar är en personlig åsikt eller om det är förankrat i resten av partiet. Det är, bland annat i fråga om tydlighet, oerhört värdefullt. De två språkrören och de många talesmännen i olika frågor möter fortfarande på motstånd i massmedia. Där vill man fortfarande prata med en partiledare. Men den miljöpartistiska modellen har framtiden för sig. Vi är övertygade om att massmedia kommer att förstå att de två språkrören verkligen är jämbördiga i allt, och att journalisterna kan fråga vilken som helst av dem, av alla miljöpartister för den delen, svaret är lika giltigt ändå. Till slut kommer fördelarna med ökad tillgänglighet att stå klara för massmedia också, och då kommer Miljöpartiets strategi med flera budbärare att betala sig i form av ökat mediautrymme.

7.2.13 Moderaterna - analys

I många avseenden, och utifrån den svenska politiska kontexten, är Moderaterna ett »extremistparti» - som har en fjärdedel av väljarkåren bakom sig. Det är unikt. På samma gång är Moderaternas position i det svenska politiska livet oomstridd. Genom sin tradition som det enda riktiga svenska högerpartiet har man otroligt mycket gratis. Men av samma skäl är det också mycket annat som Moderaterna får kämpa hårt för att uppnå. För om bilden av den svenska politiken ska förenklas så långt det nu går, hamnar vi i en beskrivning av den eviga kampen om regeringsmakten mellan å ena sidan Socialdemokraterna, och å andra sidan Moderaterna. Bilden bekräftas av att Socialdemokraterna inte hymlar om sin strategi inför valet 1998, där de som huvudmotståndare och i princip enda motståndare såg Moderaterna.

Men samtidigt som ovanstående är sant, ger vår analys av intervjun med Moderaternas representant upphov till en del frågetecken. Ett sådant bottnar i den uttalade kommunikationsstrategi Moderaterna arbetar efter. Målet med den strategin är tvådelat - fler röster på Moderaterna i valen, och en förskjutning av den politiska skalan åt höger så att även Socialdemokraternas politik blir mer och mer borgerlig. Utifrån de senaste 15-20 årens omvälvningar i samhället, och den socialdemokratiska politik som kan sägas vara ett svar på dessa omvälvningar, påstår vi att deras strategi

varit lyckosam. Ändå ser vi inte att vägen mot Moderaternas ljusnande framtid ligger utstakad. Tvärtom verkar den fylld av försåtligt utplacerade hinder.

Vi ser att Moderaterna i praktiken har lämnat över den konservativa ideologin åt Kristdemokraterna, och istället alltmer inriktat sig mot den nyliberala dito. Detta är en process som i och för sig pågått sedan 70-talet och Gösta Bohmans övertagande efter Yngve Holmberg. Fria moderata studentförbundet (FMSF) men även Moderata ungdomsförbundet (Muf) har sedan mitten på 80-talet drivit en politik med stark nyliberal (nyliberalism och klassisk liberalism syftar på samma sak, trots de olika konnotationerna begreppen leder till) prägel, där ideologin snarare än sakfrågorna har varit i fokus. Men det är först i och med Kristdemokraternas intåg som ett seriöst parti även för de icke-troende, som ett konservativt alternativ till Moderaterna uppenbarat sig på den parlamentariska arenan. Det här kan för Moderaterna på sikt leda till problem liknande de Socialdemokraterna har idag, och att förekomma detta skulle sannolikt vara värt mycket då alternativet i ett längre perspektiv kommer bli samma dilemma som Socialdemokraterna står inför idag. Vi menar alltså att Moderaterna, antingen nu eller senare, tvingas till att tydliggöra ett omvälvande ideologiskt skifte även formellt. Frågan är vad som blir kvar när de många konservativa medlemmarna inte längre ryms i partiet. Och detta i kombination med att Moderaternas strategi lyckas såtillvida att Socialdemokraterna driver en i alla stycken borgerlig politik, ger ett - som vi ser det - drastiskt minskat utrymme på den politiska scenen för Moderaterna. Den legitimitet de förut renderats, och faktiskt fortfarande renderas, som det enda egentliga alternativet till en Socialdemokratiskt ledd regering, hänger på en allt skörare tråd. Om Kristdemokraterna blir den etablerade konservativa kraften, om mittenpartierna - Folkpartiet och Centern - tynar bort, om Socialdemokraterna dels driver en borgerlig politik och dels omdefinierar sin huvudmotståndare till att istället för Moderaterna vara Kristdemokraterna från höger och Vänsterpartiet från vänster, och om näringslivet, i form av till exempel SAF och Industriförbundet, väljer att inte i samma omfattning som nu stödja Moderaterna (vilket skulle kunna motiveras med att facket marginaliserats genom den borgerliga politiken, och den annorlunda samhällsstrukturen där den fackliga anslutningsgraden närmat sig de mer kontinental nivåerna, varvid fackets legitimitet till agerande utanför arbetsmarknadens arena tillintetgjorts), så skulle Moderaternas position helt plötsligt vara starkt ifrågasatt. Deras legitimitet på den politiska marknaden skulle vara i fara. Denna utveckling, förvisso späckad av »om», är dock inte alldeles orälistisk; den har som vi ser det redan påbörjats.

Hur ska Moderaterna möta detta? Det finns enligt oss två vägar att gå; vägar som förvisso i mycket liknar varandra men som ändå på avgörande punkter skiljer sig åt. Det som både alternativen bygger på är ett behov av inre kraftsamling. Det Moderaterna behöver nu är att vända sig inåt mot sina medlemmar och göra klart hur de ska gå vidare från nuläget. Därefter finns det två alternativ. Vilket av de två alternativen Moderaterna ska välja beror på om de vill behålla sin relativa position som Socialdemokraternas huvudmotståndare, eller om de istället vill bygga en egen profil. Detta val är dock också ett val så att Moderaterna måste bestämma sig för hur hett de vill åt regeringsmakten. Vi ser nämligen att Moderaterna, för att aspirera på titeln det regeringsbärande partiet, måste profilera sig gentemot Socialdemokraterna - och då återstår bara följande strategi.

I denna strategi är det mindre viktigt om Moderaterna driver sin politik utifrån en nyliberal eller en konservativ ideologi. Viktigt är dock att de strävar efter ideologisk enhetlighet, så att ingen splittring kan komma ur interna ideologiska motsättningar. Genom valet av denna väg att gå, gör Moderaterna klart att de vill åt regeringsmakten och att de som sin främsta medtävlare i kampen om denna ser Socialdemokraterna. Vidare tror vi att Moderaterna - istället för att som nu närmast smussa med sin samröre med SAF, vilket om något inverkar menligt på trovärdigheten - skulle tjäna på att närma sig näringslivets intresseorganisationer även formellt. Detta att i den mörkdande internationella konkurrensen slå vakt om det svenska näringslivets intressen är nämligen ett starkt argument som bara det kan räcka för att ge legitimitet på den politiska marknaden, även om det en

sådan utgångspunkt implicerar knappast är förenligt med nyliberala idéer om frihandel.¹¹² Och som ett sista led i den här alternativa strategin ser vi att det retoriska arbetet bör utvecklas. I framtiden när Moderaternas position som högerpartiet i Sverige inte längre är självklar kan ett formellt anammande av retoriken vara skillnaden mellan att finnas kvar i politikens centrum och att marginaliseras som parti.

I den andra strategin utgår man också ifrån ett inre arbete, men ur det kommer ett - som det tycks oss - mer naturligt ställningstagande för den nyliberala ideologin som den Moderaterna ska hävda. Vi menar att på kort sikt skulle en övergång till ett konsekvent neoliberalt partiprogram förvisso leda till röstförluster, men det skulle samtidigt leda till ökat inflytande på den parlamentariska arenan. Med en mera bestämd ideologisk inriktning skulle Moderaterna nämligen kunna definiera sig själva och slippa jämföras med Socialdemokraterna eftersom de inte skulle spela i samma division. Man kan argumentera för att Socialdemokraterna, och resten av partierna i riksdagen är fast i sakfrågepolitik av en nästan kommunal karaktär - där 75 eller 80 procents ersättning i någon socialförsäkring leder till ett ramaskri. Om Moderaterna utvecklade sin radikala sida och gick till val på - som i pamfletten »En sexa Skåne» - att kommunalskatten ska sänkas, inte från 31,50:- till 30,50:-, utan från 31,50:- till 5:-, skulle väljarna inse att detta skulle bli ett helt annat samhälle. Alla skulle inte gilla det, men jämför en sådan skattesänkning med plus/minus 5% ersättning i en socialförsäkring så inser sannolikt de flesta att här kommer åtminstone någon med visioner om ett annorlunda samhälle - och detta tror vi är värdefullt. Om sakfrågepolitikern har »problemformuleringsprivilegiet» som mål, har ideologipolitikern »visionsformuleringsprivilegiet» som mål.

Vi tror att denna radikala ideologiska renodling bland annat skulle leda till att massmedia i princip varje gång de vill ha en bild av hur en annorlunda framtid kan gestalta sig, skulle vända sig till Moderaterna. Kunde man uppnå denna position skulle man kunna driva de andra partierna framför sig och i princip ställa dem inför fullbordat faktum, ungefär som när Sverige avreglerade penningpolitiken på 80-talet. Då gick det inte längre att reglera hur pengar flyttades över gränserna utan att dra på sig väldiga kostnader. Det skulle kunna bli en god cirkel: mer mediauppmärksamhet -> opinionsbildningen går lättare och snabbare -> visionerna realiserar snabbare. Kan man ta platsen som de som kommer med de utmanande visionerna så kan man sedan mer eller mindre strunta i det parlamentariska inflytandet. Moderaterna skulle kunna vara i ständig opposition, även mot en eventuell borgerlig regering. Det sistnämnda är eventuellt en lite för tillspetsad slutsats eftersom det ligger i det politiska systemets natur, och därmed inbakat i själva syftet med partipolitisk verksamhet, att alla aktörer på den parlamentariska arenan ska sträva efter regeringsmakten. Men någonstans ligger det i denna strategi att inflytandet för Moderaternas del inte ligger i att vara det regeringsbärande partiet, utan i att vara det parti som står för visionerna.

För att tydliggöra skillnaderna mellan dessa två strategier, anknyter vi här till de strategiska mål som listas i vår utbyggda Sjöblomska modell för analys av de politiska partierna (se under rubriken »Sjöbloms analysmodell för politiska partier»). Om vi kallar den första strategin, den lite försiktigare renodlingen av ideologin till antingen den konservativa eller den nyliberala, för just *den försiktiga strategin*, och den andra strategin där de konservativa värderingarna helt skjuts åt sidan till förmån för de nyliberala visionerna, för *den visionära strategin*, så ser relaterandet till de strategiska målen i den utbyggda Sjöblomska modellen ut som följer:

I fråga om »Röstmaximeringsmålet» så innebär den försiktiga strategin att detta mål prioriteras. Många röster är vägen framför andra till regeringsmakten. Den visionära strategin ger om inte upp

112. Motargument som att det svenska näringslivet minsann inte är särskilt svenskt längre, kan bemötas utifrån att det viktiga är att villkoren för företagande är så gynnsamma att verksamheten stannar kvar i landet även om ägandet flyttas. Det är ju genom verksamhet i Sverige som arbetslösheten och tillväxten kan hållas nere respektive uppe.

detta mål, så åtminstone en lägre prioritet än de andra. Vi tror att ett realistiskt röstetal för Moderaterna med den visionära strategin är 16-17%. Det räcker gott och väl som bas för ett agerande mot de andra målen, men är inte jämförbart med de ca 30% vi ser att de kan nå med den försiktiga strategin.

Utifrån »Inflytandemaximeringsmålet» är de två strategierna likvärdiga. Om Moderaterna med den försiktiga strategin kommer i regeringsställning så kan den strategin vara att föredra, men i opposition är definitivt den visionära strategin den som ger mest inflytande på den parlamentariska arenan.

Mot bakgrund av »Partisammanhållningsmålet» är strategierna också likvärdiga. Oavsett om Moderaterna väljer den försiktiga eller den visionära strategin så är ju poängen till stor del just ideologisk konsistens för att undvika inre splittring och för att kunna agera med större tyngd utåt.

Det kompletterande »Medieuppmärksamhetsmålet» väger helt klart tyngre i den visionära strategin än i den försiktiga. Förvisso ser vi att även den försiktiga strategin garanterar mediernas uppmärksamhet utifrån profileringen som alternativet till Socialdemokraterna. Men villkoren för den uppmärksamheten är just att Moderaterna hela tiden ställs i relation till och bedöms utifrån Socialdemokraterna. Uppmärksamheten som den visionära strategin genererar är av ett helt annat slag. Där ges Moderaterna utrymme enbart på sina egna premisser (eller kanske mer riktigt på massmedias och Moderaternas kombinerade premisser). Detta är en stor poäng med den visionära strategin.

Det sista och egenhändigt just för denna analys skull formulerade »Visionsformuleringsprivilegiemålet» är som namnet antyder det kanske tyngst vägande målet för den visionära strategin. Just detta att Moderaterna i princip skulle få ensamrätt på detta att formulera politiska visioner - precis som Socialdemokraterna idag till stor del har ensamrätt på att formulera politiska problem - är ganska talande på den punkten. Den försiktiga strategin erkänner tvärtom det Socialdemokratiska tolkningsföreträdet och nöjer sig med att erbjuda alternativa lösningar på de av Socialdemokraterna formulerade problemen.

På detta vis kan vi beskriva de två vägar som vi tycker oss se att Moderaterna har att välja emellan inför framtiden. Men, frågar den uppmärksamme läsaren, den strategi som Moderaterna arbetar utifrån idag. Är den så dålig? Vi är fullt medvetna om att det kan uppfattas så att om Moderaterna inte väljer den ena av de två strategier vi rekommenderar, så går de under. Därför - för att lämna bilden av domedagsprofetia något lite - så vill vi nämna att det även i Moderaternas nuvarande strategi finns ljuspunkter vilka är värda att uppmärksammas. Att strategin är starkt uttalad har vi redan berört, och förutom att vi ser hur den har varit lyckosam så menar vi att bara detta att ha en starkt uttalad strategi - oavsett hur den ser ut - för hur kommunikationsarbetet ska bedrivas är en bra utgångspunkt. Moderaternas enträgna arbete med att ute i traditionellt socialdemokratiska väljargrupper bemöta, eller försvara sig gentemot Socialdemokraternas »propaganda» - för att visa att det rör sig om just »propaganda» och inte informationsspridning (Självklart görs denna distinktion utifrån en moderat horisont.) - är också bra då det kommer Moderaterna till godo inte bara därför att fler kanske röstar på Moderaterna, utan också därför att färre röstar på Socialdemokraterna om de kan beslås med att ha spridit »propaganda» i betydelsen felaktig information. Den relativa styrkepositionen de två partierna emellan ändras då i ännu högre grad till Moderaternas fördel. Men framledes är denna strategi, hur lyckosam den än visat sig vara hittills, inte den bästa.

7.2.14 Folkpartiet analys

Folkpartiet är ett parti i nedgång. Delvis hänger det samman med den rörelse Moderaterna har gjort mot mer liberala ståndpunkter. Det som Folkpartiet ser som sin ideologiska identitet - den liberala - är helt plötsligt ifrågasatt genom att Moderaterna i många stycken driver en annan poli-

tik, som också den bygger på den liberala ideologin. Folkpartiet gör gällande att de ser sig själva som liberala i första hand, och som Folkpartister i andra hand. Om detta stämmer är ideologisk entydighet helt nödvändigt för att Folkpartiet ska kunna hävda legitimitet på den politiska marknaden. Och denna entydighet saknas idag, menar vi.

Det mest intressanta som kom ur intervjun med Folkpartiets representant var detta erkännande att många i partiet nästan letar Marit- och Westerberg-effekter, det vill säga kortsiktiga lösningar på det problem som det vikande stödet i opinionen utgör. Det är kanske förståligt, eftersom alternativet till en kortsiktig lösning är en mer långsiktig, vilken rimligtvis förutsätter en - troligtvis plågsam - självvranssakansprocess. Nu har de fått en sådan kortsiktig effekt i och med framgången i EU-valet senast. Vad gör man av den? Hur ska Folkpartiet kunna hantera det inflytande som Marit Paulsen nästan självklart kommer att få i partiet? Det är redan klart att hon är en av tre centrala folkpartistiska frontfigurer som ska åka runt i landet under tre år och »lyssna» politik inom ramen för blåklintskampanjen. Kan Folkpartiet använda den »blodtransfusion», den injektion, som framgången i EU-valet var, till att ändå ta itu med sina problem, gjuta nytt blod i sina led och finna en långsiktig lösning som motiverar deras existens som politisk kraft även i framtiden?

Vi ser en motsägelse i Folkpartiets strategi för politisk kommunikation enligt följande. Å ena sidan ser de sig själva som liberaler mer än Folkpartister, och detta är genomgående i deras politiska värv. Å andra sidan menar de att politisk kommunikation i högre grad handlar om avsändaren än om vad som sägs. Det måste betyda att Folkpartiet vill att deras kommunikation ska förstås som liberal snarare än folkpartistisk. Men om den förstås så, är det självklart att de som anammar ett liberalt budskap röstar på Folkpartiet? Det kanske, precis som i fallet med Moderaterna, också handlar om att flytta värderingar högerut så att en liberal röst på liberal socialdemokratisk politik också är ett godtagbart. Om så är fallet undrar vi över hur detta går ihop med en insikt Folkpartiet menade sig ha kommit fram till beträffande allmänhetens sätt att möta politiker. De sa sig veta att allmänheten, när de möter en folkpartistisk politiker, inte ser en folkpartist utan en politiker. Hur hänger detta ihop med strategin vilken bygger på att avsändaren betyder mer än budskapet, och att avsändaren i Folkpartiets fall är liberaler snarare än folkpartister?

Anmärkningsvärt är också att Folkpartiet får så lite direkt stöd i pressen när så många tidningar kallar sig liberala. Folkpartiet medgav att de får in unga folkpartistiska framtidsloften på dessa tidningars ledarredaktioner ibland, men menade att det i så fall är den enda glädjen som partiet har av den liberala dominansen bland landets tidningar. Detta att allmänheten läser ett budskap i liberalismens namn i tidningarna och möter ett annat budskap i liberalismens namn i Folkpartiets kommunikation, kan kanske ytterligare spä på den ideologiska otydlighet vi ser hos Folkpartiet, och som - enligt vad vi berört under rubriken »Den politiska marknaden» - utgör ett allvarligt hinder för folkpartistisk framgång på just den politiska marknaden.

7.2.15 Centern analys

Centern är ett parti som av många uppfattas som otydligt och obestämbar. Det är en bild vi bara kan bekräfta. Det paradoxala i detta bekräftande är att det alls inte behöver vara så. Centern har det helt enkelt organisatoriskt och ekonomiskt ovanligt väl förspänt för att lyckas politiskt. Vi ser att Centerns ständiga betonande av kontextberoendet är intimt sammanlänkat med Centerns velighet och ambivalens. Ifråga om kommunikationsstrategi är det som styr den för Centerns del »...de för tillfället rådande omständigheterna». Vi vill hävda att det går att sätta sig över de just nu rådande förutsättningarna och utforma en strategi utifrån ingångsvariabler som »detta samhälle vill Centern skapa», »dessa grupper i samhället vill Centern framförallt vinna stöd från», »dessa övergripande principer ska i alla lägen styra vårt kommunikationsarbete de närmaste åren» och »i den mån vi ska ta hänsyn till omständigheter så ska den förändringen ändå ligga i linje med den övergripande strategin». Utöver att hävda att det är möjligt att utforma en strategi vilken styr kommu-

nikationen - något alla de andra partierna gör - så menar vi att det finns en poäng med att låta en övergripande plan styra trots att situationella faktorer ibland ställer allt på huvudet. Den poängen är just tydligheten i sin kommunikation som en sådan strategi medför. Extra anmärkningsvärt blir detta att Centern i sin politiska kommunikation - och som det verkade även i det mesta utöver kommunikationen - helt styrs av de i situationen rådande omständigheterna, utifrån den stämpel Centern bär som vända-kappan-efter-vinden-partiet som ingen vet vad de vill, inte ens de själva.

Centern anger apropå sin kräftgång de sista 15 åren - en tillbakagång som skett trots Centerns förhållandevis goda resurser - att det är ett bevis för att man inte kan köpa sig politisk framgång, och att politisk reklam och marknadsföring inte ger den utdelning man kan tro. Senaste valet ger Centern i viss mån rätt. Moderaterna, Socialdemokraterna och Centern gjorde sämre val och Vänsterpartiet och Kristdemokraterna bättre. Men sett över en längre period så är det klart att såväl näringslivets som facketns pengar spelar roll. Detta kan kanske knytas till en diskussion om valrörelsernas centrifugalkrafter. Det är Socialdemokraterna och Moderaterna som har pengarna, och som använder dem till att profilera sig gentemot varandra. Det ligger i medias produktionsvillkor att dikotomisera, och därför dras väljarna ut från det vakuum i mitten som blir Centerns och Folkpartiets, men inte väljarnas, domäner.

Ytterligare en aspekt på Centerns politiska strategi är den att de så gärna poängterar sin kompetens och sin vilja och förmåga att ta ansvar även i de svåra besluten. Detta är det övergripande budskap Centern framförallt vill kommunicera. Vår reaktion blir följande: Centern balanserar farligt nära 4%-spärren och låter i sin politiska kommunikation tillkännage sin kandidatur som regeringsparti. Nu går det att argumentera för att alla partier rimligtvis måste vilja regera så att de kan få igenom sin politik. Men att som Centern verkar göra - försöka vinna väljarnas stöd, inte på sin sakpolitik eller sin ideologiska botten/värderingarna, utan på sin duglighet och sin förmåga till att regera - liknar högmod. Och högmod har vi lärt oss av ett gammalt ordspråk att det går före fall!

Ifråga om identitet är ideologi - antingen det gäller den ursprungliga vilken ligger till grund för partiets blotta existens, eller det gäller en nyare ideologi vilken antagits som ett svar på den förändring av samhället partiet tycker sig se - mycket viktig; ideologi är politisk fundamenta. Som vi diskuterar tidigare i uppsatsen styrs vi mycket av begrepp och språkliga etiketter. För att överhuvudtaget kunna förstå ett fenomenets fulla vidd, måste det kallas för någonting - det måste kunna omtalas vid namn. Att därför kunna etikettera den ideologi som ligger till grund för den förda politiken, blir därmed väldigt viktigt. Ett sätt att beskriva, att sätta etikett på, att klargöra karaktäristika och egenskaper är negationen. Det är absolut inte fråga om någon nödlösning att välja en begreppsbyggnad utifrån en språkligt negerande konstruktion. Det är tvärtom kutym i vissa fall. Dessa fall består i alla de fall då det som ska betecknas har sitt ursprung i ett motstånd mot någonting, ett förnekande av detta någonting. Exempel på detta är anti-rasist, anti-socialist, otrogen, icke-troende och så vidare.

Ett sätt att beskriva en ideologi är alltså att ange vad den inte innebär. Centerns problem är att de lika lite som de kan sätta en etikett på vad deras ideologi består av, lika lite kan de tala om vad den inte innebär eller vad den tar avstånd ifrån. Centern nämnde en gång under vår intervju som beskrivning på sitt partis ideologi ordet icke-socialistiskt. I andra sammanhang använde de dock begrepp som rättvisa och generell trygghet vilka i svensk politisk kontext knappast tillskrivs den icke-socialistiska sfären utan problem. Problemet blir då mycket riktigt att Centerns ideologi är allt och ingenting. Den spänner över för mycket och fastnar därför i något som kan liknas vid en gymnasts split, utan att kunna röra sig åt endera hållet. Samtidigt så urholkas värdet av att få igenom sin politik när politiken man för är både vänster och höger och mitten på samma gång. Denna sorts icke-politik (ytterligare en begreppsbyggnad som bygger på negationen) som hämtar kraft från det som för ögonblicket är genomförbart, för vilket det i kammaren finns stöd och som utgår ifrån att det är förmågan att regera som vinner folkets stöd snarare än de visioner och värde-

ringar som regerandet skulle kunna syfta till att förverkliga, denna sorts icke-politik är resultatet av en icke-ideologi.

Det motsägelsefulla är inte att Centern framhårdar i att vilja pröva allas intressen i alla beslut, trots att de borde inse att utvecklingen springer ifrån en sådan tidsödande process och att beslutet - just för att dess underlag togs fram med ambitionen att finna den mest rättvisa avvägningen av alla inblandade intressen - blir orättvist för alla (kompromissens dilemma). Det motsägelsefulla består istället i att Centern i allra högsta grad har bidragit till denna utveckling där de sakta dör mittens sotted genom att de faktiskt har påverkat politiska besluts inriktning, innehåll och utformning, och genom att de verkligen har haft ett realpolitiskt inflytande som vida överstiger det som deras folkliga stöd räknat i mandat borde rendera dem. Exakt vilka politiska beslut det är som utgör grävandet av deras egen grav låter vi vara osagt, men lyssnar man till en oblyg representant för Centerpartiet får man lätt intrycket att det Sverige som vi idag ser sakta förskjuta Centern ut ur det politiska livet, är en frukt av centerpartistisk politik och maktutövning i allt. Ironin i detta är att den maktutövning som är Centerns politiska kärna, har planterats i så god jord att den växt upp till att överskugga allt annat, inklusive sina egna rötter. Av det kan inget komma annat än rötternas död, och denna död har också förärats ett namn och fogas så till historiens böcker under beteckningen »centerdöden».

7.2.16 Socialdemokraternas analys

I mångt och mycket är svensk politik synonymt med svensk socialdemokrati. Socialdemokraternas dominerande ställning i svensk politik är uppenbar, och som vi tidigare sagt: till detta har alla andra partier bara att förhålla sig. Men det är viktigt att komma ihåg att Socialdemokraternas dominans bygger på det massiva stöd i opinionen de traditionellt uppbär. Detta stöd är inte längre vad det har varit. Vi undrar hur låga siffror Socialdemokraterna kan få och ändå behålla sin dominans i det svenska politiska livet. Den frågan finns det all anledning för Socialdemokraterna att adressera, med tanke på att deras strategi ifråga om politisk kommunikation i mycket bygger på den dominerande ställning de besitter.

Socialdemokraterna är det enda parti som öppet erkänner ett formellt samarbete med en utomparlamentarisk organisation, i detta fallet LO. Låt vara att det är svårt att förneka samarbetet, men det är ändå värt att påpeka. Detta samarbete är dock inte lika självklart idag som för bara 15 år sedan. En separationsprocess där Socialdemokraterna och LO allt mer går skilda vägar är redan påbörjad, och ett stort steg i den processen togs när kollektivanslutningen avskaffades. Historiskt har denna allians visat sig vara mycket fruktbar, men dess framtid är som sagt osäker. För detta scenario förbereds det hos Socialdemokraterna, men kommunikativt - åtminstone externt - ignoreras detta. Grunden för det samarbete som trots allt existerar är den »...positiva samsyn på LO:s och SAP:s gemensamma sfär»¹¹³ som råder.

Till grund för Socialdemokraternas strategier ifråga om politisk kommunikation ligger dels deras tradition som arbetarrörelseparti och dels deras dominans på den politiska arenan. De vet om att de sitter på problemformuleringsprivilegiet/tolkningsföreträdet, och det är mot den bakgrunden som de kan tillåta sig ett visst mått av ödmjukhet och självkritik i vår intervju. Ett exempel på detta är att de inte alls hymlar med deras stora del i att begreppet »vård, skola, omsorg» uppfattas som uttjatat. Deras del i skulden består enligt dem själva bland annat av kommunikativa misstag som att Göran Persson går ut i massmedia och säger att »Det går bra för Sverige», samtidigt som folk ser hur deras hemkommuner tvingas till den ena besparingen efter den andra. Socialdemokratin vågar, säger de, ta till nya grepp i sin kommunikation, vågar göra misstag, eftersom de vet att de får så mycket gratis. Men de ser också problem med denna dominans, så att deras kommunikation för-

113. Intervju med Klara von Otter 991201

svåras av att allmänheten sätter likhetstecken mellan regeringsmakten och socialdemokratin. Det är svårt för det Socialdemokratiska partiet och den socialdemokratiska riksdagsgruppen att få komma till tals som just parti och riksdagsgrupp. De tillskrivs istället en avsändare »regeringen» för de budskap de vill sprida.

Socialdemokraterna är också ganska sofistikerade i sin kommunikation. De har till exempel en uttalad strategi för hur kommunikationen i valrörelser ska utformas och de har också en medvetenhet kring retorikens betydelse som de är ganska ensamma om - även om de kallar det för agitation i sann arbetarrörelseanda. Organisatoriskt verkar de också ha grepp om kommunikationen där de regionala och lokala avdelningarna i huvudsak sköter kommunikationen, men där ingripanden från centralt håll - där man också verkar ha försäkrat sig om tillräcklig kompetens - accepteras utan förbehåll. Socialdemokraterna förklarar detta med att en stark auktoritetstradition fortfarande lever i partiet.

För att inte teckna en alltför ljus bild av socialdemokratin är det bäst att ta itu med problemen. För problem föreligger. Ideologiskt är det långt ifrån glasklart vad som ligger till grund för den socialdemokratiska politiken. Visserligen har det varit så ett tag nu - det dröjde ändå in till början av 80-talet innan detta att produktionsmedlen skulle socialiseras försvann ur partiprogrammet, även om detta mål knappast kan sägas ha kommit till uttryck i den politik vilken Socialdemokraterna har fört. Men om nu allt färre röstar på Socialdemokraterna, och om allt fler istället röstar på Vänsterpartiet och Kristdemokraterna så att det socialdemokratiska väljarstödet kryper ner mot 25%, kanske till och med 20%, då finns det all anledning också för Socialdemokraterna att ta itu med en intern ideologidebatt. Som läget är nu, när partiet under en lång rad av år har fört en, i vissas ögon, närmast borgerlig politik och därför trängs hårt från vänster genom både Vänsterpartiet och LO, måste helt enkelt Socialdemokraterna fokusera inåt och tänka på vad den minskade maktbasen kan medföra. I denna inre process menar vi dessutom att vägen ut ur det dilemma de nu fastnat i, utgörs av en fokusering på medelklassen samt en renodling av partiets ideologi till den socialliberala. Detta i sin tur skulle vara ytterligare ett steg bort ifrån det formaliserade samarbetet med LO. Vi vet att det är att sticka ut hakan en bit, att på detta sätt skriva Sveriges största och mest dominerande parti på dess näsa vart det ska ta vägen rent politiskt, men vi sticker ut hakan utifrån ett strategiskt kommunikationsperspektiv. Vi tror helt enkelt inte att Socialdemokraterna kommer undan kritiken, varken från höger eller från vänster, med mindre att de söker ideologisk klarhet i den socialliberala ideologin. Vi tror detta eftersom vi ser det ur socialdemokratiskt perspektiv såsom önskvärt att behålla den dominerande ställningen både på den parlamentariska arenan och som medelklasspartiet framför andra här i Sverige. Det socialliberala budskapet tror vi har möjlighet att attrahera dessa medelklassväljare igen, som har gått till andra partier eftersom de tröttnat på diskrepansen mellan socialdemokratisk realpolitik och socialdemokratisk politisk kommunikation, och det parlamentariska inflytandet fås framförallt genom ett starkt opinionsstöd. Alternativet till detta är som vi ser det en återgång till den realpolitik som är keynesianism och klassisk fördelningspolitik, vilket också LO förespråkar och Vänsterpartiet vinner röster på att förespråka. Visserligen överbryggas på det viset diskrepansen mellan politik och kommunikation, men om vi antar att de som röstar på Socialdemokraterna idag gör det för att de stöder den politik Socialdemokraterna för idag, så skulle en sådan realpolitisk rörelse åt vänster för Socialdemokraternas del innebära att lika många röster tappas till partierna högerut som vinnas vänsterifrån. Socialdemokraterna skulle alltså inte återfå det starka opinionsstödet de en gång uppbar genom en sådan vänstervridning av realpolitiken. Därför vår rekommendation.

8 Slutdiskussion

I vår uppsats har vi nu undersökt »vård, skola, omsorg»- begreppets retoriska användning och dess status bland folk i allmänhet. Vår hypotes - att begreppet uppfattades som uttjatat - stämde. Den är inte bevisad, men heller inte motbevisad. Så långt vågar vi sträcka oss som till att påstå att starka indicier talar för att den är sann. Vidare har vi undersökt riksdagspartiernas politiska kommunikation, retoriska medvetenhet samt inställning till och användning av uttrycket »vård, skola, omsorg». Detta var någonting som växte in i uppsatsen utifrån det att vårt intervjumaterial visade sig vara så givande. De slutsatser och resultat som kommer av denna vår kvalitativa del av undersökningen är följaktligen inte lika klart avgränsade och entydiga. Men för att hjälpa både oss själva och läsaren avser vi nu att återknyta till våra syften och frågeställningar. Den återkopplingen ger oss förhoppningsvis en biljett på att den röda tråd vi definierade inledningsvis, går att följa genom hela uppsatsen och ändå hit.

Frågeställning 3.2.1 gällde folks attityd till »vård, skola, omsorg»-begreppet. Vi har i vår undersökning visat att människor i allmänhet här i Stockholm, tycker att uttrycket är uttjatat. Vi har inte sett någonting som tyder på att en viss grupp av människor avviker i sin uppfattning i den frågan. Folk tycker, oavsett kön, ålder och politiska preferenser, att uttrycket är uttjatat.

Frågeställning 3.2.2 avsåg belysa människors inställning till de respektive samhällsliga institutionerna vård, skola och omsorg. Här har vi också visat att folk ser på dessa som viktiga politiska frågor vilka alls inte är uttjatade.

Det som tydliggörs när dessa två frågeställningar besvaras och ställs emot varandra på detta sätt, är den skillnad vi ser mellan människors attityd gentemot det retoriska uttrycket »vård, skola, omsorg» och människors sätt att värdera områdena vilka begreppet belyser som enskilda politiska frågor. I våra ögon gör detta uttryckets användning ännu mer graverande.

Frågeställning 3.2.3 sökte efter en koppling mellan människors inställning till begreppet vi fokuserar, och deras uppfattning om vilket parti som är mest »skyldigt» till begreppets nuvarande status. Den kopplingen bestod i att Socialdemokraterna sågs av folk som det parti vilket använde uttrycket mest, samtidigt som de varken tillskrevs högre eller lägre trovärdighet än något annat parti i frågan.

Frågeställning 3.2.4 berörda vad politikerna tyckte om vår undersökning och dess resultat. Ingen av informanterna blev överraskade av våra resultat. Vår fråga blir då varför deras insikt ifråga om folks attityd till »vård, skola, omsorg»-begreppet inte går att spåra i något annat än fraser som »*Det där visste vi!*» och »*Det där var ju väntat.*»

Frågeställning 3.2.5 siktade på de politiska partiernas strategier för politisk kommunikation. Vår bild av dessa strategier är entydig - de varierar väldigt mycket. Varje parti har olika utgångspunkter och kommer därför till olika slutsatser i samma fråga. En sak som dock någonstans sammanfattar partierna på denna punkt är deras oförmåga att se till helheten. De ser bara valda delar av sin kommunikativa verklighet, och anlägger endast vissa perspektiv på sin kommunikation. De kan vara väldigt duktiga ifråga om de perspektiven, och totalt ignoranta ifråga om andra. Retoriken saknades det nästan helt medvetenhet kring, till exempel. Och förståelsen för mediernas återspeglning av det politiska livet både fanns och inte fanns.

Vi väljer följande historieskrivning: Socialdemokraterna går till val på ett budskap »vård, skola, omsorg» vilket enligt dem sammanfattar den bakomliggande strategiska avvägningen - kärnverksamheterna före transfereringssystemen. Andra partier - fullt naturligt efter den förra mandatperiodens politiska verklighet med budgetsanering - väljer liknande valplattformar. En utgångspunkt vid valet av dylika plattformar är de språkliga begreppens gångbarhet i media. Därvidlag tas hänsyn till medielogik, produktionsvillkor och målgruppernas medievänor. Resultatet är ett totalt

begreppsmässigt genomslag i valrörelsen och massmedia. De som ska konsumera detta budskap, som ska klassificera budskapet som politik eller något annat - förstår budskapet genom sitt politiska schema och vänder sig till slut ifrån det. Sättet på vilket uttrycket buntar ihop sakfrågorna gör det svårt för folk i allmänhet att överhuvudtaget se på det utifrån ett annat schema där möjligtvis deras engagemang skulle kunna ges utrymme. Resultatet blir till en blockering, där avsändare och syfte inte spelar någon roll, utan all användning av begreppet »vård, skola, omsorg» är kontraproduktiv - den genererar bara avsmak. Detta är i stora och grova drag det scenario vi ser. Detta scenario menar vi skulle kunna se annorlunda ut, om partierna vågade ta till sig retoriken, och om partierna fullföljde den inneboende politiska logiken och tillvaratog varsin samhällsgrupps intressen - åtminstone ifråga om samröre med utomparlamentariska organisationer med samma ideologigrund. När till och med företag och kommersiella intressen i allt högre grad börjar verka politiskt, borde de idéburna organisationernas politiska engagemang inte ses som oetiska påtryckningar. I Sjöbloms analys modell ingår ju till och med kommunikationsnätverk som en resurs.

Att detta område vi valt att skriva om i vår uppsats, är så otroligt komplext är också en lärdom för oss. Möjligen kan det förklara partiernas tendens att bara se till vissa delar och att bara öppna en del dörrar in till den politiska kommunikationen. Men trots komplexiteten och de många påverkansfaktorerna, menar vi att vi lyckats urskilja vissa mer grundläggande perspektiv på politisk kommunikation. Metaforen med den politiska marknaden är ett sådant där vi tror att begreppet legitimitet borde ges en chans av partiernas respektive ledningsfunktioner. Legitimitetsbegreppet är så grundläggande att det kan fungera som en sammanfattande teoretisk utgångspunkt i politisk kommunikation. Retorikens regler och metoder kan vara en annan sådan. Men även om dessa ingångar till kontinuitet och grepp om helheten, kan ställas emot partiernas nuvarande selektiva kommunikationsfokus, så menar vi att varje tillägnande av kompletterande biter i den politiska kommunikationens pussel, varje tillskott till partiernas kommunikativa kompetens, är ett steg på den rätta vägen. För det som egentligen ska stå emot det sätt på vilket partierna kommunicerar politik idag är inte det grundläggande och basala, utan det förfinade och raffinerade. Dit kommer man bara genom att öppna ögonen och genom att ersätta tron på en eller två eller tre metoder med tvivlet på de andra. För emedan tron på det ena ignorerar det andra, så lyser tvivlet över båda.

»Jag tror på tvivlet.

Tvivlet är all kunskaps grund

och all förändrings motor.

Tvivlet är till yttermera visso trons förutsättning.

Den som tror utan att först tvivla

är en jublande dumskalle och en klingande cymbal.

Och den som tror utan att samtidigt tvivla

är en föga mindre jublande dumskalle

och en föga svagare klingande cymbal.

Tron kan försätta berg

men tvivlet kan sätta tillbaks dem igen.»

- Tage Danielsson

Ur Allvarligt Talat 1 2000

9 Källförteckning

Asp 1, Kent

Mäktiga massmedier. Stockholm: Akademilitteratur 1986

Asp 2, Kent

Demokratin och det journalistiska uppdraget. Ur antologin *Uppdraget, journalistiken och den moderna demokratin.* Stockholm: Tidens förlag 1992

Asplund 1, Johan

Om hälsningsceremonier, mikromakt och asocial pratsamhet. Göteborg: Korpen 1987

Asplund 2, Johan

Om undran inför samhället. Lund: Argos 1988

Berg, Per-Olof & Jonsson, Christer

Strategisk ledning på politisk marknader. Lund: Studentlitteratur, 1991

Bjørger, Tore & Heradsveit, Daniel

Politisk kommunikation. Lund: Studentlitteratur 1992

Boréus, Kristina

Högervåg. Stockholm: Tidens förlag 1994

Björnsson, Gunnar & Kihlbom, Ulrik & Tersman, Folke & Ullholm, Anders

Argumentationsanalys. Stockholm: Natur och Kultur, 1994

Carlberg, I

Företag som politiska påtryckare. Maktutredningen, 1991

Carlqvist, Maria & Renvall, Mats

Politikens medialisering. C-uppsats i MKV framlagd vid JMK 1992

Fiske, Susan T. & Taylor, Shelley E.

Social cognition. McGraw-Hill 1991

Fredriksson, Gunnar

Det politiska språket. Stockholm: Tidens förlag 1992

Gardner, Howard

The mind's new science. A history of the cognitive revolution. Basic Books 1985

Habermas, Jürgen

Borgerlig offentlighet. Lund: Arkiv förlag 1984

Hellspång, Lennart

Konsten att tala. Handbok i praktisk retorik. Lund: Studentlitteratur, 1992

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (redaktörer)

Ett missnöjt folk, SOM-rapport nummer 18. Göteborg: SOM-undersökningen 1996

Holme, Idar Magne & Solvang, Bernt Krohn

Forskningsmetodik. Lund: Studentlitteratur 1992

Höjer, Birgitta

Djupintervjun som metod för att studera programförståelse och programupplevelse. Stockholm: Sveriges Radio 1986

Jacobsson Kerstin

Konstruktion av det nödvändiga. Ur *Häftan för kritiska studier.* Referenslitteratur JMK

- Johnsonbaugh, Richard
Discrete mathematics. Prentice-Hall 1997
- Kronvall, Kai
Politisk masskommunikation i ett flerpartisystem. Lund: Studentlitteratur 1975
- Linell, Per
Människans språk. Malmö: Gleerups förlag 1982
- Maarek, Philippe
Political marketing and communication. London: John Libbey 1995
- McNair, Brian
Performance in politics and the politics of performance. Artikel referenslitteratur JMK
- Mårtensson, Rita
Marknadskommunikation. Lund: Studentlitteratur, 1994
- Næss, Arne
Empirisk semantik. Oslo: Universitetsförlaget, 1959
- Nimmo, Dan D. & Sanders, Keith R. (redaktörer)
Handbook of political communication. Beverly Hills: Sage publications 1981
- Nord 1, Lars
Spelet om opinion. Lund: Studentlitteratur 1997
- Nord 2, Lars
Åsiktsmaskinerna. Lund: Studentlitteratur 1993
- Nowak, Kjell, Carlman, Benny & Wärneryd, Karl-Erik
Masskommunikation och åsiktsförändringar. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet 1966
- Oppenheim, A.N.
Questionnaire design, interviewing and attitude measurement. London/New York: Pinter publishers 1992
- Petersson, Olof & Carlberg, Ingrid
Makten över tanken. Stockholm: Carlssons bokförlag 1990
- Preece, Jenny med flera
Human-computer interaction. Addison-Wesley Publishing Company 1994
- Rich, Elaine & Knight, Kevin
Artificial intelligence. McGraw-Hill 1991
- Rudberg, Birgitta
Statistik. Lund: Studentlitteratur 1993
- Russel, Stuart & Norvig, Peter
Artificial intelligence - a modern approach. New Jersey: Prentice Hall 1995
- Rydstedt, Rudolf
Retorik. Lund: Studentlitteratur, 1993
- Severin, W. & Tankard, J.
Communication Theories. New York: Longman
- Wallén, Göran
Vetenskapsteori och forskningsmetodik. Lund: Studentlitteratur, 1996

Österman, Torsten

Opinionens mekanismer. Edsbruk: Akademitryck 1998

APPENDIX A

Vi har inom uppsatsgruppen haft omfattande diskussioner om demokratibegreppet och ska i detta appendix försöka redogöra, utan att på något sätt ha ambitionen att vara heltäckande, för hur olika man kan se på demokrati, och att det inte går att häva ur sig saker som »*demokratin är hotad*» om man inte först tydligt har definierat, och kommit överens om, vad demokrati är.

OBS: på i stort sett samtliga ställen där »demokrati», eller något ur demokrati härlett/stammande begrepp, nämns ovan och nedan borde det stå inom citationstecken för att visa att det är ett relativt begrepp. Vi har dock inte skrivit så för att underlätta läsandet, som annars skulle bli hackigt.

I.1 DEMOKRATI

Begreppet demokrati är inte entydigt. Etymologiskt kommer det av »*demos*» och »*krati*», grekiska för folk respektive styre - sammansatt blir det alltså folkstyre. I själva ordet demokrati indikeras inte hur den ska organiseras. Följande resonemang (i hela appendixet - inte bara i detta stycke) blir teoretiskt-idealistiskt. I Sverige, och resten av det som lite slarvigt brukar kallas västvärlden, tillämpar vi, åtminstone på riksplanet, representativ demokrati. Hur dessa representanter utses varierar, men en minsta gemensam nämnare kan sägas vara hemliga, allmänna, regelbundna val. Däremot är det inte alltid självklart att en röst väger lika mycket; i till exempel EU:s olika organ är små länder överrepresenterade, det vill säga en röst i ett litet land väger mer än en röst i ett stort land. Nu är EU inget idealt exempel eftersom man brukar prata om att EU lider av ett demokratiskt underskott, men samma princip gäller i den amerikanska senaten där alla stater, oavsett storlek, har två representanter. Mindre flagranta exempel kan man se i till exempel den svenska riksdagen eller i det brittiska underhuset - där ledamöterna behövt olika många röster för att få ett mandat. Detta är dock oavsiktligt, orsaken till detta står att finna i att det är svårt att göra valkretsarna exakt lika stora med avseende på befolkning.

I.2 REPRESENTATIV DEMOKRATI OCH PARLAMENTARISM

Begreppet representativ demokrati är egentligen en logisk kontradiktion - hur kan man kalla något ett folkstyre när folket inte är med och styr annat än i val med flera år emellan? Anledningen till att representativ demokrati ändå är det sätt man använder är att direktdemokrati anses vara för otympligt. Detta kan dock komma att ändras om/när elektronisk demokrati blir en möjligt väg att vandra. Men redan i och med att man övergått till representativ demokrati kan idealister och teoretiker hävda att systemet inte är demokratiskt längre. Detsamma gäller parlamentarismen, i det svenska fallet att regeringen måste ha parlamentets (riksdagens) förtroende. Inte heller detta sätt att organisera landets ledning är på något sätt givet om man vill kalla sig själv demokratisk. Är man idealistisk kan man alltså uppfatta både parlamentarism och representativ demokrati som avsteg från sann demokrati.

Nu är det intressant att fråga sig vad alternativet till demokrati är? Ett bra svar på den frågan är: någon form av diktatur. En diktatur kan ha flera former; vanligtvis tänker vi oss en stark man (kvinna) som styr med järnhand. Men det kan finnas diktaturer med inslag av val. I Sverige hade vi under stormaktstiden en enväldig kung som styrde med hjälp av en (stånds-)riksdag och representanter från landets adel - dvs man kan säga att vissa av kungens rådgivare var utsedda av andra än kungen själv, även om kungen säkerligen hade sista ordet och kunde sparka icke önskvärda personer utan problem. Varför är då detta intressant? Jo, idealistiskt kan man säga att allt som inte är absolut och perfekt demokrati i själva verket är en diktatur. Man kan också vända på resonemanget och hävda att allt som inte är en absolut diktatur är en demokrati - det vill säga en diktatur med bara ett valförfarandet enligt ovan (hemligt, allmänt, regelbundet osv) är en demokrati. Detta stäl-

ler dock de flesta inte upp på - återstår då att kalla västvärldens så kallade demokratier för diktaturer. Men det värsta övergreppet på den ideala demokratin återstår att redogöra för...

1.3 MAJORITETSBESLUT ELLER MAJORITETSDIKTATUR?

Parlamentariska beslut fattas genom votering och rösträkning, och det förslag som fått flest röster (oftast >50%), majoritet, vinner. I särskilt viktiga frågor brukar det krävas någon form av kvalificerad majoritet, dvs mer än 50%; vanligt är att man kräver 2/3 eller 3/4 för att majoriteten ska uppfattas som kvalificerad. I stort sett gäller detsamma för de, förment mer, demokratiska folkomröstningarna. Men, och detta är ett stort men, det finns inget som säger att en majoritet får förtrycka en minoritet i en demokrati. Observera att det kan räcka med en rösts övervikt för att uppnå majoritet, även i en befolkning på flera miljoner. Likaså kan en majoritet rösta igenom förslag som inte gynnar majoriteten, bara missgynnar minoriteten. Dessa, och fler, faktorer kan av idealister betraktas som helt förkastliga. Dessutom finns det inget i det ursprungliga begreppet demokrati som säger att beslut ska fattas med votering/röstning, och definitivt inget som säger att en majoritet får förtrycka en minoritet med det enda argumentet att de är just i majoritet. Majoriteter kan dessutom fatta odemokratiska beslut - till exempel kan de bestämma sig för att avskaffa demokratin eller kränka minoritetens »mänskliga rättigheter» (»mänskliga rättigheter» är också ett relativt begrepp. Se ovan i andra stycket om demokrati). Inte ens om 99,99% av de röstande står bakom, till exempel, ett odemokratiskt beslut blir beslutet demokratiskt.

Idealt är alltså en direktdemokrati där beslut fattas i konsensus. Givetvis kommer ett sådant sätt att styra ett samhälle medföra att komplexa frågor aldrig kommer lösas, utan det blir en minsta-gemensamma-nämnd-demokrati där staten kommer kunna besluta om »självkla» saker som att mord är förbjudet, men inte mycket mer. Önskvärt eller inte? Det beror på vem man frågar, men väldigt nära idealet och en mycket sannare demokrati enligt vissa. Med den sista modellen av en ideal demokrati blir också frågan om medias produktionsvillkor förstör demokratin en ickefråga, av två anledningar:

1. Det är inte en demokrati media möjligen förstör utan en diktatur
2. Politikens domän blir oerhört krympt - den blir så minimal att den inte längre får något nyhetsvärde.

Med texten ovan har vi velat visa på att uppfattningen om vad som är demokratiskt kan skilja sig oerhört mycket, och att detta har en oerhörd effekt på analysen av den politiska kommunikationen och den politiska journalistiken. Givetvis har även Marx haft en åsikt om demokrati:

»As Karl Marx noted in the nineteenth century (in terms which have remained relevant for women and ethnic minorities in many countries until well into the twentieth century), the concept of democracy was an ideological fiction designed to secure the political, and hence economic, domination of the bourgeois, while excluding from representation the great mass of working people.»¹

Utomstående kommentarer till ovanstående text

Genom Davids försorg publicerade vi ovanstående appendix om demokrati på en öppen e-postlista för politisk debatt och fick bland annat följande kommentarer från Ingemar Nordin²:

Bara en kommentar till David Bondes appendix om demokratibegreppet. Man borde kanske nämna att 'demokrati' också kan betyda något helt annat än beslut genom röstning. Den marxistiska varianten innebär t.ex. att demokrati = folket sitter vid makten, som i de forna öst- och sovjetstaterna. Några fria och oberoende val mellan flera partier ansågs inte behövt för att det skulle råda 'demokrati' i denna

1. McNair sidan 47

2. Ingemar Nordin lektor och docent vid Linköpings Universitet Tema H. <ingno@tema.liu.se>

mening. Vidare, om man enbart fokuserar demokratibegreppet på valprocedurer etc., så försvinner den kanske viktigaste komponenten, nämligen vaktsländet av individuella rättigheter till liv, egendom och frihet. David är förstas medveten om detta när han skriver:

»Majoriteter kan dessutom fatta odemokratiska beslut - tex kan de bestämma sig för att avskaffa demokratin eller kränka minoritetens 'mänskliga rättigheter' (mänskliga rättigheter är också ett relativt begrepp. Se ovan i andra stycket »Appendix A» om demokrati). Inte ens om 99,99% av de röstande står bakom, till exempel, ett odemokratiskt beslut blir beslutet demokratiskt.»

Det är alltså ODEMOKRATISKT att avskaffa minoriteters rättigheter. Om demokrati = majoritetsval så skulle detta inte vara fallet, Ty ALLA beslut som majoriteten fattar i fria val skulle då vara demokratiskt.

Som jag ser det används därför begreppet, i de flesta västländer och med lång tradition bakåt i tiden, som innehållande två komponenter: Demokrati = fritt och upplyst röstningsförfarande (hur stor majoriteten skall vara, direktval eller representativa val kan variera) OCH respekt för individens rätt till liv, frihet och egendom. Dvs, ett demokratiskt land måste göra en avgränsning mellan saker som bör beslutas gemensamt i val, och sådant som var och en i demokratisk ordning bör besluta om själv.

Länder med en låg tröskel för majoritetens inkräktande på minoritetens rättigheter, som t.ex. i Sverige, är därför mindre demokratiska än länder, som t.ex. USA, med en hög tröskel. I själva verket skulle vi behålla demokratin om hela den politiska beslutssfären inskränktes till noll, men folks rättigheter fortfarande respekterades. Om vi däremot skulle vända på det och säga att ju mer majoriteten har att säga till om desto mer demokratiskt, så hamnar vi i den absurda situationen som nämndes ovan att avskaffandet av minoriteters rättigheter (utom rösträtten) vore ett demokratins högsta ideal, eftersom ju då ALLA beslut - på arbetsplatser, i valet av religion, i skolan, i valet av make/maka, i familjen, och t.o.m. i affären när vi går och handlar - skulle vara »demokratiskt» fattade.

APPENDIX B

2.1 ABDUKTION

Wallén förklarar abduktion så här: »I den hypotetisk-deduktiva ansatsen undersöks samband genom att man varierar olika tänkbara orsaksfaktorer och sedan undersöker vad effekterna blir. Abduktion gäller en delvis omvänd situation (och liknar induktion), fall där man står inför en effekt och söker orsaksfaktorer utan [att] direkt kunna manipulera dessa. Exempel kan [vara] undersökning av spår på en brottsplats eller diagnos av sjukdom. Problemet är att man inte har entydiga samband, hög vilopuls kan till exempel bero på anemi, hjärtfel eller struma.»¹

Knight & Rich är mer formella i sin förklaring/definition av abduktion:

»Standard logic performs deduction. Given two axioms:

$$\forall x : A(x) \rightarrow B(x)$$
$$A(C)$$

we can conclude $B(C)$ using deduction. But what about applying the implication in reverse? For example, suppose the axiom we have is

$$\forall x : \text{Measles}(x) \rightarrow \text{Spots}(x)$$

the axiom says having measles implies having spots. But suppose we notice spots. We might like to conclude measles. Such a conclusion is not licensed by the rules of standard logic and it may be wrong, but it may be the best guess we can make about what is going on. Deriving conclusions in this way is thus another form of default reasoning. We call this specific form abductive reasoning. More precisely, the process of abductive reasoning can be described as 'Given two wff's² $(A \rightarrow B)$ and (B) for any expressions A and B , if it is consistent to assume A , do so»³.

Med detta i bakhuvudet är det uppenbart att människans hjärna har ett oerhört abduktivt arbets sätt. Det är sannolikt ett skäl till vi blir stressade när vi hamnar i obekanta situationer - vi har ingen tidigare erfarenhet att relatera till. Scheman och abduktion är i princip två sidor på samma mynt. Scheman används för att klassificera kunskap och nya erfarenheter, och abduktion är metoden för att bedöma var saker med störst sannolikhet hör hemma när man schematiserar dem. Det är därför människor i stor utsträckning vänder ryggen till när de hör begreppet »vård, skola, omsorg» - man bedömer det som osannolikt att något nytt kommer tillföras debatten (abduktionsmomentet), och klassificerar det därför i kategorin »hört tidigare» (schematiseringsmomentet).

1. Wallén sidan 48. Orden som står inom hakparenteser är tillagda för underlätta förståelsen av förmodligen dåligt korrekturläst text.
2. Well Formed Formulas
3. Knight & Rich sidan 203

APPENDIX C

3.1 RETORISK ANALYS

Vi ska i detta appendix analysera hur borgerliga respektive vänsterdebattörer använder begreppet »vård, skola, omsorg» samt om det finns någon manifest skillnad de olika grupperna emellan. Denna analys är på intet sätt fullständig - vi undersöker bara en artikel var från respektive »läger» - utan utgör bara ett exempel på hur debatten har sett ut. Artiklarna har vi fått fram genom sökning i Presstext och Mediearkivet. Den borgerliga artikeln är en ledare från Expressen daterad 980521 och vänsterartikeln en debattartikel i Aftonbladet signerad Göran Persson och Bertil Jonsson, publicerad 971117.

Ett förhållande som både är ett problem och en fördel med de valda artiklarna är de olika angreppssätten de har på begreppet »vård, skola, omsorg». Expressens artikel är kritisk till begreppet »vård, skola, omsorg», men inte kritisk till verksamheterna som sådana samtidigt som Persson och Jonssons artikel genomsyras av en positiv ton, både till verksamheterna och till begreppet »vård, skola, omsorg». Givetvis finns det vänsterdebattörer som är alltigenom kritiska liksom det finns borgerliga som är alltigenom positiva, även om det inte skulle överraska författarna om borgerliga debattörer generellt sett är mer negativa till de respektive institutionerna vård, skola och omsorg jämfört med sina vänsterkollegor.

Vi har använt de dispositionsprinciper för tal vilka Rydstedt presenterar¹ för att hitta en modellen för analysen. Enligt vår bedömning är deliberativa tal och debattartiklar så lika till sin karaktär att detta är ett rimligt sätt att använda modellen på.

3.2 EXPRESSEN

3.2.1 VÅRD SKOLA OMSORG - Byt skiva!

Valrörelsens mantra börjar inte bara bli tröttsamt, utan även fördummande. Att säga att man ska värna kvaliteten inom vård, skola och omsorg är ett meningslöst uttalande.

Alla vill att skolan och vården ska vara bra. Alla vet också att mer skattepengar inte är en långsiktig lösning. Ett högt skattetryck skadar ekonomin, vilket innebär ytterligare nedskärningar inom kommuner och landsting. Det kommunala skattestoppet är ett tydligt kvitto på att även regeringen inser det. Därför går det inte att ställa ett maximalt skatteuttag mot vården av sjuka och gamla.

Artikeln introduktion med »narration» (mening 1-2), »propositionen» (mening 3-4) och »partitionen» (mening 5). Redan här redogörs för att »värna kvaliteten inom vård, skola och omsorg» är en plattityd. En plattityd känner man igen på att man inte kan sätta just »inte» framför meningen. Det »går» inte i dagens samhälle att säga »vi vill inte värna kvaliteten inom vård, skola, omsorg». Ett vanligt exempel på en plattityd är »Jag är för rättvisa». Försök negera den meningen... Det är ett omöjligt tabu. En annan fördel med plattityder är att man överlåtet tolkningen åt betraktaren, och om han genomskådar det man sagt och kritiserar det kan man enkelt hävda att hans tolkning är helt uppåt väggarna - självfallet menade man inte så. Rydstedt exemplifierar detta »Alla kan ju gå med på att de är de lämpligaste som ska få en viss belöning, men vem bestämmer vilka som är det?»²

Vidare menar Expressen att det är en konstlad motsättning mellan »vård, skola, omsorg» och skattesänkningar. Expressen antyder att skattesänkningar inte skulle leda till en försämring av den offentliga servicen, den skulle till och med kunna förbättras.

1. Rydstedt kapitel 4

2. Rydstedt sidan 172

Den viktiga frågan är inte hur många miljarder som ska gå hit eller dit, utan hur pengarna ska användas. Skillnaden mellan exempelvis socialdemokraternas och moderaternas förslag till kommunbidrag utgör en procent av vad kommunerna omsätter.

Den offentliga sektorn är värd en bättre debatt. Eleverna, patienterna och de gamla är inget spelbräde för procentsatser.

Försämringarna i skolan, omsorgen och i vården beror till en del på 90-talets kraftiga lågkonjunktur. Högre tillväxt och fler jobb är det bästa sättet att långsiktigt säkra resurser till kommuner och landsting. Men samtidigt måste några missgrepp rättas till. Kommunaliseringen av skolan och äldreomsorgen har inte varit lyckad.

Misslyckandet är inte så konstigt. Både skolan och äldreomsorgen kräver en professionell ledning, vilket fritidspolitiker aldrig kan bli. Visst finns det öar av självständiga rektorer och fantastiska vårdhem, men den grundläggande ordningen är sådan att pengarna och makten finns hos politiker som alltför ofta inte vet vad de beslutar om.

Landstingens problem är likartade. Att de fungerar så pass bra är vårdbiträdernas, sjuksköterskornas och läkarnas förtjänst. De är osannolikt lojala mot en arbetsgivare som misskött sin uppgift i grunden. Landstingen är en konkursbransch som inte ens avsätter pengar till de anställdas pensioner.

Även här är problemet att makten över verksamheten finns hos politiker som är lekmän på ett högprofessionellt område. Politikermakten har svag demokratisk legitimitet, eftersom få väljare vet vad de röstar på i valet till landstingen. Sjuksköterskefackets ordförande Eva Fernvall har sagt det självklara, nämligen att landstingen bör läggas ner.

Nå, ska politiker inte ha något inflytande? Jo, men inte likadant som i dag. Både skolan, vården och omsorgen borde kunna finansieras och regleras offentligt, men drivs av professionerna, dvs av lärarna och vårdpersonalen. Skolpengen är en sådan idé.

Artikelns »probations»-argumentation (stycke 1). Här stärker man artikelns tes och man punkterar en del av den politiska retoriken M och S ägnar sig åt (»systemskifte») när man påpekar att skillnaden i deras budgetalternativ handlar om, i sammanhanget, marginella summor.

Ett klassiskt tretal, och en lika klassisk visualisering (stycke 2). Alla kan föreställa sig ett spelbräde för döda schackpjäser där kalla, cyniska extremt begåvade människor gör fullständigt rationella drag - något man som levande människa inte vill utsättas för.

Stycke 3 består av »refutations»-argumentation. Vem man argumenterar emot är något oklart, men förmodligen de som enbart anser den offentliga sektorns problem vara av politisk natur, det vill säga att politikerna har skurit ned enbart för att gynna »de rika».

Expressen drar själva till med en plattityd »högre tillväxt och fler jobb», men eftersom man vet kontexten är det inte särskilt svårt att räkna ut vad det är för lösning man tänker på, sänkta skatter, förklarad arbetsrätt etc. Dock kan man inte angripa Expressen för detta eftersom de då enkelt kan hävda feltolkning av mottagaren.

Mer argumentation (stycke 5). Vidare preciserar man begreppet »omsorg» samtidigt som klumpar ihop skola och äldreomsorg då de har en gemensam egenskap (kräver professionell ledning).

Nästa avsnitt (stycke 6-9) inleds med kritik som är ganska opportunistisk, med kritik mot namnlösa, men oprofessionella, byråkrater/politiker som presenteras som ett kollektiv. Alla har dock haft både positiva och negativa upplevelser av den offentliga sektorn så för att inte stöta bort läsaren förklarar man dessa »öar». Dessutom smickrar man särskilt vårdpersonalen med »osannolikt lojala», det vill säga, man fråntar dem ansvaret för problem i vården. Vidare kryddas anrättningen med auktoriti-

tetsargumentation genom att referera en fackordförandes åsikter. Till sist ger man ett hopp inför framtiden - och gör en analogi till skolpengen som väldigt få vill avskaffa idag.

Poängen med ett sådant system är att personlig kreativitet och vitalitet får ett större utrymme. Och det är nödvändigt. Både skolan, vården och omsorgen står inför jättelika utmaningar. Skolan måste hitta sina roller i det nya kunskapsambället, vården genomgår snabbt nya tekniska omvandlingar och äldreomsorgen måste utvecklas för att klara den kommande åldringsboomen.

De nödvändiga förändringarna måste tillåtas komma nerifrån. Och då måste maktfördelningen anpassa efter det. Nya idéer och nya initiativ är känsliga plantor. Trögheten och oviljan i en kommunal nämnd kan sätta stopp för nyordningar, och priset för utebliven utveckling är högt.

Vården, skolan och omsorgen ska finansieras solidariskt och över skattsedeln. Men politikerna ska inte driva verksamheten. Den ska anförtros åt professionella. Landets lärare, läkare, sjuksköterskor och undersköterskor är långt mer lämpade än politiker.

Artikelns peroration med en rekapitulation av läget idag (stycke 1). Det positiva överväger, det finns massor av utmaningar inom »vård, skola, omsorg», och i allmänhet ses rimliga utmaningar som något positivt. Dessutom är två av dessa utmaningar, åtminstone antydningssvis, IT-relaterade, vilket också är något som oftast har positiva konnotationer.

Artikelns amplifikation (stycke 2-3). Nu vänder sig skribenten direkt till läsaren. Förändringarna »måste tillåtas komma nerifrån», det vill säga direkt från individen - just du som läser den här artikeln. Ytterligare en analogi som folk kan känna igen sig i, och känna positivt inför, »känsliga plantor». Mycket känsligt utan konkret innebörd (tröghet, ovilja, solidaritet - Expressen hjälper dig som läser). Givetvis måste man vara försiktig med nyheter och låta dem få prova sina vingar innan man avfärdar dem.

Överhuvudtaget betonar Expressen individens och gräsrotternas möjligheter att påverka, och avfärdar de kollektiva politiska lösningarna. Texten har också ett ganska personligt angreppssätt på »vård, skola, omsorg»-debatten.

3.2.2 Nu satsar vi 16 miljarder på vården, skolan och äldreomsorgen

Det har vänt för Sverige. Efter budgetsaneringen, som innebar många smärtsamma uppoffringar, är nu handlingsfriheten återupprättad.

Arbetslösheten ska betvingas. Arbetarrörelsens allt överskuggande mål är full sysselsättning. Något annat är helt otänkbart för den svenska arbetarrörelsen. På vägen mot full sysselsättning ska den öppna arbetslösheten halveras till 4 procent år 2000. Arbetslösheten har minskat tydligen det senaste året.

Artikelns »exordium». Väcker intresse - vad ska man göra med pengarna budgetsaneringen nu frigjort? Hur ska arbetslösheten betvingas?

En stark ekonomi lägger grunden. Räntorna har fallit kraftigt. Inflationen är låg. Produktionen stiger. Investeringarna är höga. Nyföretagandet är rekordhøgt. Hemmamarknaden tar fart. Hushållens köpkraft stärks. Arbetslösheten sjunker.

Detta skapar grunden för stabil tillväxt, ökad sysselsättning och sjunkande arbetslöshet. Det skapar möjligheter att utveckla välfärdens kärna.

Introduktionens narrationsdel. Detta har inget med »vård, skola, omsorg» att göra men retoriken är nästa kommunistisk och/eller krigisk. Vi kommer och tänka på 1984 när vi läser detta. I övrigt använder de sig av en stegring, med de mer abstrakta företeelserna (ekonomi, inflation, räntor) först, för att på slutet fokusera och konkretisera med köpkraft och sjunkande arbetslöshet, något som alla vet vad det innebär.

Därför kan svenska folket möta framtiden med tillförsikt och framtidstro. Vi kan åter forma vår gemensamma framtid - ett samhälle där ingen lämnas utanför. Det socialdemokratiska partiet och LO står enade kring en gemensam och fast politik för att utveckla Sverige inför det nya seklet - för jobben, tryggheten och rättvisan.

Propositionen. Talets tes är »Nu ska vi satsa».

Vi kommer att fortsätta att bedriva en samordnad sysselsättningspolitik som leder till fortsatt ökat företagande, stärkt tillväxt och fler jobb.

Sysselsättningspolitiken bygger på några viktiga hörnstenar:

De nya jobben ska under de kommande åren främst komma i den privata sektorn. På så sätt tryggas den ekonomiska basen för de viktiga jobben i den offentliga sektorn.

Arbets- och kompetenslinjen gäller. Arbetslösheten ska minskas genom att fler människor får arbete eller utbildning som ger ökade möjligheter till arbete. Sverige ska konkurrera med utbildning, kompetens och högt kunskapsinnehåll i våra produkter - inte med låga löner och otrygga anställningsvillkor. Framtidens arbetsplatser ska erbjuda möjligheter till större delaktighet, mindre förslitning, ökad självständighet och större kompetens och ansvar.

Lönebildningen spelar en avgörande roll för möjligheterna att öka tillväxt och sysselsättning. Lönerna i Sverige får inte öka snabbare än i våra viktigaste konkurrentländer. Det krävs en bättre fungerande lönebildning för att arbetslösheten ska kunna halveras och att högavlönade visar särskild återhållsamhet i sina lönekrav. Samtidigt är det viktigt att lönebildningen motverkar löneskillnader mellan män och kvinnor.

Partitionen. Persson och Jonsson sammanfattar och omformulerar teserna de presenterat ovan.

Vi har möjligheter att klara den utmaningen. Samarbetet mellan fackföreningar och socialdemokratin på alla nivåer lägger en bra grund för utveckling av såväl företag som anställda och arbetslösa.

Här går den första skiljelinjen i svensk politik. Moderaterna säger nej till kunskapslyftet och uppmunttrar ökad lönespridning och fler låglönejobb. Dessutom vill moderaterna utförsäkra de arbetslösa redan efter 300 dagar samtidigt som man kraftigt vill urholka arbetsrätten.

Moderaterna vill ställa kollektivavtalen åt sidan bland annat genom att arbetsgivaren ska kunna avtala med en arbetsökande om sämre lön och sämre anställningstrygghet. Dessutom vill de inskränka löntagarnas konflikträtt. Detta måste bestämt avvisas. Arbetsrätten är och ska förbli en grundbult i välfärds-samhället.

Först probation (stycke 1) och sedan refutation (av Moderaterna) i stycke 2-3.

Vården, omsorgen och skolan ska prioriteras. Värdeämätaren på vårt välfärdssamhälle är hur väl vi tar hand om barnen, de äldre och de sjuka. Vården, omsorgen och skolan utgör kärnan i välfärden.

En avslutande argumentation som vädjar till emotionerna hos läsarna. Vem kan låta bli att tänka Bambi när man drar till ett tårdrypande tretal »barnen, de äldre och de sjuka».

Därför ska de nya resurser som nu och under de närmaste åren skapas i första hand tillföras dessa kärnverksamheter. En väl fungerande gemensam sektor är en förutsättning för en expanderande privat sektor.

Den socialdemokratiska regeringen satsar därför totalt 16 miljarder kronor fram till år 2000 på vården, omsorgen och skolan. Kvaliteten i verksamheterna kan förbättras och nya arbetsformer kan utvecklas. Mer personal kan ta hand om våra barn och äldre. Fler lärare kan anställas så att undervisningen i skolan blir bättre.

Rekapitulerande peroration där man visar hur man ska satsa (16 miljarder kronor) och varför det denna satsning behövs »En väl fungerande gemensam sektor är en förutsättning för en expanderande privat sektor».

För socialdemokratin är det oerhört viktigt att undanröja de brister som fortfarande finns inom vården, omsorgen och skolan. När vi nu skapar nya ekonomiska utrymmen går därför resurserna först till att säkra en hög kvalitet i välfärdens kärna innan vi utlovar eventuella skattesänkningar. Det är klassisk socialdemokratisk politik.

För oss i socialdemokratin står rättvisan i centrum. Efter en nödvändig men smärtsam saneringsfas ska rättvisan stärkas. När ekonomin växer ska de som burit de tyngsta bördorna i saneringen av de gemensamma finanserna stå främst. Barnfamiljerna och de sämst ställda pensionärerna står först i tur. Arbetarrörelsen kan inte acceptera att löntagarnas uppoffringar under de svåra år vi har bakom oss används till att finansiera skattelättnader för höginkomsttagarna under de goda år som ligger framför oss.

Valet mellan skattesänkningar och bidragsförändringar skall styras av vad som bäst gynnar en rättvis fördelning och mest bidrar till tillväxt och sysselsättning.

Här går den andra skiljelinjen i svensk politik. Moderaterna säger nej till regeringens tillskott på 16 miljarder kronor till landsting och kommuner. I stället vill moderaterna minska kommunsektorn med 17 miljarder kronor. Det motsvarar 60 000 anställda till år 2000. Samtidigt vill moderaterna - under förnyelsens täckmantel - sänka skatterna kraftigt för de välbeställda. Det ligger ingen förnyelse i denna politik. Det är gammal klassisk högerpolitik för ökade klyftor och med udden riktad mot löntagarna och facken.

Känslöförstärkande peroration (amplifikation). Typiskt i denna del är att vara indignerad över motståndarsidan³, och mycket riktigt, man antyder att om »de andra» kommer till makten så kommer man att sänka skatten för höginkomsttagarna vilket skulle vara »orättvist».

Socialdemokratin har nu lagt fast en offensiv och ansvarsfull politik för arbete, utbildning och rättvisa. En politik som präglas av socialdemokratins klassiska värderingar om frihet, jämlikhet och solidaritet.

Det är tidlösa värderingar som alltid står i förbund med framtiden. En framtid för alla - inte bara för fåtalet och de hoppfulla.

Kommiseration. Man försöker associera positiva konnotationer med Socialdemokraterna.

Bertil Jonsson. Göran Persson.

Skribenternas namn - en dualism...

Generellt är denna artikel mer teknisk och kollektivt inriktad än Expressens text. Detta kan bero på att artikeln är mer övergripande, men kan också ana att det är en ideologisk fråga - vänstern är mer kollektivistisk än liberaler.

3.3 KOMMENTAR

Givetvis är inte detta appendix ett slutgiltigt svar på hur höger- respektive vänsterdebattörer hantear språket när de diskuterar »vård, skola, omsorg». Istället kan den ses som ett uppslag för vidare undersökning av hur språket påverkas av avsändaren i denna specifika kontext. Förhoppningen är att vi genom denna analys har kunnat exemplifiera hur »vård, skola, omsorg»-begreppet använts i debatten i rikstidningarnas debattforum.

3. Rydstedt sidan 72

APPENDIX D

4.1 DATABASSÖKNINGAR I PRESSTEXT OCH MEDIARKIVET

Dessa sökningar genomförde vi alldeles i inledningen av vårt uppsatsarbete, som ett sätt att dels få uppslag för hur vi kunde belysa »vård, skola, omsorg»-begreppet och dels få en bild av begreppets användning i rikspressen. En aspekt vi var nyfikna på var frågan om när uttrycket slog igenom. Fanns det en tidpunkt då »vård, skola, omsorg»-begreppet etablerades? Detta är särskilt intressant eftersom den vedertagna bilden av riksdagsvalet 1998 är den att valet framförallt kom att handla just om de sakfrågor som »vård, skola, omsorg»-begreppet aktualiserar. Kan den tidpunkten knytas till valrörelsens början, eller ligger genombrottet i tid mycket senare så att det finns skäl att anta att valrörelsen var på väg att fokusera andra sakfrågor när uttrycket slog igenom och ändrade på detta?

4.2 VAD VI GJORDE

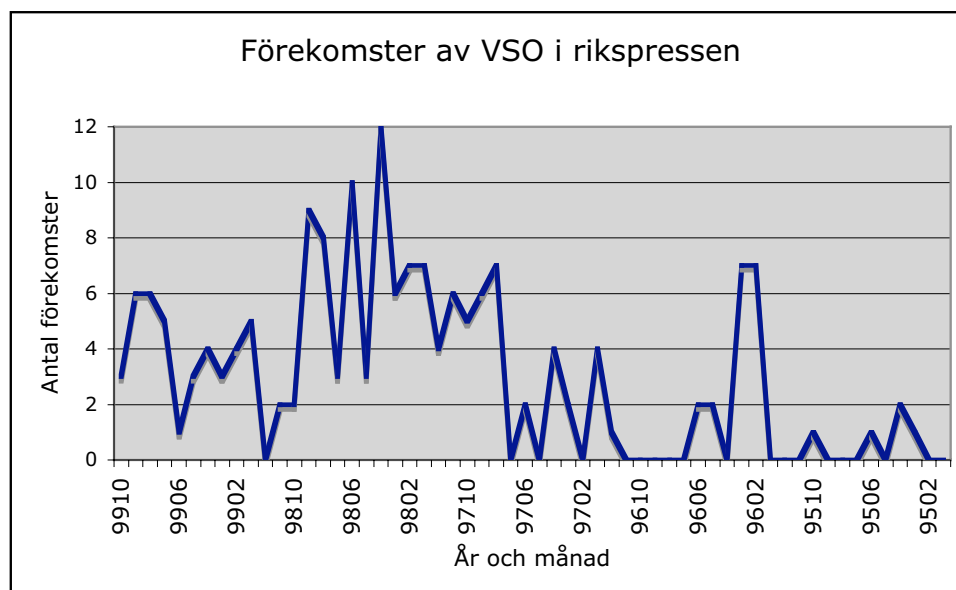
Vi sökte i de två databaserna *Presstext* och *Mediearkivet*. Databasen *Presstext* lagrar artiklar från tidningarna *Dagens Nyheter* och *Expressen*. Databasen *Mediearkivet* lagrar artiklar från bland annat *Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet*. Vi nöjde oss med att söka bland dessa tidningar, och dessutom bara bland dessa tidningars ledar- och debattartiklar. Vår sökning i båda databaserna var boolesk och löd »vård* AND skola* AND omsorg* within 3», med något olika syntax för de olika databaserna. Detta gav oss alla artiklar som innehöll orden »vård», »skola» och »omsorg» inom tre ords följd, det vill säga med högst något enstaka ord dem emellan. Sökningen medgav även träffar på orden »vården», »skolan» och »omsorgen» utifrån den trunkering som avslutar varje ord i sökningen. Tilläggas bör att båda databaserna inte räknar med korta ord som »och» eller »i», vilket gör att vår sökning också gav träff på alla uttryck där dylika småord fanns mellan något av orden vi sökte på - till exempel uttrycket »vården, skolan och omsorgen». Inte heller ordföljden fixeras i vår sökningen, varför vi också fick träffar på artiklar som innehöll meningar som »I skolan, vården och omsorgen». Överhuvudtaget täckte vår sökningen in alla de fall vi kunde komma att tänka på, där de tre orden fanns i anslutning till varandra. Även om alla dessa fall i strikt mening inte utgör ett exempel på hur begreppet »vård, skola, omsorg» har använts, så fyller de alla samma retoriska effekt - tretalet - och bidrar alla i lika hög grad till att begreppet vi fokuserar har blivit uttjat. Därför var vi intresserade även av dessa fall.

4.3 VAD VI KOM FRAM TILL

Något som skulle ha kunnat bli ett problem är det faktum att ingen av databaserna lagrar artiklar längre tillbaka än från 1994, och i vissa fall från början av 1995. Lyckligtvis kunde vi identifiera den tidpunkt då uttrycket etablerades i rikspressen till senare än så, varför detta inte utgör något större problem. Vi bestämde därför helt enkelt en första månad för våra sökningar till januari 1995, och så var det problemet löst. Däremot medför detta att vi inte kan identifiera en första tidpunkt då uttrycket med sin nuvarande retoriska funktion, förekommer för första gången överhuvudtaget. Vi vet från en annan källa - genom en sökning i Libris - att det någon gång i mitten på 1970-talet kom ut en bok där uttrycket »vård, skola, omsorg» ingick i undertiteln, men det verkar otroligt om inte den kombinationen av ord använts tidigare än så. Ett begrepp med en etablerad retorisk funktion menar vi att det blev först i och med dess genombrott i massmedia vid den tidpunkt vilka våra databasundersökningar bestämmer den till.

4.3.1 Rikspressen totalt

Vi fann att uttrycket »vård, skola, omsorg» definitivt etablerades på debatt- och ledarsidorna i den svenska rikspressen i augusti månad 1997. Ett diagram som visar på detta presenteras nedan:

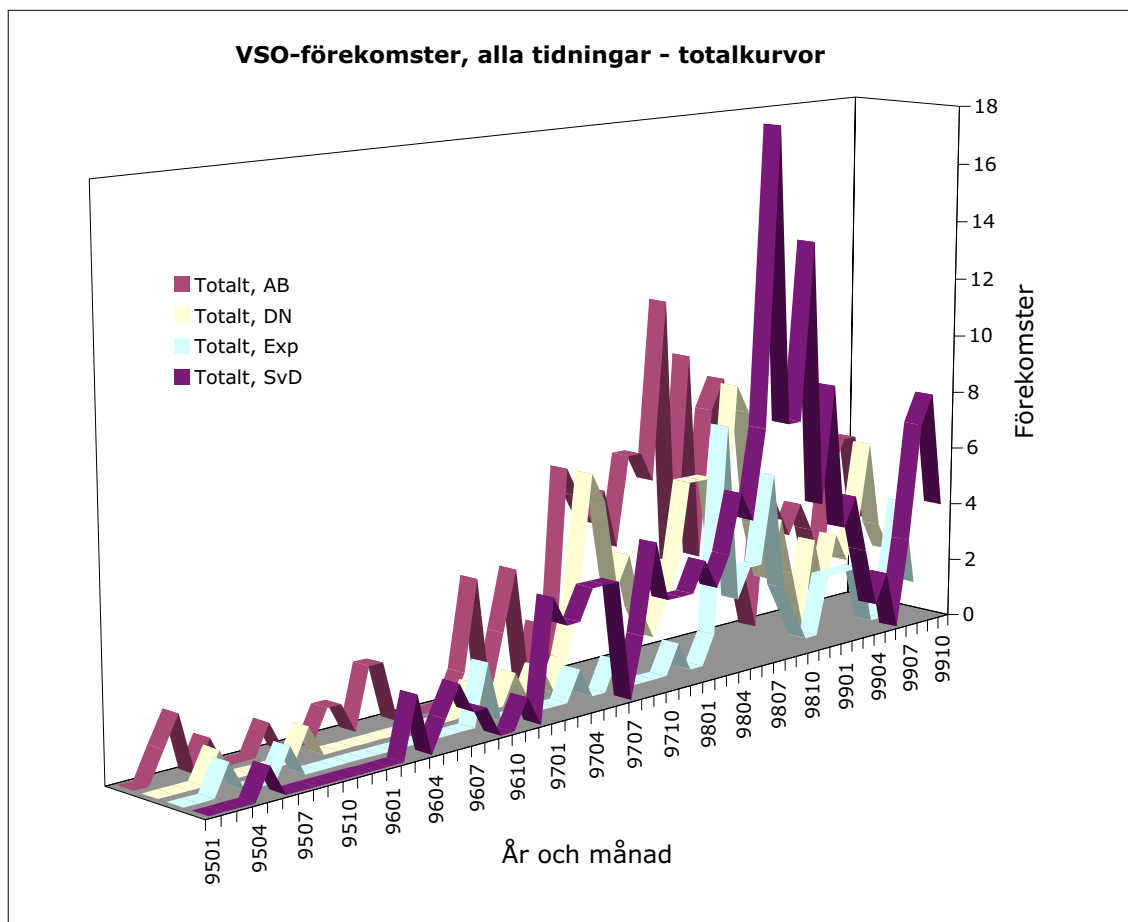


Figur D-15

Som synes av detta diagram föregicks det definitiva genombrottet av några månader med toppar i förekomst, med februari och mars 1996 som de två högsta av dessa. Anledningen till att vi inte bestämmer just februari 1996 som den månad då uttrycket etablerades, beror på att den toppen i förekomst följs av några månader med inga eller få förekomster. Den topp vi ser i augusti 1997 följs istället av mer än ett år med rikliga förekomster av »vård, skola, omsorg«-begreppet i rikspressens debatt- och ledarartiklar. Under vissa månader i denna period är det till och med så att uttrycket förekommer varannan till var tredje dag. Därav vår tidsbestämning till augusti 1997. Att det blev augusti och inte oktober tror vi beror på att riksdagsårets början i september närmade sig, varvid tidningarna efter semestrarna började ta tag i politiken igen. Att det blev just 1997 och inte 1996 tror vi beror på att riksdagsåret som började då i september var det sista innan valet 1998, och på att Socialdemokraterna under 1997 tog ett beslut att kommunicera budskapet »*kärnverksamheterna före skattesänkningar*» i en mindre otymplig form, vilken då blev »vård, skola, omsorg». I diagrammet syns också hur oktober, november och december 1998 var två lugna månader vad avser förekomster av uttrycket. Det tror vi beror på att det är precis efter valet, och ifråga om politik är det då mer intressant att skriva om partitaktik och mandatfördelning än om sakfrågor. Istället tar uttryckets användning ny fart i januari 1999, då det gångna året ska sammanfattas ifråga om siffror och statistik och det kommande året ska förutspås. Då fokuseras än en gång de politiska sakfrågorna, till exempel genom att olika politiska områden vägs mot varandra.

4.3.2 Skillnader mellan de olika tidningarna

Vissa skillnader i anammandet av begreppet går att se mellan de olika tidningarna. De skillnaderna visas i följande diagram:



Figur D-16

Det som syns är att både *Svenska Dagbladet* och *Aftonbladet* började använda begreppet tidigare än *Dagens Nyheter* och *Expressen*. Det är först efter augusti 1997 som uttrycket också i *Dagens Nyheter* börjar förekomma frekvent. Innan den månaden hade *Dagens Nyheter* under två och ett halvt års tid (från januari 1995 till juni 1997) bara använt begreppet 5 gånger. I *Dagens Nyheter* i augusti 1997 förekom begreppet 7 gånger. Av diagrammet framgår också att det var i *Expressen* som dröjde längst innan uttrycket började förekomma frekvent. Det dröjde ända in i april 1998 innan det också i *Expressen* började förekomma vid mer än enstaka tillfällen.

4.4 SAMMANFATTNING

Slutsatserna av våra databassökningar i *Presstext* och *Mediearkivet* är att det fanns en tidpunkt då begreppet slog igenom i rikspressen, och den tidpunkten är i augusti 1997. Efter det förekom begreppet på debatt och ledarsidorna i tre av de fyra tidningarna (*Expressen* är undantaget) ibland så ofta som varannan till var tredje dag. Vi menar att detta har bidragit till att uttrycket »vård, skola, omsorg» i dag är uttjat. Vidare menar vi att den tidpunkt då begreppet etablerades, sammanfaller med valrörelsens försiktiga igångsättande. (Självklart börjar valrörelsen på allvar först under våren på valåret. Men vi har från flera partier fått veta att partierna själva brukar dela upp mandat perioden i tre mellanvalsår och ett valår. Därvid kan början på valåret, räknat bakåt i tid ett år från den tredje söndagen i september, bestämmas till ungefär augusti ett år innan valet.) Av den anledningen ser vi inga skäl att anta att valrörelsen till en början handlade om något annat än vård, skola och omsorg. Sålunda stärks den bilden vi talade om i inledningen, där begreppet »vård, skola, omsorg» kom att uppfattas som valrörelsen 1998:s officiella mantra.

BILAGA I

I.1 FRÅGEFORMULÄR

Jag studerar vid Stockholms Universitet, och håller på med min uppsats nu. Jag skulle vilja ställa några frågor till dig om politik, om du har tid. Du kommer att vara helt anonym, och ingen kommer att kunna spåra dig i materialet. Går det bra om jag ställer några frågor?

I.2 FRÅGEDEL A

1. Är politik viktigt för dig?

Ja Nej

2. Hur duktiga tycker du att våra politiker är på att infria sina vallöften?

1. inte alls duktiga
2. lite duktiga
3. ganska duktiga
4. mycket duktiga

3. Nu kommer jag att ta upp en rad politiska frågor. Ange på en skala 1-4 hur du tycker att de kan beskrivas så att 1 är »inte alls», 2 är »lite», 3 är »ganska» och 4 är »mycket».

	Viktigt fråga för Sverige	Viktigt fråga för dig personligen?	Uttjat?
Skola			
Skatter			
Omsorg			
Kärnkraft			
Vård			
Miljö			
Pensionerna			

I.3 FRÅGEDEL B

4. Vad tänker du när du hör en politiker eller någon annan prata om »Vård, Skola och Omsorg»?

5a. Tycker du att det pratas för mycket, för lite eller lagom om »Vård, Skola och Omsorg» i den politiska debatten idag?

1. för lite
2. lagom
3. för mycket

5b. Tror du att politikerna menar allvar med det som sägs, eller är det mest tomt prat?

1. De menar allvar
2. Det är mest tomt prat

6. Vilket parti tycker du pratar mest om »Vård, Skola och Omsorg»?

7a. Vilket parti har störst trovärdighet när det pratar om »Vård, Skola och Omsorg»?

7b. Vilket parti har minst trovärdighet när det pratar om »Vård, Skola och Omsorg»?

8. Tycker du att politiker, media och andra har använt begreppet så mycket att det har blivit uttjatat?

Ja Nej

8b. Om negativt på fråga 4 och Nej på fråga 8 - fråga då: »Vad menar du?»

I.4 FRÅGEDEL C

9. (Fråga inte, anteckna bara!) Kön?

Man Kvinna

10. Arbetar du inom något av områdena vård, skola eller omsorg?

Ja Nej

11. Har du barn - eller barnbarn - som går i skola eller barnomsorg?

Ja Nej

12. Har du själv eller någon som står dig nära erfarenhet av äldreomsorg?

Ja Nej

13. Hur gammal är du?

14. Vad har du för utbildning?

1. Grundskola motsvarande
2. Teoretisk gymnasieutbildning eller motsvarande
3. Praktisk gymnasieutbildning eller motsvarande
4. Högskola, utan examen.
5. Högskola, med examen.
6. Annan eftergymnasial utbildning med examen, diplom eller motsvarande

15. Sista frågan innan vi slutar: Hur skulle du vilja placera dig på den politiska höger-/vänsterskalan?

BILAGA II

2.1 INTERVJUGUIDE FÖR INTERVJUER MED REPRESENTANTER FÖR RIKSDAGSPARTIERNA.

2.2 INTERVJUGUIDE

2.2.1 Allmänt om politisk kommunikation.

Berätta lite om er politiska kommunikation - om bakomliggande principer, om praktiskt tillvägagångssätt, om ert arbete med opinionsbildning, m.m.

Hur mycket skiljer ni ut målgrupper för ert politiska budskap, och hur mycket arbetar ni med olika budskap till de olika målgrupperna?

Källa, kanal, förändra attityd eller beteende, feedback...Alla dessa grundläggande kommunikationsteoretiska termer - var och hur kommer de in i ert arbete?

Frågor om trovärdighet - tjänar socialdemokraterna på att så intimt knyts samman med fackföreningsrörelsen, är SAF:s opinionsbildande verksamhet någonting positivt eller negativt för de borgerliga partierna? Behöver miljöpartiet samarbeta med Greenpeace eller Naturskyddsförening för att bli ett större parti? Alla dessa utredningsinstitut, SNS m.fl. - varför används de?

2.2.2 Retorikens instrument.

Vår definition av begreppet retorik är den vetenskapliga där retoriken ses som ett system av metoder och verktyg för att göra kommunikationsinsatser effektiva dels i bemärkelsen att få mottagaren att uppfatta meddelandet och dels utifrån insatsens syfte.

Är det endast i talskrivningssammanhang som retoriken kommer till användning?

Om nej, hur arbetar ni med retorik annars?

Går politiker från ert parti på kurser i retorik?

Vilka retoriska figurer anser du fungerar bäst för ditt parti?

Spelar det någon roll att retoriken som ämnesområde traditionellt sett bär på en lite negativ bismak?

Hur förbereder ni era representanter för tv-framträdanden, etc? Mediaträning?

Retoriken delar ju upp en kommunikationsakt i flera delar, vilka för framgångsrik kommunikation bör harmonisera med varandra, med »talaren» och med situationen/publiken. Eftersom kommunicerandet är en så stor del av politikens vardag borde retoriken också vara det - eller?

2.2.3 Vår undersökning.

Använder ni begreppet »Vård, Skola, Omsorg»? Om ja, varför?

Tror ni att ni kan profilera er mot de andra partierna när ni använder samma begreppsapparat?

Har ni inte misslyckats i er »utbildning» av väljarna när de ofta tycker att individuella frågor är viktigare för samhället än generella frågor?

Ser ni inget problem i att folk uppfattar en politisk fråga som mycket viktig men samtidigt uttjadt, varvid de inte orkar engagera sig. Folk är trötta på »Vård, Skola, Omsorg»-snacket och ryggar tillbaka när de möts av det - men menar ändå att resp. område vård och skola och omsorg alla är mycket viktiga. Hur skiljer de på de olika nivåerna?

BILAGA III

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Intresseorganisationer och trovärdighet	<p>Flera gånger återkommer referenser till Hyresgästföreningen, men det verkar ännu vara kontakter i sin linda. Annars mest prat om medvetenhet att andra kan vilja utnyttja V. Dock vill man ha många kontakter med »opinionsrörelser».</p>	<p>Kd har, ifråga om »partikulturen», färgats av framförallt frikyrkorörelsen, men också av kyrkan. Men några formella kontakter som mellan s-LO, m-SAF, finns ej. Det är många troende i partiet, men de är ändå en minoritet. Att arbeta med andra avsändare än Kd till Kd:s politiska budskap, ligger för långt ifrån Kd:s ideologi. Dessutom saknas resurser för det, och fanns de resurserna skulle de istället läggas på en tidning eller på en stark medlemsorganisation.</p>	<p>Mp ser sig som den parlamentariska grenen av en rörelse i vilken också ingår Greenpeace, Naturskyddsföreningen, o.s.v. Men de hävdar ändå ett självständighetsbehov. De menar att trovärdighet är kontextberoende så att det samröre som skulle förstärka trovärdigheten i en kontext, kanske förstör den in en annan. Mp är dock medvetna om frågan. Lasse Ångström har varit ordförande i både Greenpeace och Sv. Freds- och skiljedomsföreningen, så personliga nätverk existerar. »Men går de (Greenpeace, Naturskyddsföreningen etc <i>vår anmärkning</i>) vid något enstaka tillfälle och säger: 'Åt...(piip)..., vad håller mp på med?' /.../ då – skulle jag tro i 9 fall av 10 - tar media upp det.» Detta sagt apropå den som mp uppfattar ringa fördelen av att t.ex. Naturskyddsföreningen i sin regelbundet återkommande sammanställning av partiernas miljöpolitik, alltid utser mp till vinnare.</p>	<p>Att använda en annan källa/sändare i arbetet med att förskjuta värderingar, ändra attityder, är inte aktuellt för m. Knappa resurser, om inte annat, sätter käppar i hjulet. Något formellt samröre med SAF finns inte, man tar inte heller emot några ekonomiska bidrag. Men visst kan det hända att man i sin medlemstidning säljer en del väldigt, väldigt dyra annonser ibland. Tror vi på detta? Genom våra kontakter med andra källor än moderaterna, tecknas för oss en helt annorlunda bild. En sammanjämkning av Moderaternas version och alla andras version kanske ligger närmast sanningen. Då hamnar vi där att om inte formella kontakter mellan SAF och m, så åtminstone informella - och vilka ev de två kontaktyperna som betyder mest för utformning, upplägg, finansiering, timing, o.s.v. av kommunikationsinsatser, låter vi vara osagt.</p>	<p>Den liberala pressen är inte mycket till stöd för fp. »Vi känner väl inte riktigt att de håller oss om ryggen, utan närmast tvärtom.» Fp äger inga tidningar som Centern. Ingen styrning av Luf:s politiska kommunikation., de skulle ta mycket illa upp. I vissa fall driver LUF moderpartiet framför sig - NATO-frågan. Samarbetet riktar sig istället mot t.ex. intresseorganisationer - lärarförbundet (om skolan), TCO (om marginalskatter). Det sker aldrig något samarbete med intresseorganisationer i form av gemensamma kampanjer, gemensamma utredningar. Men fp beklagar inte heller att en organisation går ut och använder sin högre trovärdighet i en fråga om deras budskap i mycket överensstämmer med fp:s - ex. Lärarförbundet. En princip är att aldrig ta emot ekonomisk stöd någonstans ifrån, för det skulle skada fp:s trovärdighet.</p>	<p>Centern är medvetna om att alla alltid tror att Centern och LRF har formella band emellan sig, men så är det inte.»Men sen har det alltid varit så att LRF:arna har till största delen röstat på centerpartiet/.../och ledande centerpartister har haft ledande positioner i LRF genom historien. Så har det varit, så det sambandet finns ju där.» Centern menar att det ger trovärdighet i de väljargrupper som är LRF-anslutna, bönderna, men det fungerar åt båda hållen. I andra sammanhang kan den kopplingen istället vara belastning, och det skapar en del interna spänningar mot de inom centern som står nära LRF resp. de som inte gör det. Det skulle vara väldigt skadligt för centern om LRF gick ut och kritiserade Centern. Det är viktigt att ha trovärdighetsskapande allianser i olika lägen. I informella samtal kan överenskommelser mellan centern och andra aktörer träffas för att kampanjer, aktiviteter, resurser och trovärdighet ska utnyttjas bättre. Men centern hävdar de demokratiska spelreglerna och sitt oberoende. Intäkterna till centern är stora. Därför är behovet av samarbete kanske inte detsamma som för fp eller v.</p>	<p>Det som finns kvar av A-pressen är formellt oberoende, men det finns givetvis fortfarande informella/personliga kontakter mellan parti, fack och press. Partiets glädje av A-pressen består av annonsrabatter mer än något annat. Banden mellan facken och s är däremot av formell karaktär. LO-ordföranden Bertil Johansson sitter t.ex. med i s verkställande utskott. Grunden är den »...positiva samsyn på LO:s och SAP:s gemensamma sfär.» som råder. I partiet finns diskussionen om framtiden rymmer det intima samröre som finns idag, »...men kommunikativt adresserar vi inte problemet.»</p>
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Intressorganisationer och trovärdighet						Beträffande de tidningar C äger, i centertidningar AB, så är de oftast ganska starka första tidningar, kommersiellt framgångsrika. Centern tillskriver detta sin ledningsstrategi där allt redaktionellt material står utanför partiets påverkan, men där man har full kontroll över ledarsidan. Bra kanal att sprida centerpolitik. »Anmärkningsvärt att fp får så lite stöd från de liberala tidningarna!»	
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Allmänt om politisk kommunikation. Principer, mål, medel	V har en ny informationspolicy utvecklad. på 90-talet. Den innebär en uppgörelse med partiets traditionella, paternalistiska konservatism. Gudrun är detta personifierat, hon är en mycket bra kommunikatör. »Väljarna är partiets ögon och öron i verkligheten.» Om partiet känner in folks vardag och omsätter i politik, får politiken och partiet genomslag. Lyssnandet, dialogen är nyckeln. »Att arbeta politiskt är inte att sälja budskap för att få mycket röster.» Låta organisationen göra jobbet genom direktkontakt med människor.	Kd kraftsamlar kring några prioriterade frågor. »Inget parti kan köra alla frågor, då är man borta alltså. Man måste ju snäva in sig något» Man nischar in sig och väljer kanaler utifrån frågans natur (Skolfrågan - Kd finns på skolmässan). Kd kör 2 kampanjer/år då en fråga fokuseras av hela rörelsen i allt, »...för att kunna få genomslag i det brus som finns då.» Frågan väljs dels utifrån opinionsunders. och dels som en politisk bedömning av vilka frågor det är som berättigar Kd som politiska kraft, ger legitimitet. Kd menar att väljarna väljer parti inte efter vad partierna tycker i resp. fråga, utan efter vilka frågor partierna förknippas med. »Med begränsade resurser måste vi fokusera några få frågor, där vi kan uppfattas som bästa parti.» Är miljö viktigt - mp, är etik och moral viktigt - Kd. Därför försöker Kd att bara synas i sina profilfrågor. Kd hakar inte på enstaka hastigt uppkomna tillfällen att uttala sig i andra profilfrågor än den man för tillfället kampanjar. Dels är en politiker med svar på allt föga trovärdig, och dels skulle det riskera trovärdigheten för partiledningen hos partimedlemmarna då den uppgjord planen ej följs.	Mp har en kommunikationsstrategi under utarbetande i vilken dialogen accentueras - ett uppdrag från den senaste kongressen. Partiets partiprogram är utgångspunkten. Internt är kommunikationsarbetet livaktigt, bl.a. genom årlig kongress där alla medlemmar får yrka, propagera och motivera. Endast ombud röstar. Partiprogramsrevideringar en gång per mandatperiod, går på remiss till medlemmarna 3 gånger. Ett First-Class-system »Gittan» (Grön InformationsTeknik) fylls av intern debatt. Tidningar, veckobrev, medlemsblad, o.s.v. accentuerar hur viktigt fokuserandet av internkommunikationen är i mp. Den externa kommunikationen bygger på den starka interna förankringen och organisationen så att alla medlemmar fungerar som vidareinformatorer utåt. »Det är väldigt viktigt att alla känner delaktighet i hur politiken har utformats. Alla behövs för att föra ut den, och om man då känner att man har varit delaktig i utformandet, alternativt känner att man inte har varit delaktig i utformandet, så kan det ju få viss betydelse för engagemanget. »Denna strategi med fler budbärare och alla medlemmars ansvar belyses av att mp är det enda parti med två personer i toppen.	M fungerar olika i valtider o i mellanvalsperioder. Tror sig vara ensamma om det. Valtider = mobilisera väljarstyrkorna, de egna. Mellanval = bryta ny mark, förskjuta värderingar. Detta är en uttalad strategi som styr kommunikationsarbetet. Värderingar förskjuts t.ex. genom att moderater åker runt och pratar och lyssnar med sjuksköterskor, som traditionellt misstror moderater. »Det handlar inte så mycket om att de ska bli övertygade moderater. Men när de har träffat oss märker vi att de inte längre går på sossarnas propaganda längre!» Sin ideologi beskriver m som en blandning av konservatism och liberalism, där de liberala inslagen har tillkommit de senaste 15-20 åren och att de blir fler och tydligare hela tiden. De är dessutom snarare nyliberala än socialliberala. Samtidigt som m säger detta, menar de att de genom sin långsiktighet och kontinuitet ifråga om ideologi och förda politik renderar dem tydlighet inför och förtroende hos väljarna. Deras ambivalens (diskrepansen ideologi och EU-stödet) kommer inte till uttryck i en kritik mot EU-projektet, utan snarare delar av det t.ex. jordbrukspolitiken.	Torbjörn Petterson är partisekreterare och i mångt huvudansvarig för Fp:s politisk kommunikation. »Vi jobbar ju med så mycket politisk kommunikation som det bara är möjligt utifrån våra förutsättningar.» I allmänhet är de huvudsakliga avsändarna partistyrelsen o riksdagsgruppen, men ofta också vissa personer - Lars, Jan och Marit. Uppfattningen är att politisk kommunikation. handlar om avsändare snarare än budskap. »...väldigt mycket mer om avsändare än om budskap, i många fall.» På Drottninggatan sitter den delen av riksorganisationen som arbetar med form, IT, trycksaksmaterial, o.s.v. Rent praktiskt om politisk kommunikation. är den ena delen är att driva den egna politiken. Den folkrörelsetradition som är så levande i en del andra partier är det ej i Fp. Fp springer ur rösträtts-, nykterhets- och frikyrkorörelsen från början, men idag ser inte fp sig självt som ett folkrörelseparti. Fp bygger på en idégrund och inte en rörelsegrund. Fp:are är framförallt liberaler, sossar är framförallt socialdemokrater och inte socialister eller socialliberaler.	Den politiska kommunikationen, dess strategi, taktik, utformning, ja i allt, beror av det politiska och samhällsliga läget med sina förutsättningar. Om centerns tid i regeringen 91-94 tex: »Fördelen var ju då att vi hade kontroll över ett antal departement, och vi kunde aktivt genomföra en massa saker som vi då kunde berätta om. Och vi kunde i praktisk handling visa var politiken stod just nu.» Betonar kontextberoendet. Även i sin politiska kommunikation så är hänsyn till de just för tillfället rådande omständigheterna den styrande ingångsvariabeln. Centern menar att de har stor del i nuvarande högkonjunktur genom sitt budgetsaneringsarbete med regeringen under den förra mandat perioden. David frågade om planer på att kapitalisera på detta förhållande finns hos centern: »Erfarenheten historiskt är väl den att väljarna röstar inte på det som har hänt, utan väljarna röstar på det de förväntar sig i framtiden. Det enda vi kan ha nytta av utav det är att det kan ha gett oss en viss trovärdighet.» I två mandatperioder nu har centern medverkat i ansvarsprojekt – tagit ansvaret.	Socialdemokraterna är formellt decentraliserade, vilket betyder att kommunikationen styrs av de resp. lokala och regionala avdelningarna. Centralt förbereds material men presentationen av materialet, planeras lokalt. Men den auktoritära traditionen lever, bl.a. ifråga om centrala »påbud». Generellt arbetar s med kommunikation så att mottagaren bestämmer vad som är relevant, och det som eftersträvas är mötet m. människan, »...att prata med folk direkt.» Arbetarrörelsetraditionen är stark. Man skiljer också på folkrörelsearbete och kampanjarbete. Centralt finns vad s kallar »marknadsföringskompetens». »För att kunna visa folk vad vi vill, så att de inte är hänvisade till massmedias bild av vad vi vill.» Mindre kommunikationsfrågor sköter den personen som utgör marknadsföringskompetensen själv, medan i större frågor tar en arbetsgrupp om 4 pers. hand om, såtillvida att de arbetar fram ett beslutsunderlag till partistyrelse och verkställande utskott. Inför valet 98 togs beslut om ett budskap »värna kärnverksamheterna framför skattesänkningar.»
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Allmänt om politisk kommunikation. Principer, mål, medel		Den är alltid internt förankrad och måste följas för att garantera den interna opinionens stöd.	Först kommer man överens om den politik som ska drivas, och sedan drivs den. Mp har ej råd med reklamkampanjer, utan söker, bl.a. genom presskonferenser få uppmärksamhet i media - främst lokalpressen. 3 pressmeddelanden/dag går ut. De försöker kommunicera sina politiska resultat - »detta har vi åstadkommit». De tycker sig vara framgångsrika i detta. Mp tar fasta på det vissa statsvetare hävdar, att en politisk fråga kan nå 5% av väljarna, och att ett parti kan driva två frågor i taget. Mp koncentrerar sig på EU och miljö, därför. »Det är väldigt viktigt att vi är ärliga och övertygade mot vår egen ideologi. Är vi det, då har vi ju en kraft att kunna driva på även andra frågor.» Populism är inte aktuellt, den gröna ideologin och det interna partiarbetet är styrande. Framöver kommer mer att satsas på det kvinnliga språkröret Lotta Nilsson-Hedström så att mer utrymme i rikspresen ges henne; ett strategiskt övervägande eftersom media ofta vill ha Birger. Någoting mp borde utnyttja mer är att de är omöjliga att besegra ifråga om miljöfrågor. Vilken fråga det än handlar om, borde mp alltid fokusera miljöaspekten.	Detta menar m är ingen medveten process, »...men man väljer sina ord, helt enkelt.» Tanken är att de förändrade attityderna i längden antingen ska betala sig i röster på m, eller på en förskjutning av hela den politiska skalan åt höger så att även socialdemokraternas politik, om folk fortsätter att rösta på dem, kommer att vara mer borgerlig. Rent praktisk tar m på riksnivå alltid in hjälp utifrån när de ska utforma valkampanjer.	En sida av Westerberg- och Marit-effekterna som inverkar menligt på fp är den att medlemmarna går runt och letar efter nästa effekt, de tror på den kortsiktiga lösningen som tillräcklig. Effekterna har ju varit ganska kortsiktiga, och det borde vara mer intressant med en politik folk gillar. Dessutom finns det i Fp en bild av att för att bli gillad många, måste man bli ogillad av många. Om många då har fp som andrahandsval, d.v.s. gillar fp är tillväxtpotentialen liten. Moderaterna blir gillade av många för att de har en bra politik, men också för att många av deras väljare har sådana problem med socialdemokratin.» Det starka ogillandet av socialdemokratin är på många sätt »det sammanhållande kitet» bland moderaterna. För tillfället ulla blåklintskampanjen igång. Marit, Lars och några till åker under tre års tid runt landet och, istället för att prata politik, ska de lyssna politik. Av det ska bli en plattform för folkpartistisk politik. En del av kampanjen går också ut på att kommunikationsutbilda (Marits anda, retoriska knep, ska gå ut till fler) folkpartister runt om i landet. I blåklintskampanjen ska fokuseras sex ämnen, kring dessa ämnen ska det alltså lyssnas.	På detta är de egna medlemmarna nu jättetrötta – »De vill att vi ska profilera oss som oppositionsparti, eller någon alternativ kraft. Ta inte så mycket ansvar, utan ägna er åt att visa var ni själva står.» Kjell sitter och försvara den förda politiken mot centerns egna medlemmars kritik av den förda politiken. Han säger att »Det har också att göra med vår position i mitten av politiken. Vi har kontaktytor åt båda hållen. Man behöver oss för att kunna skapa lösningar på frågor. Moderaterna på den ena sidan eller vänsterpartiet på den andra, de kan egentligen alltid ägna sig åt oppositionspolitik eller profileringspolitik.» Det är många, väldigt många historiska referenser – 1933, den s.k. kohandeln. 1951 om Koreakriget. Är man nostalgisk och sentimental i betydelsen förlorad i historien eller är man bara historiskt förankrad och medveten i betydelsen rik på erfarenheter vilka ständigt gör sig påmindra? På den direkta frågan om principer för politisk kommunikation. hänvisar Kjell det de för tillfället rådande förutsättningarna som de som avgör dessa principer.	Detta mot bakgrund av den förda politiken som »varje sann socialdemokrat fann vidrig!», och som byggde på ledstjärnan i budgetsaneringsarbetet - kärnverksamheterna framför transfereringarna. Lokalt och regionalt klarade inte rörelsen av att kommunicera kring den politik som budgetsaneringen innebar, utan man låste in sig och kommunicerade inte alls. 97 insågs från centralt håll att avdelningarna behövde hjälp och politiken bröts till hanterbara »budskap» som »Under den borgerliga regeringen lånade vi till vart fjärde barnbidrag.» Det väckte avdelningarna lagom till valrörelsen. Ideologiskt har s ingen självklar etikett att sätta på sina värderingar. »Klassisk socialdemokrati» eller »socialism med demokratiska värderingar» föreslogs. Men utgångspunkterna är att alla människor har lika värde och att det i samhället finns en ojämlig struktur. S har precis som alla andra starka och svaga frågor, och i vissa frågor stämmer realpolitiken med ideologin och då syns ideologin. S pratar t.ex. inte om skattefrågan – den vinner de inga val på. De ser bara till att den inte blir till en minusfråga.
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Allmänt om politisk kommunikation. Principer, mål, medel			<p>Det vore retorik på hög nivå om man kunde få en fråga som den om marginalskatter eller resursbrist i skolan att handla om vården.</p> <p>Håkan anför: »Personligen så upplever jag att vi i samhället har kommit ifrån den här pekpinne-mentaliteten. Den där -Usch, fy, du drack ur en plastmugg, du är en sämre människa!» som en förklaring till den iakttagna försiktigheten med att hela tiden se miljöaspekten. Pekpinne-mentaliteten är inget de vill ha åter.</p>		<p>Ingen koll finns på vad de andra partierna tänker sig för aktiviteter och ämnen. Den liberala ideologins olika möjliga tolkningar kan bidra till att fp uppfattas som splittrat då fp:are motiverar sina helt olika förslag utifrån den liberala ideologin. Det fanns ingen strategi inför valet 98 att Lars skulle uttala sig i varje fråga, dyka upp i vartenda TV-inslag och tycka om allting - såsom Kd menat, och som vi i gruppen minns att han gjorde. »Det är väl så att är det en valrörelse och det kommer en TV-kamera, så är man nog väldigt gärna med i den, så att säga. Framförallt om det inte går fullt så bra i opinionen.» Enligt en undersökning från Göteborgs Universitet fick fp mindre tid i detta val rent medialt än annars. De brukar kunna nå ut mycket mer i valtider - även i de andra val där det har gått dåligt har det varit mer mediatid än i valet 98.</p>	<p>De egenskaper som dock ligger till grund för det som kommuniceras är enligt Kjell kompetens – Centern har sakkunskap och vet att utnyttja den i politiken så att allt blir till det bästa – ansvarstagande – att centern inte rymmer från sitt ansvar för den politiska utvecklingen.</p>	<p>Det är möjligt eftersom s har problemformuleringsprivilegium i många frågor. Ett problem s får dras med är att de så intimt förknippas med regeringsmakten. Koordineringen mellan riksdagsgruppen, regeringen och partikansliet försvåras, och en avsändare med ett budskap från t.ex. partikansliet, d.v.s. det socialdemokratiska partiet, får det också svårare, när de tre blandas ihop och ses som »makten». Det är ju inte alltid så att partiet till 100% stöder regeringens linje, eller att s-gruppen i riksdagen kan motivera ett visst departementsförslag.</p>
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Målgrupper	<p>Skiljer självklart ut målgrupper, ett måste. Medvetenhet om, och effektiv användning av resurserna. LO-kollektivet i allmänhet och kvinnor i offentlig sektor speciellt. Förstagångsväljare också. Emot kvinnor är profilen jämställdhet och feminism. Geografisk målgruppsindelning tillämpas i viss mån också.</p>	<p>Kd är medvetna om målgruppstänkandets betydelse. Dock verkar det finnas en diskrepans mellan uppgivna målgrupper och faktiska väljare. Detta hanterar inte Kd. Stora grupper i Kd är jordbrukare (näst störst efter centern), företagare och hemarbetande. När Kd lyckas i storstad, lyckas man i landet. Mycket av de röster som tillkom i senaste valet var storstadsröster från grupper Kd inte hade väntat sig. Detta verkar Kd som sagt inte riktigt ha tacklat.</p>	<p>Målgruppstänkande kommer till uttryck på olika sätt. T.ex. är ungdomar en stor målgrupp, och eftersom dessa antas mer bekanta med webben planeras satsningar på mp:s hemsida. Man annonserar t.ex. ofta i tågtidningar med det i åtanke att tågresenärer är mer mottagliga för budskapet att vi bör satsa på tågen. Annars är den typiske mp:aren en 25-årig tjej, socialsekreterare, ensamstående med barn. Hur verklig hon är spela mindre roll, rent statistiskt så är det hon som röstar på mp. »Det kan faktiskt vara lättare att i de grupper där man ligger på 20% gå till 25, än att i de grupper där man ligger på 3 gå till 4.» Därför satsar mp på att bli större i de grupper som »borde» rösta på mp.</p>	<p>M arbetar med strategiska målgrupper. Vilka de är beror på fas i mandatperioden. Som berörts ovan är målgruppen i valrörelserna de egna medlemmarna och kärnväljarna. Tanken är då att kärntrupperna ska se moderaternas affischer på stan, se partiledaren på TV och entusiastiskt börja tänka och prata politik med omgivningen. De ska fungera som vidareinformatörer, således. En insikt som växer sig starkare i moderaterna är att »... närvaro ger stöd.» I områden/städer som allmänt betraktats som förlorade kan man tydligt se att stödet för moderaterna växer, bara genom att de visar upp sig där, och liksom visar att de inte har glömt bort folk som bor där utan uppmärksammar dem och deras problem också. Det är möjligt att detta kommer att påverka målgruppstänkandet och strategier framöver.</p>	<p>Lärare, akademiker och storstadsbor är kärntrupperna nu. Valet av plattform inför valet beror bl.a. på målgruppsöverväganden - så målgruppstänkandet är alldeles tydligt. Speciell utformning av kampanjen i vårdfrågor mot vårdanställda, o.s.v. Det har så här långt i intervjuerna blivit fullständigt naturligt att partierna tänker i termer av målgrupper och anpassning av budskap för specifika målgrupper, att det temat inte behandlas alls särskilt ingående. Vi fick bara bekräftat att även fp tänker målgrupper.</p>	<p>Centern tror inte så mycket på målgruppstänkande i politiken, men de arbetar ändå med det – för tillfället i kampanj riktad mot pensionärerna, och förut mot studenterna som grupp. Raljerar om målgruppstänkandet: »Men sen när man kommer in i en valrörelse, ta EU-valet och vi tycker nu att livsmedelskvalitetsfrågor, mat och miljö, hormoner, antibiotika... Vilken är målgruppen? Då säger någon: Jo, det är konsumenterna. Vilka är konsumenterna? Vilka är det som inte äter mat?» Detta följs upp av ett resonemang om att frågan i EU-valet valdes för att det kunde attrahera folk i alla samhällsgrupper, utan man vill åt folk med en viss attityd. Är inte det en målgrupp? »Vi gör alltid någon specialaktivitet riktad mot lantbrukargruppen.» »Målgruppsbearbetningen beror ju på politiska sakfrågor och dels på kanaler att hitta målgruppen.» Det beror på...</p>	<p>S jobbar aktivt med målgrupper. Dessa är medelstora städer, LO-kollektivet, TCO:are med undantag för de extremt rika. S är inte starkast i ungdomsväljargrupper. S använder vid val något som heter valpekare till hjälp i sin opinionsbildning och i sina valrörelser. Ifråga om valkampanjande delas väljarkåren in i »säkra» röster, »troliga» röster och »osäkra» röster. Dessa grupper storleksbestäms så att måltal att arbeta mot går att sätta upp. Resurserna riktas sedan mot den osäkra väljargruppen utifrån ett resonemang om att den »propagandan» inte skrämmer bort de andra grupperna. Det skulle kunna vara fallet om resurserna hade satts på de säkra, då kanske de osäkra stötts bort. Budskapet är visserligen det samma målgrupperna emellan, men formuleringarna skiljer sig åt.</p>
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Ändra attityder och beteenden	<p>Detta är för VP en trestegsprocess: 1. Informera inom ramen för dialog. 2. Förändra attityd. 3. Förändra beteende. Detta är en principiell väg att gå, med mycken diskussion inom partiet bakom. Finns uttryckt i policyn bl.a.</p>	<p>Kd har arbetat och arbetar mycket målmedvetet med attityder. »Att vi har brutit fromhetsvallen är den främsta framgångsfaktorn!» Väljarna delar Kd:s uppfattning i många frågor, men röstar på andra eftersom de ej är troende. Kd hänvisar till FSI och menar sig ha potential att bli ett 35%-parti.</p>	<p>Det är en resursfråga, menar mp. Men utifrån den strategin att försöka vinna fler röster bland »de redan frälsta», istället för att satsa på de ofrälse, så får man väl säga att mp arbetar mot ändrat beteende i målgruppen, snarare än ändrad attityd. Attityderna, värderingarna är ju redan de rätta. Det är ju beteendet som felar – man röstar på något annat än mp.</p>	<p>Som tidigare framgått arbetar m mycket långsiktigt och strategiskt mot att ändra attityder i samhället och förskjuta värderingar högerut. Därför »köper» m inte röster (d.v.s. att de inte genom kommunikationsinsatser söker framkalla ett visst beteende) genom att »...lova maxtaxa på dagis, eller annat som bara är orealistiskt. Sänkta skatter har vi alltid pratat om, och det är den politik vi driver. Det kan man liksom inte kalla kortsiktigt.»</p>	<p>»Vi driver ju vår politik i tron att val inte bara vinnas i valmånaden, utan också mellan valen. Och då handlar det förstås mycket om attitydförändring som vi försöker få till.» Jämfört med moderaterna är det en fråga om resurser där fp i jämförelse är medellösa. Det får konsekvenser för denna typ av arbete - resurserna satsas i valen = arbete mot ändrat beteende.</p>	<p>Det beror på situationen. Analysen måste utgå ifrån varje situations specifika förutsättningar.</p>	<p>Detta arbete pågår parallellt med varandra, och om ibland det ena väger tyngre så växlar det snart så att de i längden väger lika tungt.</p>
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Hur arbetas det med retorik?	<p>»Historiskt har vi alltid haft duktiga retoriker i VP.» Besjälade, passionerade agitatorer fostrade i arbetarrörelsen. Mer modernt har inom VP alltid budskapet, innehållets setts som det viktiga. »Vi vet ju att vi har rätt, att vi kommer med fakta och att vi har stöd för det.» Förändringens vindar blåser, bl.a. då V efter de senaste årens valframgångar fått mer makt. Men fortfarande finns inom V ett motstånd mot retorik; man talar hellre om argumentationsteknik.</p>	<p>Medvetenheten är låg. Man använder retoriska metoder, men kallar det inte retorik, trots att Alf Svensson vunnit stora talarpriset! Andra former än talandets retorik - t.ex. symboler eller kontextbyten á la Schymans köksbord - kommer aldrig att få genomslag i KD. Det uppfattas som alltför populistiskt. Istället vill man v isa på praktisk handling. Men i Kdu är det tillåtet. På Almedalsveckan 99 stod Kdu och sålde »Östersjöns sista torskar» och sa »det finns fler torskar på Malm-skillnadsgatan än i Östersjön». Det fick genomslag i TV4, det! Att skriva insändare är alla i Kd duktiga på sedan tiden utanför riksdagen då man aldrig kom med på nyhetsplats.</p>	<p>Håkan förstår personligen begreppet så att det betyder att man ska vara klar och tydlig. Birger brukar säga att han inte retat upp någon har han misslyckats. Det finns däremot inget centralt diktat som reglerar retorikens användning utan det styr den enskilde miljöpartisten själv. Det som det tycks kring från centralt håll begränsas till pressmeddelandena vilka till innehåll, form och timing bör se ut på ett visst sätt, åtminstone bör dessa parametrar beaktas. Propåer om detta går också ut till regionalavdelningarna också. Enskilda miljöpartister arbetar dock med ganska avancerad retorik såsom gran till budgetsamarbetsmöte och apelsiner i TV. Frågan är dock hur medvetna dessa är kring detta som retorik? Vi tror att den medvetenheten ändå är låg.</p>	<p>Retoriken finns alltid närvarande överallt i partiet, men bruket är inte formaliserat på något sätt utom i ett avseende – den grafiska profilen. Traditionellt är man lite striktare inom m, så att mer jippobetonad retorik med staplande av ölbackar är nog utesluten.</p>	<p>Marits retorik står hon bakom alldeles själv. Den var inte djupt förankrad i fp, även om någon kritik aldrig hörts. I fp har man traditionellt mer letat s.k. one-liners i stil med Ann Wibbles »En månadslön på kontot.» Den negativa konnotationen är inte lika tydlig inom fp - men om resurserna fanns tror inte fp att de skulle satsas så på höja kompetensen inom retorik. »Fast det är klart man funderar ju också, när Marit drev EU-kampanjen - det vanligaste sättet man talar inför folk är på ett torgmöte tror jag är det absolut vanligaste sättet, förutom de interna grejerna - så gjorde hon ju aldrig det. Hon gick omkring och delade ut påsar ned blåklintsfrön och pratade direkt till folk. /.../Det var i alla fall ett grepp som gav henne väldigt mycket uppmärksamhet - medialt, så att säga. Det var färre som lyssnade, men de som lyssnade gick...(piip)...hem och berättade det också: -Idag har jag träffat Marit. Hon skakade hand och jag har fått de här blommorna. Och sedan när blommorna har växt upp så: -Titta det är Marits blommor!»</p>	<p>Synen på retorik är sådan att ex. Schymans köksbord inte ses som retorik. »Jag fattar nog ändå retorik som något som har med språket att göra.» Men man hade ändå kring sitt matbudskap i EU-valet, genom att de på torgmöten bjöd på mat, producerade en matpraktika med recept från 15 EU-länder och argumentation kring maten. Detta nappade ej media på. Men det ser Centern som organisatoriska grepp, mer än retoriska dito. Begreppet »mittens rike» och kampanjen runt det är också retorik.</p>	<p>Inom s pratar man om agitation eller argumentationsteknik mer än om retorik, men traditionen och förmågan finns där ändå. Vissa generella insikter sitter s på som att slagord aldrig fungerar ensamma, men att de med annat kompletteringsmaterial kan vara nog så effektiva. En språklig medvetenhet som säger att LO-kollektivet inte har det bästa av förhållanden till långa meningar, och efter det försöker s anpassa sin retorik och språkanvändning. Det handlar mer om traditionell arbetarretorik, mötet m. väljaren, talet, muntligt, o.s.v.</p>
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Hur arbetas det med retorik?					Huruvida detta var ett retoriskt grepp ville fp inte säga, vilket enligt oss visar att uppfattningen om vad retorik kan vara inte är den allra mest medvetna.		
Retorikutbildning & medieträning	Tasso Staffilidis, gammal skådespelare, numer V-riksdagsman, har haft medieträning med riksdagsgruppen, vilket uppskattats oerhört. På mer lokalnivå hålls kurser i argumentationsteknik och introduktionskurser med inslag av retorik till nyvalda fullmäktigeledamöter.	Ingen alls. Det är dels en fråga om attityd där retorik uppfattas som manipulering, och dels en resursfråga - det prioriteras bort. Att lyssna till Alf blir partiets skola i talekonst.	Man har en del medieträning, argumentationsteknikkurser och sammankomster på t.ex. temat »ny-i-fullmäktige», men annars ingenting. Ifråga om TV-debatter så får den som kan ämnet bäst ta debatten. Duktiga retoriker har det dessutom medfött, och då spelar utbildning ingen roll menar mp.	M håller på med medieträning bl.a. i form av träning inför TV-kameror.	Ingen professionell konsult inhyrd som medietränare, men inför TV-debatter görs vissa förberedelser såsom genomgång av de frågor som kan tänkas dyka upp, o.s.v. Men inte ens argumentationsteknikkurser är något fp arbetar med.	Retorik och medieträning är utbrett i centern. Man väljer t.ex. ut »kommande stjärnor» som hårdgnuggas i talekonst och kameravana, o.s.v. under återkommande kurser. »Vi kör ju sådan här kurser, ganska ambitiösa saker. Inte minst Kvinnorörelsen har kört en hel del, kvinnokraftkurser och sådant.» Det handlar mycket om att plocka fram kandidater och politiker, vilket kan lite grann kopplas till en satsning på personvalet. Retoriken är ett medel inte kärnan i politiken, och just nu menar centern är retoriken på modet. För några år sedan var det marknadsföringen och dess metoder, det går lite grann i cykler. Traditionen i centern är folkrörelsedito, vilket är mycket bra retorisk träning genom sammankomster, möten, o.s.v. »Om sossarna har haft folkets hus, så har vi haft bygdegården.» Lite skeptisk till möjligheten att lära sig att tala väl, är Kjell.	Det skola som finns är att ta aktiv del i rörelsens liv. Man fostras då i arbetaragitorstraditionen genom att man lyssnar på folk runt omkring en och tar och hör det omgivningen gör som fungerar. I vissa kurser runtom i landet, vilka visserligen inte handlar om retorik, utan om något annat – finns retorik-kunskap integrerat. Retorik-användandet är ännu så länge tämligen omedvetet inom s, även om talanger och tradition finns.
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Profiera sig trots samma begrepp	VSO började användas som ett svar på de borgerligas begreppsvidring »den offentliga sektorn är den ofantliga sektorn» från i början av 90-talet, vilken sågs som generalangrepp på garanten för rättvisa, social jämlikhet, folkhälsa, osv. »Fp hade en brainstorming ett år innan valet, då de blev påverkade av lärarförbundets skolkampanj och sög tag i VSO-begreppet som en profileringsgrej.» För V består profileringsarbetet framledes i att undvika VSO-begreppet, undvika slagorden och istället få folk att reflektera, tänka.	»Den frågan (»vård, skola, omsorg»-frågan. Vår anm.) avgörs inte till 100% av vad man säger, vad man föreslår. Den avgörs delvis av väljarnas förtroende för partiet när man säger det» Kd menar att kontinuitet i profilfrågorna ger trovärdighet.» »Vård, skola, omsorg» är ett vedertaget begrepp». »Om jag säger mervärdesskatt eller moms gör en himla skillnad. Moms vet folk vad det är.» »Det är svårt att köra sitt eget race när ett begrepp en gång är inmutat.» Problemformuleringsprivilegiet är socialdemokraternas och alla andra har att förhålla sig till det.	Om mp ej skulle använda »vård, skola, omsorg»-begreppet så skulle folk reagera över det, tror de. De måste ändå visa att de driver frågorna. I valet 98 drev de social, ekologisk och demokratisk hållbar utveckling – och de tyckte att den sociala fråga som från deras del drevs hårdast var arbetstidsförkortning. Men att mp driver även frågorna som är VSO ser de som naturligt – de har drivit frågorna sedan länge, i termer av livskvalitet och stresshantering.	Frågan om VSO var inte det m gick till val på direkt, och i den mån uttrycket kom att användas så var det nog inte så mycket frågan om att profilera sig som att förhindra att socialdemokraterna kunde använda begreppet för att profilera sig. Samma begreppsanvändning »desarmerade» den socialdemokratiska retoriken. Så var det som sagt nog inte tänkt från början, men om det blev så var det ju bara bra.	Landsmötet 97 togs beslut om »jobb, vård, skola» som valplattform. Fp tror därför att de var först ut på plan med VSO? »Ja, varför man sa det där? /.../ Man uppfattar att det är det som dagordningen i någon mening handlar om. /.../ Vår uppfattning är väl att vi har andra lösningar och det är därför det fortfarande är intressant att prata om problemen, så att säga. Gemensamma problem, olika lösningar - det är det som avgör liksom en valrörelse i någon mening.» Fp tycker att de ska försöka undvika att upprepa mantran som uppfattas repeterande. Idag menar man att man inte pratar om det. Att folk är trötta på begreppet kan ju bero på att de har hört det till leda men inte sett några förändringar. »Vi uppfattar oss som folkpartister och tror om folk att de uppfattar oss så, men vad de först och främst uppfattar oss som, det är politiker.» Med det menar fp att de får sota för de regeringsbärandes synder eftersom de regeringsbärande pratar om »vård, skola, omsorg» men inget gör. I fråga om profilering menar fp att de har mycket hög trovärdighet i t.ex. skolfrågor, men att det alltid är de stora som får både äran och skulden.	Om valet 98: »Nu var ju det här med skola, vård och omsorg, det blev då ett huvudtema - för alla. Och det gynnade väl kanske både Kd och v, kanske. Man kan säga att det borde ha gynnat folkpartiet lika mycket. /.../ Det missgynnar nog däremot oss, därför att man förknippar inte oss med social omsorg, man kan kalla det för vård frågor på det sättet.» Centern menar att man inte har använt begreppet VSO. Men samtidigt säger man att man styrs av hur debatten förs. Om alla andra använder begreppet...	S använde uttrycket VSO som ett medel i att profilera sig mot regeringsalternativet – moderaterna – de andra partierna ödslade man inte kraft på. Att begreppet känns så uttjat är till stora delar eget fel, vilket de också erkänner. S var inlåsta i ekonomisnacket, och kommunikatoriska fel, så att Persson gick ut och säger att »Det går bra för Sverige» innan konjunktur vändningen syntes ute i människornas vardag (Kommunerna tvingas ju fortfarande till stora besparingar, och till det relaterar folk när de hör Persson om det lyckade budgetsaneringsarbetet.)
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Profilera sig trots samma begrepp					»Det var ingen som premierade centern för att de tog ansvar för landet.» och med det menar fp ansvar genom medverkan i budgetsaneringen.		
Individuella vs generella frågor	Inte så konstigt, menar V att folk inte gör den distinktionen. »Människor ser konsekvenserna runtomkring sig av de politiska beslut som fattas och engagerar sig. Reflektionen kring och relationen till ljuset i badrummet eller värmen i elementen är diffusare. Det bara finns där.»	Den enskilde människans grad av politiska intresse lyser igenom så att är man intresserad av en fråga, gör man ingen skillnad på om den är intressant för mig enbart eller angår alla andra. Det man är intresserad av tycker man angår alla andra också. Kd förespråkar som alla andra partier primärt kollektiva lösningar, och ser därför inte detta som något avgörande problem. Men man medger att »borgerligheten» har misslyckats med att få trovärdighet för ett alternativt och minst lika tryggt folkhem/välfärdsamhälle.	Svenskarna är kollektivist. Ur miljöpartistisk synvinkel kan man hoppas att folk ser frågorna i termer av icke-materiella värden - hälsa, rent vatten och luft, utbildning – och inte gör någon skillnad mellan vad som är viktigt för mig som person och för det svenska samhället.	Det hör samman med att intresset för politiska sakfrågor är jättestort, folk engagerar sig i dem. Men politik däremot är ingen intresserad av.	Det är så enkelt som att skola är en mycket viktigare fråga än kärnkraft överhuvudtaget, gör fp gällande. Dessutom, eftersom så mycket vård, omsorg och skola fortfarande står under politiskt inflytande så ser folk frågan om t.ex. utbildning som en politisk fråga. Det är ju genom politiken fortfarande som man gör någon skillnad. Sedan är den kollektivistiska tanken inte alls främmande för fp. Fp ser nämligen att kollektivistiska institutioner som skola, vård och omsorg konstituerar ett samhälle. Gemensamma angelägenheter, så att säga.	»Det svenska folket tycker ju att det är bra att vi ordnar detta på allmän väg.» Svenskarna är kollektivistiska, och centern ser det inte som en höger-/vänsterfråga. De menar att det bara är moderaterna som hävdar höger-/vänsterperspektivet på detta. Centern tycker att mycket ska vara kollektivistiska lösningar, men annat ska vara individuella lösningar. En mittenblandning, »...som innehåller det bästa från båda världar.»	Svenskarna är kollektivist, och s tycker precis som svenskarna att gemensamma, skattefinansierade välfärdslösningar är det bästa.
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S

Tabell 19:

	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S
Hur hanterar man blockeringen VSO medför?	Erkänner att man har varit dåliga på att få igång en dialog. Men Fp framförallt ska bära hundhuvudet! Det drabbar V, även om de inte är helt fläckfria själva. »Bästa vaccinet mot att hamna i det politiska mantrat, är basdialogen, eller 'örat mot asfalten' som jag brukar säga»	Kd tycker som alla andra partier att detta inte är ett problem för dem, utan ett problem för de »andra». »Det är lättare för oss än för moderaterna exempelvis.» Kd vill visa på vad man åstadkommit, låta handlingarna tala för sig själva, men tillägger att det bara behövs en vårdskandal för att debatten ska gå igång igen och alla glömmer att »vård, skola, omsorg» var uttjat. Detta styrs av massmedia.	Mp försöker använda andra begrepp såsom »livskvalitet» istället. De försöker prata om det de menar och använda rätt etikett. »Istället för att stå och prata i 10 min. om innebörden i VSO, så blir det väldigt lätt att man kanske faller in i »vi vill ha x antal miljoner till VSO». Någonstans gör mp det som förväntas av dem, tycks de mena. »Och frågan är om man vinner så mycket på att byta ut en klyscha mot en annan klyscha.»	Den blockeringen är inget m försöker hantera, den är inget problem för dem.	Fp driver skolfrågor under mellanvalsperioden för att förändra attityder - och under mellanvalsperioden, till skillnad från i valrörelser, finns mer tid att nå förbi slagorden och fram till innehållet, vad man vill göra. Profileringen i fråga om VSO-begreppet är inte något större problem nu; nu fokuseras publicitetsaspekten av att driva politik. Att följa agendan och att påverka den, styra den. Men med 5% kan man inte behålla en fråga, och ett försök att muta in ett område eller profilera sig kanske i fråga om VSO, är helt beroende på vad de stora gör. »Kommer någon annan... (ohörbart)...så kan de ganska lätt ta frågan ifrån en, så att säga.»	Det är så, menar centern, att sådana här uttryck blir slitna. »Människor tycker liksom att 'sluta snacka, va? Gör någonting istället!' Jag tycker att det är an ganska sund reaktion.» »Slutsatsen av det politiskt är väl den att partierna måste övergå från att prata om det generellt, i generella termer, till att konkretisera åtgärder på varje område och visa att man kan hantera en besvärlig verklighet.» Folk ser problemen men ingen politik som gör något åt dem, då blir slutsatsen att begreppets användning före valet som lovade så mycket, visade sig vara tom retorik och då blir man oemottaglig för begreppet oavsett vad använder fyller det med för innehåll. Vår trovärdighet ligger i att visa att det finns konkreta resurser till »vård, skola, omsorg»-området. Det är det vi ska bygga på.	S ser inget problem som måste hanteras så. Det handlar för s om att bygga upp förtroendet igen genom att få kärnverksamheterna att fungera. S är i alla fall medvetna om nödvändigheten av att väcka liv i VSO-diskussionen, men något arbete för att omformulera VSO-begreppet pågår ej. De vill istället genom realpolitik kontinuerligt bygga upp förtroendet till begreppet VSO igen.
	V	Kd	Mp	M	Fp	C	S