

# Konsten att politiskt övertyga

En fallstudie om populistisk retorik

# Abstract

Populist parties in Europe are and have been emerging in the last decade in a fast pace. The populist rhetoric is becoming more and more common. In Sweden this is also the case, as the populist party Sverigedemokraterna quickly has become the third largest party in the country. The party-leader, Jimmie Åkesson, is a good rhetorician. Åkesson and his party has been a hot-topic in media and society for several years. In this research-essay the rhetorics of the party, Sverigedemokraterna, is examined using the rhetorical model of ethos, pathos and logos. This is meant to continue the previous research about populist rhetorics. The rhetorical components, ethos, pathos and logos are interpreted with the help of populist theory. The analysis is done by examining speeches of the party-leader, Åkesson. The results of the investigation showed that the populist party, Sverigedemokraterna, uses mainly pathos induced rhetorics, meaning he mainly tries to evoke emotions from the audience to try to persuade them about his political message.

*Nyckelord: Populism, rhetoric, Sverigedemokraterna, Almedalen, partiledartal*

*Antal ord: 9714*

# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Inledning</b> .....	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Syfte och frågeställning</b> .....	<b>6</b>
2.1	Syfte.....	6
2.2	Frågeställning.....	6
2.3	Tillvägagångssätt av uppsatsen.....	7
<b>3</b>	<b>Tidigare forskning</b> .....	<b>8</b>
3.1	Generell forskning om populism.....	8
3.2	Populistisk retorik.....	9
3.3	Hypoteser för Åkessons retorik.....	10
<b>4</b>	<b>Bakgrund</b> .....	<b>11</b>
4.1	Retorik och dess historia.....	11
<b>5</b>	<b>Teori</b> .....	<b>12</b>
5.1	Retorisk teori.....	12
5.1.1	Pistis: retorikens bevismedel.....	12
5.1.2	Ethos.....	12
5.1.3	Pathos.....	13
5.1.4	Logos.....	13
5.2	Populistisk teori.....	14
<b>6</b>	<b>Material</b> .....	<b>16</b>
6.1	Empiriskt material.....	16
6.2	Teoretiskt material.....	16
6.2.1	Retorisk teori.....	16
6.2.2	Populistisk teori.....	16
<b>7</b>	<b>Metod</b> .....	<b>17</b>
7.1	Analysmetoden i helhet.....	17
7.2	Variabeluppdelningen och operationaliseringen.....	17
7.2.1	Ethos, pathos och logos: de tre huvudvariablerna.....	17
7.3	Variablernas uppdelning i detalj.....	18
7.3.1	Huvudvariabeln ethos undervariabler.....	18
7.3.2	Operationalisering av ethos.....	18
7.3.3	Huvudvariabeln pathos undervariabler.....	19
7.3.4	Operationalisering av pathos.....	20
7.3.5	Huvudvariabeln logos undervariabler.....	20
7.3.6	Operationalisering av logos.....	21
7.4	Variablernas funktion i analysen.....	21
7.5	Variabeldiagram.....	22
<b>8</b>	<b>Analys</b> .....	<b>24</b>
8.1	Analys av Åkessons almedalstal år 2015.....	24
8.1.1	Analys av ethos.....	24
8.1.2	Analys av pathos.....	25
8.1.3	Analys av logos.....	27
8.2	Analys av Åkessons almedalstal år 2016.....	28
8.2.1	Analys av ethos.....	28
8.2.2	Analys av pathos.....	28
8.2.3	Analys av logos.....	30
8.3	Helhetsanalys av Åkessons tal från 2015 och 2016.....	31
<b>9</b>	<b>Slutsats och diskussion</b> .....	<b>33</b>

<b>10</b>	<b>Referensförteckning</b> .....	<b>35</b>
10.1	Skriftliga källor.....	35
10.2	Internetkällor.....	35

# 1 Inledning

”Jag läste att rikspolischefen, Dan Eliasson, tänker avgå självmant om jag blir statsminister.

Ja, då får han vara snabb...

(Min kära fästmö föreslog att han skulle ägna sig åt korvgrillning istället. Han verkar gilla det...)

Nej, men man kan såklart skratta åt det här.

Det gör jag också.

Jag skrattar åt honom ganska ofta, faktiskt. ” Jimmie Åkesson, Almedalen 2016

Ovan är ett utdrag från Jimmie Åkessons partiledartal från almedalsveckan år 2016.

Partiledarnas tal är mycket viktiga. De ger åskådarna, vilket ofta innebär potentiella väljare, en bild av partiet och dess ledare. Bland åskådarna finns en blandning av olika människor, bland annat de som är trogna partiväljare, de som inte vet något om partiet, de som är insatta om partiet men inte är partiets väljare och de som är osäkra på vad de känner inför partiet. Alla dessa olika människor har potential att bli påverkade av vad de hör under talet, och om hur de uppfattar partiet.

Almedalsveckan, som anordnas på Gotland varje år, är ett tillfälle där alla möjliga olika sorters människor lyssnar på partiledarnas tal. Alla dessa människor har då möjlighet att påverkas om hur de uppfattar och vad de anser om partiet samt partiledaren genom partiledartalen. Just nu i världen ökar framgången för främlingsfientliga och populistiska grupper och partier, den populistiska retoriken har haft ett väldigt genomslag. Länder såsom Österrike med Norbert Hofer och Frankrikes Marine Le Pen. I Sverige är det huvudsakligen Sverigedemokraterna som representerar populismen och driver en stark politik mot invandring i riksdagen. Sverigedemokraterna har de senaste åren varit, och är fortfarande, mycket framgångsrika samt aktuella och har skapat stora debatter och diskussioner i samhället. De har idag vuxit fram till det tredje största partiet. Partiets partiledare, Jimmie Åkesson, har varit mycket ifrågasatt men även hyllad. Han har mottagits med en stark popularitet bland partiets åhörare. Detta kan möjligen grundas i att Åkesson beskrivits som exempelvis ”en skicklig retoriker och god talare” (Språktidningen) samt ”en bra talare” (Dagens samhälle) av olika experter. Detta sammanhang fick mig intresserad av att undersöka hur ett populistiskt parti som Sverigedemokraterna och deras partiledare (Jimmie Åkesson) påverkar och övertygar sina väljare genom sitt språk. Med andra ord, hur Åkesson skapar en sort språklig makt.

## 2 Syfte och frågeställning

### 2.1 Frågeställning

I denna uppsats ställer jag frågeställning: Med vilka retoriska medel försöker Sverigedemokraterna påverka och övertyga åhörare? Jag förklarar i stycket nedan mer ingående vad min frågeställning innebär och syftet med den här forskningsuppsatsen.

### 2.2 Syfte

Syftet med denna frågeställning är att beskriva med vilka retoriska verktyg Sverigedemokraterna, som ett populistiskt parti, försöker påverka och övertyga åhörare, med andra ord väljare och potentiella väljare. Syftet med uppsatsen är även att fortsätta på spåret om tidigare forskning om populistisk retorik och populistiska partier, som jag kommer presentera i kapitlet efter detta. Frågeställningen kommer jag att undersöka med hjälp av retorisk teori, då retorik är ett sätt att skapa språklig makt. Genom att använda medel som påverkar och övertygar skapar Sverigedemokraterna en sorts språklig makt. Eftersom retorik är ett mycket brett ämne som består av många olika modeller och delar som ämnar att påverka och övertyga en publik, så har jag valt att endast fokusera på en modell som behandlar ethos, pathos och logos (se 'Teori'). Detta kommer jag att göra genom en kvalitativ textanalys av Jimmie Åkessons partiledartal från almedalsveckan de två senaste åren.

För att belysa aspekten av att Sverigedemokraterna är ett populistiskt parti i min uppsats har jag valt att ta hjälp av populistisk teori i analysen i tolkningen av de retoriska medlen för att åskådliggöra den populistiska retoriken som används. För att göra detta har jag satt upp två hypoteser om hur Åkesson kommer ge uttryck för populistisk retorik i talen, som jag tar hjälp av i analysen vid tolkningen av de retoriska medlen. Jag förklarar detta mer ingående i kapitlen 'Metod' och 'Tidigare forskning'.

I frågeställningen skriver jag "påverka och övertyga", med detta menar jag att Åkesson med hjälp av olika retoriska medel påverkar och övertygar åhörare om det budskap han vill framföra och en eventuell vilja partiet vill få igenom, med andra ord skapar Åkesson en potentiell makt genom retoriska medel, en sorts språklig makt.

Jag kommer att göra textanalysen genom att analysera två av Jimmie Åkessons partiledartal mellan tidsperioden år 2015 till år 2016. Jag har valt att analysera just partiledartal eftersom jag anser att det är ett mycket effektivt och viktigt medel där åhörarna

får en uppfattning både av partiet men också av själva partiledaren. Partiledartalen ger även en stark trovärdighet till vad som sägs under själva talen, eftersom det kommer just från själva partiledaren som har högst auktoritet inom partiet. De tal jag kommer att analysera är tal från de senaste två årens almedalsvecka. Jag valde just tal från almedalsveckan eftersom att det är ett sammanhang där partiet har möjlighet att nå ut till många olika sorters åhörare, och därför har möjligheten att påverka så många olika sorters människor som möjligt. Detta till skillnad från exempelvis Jimmie Åkessons årliga sommartal i Sölvesborg, som till stor del endast drar till sig åhörare som redan är Sverigedemokraternas väljare, så kallade ”Jimmie Åkessons folk” enligt Olle Lönnaeus på Sydsvenskan (Sydsvenskan). Därför har det talet inte har en särskilt varierande publik.

## 2.3 Tillvägagångssätt av uppsatsen

I det här avsnittet presenterar jag kort dispositionen av uppsatsen. Först kommer jag att gå igenom den tidigare forskning om populistiska partier och populistisk retorik, som uppsatsen ämnar vara ett bidrag till. Jag kommer även presentera de två hypoteser, som är baserade på den tidigare forskningen, som används vid tolkningen av analysen. Därefter kommer jag att gå igenom en kort bakgrund om retorisk teori. Efter detta presenteras själva teorin som används i analysen. Materialet presenterar sedan och därefter kommer en ingående förklaring för hur metoden av undersökningen går till. Uppsatsens analys kommer sedan och därefter slutsatsen med en avslutande diskussion.

## 3 Tidigare forskning

I det här kapitlet beskriver jag tidigare forskning av populismen i Europa och framförallt i Sverige. Först kommer jag att beskriva tidigare forskning av själva begreppet populism och därefter beskriva tidigare forskning om populistisk retorik.

### 3.1 Generell forskning om populism

De senaste åren har högerextremistisk populism successivt växt fram i världen och framförallt i Europa. En hel del av den forskning som har genomförts av denna våg av populism som växt fram, och som än idag blivit mer central än någonsin i europeisk politik sedan andra världskriget.

Populism definieras av statsvetaren Cas Mudde (2016, s. 25-26) som en ideologi som utgörs av två homogena och antagonistiska samhällsgrupper, ”det verkliga folket” samt ”den korrupta eliten”. Politiken är den generella och mest populära viljan av folket. Det är denna definition av populism jag utgår från i min uppsats kombinerat med Anders Hellströms definition som beskrivs i nästa avsnitt. Ytterligare en definition av populism ger populismen sex kännetecken: brist av kärnvärderingar, förutseendet av en krissituation, referenser till moderlandet, populistiska partier eller aktörer som är aggressiva gentemot den regerande politiken, samt anpassningsbar och självbegränsande. En tredje definition av populism hävdar att populism är en relation mellan de tre parterna: eliten, folket och de ’farliga’ (Bos-Brants, 2014, s. 706).

De närmsta årtionden efter andra världskriget präglades den väst europeiska politiken av tre huvudpunkter: behovet av ökad politisk integration inom Europa, fördelarna av att bevara den starka välfärdsstaten samt alliansen med USA gällande kalla kriget. Eftersom detta var de huvudpunkter som låg i fokus efter krigstiden, fanns det inte mycket utrymme för populism. Det var först på 80-talet som populismen började sätta spår i politiken igen. I dagens samhälle är populistiska partier i majoriteten av parlamentariska säten i sex länder, Italien, Polen, Grekland, Ungern, Slovakien och Schweiz. I Ungern och Italien består både det regerande partiet samt dess största opposition av båda populistiska partier. Även i Finland, Litauen samt Norge är populistiska partier del av regeringen (Mudde, 2016, s. 26). Med andra ord har högerextrem populistisk politik blivit mer och mer normaliserad i europeisk politik (Hellström-Nilsson, 2010, s. 58).



Anders Hellström, professor i statsvetenskap, beskriver populism som politik som förs enligt folkets talan, att diskutera det som är den politiska viljan av folket och det som är populärt. Detta för att maximera det populistiska partiets popularitet och därmed röster (Hellström, 2013, s. 4). Hellström beskriver populismens karaktärsdrag de tre kategorierna ideologi, stil och logik. Populismens ideologi beskrivs som en tunn ideologi, utan några stabila ideologiska traditioner och värdegrunder. Själva kärnan av populismen är istället fienderelationen mellan folket och eliten. Högerextrem populism utgörs av en politisk agenda som ämnar att ersätta demokrati med etnokrati, där det ”sanna folket” utgör den generella och populära viljan. Denna generella vilja utgörs endast av den nationella befolkningen och innebär att vissa individer exkluderas och diskrimineras baserat på nationella preferenser. Populismen som en stil innebär det sätt som politiken utförs på. Hellström menar att den populistiska stilen präglas till stort av karismatiskt ledarskap, där den karismatiska ledaren inkorporerar den generella viljan i sin egna personlighet. Den populistiske ledaren är en ledare och en av folket samtidigt. På detta sätt guidar den populistiska politikern väljarna genom känslor av ilska och bitterhet genom att sätta sig själva som representanter av folkets förnuft gentemot politiska institutioner med etablerade politiska mönster. Slutligen innebär populismens logik något som antyder en särskild strategi för att inkludera vissa nya sociala grupper inom samhället i den demokratiska processen men samtidigt exkludera vissa grupper (Hellström, 2013, s. 7-11).

## 3.2 Populistisk retorik

Enligt Hellström innebär populismen, som tidigare nämnt (se stycket ovan), en karismatisk ledare. Den retorik som förs inom populismen förs av den karismatiska ledaren som framförallt gör sig uttryck referenser till den ’korrupta eliten’ och det ’vanliga folket’, och referera till ’folkets vilja’ (Hellström, 2013, s.13-14)(Mudde, 2016, s. 29)( Bos-Brants, 2014, s. 706). Enligt Hellström refererar Sverigedemokraterna till verklighetens folk, alltså det vanliga folket och gör på detta sätt skillnad mellan eliten och folket (Hellström, 2013, s. 14). Då Göran Hägglund vid ett tillfälle nämnde det verkliga folket, besvarade Jimmie Åkesson att Sverigedemokraterna till skillnad från Hägglund representerade det verkliga folket och deras intressen. Åkesson diskuterade även i en debattartikel för tidningen Expressen att det verkliga folket hade en utmaning i att samhällsklimatet präglas av politisk korrekthet som gör att det som folket anser i verkligheten inte kommer fram (Hellström, 2013, s. 19). Hellström menar att Sverigedemokraterna kombinerar klassisk neo-höger retorik med ett försvar av den social

demokratiska välfärdsmodellen. Populister och populistiska partier ser ofta sig själva som 'de sanna demokraterna' som uttrycker olika samhällsproblem men som sedan ignoreras av de regerande politikerna(eliten) (Bos-Brants, 2014, s. 706). Hellström menar i sin forskning att Sverigedemokraterna uttrycker sig att vara 'de sanna demokraterna', och 'vi är inte som de' (alltså den farliga korrupta eliten) (Hellström-Nilsson, 2010, s. 56, 59-60).

### 3.3 Hypoteser för Åkessons retorik

Från den ovan beskrivna tidigare forskningen om populistisk retorik har jag ställt upp ett antal hypoteser om hur retoriken i Jimmie Åkessons almedalstal kommer att se ut. Det är hypoteser om hur Sverigedemokraterna, som ett populistiskt parti, och därmed Jimmie Åkesson kommer ge uttryck för sin populistiska retorik.

#### 1. Korrupt elit vs. Folket

Min första hypotes innebär att jag väntar mig att finna i Åkessons tal att han vänder den representerande regeringen, sina motståndare till farliga och korrupta eliter som inte lyssnar till folket och deras vilja.

#### 2. De sanna demokraterna

Min andra hypotes är att Åkesson kommer att uttrycka sig och sitt parti som de sanna demokraterna som agerar och representerar efter folkets vilja.

# 4 Bakgrund

I det här kapitlet presenterar jag ämnet retorik och dess historia.

## 4.1 Retorik och dess historia

Retorik är studiet för hur ord samt andra sorters symboler används för att påverka och övertyga. Man skapar alltså texter som syftar till att påverka och övertyga genom retoriken. Retoriken förklarar hur man genom ord, gester samt hur dessa uttrycks för att påverka en publik. För kommunikationen inom samhället är retoriken en viktig del i att övertyga människor i samhället om specifika värderingar, handlingar eller vissa verklighetsbilder. Retoriken skapar en effektiv kommunikation genom olika sorters användande av språk och text för att få sin vilja igenom eller övertyga om ett visst budskap. Exempelvis försöker partier få människor att röster på dem genom att använda retorik med noga eftertänksamhet (Grinde, 2008, s.25) (Bergström-Boréus, 2012, s.91).

Det finns många olika komponenter inom retoriken man kan använda för att påverka en publik med, exempelvis genom modellen om ethos, pathos, logos, modellen om stilistiska figurer eller genom visuell retorik. Jag har, som tidigare nämnt, valt att enbart fokusera på modellen om ethos, pathos och logos i denna uppsats.

Retoriken har en lång historia som går tillbaka ända till det antika Grekland. Ungefär 500 före Kristus regerade inte längre enväldshärskare i Sicilien, Athen eller andra platser med grekisk befolkning. Istället hade den politiska makten övergått till församlingar av medborgare, och detta gav upphov för en offentlig talarkonst, retoriken. Det råde direktdemokrati, utan någon mellanled mellan makthavande och människorna. Det talade ordet berörde alla medborgare, och varje fri man var tvungen att på egen hand övertyga och hävda sin mening i rådet eller inför rätta. Detta skapade ett behov av retorisk sakkunskap. En viktig individ som tillförde retoriken på många olika sätt var Aristoteles, filosof och vetenskapsman. Han hade ett stort intresse för retoriken och undervisade om dess principer (Hellspång, 2011, s.20, 24).

# 5 Teori

I det här kapitlet beskriver jag de teorier som används i undersökningen. I huvudsak är det den retoriska teorin som fokuserar på modellen om ethos, pathos och logos, men även populistisk teori.

## 5.1 Retorisk teori

### 5.1.1 Pistis: retorikens bevismedel

För att få igenom sin vilja eller för att kunna övertyga en publik finns det inom retorisk teori så kallade pistis, retoriska bevismedel, som talaren använder för att väcka åhörarnas förtroende. Dessa retoriska bevismedel består av tre kategorier, kategorierna ethos, pathos och logos. Dessa är de tre så kallade övertalningsmedlen (Hellspång, 2011, s.227)(Grinde, 2008, s.77-78). Det är dessa som ligger till grund för min retoriska analys av Åkessons tal.

### 5.1.2 Ethos

Det första retoriska övertalningsmedlet kallas ethos. Detta begrepp innebär hur talaren använder sig själv som person för att påverka och övertala. Detta innefattar dock inte aspekter av talarens personlighet som denne inte kan förändra eller som sådant som publiken redan känner till, utan refererar enbart till sådana faktorer som talaren kan kontrollera. Därför är egenskaper såsom ålder, hudfärg, utbildning, kön, att vara klok eller att vara modig inte inkluderade i detta begrepp, då dessa är karaktärsdrag som talaren inte kan kontrollera. Ethos innebär att man som talare ger sig själv en viss karaktär för att vinna åhörarnas förtroende och välvilja (Bergström-Boréus, 2012, s.92)(Grinde, 2008, s. 88-89). Ethos-argument kan innebära att man hänvisar till sin egen eller någon annans auktoritet i syfte att övertala. Ett exempel på detta är att man diskuterar med någon om en viss åsikt och hänvisar i diskussionen till att "alla" tycker så. Då försöker man övertala med hjälp av att använda ethos och hänvisa till den högre auktoriteten av den allmänna opinionen (Hellspång, 2011, s. 229-230).

Enligt Aristoteles utgörs ethos av tre kategorier som inger förtroende hos en talare, arete (moraliska egenskaper), phronesis (kunskaper och förnuft) samt eunoia (god vilja) (Grinde, 2008, s.91). Arete innebär att talaren visar att denne har goda moraliska egenskaper. Vad det innebär att ha en god moral kan variera från situation till situation samt från en publik till en annan publik. Dock finns det en kontinuitet i vissa egenskaper som genom tider agerat som

klassiska moraliska egenskaper och värderas högt. De fyra egenskaperna mod, rättrådighet, klokhet och måttfullhet är de fyra kardinaldygderna som antika filosofer diskuterar och dessa ses även i det moderna samhället som goda moraliska egenskaper. Även ärlighet, vänfasthet, generositet, gästfrihet och självkontroll är egenskaper som de under antiken ansåg vara goda moraliska egenskaper och anses det än idag. Phronesis innebär att talaren visar att denne besitter kunskaper om ämnet som denne talar om genom att nämna sin egen utbildning eller andra betydelsefulla erfarenheter. Eunoia innebär att talaren visar att denne har en god vilja gentemot publiken och vill dem väl. Utan att publiken märker att talaren vill dem väl så finns det ingen anledning att lyssna på talaren eller att följa dennes råd eller uppmaningar. Att talaren har god vilja gentemot publiken demonstreras genom att talaren framstår som intresserad, lyssnande och visar sympati gentemot publiken. Genom att vara artig, respektfull och visa att man har förtroende för publiken demonstrerar talaren sin goda vilja (Grinde, 2008, 88-94). Det är arete, phronesis/kunskaper, eunoia/god vilja som jag använder i min analys när jag letar efter ethos i Åkessons tal.

### 5.1.3 Pathos

Det andra retoriska bevismedlet kallas för pathos. Pathos-begreppet innebär talarens förmåga att beröra publiken och påverka dessa till att känna olika specifika känslor. Detta retoriska bevismedel har refererats till som 'talekonstens viktigaste bidrag'. Det är genom pathos som talaren får publiken att *känna* för sitt budskap till skillnad från bevismedlen ethos och logos som snarare vädjar till publikens rationalitet. Det är känslorna och inte förnuftet som styr publikens vilja, vilket gör bevismedlet pathos ett så starkt retoriskt verktyg. Genom pathos försöker talaren försätta publiken i ett känsloläge som gör att de övertygas om talarens budskap. Filosofen Aristoteles har utfört en känslokatalog som består av ett antal känslor: ilska, mildhet, hat, kärlek, hopp fruktan, skam, skamfrihet, uppskattning, otack(otacksamhet), medlidande, förtrytelse(missnöje), tillfredsställelse(nöjdhet), avund, rivalitet och förakt(känna överlägsenhet)(Grinde, 2008, s. 80-83)(Hellspong, 2011, s. 232)(Aristoteles, 2012, s. 124-146). Det är dessa känslor jag utgår från i min analys av Åkessons tal när jag letar efter pathos.

### 5.1.4 Logos

Det sista retoriska bevismedlet logos innebär förnuftsargument som talaren använder för att skapa förtroende hos publiken. Talaren ger med dessa argument olika sakskäl för sina

påståenden och framför därmed med andra ord ett resonemang(Grinde, 2008, s.79-80). Åhörarna i publiken kan därmed kritiskt granska det resonemang talaren för. Logosargument behöver däremot inte vara helt logiska och utesluter inte felaktiga slutsatser(fallasier) och lögner. (Hellspong, 2011, s. 228-229). För att mäta eller analysera Åkessons tal gällande det retoriska bevismedlet logos kommer jag använda mig av fallasier. En fallasi innebär en logiskt oriktig slutledning, som identifierar fel och svagheter i argument(Hietanen, 2014, s. 53). Detta identifierar inte alla logos-argument i talen, men eftersom det vore en alltför stor uppgift att göra en hel argumentationsanalys på dessa tal så har jag valt att representera logos på detta sätt. Jag kommer därför endast leta efter de argument som är logiskt felaktiga, alltså de argument som är fallasier. Standarddefinitionen av fallasi är att det är ett argument som ser ut att vara giltigt men som inte är det, där argumenten inte stödjer ståndpunkten fastän de ser ut att göra det vid första anblick. Det finns arton traditionella fallasier: falskt auktoritetsargument, hänvisning till folket, hotelseargument, sympatiargument, apell till okunskap, personangrepp, falsk kausalitet, det sluttande planet, falsk dikotomi, ekvivokation, förhastad generalisering, sammansättningsfallasi, delningsfallasi, falsk analogi, cirkelargument, halmdockan, villospår och inkonsistens. Men eftersom jag behöver begränsa uppsatsen till en genomförbar omfattning så har jag endast valt att använda de fyra första fallasierna i analysen. De fyra första fallasierna är de följande:

1. Falskt auktoritetsargument – att förlita sig på någon som saknar kompetens
2. Hänvisning till folket – att hävda att ståndpunkten är sann eftersom man hävdar att den allmänt anses vara sann eller traditionellt sann
3. Hotelseargument – att genom hot försöka övertyga åhöraren om sin ståndpunkt
4. Sympatiargument – att genom åhörarnas sympatier få dessa att acceptera ståndpunkten

(Hietanen, 2014, s. 56-57)

## 5.2 Populistisk teori

Definitionen av populism given av Cas Mudde, som även nämns i kapitel 3 ”Tidigare forskning”, är att populism är en ideologi som delar in samhället i två homogena och antagonistiska grupper i form av ’den korrupta eliten’ och ’verklighetens folk’. Populismen har två motsättande politiska filosofier elitism och pluralism. Populismen delar elitismens manikeiska världssyn där det enbart existerar vänner och fiender. Motståndarna ses inte som

enbart människor med andra värderingar i denna världssyn utan ses som onda. Att kompromissa anses därför som en omöjlighet då det ses som korruption. Populismen skiljer sig från elitismen genom att elitismen anser att den styrande politiken endast ska formuleras av den moraliska eliten istället för av det omoraliska folket. Pluralismen å andra sidan anser att samhället består av heterogena grupper och individer med olika värderingar och åsikter. Populismen är som tidigare nämnt en tunn ideologi som framförallt baseras på 'folket' och den generella viljan. Då populismen är en tunn ideologi kan den kombineras med andra ideologier såsom nationalism, kommunism och socialism. Populisterna ger talan för det 'förtryckta folket' enligt dem själva. De menar att de ska frigöra de förtryckta genom att upplysa dem om deras situation. Dock vill de inte förändra deras livsstil (Mudde, 2004, s. 543-546).

# 6 Material

I det här kapitlet presenterar jag det material jag använt i uppsatsen.

## 6.1 Empiriskt material

Det material jag analyserar är, som tidigare nämnt, Jimmie Åkessons två senaste almedalstal från åren 2015 och 2016. För att få tag på dessa tal kontaktade jag Sverigedemokraterna och fick då länkar skickade till mig där dessa tal fanns i skrift. Jag valde strategiskt dessa två senaste talen (Teorell-Svensson, 2007, s.151-152) eftersom jag ville undersöka den senaste tidsperioden, alltså nutid. Jag tänkte från början analysera de senaste tre eller fyra åren, men var tvungen att begränsa mig till de senaste två åren för att inte undersökningen skulle bli alltför omfattande. Eftersom jag endast undersökt dessa två tal ser jag ett stort värde och intresse till fortsatt liknande forskning av fler av Åkessons almedalstal för att bygga på forskningen och resultatets validitet och reliabilitet.

## 6.2 Teoretiskt material

### 6.2.1 Retorisk teori

Det första materialet som används i till teorin i uppsatsen är ”Klassisk retorik för vår tid” av Janne Lindqvist Grinde. Grinde är filosofie doktor samt forskar och undervisar i retorik. Ytterligare har ”Retorisk kritik: Teori och metod i retorisk analys” av Otto Fischer, Patrik Mehrens och Jon Viklund använts. Detta verk är en antologi som samlar bidrag från olika forskare inom svensk retorikvetenskap. Slutligen används även Aristoteles verk ”Retoriken”, som är översatt av Johanna Akujärvi. All denna litteratur är det som primärt har använts till den retoriska teori som används i analysen.

### 6.2.2 Populistisk teori

Till den populistiska teorin använde jag mig av vetenskapliga artiklar. De artiklar jag primärt använde var ”The Populist Zeitgeist” och Europe’s Populist Surge: A Long Time in the Making” av Cas Mudde, samt ”Help! The Populists Are Coming: Appeals to the People in Contemporary Swedish Politics” av Anders Hellström.



# 7 Metod

I detta kapitel kommer jag att presentera hur jag gått tillväga när jag analyserat de två talen för att undersöka med vilka retoriska medel Sverigedemokraterna använder för att övertyga och påverka sina åhörare.

## 7.1 Analysmetoden i helhet

Modellen jag använder vid analysen är den retoriska modellen om de tre övertalningssätten eller bevismedlen (pistis), ethos, pathos och logos. Denna modell förklarar jag mer ingående i kapitlet benämnt ”Teori”. Jag valde att begränsa mig till denna retoriska modell enbart i min undersökning av vilka retoriska medel som Sverigedemokraterna använder för att övertyga och påverka väljare. Jag begränsade mig till att använda just denna modell enbart eftersom det är den klassiska modellen av retorisk analys. Eftersom det finns många olika retoriska modeller så är undersökningen i denna uppsats inte helt uttömmande inom området av de retoriska medel som Sverigedemokraterna använder för att övertyga och påverka. Denna modell är inom retoriken, som tidigare nämnt, en klassisk grundmodell, vilket gjorde att jag ansåg den vara extra passande då den ger upphov till andra forskare att bygga på min undersökning med andra retoriska modeller.

I mitt tillvägagångssätt för att kunna göra analysen har jag gjort en variabeluppdelning för att underlätta för läsaren exakt hur analysen går till och vad det är jag letar efter i själva taltexterna, alltså hur operationaliseringen går till. Jag kommer härnäst presentera variabeluppdelningen som i sig förklarar hur analysen går till och vad det är jag letar efter i texterna. Alla variabler som presenteras med en siffra efter sig kan hittas i Variabeldiagrammen i kapitel 7.5.

## 7.2 Variabeluppdelningen och operationalisering

### 7.2.1 Ethos, pathos och logos: de tre huvudvariablerna

De tre huvudvariablerna är de tre kategorierna av retoriska bevismedel, ethos(1), pathos(2) och logos(3) (Se variabeldiagram i kapitel 7.5). Dessa tre variabler har jag delat in i undervariabler som förklarar mer ingående vad exakt dessa huvudvariabler innefattar i min analys. Antalet av undervariabler i logos har jag begränsat eftersom undersökningen skulle blivit för stor annars. I kapitlet ”Teori” kan man hitta fler möjliga undervariabler till dessa huvudvariabler som jag dock valt att inte inkludera.

## 7.2 Huvudvariablerna tolkas med hjälp av populistisk teori

För att belysa att Sverigedemokraterna är ett populistiskt parti så tar jag hjälp av populistisk teori i analysen vid tolkningen av de retoriska medel jag finner i analysen. Jag använder alltså populistisk teori till att tolka de retoriska medel Åkesson använder i texten. Jag utgår här ifrån en kombination av Cas Mudde och Anders Hellströms definitioner av populism (se i kapitel 'Teori' samt 'Tidigare forskning'). Deras definitioner av populism innebär en tydlig uppdelning mellan 'folket' och 'korrupt elit'. Baserat på tidigare forskning om populistisk retorik har jag ställt upp två hypoteser om vad jag tror mig komma att hitta i tolkningen av de retoriska medel jag finner i texterna. Den första hypotesen är att jag tror mig finna att Åkesson kommer att tala om sina motståndarpartier som den korrupta eliten och i och med det tala om eliten som korrupt. Den andra hypotesen är att jag kommer hitta att Åkesson hänvisar till sitt egna parti som 'de sanna demokraterna' och de enda som egentligen vill folket väl. Dessa två hypoteser tror jag mig kunna hitta i tolkningen av de retoriska medel som jag potentiellt hittar i Åkessons tal under analysen. Om hypoteserna jag ställt upp stämmer tolkar jag det som bekräftelse på Åkessons retorik som populistisk retorik.

## 7.3 Variablernas uppdelning i detalj

### 7.3.1 Huvudvariabeln ethos undervariabler

Huvudvariabeln ethos(1) (se Variabeldiagram i kapitel 7.5) som innebär de strategier Åkesson använder i talet för att påverka åhörarna genom att använda sin egen karaktär. Dessa strategier gäller dock endast de han kan kontrollera i själva talet och inte sådana aspekter av hans person som ligger utanför hans kontroll såsom kön eller hudfärg. De undervariabler som ethos delas upp i är; undervariabeln arete(4), som innebär att ha goda moraliska egenskaper, undervariabeln phronesis/kunskap(5), som innebär att ha kunskaper, förnuft och gott omdöme, samt slutligen undervariabeln eunoia/god vilja(6), som innebär att talaren har en god vilja gentemot publiken (Grinde, 2008, s.88-93). Detta är en uppdelning som följer Aristoteles indelning av vad som utgör en talares ethos (se Kapitel "Teori").

### 7.3.2 Operationalisering av ethos

Undervariablerna till huvudvariabeln ethos(1) (stycket ovan) delas nu in i egna undervariabler. Undervariabeln arete(4), som innebär att talaren visar moraliska egenskaper, delas in i undervariablerna mod(7), rättvisa(8) och ärlighet(9). Jag har valt dessa

undervariabler eftersom de är klassiska i samhället för att representera moraliska egenskaper(se kapitel 'Teori'). Dessa undervariabler är begränsade. Det finns naturligtvis många fler egenskaper som tyder på en god moral i dagens samhälle men för att kunna göra denna analys genomförbar behöver jag begränsa dessa variabler. Det är dessa undervariabler till undervariabeln arete som är del av själva operationaliseringen av huvudvariabeln ethos. Det är alltså dessa variabler jag kommer leta efter i texten. Variabeln mod innebär att jag kommer att leta efter att Åkesson uttrycker sig själv eller sitt parti att visa mod på olika sätt. Exempelvis genom att han berättar en historia där poängen är att han eller hans parti visat sig modiga. Variabeln rättvisa, innebär att jag kommer att leta efter att Åkesson uttrycker sig själv eller partiet att vara rättvist på olika sätt. Slutligen i variabeln ärlighet kommer jag att leta efter att Åkesson uttalar sig om att han själv eller partiet är särskilt ärliga eller betonar deras ärlighet på olika sätt. Exempelvis skulle Åkesson kunna betona partiets egna ärlighet jämfört med andra partier eller betona vikten av att ärlighet inom politiken, och därför med andra ord betonar han möjligen ärlighet hos sig själv.

Den andra undervariabeln phronesis/kunskaper(5) (till variabeln ethos), operationaliseras genom att jag i texten letar efter att Åkesson uttrycker sina kunskaper för att övertyga i form av att exempelvis nämna sin egen utbildning eller andra meningsfulla erfarenheter. Hittar jag uttryck för att Åkesson försöker övertyga genom att uttrycka sig genom sina egna kunskaper så räknar jag det som en träff för huvudvariabeln ethos.

Den sista undervariabeln till ethos är eunoia/god vilja(6). Denna variabel operationaliseras genom att jag i texten letar efter att Åkesson visar en god vilja gentemot publiken, exempelvis i form av att han är artig eller uttrycker en specifik välvilja. Finner jag detta så räknar jag det som en träff för huvudvariabeln ethos.

### 7.3.3 Huvudvariabeln pathos undervariabler

Huvudvariabeln pathos(2)(se kapitel 7.5) innebär de strategier som Åkesson använder för att påverka och väcka vissa känslor hos publiken och på så sätt övertyga dem genom att vinna deras sympatier och förtroende. De undervariabler som pathos delas in i är de känslor som finns Aristoteles känslokatalog: ilska(10), mildhet(11), hat(12), kärlek(13), hopp(14), fruktan(15), skam(16), skamfrihet(17), uppskattning(18), otack(otacksamhet)(19), medlidande(20), förtrytelse(missnöje)(21), tillfredsställelse(nöjdhet)(22), avund(23), rivalitet(24) och förakt(känna överlägsenhet)(25).

### 7.3.4 Operationalisering av pathos

Operationaliseringen av undervariablerna till pathos(2) innebär att jag kommer leta i texten för att Åkesson genom olika påståenden och uttryck försöker få publiken att känna dessa känslor(undervariablerna nr. 10-25). Det kan exempelvis vara genom att Åkesson berättar en händelse som är kan uppfattas som att den ska framkalla ilska hos publiken, där Åkesson berättar om exempelvis någon som blivit utsatt för något. När jag hittar något som jag uppfattar ger uttryck för att Åkesson försöker framkalla en av dessa känslor hos publiken så räknar jag det som en träff för pathos, hittar jag det inte så räknar jag det som en icke-träff för pathos.

### 7.3.5 Huvudvariabeln logos undervariabler

Huvudvariabeln logos(3)(se kapitel 7.5) som refererar till de förnuftsargument som talaren använder för att skapa förtroende hos publiken och vädja till deras rationalitet (se kapitlet 'Teori' för fördjupad förklaring). Jag har valt i den här uppsatsen att låta fallasier (se kapitlet 'Teori') representera logos. Fallasier är, som beskrivet i kapitlet 'Teori', argument som har logiskt felaktiga slutledningar. Det är argument som ser ut att vara giltiga vid en första anblick men som inte är det. Detta är ett sätt att mäta en viss typ av förnuftsargument och därmed logos, men representerar inte uttömmande logos-argument. Men eftersom det skulle ta alltför mycket tid att göra en uttömmande logos analys så har jag valt att endast fokusera på fallasimodellen de arton traditionella fallasierna (se kapitlet 'Teori') för att mäta logos. Jag har valt ut ett antal fallasier från dessa arton traditionella fallasier, eftersom jag behöver begränsa undersökningen så att det inte blir för mycket för läsaren att ta in samt att det inte ska bli en alltför omfattande undersökning. Jag har valt att begränsa antalet fallasier till att slumpmässigt använda de fyra första fallasierna av de arton traditionella i min analys(se kapitlet 'Teori'). Då jag valt ut ett antal fallasier så är denna del av analysen inte uttömd helt, men ger en möjlighet till fortsatt forskning av om de resterande traditionella fallasierna, som inte används i den här uppsatsen, kan återfinnas i Åkessons tal. De fyra första fallasierna av de arton traditionella är fyra undervariabler till huvudvariabeln logos: falskt auktoritetsargument(26), hänvisning till folket(27), hotelseargument(28) och sympatiargument(29). Härefter följer en påminnande förklaring om innebörden av dessa undervariabler till logos innebär (Hietanen, 2014, s.56-57).

1. Falskt auktoritetsargument(26) – att förlita sig på någon som saknar kompetens

2. Hänvisning till folket(27) – att hävda att ståndpunkten är sann eftersom man hävdar att den allmänt anses vara sann eller traditionellt sann
3. Hotelseargument(28)– att genom hot försöka övertyga åhöraren om sin ståndpunkt
4. Sympatiargument(29) – att genom åhörarnas sympatier få dessa att acceptera ståndpunkten

### 7.3.6 Operationalisering av logos

Operationaliseringen av undervariablerna (nr. 26-29) till logos(3) (se kapitel 7.5) innebär att jag letar efter om Åkesson gör någon av dessa sorters argument(fallasier) i texten. När jag letar efter falskt auktoritetsargument (26), så letar jag efter att Åkesson hänvisar till någon som saknar kompetens för att övertyga publiken. Vid hänvisning till folket (27) så letar jag i texten efter att Åkesson hävdar att en viss ståndpunkt är sann för genom att hänvisa till denna som allmänt sann eller traditionellt sedd som sann. När jag letar efter ett hotelseargument (28) i Åkessons tal så letar jag efter om Åkesson uttrycker ett argument som syftar till att hota publiken för att övertyga dem om hans budskap. Slutligen när jag letar efter sympatiargument (29) så letar jag i texten efter att Åkesson försöker vädja till publikens sympatier för att kunna övertyga om en ståndpunkt. Om jag finner någon av dessa variabler räknar jag det som en träff för variabeln logos, och om jag inte hittar det så räknar jag det som en icke-träff för logos.

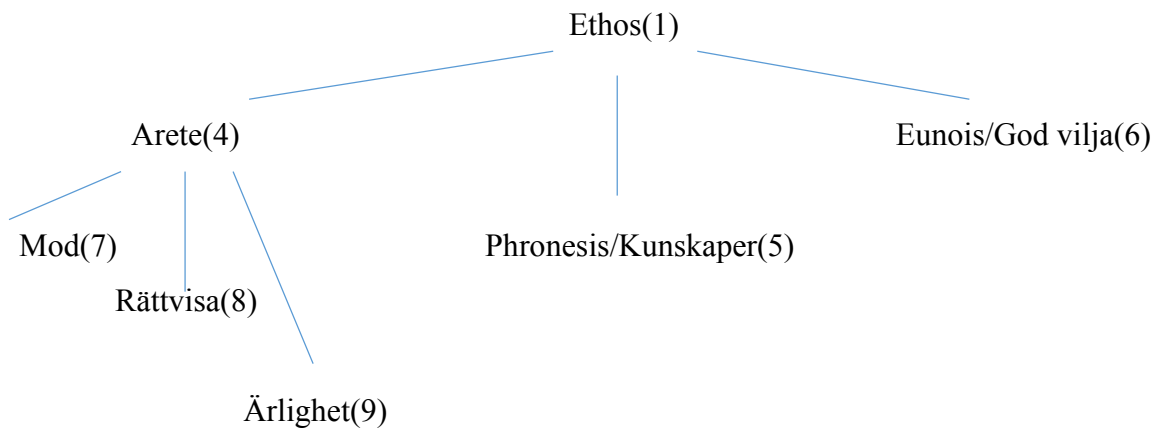
### 7.4 Variablernas funktion i analysen

De variabler jag i styckena ovan benämnt som variabler för operationalisering kommer jag att specifikt leta efter i de två tal jag analyserar. Dessa variabler ger bevis för de olika huvudvariablerna som i sig ger bevis för vilka olika retoriska medel som används av Sverigedemokraterna. Hittar jag någon av dessa operationaliseringsvariabler räknar jag det som en träff för undervariabler och huvudvariabler och en träff för att just det retoriska medlet används av Sverigedemokraterna för att övertyga och påverka åhörare. Hittar jag inte någon av dessa operationaliseringsvariabler så räknar jag det som en icke-träff i texten och noterar det som bevis för att det inte är ett av de retoriska medel som används av Sverigedemokraterna för att övertyga och övertala sina åhörare. Jag använder mig av de två hypoteserna som är baserade på tidigare forskning om populistisk retorik för att tolka de retoriska medlen jag finner under analysen. Finner jag bevis för dessa två hypoteser i analysen så bekräftas mina hypoteser om Åkessons retorik.

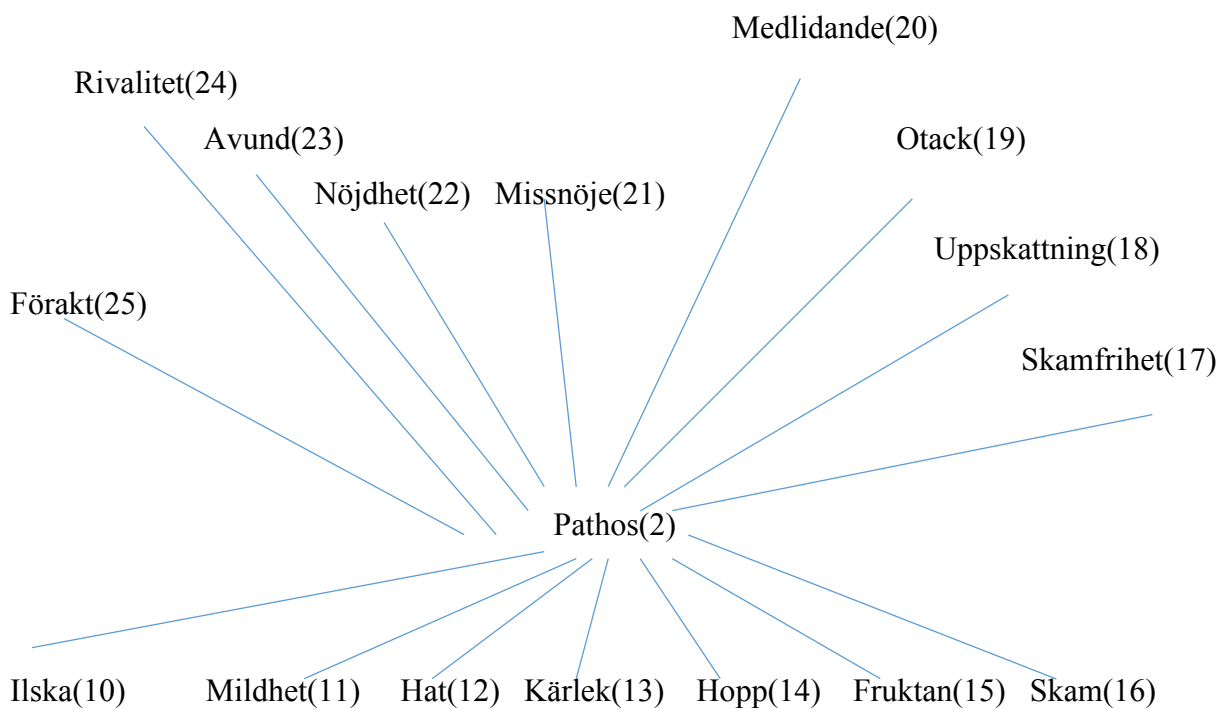
## 7. 5 Variabeldiagram

Här presenteras tre variabeldiagram för huvudvariablerna ethos, pathos och logos.  
Diagrammet visar de variabler jag letar efter i analysen.

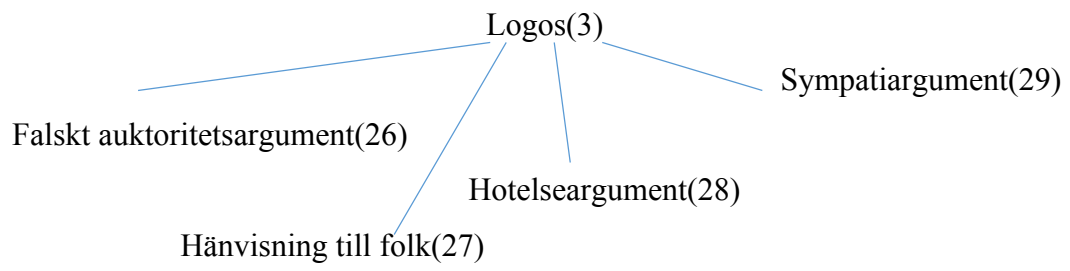
Variabeldiagram 1: Diagram över huvudvariabeln ethos



Variabeldiagram 2: Diagram över huvudvariabeln pathos



Variabeldiagram 3: Diagram över huvudvariabeln logos



## 8 Analys

I det här kapitlet kommer jag att presentera analysen. Jag kommer att gå igenom talen i kronologisk ordning. Jag kommer presentera de retoriska medel jag funnit i varje tal enligt modellerna ethos, pathos och logos och även tolka dessa utifrån teorin om populism. När jag presenterar de retoriska medel jag funnit i talen kommer jag att gå igenom varje huvudvariabel och deras undervariabler i turordningen: ethos, pathos och sist logos. När jag tolkar de retoriska medel jag funnit att Åkesson använder för att övertyga och påverka åhörare så utgår jag ifrån de två hypoteser om populistisk teori jag gjort (se kapitel 'Tidigare forskning' samt 'Metod'). Finner jag att dessa hypoteser verkar stämma vid tolkningen av analysen så räknar jag det som ett bekräftande av att Åkesson för en populistisk retorik. Alla variabler som har en siffra bredvid inom parentes kan hittas i variabeldiagrammen i kapitel 7.5.

### 8.1 Analys av Åkessons almedalstal år 2015

#### 8.1.1 Analys av ethos

Det retoriska medlet, och huvudvariabeln, ethos(1) fann jag näst flest träffar för av huvudvariablerna ethos, pathos(2) och logos(3) i talet från 2015. Undervariabeln god vilja(6) är den undervariabel jag fann flest träffar för, som framförallt utgörs av frasen "Sverigevänner"(Åkesson, 2015) som Åkesson uttrycker genomgående under talets gång. Genom frasen "Sverigevänner" visar Åkesson en respekt gentemot åhörarna och visar därmed sin goda vilja gentemot dessa, vilket syftar till att påverka och övertyga dessa. Ytterligare en undervariabel jag fann flera träffar för är kunskaper(5). Flera gånger under talets gång fann jag att Åkesson uttryckte egna betydelsefulla erfarenheter för att förhöja sin egna karaktär för att få åhörarnas förtroende, och därför kunna övertyga dessa. Ett exempel på detta är då Åkesson talar om barnens bästa i samhället, och tar då uppsjälvt att han har fått barn "För ett och ett halvt år sedan fick jag själv – äntligen – uppleva just det. Att kunna se sig själv i en annan, livs levande människa."(Åkesson, 2015). Genom att berätta om att han själv fått barn så visar han en betydelsefull erfarenhet som han besitter då han diskuterar vad som är bäst för barnen i samhället, och på så sätt skapar han ett förtroende hos åhörarna för sig själv och för att övertyga om sitt budskap.



Den undervariabel som jag fann minst träffar av, för huvudvariabeln ethos, är arete(4), att talaren visar goda egenskaper hos sig själv. De undervariabler för arete jag fann flest träffar för var mod(7). Ett exempel på det är att Åkesson diskuterar frågan om att stödja en regeringskonstellation, och menar att för att Sverigedemokraterna ska stödja något sådant så måste en stor förändring ske först inom den svenska politiken och att de inte kommer att vika sig ”Vi kommer inte sätta oss i någon annans knä” (Åkesson, 2015). Med denna fras visar Åkesson att han och Sverigedemokraterna är modiga och inte viker sig. Undervariablerna ärlighet(9) och rättvisa(8) fann jag endast några enstaka träffar av. Exempel på undervariabeln ärlighet är då han i samma sammanhang som ovan då han diskuterar att stödja en regeringskonstellation men menar att de inte kommer vika sig för någon och understryker det med frasen ”Ta det som ett löfte.”(Åkesson, 2015). Med denna fras betonar han sig och sitt parti som ärliga. Ett exempel på undervariabeln rättvisa är då Åkesson uttrycker ”Var och en i landet har rätt att rikta kritik mot alla åsikter som på ett eller annat sätt berör dem.”(Åkesson, 2015). Med detta uttryck visar Åkesson att han står upp för rättvisa och ämnar genom detta att skapa ett förtroende hos åhörarna och på så sätt övertyga dem.

Åkesson uttrycker alltså i mindre utsträckning positiva personliga egenskaper(arete) i syfte att påverka åhörarna och skapa ett förtroende, men har istället fokus på att övertyga genom att berätta om egna betydelsefulla erfarenheter (variabeln kunskaper(5)) och att visa en god vilja gentemot åhörarna.

### 8.1.2 Analys av pathos

Huvudvariabeln pathos(2) är den huvudvariabel jag funnit flest träffar för i detta tal. Undervariablerna missnöje(21), förakt(25) och ilska(10) är de variabler jag funnit väldigt många och överlägset flest träffar av i talet. Åkesson försöker alltså vid många tillfällen väcka känslor av missnöje, förakt och ilska hos åhörarna för att kunna övertyga dem om hans budskap. Ett exempel på ett sådant tillfälle där Åkesson försöker väcka känslor av missnöje samt förakt är då han pratar om Stefan Löfven ”Så länge han inte lyssnar på folket, tar ansvar för landet eller håller sina egna löften...”(Åkesson, 2015). Vid många tillfällen då Åkesson försöker väcka dessa känslor hos åhörarna i syfte att övertyga, och även i detta exempel, kan man tolka in populism där han gör tydliga referenser om sin opposition som ’den korrupta eliten’ och sig själv och det egna partiet som de ’sanna demokraterna’ som bryr sig om folket på riktigt. I det här exemplet, som precis nämnts, säger Åkesson om hans opposition Löfven att han inte lyssnar till folket eller håller sina löften, alltså en referens till Löfven som den ’korrupta eliten’. Detta styrker min första hypotes om den populistiska retoriken och att

Åkesson talar om en 'korrupt elit'. Ett annat exempel då Åkesson försöker att övertyga genom att väcka ilska och missnöje, som kan tolkas med referens till den 'korrupta eliten', är då han diskuterar att Folkpartiet och Vänsterpartiet fått igenom ytterligare kvotering i föräldraförsäkringen. Åkesson kommentar till detta är "Man gör detta - tvärtemot folkviljan." (Åkesson, 2015). Återigen kan man tolka hans påstående om att dessa motståndarpartier inte lyssnar på eller följer folkets vilja såsom referens till dessa som den 'korrupta eliten'.

Ytterligare ett exempel där Åkesson genom att försöka väcka missnöje, förakt och ilska hos publiken gentemot sin opposition för att övertyga åhörarna om hans budskap är då han diskuterar Socialdemokraternas och Moderaternas invandringspolitik. Han menar att de båda motståndarpartierna hycklar om att de lyssnar på folkets oro och tar den på allvar för att sedan säga "Det är givetvis bra att de andra partierna nu så smått börjar glida i vår riktning när det gäller de här frågorna" (Åkesson, 2015). Citatet visar att han menar att medan han och hans egna parti hela tiden lyssnat på folket, kan tolkas som en referens till att de är de 'sanna demokraterna', så hycklar och ljuger motståndarpartierna ('korrupta eliten'). Detta styrker båda mina hypoteser om att Åkesson pratar om den 'korrupta eliten' och om sig själv och sitt parti som de 'sanna demokraterna'.

Några träffar har jag även funnit på att Åkesson försöker väcka hat (12) hos åhörarna för att övertyga. Ett sådant exempel är då han pratar om terrorsekten IS "Den islamska terrorsekten IS – dessa satans mördare... Dessa bestialiska satans mördare..." (Åkesson, 2015). Med starka ord försöker Åkesson väcka hatkänslor hos åhörarna. Undervariablerna uppskattning (18), nöjdhet (22) och hopp (14) fann jag även många träffar av, även ofta i kombination med varandra. Ett sådant exempel är då Åkesson pratar om IS "Och till alla islamister i Sverige vill jag återigen säga, att när vi får inflytande, så kommer vi att vara en garant för att ingen vidare anpassning sker till era människofientliga, religiösa dogmer i det svenska samhället." (Åkesson, 2015). Åkesson försöker här skapa känslor av uppskattning hos åhörarna gentemot sig själv och sitt parti då han lovar att de ska sätta stopp för vidare anpassning av "människofientliga, religiösa dogmer". Han försöker även väcka känslor av hopp genom att uttrycka att om Sverigedemokraterna får makten så finns det hopp om att få stopp på detta. Han försöker även väcka en nöjdetskänsla hos åhörarna om att de kan känna sig nöjda med att deras parti kommer sätta stopp för detta 'hot'.

Undervariabeln skam(16) fann jag en del träffar för. De tillfällen då Åkesson försöker väcka känslor av skam hos åhörarna är skammen alltid riktad gentemot partiets opposition eller mot de åhörare som inte tror på Sverigedemokraternas politik. Ett exempel på detta är då Åkesson pratar om sitt partis framgång de senaste åren och betonar att de fanns de som inte

trodde på dem ”..och konstaterade att vi hade nått vår fulla potential – omkring 8-10 procent...Okej, tro vad ni vill. Vi tänker fortsätta utmana.” (Åkesson, 2015). Han försöker här väcka skam hos de åhörare som inte trott på deras framgång och menar att de haft fel. Detta är även ett exempel på undervariabeln rivalitet(24). Åkesson försöker väcka en rivalitet mellan åhörare för motståndarpartierna med att betona sitt egna partis framgång. Undervariabeln medlidande(20) förekommer flera gånger liksom undervariabeln mildhet(11). Ett exempel på då dessa två undervariabler kombineras är då Åkesson pratar om politik som berör barnen ”Många av oss politiker glömmer ofta barnen[...]Och då menar jag barnens perspektiv, barnens bästa[...]Vi vill lyfta barnens perspektiv på riktigt.”(Åkesson, 2015). Medlidande försöker väckas hos åhörarna genom att Åkesson menar att barnen är bortglömda i politiken, och en mildhet försöker väckas genom att han menar att han och hans parti vill förändra det. Undervariabeln avund(23) fann jag endast några få träffar av. Ett exempel på det är då Åkesson pratar om sitt partis framgång ”Det är vår stapel som växer. Den växer så det knakar. Rekord på rekord på rekord...” (Åkesson, 2015). Här försöker han troligen skapa avund hos åhörare som representerar motståndarpartierna.

I det här talet fann jag inga träffar för undervariablerna otack(19), skamfrihet(17), fruktan(15) och kärlek(13). Därför räknar jag det som icke-träffar för dessa variabler i detta tal.

### 8.1.3 Analys av logos

Huvudvariabeln logos(3) är den huvudvariabel jag funnit minst träffar av bland huvudvariablerna. Undervariablerna hänvisning till folk(27) och sympatiargument(29) fann jag ungefär lika många träffar för och är de variabler jag fann flest träffar för av logos. Två exempel på hänvisning till folk är ”Svenska folket har fått nog av vanstyre, samhällshaveri och socialliberalt experimenterande.” (Åkesson, 2015) samt ”Allt färre tror på er.”(Åkesson, 2015). I båda dessa exempel syftar Åkesson till hans motståndarpartier, och menar att det är allmänt sant att dessa har styrt genom ”vanstyre” och att folket har tappat förtroende för dessa partier, utan att han ger verkliga skäl till detta. Ett exempel för undervariabeln sympatiargument(29) är då Åkesson pratar om familjepolitik och är emot ytterligare kvotering i föräldraförsäkringen och uttrycker ”Vi måste intensifiera striden mot denna familjefientliga politik. För familjernas rätt att själva forma sin egen vardag! För barnens rätt till en trygg uppväxt.” (Åkesson, 2015). Med detta ämnar Åkesson att väcka sympatier hos åhörarna

gentemot familjer och barn i samhället för att övertyga om sin ståndpunkt i frågan. Jag fann inga träffar för undervariabeln hotelseargument (28), och räknar därför det som en icke-träff.

## 8.2 Analys av Åkessons almedalstal år 2016

### 8.2.1 Analys av ethos

Det retoriska medlet och huvudvariabeln ethos(1) fann jag näst flest träffar av i talet från 2016. Undervariabeln eunoia/god vilja(6) var den undervariabel jag fann flest träffar för. Åkesson använde den återkommande frasen ”Sverigevänner”(Åkesson, 2016) genom hela talet, samt frasen ”Europavänner”(Åkesson, 2016) som visar att han refererar till åhörarna i den positiva bemärkelsen ”vänner”. Detta visar en respekt gentemot dessa och därför visar att han har en god vilja gentemot åhörarna. Här kan även populistisk retorik framtolkas. Vid ett tillfälle talar Åkesson om att ”trotsa EU-eliten”(Åkesson, 2016) och att ”låt oss, Sverigevänner, Europavänner...Låt oss ta tillbaka vårt land!”(Åkesson, 2016). Detta styrker hypotesen om att Åkesson kommer tala om en korrupt elit (EU-eliten). Han använder här fraserna ”Sverigevänner” samt ”Europavänner” för att inkludera sig själv och sitt parti i ”folket” som är emot den korrupta EU-eliten.

Undervariabeln arete(4) fann jag näst flest träffar för. Framförallt variablerna mod(7) och rättvisa(8). Undervariabeln ärlighet(9) fann jag någon enstaka träff för. Undervariablerna mod och rättvisa, som innebär att Åkesson visar att han eller hans parti besitter dessa egenskaper visades exempelvis genom att uttrycka ”Det är dags att vi går från ord till handling! Lag och ordning ska råda!”(Åkesson, 2016) eller ”Vi måste stå upp för dem” (Åkesson, 2016) . Detta exempel visar att Åkesson uttrycker sig på sätt som visar att han är en individ som är rättvis och även modig genom att våga gå från ord till handling samt stå upp för människor, som han i sammanhanget menar att hans motståndare inte gör.

Den sista undervariabeln phronesis/kunskaper(5), fann jag inga träffar för inom huvudvariabeln ethos. Det innebär alltså att i detta tal påpekade Åkesson inte sina betydelsefulla erfarenheter för att få åhörarnas förtroende och därmed kunna övertyga och påverka dem.

### 8.2.2 Analys av pathos

Denna huvudvariabel, pathos(2), var det retoriska medel jag fann flest träffar för av alla huvudvariablerna ethos, pathos och logos. Åkesson använde sig alltså mycket flitigt av att försöka påverka och övertyga åhörarna genom att försöka väcka vissa känslor hos dessa.

Undervariablerna förakt(25), missnöje(21) och ilska (10) är de känslor jag fann flest träffar för i Åkessons tal, och ofta i en kombination tillsammans. Dessa känslor kan möjligen också tänkas framkalla undervariabeln hat(12) ibland. Åkesson försöker alltså många gånger under sitt tal med att försöka väcka missnöje, förakt och ilska hos åhörarna för att övertyga och påverka dessa med hans budskap. Det är ofta han försöker skapa ett förakt, missnöje och ilska riktat mot Sverigedemokraternas opposition, de andra partiledarna. I många av dessa fall hittas även den populistiska retoriken, genom att Åkesson hänvisar till hans motståndare som lögnaktiga och ignorerande av folkets vilja. Exempelvis genom uttrycket ”Högerifrån fortsätter man att prata om ”jobb, jobb, jobb”, men lyckas inte presentera något annat än nya namn på gammal politik som aldrig har fungerat. Låtsasjobb, subventionerade anställningar och lägre löner.”(Åkesson, 2016), försöker Åkesson att väcka känslor av missnöje, förakt och ilska gentemot sin opposition genom att förlöjliga dem och påpeka saker som ska visa att de inte håller måttet som styrande politiker. Åkesson insinuerar att de ljuger vilket återigen kan ses som en referens till en korrump elit, och styrker hypoteserna om en populistisk retorik.

Undervariabeln fruktan(15), förekommer också ofta. Ett exempel på detta är att Åkesson diskuterar oppositionens syn på integration som något mycket negativt för mångfald och därefter uttrycker ”Det är detta som Jan Björklund, Stefan Löfven och de andra federalisterna i själva verket menar med sina svulstiga, vackra tal om ”långsiktighet”, ”stabilitet”, ”fred”, ”samverkan”, ”samarbete” [...]Mindre mångfald. Mindre Sverige. Mindre demokrati.”(Åkesson, 2016). Genom detta försöker han väcka fruktan hos åhörarna och säger att oppositionens sätt att hantera integration leder till mindre demokrati. Det är även bevis på populistisk retorik, då Åkesson hänvisar till hans opposition och påstår att dessa ljuger vilket styrker hypotesen om referenser till den ’korrumpa eliten’. Undervariabeln hopp(14) var frekvent återkommande i talet. Exempel på detta är ”Låt oss istället fokusera på hur vi kommer vidare, hur vi tar oss ur detta mörker. Låt oss fokusera på vår berättelse, på vår vision för ett sammanhållet Sverige!”(Åkesson, 2016) och ”Först måste vi slå med kraft mot de strukturerna, mot de som förstör. Inte förrän då – när de här områdena de facto är återtagna av konstruktiva krafter – kan omfattande, långsiktiga sociala insatser få verklig effekt.” (Åkesson, 2016). I dessa både exempel försöker Åkesson väcka känslor om hopp för ett bättre samhälle hos åhörarna. I det andra exemplet kan man även tolka den populistiska retoriken där Åkesson refererar till sin opposition som ”de som förstör”, vilket kan ses som hänvisning till en ’korrump elit’. Ytterligare ett exempel där Åkesson försöker skapa känslor av hopp och även uppskattning(18), en undervariabel som förekom mindre frekvent, hos åhörarna är ”Vi tror på samarbete[...]Vi förstår också att ett långsiktigt, hållbart samarbete förutsätter

ömsesidigt vettiga villkor och folkligt stöd.” (Åkesson, 2016). I detta exempel uttrycker Åkesson att Sverigedemokraterna är ett parti som förstår vad Sverige behöver och försöker därmed väcka känslan av hopp hos åhörarna och även väcka en uppskattning gentemot sig själv och sitt parti. Åkesson uttrycker även detta i kontrast till att precis innan ha diskuterat att hans opposition inte förstår vad Sverige behöver och att de utför deras politik utan folkets stöd. I exemplet uttrycker han dock att han själv och Sverigedemokraterna förstår att det folkliga stödet är viktigt och hänvisar därmed till sig själv och sitt parti som ’sanna demokraterna’, de som vill folkets bästa på riktigt. Detta stöder den andra hypotesen om populistisk retorik hos Åkesson. Undervariabeln medlidande(20) fann jag ett antal träffar för. Ett exempel på detta är att Åkesson räknar upp sorgliga händelser eller situationer som menas att framkalla medlidande hos åhörarna.

”För vilka är det som - vid sidan av polis och annan myndighetspersonal – som drabbas värst av detta? Jo, det är ju de skötsamma, laglydiga medborgare som tvingas leva mitt i detta... Som tvingas se sina bilar brinna. Som tvingas se sina barns skolor brinna[...] Som inte får livsavgörande hjälp i tid eftersom ambulansen inte kan köra fram utan poliseskort”. (Åkesson, 2016)

Undervariabeln skam(16) fann jag endast några träffar för. Men detta är enbart skamkänslor som är riktade att väckas hos de åhörare som inte trott på Sverigedemokraternas politik, såsom Sverigedemokraternas opposition. Ett exempel på detta är ”Vad är det för samhälle man har skapat åt oss? Där kvinnor, tjejer, unga flickor, barn inte kan vistas i offentlig miljö utan risk för att utsättas för sexuella övergrepp.”(Åkesson, 2016). Här försöker Åkesson att väcka skamkänslor hos sin opposition, och menar att dessa misslyckats med sin politik. I detta exempel försöker han även väcka känslor såsom ilska(10) och missnöje(21) hos åhörarna gentemot hans opponenter.

Undervariablerna mildhet(11) och otack(19) fann jag några enstaka träffar för i detta tal. Undervariablerna kärlek(13), skamfrihet(17), nöjdhet(22), avund(23) och rivalitet(24) fann jag inga träffar för och räknar därför dessa som icke-träffar.

### 8.2.3 Analys av logos

Huvudvariabeln, och det retoriska medlet, logos (förnuftsargument) fann jag minst träffar för i talet av variablerna ethos, pathos och logos. Undervariablerna hotelseargument (28) och sympatiargument (29) var de variabler jag fann flest träffar för samt i ungefär lika stor utsträckning av båda. Ett exempel på hotelseargument är då Åkesson diskuterar EU och

menar att Jan Björklund, Stefan Löfven och ”de andra federalisterna” (Åkesson, 2016) ljuger, och att vad de verkligen menar när de pratar om stabilitet, fred och samarbete är ”Mindre mångfald. Mindre Sverige. Mindre demokrati[...]Att låta ännu större del av vår vardag styras av andra länders makthavare”(Åkesson, 2016). I detta argument menar han, hotar indirekt, att om vi fortsätter på Löfvens och Björklunds politiska spår så kommer vi att få mindre demokrati i Sverige och att vi till större del kommer styras av andra länders makthavare. Detta hotelseargument kan tolkas populistiskt då det involverar en referens till att Åkessons motståndare ljuger, och kan därför ses som den ’korrupta eliten’. Ett exempel på sympatiargument som Åkesson använder är då han diskuterar invandring och berättar att Migrationsverkets chef på ett seminarium ställt frågan om hur många som verkligen fått det sämre av invandringen. Åkesson kommenterar på denna händelse genom att säga ”Jag har ingen aning om vilken respons han fick men han kanske skulle ställt samma fråga: [...] - Till familjen på Lidingö som tvingades flytta för att lämna plats åt nyanlända.”(Åkesson, 2016). Med denna respons väddar Åkesson till åhörarnas sympatier till familjen på Lidingö för att de ska övertygas om hans argument om att invandringen är dålig.

Jag hittade inga träffar på falskt auktoritetsargument(26) samt hänvisning till folket(27) i det här talet. Jag räknar därför det som icke-träffar för båda dessa undervariabler.

### 8.3 Helhetsanalys av Åkessons tal från 2015 och 2016

För att sammanfatta hela analysen av de båda talen så är det pathos(2), alltså genom att väcka känslor hos åhörarna, det retoriska medel som Åkesson överlägset använder sig mest av för att övertyga åhörarna. De undervariabler till pathos som Åkesson mest använt sig av i båda talen för att övertyga åhörarna är genom ilska(10), missnöje(21) och förakt(25). Det är alltså genom att väcka dessa känslor Åkesson framförallt försöker övertyga åhörarna. Oftast är dessa känslor riktade att väckas gentemot hans motståndarpartier och deras politik. Även undervariablerna uppskattning(18) och hopp(14) är känslor Åkesson försöker väcka ofta i de båda talen gentemot sig själv och Sverigedemokraterna i syfte att övertyga åhörarna. Jag fann dock inga träffar alls i något av talen för undervariablerna kärlek(13) och skamfrihet(17). Jag tolkar det som att Åkesson och Sverigedemokraterna inte verkar använda sig av dessa känslor för att övertyga sina åhörare.

Ethos(1) är det retoriska medel som Åkesson använde sig av näst mest i båda talen för att övertyga åhörare. Den undervariabel som han använde sig mest av här för att styrka sin egna karaktär och skapa ett förtroende för sig själv hos åhörarna är genom eunoia/god vilja(6).

Framförallt gjordes detta genom att visa respekt för åhörarna. Den undervariabel som användes minst, inom huvudvariabeln ethos, för att övertyga var phronesis/kunskaper(5). Åkesson använde alltså inte sin egen utbildning eller egna betydelsefulla erfarenheter så ofta för att övertyga sina åhörare.

Slutligen var logos(3) det retoriska medel som användes minst i båda talen för att övertyga. Detta kan dock bero på att endast fyra av de traditionella fallasierna användes i analysen, på grund av att jag behövde begränsa analysen. Därför är denna del inte helt uttömmande av logos i de båda talen. Den undervariabel jag fann flest träffar för sammanlagt av logos i de båda talen var sympatiargument(29). Det innebär att Åkesson framförallt försöker övertyga genom att få åhörarnas sympatier. Jag fann inga träffar i något av talen gällande falskt auktoritetsargument(26), Åkesson verkar inte använda detta för att övertyga åhörare. I båda talen kunde flera av Åkessons användning av de retoriska medlen tolkas med hjälp av populistisk teori. Jag fann tydligt stöd för de två hypoteserna om populistisk retorik. Att Åkesson gjorde flera referenser till framförallt den 'korrupta eliten' och även till det egna partiet som 'de sanna demokraterna'. Framförallt kunde stöd ses för den populistiska retoriken flertalet gånger då Åkesson använde sig av pathos(2), att väcka känslor hos åhörarna, för att övertyga. Den populistiska retoriken kunde inte tolkas in i alla träffar för de retoriska medlen, men tillräckligt mycket för att ett tydligt stöd för de båda hypoteserna.



## 9 Slutsats och diskussion

Jag började denna uppsats med att ställa forskningsfrågan: Med vilka retoriska medel försöker Sverigedemokraterna påverka och övertyga åhörare? Syftet med frågan var att undersöka med vilka retoriska medel Sverigedemokraterna som ett populistiskt parti, försöker påverka och övertyga åhörare. Det jag kom fram till var att Åkesson framförallt använde sig av pathos för att övertyga åhörare, alltså att genom att försöka väcka känslor hos åhörarna. De känslor han framförallt försökte väcka var missnöje, ilska och förakt gentemot motståndarpartierna. De känslor Åkesson inte försökte väcka hos åhörarna var kärlek och skamfrihet. Kan detta ha haft en påverkan i Sverigedemokraternas snabba framgång? Är detta en del av den generella populistiska retoriken? Eller är det något som är generellt för alla politiska partier? Det här är endast spekulationer men fortsatt forskning skulle kunna klargöra detta. Att Åkesson framförallt använde sig av pathos för att övertyga, är troligen för att känslor är det som framförallt väcker individers engagemang och kan leda till aktivt handlande i större utsträckning än den rationalitet som ethos och logos innebär. Att väcka känslor är därför ett mycket kraftfullt medel när det kommer till att övertyga.

Det retoriska medel Åkesson använde minst för att övertyga var logos, alltså förnuftsargument. Men som tidigare nämnt kan detta resultat bero på att jag varit tvungen att begränsa de variabler jag letade efter inom logos för att inte göra en alltför omfattande undersökning. Detta område är därför inte helt uttömt och jag uppmuntrar till vidare forskning inom detta område.

För att belysa aspekten av att Sverigedemokraterna är ett populistiskt parti i min uppsats tog jag hjälp av populistisk teori i analysen av de retoriska medlen för att belysa den populistiska retoriken som används. Jag ställde upp två hypoteser för hur Åkesson skulle ge uttryck för populistisk retorik i talen. De båda hypoteserna bekräftades, i båda talen, då Åkesson flertalet gånger på olika sätt pratade om den 'korrupta eliten', motståndarpartierna som hycklar, ljuger och inte bryr sig om folkviljan, samt om sitt egna parti och sig själv som 'de sanna demokraterna', de som på riktigt bryr sig om folkets vilja. Framförallt framkom dessa referenser ofta genom det retoriska medlet pathos, då Åkesson försökte väcka känslor hos åhörarna för att övertyga dem.

Syftet med uppsatsen är att fortsätta diskussionen om hur populistiska partiers retorik ser ut, genom att undersöka vilka retoriska medel som används för att övertyga åhörare. Detta är inte en uttömmande uppsats eftersom retorik är ett mycket brett ämne och jag begränsat mig till vilka retoriska medel jag letar efter i analysen. Jag uppmuntrar därför till fortsatt forskning

inom det här området och av andra populistiska partier än Sverigedemokraterna. Exempelvis kan man fortsätta forskningen med att jämföra retoriska medel mellan flera populistiska partier i Europa. Ytterligare ett förslag till fortsatt forskning är att se skillnader i de retoriska medel som används internt hos Sverigedemokraterna jämfört med de medel som används externt, att se om de retoriska medlen för att övertyga skiljer sig mellan dessa tillfällen.

# 10 Referensförteckning

## 10.1 Skriftliga källor

Aristoteles, 2012. *Retoriken*. Övers. Johanna Akujärvi. Ödåkra: Retorikförlaget.

Bos, Linda – Brants, Kees, 2014. "Populist rethoric in politics and the media: A longitudinal study of the Netherlands", *European Journal of Communication*, Vol.29, nr.6 s. 703-719.  
Bergström, Göran-Boréus, Kristina, 2012. "Argumentationsanalys". I Göran Bergström & Kristina Boréus (red.) *Textens Mening och Makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Grinde Lindqvist, Janne, 2008. *Klassisk retorik för vår tid*. Studentlitteratur.

Hietanen, Mika, 2014. "Fallasianalys för retoriker". I Otto Fischer-Patrik Mehrens & Jon Viklund(red.) *Retorisk kritik: Teori och metod i retorisk analys*. Ödåkra: Retorikförlaget.

Hellspång, Lennart, 2011. *Konsten att tala: Handbok i praktisk retorik*. Lund: Studentlitteratur.

Hellström, Anders, 2013. *Help! The Populists Are Coming: Appeals to the People in Contemporary Swedish Politics*. Malmö, Sweden: Malmö Institute for Studies of Migration, Diversity and Welfare.

Hellström, Anders – Nilsson, Tom, 2010. "'We Are the Good Guys': Ideological positioning of the nationalist party Sverigedemokraterna in contemporary Swedish politics", *Ethnicities*, Vol. 10, nr.1, s. 55-76.

Mudde, Cas, 2016. "Europe's Populist Surge: A Long Time in the Making", *Foreign Affairs*, Vol. 95, nr.6, s. 25-30.

Mudde, Cas, 2004. "The Popular Zeitgeist", *Government and Opposition*, Vol. 39, nr.4, s. 542-563.

Teorell, Jan – Svensson, Torsten, 2007. *Att fråga och att svara: Samhällsvetenskaplig metod*. Malmö: Liber.

## 10.2 Internetkällor

Dagens samhälle, 2014. "Analys: Åkesson kan bättre". Nyhetsartikel. 2014-07-02.  
[Elektronisk] <http://www.dagenssamhalle.se/nyhet/analys-akesson-kan-baettre-9872> .  
Hämtdatum: 2016-12-15.

Språktidningen, 2012. "Ett aluminiumrör slår väljarkåren med häpnad". 2012-11-15.  
[Elektronisk] <http://spraktidningen.se/blogg/ett-aluminiumror-slar-valjarkaren-med-hapnad> .

Hämtdatum: 2016-12-15.

Sydsvenskan, 2016. ”Jimmie Åkesson raljerade, hånade och förolämpade i sitt sommartal”. 2016-08-27. [Elektronisk] <http://www.sydsvenskan.se/2016-08-27/jimmie-akesson-raljerade-hanade-och-forolampade-i-sitt-sommartal> . Hämtdatum: 2016-12-15.

Åkesson, 2015 = Sverigedemokraternas webbplats. Jimmie Åkessons talmanus. [Elektronisk] Tillgänglig: <https://sd.se/jimmie-akessons-tal-manus/> . Hämtdatum: 2016-12-15.

Åkesson, 2016 = Mynewsdesk webbplats. Talmanus: Jimmie Åkessons tal i Almedalen 2016. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://www.mynewsdesk.com/se/sverigedemokraterna/pressreleases/talmanus-jimmie-akessons-tal-i-almedalen-2016-1470279> . Hämtdatum: 2016-12-15.