

En knuten näve i silkeshandske

Kan statliga informationskampanjer stärka
samhället och medborgaren?

Abstract

Public opinion can be shaped as well as transformed in a number of ways. Government authorities occasionally make use of public information campaigns to educate and steer the public. In this thesis the balance between public and private, the individual and the society is analysed in terms of dimensions of individualism and communitarianism. These dissimilar theories on how the society ought to be constructed can be used when analysing many different policy areas, however, they also pinpoint the controversies seen in the public debate regarding Swedish information policy. Based on this analysis an empirical study identifies what kind of knowledge the state wants the citizens to possess and in what way public information campaigns can be problematic. The study concludes that awareness raising campaigns could be beneficial to society. It might also be one of the tools for reaching a sustainable society. However, the road to achieving this is lined with difficulties, as the state must be careful when using such authority – a firm fist in a silk glove.

Keywords: communitarianism, individualism, public information campaigns, opinion building, Alkoholkommittén, Klimatkampanjen, Europaparlamentsval, civic education.

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	3
1.1	Problemformulering	3
1.1.1	Syfte	4
1.2	Disposition	4
2	Metodologiska val	5
2.1	Avgränsningar	5
2.1.1	Opinionsbildning.....	5
2.1.2	Val av fall	5
2.2	Att analysera normativa idéer	6
2.2.1	Dimensioner	6
2.3	Material	7
3	Teori.....	8
3.1	Staten och medborgaren.....	8
3.2	Individualism.....	8
3.3	Kommunitarism.....	9
3.3.1	Kommunitarismen och dess kritiker	10
3.4	Medborgarskapets styrka.....	12
3.5	Informationsspridning som bildning	13
4	Information och svensk politik.....	15
4.1.1	Andra opinionsbildande aktörer	16
4.2	Opinionsbildning och samhällsteori.....	16
4.2.1	Individualismen och statlig opinionsbildning	17
4.2.2	Kommunitarismen och statlig opinionsbildning	18
4.3	Tre opinionsbildande kampanjer.....	19
4.4	Alkoholkommittén	19
4.5	Klimatkampanjen	21
4.6	Europaparlamentsvalet 2004.....	23
4.7	Informationskampanjer och skolning.....	24
5	Diskussion	25

5.1	Kampanjerna och dess kontext.....	26
5.2	Vem styr?	28
6	Sammanfattning.....	30
7	Referenser.....	31

1 Inledning

Ska staten ha synpunkter på hur medborgaren väljer att leva sitt liv?

Frågan är central för många politisk-filosofiska skolor, vilka alla har en rad av olika recept för hur relationen mellan stat och medborgare bör se ut. Ett fenomen där konflikt mellan två av skolorna är ytterst tydlig är då staten bedriver olika former av informationskampanjer. Att stater agerar som opinionsbildare och hur kampanjerna utformas har många gånger utsatts för kritik. Några exempel är då partisk information spreds till allmänheten i samband med EU-valen 1995, Skatteverkets antisvartjobbsskampanj samt informationssatsningen *Forum för levande historia*. Därtill ställer sig många kritiska till vissa myndigheter, vars verksamhet till mångt och mycket består i att bilda opinion.

Rothstein med flera menar att denna utveckling av ämbetsverkens verksamhet, gör att staten i allt större utsträckning sysslar med ideologiproduktion (2005; jmf SOU 2001:1, s 248). Att bilda opinion har tidigare skett inom organisationer och partier, men de senare har förlorat medlemmar. Staten verkar i detta läge, enligt Rothstein, tagit saken i egna händer genom att bedriva opinionsbildningen själv.

Staten har, emellertid, länge sett det som sin uppgift att sprida information med syfte att upplysa, informera medborgarna om offentlig verksamhet, om medborgarens skyldigheter och rättigheter och utveckla medborgarnas kunskaper i vissa frågor (SOU 2007:107, s 19f).

En analys av vilket syfte och vilken typ av kunskap som staten vill förmedla till medborgarna kommer att ske genom att tre statliga opinionsbildande kampanjer – Naturvårdsverkets Klimatkampanj, Alkoholkommittén samt Valmyndighetens roll vid Europaparlamentsvalet 2004 – studeras. Studiens ambition är vidare att se vad kampanjerna kan tänkas ha för inverkan på samhället och hur detta kan skapa förutsättningar för medborgarskapet.

1.1 Problemformulering

Det råder delade meningar om hur staten bör förhålla sig till sina medborgare beroende på vilken filosofisk skola man utgår ifrån. För att identifiera de stötestenar som präglat debatten om statlig informationspolitik i Sverige är det befogat att först ställa frågan hur samhället bör vara konstruerat. En aspekt av relationen mellan stat och medborgare kan studeras genom att ställa den normativa frågan:

Bör staten bedriva opinionsbildande informationskampanjer?

Statliga myndigheter genomför kampanjer som syftar till att påverka medborgarnas beteende och attityder i olika frågor. I studien väljs tre olika kampanjer ut för att ge exempel på vilken typ av kunskap som staten vill förmedla.

Vilka kunskaper vill staten förmedla till medborgarna och i vilket syfte?

Resultatet av den normativa och empiriska delen av studien leder till frågan:

Hur kan offentlig informationsspridning leda till ett stärkt medborgarskap?

1.1.1 Syfte

En av statsvetenskapens mest centrala delar består enligt Olsen i att ”klargöra vilka ideal, värderingar och intresser som bör ivaretas genom offentlig verksamhet” (Olsen i Rothstein 2006:9). Detta är även ett av uppsatsens syften – att belysa offentlig informationsspridning ur två olika samhällsteoretiska värdeperspektiv. Genom att göra detta kan vi även urskilja två sätt att se på relationen medborgare/stat, vilket synliggör stridigheterna beträffande informationspolitikens utformning. Opinionsbildande kampanjer har varit föremål för omfattande kritik och syftet är att genom studien ge en nyanserad bild av informationspolitikens förtjänster och brister.

1.2 Disposition

Studien är upplagd på följande sätt. Först presenteras de metodologiska överväganden som gjorts. I påföljande kapitel redovisas de två samhällsteoretiska skolorna, individualism och kommunitarism och information som bildning. Vidare, i kapitel fyra, diskuteras de olika skolornas syn på statlig opinionsbildande verksamhet och tre kampanjer analyseras. I kapitel fem diskuteras resultaten av analysen och till sist sammanfattas studien i kapitel sex.

2 Metodologiska val

Att tydligt redogöra för metoden i vetenskapliga framställningar är av grundläggande betydelse. Det gör det möjligt att följa tillvägagångssättet och öppnar upp för kumulativ forskning.

2.1 Avgränsningar

För att tydliggöra olika ståndpunkter i debatten om statliga informationskampanjer har jag valt att utgå från två skolors samhällssyner. Dessa två skolor är valda eftersom att de verkar kunna beskriva dessa skillnader tydligt.

Jag kommer i analysen att fokusera på offentlig informationsspridning med opinionsbildande karaktär. Det är kampanjer med dessa karaktärer som är mest kontroversiella och därmed mer intressanta att studera. I och med valen av fall har jag inriktat mig på att studera tidsbundna kampanjer, vilket ger en naturlig avgränsning över tid.

Studien är gjord med tanke på svenska förhållanden och är inte avsedd att generaliseras.

2.1.1 Opinionsbildning

Det finns många definitioner av statlig opinionsbildning, från att likställa dem med begrepp som *samhällsinformation* till *propaganda*. Hur man väljer att benämna fenomenet kan ha sin bakgrund i vilken roll man anser att staten bör ha, detta kommer senare att belysas med hjälp av de två teorierna.

Opinionsbildande verksamhet definieras av förvaltningskommittén i SOU 2007:107 som ”extern informationsaktivitet riktad mot allmänheten i syfte att aktivt påverka dess kunskaper, attityder eller beteenden i avsedd riktning” (SOU 2007:107, s 45). Denna definition kommer att användas då den inte är för snäv och samtidigt framhåller syftet med verksamheten.

2.1.2 Val av fall

De valda fallen är av samma karaktär, i bemärkelsen att det handlar om statliga informationskampanjer med opinionsbildande syfte som kommunicerats allmänheten genom olika informationskanaler. Ämnena för kampanjerna skiljer

sig dock åt i hög grad åt, vilken kunskap är det som sprids och har de något gemensamt? Detta kommer besvaras i en komparativ analys med kvalitativ metod. De tre fallen har även gemensamt att de genomfördes under de senaste 10 åren, vilket gör diskussionen samtida och har även förenklat materialinsamlingen.

2.2 Att analysera normativa idéer

Normativ teori härleds till politisk filosofi, där frågan om hur den bästa möjliga formen av ordning uppnås och hur detta kan bli det bästa av liv (Marsh & Stoker 2003:172).

Den första frågeställningen är av normativ karaktär, en fråga om vad som är önskvärt. När en sådan fråga ska besvaras ska man även rättfärdiga och därmed argumentera för de olika ställningstagandena (Badersten 2006:7). För att göra det kommer de olika samhällsteoriernas argument att identifieras. Om en sådan studie ska vara intressant ska värdena ha en någon form av intersubjektiv giltighet (Badersten 2006:23). Då frågan som tas upp innehåller värden av samhällsorienterad karaktär kan den anses vara relevant, eftersom det finns en uppsjö av idéer om hur samhällen bör utformas och vilka värden som är önskvärda.

Helheten av studien är inte normativ, men den använder normativa inslag för att förklara problematiken kring ett fenomen. Att blanda normativ och empirisk analys har av vissa ansetts vara problematiskt. Andra menar dock att kopplingen mellan *är*-frågor och *bör*-frågor är stark då även en renodlad empirisk forskning till någon del innehåller forskarens värderingar och normuppfattningar (Lundquist 1993:85; Badersten 2006:39f).

2.2.1 Dimensioner

Dimensioner är en mindre schematisk form av idealtyper och är ett analysätt som har stöd inom politisk filosofiforskning.

Idealtyper och dimensioner kan båda benämnas som olika idékonstruktioner, det vill säga föreställningar om verklighetens beskaffenhet och hur denna bör utformas (Bergström & Boréus 2005:149). Ambitionen är att genomföra en innehållslig analys av idéerna, där huvudbegreppen i argumentationen urskiljs och prövar huruvida dessa kan anses giltiga (Bergström & Boreus 2005:155), i detta fallet för det valda politikområdet. De två dimensionerna som kommer att användas är den kommunitära och den individualistiska dimensionen av samhällsteori.

Dimensioner som analysverktyg möjliggör jämförelser på ett enkelt sätt (Bergström & Boréus 2005:164). Statsvetaren Jan Hylén använder i sin avhandling parametrar vilka kan likställas med dimensioner som analysinstrument. Han menar att användandet av idealtyper skulle låsa fast undersökningen och detta tvingar till förenkling av argumenten inom fasta ramar.

Detta anser han verkar onödig arbetsbörda då ”analysinstrumentet inte behöver vara mer utförligt och precist än att den förelagda uppgiften kan fullgöras” (Hylén, 1991:9)¹. De två valda samhällsteorierna som två dimensioner är endast en del av studien och endast de mest centrala värdena kommer att diskuteras. Dimensionerna i studien är min egen tolkning och konstruktion.

2.3 Material

Materialet kommer att bestå av sekundära källor och primära källor. Den vetenskapliga forskningens litteratur utgör grunden för teorin och metoden.

Det empiriska materialet består, förutom av kampanjmaterial från de olika fallen även vissa statliga utredningar, motioner, propositioner och riksdagsprotokoll. För vissa källor kommer en mer skeptisk hållning vara nödvändig. I synnerhet i och med att en del av materialet består av redan utförda utvärderingar av kampanjerna ifråga. För att undvika att använda sig av tendiösa framställningar, är det viktigt att veta vem ”berättaren” är och vilka intressen denna har (Esaiasson et al 2004:311-312). Till exempel skulle projektledaren i en kampanj kunna ha intresse av att framställa projektet som mer lyckat än vad sanningen medger.

En mindre del av materialet var svårt att få tag i och beställdes genom Kungliga bibliotekets okatalogiserade vardagstryck.

¹ Boken ”Fosterlandet främst. Konservatism och liberalism inom högerpartiet 1904-1985”, analyserar den svenska högerens idéutveckling.

3 Teori

Mycket av den politiska filosofin har genom historien handlat om kampen mellan holism och atomism, samhälle och individ (Rothstein 2006; Olsen 1990; Avineri & De-Shalit 1992). De teorier som kommer att behandlas här har benämnts olika, här går de emellertid under beteckningen *individualism* och *kommunitarism*. Dessa två samhällssyner kan användas för att studera många olika politikområden. De berör även kärnan i problematiken om statlig opinionsbildning. Det är även intressant att fokusera på vad dessa synsätt har för implikationer för medborgarskapets innehåll, djup och behov av information.

3.1 Staten och medborgaren

Medborgarskapet och demokratin härstammar från det antika Grekland. Det moderna medborgarskapet är dock annorlunda, exempelvis vad gäller utsträckning, kontext samt innehåll och djup (Faulkes 2000:15).

I Sverige regleras medborgarens fri- och rättigheter i regeringsformen. Medborgaren har skyldigheter genom lagar samt genom vissa rådande normer i samhället. Det råder delade meningar om balansen mellan skyldigheter och rättigheter, vilket har konsekvenser för medborgaren i det demokratiska samhället.

3.2 Individualism

I den individualistiska traditionen antas individen vara i centrum och människors olikhet framhävs. Individen ska inte behöva underordnas kollektivet och människans autonomi ska skyddas. Detta uttrycks tydligt i bland annat egendomsrätten genom vilken medborgarna efter eget tyckande gör vad de behagar med sin egen egendom. Detta skapar ett dynamiskt samhälle där individen alltså strävar efter den största möjliga egennyttan, vilket leder till utveckling och framsteg. Därför ska staten ägna sig åt minsta möjliga inblandning i individens liv (Olsen 1990:29). Individualisterna menar att medborgarna har olika uppfattning om vad som är det goda livet eller rätta livet att leva. I och med att olika individer har olika preferenser, ska staten inte lägga sig i individernas val eftersom det begränsar och förminskar deras möjligheter till egna erfarenheter och misstag (Olsen 1990:30; Rothstein 2006:53). Det finns alltså ingen sanning i form av *det goda livet* i singularis, alla individer har egna goda liv och mål att själva uppnå.

I individualismen ligger tonvikten på individens rättigheter och då handlar det oftast om bevarandet eller utvecklandet av rättigheternas innehåll och betydelse (se t ex Marshall 1992). Vissa skyldigheter accepteras, men oftast endast i utsträckningen att rättigheter upprätthålls.

Robert Nozick menar i boken *Anarchy, State and Utopia* att ordningen i en stat ska vila på lika rättigheter så som äganderätten. Den är en normativ argumentation för att marknaden bör styra och staten ska endast se till att medborgarens rättigheter respekteras. Om staten till exempel omfördelar resurser kan det leda till ojämlik fördelning och bör därför vara ”minimal”. Det fundamentala i hans argument är att ingen rättighet ska sättas åt sidan för det allmänna bästa (Nozick, 1972).

En princip som bygger på individualismen, om än i något mjukare termer, är autonomiprincipen. Denna princip innebär att

...människor är självständiga moraliska aktörer som har att själva besluta hur de skall leva sina egna liv och att staten inte är en moralisk domare bemyndigad att tvinga på dem uppfattningar om rätt och fel (Raz 1986:108 ur Rothstein 2006:51).

Politiska institutioner ska enligt principen utformas för att kunna accepteras av medborgarna trots att det råder meningsskiljaktigheter internt om hur man bör leva moraliskt korrekt. Det är viktigt att staten är neutral i förhållande till sina medborgare. (Rothstein 2006:52).

3.3 Kommunitarism

Kommunitarismens² samhällssyn tar sin utgångspunkt i den enskildes roll som medborgare och medlem av samhället. Det är samhörigheten och den kollektiva identiteten som är i fokus. Genom socialisering lär sig medborgarna normer, värderingar och dygder och besluten fattas på grunderna av vad som genom kulturella standarder anses vara sanning och det goda livet. Alla förväntas delta i det offentliga rummet, då egenintresset är inte det centrala utan solidaritet och individens ansvar för andras välfärd (Olsen 1990:26-27).

Forskare av den kommunitära skolan spänner över hela höger-vänsterskalan och skiljer sig åt vad gäller fokus och värderingar. Gemensamt för alla är dock värdet av den offentliga sfären och deltagandet i olika samhällsformationer (Avineri & De-Shalit 1992:10). Kommunitarismens metodologiska angreppssätt är att man för att förstå det mänskliga beteendet måste se individen i dess kontext,

² Kommunitarism är en översättning av det engelska *communitarism*. Denna typ av tankevärld har även benämnts som ”samhällscentrerad syn” (Olsen, 1990), den ”kommunitära principen” (Rothstein, 2006) och anhängarna som ”gemenskapare” (Uddhammar, 1993). Mångfalden i benämning kan bero på den interna pluralismen av perspektiv eller på svårigheten i direktöversättningen av engelskans *community*, i de fall då man inte menar samhälle i sin helhet utan snarare en gemenskap, ett samfund eller befolkningsgrupp.

dess sammanhang i samhället. Den mer normativa synvinkeln kan beskrivas som en kritik mot individualismen. Man menar att en ökande individualism omöjliggör utvecklingen av samhället och statens möjlighet att vidmakthålla *det goda livet* (Avineri & De-Shalit 1992:2). De olika forskarna inom falangen har i övrigt ett brett spektrum. Alasdair MacIntyre, en av de mest konservativa filosoferna på området menar aristoteliskt att dygderna inom olika institutioner oftast avgör människans val av det goda livet (MacIntyre 1992, Uddhammar 1993:143ff). Den mindre konservative Charles Taylor fokuserar sin kritik mot individualismen på dess ledord autonomi.

...we live in a world which there is such a thing as public debate about moral and political questions and other basic issues. We constantly forget how remarkable that is, how it did not have to be so, and may one day no longer be so. What would happen to our capacity to be free agents if this debate should die away, or if the more specialized debate among intellectuals who attempt to define and clarify the alternatives facing us should also cease [...] What would we be left to choose between? [...] In other words, the free individual or autonomous moral agent can only achieve and maintain his identity in a certain type of culture. (Taylor 1992:44)

Taylor framhåller här vikten av den offentliga sfären och debatten men även experternas roll i informationsspridning. Kritiken mot individualismen angriper kärnan i begreppet "autonomi" och visar tydligt på kommunitaristernas tro om betydelse av kontexten. Det är vissa typer av samhällen som möjliggör individens autonomi, samhällen som hela tiden måste upprätthållas och återskapas.

Citatet fokuserar även på den offentliga sfären som, i grova drag, kommunitaristerna vill utöka och individualisterna reducera (Avineri & De-Shalit 1992:10).

De mest konservativa inom kommunitarismen får intern kritik. Marilyn Friedman framhåller att trots att kommunitarismen har värdefulla insikter i sin kritik mot individualismen, ignorerar vissa att de samfund (eng. *communities*) som man framhåller som fundamentala för individens identitet (nationen, familj, skola) även är samfund som genom alla tider förtryckt kvinnor. Den moral som oemotsagt auktoritärt och hierarkiskt pådyvlas dess medlemmar måste ifrågasättas (Friedman 1992:101ff). För att leda in kommunitarismen på en bana bort från det patriarkala förespråkar Friedman att fokus i större uträkning ska falla på frivilliga sammanslutningar, *communities of choice*. Dessa samfund, så som vänskap eller urbana intressegemenskaper (*modern friendship* eller *urban communities*) är frivilliga har därmed större chans att bildas. Dessutom saknar de typiska strukturer och sociala roller som de icke-valda samfunden har (1992:113ff).

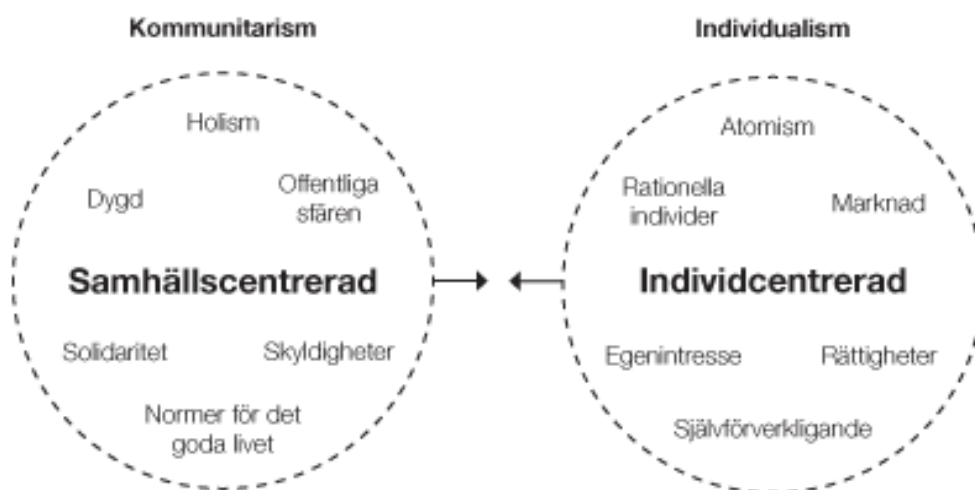
3.3.1 Kommunitarismen och dess kritiker

Kommunitarismen tar sitt ursprung i kritiken mot individualismen. I sin tur är kritiken mot kommunitarismen omfattande. Bland annat anses många av kommunitarismens anhängare vara för konservativa, dock finns det som visats ovan många som vill ha ett förändrat samhälle – som Friedman – och de som väljer att inta en mittenposition – som Taylor.

Som nämnts finns det en tro på en gällande sanning eller standard, även en kulturell sådan. Detta har ibland tolkats som att kommunitaristerna anses förespråka ett samhälle utan tolerans och pluralism (Avineri & De-Shalit 1992:10), en allvarlig kritik. Försvare av skolan hävdar istället att de kommunitära anhängarna vill se ett samhälle präglad av reflektion, självkritik med en utökad offentlig sfär och debatt. Individualisterna menar även att en så omfattande auktoritär stat som vissa av kommunitaristerna vill ha, leder till en semi- eller fullt totalitär stat. Kommunitaristernas svar på denna kritik är att det snarare är en minskning av deltagandet och den offentliga debatten som skapar dessa stater (ibid.).

En av filosoferna i den individualistiska färan, Ronald Dworkin, har närmat sig kommunitaristernas ståndpunkt vad gäller betydelsen av samhället, att framgång eller misslyckande för ett samhälle avgör om medborgarnas liv blir bra eller dåliga. Han menar dock att ett fundamentalt misstag begås när man också menar att samhällets karakteristika skulle ha samma etiska sammansättning som hos var och en av medborgarna. Felet uppstår då man tillmäter samhället för stor betydelse. Samhället som gemenskap ska endast bestå av politiska sammanslutningar, skyldigheter och rättigheter. Endast detta räknas till samhällets eventuella framgång eller misslyckande (Dworkin 1992; jmf Rothstein 2006:50). I andra ordalag kan man säga att samhället inte ska inkräkta på den *privata autonomin* utan endast gälla den *offentliga autonomin* (Kjellgren 2002:25f).

Det finns dock vissa av individernas livsprojekt som göra att gränsen mellan den offentliga och privata autonomin suddas ut. Mest problematiskt för den neutrala, individualistiska staten blir det som Rothstein benämner *carpe diem*-livsstilar eller James Dean-strategin: ”kör hårt, dö ung” (2006:45,57). Anhängare av kommunitarismen hävdar troligtvis att detta varken är det goda livet, eller det bästa för samhället. En fråga för autonomiprincipen är om det är legitimt för staten att ingripa så att medborgaren inte begår misstag. Svaret blir att staten ska tillhandahålla ”bästa möjliga information” för att medborgaren ska veta vad han eller hon ger sig in på (ibid.).



Figur 1. Två samhällsteoretiska dimensioner

I figur 1 sammanfattas de centrala begreppen i de båda dimensionerna. Det är varken menat att dessa begrepp är absoluta och innefattar allt, inte heller har de tydliga gränser. Som pilarna visar rör sig många inom de båda skolorna i m, eller bort från extrempunkterna.

3.4 Medborgarskapets styrka

Barber (1984) argumenterar för en stark demokrati, något som även Premfors har applicerat på Sverige. Den starka demokratin står på grundvalar av en avvägning mellan kommunitarismen och individualismen (Premfors 2000:30). Denna uppsats fokuserar inte på demokratin i sig, utan på staten, samhället och medborgarna däri. Dessa är dock de stora delarna i en demokrati varför vi här ska beröra medborgarskapets innehåll och behov av resurser.

Vilket av de båda presenterade perspektiven man väljer applicera på samhället har stora konsekvenser för medborgarskapets innehåll. Man kan begreppsliga detta i det tunna (*thin*) och starka (*thick*) medborgarskapet, se tabellen nedan.

Thin citizenship /procedural	Thick citizenship
Rights privileged	Rights and responsibilities as mutually supportive
Passive	Active
Purely public status	Pervades public and private
Independence	Interdependence
Freedom through choice	Freedom through civic virtue
Legal	Moral

Bubeck (1995) i Faulkes, 2000:11

Tabellen uttalar sig inte i termer av kommunitarism och individualism, men uppvisar tydliga likheter. Det tunna medborgarskapets egenskaper är samma som de idéer som präglar den individualistiska samhällsteorin. Det starka medborgarskapet kan jämföras med många av kommunitarismens idéer. Men ett medborgarskap som ska uppnå den bredd som beskrivs i den högra tabellen kräver resurser, bland annat information och kunskap. Den aktiva medborgaren behöver ha tillgång till information för att kunna medverka samt upplysas om rättigheter och skyldigheter.

3.5 Informationsspridning som bildning

Kunskap och tillgång till information är en viktig del i det demokratiska projektet och ett viktigt medel för att skapa de medborgare som demokratin behöver (Kjellgren 2002:7-8; Gutmann 1987). Även om denna fostran av den medvetna, demokratiska medborgaren främst sker inom skolväsendet, finns det ett värde i att utbildningen fortsätter livet igenom (Gutmann 1987; Callan 1997). Informationsspridning kan vara en del i denna utbildning. Det som länkar den offentliga informationen med medborgarfostran och den senare med demokrati är den samhälleliga nyttan – demokratin kräver sina medborgare. Utbildning i medborgarskap ska få individen att uppfylla sina medborgerliga förpliktelser, en utbildning som ska pågå hela livet (Callan 1997; Kjellgren 2002:8).

Civic education eller medborgarfostran har definierats på en rad olika sätt. Man har till exempel talat om utbildning i kunskaper om deltagande. Andra menar att begreppet innebär patriotism, lojalitet och politiskt stöd. En tredje definition innebär att medborgaren genom detta ges verktygen för att bli socialt ansvarstagande och samhällsorienterad (Westheimer 2004; Westheimer & Kahne 2004; Torney-Purta et al. 1999). Medborgarfostran sker främst under skolgången och forskningen har mestadels berört de rent pedagogiska aspekterna (Roth 2000; Callan 1997).

Det finns ett värde i att medborgarskolning sker fortlöpande för hela befolkningen. Till exempel kan medborgarna informeras om skattedeklaration, om folkhälsofrågor eller trafikinformation. Politiska reformer och nya forskningsresultat är andra exempel på information som kan vara kontinuerlig. Att det råder en kritisk klimatförändring är exempel på en sådan fråga.

Frågan är vem som bör tillhandahålla denna typ information? Till skillnad från vissa andra aktörer som skulle kunna förmedla informationen, har stat och myndigheter ofta andra incitament att upplysa, i vissa fall till och med en skyldighet att informera om sin verksamhet³.

Nämnden för samhällsinformation var den senaste av två centrala, övergripande myndigheter för statlig information. Nämnden menade att den offentliga samhällsinformationen ska fylla vissa uppgifter gentemot medborgarna. Dessa kan sammanfattas som att för det första tjäna medborgarna genom att upplysa om rättigheter och skyldigheter, för det andra öka medborgarnas möjlighet att ta del av den demokratiska processen och för det tredje, att motivera till ansvarstagande för det gemensamma genom att öka medborgarens kunskaper om det moderna samhället och så som det utvecklas (NSI, dp, 1977).

Dessa mål, som i sig även var nämndens interna mål, visar på den nära sammankopplingen mellan informationsspridning och medborgarfostran.

Janet A. Weiss talar om offentliga informationskampanjer som policyinstrument som kan öka det medborgerliga deltagandet i det politiska livet

³ Lag om offentlighet i myndigheternas verksamhet 21.5.1999/621, 5 kap 20 §.

och även engagera de minst medvetna medborgarna och därmed utjämna ojämlikheterna. Till informationskampanjernas fördel hör även möjligheten att avmystifiera den offentliga verksamheten och bryta barriärer mellan experter och medborgare (Weiss 1993:105).

I studien definieras "civic education", medborgarskolning, som *ett livslångt lärande som syftar till att utbilda den demokratiska medborgaren i deltagande och samhällsorientering*. För den empiriska delen av studien är det intressant att se vilken typ syfte informationskampanjerna har och vilken kunskap som de önskar stimulera, då detta kan liknas med medborgarskolning.

4 Information och svensk politik

Behovet av information låg bakom grundandet av Sveriges första tidning Post och Inrikes Tidningar (PoIT) 1645, som än idag kungör offentlig information om myndigheternas verksamhet. Under förra seklet inrättade man och avvecklade två centrala informationsorgan; under andra världskriget användes Statens informationsbyrå/-styrelse för att organisera samhället i beredskap, under 1970-talet satsades det stort på statlig och kommunala information med hjälp av nämnden för samhällsinformation (NSI 1977). Idag finns inget centralt organ och de flesta myndigheter har egna informationsavdelningar. En stor del av dagens myndigheter har bland annat till uppgift genom regleringsbrev att informera om sin verksamhet med syfte att bilda opinion hos allmänheten. I takt med att massmedierna vinner större makt har även statens informationsspridning hängt på trenden, från att informera genom anslagstavlor i rikets större städer till multimediala kampanjer som innefattar tv, tidningar, webb, det offentliga rummet och andra medel (SOU 2007:107).

Förvaltningsorgan har en skyldighet att informera om sin verksamhet, samtidigt är opinionsbildning ett sätt för statsmakten att få igenom beslut. Detta kan ske när man vill ändra allmänhetens attityd gällande en reform eller på annat sätt vända opinionen i en önskad riktning. Även rekryteringskampanjer kan vara utformade för att påverka allmänhetens attityder. På detta sätt är opinionsbildande verksamhet en form av styrmedel⁴ för stat, dess myndigheter och kommuner (SOU 2007:107).

Myndigheter har länge använt opinionsbildande verksamhet och lika länge har det pågått en debatt avseende dess existens och utformning. 2007 presenterade förvaltningskommittén en utredning som tog upp debatten kring opinionsbildande verksamhet. Kommitténs slutsats var att man bör införa mer långtgående reglering på området. Sammanfattat presenterades följande punkter i kritiken mot verksamheten:

- i) Myndigheten politiserar det givna informationsuppdraget och driver detta för långt, alternativt expanderar sin roll på information- eller opinionsbildningsområdet.
- ii) Underliggande värderingar och därmed oklart vad som är fakta och vad som är åsikter

⁴ Styrning defineras ”administrativt sett alla de åtgärder som ledningen i en organisation vidtar för att påverka dess processer och resultat.” (Nationalencyklopedin). Skatter, regleringar och information är exempel på medel att styra samhällsutvecklingen.

- iii) Formen för informationen, text filmer (SOU 2007:107, s 70-71)⁵

Att avgöra var gränsen går mellan opinionsbildande verksamhet och informationsspridning är problematiskt, det visar kommitténs enkät till olika myndigheter. I denna studie kommer den redan nämnda definitionen att användas.

4.1.1 Andra opinionsbildande aktörer

Partierna har genom tiderna bedrivit opinionsbildning genom sin syn på verkligheten och i sakfrågor. På senare år har dock medlemsantalet i de politiska partierna börjat svikta (SOU 2000:1, s 166).

De största folkbildningsinstanserna är studieförbund, folkhögskolor och även bibliotek. Det genomgående motivet för folkbildning är att öka möjligheterna att påverka egna livsvillkor och att påverka och förändra samhällsstrukturer, utveckla demokratin och kulturen (Folkbildningsrådet). Folkbildningen har dock på senare år ändrat karaktär. Istället för att syfta till att bilda för att inrikta kollektiva processer i samhället fungerar det mera som ett sätt för individer att genomdriva sina egna livsprojekt (SOU:2004:104, 108).

I övrigt finns flera andra aktörer som kan ha som syfte att bilda opinion. Intresseorganisationer, genom att värva medlemmar, få människor att ändra beteende, eller skapa sympati för en viss sak och samma sak gör företag då de vill sälja en viss produkt eller tjänst. Opinionsbildning är en naturlig del av arbetet inom olika medier och för yrkesgrupper som journalister. Som tidigare nämnts bedrivs även opinionsbildning genom utbildningen i skolorna.

4.2 Opinionsbildning och samhällsteori

Riksdagsdebatt november 2004:

(i)

Herr talman! Våra myndigheter och statens tjänstemän ska ha en hög trovärdighet och respekt. De ska verkligen agera i hela folkets tjänst. Missförstå mig inte. Det är inte fel med fri opinionsbildning och debatt i de här angelägna frågorna, men det får aldrig bli en uppgift för statliga myndigheter att driva debatt eller föra opinionsbildning. Det gör demokratin mindre vital. Det gör demokratin en otjänst Henrik von Sydow (m)⁶.

⁵ Kritiken är här sammanfattad. I utredningen görs även en analys av artiklar i dagstidningar författade av myndighetspersoner, detta ingår inte i denna studie varför jag valt att inte ta med den kritiken.

⁶ Anf. 3 Henrik von Sydow (m): 4 § Svar på interpellation 2003/04:81 om statliga myndigheters opinionsbildning. Riksdagens protokoll 2003/04:33. Fredagen den 21 november

(ii)

Inte minst med informationsteknikens hjälp ökar vi möjligheten i stor skala att kommunicera med medborgarna och underlätta servicen till medborgarna. Men vi ser också en tendens till att det krävs alltmer av medborgarna när det gäller ett individuellt ansvarstagande. Det är ett individuellt ansvarstagande som jag trodde att både Folkpartiet och Moderaterna ständigt ordade om och värnade om. Ska det individuella ansvarstagandet vara möjligt krävs det en mycket god bas att stå på när det gäller informationen. Gunnar Lund (s)⁷

Som citaten visar är statlig opinionsbildning kontroversiell. Rent empiriskt verkar det dock inte existera utpräglade åsikter som renodlat kan befinner sig inom den kommunitaristiska eller individualistiska dimensionen. För den fortsatta diskussionen är det dock intressant att se på hur man kan applicera de olika samhällsteorierna på fenomenet statlig opinionsbildning.

4.2.1 Individualismen och statlig opinionsbildning

Hur bör den svenska informationspolitiken utformas, enligt den individcentrerade skolan? Förespråkarna menar bland annat att en stor stat inte är önskvärd och opinionsbildning kostar pengar. Informationsavdelningar ska byggas upp, utvärderingar ska göras och att få tillgång till massmediala rum är dyrt och skatteinkomster blir som i annan offentlig verksamhet sättet att finansiera detta (Premfors 2000:213). Detta bidrar till en större statsförvaltning. För Nozick med andra skulle detta kunna ses som värsta tänkbara scenario. Både de informationsspridande och opinionsbildande kampanjerna bör ur detta perspektiv ske i begränsade omfattning.

Kampanjer som syftar till att fostra medborgaren är problematiska enligt detta synsätt. Individen ska få bilda sig egna uppfattningar, det finns sällan något rätt och fel och individen är en varelse som drivs av självförverkligande. Rothstein menar i en av artiklarna i forskningsprojektet *Den starka statens fall* att de statliga ämbetsverkens uppgifter har utvecklats sedan 1970-talet mot att i allt större utsträckning handla om ideologiproduktion. Han menar att utvecklingen gått från att sprida information om fattade beslut till att snarare ta över partiernas roll i opinionsbildning. Detta får konsekvensen att debatten snarare blir en kraftmätning myndigheter emellan, en byråkratisering av den ideologiska och politiska debatten i skuggan av partiernas kris i medlemsantal (Rothstein 2005:208-217).

Det mest problematiska med den individcentrerade kritiken av statlig informationsspridning är att vissa gränsdragningar som görs inte är så konstanta som det kan verka.

Rättigheter medför ett visst ansvar för att dessa ska vara effektiva, andra måste erkänna och respektera våra rättigheter och vi måste göra det samma för den andra. Rättigheters existens beror även på bevarandet av det samhälle som gör detta möjligt. Man kan exempelvis säga att medborgare har ett ansvar att använda

⁷ Ibid. Anf. 7 Gunnar Lund (s)

sina rättigheter, särskilt de fundamentala för det goda samhället. Denna interdependens gör att samtidigt som individen förlorar sin absoluta autonomi, skapar den förutsättningar för individens och framtida medborgares autonomi (Faulkes 2000:108). Ponera att staten vill begränsa medborgarnas konsumtion av tobaksvaror och att en av delarna i handlingsplanen är en sluta röka-kampanj. De mest extrema individualisterna skulle kunna mena att detta är att inkräkta på någons privatliv. Individen ska själv få välja hur man vill utforma sitt liv utan statens inblandning. Problemet är att dennes val av liv kan få konsekvenser för både samhället i stort och för enskilda individer. Rökning kostar samhället många miljarder per år, vilket på lång sikt blir en stor börda för skattebetalarna. Därtill är den passiva rökningen ett både verkligt och symboliskt bevis på hur den autonoma rökaren genom sin tobaksanvändning inkräktar på andras autonoma sfärer⁸.

Finns det egentligen något fall där individen är helt autonom, utan att påverka och påverkas av resten av samhället? Analysen av fallen kommer att se närmare på detta.

Vissa av dem som förespråkar en mjukare individualism menar att samhället ska informera om skadliga verkningar av vissa livsstilar. I det här fallet kan en kampanj av ovanstående slag anses legitim, förutsatt att den anses vara saklig och neutral. Dock är gränsdragningarna svåra även här på grund av tolkningssvårigheterna av när något är sakligt, neutralt, när helt korrekt information presenteras samt i vilken utsträckning kampanjerna ska bedrivas (jmf Rothstein 2006:57-58).

Exempel på den svävande gränsen mellan rättighet och skyldighet är röstning. Vid (svenska) allmänna val är röstning endast lagstadgat som en rättighet, men för att bevara dess signifikans finns det en skyldighet att gå och rösta, då att den typen av forum hela tiden måste återskapas för att vara signifikant (Faulkes 2000:114). En rättighet kan alltså samtidigt vara en skyldighet.

4.2.2 Kommunitarismen och statlig opinionsbildning

Enligt kommunitarismen grundtanke finns det en absolut sanning om vad som är det goda livet i vilket samhällsmedlemmarna bör inrätta sig. Enligt denna ståndpunkt borde de ställa sig positiva till offentlig opinionsbildning som i exemplet med tobak. I och med den breda spridningen inom skolan skiljer det sig mycket åt. Då vissa anhängare likställer samhället (*community/society*) som hela staten, regionen eller nationen önskar man även en stark, fostrande stat. Om det dock handlar om gemenskap i mindre samfund (*communities*) är statens auktoritära opinionsbildning mindre positiv, dock kan statliga kampanjer ses som statens möjlighet att vidmakthålla det goda livet. Informationsspridning om statens verksamhet behöver inte verka begränsande på det offentliga rummet. Normer och andra åsikter kan fortfarande bildas inom mindre samfund.

⁸ Statens folkhälsoinstitut utför utredningar på området tobak och har statistik över samhällskostnader.

För det starka eller breda medborgarskapet, som har liknande värderingar som kommunitarismen behövs kunskap och information. Information i vid mening kan vara avgörande för om individen deltar, och därmed ett aktivt medborgarskap. Nationella informationskampanjer har ofta även lokala satsningar, på samma sätt kan organisationer och samfund genom kritik eller samtycke utveckla kampanjers innehåll. Weiss menar att genom att staten informerar om dess verksamhet skapas förutsättningar för ansvarsutkrävande (1993:105). När svenska myndigheter bedriver kampanjer finns det ingen direkt koppling mellan myndighet och väljare eftersom informationen är enkelriktad. Myndigheterna försöker att påverka medborgarna. Om medborgaren i sin tur vill utkräva ansvar av avsändaren av informationen måste detta ske genom den parlamentariska processen. Myndigheters informationsverksamhet regleras i regleringsbrevet från regeringen och därmed kan medborgaren indirekt kräva ansvar genom valprocessen.

Det varken troligt eller tvunget att informationen eller opinionen som sprids av en myndighet tas emot odelat positivt. Vissa menar att den kritiska, missnöjda medborgaren utgör en hälsosam indikator för en demokrati och detta även kan hjälpa till att utveckla den demokratiska processen (Geissel 2008:36-37).

Vilken kunskap önskas då medborgarna få genom statliga opinionsbildande kampanjer?

4.3 Tre opinionsbildande kampanjer

Fallen av statligt finansierade opinionsbildande kampanjer är utformade på olika sätt. Sedan informationsteknikens intåg har staten förändrat sina kommunikationskanaler på samma sätt som övriga aktörer i samhället. Tre fall av offentliga opinionsbildande kampanjer ger uttryck åt dessa. Syftet med kampanjerna har och har haft samma övergripande syfte; att påverka medborgarnas kunskaper, attityder och beteenden.

4.4 Alkoholkommittén

”Varannan vatten!”

I en nationell handlingsplan för att förebygga alkoholskador (prop. 2000/01:20) tillsätts 2001 en ansvarig kommitté. Syftet med handlingsplanen är motverka negativa sociala effekter och effekter på folkhälsan. Bakgrunden är att alkoholkonsumtionen och dess negativa effekter har ökat, bland annat på grund av ökad internationalisering, samt förändringar i regelverk. I propositionen framgår bland annat att ”statens ansvar när det gäller att motverka alkoholskador är att lagstifta, formulera långsiktiga mål, att nationellt följa konsumtions-, skade- och missbruksutvecklingen, att erbjuda grundutbildning i alkoholskadeförebyggande

arbete och utöva den övergripande tillsynen” (prop. 2000/01:20, s 22). Det anses även viktigt att öka allmänhetens förståelse för den förda politiken samt varför vissa insatser görs (ibid, 52).

De viktigaste styrmedlen för de preventiva insatserna anses vara lagar, detaljhandelsmonopolet, skattebelastning, begränsning i marknadsföring utbildningssatsningar och åldersgränser (ibid, 29). Informationsspridning är alltså endast ett av flera styrmedel på politikområdet.

Fokus för kampanjen är att lokala aktörer och kommuner ska stimuleras till att utveckla egna handlingar, samt att ”frivilligorganisationer kommer även i fortsättningsvis spela en viktig roll genom sitt engagemang i arbetet med att bedriva opinionsbildning (och) förebygga alkoholskador” (ibid, s 45). På detta sättet ska en stor andel av arbetat alltså inte vara nationella insatser.

Informationen om och opinionsbildningen kring bruk av alkohol, dess risker och skadeverkningar bör förstärkas, såväl på nationell som på lokal nivå. Opinionsbildningen bör bidra till ett ökat individuellt ansvarstagande när det gäller måttfulla alkoholvanor, alkoholfrihet i trafiken, på arbetsplatsen och under graviditet och minskad konsumtion av illegal alkohol. Opinionsbildningen bör främst bedrivas av kommuner och landsting samt av frivillig-, ungdoms- och andra organisationer på lokal nivå. Vissa centrala insatser bör göras på nationell nivå i samverkan med olika organisationer, företag m fl för att stödja opinionsarbetet på lokal nivå” (prop. 2000/01:20, s 52).

Kampanjen kommer som framgår att bestå av flera olika kampanjer som genomförs av många olika aktörer i vad som verkar vara ett löst nätverk.

Den tillsatta Alkoholkommitténs arbete bestod i att samordna den opinionsbildande verksamheten och informationen och att samverka med andra aktörer (ibid, 76).

Man anser att informationskampanjer är en nödvändig del av arbetet, även om informationskampanjer allena är mindre effektivt. En dansk forskningsstudie visades att informationskampanjer i hög grad ökade medborgarens kunskaper om hälsorisker med alkohol och sina egna konsumtionsgränser (ibid, 53).

Som en del i satsningen med målgruppen unga vuxna (18-25 år) utformades Festmetoden, en kampanj med reklam, webbplats och dvd-skiva som syftade till att minska berusningsdrickandet. I en utvärdering visar det sig att 81- 91 % av målgruppen hört talas om kampanjen, (Alkoholkommittén FM, utvärdering, s 6) dock hade endast en tredjedel av dessa besökt webbplatsen eller sett dvd. I utvärderingen har man även fått svara på hur man ställer sig till att samhället ger ut denna typ av information, två av tre är mycket positiva till det och 2 procent ställer sig negativa till det (Alkoholkommittén FM, s 16). Här säger man också att målet, att med kampanjen minska berusningsdrickandet är mer än svårt att mäta. Därför har man valt att se på vissa tolkningsbara beteenden på t ex om de som har tagit del av materialet har talat med någon om det eller till och med kanske tipsat om metoden. Det visar sig även att en mindre del tagit till sig av förslagen och förändrat sitt drickande (ibid , s 18).

Kunskapen som staten vill förmedla till dess medborgare är vad var och en kan göra för att minska sitt berusningsdrickande. Man ska kunna få information om vad just den enskilda individen hälsorisk vid viss konsumtion, givet dennes personliga förutsättningar. Det var också viktigt att det inte skulle vara eller

uppfattas som pekpinningar utan att avsändarens intentioner gick fram, att minska sitt drickande från farliga mängder och att lära sig vad som sker med kroppen (Alkoholkommittén, FM s 7). Detta då man måste utgå ifrån att ”alkoholen är en del av det svenska kulturmönstret och att en stor majoritet av svenska folket betraktar alkoholdrycker som ett inslag i livet som de inte vill avvara. De använder alkohol på ett sådant sätt att det inte vållar problem, varken för dem själv eller för samhället” (2000/01:20, s 39).

Frågan är då varför om staten ska vara den aktör som bedriver denna informationsspridningen? De statliga incitamenten skulle bland annat kunna vara att förhindra samhälliga kostnader, att skapa en friskare befolkning och att framhäva förståelsen för den politik som bedrivs och det monopol som finns.

Som nämnts i handlingsplanen finns det även andra aktörer på marknaden med intresse i att driva opinion. Skolor, föreningar och organisationer som nykterhetsrörelsen har intresse i den förda politiken och integreras även i kampanjer på ämnet. På senare tid har dock klimatet förändrats. I och med marknadsdomstolens dom (2003:5 dnr B 1/02) upphävdes förbudet mot att marknadsföra av alkoholhaltiga drycker. Detta skapar en förändrad miljö där statens restriktiva kampanjer samsas med producenters marknadsföring av sina produkter.

4.5 Klimatkampanjen

”Växthuseffekten påverkar dig – hur påverkar du den?”

Som del i riksdagsbeslutet om en nationell klimatstrategi fick Naturvårdsverket i uppdrag att utforma en omfattande informationskampanj för att öka allmänhetens kunskaper i klimatfrågan. I propositionen framgår att ”de flesta [remissinstanseranserna] anser att människor i allmänhet har begränsade kunskaper om klimatproblemet och att en informationskampanj behövs för att öka förståelsen för att genomgripande åtgärder behöver vidtas” (Prop. 2001/02:55, s 67).

Under 2002-2003 med ett ramanslag på 60 miljoner kronor⁹, utformas en bred informationssatsning med samarbete mellan myndigheter, näringsliv, frivilligorganisationer och kommuner. I verkets uppdrag framgår att ”[m]ålen med kampanjen har varit att öka svenskarnas kunskaper om växthuseffektens orsak och verkan, förändra attityden till egna åtaganden och öka acceptansen för statliga styrmedel”. Kampanjen bedrivs med hjälp av lokala projekt och satsningar, genom medier så som reklam och genom nätverk. Nätverken ska fånga upp opinionsbildare som, om inte ”välinformerade” kan ha en negativ effekt på

⁹ Samtidigt disponeras ett ramanslag på 200 miljoner kronor (regleringsbrev, 2002, utgiftsområde 20, s66) för stöd till klimatinvesteringar, som ska stödja kommuner, företag och andra aktörer att göra långsiktiga investeringar som minskar växthuseffekten (enl prop. 2001/02/55).

kampanjens mål. Stor satsning sker på utbildning av offentlig personal och företagsrepresentanter (Klimatkampanjen 2002a, s 18).

I en broschyr med titeln *Fokus på klimatförändringar* som producerades i samband med kampanjen framgår att ”när du läst det här faktahäftet vet du mer om klimatförändringens orsak och effekt. Du har också fått en bild av vad som krävs för att åtgärda problemet. I din kunskap och nya idéer ligger lösningen på en av vår tids viktigaste utvecklingsfrågor” (Klimatkampanjen 2002b, s 2). Här är tydligt att man vill framställa klimatförändringarna som ett stort problem, men att just din insats kan göra skillnad. Samtidigt framgår även att det i riksdag och regeringen pågår intensivt arbete för att stoppa den negativa utvecklingen. Detta är ett tydligt tecken på att man söker förståelse för den förda politiken.

Kommunikationsstrategin är att allmänheten efter den avslutade kampanjen ska koppla samman kampanjen med önskvärda rationella och emotionella värden (Klimatkampanjen 2002c). Ett tydligt tecken på att man vill komma in i mottagarens huvud.

Målgruppen är allmänheten, eller den stora andelen ”slumrande samhällsaktivister” som kan gynna kampanjen, förutsatt att de får kunskap och information (Klimatkampanjen 2002c).

En utvärdering visar att allmänheten har större kunskap om klimatförändringar och vilka lösningar som finns efter kampanjens genomförande än innan. Dessutom anser man sig kunna se en ökad optimism inför att lösningarna kan ha effekt (Naturvårdsverket, utvärdering 2005).

Problemet med denna och annan typ av opinionsbildning är att medvetenhet inte nödvändigtvis är det samma som aktion. En individ kan veta att koldioxidförbrukning genom användandet fordon ökar växthus effekten, men detta är inte samma sak som att hon eller han kan eller vill lägga om sitt liv och göra någonting om det.

På samma sätt är det oklart om just Naturvårdsverkets klimatkampanj är skälet till en ökad medvetenhet. Andra aktörer har även bedrivit egna klimatkampanjer, media har utökat bevakningen i frågan. Dock ser man på den ”spillovereffekt” som klimatkampanjen har haft som något positivt (Naturvårdsverket slutrapport 2004:9), att engagemanget i frågan har ökat är det som aggregerad opinionen. Därtill är det svårt att se vad detta ökade intresse resulterar i över tid och omöjligt att se den ursprungliga källan till intresset. 2007 års undersökning om allmänhetens inställning visar på en än högre medvetenhet och engagemang.

Vad som är annorlunda med klimatkampanjen är dess tredje syfte: att öka acceptansen för statliga styrmedel. Genom information ska allmänheten bli mer positiv inställd till styrformer som t ex bidrag, avgifter eller höjda eller sänkta skatter eller informationssatsningar. Av utvärderingen att döma verkar merparten vilja se styrmedel som på något sätt är frivilliga till exempel genom information, sänkta skatter eller bidrag (Naturvårdsverket, utvärdering 2005:20). En majoritet av svenskarna är positiva till antingen att staten styr eller att förändringar ska göras på frivillig väg (Naturvårdsverket, slutrapport 2004:81, Naturvårdsverket

slutrapport 2004:21f). Kunskaperna och intresset om klimatfrågan verkar ha ökat¹⁰. Kampanjen avslutades 2003, ett år innan det planerade datumet då medel för det tredje året inte beviljades.

4.6 Europaparlamentsvalet 2004

Få folk att gå och rösta

Valmyndighetens verksamhet återfinns i politikområdet demokrati och deltagande. Myndigheten genomför, planerar och administrerar val, målet är att ”folkstyrelsen ska värnas och fördjupas” (regleringsbrev 2004: Ju2003/9498/D). Främst handlar myndighetens verksamhet om att förbereda rent administrativt inför och under valen. Detta berör mer spridning av samhällsinformation än opinionsbildning, men gränsen mellan dessa är visat sig vara otydlig.

Den 13 juni 2004 hölls valet till Europaparlamentet, den enda direktvalda institutionen inom den Europeiska Unionen. I regleringsbrevet inför budgetåret 2004 framgår att målet för myndigheten är att ”[m]edborgarnas deltagande i de allmänna valen och i övriga politiska processer skall öka. Allmänna val och folkomröstningar skall genomföras med maximal tillförlitlighet och effektivitet”. Dessutom ska ”kunskapen om valförfarandet (skall) vara hög bland de röstberättigade” (ibid). Verksamhetens mål är att förändra attityder och kunskaper, få folk att gå och rösta. Därmed inrymmer kampanjens verksamhet inom begreppet opinionsbildning.

För att uppnå målen i det aktuella valet gör man vissa informationsinsatser och i återrapporeringen i januari 2004 framgår att satsningen är av två slag; dels information till alla hushåll, dels en extra satsning till grupper som generellt sett röstar i mindre utsträckning; ungdomar och invandrare (Valmyndigheten, 2004a:2). Den allmänna informationen består av röstkort samt hushållsbroschyr som informerar om när det är val och hur det går till. Myndighetens förhoppning är att ”broschyren skall höja den allmänna medvetenheten om att Sverige håller val till Europaparlamentet den 13 juni 2004 och att den på ett tidigt stadium ger information om rösträtt, röstkort och hur röstningen praktiskt går till” (ibid). Genom andra medier ska myndigheten även genomföra radiotrailers och tv-spottar. För vissa grupper kommer det även att spridas information på 18 olika språk och vända sig till den unga publiken genom reklam på bio och på chattadresser. Man distribuerade bland annat broschyrer med hjälp av en bilburen turné med ”ambassadörer” i invandrartäta storstadsområden (Regeringens skrivelse, Demokratipolitik; 2003/04:110).

¹⁰ Slutligen kan tilläggas att kampanjens genomförande, från plan till utvärdering finns väl dokumenterade. Detta är bra då det finns flera olika källor att söka i. I slutrapporten, som är författad av verket, beskrevs kampanjens framgångar i något mer positiva ordalag än i utvärderingarna, dessa genomförda av olika konsultföretag.

Genom att sprida denna typ av information vill man alltså öka medvetenheten och om möjligt ändra attityden och öka kunskapen för dem som inte röstar att göra det.

Informationen kan ändå sägas vara neutral, även om syftet är att fler som inte röstar ska göra det. I andra termer handlar det om *facilitering*, det vill säga att ge de fysiska och mentala resurserna som behövs för att medborgaren ska kunna delta i val. Detta till skillnad mot *mobilisering*, exempelvis den information som partierna sprider; att få medborgarna att ta ett eget ställningstagande (EP-val, SU utvärdering 2005:20). Informationen från Europaparlaments nationella kontor har sagts befinna sig i någon form av gråzon, då man till viss del sysslar med mobilisering och spridning av värderingar (ibid:21).

Andra aktörer som skulle kunna tänkas ha incitament för denna typ av facilitering är i detta fall Europaparlamentets institutioner, det verkar dock vara tveksamt om detta är opartisk information.

4.7 Informationskampanjer och skolning

I alla tre kampanjer önskar staten utveckla medborgarens kunskaper i en viss riktning. Vilken specifik typ av kunskap som ska spridas skiljer sig naturligtvis åt mellan kampanjerna. Gemensamt för alla är dock att de verkar vara en liten del i ett större sammanhang. Att öka kunskaper på områden där medborgarnas folkhälsa annars kan bli lidande, att utbilda för att få varje individ att bidra till det miljömässigt hållbara samhället eller att öka valdeltagandet i syfte att värna om folkstyrelsen – på detta sätt är kampanjerna nära knutna till samhällets utveckling och dess helhet.

5 Diskussion

De presenterade kampanjerna har olika syften och behandlar olika ämnen. Hur kan kunskapen som de förmedlar bidra till samhället och medborgarna? Vilka problem finns det med att staten bedriver kampanjer med syfte att förändra attityder?

En brett medborgarskap kräver att medborgaren har informationen för att kunna bruka sina skyldigheter och rättigheter, detta är även en förutsättning för att medborgarna ska kunna utkräva ansvar. Det finns som nämnt andra aktörer som också bidrar till denna informationsspridning, men i studien är de statliga opinionsbildande kampanjerna i fokus. Opinionsbildande kampanjer har en ansvarsutkrävande mekanism. Vad kampanjerna än må handla om visar de ofta dels vad som står på makthavarnas agenda och dels vad makthavarna vill att medborgarna önskas tycka i frågan.

Under rubriken *Staten ska inte bedriva opinionsbildning* argumenterar Maria Rankka, vd vid Timbro mot att staten bedriver opinion och kampanjer, hon hävdar att det hindrar yttrandefriheten (Resumé 20080515). Denna artikel är ett svar och motargument till en tidigare publicerad artikel författad av Margaretha Sjöberg, generalsekreterare i Sveriges Informationsförening. Hon menar tvärt om att en reglering av den statliga opinionsbildningen skulle försvaga den redan svaga debatten i samhället och kommunikationen skulle bli lidande (Resumé, 20080508).

Dessa två synsätt skulle kunna sätt i sammanhang säga skiljas genom vilken grad som medborgarna är förmögna att ta egna ställningstaganden med eller mot dessa typer av kampanjer. Om medborgaren är kunnig i ämnet och även har kritiskt förhållningssätt kan detta inte säga vara gällande. Alla medborgares attityder behöver inte gå i den riktningen som kampanjen syftar att föra opinionen och debatten som Sjöberg talar om kan gynnas. De flesta statliga kampanjer väcker på något sätt debatt och belyser meningsskiljaktigheter.

I det motsatta synsättet menar man att det finns en makt över tanken, d v s en makt att bestämma eller påverka någons vilja på ett sådant subtilt sätt att denne tror att detta är den egna viljan och därmed utöva makt utan konflikt (Lukes, 1974:23,32). Om massmedier sägs utöva denna makt över tanken skulle även statliga kampanjer i massmedia ha samma typ av påverkan. Om detta gäller har alla aktörer på den aktuella arenan mer eller mindre denna makt att övertyga. Statliga kampanjer kan då antingen bli en i mängden, alternativt ett jämviktsmedel till andra aktörer med andra intressen och mål. Ett exempel på när staten vill agera

motvikt till andra aktörer är Socialstyrelsens kampanj *Flicka*. Kampanjen syftade till att få folk att reagera och agera mot samhällets ökande sexualisering¹¹.

Denna typ av kommunikation kan mycket väl ge upphov till debatt. Det kan handla om, som i Klimatkampanjen, att man uppnår sitt mål med att få människor att förändra sin livsstil, men det kan också fungera tvärt emot. Att medborgaren ställer sig undrande till att staten bedriver denna kampanj, sysslar med dessa frågor eller är helt enkelt väljer att inte förändra sitt liv i den riktningen.

Medborgaren är med andra ord fri att inte samtycka och förhoppningsvis kan detta starta debatter. Debatt och kommunikation är en av grundstenen i demokratin. I alkoholkommitténs menar man satsa på ”lokala aktiviteter, som stimulerar till dialog mellan människor” (prop. 2000/01:20, s 52). Förhoppningen för avsändarna är att en dialog ska föras och troligtvis helst i den riktning som kampanjerna syftar till. Dialogen är dock fri och om medborgare väljer att driva debatten i motsatt riktning är de fria att göra så.

5.1 Kampanjerna och dess kontext

På flera sätt måste opinionsbildningen sättas i sitt sammanhang. Dels är opinionsbildande insatser ofta ett styrmedel av flera. Ofta, som i fallet med alkoholkommittén handlar det om att skapa förståelse för andra typer av styrmedel. I ett längre led är även summan av styrmedlen endast en del i ett sammanhang. Man menar exempelvis att

alkoholpolitiken måste också ses i ett samhällspolitiskt sammanhang där socialpolitiken och välfärsutvecklingen i sin helhet också spelar in. Människors allmänna kunskap-, utbildnings- och välfärdsnivå liksom förändringar inom arbetslivet påverkar naturligtvis också alkoholkonsumtion och skadeutveckling i samhället (prop 2000/01:20).

Sett i denna kontext utgör informationskampanjer endast en liten del, men att ha en hög kunskapsnivå borde i de flesta sammanhang ses som en fördel. Den skadliga konsumtionen kan minska, stora samhälliga kostnader kan undvikas och den kan förhindra individer drabbas indirekt. I dessa fall kan inte en tydlig gräns dras mellan det privata och det offentliga livet. En överdriven konsumtion kan mycket väl komma att påverka andra i ens omgivning, på detta sätt är valen av hur man väljer att leva sitt liv inte helt självständigt. Det påverkar de sammanhang man befinner sig i med andra människor och både sin egen och andras möjligheter till sina rättigheter och skyldigheter.

Klimatkampanjens ämne är miljöproblematiken och dess kontext kan begreppsligas som *hållbar utveckling*¹², att alla ska leva gott idag utan att det

¹¹ Kampanjen Flicka var framgångsrik, men mötte även kritik och blev mål för en omfattande debatt. Denna kampanj är endast ett exempel och är inte en kampanj som kommer att analyseras ytterligare i denna studie.

äventyrar för nästa liv. Genom kampanjen önskar man att medborgarna ska förändra sitt leverne för att varken ha negativ påverkan på samhälle eller natur. Det står också klart att man i kampanjen för att uppnå målet vill påverka emotionellt.

Ett samhälle som inte har kunskapen om den kritiska utvecklingen för en riskerar även ekonomiska bördor. *Sternrapporten*¹³ som publicerades 2006, menar att fördelarna många gånger överväger ekonomiska kostnaderna av att inte agera då det gäller klimatförändringarna (Stern, 2006:vi). Om enskilda medborgare är upplysta om vad de kan göra – och gör det, kan förändringar ske. Det kan alltså rent samhällsekonomiskt vara en förlust att inte påverka både medborgare, företag och andra aktörer till att minska sin miljöpåverkan. Begreppet hållbar ska även ses i sammanhanget av tid och rum. I tid av att det sättet vi väljer att leva på idag kommer att påverka i vilket samhälle nästa generation får leva med. Rum har även betydelse i den mån att miljöproblematiken inte känner gränser. De fattigaste i världen är också de som förväntas drabbas mest av klimatförändringar och miljöförstöring.

Det har även diskuterats att klimatförändringar och miljöproblem kan ha negativa effekter på demokrati och säkerhet. Då naturresurser går förlorade finns risk för konflikter mellan både länder och samhällen (se bl a Goldspan 1997; Betsill 2006).

Faktum kvarstår dock även här, informationsinsatser är begränsade i sin effektivitet som styrmedel då de är frivilliga. Medborgaren kan alltså välja att strunta i informationspåtryckningarna. När det gäller den ekologiska statens styrmedel benämner Lundqvist (2001) detta som en ekologiska stat med *a green fist in a velvet glove*. Den gröna knytnäven står där för auktoriteten i vissa regleringar och allokeringar av resurser, medan sammetshandsken representerar den indirekta regleringen i form av t ex informationspridning som individen är fri att ignorera. Detta gäller inte endast på området miljöpolitik i den ekologiska staten utan kan vara en metafor för andra delar av det hållbara samhället.

Då det gäller valmyndighetens verksamhet vid europaparlamentsval hade man fått riktlinjer om att målet var att öka valdeltagandet. Till grund för detta ligger ett demokratipolitisk projekt som i olika projekt genomdrevs från 2001 till och med 2003. I en proposition angav man som skäl för varför man ville ha ett ökat valdeltagande med motiveringen att ”ett högt valdeltagande är enligt regeringen viktigt för att de valda församlingarna skall kunna göra anspråk på legitimitet och för att medborgarna ska vara delaktiga i de olika samhällsfrågorna och inte ställas utanför” (prop. 2001/02:80, s 32). Att ha neutral kunskap om själva valet är även

¹² Den definition av hållbar utveckling som det råder mest konsensus om från Brundtlandtkommisionen 1987 ”en utveckling som tillfredställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredställa sina behov” (Brundlandtkommisionen, 1987, kap 2.1, jmf SOU 2004:104 s 70)

¹³ *Stern Review on the Economics of Climate Change* 2006. Stern har på uppdrag av den dåvarande brittiske finansministern gjort en ekonomisk kalkyl på effekterna av klimatförändringar. Kort är ett av huvudargumenten; att sänka växthusgaserna idag skulle kosta 1 procent av den globala BNP:n per år, att inte göra detta kan resultera i en förlust på mellan 5 och 20 procent av den globala BNP:n varje år (Stern, 2006:vi).

viktigt. Att vid sidan av att politiska partikampanjer veta varför valet i demokratier är centrala och vilken innebörd detta har ett hållbarhetsvärde i sig.

I första kapitlet av boken *Creating citizens* målar Callan upp en bild av ett framtida samhälle några generationer framåt. Rättigheterna är av den form vi ser i dagens samhälle, men när det är dags att rösta dyker knappt någon upp för att göra det. Massmedia negligerar att bevaka händelsen på grund av sina ointresserade konsumenter, inte mycket sker i de politiska partierna då det inte finns några väljare att vinna över, institutionerna tappar moral på grund av samma ointresse och det är sällan någon som bryr sig om att använda sin yttrandefrihet eftersom att intresset för debatt är så liten. Antingen skulle detta bero på att medborgarna inte bryr sig i termer av gott och ont utan endast till sitt privata självförverkligande. Utan dialog dröjer sig dock rasism, religiösa och andra motsättningar kvar (Callan, 1997:3f).

Callan vill med siandet om en mörk framtid tala för politisk medborgarutbildning i skolan, därav kommer studien inte gå djupare in på hans teori.

Bilden av det framtida samhället fångar dock, med viss dramatik, ett samhälle som sedan länge saknat ett hållbart perspektiv. Att lära sig hur man blir en demokratisk medborgare, från att lära sig demokratiska systems implikationer, men även dessa samhällens kontext är en förutsättning för att detta system ska finnas att verka i och informera om i framtiden. Systemet kräver således ett visst ansvarstagande av sina medborgare. Som visats verkar statliga opinionsbildande kampanjer till viss del ha möjlighet att stärka detta ansvarstagande.

5.2 Vem styr?

Vi har där tittat på tre kampanjer av olika karaktär. Det har även argumenterats för dessa kampanjers existens då de verkar kunna vara en bidragande effekt till ett hållbart samhälle. En omfattande reservation måste dock göras här. Alla statliga kampanjer bidrar inte nödvändigtvis till detta eller är ens särskild önskvärda. *Leva ihop* var en bok i "livskunskap" som gavs ut av folkhälsoinstitutet 1999 till alla ungdomar som gick ut skolan. Boken skulle ledsaga i parrelationer, men gav upphov till en tung debatt då många ansåg att den framhävde förlegade tankar om skillnader mellan könen. Om så var fallet skulle denna typ av informationskampanj göra större skada än nytta. Dock blev resulterade detta i en allmän debatt som gjorde att boken kompletterades med kritik (NSG, årsberättelse 1998-99).

Staten och de offentliga institutionerna är inte permanenta och likt samhället är dessa ständigt föränderliga. Likt en kommersiell reklamkampanj kan även en statlig kampanj av någon anledning misslyckas, antingen på grund av att budskapet inte föll i god jord eller att den inte var organiserad rätt. Dock har en sådana misstag än allvarligare konsekvenser, då detta kan innebära legitimitetsproblem och anklagelse om felaktigt använda skattemedel. Här

kvarstår dock det faktum om att det ger medborgarna ett högt bildliga framtoning av vad de förtroendevalda driver för frågor.

Även urvalet av vad man väljer att informera om är av största vikt och kan ifrågasättas. På samma sätt som det finns många svar på vilka politikområden som kommer under luppen är det svårt att avgöra vad som avgör att kunskap i en fråga måste öka. En kommitté tillsätts 2000 för med uppdrag att utreda etablerandet av ett forum som ska behandla ”frågor som rör demokrati, tolerans och mänskliga rättigheter med utgångspunkt i Förintelsen” och resultatet blir forum för levande historia (SOU 2001:5:27; regleringsbrev för 2003). Det utbryter snart en debatt då flera inom bland annat riksdagen vill att en lika stor satsning skulle göras om brott under kommunistiska regimer¹⁴. I ett tillägg i regleringsbrevet för 2007 (U2006/9499/BIA) får Forum för levande historia i uppdrag att upplysa om kommunismens brott mot mänskligheten. Från forskarhåll kommer då kritik om att dessa tvära kast gör att historieämnet görs till ett slagfält för ideologiska regeringskampanjer, då varje skolgeneration får lära ideologi av den sittande regeringen (DN Debatt, 20080402). Samtidigt kommer det krav från andra håll att även bland annat kolonialismens och imperialismens brott mot mänskligheten borde ingå i levande historias projekt¹⁵. Detta ställer saker på sin spets, vad ska staten informera om?

I SOU 2007:107 utreds den statliga opinionsbildande verksamheten. Utredningens förslag är att införa vissa regleringar. Inom vissa ämnen bör det opinionsverksamheten genomföras i form av tillfällig kommittéer vilket möjliggör att man tydligare preciserar dess uppgifter (SOU 2007:107, s 75). I de kampanjerna som analyserats i studien har det framgått på ett ganska tydligt sätt i regleringsbreven vilken typ av informationssatsning som ska bedrivas. För att göra det än tydligare skulle ett förslag som detta dock förenkla ansvarsutkrävandet.

Kommittén avråder även från att lägga uppgifter på myndigheter då det handlar om politiskt kontroversiella frågor som står inför avgörande, exempelvis en folkomröstning (SOU 2007:107, s 76). Detta är grundläggande för den fria debatten, exempel på det motsatta är regeringens vinklade EU-information inför valet EU-valet 1994.

I ett demokratiskt samhälle är det rimliga svaret på vem som ska avgöra vad staten väljer att informera om – medborgarna. Då det i Sverige råder representativ demokrati är ansvarmekanismen det traditionella sättet för medborgaren att göra sin röst hörd. Genom kommittéförfarandet skulle detta som nämnts kunna göras mer direkt.

¹⁴ Se bland andra riksdagsprotokoll 2004/05:30, anförande av Marietta de Pourbaix-Lundin (m), Cecilia Magnusson (m), Gunnar Axén (m). Riksdagsprotokoll 2003/04:44, anförande av Lena Adelsohn Liljeroth (m). Interpellation 1999/2000:215, 2004/05:66, Motion 2005/06:Kr337 av Torsten Lindström m.fl. (kd), Motion 2007/08:Ub322 av Tobias Krantz (fp)

¹⁵ Se bland annat motion 2007/08:Kr242 Ameer Sachet (s)

6 Sammanfattning

Studien visar att det finns olika perspektiv att se på hur den statliga opinionsbildningen bör utformas, både i ren politisk-filosofisk mening och även genom att se på hur verkligheten är beskaffad. Vi har även sett att det fordras vitt skilda resurser för det tunna respektive det starka medborgarskapet. En av dessa resurser kan vara statliga informationskampanjer. De mest kontroversiella kampanjerna är de som anses vara opinionsbildande och genom att se på tre av dessa har det föreslagits att de även kan bidra till den en mer medveten medborgare vilket även har implikationer för det hållbara samhället.

Det finns många fallor att falla i utformningen av statliga informationskampanjer, det är på många sätt känsligt att staten står som avsändare av informationen.

Dock har staten syften som ibland saknas av andra aktörer med andra incitament. I vissa fall skulle det till och med vara svårt att finna andra aktörer som skulle kunna informera om ämnet i fråga.

Det är viktigt att medborgarskolningen, det livslånga lärandet pågår hela livet, genom att utforma kampanjerna i takt med det övriga samhället när man en allmänhet som det annars skulle gå förbi. För att använda sådana kanaler krävs i och för sig att man förenklar komplexa ämnen. Om detta betyder att kunskap i ämnet når fler kan det på det sättet vara en vinst.

Genom att använda sig av informationskampanjer kan man utöka kunskaper om vad myndigheterna och statens verksamhet, vilket är grundläggande för ansvarsutkrävandet. Här finns dock en önskan, större kampanjer bör bedrivas i kommittéform för att ytterligare tydliggöra ansvarsutkrävandet.

På detta sätt blir det medborgarna som i förlängningen bestämmer vad staten bör informera om genom ansvarsutkrävande. Informationsspridning från staten och myndigheterna bör dock inte genomföras om det handlar om ett ställningstagande i politiskt kontroversiella frågor.

Slutligen ska vi återknyta till startpunkten, de två samhällsteoretiska dimensionerna. Dessa argumenterade för hur staten borde förhålla sig till sina medborgare. De båda motpolerna hade vid en första anblick helt olika uppfattningar om i vilken utsträckning staten borde bedriva opinionsbildande kampanjer. Vid en vidare analys där kampanjernas förtjänster ställdes mot kritiken upptäcktes dock en mellanväg. Genom opinionsbildning kan staten påverka och förändra attityder och i förlängningen samhällets dynamik. Men individens autonomi består, genom möjligheten att kunna ignorera statens försök till påverkan. Statens auktoritära näve är därmed genom individens självständighet klädd i silke.

7 Referenser

- Avineri, Shlomo – De-Shalit, Avner (red) 1992. *Communitarianism and Individualism*. New York: Oxford university press.
- Alkoholkommittén, FM. Festmetoden, utvärdering 2006. USK. www.alkoholkommitten.se/upl/pdf/1499_pdf1_festmetoden_rapport.pdf
- Badersten, Björn, 2006. *Normativ metod. Att studera det önskvärda*. Lund: Studentlitteratur.
- Barber, Benjamin, 1984. *Strong Democracy, Participatory Politics for a New Age*. London: University of California Press.
- Bergström, Göran – Boréus, Kristina 2005. *Textens mening och makt. En metodbok i statsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Studentlitteratur.
- Betsill, Michelle – Hochstetler Kathryn – Stevis, Dimintris, 2006. *International Environmental Politics*. Hampshire and New York: MacMillan.
- Brundtlandrapporten, 1987. *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*. Världskommissionen för miljö och utveckling. FN. www.worldinbalance.net/agreements/1987-brundtland.html
- Bubeck, D 1995. *A feminist approach to citizenship*. Florence: European University Institute.
- Callan, Eamonn, 1997. *Creating Citizens. Political education and liberal democracy*. Oxford: Clarendon Press.
- DN Debatt, ”Regeringen gör historia till ett ideologiskt slagfält”. *Dagens Nyheter* 20080502. <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=756994>.
- Dworking, Ronald, 1992. ”Liberal Community” s. 205 – 204 i Avineri, Shlomo - De-Shalit, Avner (red). *Communitarianism and Individualism*. New York: Oxford university press.
- EP-val, SU, utvärdering 2005. *Moment 22. uppföljning och utvärdering av riksdagspartiernas informationsinsatser inför Europaparlamentsvalet 2004*. Tom Andersson. Stockholms Universitet. Institutionen för tillämpad kommunikationsvetenskap.
- Esaiasson, Peter – Gilljam, Mikael – Oscarsson, Henrik – Wängnerud, Lena, 2004. *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 2 uppl. Stockholm: Norstedts Juridik AB,
- Faulks, Keith, 2000. *Citizenship*. London: Routledge.
- Festmetoden, utvärdering 2006. USK. www.alkoholkommitten.se/upl/pdf/1499_pdf1_festmetoden_rapport.pdf
- Folkbildningsrådet. <http://www.folkbildning.se/page/397/folkbildning.htm> Folkbildning.

- Friedman, Marilyn, 1992. "Feminism and Modern Friendship", s 101- 119 i Avineri, Shlomo – De-Shalit, Avner (red). *Communitarianism and Individualism*. New York: Oxford university press.
- Geissel, Birgitte 2008. "Reflections and findings on the critical citizen. Civic education – What for?" *European Journal of Political Research* vol:47
- Gelbspam, Ross, 1997. "Climate Change Threatens Democracy". *Earth Island Journal*. Vol 12, issue 3.
- Gutmann, Amy, 1999. *Democratic education*. Princeton: Princeton University Press.
- Hylén, Jan 1991. *Fosterlandet främst. Konservatism och liberalism inom högerpartiet 1904-1985*. Stockholm: Nordstedt juridikförlag.
- Kjellgren, Hanna. 2002. *Staten som informatör eller propagandist? Om statssyners betydelse för svensk informationspolitik*. Göteborg Studies in Politics 77.
- Klimatkampanjen, 2002b. *Fokus på klimatförändringarna*. Faktahäfte. Stockholm: Naturvårdsverkets förlag. Kungliga bibliotekets vardagstryck.
- Klimatkampanjen, 2002a. *Kommunikationsstrategi för klimatkampanjen*. Naturvårdsverket.
www.naturvardsverket.se/upload/05_klimat_i_forandring/minska_utslappen/kommunikation/kommunikationsstrategi.pdf
- Klimatkampanjen 2002c. *Kommunikationsplattform för klimatkampanjen*. Naturvårdsverket.
www.naturvardsverket.se/upload/05_klimat_i_forandring/minska_utslappen/kommunikation/kommunikationsplattform.pdf
- Lundquist, Lennart, 1993. *Det vetenskapliga studiet av politik*. Lund: Studentlitteratur.
- Lundquist, Lennart J, 2001. "A Green Fist in a Velvet Glove: The Ecological State and Sustainable Development" s. 455-72 *Environmental Values*. Vol 10. Cambridge: The White Horse Press.
- Marshall, 1992.
- Lukes, Steven, 1974. *Power. A radical view*. Hong Kong: MacMillan Press Ltd.
- Motioner, enligt numrering.
- MacIntyre, Alasdair, 1992. "Justice as a Virtue: Changing Conceptions" i Avineri, Shlomo – De-Shalit, Avner (red). *Communitarianism and Individualism*. New York: Oxford university press
- Marsh, David – Stoker, Gerry (eds), 2002. *Theory and Methods in Political Science*. London: Macmillan, 2nd ed.
- Naturvårdsverket, slutrapport 2004. *Den svenska klimatkampanjen – en del av Sveriges klimatstrategi*. <http://www.naturvardsverket.se/>
- Naturvårdsverket, utvärdering 2005. *Allmänhetens kunskaper och attityder till växthuseffekten. Uppföljning av Klimatkampanjen*.
www.naturvardsverket.se/upload/05_klimat_i_forandring/minska_utslappen/kommunikation/rapport_allmanheten_och_vaxthuseffekten_2005.pdf
- Nozick, 1972. *Anarchy, State and Utopia*. US: Basic Books. Excerpt
- NSG, årsberättelse 1998-99. Nationella sekretariatet för genusforskning.
http://www.genus.se/digitalAssets/835/835989_arsberattelse98-99.pdf

- NSI dp 1977. *Samhällsinformationens principiella problem. En diskussionspromemoria*. Nämnden för samhällsinformation. Stockholm: Liber tryck.
- Olsen, Johan P. 1990. *Demokrati på svenska*. Maktutredningens publikationer. Stockholm: Carlssons bokförlag
- Premfors, Rune, 2000. *Den starka demokratin*. Stockholm: Atlas bokförlag.
- Propositioner, enligt numrering.
- Regleringsbrev, enligt numrering.
- Resumé, 20080515. "Staten ska inte bedriva opinionsbildning" Maria Rankka, Stockholm: Resumé förlag AB.
- Resumé 20080508, "Statligt förslag riskerar tysta opinionen", Margaretha Sjöberg. Stockholm: Resumé förlag AB.
- Riksdagsprotokoll, enligt numrering.
- Roth, Klas 2000. *Democracy, Education and Citizenship. Towards a theory on the education of deliberative democratic citizens*. Stockholm: Stockholm Institute of Education Press.
- Rothstein, Bo, 2005. "Från ämbetsverk till ideologiska statsapparater" i Rothstein & Westerhäll (red), *Bortom den starka statens politik*. Stockholm: SNS Förlag
- Rothstein, Bo, 2006. *Vad bör staten göra? Om välfärdsstatens moraliska och politiska logik*. 2 upplagan. Stockholm: SNS Förlag.
- SOU 2000:1.. En uthållig demokrati. Politik för folkstyrelse på 2000-talet.
- SOU 2001:5. Forum för levande historia, Slutbetänkande.
- SOU 2004:104 Att lära för hållbar utveckling.
- SOU2007:107. Opinionsbildande verksamhet och små myndigheter. Delbetänkande från 2006 års förvaltningskommitté.
- Stern, Nicholas, 2006. *The Stern review on the economics of climate change*. Finns för nedladdning på brittiska finansdepartementets webbsida: http://www.hm-treasury.gov.uk/independent_reviews/stern_review_economics_climate_change/stern_review_Report.cfm
- Taylor, Charles, 1992. "Atomism" i Avineri, Shlomo – De-Shalit, Avner (red). *Communitarianism and Individualism*. New York: Oxford university press.
- Uddhammar, Emil, 1993. *Gemenskaparna. Om det civila samhällets idéer*. Stockholm: Timbro förlag.
- Valmyndigheten 2004a. Rapport 2004:2. *Informationsinsatser. Valet till Europaparlamentet 2004*. Finns på www.val.se.
- Weiss, Janet A, 1993. "Public information campaigns" i Ingram, Helen and Rathgeb Smith. Steven (ed). *Public Policy for Democracy*. Washington: Brookings Institution Press.
- Westheimer, J. (2004). "Introduction: The politics of civic education", s. 231–234 *Political Science and Politics* vol. 37. Washington: APSA
- Westheimer, J. & Kahne, J. (2004). Educating the 'good' citizen: Political choices and pedagogical goals. *Political Science and Politics* 37: 241–246. Washington: APSA