

Kurskod: SKDK11
Termin: Vårterminen 2018
Handledare: Asta Cepaite Nilsson
Examinator: Agneta Moulettes

”Moderat men inte måttlig. Enligt vänstern är jag en av Apokalypsens ryttare”

En kvalitativ studie om populistisk kommunikation

SOFIA GRANLID & SOFIA RYD JOHANSSON

Lunds universitet
Institutionen för strategisk kommunikation
Examensarbete för kandidatexamen



Abstract

“Moderat yet not moderate. According to the left, I am one of the Apocalypse riders”

As a consequence of the overall mediatization of society and politics, there has been a rise of populist communication during recent years. Earlier research has mostly focused on populism's ideological positioning and the political or populist actor itself instead of populism as a communication strategy. Against this background, this study aims at identifying and increasing knowledge about how populist elements as well as political communication strategies express themselves in a digital contemporary context. A qualitative content analysis has been used as a method of studying Twitter posts from a Swedish politician. The results indicate that communication strategies in a negative spectrum are particularly prominent and are used in combination with each other in the context of populism. In the analysis, this is further dealt with as a negative political narrative, where simplification of complex issues and irony as an emergent communicative tool also has been identified as continuous themes. These strategies and themes, together with populism's identified elements, can be considered as supporting in creating the political narrative. This is further conceptualized in the discussion, in terms of whether populism needs certain communication strategies to exist as well as a potential transformation of democracy as we know it today.

Keywords: populism, strategic communication, political communication, political communication strategies, mediatization, Twitter, Hanif Bali

Number of characters including spaces: 105 799

Sammanfattning

”Moderat men inte måttlig. Enligt vänstern är jag en av Apokalypsens ryttare”

Under de senaste åren har en ökning skett av populistisk kommunikation, vilket kan ses som en konsekvens av den övergripande medialiseringen av samhället och politiken. Tidigare forskning har främst fokuserat på populismens ideologiska positionering och den politiska eller populistiska aktören i sig och inte på populism som kommunikationsstrategi. Med bakgrund av detta syftar denna studie till att identifiera samt öka kunskapen kring hur populistiska element samt politiska kommunikationsstrategier tar sig uttryck inom en digital samtida kontext. En kvalitativ innehållsanalys har använts som metod för att studera Twitterinlägg från en politisk aktör. Resultaten visar att kommunikationsstrategier inom ett negativt spektrum är särskilt framträdande och på olika sätt används i kombination med varandra inom ramen för populism. I analysen tematiseras detta vidare som ett negativt politiskt narrativ, där förenkling av komplexa sakfrågor och ironi som ett centralt kommunikativt verktyg även har identifierats som genomgående teman. Det kan argumenteras för att dessa strategier tillsammans med populismens identifierade element, är bärande i att bygga upp det politiska narrativet. I diskussionen konceptualiseras detta vidare i tankar kring huruvida populismen alltid är beroende av vissa kommunikativa strategier för att existera, samt en potentiell transformation av demokratin som vi känner den idag.

Nyckelord: populism, strategisk kommunikation, politisk kommunikation, politiska kommunikationsstrategier, medialisering, Twitter, Hanif Bali

Antal tecken inklusive mellanslag: 105 799

Tack!

Vi vill rikta ett stort tack till institutionen för strategisk kommunikation vid Lunds universitet och vår handledare Asta Cepaite Nilsson. I samband med detta vill vi även understryka att detta examensarbete till lika stora delar utförts av båda författarna.

Innehållsförteckning

1. Inledning och bakgrund	1
2. Tidigare forskning	3
2.1 Politisk kommunikation och nya förutsättningar för opinionsbildning.....	3
2.2 Populismens roll i den politiska och digitala arenan.....	4
3. Problemformulering	7
4. Syfte och frågeställningar	9
5. Teoretisk referensram	10
5.1 Populism.....	10
5.2 Populism som kommunikationsstrategi.....	11
5.2.1 Tunn populism: folket.....	12
5.2.2 Tjock populism: anti-etablissemang och uteslutning av särskilda grupper.....	12
5.3 Politiska kommunikationsstrategier.....	15
5.4 Ramverket för politiska kommunikationsstilar.....	18
5.4.1 Framförande.....	19
5.4.2 Tonläge.....	20
5.4.3 Funktion.....	20
5.4.4 Ämne.....	21
5.5 Kommunikativa strategier inom populism.....	21
6. Metod	23
6.1 Vetenskapsteoretiskt förhållningssätt.....	23
6.2 Kvalitativ innehållsanalys.....	24
6.3 Det empiriska exemplet - Hanif Bali.....	24
6.4 Datainsamlingsmetod och urval.....	24
6.5 Kodningsmetod.....	26
6.6 Metodreflektion.....	28
7. Analys	29
7.1 Populismens kommunikativa uttryck.....	29
7.2 Den tjocka populismens kommunikativa karaktär.....	30
7.3 Framförande.....	32

7.3.1	Skrämseltaktik.....	32
7.3.2	Förenkling.....	32
7.3.3	Säga halva sanningen.....	33
7.3.4	Storytelling.....	34
7.3.5	Bryta tabu.....	35
7.3.6	Vulgaritet.....	35
7.4	Tonläge.....	36
7.4.1	Ironi eller humor.....	36
7.4.2	Aggressiv eller provokativ.....	37
7.4.3	Neutral och vardaglig.....	38
7.5	Funktion.....	38
7.5.1	Attack.....	38
7.5.2	Påverka agendan.....	39
7.5.3	Framhäva sig själv eller någon annan.....	40
7.5.4	Ironi.....	41
7.5.5	Positionering.....	41
7.5.6	Diskussionsuppmaning och uppmaning.....	42
7.6	Kommunikativa teman.....	44
7.6.1	Ironi som politiskt kommunikativt verktyg.....	44
7.6.2	Förenklingen frodas på Twitter.....	46
7.6.3	Systemkollapsen och det politiska narrativet.....	49
8.	Slutsats.....	51
9.	Diskussion och förslag till vidare forskning.....	53
	Referenser.....	55
	Bilaga 1.....	59
	Bilaga 2.....	65

1. Inledning och bakgrund

Moderat men inte måttlig. Enligt vänstern är jag en av Apokalypsens ryttare.

Så beskriver Hanif Bali sig själv på Twitter (Twitter, u.å). Han är en moderat riksdagspolitiker som fram till alldeles nyligen även satt i styrelsen för partiet, vilken han dock avgick från efter att ha publicerat uppgifter på Twitter i syfte att misskreditera en journalist (Andersson & Ohlin, 2018). Enligt Medieakademin (2017) som kartlägger makt i våra största digitala kanaler, är Bali med sina cirka 85 000 följare (Twitter, u.å) i dagsläget den 10:e största politiska aktören på Twitter, med endast hela partier och ministrar framför sig. Han leder år 2017 listan för årets komet, den person som klättrat flest placeringar 2016, 595 placeringar gentemot tvåans 367 (Medieakademin, 2017). Bali har dessutom gjort sig ett namn utomlands (Dackevych, 2018; Malm, 2018) och har även i svensk media blivit likställd med Trump vad gäller politisk taktik (Hadley-Kamptz, 2017).

Samtidigt som uppmärksamheten för Bali tycks skjuta i höjden, tampas traditionella politiker med en upplevd stegrande svårighet i att kommunicera med sina väljare (Block & Negrine, 2017). Med stöd av Block och Negrine (2017) samt Esser och Strömbäck (2014), kan det antas att detta är en effekt av politikens medialisering; där vissa sätt att uttrycka sig vinner uppmärksamhet i högre grad än andra. I takt med politikens medialisering har vi i västvärlden under senare år även kunnat iaktta en ökning av populistisk kommunikation. I en svensk kontext är populismen ett relativt nytt fenomen, medan den i andra länder har en mer historisk anknytning (Strömbäck, Jungar & Dahlberg, 2016). Oavsett nationella skillnader råder det i alla fall ingen tvekan om att politisk populism ser ut att breda ut sig allt mer i de västerländska samhällena (Albertazzi & McDonnell, 2008).

Vi adresserar detta fenomen genom att angripa populismen i sin enklaste form – som en politisk kommunikationsstil eller strategi. Detta bygger på koncept utvecklade av bland annat Jagers och Walgrave (2007), Albertazzi och McDonnell, (2008), Block och Negrine (2017) och Wirth et al. (2016) samt Bracciale och Martella (2017) som genom olika perspektiv, placerar kommunikationen i hjärtat av populismen. Populism utforskas som en särskild politisk kommunikationsstil eftersom politiska aktörer i dagens medialiserade samhälle, allt mer tycks införliva populistiska strategier i sin kommunikation (Block & Negrine, 2017). Referenser till folket, anti-elitism och exkludering av vissa grupper utgör de tre grundläggande elementen för populism och förekommer allt oftare för att förmedla politiska budskap.

2. Tidigare forskning

För att ytterligare sätta denna studie i kontext följer här en genomgång av tidigare forskning fokuserad på den politiska kommunikationens nya förutsättningar och populismens roll inom detta. Efter detta avsnitt följer studiens problemformulering samt syfte och frågeställningar.

2.1 Politisk kommunikation och nya förutsättningar för opinionsbildning

Att urskilja och definiera vad som är och inte är politisk kommunikation kan vara svårt i det fragmenterade medielandskap vi befinner oss idag. Det kan å ena sidan hävdas att all kommunikation från vissa aktörer är politisk, men ur ett annat perspektiv anses handla om specifika ämnen och intentioner, oberoende av avsändaren. Vad som kan sägas om begreppet generellt är att det är brett och svårfångat, men Strömbäck (2009) gör en ansats att identifiera dess centrala beståndsdelar. Politisk kommunikation kan sägas vara det kommunikativa samspel som sker mellan politiska aktörer, medieaktörer och allmänheten (Strömbäck, 2009). Som politiska aktörer definieras inte bara politiska partier utan dessa kan utgöras av såväl organisationer som individer och föreningar, med det gemensamt att de strävar efter samhällsförändring. Enligt denna definition är aktörerna beroende av varandra i ett socialt system, där exempelvis de politiska aktörerna är beroende av både media och allmänheten för att kunna höras (Strömbäck, 2009).

Vad som dock påverkar denna trevägskommunikation avsevärt är de ramverk som hör till institutionaliseringen av flera av dessa aktörer. Det vill säga sådant som pressetik, nyhetsvärdering, organisatoriska och politiska program och strategier som måste följas (Strömbäck, 2009). Härmed har den politiska kommunikationen länge varit begränsad inom vissa normer och regler, men med ett medielandskap i förändring kan det vara motiverat att omvärdera synen på de förhållanden som länge varit.

Negrine (2007) argumenterar för att vi mer och mer lämnar identitetspolitiken bakom oss, det vill säga att vi inte längre väljer politisk tillhörighet utefter klass, religion eller en socialt nedärvd ideologi. Under dessa nya förutsättningar har den strategiska kommunikationen som politiskt verktyg kommit att bli betydande, en tendens som ses i många europeiska länder. Det ställs nya krav på att den politiska kommunikationen är effektiv, övertygande och målinriktad för att kunna mobilisera och locka väljarna i den hastigt föränderliga medieutvecklingen (Negrine, 2007).

I takt med digitaliseringen och sociala mediers intåg har förutsättningarna för politisk kommunikation och opinionsbildning förändrats. Med fler kommunikationskanaler skapas fler möjligheter för att synas och höras, men i och med detta skapas också högre konkurrens om uppmärksamheten. Som nämnts har politisk kommunikation tidigare ansetts ske inom ett socialt system av specifika aktörer och i förhållande till uppsatta ramverk, men logiken är inte självklar utifrån de nya digitala förutsättningarna. Den politiska aktören kan idag kommunicera direkt med allmänheten och är inte i beroendeställning till traditionell media (Engesser, Ernst, Esser & Büchel, 2017). Alltså, är aktören också fri att uttrycka sig på det sätt som tycks fungera bäst för att erhålla lyssnare och har en konkurrensmässig fördel gentemot de andra aktörer inom politisk kommunikation som fortfarande till stor del är begränsade enligt traditionella och organisatoriska normer. Denna enskilda aktör kan sägas både stå utanför systemet och vara en del av det, på egna premisser.

2.2 Populismens roll i den politiska och digitala arenan

Det är i ovanstående kontext vi förstår dagens förutsättningar för politisk kommunikation och opinionsbildning. Som med allt annat i vårt digitala och mediala samhälle, finns det alltså konkurrens om medborgarnas uppmärksamhet. Som konstaterats tidigare drar den politiska kommunikationen åt en professionalisering, som innebär att budskapen effektiviseras för att lättare bidra till att uppnå den politiska aktörens mål.

Det är troligtvis inte en slump att det samtidigt under de senaste åren förekommit en kraftig ökning av populism i form av såväl partier som enskilda aktörer och populistisk kommunikation inom den politiska arenan (Aalberg, Esser, Reinemann, Strömbäck & Vreese, 2017; Albertazzi & McDonnell, 2008). Relationsutvecklingen mellan traditionell media och politiska aktörer har i sin tur också skyndat på och faciliterat en populistisk trend (Bracciale & Martella, 2017). Detta kan ur ett medieperspektiv benämnas populariseringen av politik, och innebär att media paketerar och levererar politiska budskap i en mer tillgänglig och effektiv form för att attrahera publiken. Media pratar alltså om politik på ett populistiskt sätt för att skapa ett underhållningsvärde. Politiker å andra sidan, är inte sena att utnyttja de nya spelreglerna för att förtjäna medias uppmärksamhet, och anammar en liknande politisk kommunikationsstrategi (Bracciale & Martella, 2017). Kort sagt, medialiseringen av politik utgörs av en symmetrisk process mellan två aktörer inom det sociala system som enligt Strömbäck (2009) utgör politisk kommunikation, och skapar ett klimat som premierar populism.

Plattformar som exempelvis Twitter, används ofta av populistiska politiker till att kommunicera och rama in samhällsfrågor och genom detta fungera som en motvikt till den traditionella politiska- och medieeliten. Diskurs och budskap är av stor vikt inom populism och kommunikation är kärnan vad gäller både vision och handling för populistiska aktörer. (Casero-Ripollés, Sintés-Olivella & Franch, 2017) Alla typer av media upprättar en form av kontakt med folket, den stora massan. Skillnaden mellan traditionell massmedia och sociala medier är att den sistnämnda möjliggör en direktlänk mellan sändare och mottagare (Engesser et al., 2017). Detta i sin tur, leder till att politiska aktörer har större möjligheter att påverka och fungera som opinionsbildare direkt, utan traditionell media som grindvakt. I och med detta som resoneras kring tidigare, behöver kommunikationen inte heller följa traditionell nyhetsvärdering och är ofta mer personlig och sensationalistisk till sin natur (Engesser et al., 2017). Vad som gör Twitter extra intressant i sammanhanget är mediets nätverkslogik. Till skillnad från andra sociala medier som Facebook, är Twitter öppet och faciliterar därmed en större räckvidd. En annan fördel med Twitter är möjligheten till tvåvägskommunikation, då en opinionsbildare enkelt kan kommunicera med sina följare och även sprida vidare information till en stor massa (Park, 2013).

Bartlett (2014) menar även att den korta och syrliga formen av kommunikation som ofta karakteriserar populistisk kommunikation, fungerar bra i just detta medium och kan därmed antas generera sådan uppmärksamhet som medialiseringen av politik tycks kräva.

3. Problemformulering

Vi befinner oss idag mitt i ett perspektivskifte, där populism håller på att förlora sina negativa konnotationer, bli färglös och utvecklas till en kommunikationsstrategi baserad på enkelhet, rättframhet och tydlighet (Bracciale & Martella, 2017). Gärna kommunicerad av "folkets man" (Bracciale & Martella, 2017), det vill säga en representant för den gemene mannen och alltså någon som det går att relatera till. Trots att det idag existerar mycket forskning gällande populism som ideologiskt fenomen, saknas det forskning kring politiska aktörer som populistiska kommunikatörer. Vidare karaktäriseras den övergripande forskningen av ett aktörsfokus och inte ett kommunikationsfokus. (Aalberg et al., 2016) Tidigare studier gällande populistisk diskurs har även fått uppmärksamhet för sättet som populismen gestaltar verkligheten (Bos & Brants, 2014). Engesser et al. (2017) beskriver även den forskningsläget och nämner avsaknaden av studier av populistisk kommunikation på sociala medier samt att kvantitativ metod dominerar, vilket medför ett potentiellt gap vad gäller exempelvis kontextualisering eller en överskattning vad gäller den vetenskapliga riktigheten (Boyd & Crawford, 2012).

Forskning ur en svensk kontext gällande populistiska aktörer som kommunikatörer är i dagens läge även det begränsat och den forskning som finns fokuserar främst på innehåll och ideologisk positionering och inte på kommunikativa strategier eller stilar (Aalberg et al., 2017). I Sverige har internet och sociala medier varit och fortsätter vara viktiga för populistiska sympatisörer och aktörer. I nuläget saknas det dock empiriskt bevis för på vilket sätt populistiska aktörer använder digitala medier. (Strömbäck et al., 2016) I denna kontext hamnar kommunikationen i centrum, då det inte är de digitala plattformarna i sig som kommunicerar, utan de faciliterar endast möjligheter för den politiska aktören till att exempelvis prata med och nå ut till många.

Gentemot presenterad kontext, motiveras denna studie alltså av en avsaknad av studier fokuserade på populism som kommunikationsstrategi och att kvantitativ metod tidigare dominerat, vilket riskerar en förlust av djupare förståelse kring hur populistisk kommunikation kan ta sig uttryck.

4. Syfte och frågeställningar

Syftet med den här uppsatsen är att öka kunskapen om populistisk politisk kommunikation som strategi inom en samtida, digital kontext. Genom att studera kommunikativa strategier som i tidigare forskning kopplats samman med populism, kan en ansats göras för att skapa en djupare förståelse för hur populistiska kommunikationsstrategier kan se ut i praktiken och användas i sociala medier. Detta mynnar ut i följande frågeställningar, där den första är av mer deskriptiv karaktär och den andra ämnar söka mer djupgående förståelse kring hur populismen kan framträda.

- Vilka populistiska element samt politiska kommunikationsstrategier kan identifieras hos en politisk aktör på Twitter?
- Hur tar sig populismen samt dess kommunikativa strategier uttryck i kommunikationen hos en politisk aktör på Twitter?

5. Teoretisk referensram

I detta avsnitt tydliggörs det kommunikativa perspektivet denna studie antar samt det teoretiska ramverk inom vilket studien befinner sig. Detta inleds med en introducerande text om populism som fenomen samt hur vi väljer att adressera populism. Vidare följer en redogörelse för Jagers och Walgraves (2007) teori för populism som kommunikationsstrategi samt Bracciale och Martellas (2017) ramverk för politiska kommunikationsstilar. Avsnittet avslutas med ett resonemang kring teoriernas tillämpning.

5.1 Populism

Definitionen av populism som begrepp har inom forskningsvärlden varit omdebatterat och svårdefinierat och en av anledningarna till detta sägs vara att populismen kan uttryckas på olika sätt beroende av kontext (Aalberg et al., 2016). Genom tiderna har populismen haft många olika ansikten, som exempelvis Ku Klux Klan och naziregimen. På senare år har dock populismen blivit ansett allt mer som ett diskursivt vapen vid attacker mot högern eller vänstern i det politiska spektrumet (Wirth et al., 2016).

Populism som fenomen har även det fått stor uppmärksamhet inom forskningsvärlden, både som ideologi och som kommunikationsstrategi. Mudde (2004), påstår att vi befinner oss i en populistisk tidsanda. Att fenomenet får sådan uppmärksamhet beror främst på att populism har betydande politiska och kommunikativa konsekvenser för demokratier (Casero-Ripollés et al., 2017). Som tidigare nämnts i bakgrunden, har medialiseringen av politiken fört med sig nya möjligheter och förutsättningar. Albertazzi och McDonnell (2008) beskriver det som en specifik trend, där populistiska uttryckssätt breder ut sig allt mer i den politiska arenan. Albertazzi och McDonnell (2008) nämner vidare att det existerar en "soft" populism, där traditionella politiska handlingar kommuniceras tillsammans med populismens ideologiskt direkta relation till folket och dess suveränitet och intolerans mot etablissemang samt exkludering av vissa

särskilda grupper. Ur detta perspektiv kan populism även vara sett som en kommunikationsstil, som används av politiska aktörer för att anta rollen som folkets försvarare. Därav kan det sägas att populismen är en form av central tolkningsram för att rama in alla olika typer av frågor (Alvares & Dahlgren, 2016).

Genom att adressera populism som en tunn ideologi (Albertazzi & McDonnell, 2008), som följer en lite snävare uppsättning av idéer (Mudde, 2004), går det att applicera eller berika ideologin med tjockare, eller rikare ideologier som exempelvis socialism eller nationalism (Kriesi, 2014; Mudde, 2004) för att på så sätt skapa en mer komplett världsuppfattning (Wirth et al., 2016). Den tunna populismen följer ingen särskild färg och relaterar endast till relationen mellan folket och etablissemang. Den tjocka populismen fokuserar då på vem eller vilken grupp som är inkluderad eller exkluderad från ovan nämnda grupper (Jagers & Walgrave, 2007; Wirth et al., 2016). I linje med ovanstående resonemang, har vi i det följande avsnittet av det teoretiska ramverket valt att anta Jagers och Walgraves (2007) definition av populism som kommunikationsstrategi och som i grunden en tunn ideologi, men även deras vidare applicering av populism som tjock ideologi.

5.2 Populism som kommunikationsstrategi

Jagers och Walgrave (2007) har utvecklat en teori för att kunna definiera och identifiera populistisk kommunikation. De utgår från grundantagandet att populism i sig är en kommunikationsstrategi. De har genom att jämföra kommunikationen från ett traditionellt belgiskt parti med Vlaams Blok, ett högerextremt parti, samt en grundlig genomgång av tidigare forskning och definitioner, tagit fram en uppsättning förutsättningar för att kunna identifiera populism.

Populism består av tre element eller kriterier; den refererar starkt till folket, är starkt rotad i ett anti-etablissemang samt att folket är sett som en enhet, förutom några få som blir offer för en uteslutande politik. Jagers och Walgrave (2007) skiljer på tunn och tjock populism. Den tunna populismen fokuserar främst på folket och är i sig en förutsättning för den tjocka populismen, som refererar vidare till de två andra elementen, anti-elitism och exkludering av vissa särskilda grupper.

5.2.1 Tunn populism: folket

Jagers och Walgrave (2007) utgår ifrån att den populistiska kommunikationen uttrycker närhet till folket genom att helt enkelt referera tillbaka till folket. Genom att sätta folket först blir den implicita kommunikativa handlingen ett uttryck för folkets suveränitet och den populära viljan. I linje med demokratins grundtanke, ter det sig kanske inte så märkligt att en politisk aktör refererar till folket genom bland annat ord som folket, allmänheten, den allmänna viljan, medborgare, väljare, massan, alla. Genom att referera till folket, tycks därigenom den politiska aktören bry sig om och sätta folkets påstådda önskan först. Vidare implicerar detta även att den politiska aktören själv inte tillhör etablissemang utan vet om och ska kämpa för vad folket vill.

I denna tunna konceptualisering av populism, är populismen helt åtskild från alla typer av negativa eller auktoritära konnotationer. Tunn populism som endast refererar till folket, har ingen politisk färg och är egentligen en vanlig politisk kommunikationsform, anammad av olika typer av politiker, hela tiden (Jagers & Walgrave, 2007). Populism kan i sin renaste form, anses vara en strategi för att mobilisera stöd. Anledningen till att utgå från en tunn definition är tvåfaldig, dels att hänvisa till folket är den grundläggande kärnan av populism samt att den tunna populismen då kan fungera som en användbar förutsättning eller förval för att kunna identifiera tjock populism (Jagers & Walgrave, 2007).

5.2.2 Tjock populism: anti-etablissemang och uteslutning av särskilda grupper

När en politisk aktör i nästa steg pratar om folket och kombinerar detta med ett uttryck för anti-elitism samt en exkludering av en eller flera särskilda kategorier av folket, är det tal om tjock populism. I detta fyller den tjocka populismen konceptet och ger det en mer klassisk och restriktiv mening. (Jagers & Walgrave, 2007)

Anti-etablissemang framträder genom en vertikal distansering mellan folket och eliten. Anti-elitistiska populister tar folkets sida i kriget mot etablissemang, vars företrädare målas upp som att de lever i en drömvärld och kontinuerligt endast jobbar för sitt eget intresse. Då populismen antar en bred politisk ställning betyder detta att alla misslyckanden och problem i samhället skylls på de som styr, en politisk inkompetens och ovillighet till att förändra.

Denna vision av en styrande elit kan även appliceras på andra typer av etablissemang som partier, regeringar, ministrar men även media, journalister eller staten som helhet. Även akademien, den intellektuella eliten, kan i detta bli sedd som en del av etablissemangen tillsammans med vissa marknadsinrättningar, som stora internationella företag, kapitalister eller fackförbund (Jagers & Walgrave, 2007). I en svensk kontext och med bakgrund av Hanif Balis partitillhörighet samt politiska åsikt, kan etablissemangen i detta fall tänkas vara till exempel den styrande oppositionen, public service eller övriga aktörer på den vänstra sidan av den politiska arenan.

Uteslutning av särskilda grupper innebär dels att det inkluderade *folket* är en homogen kategori, till exempel en viss nationalitet eller en annan egenskap som förenar dem. I detta finns det därmed vissa isolerade grupper som inte delar dessa goda egenskaper och alltså inte passar in. Denna grupp står då inte vertikalt ovanför folket utan finns inom folket. Detta betyder att en viss del av populationen stigmatiseras, exkluderas och ses som ett hot eller börda för samhället (Jagers & Walgrave, 2007). Strömbäck et al. (2016) som forskat kring populism i en svensk kontext, berättar att Sverige under lång tid har varit sett som det europeiska undantaget vad gäller förekomst av populistiska partier, men att detta förändrades i och med Sverigedemokraternas inträde i riksdagen. I Sverige är populistiska inslag vanligast inom det höger- eller högerextrema spektrumet. Inom det högerextrema förekommer exkludering, som kan visas genom till exempel anti-immigration, anti-mångkultur, anti-islam eller nationalsocialism (Strömbäck et al., 2016). Som modellen på kommande sida förtydligar, fortsätter Strömbäck et al. (2016) med att benämna högerpopulismen som den kompletta formen av populism enligt Jagers och Walgraves (2007) definition.

Populismen konceptualiseras vidare av Jagers och Walgrave (2007), som en kommunikationsstrategi som används av politiska aktörer för att retoriskt tilltala folket (tunn populism) som kombineras med en vertikal och horisontell differentiering (tjock populism). Detta resulterar i, som modellen på nästa sida visar, följande fyra olika typer av populism. Den *exkluderande populismen* innebär den grundläggande referensen tillbaka till folket samt exkludering av vissa särskilda grupper. Den *kompletta populismen* innebär att alla tre element, folket, anti-etablissemang samt exkludering av särskilda grupper kan identifieras.

Den *anti-elitistiska populismen* hänvisar till folket samt anti-etablissemang. Den *tomma populismen*, innebär precis som definitionen av tunn populism, att endast folket kan identifieras som nämnare för populismen. (Jagers & Walgrave, 2007).

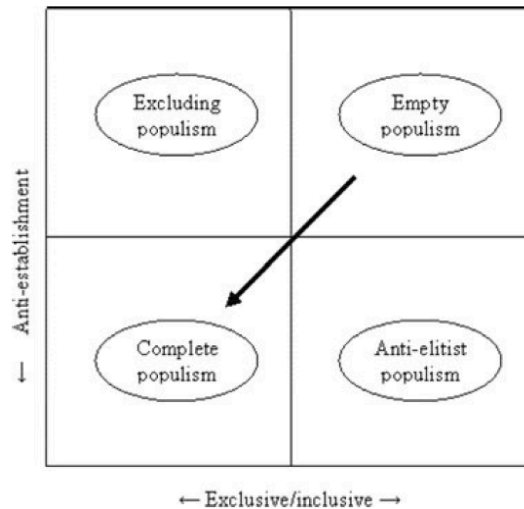


Figure 5. Types of populism.

Figur 1 (Jagers & Walgrave, 2007)

Ett ytterligare element för populistisk kommunikation, som bland annat Taggart (2004), Krämer (2014) och Moffitt och Tormey (2014) nämner, är narrativet kring den påstådda systemkollapsen eller krisen. Moffitt och Tormey (2014) går vidare i detta och säger att populism får sin drivkraft kring uppfattningen om en kris eller hotfull situation, vilket i sin tur leder till att agera omedelbart och beslutsamt. Den påstådda krisen eller systemkollapsen kan relatera till uppdelningen mellan medborgarna och dess representanter, politikerna, men kan också hänvisas till bland annat invandring, ekonomiska svårigheter, orättvisa och samhällsliga förändringar. Effekten detta får är en radikaliserings och förenkling av den politiska debatten, vilket kan återspeglas i bland annat enkelt och direkt språk (Moffitt & Tormey, 2014). Narrativet kring den påstådda krisen kan tänkas ligga väldigt nära till vad bland annat både Taggart (2004) och Engesser et al. (2017) även diskuterar som ett annat möjligt element, att populistisk kommunikation kan framträda genom att “invoke the heartland”.

Detta betyder för det första ett åberopande av en idealiserad bild av samhället, som inte är riktad mot framtiden utan snarare ett försök att konstruera vad som har förlorats i nuet eller helt enkelt “det var bättre förr”. För det andra är denna vision inte baserad på rationella tankar eller historiska fakta, utan istället djupt rotad i det känslomässiga. Populister vill med detta åberopa bilden av en plats där folket representerar kärnan i samhället samtidigt som de utesluter de marginella eller extrema (Engesser et al., 2017).

5.3 Politiska kommunikationsstrategier

För att kunna säga något om hur populismen tar sig uttryck och hur de populistiska elementen framträder, kan de populistiska kriterierna som presenterats enbart ge en begränsad förståelse. De kan ligga till grund för att identifiera populistiska inslag, men därutöver för att djupare förstå vad de populistiska inslagen faktiskt gör och består av kan det finnas ett behov av att tillämpa ytterligare forskning kring språkliga strategier. Vi ämnar genom detta förfarande vända på resonemanget och istället för att identifiera och urskilja populism från annan kommunikation, kunna urskilja vilken typ av kommunikation som används för att uttrycka populism.

För att vidare förstå populismen som kommunikationsstil räcker det alltså inte att enbart titta på vilket innehåll som tas upp, utan det krävs ytterligare dimensioner av *hur* det sägs och i vilken *kontext*. Populism som kommunikationsstil har inte nödvändigtvis någon ideologisk substans (se tunn populism 5.2.1) och kan användas som ett politiskt kommunikativt verktyg. Därmed kan det vara motiverat att granska just kommunikationens form närmare i samband med populism för att bättre förstå den som kommunikationsstil. Som behandlats i bakgrunden, ökar professionaliseringen av kommunikation inom politiken för att effektivisera förmedlingen av budskap och nå politiska mål. Det är då viktigt att förstå även populism som en möjlig strategisk politisk kommunikationsstil, som kan användas av aktörer ur ett brett spektrum av olika ideologiska utgångspunkter (Wirth et al., 2016).

Till att börja med är det viktigt att förstå vad en kommunikationsstil är. En kommunikationsstil definieras av forskaren Pels (2003) som en heterogen samling av uttryckssätt, uppförande, utseende och handlande som tillsammans bildar en symbolisk, konceptuell helhet. En kommunikationsstil använt av en politiker, kan alltså sägas bli betydande för att förmedla något annat än ren information, ett slags mervärde eller verktyg för att nå ut (Pels, 2003). Detta tycks uppmuntras i och med medialiseringen av politiken och större medial uppmärksamhet blir belöningen till de som kan använda engagerande språk och väcka uppmärksamhet i sitt sätt att uppträda (Bracciale & Martella, 2017). Med den ökade medialiseringen av det politiska landskapet, blir politiska kommunikationsstilar ett viktigt konceptuellt verktyg för att ta plats i den samtida politiska sfären (Moffitt & Tormey, 2014).

Ur ett populistiskt kommunikationsperspektiv är det därför relevant att applicera denna dimension för att förstå hur populism kan användas som en politisk strategi. Detta då populism, som konstaterats, i många fall konstrueras genom språk och handling och inte som en ideologi. Det är vidare inte alltid populistisk ideologi tar sig uttryck som en populistisk kommunikationsstil och en populistisk kommunikationsstil är inte alltid ett tecken på underliggande populistisk ideologi (Bracciale & Martella, 2017). Enligt författarna Bracciale och Martella (2017) som studerat italienska politiska aktörers kommunikation på Twitter, kan en ledare för ett så kallat populistiskt parti ägna sig åt en mer eller mindre populistisk kommunikationsstil. Det är alltså tänkbart att en populistisk aktör kan anamma andra kommunikationsstilar för att förmedla budskap, nå sina mål och mobilisera väljare. Valet av politisk kommunikationsstil kan exempelvis användas för att positionera och särskilja sig från konkurrerande aktörer (Bracciale & Martella, 2017).

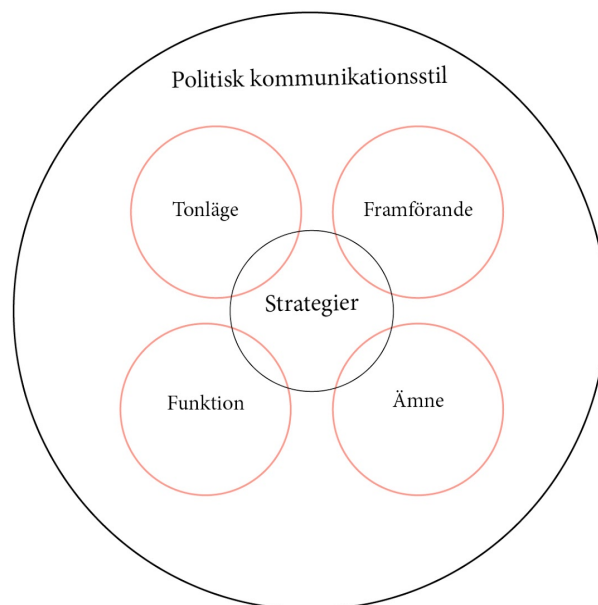
Frågan som uppstår och enligt oss fordrar viss diskussion är hur författarna menar att populistisk ideologi kan förekomma hos aktörer i sociala medier, om den inte uttrycks genom en populistisk kommunikationsstil. I ett sådant perspektiv drar man slutsatser utifrån aktören eller partiet. Därmed ligger ett aktörsfokus som grund och identifierar populismens förekomst som en samling ideologiska idéer, för att därigenom hävda att populism finns även om aktören i sin kommunikationsstil inte skulle vara populistisk. Precis som Wirth et al. (2016) gör, differentierar vi i denna uppsats mellan populism som ideologi och populism som politisk kommunikationsstil.

Ur ett rent kommunikativt perspektiv är en ideologi egentligen ingenting om den inte uttrycks. Att kunna föra fram ett ideologiskt budskap kräver kommunikation. Det förefaller som att författarna Bracciale och Martella (2017) har blandat de båda perspektiven och å ena sidan utgår från att vissa politiska aktörer är populistiska per definition, men för den delen inte tvunget använder sig av en populistisk kommunikationsstil. Det finns ett starkt behov i att vara medveten om och särskilja ett ideologiskt och ett kommunikativt perspektiv på populism (Wirth et al., 2016). Enligt en renodlat kommunikativ tillämpning kan populism inte existera i ett vakuum utan måste kommuniceras för att finnas, och därmed existerar inte sådant som populistiska aktörer om de själva inte uttrycker den. Möjligtvis kan de bli någon slags passiva representanter för populism genom att höra till ett visst parti, men inte själva räknas som aktörer om de inte också agerar populistiskt.

Eftersom kommunikationsperspektivet är i fokus i denna uppsats, kommer fortfarande det ramverk användas som Bracciale och Martella (2017) utvecklar för att definiera vad en politisk kommunikationsstil är och hur den tar sig uttryck genom olika strategier. Detta för att ramverket i sig är ett gediget hantverk baserat på tidigare litteratur kring politisk kommunikation som på ett neutralt sätt kan bryta ner beståndsdelarna i det innehåll som studeras. Enligt utgångspunkten att populism kan förstås som en ofärgad kommunikationsstil, eller strategi för att kommunicera i det medialiserade politiska landskapet, kan vi med hjälp av ramverket se vilka attribut som används inom de populistiska elementen. Vidare kan vi diskutera varför den kombination som sker är intressant, förmodat effektiv eller användbar, för att skaffa mer kunskap om populism som kommunikationsstil i en digital kontext och därmed uppfylla uppsatsens syfte. Ramverket som följer är i huvudsak definierat av Bracciale och Martella (2017), men även andra forskare som kan bidra till att öka förståelsen av ramverkets beståndsdelar kommer att lyftas in.

5.4 Ramverket för politiska kommunikationsstilar

Ramverket för att definiera en politisk kommunikationsstil förstås utifrån två huvudkategorier; *skepnad* och *innehåll*. Det är inga vattentäta skott mellan kategorierna utan de påverkar i allra högsta grad varandra, alltså *skepnad* påverkar innehållet och innehållet påverkar *skepnad*. Vidare består *skepnad* av komponenterna (1) framförande och (2) tonläge, som båda handlar om hur något presenteras och vilken roll aktören anammar. Den andra huvudkategorin, *innehåll*, kan i sin tur brytas ner i två komponenter vilka utgör (3) ämne och (4) funktion. Tillsammans är dessa fyra komponenter det som utgör den kommunikativa stilen (Bracciale & Martella, 2017) och på följande sidor kommer elementen presenteras på en mer detaljerad nivå.



Figur 2. Vår tillämpning och förståelse av politisk kommunikationsstil enligt Bracciale & Martellas (2017) ramverk.

Ovanstående modell visualiserar vår tillämpning och förståelse för hur Bracciale & Martella (2017) definierar vad som ingår i en politisk kommunikationsstil. Tonläge, framförande, funktion och ämne utgör de fyra övergripande strategierna inom den politiska kommunikationsstilen. Till skillnad från Bracciale och Martellas (2017) undersökning, syftar dock inte den här studien till att definiera en politisk aktörs övergripande stil, utan fokus kommer ligga på att undersöka hur

tonläge, framförande, funktion och ämne tar sig uttryck inom den populistiska kommunikationen. Det är därmed på en djupare och mindre övergripande nivå vi rör oss och kommer därmed kunna nå en bättre förståelse för hur strategierna ser ut i praktiken och inte bara vilka som finns i syfte att definiera en aktör.

5.4.1 Framförande

Framförande handlar om den kommunikativa handlingen, hur aktören framträder och uttrycker sig själv och sin politik. Detta kan, som diskuterats i bakgrunden med stöd av Bracciale och Martella (2017), ses som ett resultat av populariseringen av politik, där media spelar roll i hur politikern och politik framställs för att skapa lättillgänglig underhållning. Detta ger vissa ramar som politiker anpassar sig till och spelar vidare på för att dra till sig uppmärksamhet i det medialiserade samhället (Wirth et al., 2016). Sådana strategier är *delgivande* av egna känslor eller insikter, *intimitet* i form av personliga berättelser eller *informalitet* genom att anta ett direkt, enkelt och icke-insitutionellt språk (Bracciale & Martella, 2017). *Skrämseltaktik* innebär att spela på rädsla, berätta "obestridliga fakta" för att väcka intresse, alarmera och mobilisera folk på basis av negativa känslor (Alvares & Dahlgren, 2016), samt att *säga halva sanningen* (Krämer, 2014) genom att uppmärksamma specifika händelser, ibland med inkorrekt induktiv argumentation, är två andra strategier inom framförande.

Förenkling av komplexa sakfrågor eller problem samt kompletta lösningar på dessa är en annan strategi inom framförande. Att *bryta tabu* genom att ta upp kampen mot politisk korrekthet, att vara politisk inkorrekt själv eller vara först med att säga något som vanligtvis är sett som politiskt inkorrekt eller oartigt för att särskilja sig själv från etablissemangen. Dessa är två strategier som Mudde (2004), Moffitt och Tormey (2014) och även Krämer (2014) nämner som vanliga strategier inom populism. *Vulgaritet* innebär användandet av vulgärt språk för att nå "vanliga människor". Med *storytelling* menas att tala om politik med ett språk som är rikt på anspelningar, vitsar, tom retorik med syfte att hänföra eller förtrolla samtalspartners. Även saker som överdrift, ordspråk, stereotyper, klichéer och andra uttryck för populär visdom kan vara en del av denna strategi. (Bracciale & Martella, 2017)

5.4.2 Tonläge

Hur något sägs är naturligtvis också av vikt för tolkning och betydelse. Fyra tonlägen identifieras inom Bracciale och Martellas (2017) ramverk. Att ha en *aggressiv* eller *provokativ* ton innebär att det som framförs är provokativt utmanande och/eller har en radikal, offensiv inställning. Ett annat tonläge inom ramverket är *humor* eller *ironi*, vilket innebär exempelvis satir eller skämtsamma liknelser, ofta med ett underliggande, mer allvarligt syfte. Ironi inom politisk kommunikation har diskuterats tidigare av Pal et al. (2017), vilka nämner att ironi inom politisk kommunikation skapar en gemensam kognitiv miljö där en känsla av tillhörighet mellan den politiska kommunikatören och följaren uppstår, med hjälp av till exempel interna skämt. Vidare, har även Nuolijärvi och Tiittula (2010) och Lagerwerf (2007) diskuterat ironi inom politisk och offentlig kommunikation. De två sista tonlägena är det *neutrala* och *vardagliga* (Bracciale & Martella, 2017). Krämer (2014) nämner att en politisk kommunikationsstrategi dock aldrig kan vara helt symboliskt neutral, då valet att vara neutral kan förklaras genom strategiska mål och som funktion för legitimitet.

5.4.3 Funktion

Funktionsaspekten i Bracciale och Martellas ramverk (2017) handlar om att identifiera vilket syfte ett inlägg fyller och alltså bidrar till. Att *framhäva sig själv* och sina egna aktiviteter eller *framhäva eller stödja någon annan*, att *påverka agendan* genom att publicera generell politisk information och pågående händelser eller att *positionera sig själv* genom att ge uttryck för sin åsikt inom politiska problem- och sakfrågor är fyra olika funktioner som identifierats inom ramverket (Bracciale & Martella, 2017). Vidare är även *uppmaning*, *attack* mot media, meningsmotståndare, vissa grupper, etablissemangen eller det nuvarande Sverige som helhet och *ironi* i form av satir eller retoriska frågor tre andra funktioner. *Diskussionsuppmaning* innebär att direkt eller indirekt kräva svar och interaktion från exempelvis organisationer, andra politiker, media eller medborgare. De två sista är *samtal utan underliggande poäng* som skvaller eller socialt prat samt *uppdatering kring valrörelse eller kampanj*. (Bracciale & Martella, 2017)

5.4.4 Ämne

Vad aktören pratar om och vill härleda diskussionen till kan variera. Det är möjligt att ta upp och argumentera för olika saker och hur något ramar in spelar roll för hur en politiker uppfattas. Möjliga ämnen från Bracciale och Martellas ramverk (2017) är *allmän politik, sakfrågor, valkampanj, privatliv* och *samtid*.

5.5 Kommunikativa strategier inom populism

Med hjälp av Jagers och Walgraves (2007) identifierade karaktärsdrag som tillsammans utgör populistisk kommunikation genom fyra olika skepnader (figur 1, avsnitt 5.4), är det möjligt att på en grundläggande nivå urskilja populismens ansikten. Detta är en kommunikativ tolkning av begreppet och förutsätter alltså att populism kan hittas hos företrädare för olika ideologier och politiska agendor. Men vad vi egentligen kommer åt genom att enbart kryssa av förekomst av exempelvis folkliga referenser förefaller begränsat. I sin allra enklaste form är det möjligt att gå på rena ordval som "väljare" och troligen upptäcka att många politiska aktörer mer eller mindre använder i alla fall tunn populism. I detta förfarande fångas inte populismens komplexitet, utan för att nå en djupare förståelse för vilka processer som sker i skapandet av populism kommer en kombination av populismens karaktärsdrag från Jagers & Walgrave (2007) och Bracciale och Martellas (2017) ramverk användas. Genom att studera tonfall, framförande, funktion och ämne kan djupare insikt kring hur dessa strategier framträder inom populism förväntas uppnås.

Bracciale och Martella (2017) lyckas i sin studie identifiera en positiv eller negativ ton i de studerade ledarnas kommunikation på Twitter, och hävdar att de populistiska elementen oftast förekommer inom det negativa spektrumet. Studiens resultat indikerar alltså att populism inte vanligtvis uttrycks på ett glatt, bejakande eller uppmuntrande sätt. Detta är en intressant och viktig iakttagelse som vi kan bygga vidare på för att närmare utforska populism, hur den framträder och vad som går att finna inom dess ramar. Det är vidare även intressant att diskutera varför den framträder på vissa sätt och om somliga av dessa språkliga strategier är särskilt effektiva i att underbygga de populistiska elementen. På en rent teoretisk nivå, om kärnan i populism inte är ideologisk utan kommunikativ, torde den vara helt beroende av vissa sätt att uttryckas för att existera.

Alltså kan det diskuteras huruvida Jagers och Walgraves (2007) element är tillräckliga för att identifiera och förstå populism, eller om de måste bäras fram av särskilda språkliga strategier. Det negativa användandet av språket (Bracciale & Martella, 2017) kan vara en första indikation på en sådan identifiering och förståelse av populism. Visserligen kan varken vår eller Bracciale och Martellas (2017) studie dra några slutsatser om att populismen alltid uttrycks på ett visst sätt, men det kan i alla fall säga någonting om populistisk kommunikation i de studerade fallen. Med Jagers och Walgraves (2007) definition av populism samt Moffitt och Tormeys (2014) ytterligare tillägg kring den hotfulla systemkollapsen, ligger en viss förväntan att även i detta fall kunna identifiera den populistiska kommunikationen som negativ, eftersom det tycks ligga i dess övergripande natur.

6. Metod

I detta avsnitt redovisas det vetenskapliga förhållningssättet för denna studie samt hur studien har genomförts. Avsnittet avslutas med en reflektion kring de metodologiska valen som gjorts.

6.1 Vetenskapsteoretiskt förhållningssätt

För att besvara syfte och frågeställning i denna uppsats bedöms en kvalitativ metodologi vara bäst lämpad. När områden kring mänsklig kommunikation, interaktion och mening ska undersökas är det oftast motiverat att anta en kvalitativ forskningsstrategi (Bryman, 2012). Populism är som konstaterats en komplex kombination av olika dimensioner, nivåer och uttryck samt att den inte kan identifieras på samma sätt från ett fall till ett annat (Engesser et al., 2017). Det krävs alltså tolkning av kommunikation för att kunna säga någonting om ämnet. Alvesson och Sköldberg (2009), beskriver det socialkonstruktionistiska perspektivet som ett brett och mångfacetterat perspektiv, men med den utgångspunkten att verkligheten i olika grad är socialt konstruerad. En socialkonstruktionistisk ontologi är vanlig inom kvalitativ forskning och innebär att få ramar är objektivt förekommande eller för den delen statiska i sin konstruktion, utan hela tiden måste revideras och omtolkas (Bryman, 2012). Även forskaren är därmed också med och konstruerar och tolkar verkligheten (Eksell & Thelander (Red.), 2014).

Tolkning av data kan göras utifrån ett hermeneutiskt perspektiv, som syftar till att förstå verkligheten utifrån sammanhang och mänskligt beteende i dess större kontext. Hermeneutik kan beskrivas som en vetenskaplig filosofi som genom tolkning försöker undersöka människans livsvärld (Alvesson och Sköldberg, 2008). Målsättningen är att förstå den holistiska bilden, men för att förstå helheten måste vi också förstå dess beståndsdelar och för att förstå beståndsdelarna måste vi förstå helheten.

Detta skiftande i fokus mellan det större och det mindre, är utmärkande för hermeneutik (Alvesson och Sköldbberg, 2008) och kommer kunna bidra till en mer mångbottnad analys av populismens karaktär i insamlad empiri.

6.2 Kvalitativ innehållsanalys

En av de mest tillämpade metoderna för att analysera dokument är kvalitativ innehållsanalys (Bryman, 2012). Detta innebär ett tillvägagångssätt där forskaren söker efter underliggande teman och mönster i texten. Innehållsanalysen lämnar utrymme för såväl induktivt som deduktivt sökande av teman, det vill säga att det är troligt att någon slags ramverk används som utgångspunkt, men begränsar inte uppkomsten av nya spår under analysens gång. Detta innebär ett reflexivt förfarande mellan teori och analys och kan i vårt fall tillåta utforskandet av Bracciale och Martellas (2017) kategorier, samtidigt som eventuellt andra karaktärsdrag inom ramen för populism kan tänkas träda fram. Målet är alltså att inta ett ledigt förhållningssätt till de teman som används initialt och inte låsa tolkningen vid enbart dessa.

6.3 Det empiriska exemplet - Hanif Bali

För att inhämta empiri till att genomföra den kvalitativa innehållsanalysen, har valet gjorts att studera inlägg från Hanif Bali, som introducerades i inledningen. Han är en moderat riksdagspolitiker som fram till alldeles nyligen satt i partistyrelsen samt var aktiv och uppmärksammad på Twitter. En reflektion kring varför just detta empiriska exempel valts finns under metodreflektion i kommande avsnitt (6.6).

6.4 Datainsamlingsmetod och urval

Inom all forskning krävs en fas av reducering och kondensering av den data som ska användas, då det är i urvalet analysen börjar (Bryman, 2012). På Twitter sparas de senaste 3200 inläggen och det är dessa som utgjort den grundläggande urvalsramen för insamling av digital empiri. Dessa är från perioden januari till och med mars 2018.

Av dessa 3200 inlägg, var det 18% (576 st) (Socialbearing, u.å) som var ett initierande inlägg av Bali, alltså inte ett direkt svar på någon annans tweet eller en ren retweet (delning av någon annans inlägg). Valet har gjorts att avgränsa urvalet av data till endast de inlägg som Bali själv initierat, då dessa är de mest innehållsrika samt förmedlar en klarare bild av kommunikationen. Det ska dock sägas att dessa inlägg fortfarande innehåller en dynamik och inte bör ses som en enkel envägs kommunikation, då logiken på Twitter innebär att avsändaren ofta deltar i en diskussion kring något större och indirekt kommenterar på andras repliker och inlägg. Återigen är det här ett argument för varför kvalitativ tolkning fordras, då ett helhetsperspektiv krävs för att förstå språk och budskap i dess kontext.

Av dessa 576 inlägg, valdes sedan 86 inlägg ut som enligt den tunna populismens definition, på något sätt refererar tillbaka till eller pratar till *folket*, antingen genom direkt referens eller i kontext. Detta innebär ett strategiskt urval (Bryman, 2012) och är motiverat eftersom forskningsfrågan syftar till att undersöka språkliga strategier inom populism och inte Balis generella kommunikation, person eller politiska roll. Det är därför ett första och nödvändigt steg att göra en initial utvärdering av ovan nämnda 576 tweets, och tolka utifrån populismens minsta gemensamma nämnare. Ord och kontext som i detta första skede användes för att scanna av vilka inlägg som torde kunna tolkas in i den tunna populismen var exempelvis: folk, medborgare, människor, Sverige, vi, ni, land, befolkning, svensk och skattebetalare. Vad som kan tilläggas är att det under datainsamlingsprocessen även scannats efter saker som i kontext kan tolkas in till att kommunikationen går folkets ärende, eller helt enkelt implicit sätter folkets vilja först. Detta kan inte alltid utläsas i kodord och kan naturligtvis uppfattas olika beroende på vem som tolkar. Det ligger i populismens natur att vara svårdefinierad och te sig olika beroende på sammanhang, varför utrymme för tvetydighet kan accepteras och vissa inlägg förstås som referenser till folket först utifrån den större bilden. Till exempel:

Klä ut sig till prinsessa - Helt ofrivilligt, det är vita köttätande mäns indoktrinering och förväntan på annars könlösa varelser. *Hijab vid 9 års ålder pga arabisk doktrin från 600-talet* - Käften rasist, fritt val. (Bilaga 1:39)

Inlägget kan i sin helhet tolkas till att Bali menar på att det, enligt vissa, är patriarkatet (vita köttätande män) som indoktrinerat flickor till att vilja klä sig i klänning och att det i och med feminismen är detta något som kvinnor bör frigöra sig ifrån. Medan när det gäller hijab enligt islamsk tro är man rasist om man påpekar att det inte skulle vara ett fritt val. Med detta tolkas att Bali vill representera den grupp som i offentligheten eller samhället ofta blir attackerade (vita köttätande män/patriarkatet) och samtidigt exkludera muslimer och feminister (vänstern/etablissemangen).

6.5 Kodningsmetod

Som tidigare nämnts har denna studie utförts med hjälp av en kvalitativ innehållsanalys. Inom innehållsanalys som metod finns det möjlighet till att antingen göra en tydlig eller latent analys av data (Bengtsson, 2016). Eftersom denna studie har ett kvalitativt tillvägagångssätt som syftar till att ge en djupare förståelse är den valda metoden latentanalys, som försöker se “vad som var tänkt att sägas”. I sin artikel, presenterar Bengtsson (2016) hur en kvalitativ studie kan planeras och utföras med hjälp av en innehållsanalys. Analys- eller kodningsmetoden består av fyra huvudsteg: (1) dekontextualisering (2) rekontextualisering (3) kategorisering och (4) sammanställning. Dessa steg inkluderar för det första förtrogenhet och känsla av sammanhang och för det andra att bryta ner kontexten till mindre meningsenheter, eller i det här fallet de utvalda inläggen.

Vid ankomst till det tredje steget används här en abduktiv kodningsprocess. Detta innebär en blandning mellan det deduktiva och induktiva förfarandet och innebär att forskarna kan utveckla koder under processens gång om sådana uppstår, men även använda sig av vissa motiverat förvalda (Kvale & Brinkmann, 2014). I detta fall utgörs förvalda koder av Jagers och Walgraves (2007) definition av populism samt från Bracciale och Martellas (2017) ramverk som behandlats i teorin. I ett första steg har de inlägg som valts ut från Balis Twitter, utifrån kriteriet tunn populism, analyserats enligt kodningsschemat som exemplifieras på nästa sida (se bilaga 1 för hela schemat). Kodningsschemat är baserat på Bracciale och Martellas (2017) ramverk som behandlas i teorin.

Ramverket tillhandahåller en utförlig grund för att kunna specificera vilka strategier som faktiskt förekommer inom den studerade populistiska kommunikationen, samt en överblick över vilka strategier som är mest framträdande. Utöver ramverket har även en egen dimension lagts till som kallas *riktning* för att avgöra vilket eller vilka element av populism som inlägget innehåller och om det rör sig om mer än den redan identifierade tunna populismen.

1	Inlägg	Riktning (populism)	Framförande	Tonläge	Funktion
2	”Lövin tycker att det är tråkigt att vi pratar så mycket om våldtäkter, gängkriminalitet och skjutningar, istället vill hon att vi ska prata om plast i havet och biologisk mångfald.”	Anti-etablissemang Exkludering	Skrämseltaktik Förenkling	Ironi / humor	Attack Påverka agendan

Figur 3 - Kodningsschema (hittas i sin helhet i bilaga 1)

Som nämnts gjordes det redan i urvalsprocessen ett val att samla in det material som senare skulle analyseras, utifrån den minsta gemensamma nämnaren för populism, folket. Genom att göra detta urval i det allra första steget, följde insikten att de olika strategierna inom *ämne* som radats upp i Bracciale och Martellas (2017) ramverk inte tjänar någon funktion i det som denna uppsats syftar till att undersöka, därav plockades denna ur i den inledande analysen. Genom att strategiskt välja ut inlägg utefter det populistiska elementet, folket, samt att denna uppsats har ett kommunikationsfokus och inte ett aktörsfokus, förefaller det naturligt att de inlägg som identifieras på något sätt relaterar till politiska frågor och inte till exempelvis aktörens privatliv eller kampanj. Vidare ansågs distinktionen mellan allmän politik och sakfrågor som diffus då det i många fall är svårt att avgöra vad som är vad. Det var även två olika koder inom *funktion* som inte upptäcktes, *uppdatering kring kampanj* samt *samtal utan underliggande poäng*, något som också relaterar till ovanstående argumentation kring det strategiska urvalet.

6.6 Metodreflektion

Empirin i denna undersökning inhämtades genom att studera virtuella data. Virtuella data måste utvärderas med följande fyra kriterier i åtanke; äkthet, trovärdighet, hur representativt det är samt med en viss förståelse för att språket som används online kan skilja sig från språk i andra kanaler (Bryman, 2012). Det empiriska exemplet är strategiskt valt för att det med tanke på parametrar som Medieakademiens maktbarometer (2017), medieuppmärksamhet (Dackevych, 2018; Malm, 2018) och kontroverser (Hadley-Kamptz, 2017) anses kunna ha förutsättningar för att identifiera populistiska inslag. Därutöver och i förhållande till uppsatsens syfte, är mediet Twitter motiverat att hämta data från med tanke på dess lämplighet för populismens kommunikativa karaktärsdrag (Bartlett, 2014). Twitter som källa faciliterar en god transparens då mediet är öppet för alla och inläggen är offentligt publicerade och daterade. Med den strategiska urvalsmetoden i åtanke, där inlägg i ett första steg har plockats utifrån tunn populism, kommer inte analysen dra några generella slutsatser gällande en politisk aktörs kommunikationsstil som helhet och detta är heller inte syftet. Den inhämtade empirin kommer alltså inte vara representativ för Bali som fall, men däremot kunna exemplifiera populism i en digital kontext. Ett liknande urval hade kunnat göras utifrån en annan aktör för att inhämta empiri, vilket bidrar till uppsatsens reliabilitet då kodningsmetoden inte är anpassad efter ett specifikt fall utan skulle kunna användas igen för fortsatta studier i ämnet (6 & Bellamy, 2012).

Generellt kommer inga slutsatser kunna dras gällande populistisk kommunikation som helhet, då det skulle kräva komparativa studier där populistisk kommunikation ställs mot andra strategier. Resultaten kommer alltså inte kunna säga om det som identifieras är unikt för populism, däremot kommer de exemplifiera strategier som används för att kommunicera populistiskt samt hur dessa används i detta fall. Vid kvalitativ tolkning som utgångspunkt är forskarna en stor del av analysen och kommer bidra till att konstruera resultatet (Eksell & Thelander (Red.), 2014). Det är därmed möjligt att andra forskare hade tolkat informationen annorlunda och kunnat identifiera avvikande mönster inom den populistiska kommunikationen. Även ett större urval av empiri skulle hypotetiskt kunna leda till andra upptäckter och förekomsten av fler språkliga strategier (Kvale & Brinkmann, 2014), även om kategorierna ansetts mättade i denna analys.

7. Analys

I dagens läge saknas det i litteraturen exempel och skildringar över hur och på vilket sätt populistiska strategier förekommer. Därför kommer vi att i första delen av denna analys besvara detta i ett mer deskriptivt format. Genom att titta på hur begreppen, genom exempel, tar sig uttryck kan djupare kunskap bortom det rent teoretiska planet nås. Efter den deskriptiva analysdelen fortsätter en mer djupgående analys där vidare resultat samt eventuella samband analyseras genom tematisering av framträdande upptäckter.

7.1 Populismens kommunikativa uttryck

Resultatet i det första steget visar att exempelvis ironi eller humor, aggressivitet, skrämselfaktik, förenkling, storytelling och attack är de strategier som dominerar i de undersökta inläggen. Detta visar sig också överensstämma med Bracciale och Martellas (2017) resultat där populistiska inslag i högre utsträckning befinner sig inom ett negativt spektrum och rösten som hörs i de analyserade inläggen i detta fall återkommande förmedlar skräckscenarier och anklagelser, med ett aggressivt eller raljerande tonfall.

De identifierade strategierna förekommer ofta, enskilt men också gärna i kombination med varandra, och genomsyrar inläggen. Att somliga strategier kan tolkas som mer framträdande än andra är inte bara en fråga om kvantitet utan också om att många av de mer neutrala inläggens underton, mot bakgrunden av tidigare inlägg och utspel, alltid framstår med en viss laddning. Det ska också sägas att inlägg av mer neutral karaktär hör till ovanligheterna (se bilaga 1).

Att enbart lämna analysen med resultatet av ovan funna strategier skulle dock inte bidra till någon direkt djupare kunskap utan snarare ett konstaterande i linje med tidigare forskning. Uppsatsens syfte är därutöver att undersöka närmare hur strategierna som förekommer inom populismen används, där en mer kontextuell tolkning krävs för att utläsa inlägget i sin helhet.

Hur storytelling, ironi, attack och övriga funna strategier kan se ut inom den populistiska kommunikationen, kommer därför att analyseras med hjälp av beskrivande exempel i följande avsnitt. De inlägg som valts ut har ansetts vara representativa för det övergripande resultat som analysen för med sig.

7.2 Den tjocka populismens kommunikativa karaktär

Den tjocka populismen definieras av främst två egenskaper som beskrivits närmare i avsnitt 5.2.2. Dessa två är anti-etablissemang och exkludering av särskilda grupper. I de inlägg som analyserats genom den tunna populismens definition, har populismens tjocka karaktärsdrag hittats i princip alla inlägg, antingen fristående eller i en kombination. Kommande inlägg är fem exempel på där de antingen de hittats fristående eller i en kombination, tillsammans med en förklaring gällande varför den tolkningen har gjorts. Första exemplet visar på elementet anti-etablissemang.

Hej,@SR_StudioEtt, har ni ens sett filmen ffs? Har ni även tagit del av undersökning efter undersökning - forskning efter forskning som visar att medborgare slutar engagera sig kring politik ju mer medier fokuserar på form?Har vi nått Nirvana och fått slut på sakfrågor? (bilaga 1:28)

Tolkning kring anti-etablissemang har här främst gjorts i och med hänvisningen till Twitterkontot SR_studioEtt, som är en del av public service och alltså tillhör etablissemangen enligt Jagers och Walgraves (2007) definition. Hänvisningen tillsammans med kritiken mot hur de utför sin journalistik gör således att slutsatsen om anti-etablissemang kan dras. Som det undre exemplet visar, kan även uttryck för anti-etablissemang påtalas genom ett angrepp mot den politiska korrektheten, att man i detta samhälle inte får säga vad man tycker.

Tänkte skriva ett skämt om OCD men sen kom jag på att någon kan bli upprörd för att dens kusins jobbarkompis har en granne med diagnosen. Hursomhelst stolt över mitt mästerverk (bilaga 1:48)

Nedanstående inlägg exemplifierar exkludering av särskilda grupper.

Det finns t.o.m egoistiska skäl att bry sig - tror ni verkligen att problemen kommer stanna ”där borta”? Och väl när de spritt sig till där du bor - tror du att det kommer vara lätt att åtgärda när problemet har grott sig fast? (bilaga 1:33)

Tolkningen av exkludering av särskilda grupper ligger något mer latent. I detta inlägg har exkluderingen tolkats i problem kommer stanna “där borta”. “Där borta” kan då ses som ett exkluderat problemområde, som den övriga massan inte vill ha att göra med. Det undre exemplet påvisar, genom en ironisk attack, att låta en individ stå för exkludering av en hel grupp. Speciellt frasen “Tack för att du valde Sverige!” påvisar tydligt att individen samt de som delar hans egenskaper, inte är välkomna.

”Knulla din syster och din mamma”, ”din mamma är en hora” etc etc. Antar att BBC släppte min intervju på en översättning på BBC Persian precis. Kan vi ha en kurs på HVB-hemmen så folk lär sig nya förolämpningar iaf? Börjar bli tröttsamt. Men men. Tack för att du valde Sverige! (bilaga 1:20)

Inlägget nedan beskriver anti-etablissemang och exkludering i kombination.

Centerpartiets partistyrelse har uteslutit Ebtisam Aldebe nu, sisådär 12 år för sent. En mindre islamist i våra styrande församlingar är en seger. Nu får vi inte glömma de som finns kvar, bla Mohammed Tamsamani (MP). (Mitten, rutig skjorta bredvid Rashid Musa) (bilaga 1:72)

Anti-etablissemang och exkludering som enligt Jagers och Walgrave (2007) är den helt kompletta formen av populism. I ovanstående inlägg tolkas anti-etablissemang som kritiken mot Centerpartiet (som en del av etablissemang) genom uttrycket “12 år för sent”. Exkluderingen hittas genom “en mindre islamist i våra styrande regeringar är en seger” samt att det fortfarande finns fler kvar. Vidare, kan följande inlägg även detta ses som ett exempel på den tjocka populismen, genom ett ironiskt slag mot civilsamhället och integrationen.

Ah, mysigt att se tröjor från göteborgska knattelag bäras av terrorister. Tänk va mycket civilsamhället kan tillföra till integrationen. Idlib har nog aldrig varit mer göteborgskt. Det är integration det. (bilaga 1:43)

Utöver de övergripande populistiska riktningar som redovisats på föregående sida, ska inläggens beståndsdelar brytas ner och analyseras vidare utefter Bracciale och Martellas (2017) ramverk för kommunikativa strategier. Inom detta faller alltså frågan om hur populismen uttrycks, med vilket tonfall och i vilken funktion.

7.3 Framförande

7.3.1 *Skrämseltaktik*

En av de funna strategierna inom kategorin framförande är återkommande skrämseltaktik. Skrämseltaktik innebär exempelvis att spela på rädslor och alarmera för att skapa reaktioner. I ett inlägg skriver Bali:

Ett Sverige utan frekventa bombattacker mot polis är en idyll som aldrig funnits. (bilaga 1:5)

Detta målar upp en negativ bild av verkligheten, ett starkt uttalande om en dyster och våldsam samtid. Påståendet kan enkelt tolkas som överdrivet, då ordval som “aldrig” och “frekventa” skapar en definitiv, odiskutabel sanning.

7.3.2 *Förenkling*

Att erbjuda snabba lösningar på komplexa problem eller förenkla sakfrågor är en annan strategi som kan utläsas i inläggen. En variant av förenkling som förekommer ser ut såhär:

Hade vi inte en såhär utredning precis? Går ju att snabbfixa problemet. Stoppa inflödet:

- Har du skulder till kronofogden får du ej regga en till bil.

Stoppa beståndet:

- Har du skulder till kronofogden får du ej besiktiga mer än en bil.

Done.” (bilaga 1:7)

I detta fall reduceras ett problem till två förslag på lösningar som inte tar hänsyn till andra försvårande aspekter av situationen. Genom förenklingen dumförklaras även rådande politik (anti-etablissemang) då lösningen framstår som självklar för den oinsatte.

En annan variant av förenkling är hur statistik och information ställs mot varandra för att förklara ett fenomen. Exempel:

På tio år har Solna minskat sina kostnader för socialbidrag med 44% och samtidigt ökat sin befolkning med 26%. 80% av befolkningsökningen har varit invånare med utländskt bakgrund. Tackem? Jo, att vi får pynta MER för Malmö och Göteborgs ”bidrag över disk”-policyn. (bilaga 1:16)

Detta leder till en vilseledande retorik när en slags “orsak och verkan” mellan Solna och Malmö skapas, fast de två nödvändigtvis inte har med varandra att göra. Inlägget sammanför olika ämnen, tagna ur sin kontext, förenklade och ihopsatta för att servera en förklaring.

7.3.3 Säga halva sanningen

Inte långt ifrån förenklingen ligger strategin att utelämna information och enbart säga utvalda delar av en händelse. Det kan skapa kraftfulla, häpnadsväckande argument som i fallen nedan.

S-tideräkningen började 2015. För oss hedningar med en annan tideräkning: 1998: 16 bränder. (bilaga 1:35)

Åka till IS = max 2 år. Driva sajt där folk delar Pelle Kanin = 6 år. Sverige <3 (bilaga 1:45)

I det första citatet anspelar inlägget på att Socialdemokraterna rapporterar om minskade antal bilbränder. Varpå Bali vill göra gällande att antalet bilbränder fortfarande är högre än det var 1998 och att Socialdemokraterna medvetet blundar för detta faktum.

Detta är alltså en specifik händelse som uppmärksammas och används för att dra slutsatsen att Socialdemokraterna ignorerar den långsiktiga utvecklingen, och Bali bortser från det faktum att det kan ligga en större och mer komplex bild bakom uttalandet samt en annan intention från Socialdemokraternas sida.

I det andra citatet ställs ett kontroversiellt laddat ämne, IS-terrorism, mot något oskyldigt, en barnbok, varvid en inkorrekt och induktiv argumentation förs. Dessa påståenden ligger långt ifrån en tillräckligt ingående analys av lagboken, men fyller en spektakulär funktion i det lilla som presenteras.

7.3.4 Storytelling

Att berätta i bildspråk, genom överdrifter eller allegorier, är en för många välkänd metod för att föra fram budskap och väcka åhörarens känslor. Storytelling som den ser ut inom populistisk kommunikation, i detta fall, kan anta många av dessa olika skepnader; både som överdrifter och bildspråk eller som rena humoristiska berättelser. Den senare varianten av storytelling illustreras i citatet nedan, använd i syfte att angripa etablissemang:

Saker som inte är explicit definierade i lagen heller: kasta ut folk ur en helikopter, katapulterna folk ur en trebuchet, slänga in folk i stora torktumlare. Vi måste bli lite mer kreativa när vi skriver lagar så de stackars domarna slipper använda omdömet. (bilaga 1:71)

Storytelling-strategin kan också framträda genom mer dystopiska berättelser ur och om verkligheten, exempelvis:

När en skola är som bäst - lyckas den enbart producera 29% gymnasiebehörighet. Jag besökte kronan för några år sedan och vet att de gör ett fantastiskt arbete givet deras elevunderlag. Men utfallet är katastrofalt för samhället. (bilaga 1:85)

Här är alltså användandet av storytelling snarare en metod för att belysa ett problem, påverka agendan och skapa en känsla av igenkänning hos "folket", medan den första varianten raljerar över etablissemangets inkompetens.

Exemplen illustrerar alltså två olika användningar av storytelling inom populism, som beroende på i vilken kombination med andra strategier den förekommer, uppfyller olika funktioner.

7.3.5 Bryta tabu

Sverige är magiskt. Å ena sidan beskylls varenda problem på socioekonomi - å andra sidan är det även ett brott mot Värdegrunden™ att påpeka socioekonomiska problem, eller ännu värre påstå att de förvärrats i vissa geografiska områden. (bilaga 1:27)

I citatet ovan uttrycks en protest mot ett upplevt tabubelagt ämne ("... å andra sidan är det även ett brott mot Värdegrunden™ att påpeka socioekonomiska problem") i kombination med en känga mot etablissemangets "värdegrund". Den politiska korrektheten kritiseras och bidrar till att skapa en ökad känsla av samhörighet med "folket". Det förefaller som att Bali även indirekt säger att "jag kritiserar det faktum att jag inte får kritisera det här", och för därmed även fram sin ståndpunkt i den tabubelagda frågan.

7.3.6 Vulgaritet

Vulgaritet förekommer stundvis i inläggen där angrepp och attack är i fokus. Vulgaritet är en språklig handling och kan tolkas som verklighetens oklädda ord i de fall andra strategier behöver förstärkas. Exempel:

Det är ganska märkligt. Har sett en längre tendens med denna attityd i Sverige. Vi uppmanas av tyckonomer att ge fan i vår nästas problem. - Vad har ändrats förutom priset på vin? Äsch, brinner din julgran eller? Är det dig de skjuter på dig eller? Har din bil brunnit? (bilaga 1:30)

Att vara vulgär innebär här både användandet av svordom och öknamn. Det skulle vara lätt att anta att populismen passar bra med just ett vulgärt språk, då det kan gå väl ihop med populismens alla dimensioner: för att gå till attack mot etablissemang, exkludera grupper eller ansluta sig till folket genom ett vulgärt uttryckssätt. Visserligen förekommer vulgära utspel bland inläggen, som exemplet ovan, men det är långt ifrån den mest framträdande strategin.

Användandet av tidigare presenterade strategier tycks i det här fallet viktigare i bärandet av populismen, kring vilket en vidare analys kommer föras längre fram.

7.4 Tönläge

7.4.1 Ironi eller humor

Ytterst påtaglig är den ironiska ton med vilken inläggen skrivs. Denna pendlar stundtals från dräpande sarkasm till skojfrisk humor eller torra skämt, och tar sig alltså många olika uttryck.

Idag ägnar vi en tanke åt de "utsatta barnen" från Marocko. Men vi får inte ej glömma att även ägna en tanke åt titanryggarna i Svea hovrätt som dömde de 20-åriga våldtäktsmännen från Fåfången som 16-åringar. (bilaga 1:10)

Bracciale och Martella (2017) för ingen exakt definition eller resonemang kring tonläget de klassar som ironi eller humor, men det tycks i detta fallet vara en av de mest förekommande strategierna, i många olika skepnader. I citatet ovan används ironi både för att attackera etablissemånet och exkludera en särskild grupp. Det kan dessutom utläsas en referens till en längre batalj som utvecklats till ett internskämt mellan Bali och hans följare. I tidigare inlägg refererar Bali till domare som "syltryggar", en direkt kritik mot rättsväsendet och vissa domslut:

Vad är det för jävla syltryggar som sitter i domstolarna? Det är bortom mig hur grovt vapenvåld sedan 1996 med flit varit häktningsbefriat. (Bali, 2017)

Detta väckte dock starka reaktioner kring ordvalet, och Bali i egenskap av moderat riksdagsledamot ifrågasattes (Nilsson, 2017). Efter mediastormen använder han genomgående istället ordet "titanrygg" (ovan), vilket utifrån kontexten kan tolkas som en obstinat protest och ironisk anpassning till det politiskt korrekta. Begreppet är en överdriven och håfull gest, men kan i sig inte kritiseras på samma sätt som syltrygg eftersom Bali duckar med hjälp av ironi. Det kan dock antas att de flesta läsare känner till sammanhanget och "titanryggens" egentliga innebörd vilket gör att det både skapas ett starkare band till följarna (folket) samt ett slagkraftigt kommunikativt vapen.

En annan typ av ironi med humoristisk underton är citatet nedan. Här är inte strategin använd för att gå till attack och kritisera utan snarare göra sig rolig över en situation och poängtera sitt eget icke-ansvar.

Min hatsvans storlek verkar ha sänkt deras hemsida. Förlåt. Jag tar fullt ansvar för min hatsvans surfande. (bilaga 1:84)

7.4.2 Aggressiv eller provokativ

Aggressiv eller provokativ är också en till viss del flytande skala från den mer subtila provokationen till direkt uttalad aggression. I citatet nedan kläds inte orden, varken i form av ironi eller sakligt presenterad statistik, utan uttrycker rätt fram missnöje för att problematisera kring ett ämne. Den retoriska frågan avslutningsvis är konfrontativ med en svordom och förstärker än mer budskapet.

Så länge det inte är stök i min skola så är det ”svartmålning” att prata om stök i skolan, så länge min bil inte brinner är det ”svartmålning” att prata om bilbränder, så länge min dotter inte påtvingas slöja är det ”svartmålning” att prata hedersförtryck. Vem fan vinner på det? (bilaga 1:32)

Rösten som hörs är arg, uppiggande, använder upprepning och antyder att etablissemang inte pratar om det vanliga folkets problem. Tillsammans med ironi, som det förs ett vidare resonemang kring i den senare mer djupgående delen av analysen, är detta det mest framträdande tonläget som har kunnat identifieras tillsammans med de populistiska elementen. Detta tyder, i linje med Bracciale och Martellas (2017) resultat, att detta tonläge är en grundläggande strategi inom populismens kommunikativa uttryck. Med tanke på populismens kritiska hållning till etablissemang samt vissa exkluderade grupper, ter det sig inte helt oväntat att just det aggressiva tonläget framträder för att påvisa dessa element. Genom den inledande analysen som genomförts kan det dock resoneras kring att en möjlig distinktion mellan aggressiv och provokativ som tonlägen i framtiden skulle kunna göras. Detta för att nå en mer nyanserad bild av hur populismen kan framträda, då aggressiv och provokativ kan tänkas ligga relativt långt ifrån varandra i det kommunikativa uttrycket.

7.4.3 Neutral och vardaglig

Stundtals händer det att en mer neutral ton infinner sig i inläggen. Detta i fall då Bali refererar till något eller någon annat, troligtvis med avsikt att det hänvisade kan tala för sig själv och inte bör eller behöver förstärkas av ett visst tonfall.

I Sverige har vi kobalt-fyndigheter. Men de förekommer tillsammans med uran. Nu vill MP totalförbjuda den typen av mineralutvinning helt. Här är alternativkostnaden: (bilaga 1:47)

I citatet länkas en film som visar arbetande barn i koboltgruvor, och som argumentationen vill göra gällande att Miljöpartiet därmed stöttar. I det här fallet kan tonen alltså tolkas som mestadels neutral och framställer avsändaren som saklig i sin presentation av fakta. Dock ska påpekas att även om tonen i sig är neutral, är inlägget inte fritt från andra strategier (Krämer, 2014). Vid en direkt anblick gör den neutrala tonen att övriga strategier blir något maskerade men tidigare nämnda förenkling eller att säga halva sanningen kan naturligtvis gälla även i detta fall. Precis som med det neutrala tonläget, är även det vardagliga mindre framträdande än de övriga. Detta är ett väntat resultat med tanke på det strategiska urval som gjorts utifrån den tunna populismens gemensamma nämnare vilket redan där, exkluderar många möjliga vardagliga inlägg genom sitt politiska fokus.

7.5 Funktion

7.5.1 Attack

En attack som funktion innebär att inlägget är menat att provocera eller attackera andra, exempelvis meningsmotståndare i form av både organisationer och enskilda personer. Vidare kan attacken även ses som en naturlig del av den tjocka populismen från Jagers & Walgraves (2007) definition, i starka uttryck av anti-etablissemang eller exkludering av särskilda grupper. I följande inlägg exemplifieras detta:

Batikmagiker som "Emma" är ju tumejfan stående trojanska hästar och risker för rikets säkerhet. Varför ställde inte@Arbetaren dessa kritiska frågor när Putilov jobbade för dem? (bilaga 1:49)

I inlägget påvisas hur Bali attackerar "Emma" genom att kalla henne batikmagiker samt likna henne och andra vid trojanska hästar som utgör ett hot mot rikets säkerhet. Samtidigt attackerar han tidningen Arbetaren, som är en del av SAC syndikalisterna, ett socialistiskt fackförbund (Mägi, 2009). Precis som tidigare nämnt i resonemanget kring det aggressiva tonläget, kan ungefär samma liknelse dras till denna funktion, att populismen i sig lever på en kritik av rådande samhälle och att då attackera detta blir en självklar kommunikativ strategi. Hur attackerna kommuniceras är något mer intressant i sammanhanget, då de, i detta fall, innehåller många ironiska referenser, som i exemplet ovan. Ironin är ett tema som tolkas som genomgående och kommer därför utvecklas vidare i den djupgående analysen i avsnitt 7.6.1.

7.5.2 Påverka agendan

För en politisk aktör eller opinionsbildare ligger naturligtvis en stor del av intresset i att driva vissa frågor till diskussion och föra upp dem på agendan. Huruvida något sådant faktiskt lyckas går inte att se i att enbart titta på inläggets innehåll, men beroende på vad som sägs och hur det sägs kan tolkningen göras kring om inläggets syfte är att påverka. Inlägg som rör sakfrågor, tar upp påstådda felaktigheter och kritiserar status quo har i den här analysen tolkats kunna fylla en agendafunktion.

Idag är det nästan omöjligt utan tekniska hjälpmedel att kunna granska och hålla koll på domar. Det är därför jurister använder sådana tjänster. Rätten att "smälta in i massan" efter avlagd dom något som skapats av vår ökande befolkning (bilaga 1:59)

I inlägget som citeras ställer Bali (det hederliga) folkets intresse och rätt i kontrast mot de dömdas (de exkluderades) rätt att "smälta in i massan". Genom att ställa två grupper mot varandra skapas en konflikt som väcker frågor till diskussion och lyfter upp ämnet i rampljuset. Genom att lägga an en konflikt uppmärksammar Bali inte bara frågan, utan skapar också förutsättningar för läsaren att reagera på informationen. Det är både möjligt och troligt att ett starkare emotionellt engagemang hos läsaren också leder till en större chans till påverkan av agendan, sett till medias nya logik och villkor för att höras (Engesser et al., 2017).

7.5.3 Framhäva sig själv eller någon annan

Funktionen med vissa inlägg kan vara att lyfta fram den egna personen, politiken eller någon annan individ. Skillnaden mellan tidigare beskrivna attacken och att lyfta fram någon annan, tolkas initialt som att det senare sker i positiv bemärkelse för att antingen själv framstå sympatisk och storsint, eller för att den framhävda har något som med fördel kan införlivas i den egna kommunikationen. Ett sätt att sola sig i någon annans glans, eller vinna allierade.

De positiva inslagen är dock som konstaterats få inom den populistiska kommunikationen (Bracciale & Martella, 2017), så även i fallet med denna undersökning. De framhävanden som kan identifieras är lustigt tvetydiga och långt ifrån odelat positiva, som illustreras i följande citat:

Håll i er nu. Jag ska hylla en sosse. Tycker@soffångbg landar helt rätt i att förvägra islamistiska extremister en kommunal plattform. Var gränsen exakt går är svårt - men vi kan enas om att terrorförsvare är långt bortom den gränsen. (bilaga 1:83)

Här hyllas visserligen en politisk opponent för sitt resonemang i en särskild fråga, men hyllningen inleds med det dräpande och insinuerat komiska i det faktum att inlägget kommer prata om en socialdemokrat i positiv bemärkelse. Det blir en hyllning och en känga på samma gång och Bali visar på både avståndstagande och triumf genom kombinationen av strategier. Även när Bali ämnar framhäva sig själv sker det inte i något direkt positiv kontext eller trevlig bemärkelse utan snarare genom att rikta kritik mot andra.

Alla medborgare har rätt att kritisera journalister och media, men hot mot enskilda publicister och journalister är avskyvärt - något som också är avskyvärt är att försöka göra gällande att jag vore av en annan åsikt. (bilaga 1:55)

Bali framhäver alltså sin egen ståndpunkt i frågan och att han tar avstånd från sådant som våld och hot - men inte genom att framställa sig i en mjuk och kärleksfull dager utan snarare genom en offensiv strategi. Ordvalen är hårda och tonfallet aggressivt. Enligt studien detta ramverk bygger på (Bracciale & Martella, 2017), är framhävande av sig själv eller någon annan definierat som en strategi inom det positiva spektrumet, och alltså inte vanligt förekommande tillsammans

med populism. Det är vanligare som en strategi för att skapa sympatier och popularitet hos allmänheten för den politiska aktören och berör oftast mindre kontroversiella ämnen (Bracciale & Martella, 2017). Det tycks dock som att det i Balis fall förekommer självupplyftande inslag av en annan (negativ) karaktär, som bevisligen florerar även inom populismen. Detta hör visserligen inte till den vanligaste funktionen bland de analyserade inläggen, men är fortfarande en intressant användning av strategier i sammanhanget.

7.5.4 Ironi

Vet ni hur mycket det kostar att helförsäkra sin bil i förorten? Prova jämföra en bilförsäkring för en bil som boende i en hyresrätt i rosengård jämfört med en liknande försäkring för en villasubbe i Staffanstorp. (bilaga 1:29)

Den ironiska funktionen blir till skillnad från tonfallet ironi aktuell när det är frågan om att måla upp en slags samhällssatir eller ställa retoriska frågor för att göra en poäng. Ett fåtal inlägg är renodlat ironiska då det oftast går att utläsa en underliggande funktion av annan art, exempelvis som subtil attack eller positionering. I inlägget ovan riktar sig Bali dock inte till någon specifik instans för att avkräva ansvar, det finns ingen sakfråga som kritiseras eller förslag på lösning. Det är en retorisk tankelek för att sätta fart på läsarens egen slutledningsförmåga och implicit driva argumentet att något är fel i dagens samhälle. Det skapas en slags outtalad, osynlig bevisföring, helt utan reella siffror, på att felet ligger hos den exkluderade gruppen i förorten som ställs mot folkets "villasubbe i Staffanstorp".

7.5.5 Positionering

Ingen skulle lyfta på ögonbrynen om ett framtida hypotetiskt supersekulärt Saudiarabien tillät böneutrop. Just pga dess historik och tradition. Men Sverige har ingen tradition av islamsk tidhållning via böneutrop - särskilt inte för att motivera högljudda ingrepp på stadsmiljön. (bilaga 1:66)

Det kan i kommunikationen tyckas som att positionering sker hela tiden, direkt eller indirekt, då rösten inom det analyserade materialet ofta är hård och kritisk. Det tycks, framförs åsikter och görs poänger, och målar därmed upp avsändaren i förhållande till denna kontext. Vilka ämnen som tas upp, hur de tas upp och så vidare är i sig en typ av positionering sett till ett helhetsperspektiv. När populismen redan ligger till grund för urvalet är det ett försvinnande fåtal inlägg som inte innehåller någon typ av politisk laddning. Det är möjligt att Bali som aktör, om hans generella kommunikativa strategier analyserats, varken är överväldigande politisk, negativ eller ställningstagande. Detta är dock enbart en spekulering då aktören som sådan inte är relevant för studiens syfte, och påverkar inte heller tolkningen av den populistiska kommunikation och strategierna som förekommer inom den.

Frånsett reflektionen kring positionstagandet generellt, finns det inlägg som mer eller mindre explicit talar om avsändarens åsikt i ett ämne. Ett exempel på ett sådant tydligt ställningstagande sker i inläggen nedan:

Jag har inga jättestora problem med ojämlikhet av utkomst, men ojämlikhet av möjligheter är orättvist. Marxism skapar enorma orättvisor i det. Jämför ojämlikheten i att kunna få tag på råvaror för mat mellan en Venezuelansk apparatchik och en vanlig medborgare. (bilaga 1:54)

Här förekommer en rent ideologisk diskussion med den tydliga funktionen att positionera på en mer abstrakt nivå. I många andra fall kan det röra sig om diskussioner och lösningar kring mer specifika sakfrågor, likt det inledande citatet.

7.5.6 Diskussionsuppmaning och uppmaning

Diskussionsuppmaningen definieras av Bracciale & Martella (2017) som en strategi där avsändaren riktar sig mot en meningsmotståndare och söker någon form av interaktion, svar eller diskussion. Tolkningen här för att skilja på vanlig provokativ kommunikation, som är ofta förekommande i Balis inlägg, och diskussionsuppmaning, är att det med “@” går att direkt rikta sig till en annan Twitteraktör.

Det är ju korrekt att M och S bär störst ansvar för problemen i förorterna, men@lenamellin glömmer ju även sitt skrås ansvar. När M använde ordet ”ghetton” på 90-talet så blev de ju hudflängda av främst media, inte någon annan. (bilaga 1:6)

Detta är ett tekniskt verktyg som skapar särskilda möjligheter just på Twitter att initiera debatt och konfrontation. Dessutom ser alla läsare vem som taggats och kan anta att personen också sett uppmaningen, vilket gör det extra pressat för den ”utmanade” att inkomma med en kommentar. “@” kan användas som ett verktyg för att starta en konversation på egna premisser, där mottagaren landar i ett slags moment 22 och å ena sidan kanske inte vill kommentera alls på ämnet, men å andra sidan riskerar framstå som konflikträdd eller passiv inför Twitter-publiken, om denne avstår. Som syns i inlägget ovan ställs Lena Mellin till svars för en händelse så som Bali målar upp den. Det är inom den ramen som erbjuds svårt att inkomma med en vinnande respons, utan att först berätta sin sida av historien, vilket inte lämnas mycket utrymme för. Såväl det begränsade formatet på Twitter om 280 tecken, som Balis inramning av berättelsen, skapar en snäv box inom vilken få tänkbara svar blir tillfredsställande.

Strategin uppmaning, handlar å andra sidan om att uppmana till handling och behöver nödvändigtvis inte involvera någon form av diskussion eller provokation. Strategin har ej framträtt tydligt under den inledande analysen. Kommande citat är ett exempel på hur en uppmaning kan se ut. Det som kan tilläggas är att uppmaningarna inte tycks vara i en rent genuin form, som: “hjälp mig att...” “rösta på...” “skriv under...” utan snarare används för att positionera sig, som i följande fall. Uppmaning skulle rent hypotetiskt kunna handla om en mer positiv strategi som kan användas för att skapa engagemang och gemenskap, vilket alltså inte är sättet på vilket Bali använder tekniken. Genom denna uppmaning visar Bali på att han anser att “gammelhögern” ligger efter och inte har tillräckligt mycket kunskap för att kunna samverka med den nya, mer moderna högerpolitiken.

Hej gammelhögern, lyssna och lär, fördjupa er och sen går vi till attack tillsammans. (bilaga 1:56)

Det kan alltså tolkas som att även uppmaning används i linje med Bracciale och Martellas (2017) förståelse för populism som en negativ strategi och i det här fallet används för att positionera och kritisera.

7.6 Kommunikativa teman

Utifrån de koder i form av populistiska element samt kommunikativa strategier som har identifierats under analysens första skede, och hittills illustrerats med exempel och resonemang, kommer de tre mest framträdande strategierna att tematiseras vidare inom en populistisk kontext. En strategi fungerar bevisligen sällan ensam utan det är hur dessa används tillsammans för att bära fram populismen som i nästa steg kommer leda till en djupare analys.

7.6.1 Ironi som politiskt kommunikativt verktyg

Genom den inledande analysen och kodningen av de olika kommunikationsstrategierna från Bracciale och Martellas (2017) ramverk, framkommer det att en överhängande del av inläggen har en ironisk ton och/eller tjänar en ironisk funktion. Detta tycks vara den dominerande tekniken kring hur saker sägs och det skapas implicita attacker genom strategin, snarare än raka och direkt aggressiva angrepp. Politisk ironi representerar en form av personlighetspolitik, vilken kan tänkas vinna kraft i och med, som nämnts i avsnitt 2.1, att vi mer och mer lämnar identitetspolitiken bakom oss (Negrine, 2007). Detta främst eftersom användningen av sarkasm är centralt knuten till den bild som skapas av talaren (Pal et al., 2017). De sardoniska politiska attackerna underhåller, då de ofta är skrivna på ett fyndigt sätt och samtidigt betonar Balis kommunikativa kvickhet. Nuolijärvi och Tiittula (2011) lyfter samma sak kring ironi som ett bevis på en viss kvickhet eller intelligens samt skriver att ironi länge har ansetts vara en form av retorisk övertalning. Dessutom används den ofta inom populism och för att dölja en lite hårdare personlig attack (Nuolijärvi och Tiittula, 2011). Detta är något som i de populistiska inlägg som analyserats är tydligt, till exempel genom inlägget gällande ironiskt tonläge som analyserats tidigare i avsnitt 7.5.4.

Ironi och sarkasm har också visat sig vara värdefulla strategier när det gäller återkallande eller ursäktande, men också för att möjliggöra saker som är svårare att säga explicit eller direkt. Inom offentlig kommunikation har det visat sig att ironi och sarkasm har ett högre känslomässigt tilltalande än direkta uttalanden, då läsaren behöver tänka till och därmed engagera sig emotionellt för att förstå (Lagerwerf, 2007).

Det ironiska verktyget skulle kunna tänkas, som det även visat sig i denna analys, framträda tydligt tillsammans med det populistiska elementet för systemkollapsen, som även detta är djupt rotad inom det känslomässiga (Engesser et al., 2017).

Vidare tycks den populistiska kommunikationen å ena sidan inte sky kontroverser då den vinner kraft i att prata om tabubelagda ämnen, samtidigt som den å andra sidan alltså tar skydd bakom en invecklad ironisk jargong och antydanden. Därmed blir också populismen svårare att direkt avfärda som en radikal och oseriös propagandamaskin, eftersom den låter läsaren själv lägga samman pusselbitarna. Populismen tar inte ansvar för slutsatsen, men styr läsarens tolkning. Som visats så långt i analysen, möjliggör ironin att rikta stark kritik mot, eller attackera, såväl etablissemang som den exkluderade gruppen utan att använda grundad argumentation. Det blir därmed också svårt för en meningstståndare att ifrågasätta; Vad är det som antyds? Vad kan bemötas rent faktamässigt?

Som i exemplet tidigare med “syltryggskandalen” (avsnitt 7.4.3) har Bali gått till kraftig attack mot verksamma inom rättsväsendet, medan han själv som försvar hävdar att begreppet inte var allvarligt menat. Att dra det hela ett steg längre och därefter ändra epitetet till “titanrygg” visar hur ironin gör det möjligt att vända på kappan utan att för den delen erkänna misstag och dessutom tydligt bibehålla sin ståndpunkt i frågan. Följarens emotionella engagemang tilltalas då denne behöver involvera mer tankekapacitet för att förstå vitsen och när detta är gjort, kan känna sig inkluderad i Balis internskämt och kommunikativa kvickhet. Populismen tar sig här uttryck genom att inkludera folket och skapa en gemensam grund med ramar och uttryck som läsaren känner sig inkluderad i, med ironin som strategi (Pal et al., 2017).

Vidare argumenterar Nuolijärvi & Tiittula (2011) för att kärnan i ironi är negativ, vilket gör den användbar för att kanalisera missnöje och stämmer överens med Balis användande av tekniken samt även med Bracciale & Martellas (2017) diskussion om populismens negativa karaktär. Andra tydligt aggressivare strategier som vulgaritet används förvisso också men inte i samma utsträckning då ironin i sig tycks tillräckligt kraftfull och fördelaktig i förmågan att kunna anta flera skepnader. Ironin är sammanfattningsvis både fyndig och engagerande samtidigt som den kan gå till angrepp utan att avkrävas ansvar för det sagda. Den är svårare att kritisera då den utåt sett aldrig menar absolut allvar.

7.6.2 Förenklingen frodas på Twitter

Vad som är en regelrätt förenkling är en fråga om tolkning, och vad som för en person är en uppenbar förenkling kan för en annan framstå som en utbroderad sanning. I denna analys har tolkningen gjorts att en överhängande del av de studerade inläggen använder förenkling som strategi genom att erbjuda lösningar och förklara komplexa problem på bara ett fåtal rader och från enbart ett perspektiv.

Till att börja med är mediet i sig en relevant och intressant aspekt i relation till denna iakttagelse; Twitter har en formatbegränsning om 280 tecken. Det gäller att med få ord göra sig en poäng och engagera läsaren. I detta ligger det nära till hands att anta att all kommunikation på Twitter använder sig av förenklingen i olika grad - särskilt då politiska frågor och skeenden knappast kan rymmas i all sin komplexitet inom det omfång som ges i mediet. Detta är både en styrka och en nackdel för den politiska kommunikationen på Twitter, då den å ena sidan snabbt kan uttrycka ett budskap men å andra sidan får svårare att bemöta kritik och förklara verkligheten inom snäva ramar. Häri uppstår en paradox som diskuterats tidigare, i hur andra politiska kommunikationsstrategier ska kunna bemöta de populistiska, då dessa redan från början har ojämlika förutsättningar på plattformen (Bartlett, 2014). Ur detta kommer alternativet för politiska aktörer att själva "go populist" för att konkurrera om läsarens flyktiga uppmärksamhet och värja sig mot populistiska attacker (Bracciale och Martella, 2017). Vidare är även förenklingen en form av reducering och effektivisering som återigen appellerar till läsarens logiska slutledningsförmåga.

Vad som i allmänhetens ögon kan framstå som onödig politisk byråkrati kan i praktiken vara det enda möjliga tillvägagångssättet för en långsiktig lösning. Denna diskrepans mellan politikernas förståelse av verkligheten och folkets förståelse av verkligheten kan leda till frustration och misstro. Förenklingens framgång som strategi och frekventa förekomst kan möjligen även förstås utifrån medielandskapets nya logik (Bracciale & Martella, 2017). Att ett effektiviserat sätt att uttrycka politik, i detta fallet genom förenkling, vinner folkets och medias uppmärksamhet (Negrine, 2007) kan på en basal nivå tolkas som att människan föredrar enkla lösningar framför det komplexa. På nästa sida följer ett inlägg av sådan karaktär:

Vänstern och kvinnliga val: *Ta ut en dags mer föräldraledighet än mannen*

- Inget fritt val, det är det patriarkala förtrycket som tvingar kvinnor till detta.

Jobba deltid

- Uppenbart ej frivilligt, utan en effekt av vår orättvisa och sexistiska fördelning av hushållsarbete. (bilaga 1:38)

I exemplet förenklar Bali vänsterns politik och retorik samtidigt som han använder sig av ironi för att kunna dra frågan till sin spets. Inom förenklingen ryms alltså samtidigt en typ av överdrift som förstärker poängen; vilket i själva verket faller sig naturligt eftersom när något kokas ner och reduceras blir det som återstår en koncentrerad och förstärkt form av originalet. Förenklingen är således i sin essentiella form den sanning som återstår när strategiskt utvalda, nyanserande element har skalats bort. Moffitt och Tormey (2014) menar att ett direkt språk effektiviserar politik men också skapar en slags radikaliserings.

Förenklingen kan troligtvis bli svår att identifiera och avfärda då kärnan inte är direkt osann och genom att utelämna flera aspekter skapar en verklighetsbild som kommuniceras mer effektivt. Detta exempel visar också på hur en fråga, genom förenklingsstrategin, hänvisar till folket då man berör traditionella kärnvärden och pekar på den föränderliga tidsandan. Denna förändring kan upplevas som ett hot mot det allra närmaste och leda till oro och misstankar, en oro som plockas upp i inlägget ovan.

Genom förenklingen av frågan säger Bali både indirekt att han är en del av "tvivlarna" och ser en orimlighet i argumentationen, samtidigt som han lägger fram en alternativ tolkning i den pågående debatten. Balis version är tydlig, reducerad från komplexitet och framställer vänsterns politik som löjligt ologisk. Genom att påvisa bristande logik i opponentens argumentation, blir också slutsatsen hos följaren att Bali är den logiska motpolen.

På så vis är även förenklingen ett verktyg för att kunna angripa etablissemangen, kanske framförallt även genom att erbjuda konkreta, snabba lösningar på problem. Genom detta förfarande dumförklaras indirekt rådande politiker som inte "löser problemet", när det för läsaren är lätt att se logiken i Balis argumentation och i andra fall konkreta förslag. Detta är ett sätt som den populistiska aspekten uttrycks genom förenklingsstrategin, men även de andra populistiska elementen går hand i hand med förenklingen.

Som diskuterats tidigare blir den folkliga referensen att förenklingen tillåter stänga det gap som annars uppstår mellan politiker och allmänhet. Förenklingen ställer sig på folkets sida genom förklaringar och lösningar som matchar den vanliga människans uppfattning av tillvaron. Förutom att den som i fallet på föregående sida behandlar just ett ämne som i sig kan anses referera till folket, fungerar den i andra fall som en strategi för att kommunicera komplexa frågor på ett tillgängligt sätt. Just tillgängligheten och begripligheten i argumentationen är ett bärande inslag som går folkets ärenden och kan kombineras med andra strategier.

Ett annat exempel hittas i det gällande koboltgruvan som presenterats tidigare (avsnitt 7.4.3) där ett neutralt tonfall används så till den grad att inlägget kan uppfattas som sakligt och informativt, men som i kombination med förenklingen syftar till att angripa etablissemang. Det är möjligt att det neutrala tonfallet döljer det faktum att det rör sig om förenkling, vilket vi också kan se i andra inlägg (b.la bilaga 1: 25, 16) där statistik och årtal ibland används för att förklara skeenden på ett, som förefaller, sanningsenligt sätt. Vid en närmare granskning är det dock tal om siffror som i grund och botten inte är relaterade till varandra eller plockade ur sin kontext. Här ligger förenklingens största styrka, då den genomsyrar de allra flesta av de analyserade Twitterinläggen men ofta döljs av andra, mer framträdande strategier.

Den som inte granskar kommunikationen kritiskt kan lätt antas missa förenklingen och istället ryckas med i uppmålade konflikter, illavarslande siffror, den ironiska jargongen eller andra mer sensationella inslag som per automatik också blir mer synliga. Då populismens basala beståndsdelar är beroende av en konflikt mellan folket, etablissemang och den exkluderade gruppen, kan förenklingens rättframhet bidra till att underhålla och kommunicera den konflikten. Förenklingen kan summeras som en underliggande strategi som samverkar med de andra strategierna och förstärker det populistiska narrativet.

7.6.3 Systemkollapsen och det politiska narrativet

Som tidigare nämnts (se teoriavsnitt 5.2.2) och i linje med vad Taggart (2004) och Moffitt och Tormey (2014) diskuterar, kan vi genom den inledande delen av analysen identifiera det möjliga fjärde elementet för populism; den påstådda systemkollapsen eller krisen i samhället. För att vidare exemplifiera vad som menas med detta, följer här två inlägg där detta har identifierats och tolkats.

Årets halmgubbe. Ingen pratar om rikskollaps, vi vet att södermalmsborna knappt har märkt av något, däremot har den grundläggande säkerhet och tryggheten för många kraftigt försämrats. De enda som berör apokalyptiska kollaps brukar ju vara MP och deras miljöretorik. (bilaga 1:3)

Sverige har blivit så tryggt att vi äntligen ska förbjuda skottsäkra västar för civila. Schyffert och Betnér har ju redan deklarerat hur tryggare det är, den som bär skottsäker väst är Fake-News alarmist. Mvh Socialdemokraterna (bilaga 1:17)

Fortsättningsvis, går det även att resonera kring att ovanstående inlägg även hänvisar till det andra möjliga populistiska elementet, "invoke the heartland" (Engesser et al., 2017). I detta fall påvisas detta genom en ironisk liknelse där Bali menar på att Sverige absolut inte blivit eller är så tryggt att skottsäkra västar kan förbjudas, men att det implicit är så det önskade samhället borde se ut.

En intressant iakttagelse i samband med detta är att det i båda dessa fall, samt i de flesta andra inlägg som på något sätt berör systemkollapsen även kan identifieras en viss framförandestrategi, nämligen storytelling. Detta talar för att systemkollapsen kan vara en del av något som vi i denna uppsats väljer att tematisera och kalla det politiska narrativet.

Det politiska narrativet handlar främst om storytelling, men även tillsammans med många av de andra politiska kommunikationsstrategierna och hur de används för att rama in och skapa en viss typ av verklighetsbild. Precis som Krämer (2014) diskuterar, kan vi resonera kring att det politiska narrativet egentligen är en form av inramningsteknik, där olika politiska frågor och problem, oberoende av varandra, bryts ner och utbytbar reduceras till att endast spegla varandra i skapandet av en viss symbolism eller verklighetsbild. Vilken i slutändan endast pekar på den grundläggande distanseringen inom populism, mellan folket och etablissemangen eller rådande samhälle samt vissa exkluderade grupper.

Med detta kan alltså tolkas att politiska frågor, problem och händelser används som verktyg för att plocka enkla poäng och att istället för att bedriva sakpolitik, spela det politiska maktspelet i kampen om den allt mer svårfångade uppmärksamheten (Esser & Strömbäck, 2014).

I det politiska narrativet kan det ingå strategier som skrämstaktik, förenkling, bryta tabu och säga halva sanningen men som sagt även storytelling, som genom analysen framkommit som en av de bredaste strategierna, där exempelvis både överdrift och diverse retoriska strategier ingår. Det som kan vara intressant att tillägga är att de strategier inom framförande, funktion och tonläge som vi identifierat som en del av det politiska narrativet, kan hittas i det negativa spektrumet i resultatet av Bracciale och Martellas (2017) analys. Detta tyder starkt på att det identifierade politiska narrativet som existerar inom populismen också lever och livnär sig på dessa negativa strategier för framförande, funktion och tonläge. Fortsättningsvis, vill vi påstå att den påstådda systemkollapsen, tillsammans med de tre andra identifierade elementen för populism i många fall går hand i hand med det tematiserade politiska narrativet, som i sin tur byggs upp av de mindre, enskilda och olika kommunikativa strategierna som är en del av Bracciale och Martellas (2017) ramverk.

Populismen och de kommunikativa strategierna tar sig alltså uttryck genom ett negativt politiskt narrativ där den grundläggande kärnan utgörs av en viss inramning eller berättelse om verkligheten. Till skillnad från andra mer grundade ideologier som exempelvis nationalism och kommunism som kan framträda obundna till en viss kommunikationsstrategi, kan det resoneras kring att populismen som ideologi behöver en viss kommunikativ strategi eller politiskt narrativ för att existera. Detta går i linje med vad Jagers och Walgrave (2007) pratar om när de säger att populismen i grunden är en tunn ideologi, som vidare kan fyllas ut med rikare ideologier (Mudde, 2004), där nationalism exempelvis kan tänkas innebära exkludering av särskilda grupper och anti-etablissemang i form av kritik mot styrande ideologi, exempelvis kommunism gentemot kapitalism. Det kan även tolkas, som Alvares och Dahlgren (2016) uttrycker det, att populismen är en typ av strategi eller politisk dynamik som kan fördjupa eller engagera sig i en rad olika politiska terränger, snarare än en sammanhängande uppsättning av idéer med konsekvent politisk substans.

8. Slutsats

Populismen är ett omdebatterat fenomen vilket genom historien antagit många olika skepnader och som har kommit att skapa en tvetydighet i begreppets innebörd. Å ena sidan har populism förståtts som en ideologi med en särskild politisk agenda, och å andra sidan på senare tid kommit att identifieras mer och mer som en kommunikationsstrategi i syfte att mobilisera stöd. Behovet att särskilja de båda perspektiven har uppmärksammats av ett flertal forskare (Aalberg et al., 2016; Wirth et al., 2016) och syftet med denna uppsats har varit att bidra till den senare förståelsen för populism som en kommunikativ handling. Detta är särskilt av intresse i en samtida kontext med anledning av den rådande medialiseringen av politiken, som tros skapa en grogrund för populistiska uttryckssätt (Albertazzi & McDonnell, 2008; Mudde, 2004).

För att besvara forskningsfrågorna har en kvalitativ innehållsanalys genomförts med empiriskt material i form av inlägg hämtade från den uppmärksammade politiska aktören Hanif Balis Twitter. Med hjälp av Jagers och Walgraves (2007) element för att urskilja populism samt Bracciale och Martellas (2017) utarbetade ramverk kring politisk kommunikationsstil, har vi inte bara kunnat plocka ut exempel på populistisk kommunikation utan dessutom kunnat genomföra en djupare undersökning kring hur populismen kan framträda. Ett stort fokus har legat vid att försöka förstå hur språkliga strategier och de populistiska elementen används och fungerar tillsammans. Resultaten visar att framförallt tre strategiska teman kan tolkas som framträdande i den studerade populistiska kommunikationen; ironisk jargong, genomgående förenkling och ett särskilt politiskt narrativ. Dessa teman består av samverkande språkliga strategier med den gemensamma nämnaren att de rör sig inom ett negativt spektrum. Således genomsyras kommunikationen av en negativ ton som kommer till uttryck genom olika skepnader.

En första intressant iakttagelse är att även i de fall Bali använder sig av en strategi som enligt tidigare forskning klassats som mer positiv (Bracciale & Martella, 2017), framträder den i detta sammanhang på ett negativt sätt. Därmed kan antydans att populismen i många fall är strategiskt negativ.

Det kan vidare argumenteras utifrån empiri och teori, att populismen är långt ifrån en ideologi som alla andra, utan livnär sig på negativiteten och att bygga ett hotfullt narrativ kring samtiden. Populismen tycks inte föra någon egen sakpolitik utan lånar exempel som symboler för att i själva verket berätta en och samma berättelse på olika sätt. Det målas alltså upp ett politiskt narrativ kring ett samhälle i kris, som tillgängliggörs genom strategier som skapar förutsättningar för ett emotionellt engagemang hos publiken. Det är troligtvis ett effektivt tillvägagångssätt att engagera och involvera läsaren genom slagkraftiga strategier som förenkling, ironi och storytelling, samtidigt som användandet av strategierna försvårar för en meningsmotståndare att bemöta vad som sägs. Populismen är därmed både publikfriande och svår att komma åt då den dessutom vinner kraft i att kunna uttryckas komprimerat, vilket särskilt kan vara av vikt i en digital kontext där utrymmet är trängre.

Resultaten kan ses som ett bidrag till den identifierade forskningsluckan kring hur populism tar sig uttryck som en kommunikationsstrategi. Vi bygger vidare på Bracciale och Martellas (2017) första försök att göra en identifiering av populismens operativa karaktär, men denna gång ett steg ytterligare separerat från aktören och eventuellt bakomliggande politiska ideologi.

9. Diskussion och förslag till vidare forskning

Det kan med hjälp av tidigare nämnd litteratur och teori (b.la avsnitt 2 och 3) konstateras att det antingen (1) pågår ett perspektivskifte där populismen som ideologi håller på att förvandlas till en kommunikationsstrategi (Bracciale & Martella, 2017) eller specifik trend, där ett populistiskt uttryckssätt breder ut sig allt mer (Albertazzi & McDonnell, 2008). Detta i sin tur bottnar i definitionen av medialiserad populism, som karaktäriseras av att skapa löpsedlar, istället för att utgå från populismen som en rent ideologisk positionering. Alternativt att det (2) kan och bör göras en distinktion mellan populism som ideologi och populism som kommunikationsstrategi precis som Wirth et al. (2016) nämner. Ett resonemang som kan drivas vidare kring detta är det som tidigare ställdes upp i analysen; behöver populismen uttryckas på ett visst sätt, genom vissa kommunikativa strategier för att existera som ideologi, eller kan man göra en distinktion mellan dem två? Som tidigare diskuterats i avsnitt 5.3, ter det sig ur ett kommunikativt perspektiv svårt, om inte omöjligt att kunna göra den distinktionen.

Inom litteraturen och den tidigare forskningen kallas populismen för en politisk kameleont (Taggart, 2004), vilket som tidigare nämnts beror på att den antar olika skepnader beroende av kontext (Aalberg et al., 2016). Detta gör att vi ser den pågående forskningsdebatten kring populismens svårdefinierbara natur (Alvares & Dahlgren, 2016) som något överflödigt, då det inte är sannolikt att populismen någonsin kommer att existera som statisk definition eller ideologi. För att kunna nå en ännu djupare förståelse kring hur populismen kan framträda, vill vi tala för ett framtida angripande av populismen som en kommunikationsstrategi i resultatet av medialiseringen och professionaliseringen av politiken. Samt att till detta, även titta på hur populismen kan ta sig uttryck med hjälp av andra kommunikativa strategier.

Genom detta och med hjälp av exempelvis fler eller andra exempel än i detta fall, kan en större förståelse skapas kring hur och på vilket sätt populismen antar olika skepnader istället för att endast konstatera att den antar olika skepnader. Vidare, genom att resonera kring populismen som en konsekvens av rådande samhällsförändringar, går det även att dra paralleller till vad som, ironiskt nog, kan tolkas vara en systemkollaps av demokratin som vi känner den idag, eller transformation av den rådande demokratin som Esser och Strömbäck (2014) uttrycker det. När politikerna, genom medialiseringen, "tvingas" använda vissa sätt att uttrycka sig eller vissa typer av utspel för att tjäna media och medborgarnas uppmärksamhet, kan det tänkas att den grundläggande tanken kring demokrati urholkas. Argumentet som ligger bakom ovanstående resonemang är resultatet av uppsatsens teori i kombination med analysen. När politiska sakfrågor används som rena verktyg (Krämer, 2014) för att bygga upp ett, i detta fall, negativt, politiskt narrativ byggt på bland annat ironi, förenklingar, skrämseltaktik och aggressivitet istället för att se dem ur olika perspektiv och erkänna dem som komplexa, är det då tal om en demokrati som sätter folkets vilja och önskan först - på riktigt?

Referenser

- 6, P., & Bellamy, C. (2012). *Principles of methodology: research design in social science*. Los Angeles, [Calif.]; London: SAGE.
- Aalberg, T., Esser, F., Reinemann, C., Strömbäck, J., & Vreese, C. d. (2017). *Populist political communication in Europe*. New York: Routledge.
- Albertazzi, D., & McDonnell, D. (2008). *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Alvares, C., & Dahlgren, P. (2016). Populism, extremism and media: Mapping an uncertain terrain. *European Journal Of Communication*, 31(1), 46-57. doi: 10.1177/0267323115614485
- Andersson, K., & Ohlin, J. (2018, 19 mars). Detta har hänt: Hanif Bali lämnar Moderaternas partistyrelse. *SVT Nyheter*. Hämtad från <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/detta-har-hant-hanif-bali-lamnar-moderaternas-partistyrelse>
- Bali, H. [hanifbali]. (2017, 30 oktober) Vad är det för jävla syltryggar som sitter i domstolarna? Det är bortom mig hur grovt vapenvåld sedan 1996 med flit varit häktningsbefriat. [Tweet]. Hämtad från <https://twitter.com/hanifbali/status/925131866490986496>
- Bartlett, J. (2014). Populism, social media and democratic strain. I C. Sandelind (Red.), *European populism and winning the immigration debate* (pp. 99–116). Hämtad från <http://fores.se/wp-content/uploads/2014/11/European-Populism-print-version.pdf>
- Bengtsson, M. (2016). Research article: How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *Nursingplus Open*, 2, 8-14. doi:10.1016/j.npls.2016.01.001
- Block, E., & Negrine, R. (2017). The Populist Communication Style: Toward a Critical Framework. *International Journal Of Communication*, 11, 178-197. Hämtad från <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5820/1892>
- Bos, L., & Brants, K. (2014). Populist rhetoric in politics and media: A longitudinal study of the Netherlands. *European Journal Of Communication*, 29(6), 703-719. doi:10.1177/0267323114545709

- Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information Communication And Society*, 15(5), 662-679. doi:10.1080/1369118X.2012.678878
- Bracciale, R., & Martella, A. (2017). Define the populist political communication style: the case of Italian political leaders on Twitter. *Information Communication And Society*, 20(9), 1310-1329. doi:10.1080/1369118X.2017.1328522
- Casero-Ripollés, A., Sintes-Olivella, M., & Franch, P. (2017). The Populist Political Communication Style in Action: Podemos's Issues and Functions on Twitter During the 2016 Spanish General Election. *American Behavioral Scientist*, 61(9), 986-1001. doi:10.1177/0002764217707624
- Dackevych, A. (Videojournalist). (2018, 6 februari). Hanif Bali: The anti-immigration immigrant politician. [Videointervju]. USA: *BBC*. Hämtad från <http://www.bbc.com/news/av/stories-42923549/hanif-bali-the-anti-immigration-immigrant-politician>
- Eksell, J., & Thelander, Å. (Red.). (2014). *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2017). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Information Communication And Society*, 20(8), 1109-1126. doi:10.1080/1369118X.2016.1207697
- Esser, F., & Strömbäck, J. (2014). *Mediatization of politics: understanding the transformation of Western democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hadley-Kamptz, I. (2017, 13 november). Hanif Bali – en sämre version av Donald Trump. *Expressen*. Hämtad från <https://www.expressen.se/kultur/isobel-hadley-kamptz/hanif-bali-en-samre-version-av-donald-trump/>
- Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal Of Political Research*, 46(3), 319-345. doi:10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x
- Kriesi, H. (2014). The Populist Challenge. *West European Politics*, 37(2), 361-378. doi: 10.1080/01402382.2014.887879
- Krämer, B. (2014). Media populism: A conceptual clarification and some theses on its effects. *Communication Theory*, 24(1), 42-60. doi:10.1111/comt.12029
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun* (3. rev. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

- Lagerwerf, L. (2007). Irony and sarcasm in advertisements: Effects of relevant inappropriateness. *Journal Of Pragmatics*, 39, 1702-1721.
doi:10.1016/j.pragma.2007.05.002
- Malm, S. (2018, 11 januari). Sweden's own Milo Yiannopoulos or its next Prime Minister? Bearded Iranian child migrant who offends people on Twitter is Swedish opposition's hope. *Daily Mail*. Hämtad från <http://www.dailymail.co.uk/news/article-5156643/Hanif-Bali-Swedens-Milo-social-media-influencer.html>
- Medieakademien. (2017). *Maktbarometern 2017: En kartläggning av makt i våra största digitala kanaler*. Hämtad från http://medieakademien.se/wp-content/uploads/2017/10/Presentation_maktbarometern.pdf
- Moffitt, B., & Tormey, S. (2014). Rethinking populism: *Politics, mediatisation and political style*. *Political Studies*, 62(2), 381-397. doi:10.1111/1467-9248.12032
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government & Opposition*, 39(4), 541-563. doi:10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x
- Mägi, E. (2009, 24 oktober). *SAC har antagit en ny principförklaring*. Hämtad från SAC [https://www.sac.se/Aktuellt/Nyheter/SAC-har-antagit-en-ny-principförklaring](https://www.sac.se/Aktuellt/Nyheter/SAC-har-antagit-en-ny-principforklaring)
- Negrine, R. (2007). The professionalisation of political communication in Europe. I R. Negrine, P. Mancini, C. Holtz-Bacha, & S. Papathanassopoulos (Red.). *The professionalisation of political communication*. (3. uppl./s. 25-44). United Kingdom: Intellect.
- Nilsson, O. (2017, 31 oktober). M-ledamot kallar domare ”jävla syltryggar”. *Dagens Nyheter*. Hämtad från <https://www.dn.se/nyheter/politik/m-ledamot-kallar-domare-javla-syltryggar/>
- Nuolijärvi, P., & Tiittula, L. (2010). Irony in political television debates. *Journal Of Pragmatics*, 43(2), 572-587. doi:10.1016/j.pragma.2010.01.019
- Pal, J., Chandra, P., Chirumamilla, P., Kameswaran, V., Gonawela, A., Thawani, U., & Dasgupta, P. (2017). Innuendo as Outreach: @narendramodi and the Use of Political Irony on Twitter. *International Journal Of Communication*, 11, 4197-4218. Hämtad från <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6705>

- Park, C. S. (2013). Does Twitter motivate involvement in politics? Tweeting, opinion leadership, and political engagement. *Computers In Human Behavior*, 29, 1641-1648. doi:10.1016/j.chb.2013.01.044
- Pels, D. (2003). Aesthetic representation and political style. Re-balancing identity and difference in media democracy. I J. Corner, & D. Pels (Red.), *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism* (pp. 41–66). London: SAGE.
- Socialbearing. (u.å) .*User search & analytics for '@Hanifbali'*. Hämtat 10 april 2018 från <https://socialbearing.com/search/user/Hanifbali>
- Strömbäck, J. (2009). *Makt, medier och samhälle : en introduktion till politisk kommunikation*. Stockholm: SNS förlag.
- Strömbäck, J., Jungar, A.-C. & Dahlberg, S. (2016). Sweden: No Longer a European Exception. I T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. Vreese. (Red.), *Populist Political Communication in Europe:* (pp. 68-81). New York: Routledge.
- Taggart, P. (2004). Populism and representative politics in contemporary Europe. *Journal Of Political Ideologies*, 9(3), 269-288. doi:10.1080/1356931042000263528
- Twitter. (u.å). “*Moderat men inte måttlig. Enligt vänstern är jag en av Apokalypsens ryttare.*” Hämtat 10 maj 2018 från Twitter <https://twitter.com/hanifbali>
- Wirth, W., Esser, F., Wettstein, M., Engesser, S., Wirz, D., Schulz, A., ..., Schermer, C. (2016). *The appeal of populist ideas, strategies and styles: A theoretical model and research design for analyzing populist political communication*. Working Paper 88 of the NCCR Democracy at the University of Zurich. Hämtad från <http://www.nccrdemocracy.uzh.ch/publications/workingpaper/wp88>

BILAGA 1					
1 Inlägg	Riktning (populism)	Framförande	Tonläge	Funktion	
2 "Lövin tycker att det är tråkigt att vi pratar så mycket om våldtäkter, gängkriminalitet och skjutningar, istället vill hon att vi ska prata om plast i havet och biologisk mångfald."	Anti-etablissemang Exkludering	Skrämseltaktik Förenkling	Ironi / humor	Attack Påverka agendan	<i>I bilaga 2, hittas exempel på de skärmdumpar som gjorts under insamlingen av empirin. Alla skärmdumpar kan visas upp på begäran.</i>
3 "Årets halmgubbe. Ingen pratar om rikskollaps, vi vet att södermalmsborna knappt har märkt av något, däremot har den grundläggande säkerhet och tryggheten för många kraftigt försämrats. De enda som berör apokalyptiska kollaps brukar ju vara MP och deras miljöretorik."	Anti-etablissemang	Skrämseltaktik Storytelling	Ironi / humor	Attack Påverka agendan	
4 "Kommer ni ihåg när vänstern yrade om Ådalen när detta föreslogs från höger? Nu föreslås det från en fd fackpamp från Ådalen."	Anti-etablissemang	Storytelling Informalitet	Vardaglig	Attack	
5 "Ett Sverige utan frekventa bombattacker mot polis är en idyll som aldrig funnits."	Anti-etablissemang Exkludering	Skrämseltaktik Storytelling	Aggressiv / provokativ	Påverka agendan	
6 "Det är ju korrekt att M och S bär störst ansvar för problemen i förorterna, men@lenamellin glömmar ju även sitt skräms ansvar. När M använde ordet "ghetton" på 90-talet så blev de ju hudflängda av främst media, inte någon annan."	Anti-etablissemang Exkludering	Säga halva sanningen	Aggressiv / provokativ	Attack Diskussionsuppmaning	
7 "Hade vi inte en sähär utredning precis? Går ju att snabbfixa problemet. Stoppa inflödet: • Har du skulder till kronofogden får du ej regga en till bil. Stoppa beståndet: • Har du skulder till kronofogden får du ej besiktiga mer än en bil. Done."	Anti-etablissemang	Förenkling	Vardaglig Ironi / humor	Ironi Framhäva sig själv	
8 "Mångkulturellt Centrum har länge varit den svenska rasideologins främsta tankesmedja med typer som Edda Manga, Kawesa, Hubinette et al. De får pengar från Botkyrka kommun, Stockholms landsting och regeringen via "uppdrag". Exempel på aktivitet."	Anti-etablissemang Exkludering	Bryta tabu	Ironi / humor	Ironi	
9 "Varför ska skattebetalarna pynta ID- och rasvänsterns tankesmedja överhuvudtaget? De får ju precis som alla andra finansiera sin politiserade propaganda på egen väg."	Anti-etablissemang Exkludering	Förenkling Säger halva sanningen Informalitet	Aggressiv / provokativ	Attack Ironi	
10 "Idag ägnar vi en tanke åt de "utsatta barnen" från Marocko. Men vi får inte ej glömma att även ägna en tanke åt titanyrgarna i Svea hovrätt som dömde de 20-åriga våldtäktsmännen från Fåfången som 16-åringar."	Anti-etablissemang Exkludering	Storytelling	Ironi / humor Aggressiv/provokativ	Attack	
11 "12-årig flicka kidnappas till sitt hemland, gifts bort, våldtas - och nu ger titanyrgarna i Stockholms tingsrätt vårdnaden för hennes två barn till våldtäktsmannen. Hade domstolen dömt som de gjort om hon var blond och blåögd?"	Anti-etablissemang Exkludering	Storytelling Vulgaritet	Ironi / humor Aggressiv/provokativ	Attack Ironi	
12 "Han som var med och skickade förtalsmail om Moderaterna blev "omplacerad" till ledarskribent på Aftonbladet.SSU:aren som kallade M:s partiledare för pedofil blev "omplacerad" till toppjobb på Regeringskansliet. Vad tror ni att sossarna kommer belöna sina nya hantlangare med?"	Anti-etablissemang	Storytelling	Ironi / humor	Uppmaning Attack	
13 "'Opartiska"@SVTOpinion- ljuger och mörkar medvetet ihop en story om en nyanländ från Malmö för att kasta skit på Moderaterna i Staffanstorp. Sen har Helin och Co mage att yra om Fake news? Ni är ju Sveriges största producent av lögnar och propaganda."	Anti-etablissemang	Storytelling Vulgaritet	Aggressiv / provokativ	Attack Diskussionsuppmaning	
14 "Så nästa gång någon "vakta orten"-typ yrar om att det inte går att bli svensk så kan du tänka på Thure. Det handlar om att de inte vill eller har förståndet att kunna bli svenskar - inte att svenskar inte är redo att se dig som det."	Exkludering	Bryta tabu	Ironi / Humor	Positionering	
15 "Hur vet vi att de i "svansen" som går över gränsen inte är planterade sossotroll? Strandhälls parti har ännu inte bett om ursäkt för sitt övertramp. Sitt ner i båten."	Anti-etablissemang	Delgivande	Ironi / humor Aggressiv / provokativ	Uppmaning	

16	"På tio år har Solna minskat sina kostnader för socialbidrag med 44% och samtidigt ökat sin befolkning med 26%. 80% av befolkningsökningen har varit invånare med utländskt bakgrund. Tackem? Jo, att vi får pynta MER för Malmö och Göteborgs "bidrag över disk"-policy."	Anti-etablissemang Exkludering	Förenkling Säga halva sanningen	Aggressiv / provokativ	Attack	
17	"Sverige har blivit så tryggt att vi äntligen ska förbjuda skottsäkra västar för civila. Schyffert och Betné har ju redan deklarerat hur tryggare det är, den som bär skottsäker väst är Fake-News alarmist. Mvh Socialdemokraterna"	Anti-etablissemang	Storytelling Skrämseltaktik	Ironi / humor	Ironi Påverka agendan	
18	"I Sverige är det alltså mer försvarande om en rasist sprider ett icke-rasistisk inlägg än om en "antirasist" sprider ett rasistisk inlägg. Upp och ner."	Anti-etablissemang	Förenkling Bryta tabu	Ironi / humor	Framhäva sig själv	
19	"Apropå upprördheten över uttrycket "politisk autism". Credd till Victor Pressfeldt som var först på twitter, kanske t.o.m myntande ordet redan 2012. Ja, ni vet på den tiden vänsterfolk var lite skönt slängiga och tonen God™"	Anti-etablissemang	Informalitet	Ironi / humor	Ironi Attack Framhäva sig själv	
20	"Knulla din syster och din mamma", "din mamma är en hora" etc etc. Antar att BBC släppte min intervju på en översättning på BBC Persian precis. Kan vi ha en kurs på HVB-hemmen så folk lär sig nya förelämpningar iaf? Börjar bli tröttsamt. Men men. Tack för att du valde Sverige!"	Exkludering	Delgivande	Ironi / humor	Ironi	
21	"Observera "utländsk bakgrund" - bryt ut siffrorna och se hur stor andel som är asylmigranter så ser ni att det inte är lika rosenkimrande. Finns smartare sätt att hämta in arbetskraft än asyl. Att öka befolkningen med 5% för att få 2% fler i välfärden leder till ökad belastning"	Exkludering	Bryta tabu Förenkling	Neutral	Positionering Påverka agendan	
22	"Tack för att du valde Sverige."	Exkludering	Informalitet	Ironi / humor	Ironi	
23	"Är det inte märkligt att ett land som ligger i topp i ekonomisk utveckling har sjukvårdskris, poliskris, skolkris, våldtäktskris, gbgvårdskris, bostadskris, segregationskris etc etc? Är miljömarxister verkligen såhär endimensionella eller låtsas dem?"	Anti-etablissemang	Storytelling Bryta tabu Skrämseltaktik	Ironi / humor	Ironi Påverka agendan	
24	"Ordet "asyl" är Sveriges motsvarighet till "Sesam öppna dig". MigV:s tjänstemän vet ju att de aldrig får skit för att vara för generösa - däremot kan de få bassning av domstol pga för hårda. Vem företräder medborgarna mot MigV?"	Anti-etablissemang Exkludering	Förenkling Bryta tabu	Ironi / humor Aggressiv/provokativ	Ironi och retoriska frågor positionering	
25	"Visste ni att om Sverige hade vägrat ta emot asylsökningar sen 80-talet och istället enbart tagit emot 2500 via kvot så hade fler flyktingar fått skydd? För att hjälpa 87 000 flyktingar har vi gett 444 000 icke-flykt. asyl - och då har jag inte ens räknat med anhöriga..."	Anti-etablissemang Exkludering	Säga halva sanningen Förenkling	Neutral	Positionering Påverka agendan	
26	"Men för all del, om min politik hade varit verklighet när jag var 3 så kanske jag ej hade kommit hit. Men vet ni vad, om min politik hade varit verklighet hade jag inte behövs här. Det kan jag leva med."	Anti-etablissemang Exkludering	Delgivande Intimitet Storytelling	Neutral	Ironi Framhäva sig själv	
27	"Sverige är magiskt. Å ena sidan beskylls varenda problem på socioekonomi - å andra sidan är det även ett brott mot Värdegrunden™ att påpeka socioekonomiska problem, eller ännu värre påstå att de förvärrats i vissa geografiska områden."	Anti-etablissemang	Bryta tabu Förenkling	Ironi/humor	Påverka agendan	
28	"Hej @SR_StudioEit, har ni ens sett filmer ff? Har ni även tagit del av undersökning efter undersökning - forskning efter forskning som visar att medborgare slutar engagera sig kring politik ju mer medier fokuserar på form?Har vi nått Nirvana och fått slut på sakfrågor?"	Anti-etablissemang	Vulgaritet	Aggressiv/provokativ	Ironi Attack Diskussionsuppmanning	
29	"Vet ni hur mycket det kostar att helförsäkra sin bil i förorten? Prova jämföra en bilförsäkring för en bil som boende i en hyresrätt i rosengård jämfört med en liknande försäkring för en villasnubbe i Staffanstorp."	Exkludering	Skrämseltaktik Bryta tabu Informellt	Vardaglig	Ironi	

30	“Det är ganska märkligt. Har sett en längre tendens med denna attityd i Sverige. Vi uppmanas av tyckoner att ge fan i vår nästas problem. - Vad har ändrats förutom priset på vin? Äsch, brinner din julgran eller? Är det dig de skjuter på dig eller? Har din bil brunnit?”	Anti-etablissemang Exkludering	Skrämseltaktik Storytelling Vulgaritet	Aggressiv/provokativ	Ironi	
31	“Förutom att det är ett vidrigt samhälle där vi ska ge fan i problemen som inte direkt berör oss själva - så kommer det defakto leda till att de problem som lyfts i offentligheten är de som enbart drabbar Södermalm.”	Anti-etablissemang	Vulgaritet Förenkling	Aggressiv/provokativ	Positionering Påverka agendan	
32	“Så länge det inte är stök i min skola så är det ”svartmålning” att prata om stök i skolan, så länge min bil inte brinner är det ”svartmålning” att prata om bilbränder, så länge min dotter inte påtvingas slöja är det ”svartmålning” att prata hedersförtryck. Vem fan vinner på det?”	Anti-etablissemang Exkludering	Skrämseltaktik Storytelling Förenkling	Aggressiv/provokativ	Ironi	
33	“Det finns t.o.m egoistiska skäl att bry sig tror ni verkligen att problemen kommer stanna ”där borta”? Och väl när de spritt sig till där du bor - tror du att det kommer vara lätt att åtgärda när problemet har grott sig fast?”	Exkludering	Skrämseltaktik Storytelling	Aggressiv/provokativ	Attack Ironi Uppmana till diskussion	
34	“Statliga tjänstemän ska tydligen beordras att skriva Wikipedia-artiklar om kvinnor. Får de även stöd av Ygemans trollarm så våra uppslagsverk följer Värdegrunden™ ?”	Anti-etablissemang	Informalitet Storytelling	Ironi/humor	Ironi	
35	“S-tideräkningen började 2015. För oss hedningar med en annan tideräkning: 1998: 16 bränder.”	Anti-etablissemang	Såga halva sanningen	Ironi/humor	Framhäver sig själv Attack	
36	“Ivar Arpi beskriver i detalj ett av de många sätt genuskyrkan urholkar och penetrerar område efter område via statliga intrång. Även forskning om Öringar.”	Anti-etablissemang	Storytelling Skrämseltaktik Vulgaritet	Aggressiv/provokativ	Attack Påverka agendan	
37	“Gratulerar@anderslindberg till det nya uppdraget som chefredaktör för AB Ledare. Det är glädjande nyheter för svensk borgerlighet - var orolig ett tag att någon med trovärdighet skulle ta över.”	Anti-etablissemang	Storytelling Delgivande	Ironi/humor	Attack Framhäva sig själv Diskussionsuppmanning	
38	“Vänster och kvinnliga val: *Ta ut en dags mer föräldradelighet än mannen* - Inget fritt val, det är det patriarkala förtrycket som tvingar kvinnor till detta. *Jobba deltid* - Uppenbart ej frivilligt, utan en effekt av vår orättvisa och sexistiska fördelning av hushållsarbete.”	Anti-etablissemang	Förenkling Storytelling	Ironi / humor	Ironi	
39	“*Klä ut sig till prinsessa* - Helt ofrivilligt det är vita köttätande mäns indoktrinering och förväntan på annars könlösa varelser. *Hijab vid 9 års ålder pga arabisk doktrin från 600-talet* - Käften rasist, fritt val.”	Anti-etablissemang Exkludering	Vulgaritet Storytelling Bryta tabu	Ironi / humor	Ironi	
40	“Tidigare track record: Försök till våldtäkt, hot, stöld, snatteri, grov stöld och rån, sexuellt trakasserat mot 11 åring, sexuellt trakasserat mot 15 åring, hot m. tjänsteman, våld m. tjänsteman, våldsamt motstånd. Ändå har ej en enda titanrygg till åklagare yrkat på utvisning.”	Anti-etablissemang Exkludering	Storytelling Vulgaritet Skrämseltaktik	Aggressiv/provokativ	Attack påverka agendan positionering	
41	“Vi borde ha lokala val till distriktschefsåklagare. Så kan åklagare stå med sina titanryggar inför väljarna och motivera varför de ej yrkat på utvisning.”	Anti-etablissemang Exkludering	Förenkling	Aggressiv/provokativ	Attack Positionering	
42	“Hallå, du har väl gett en slant till@SofieLowenmark och hennes självbiografiska granskning av ett havererad lagstiftning och slappa utvisningar där fadern som mördar barnens mor slipper utvisas.”	Anti-etablissemang Exkludering	Storytelling	Vardaglig	Framhäva någon annan Uppmaning	
43	“Ah, mysigt att se tröjor från göteborgska knattelag bäras av terrorister. Tänk va mycket civilsamhället kan tillföra till integrationen. Idlib har nog aldrig varit mer göteborgskt. Det är integration det.”	Anti-etablissemang Exkludering	Storytelling	Ironi/humor	Ironi Påverka agendan	
44	“Denna t.ex där jag pratade om Sydkoreas bostadsbidrag så hittade de helt på att jag tycker att pensionärer borde skämmas för ”bostadsbidrag”. Hade ej nämnt pensionärer (de kan inte ens söka bostadsbidrag). Inlägges spreds snabbt i både vänster och div. rasforum på Facebook.”	Anti-etablissemang	Delgivande Informalitet	Vardaglig	Framhäva sig själv Attack	
45	“Åka till IS = max 2 år. Driva sajt där folk delar Pelle Kanin = 6 år. Sverige <3”	Anti-etablissemang Exkludering	Såga halva sanningen Förenkling Storytelling	Ironi/humor	Påverka agendan Positionering	

46	“SVT gjorde alltså ett helt inslag om att Dr Abdullah inte kunde jobba pga att läkarprovet var för svårt - visade sig att snubben inte ens velat göra provet. Men bilderna var från Sverige så det är ok! Ni följer väl granskarna @avPublicService?”	Anti-etablissemang Exkludering	Storytelling Förenkling	Ironi/humor	Uppmaning Attack	
47	“I Sverige har vi kobalt-fyndigheter. Men de förekommer tillsammans med uran. Nu vill MP totalförbjuda den typen av mineralutvinning helt. Här är alternativkostnaden:”	Anti-etablissemang	Storytelling Säga halva sanningen	Neutral	Påverka agendan Potionering Attack	
48	“Tänkte skriva ett skämt om OCD men sen kom jag på att någon kan bli upprörd för att dens kusins jobbarkompis har en granne med diagnosen. Hursomhelst stolt över mitt mästerverk”	Anti-etablissemang	Informalitet Bryta tabu	Ironi/humor	Ironi Positionering	
49	“Batikmagiker som "Emma" är ju tamejfan stående trojanska hästar och risker för rikets säkerhet. Varför ställde inte@Arbetaren dessa kritiska frågor när Putinlov jobbade för dem?”	Anti-etablissemang	Storytelling Vulgaritet	Aggressiv/provokativ	Attack Påverka agendan Diskussionsuppmaning	
50	“Alla som inte håller med FI är nazister.”	Anti-etablissemang	Förenkling	Ironi/humor	Ironi	
51	“Förslag till personlighet: Snubbe som driver blaska som smutskastar folk som "alt-right" hipp som hapt - men som blockar när man frågar om han är ironisk när han yrvaket pratar om att offentligt "lynchas" pga fel åsikter..”	Anti-etablissemang	Delgivande Informalitet	Ironi/humor	Framhäva sig själv Attack Ironi	
52	“Du vet när man vill kalla folk för ankarbar men kan inte pga man är God™ . Vad min biologiska mor har med familjeåterförening och anhöriginvandring att göra är oklart. Men läs tråden, försök se skillnaden mellan dessa "goda" och random Avpixlat-kommentarsfalt.https://twitter.com/drestval/l/status/965355318938099712 ...”	Anti-etablissemang Exkludering	Delgivande Storytelling	Ironi/humor	Positionering Uppmaning	
53	“Det är vore svartmålning av "Staffanstorpsbilden" om Moderaterna i Staffanstorp gjorde en film om att explosioner inte är normalt i denna tidigare sömniga villalidyll och är ett problem.”	Anti-etablissemang Exkludering	Storytelling Skrämseltaktik	Ironi/humor	Påverka agendan	
54	“Jag har inga jätte stora problem med ojämlikhet av utkomst, men ojämlikhet av möjligheter är orättvist. Marxism skapar enorma orättvisor i det. Jämför ojämlikheten i att kunna få tag på råvaror för mat mellan en Venezuelansk apparatchik och en vanlig medborgare.”	anti-etablissemang	Delgivande Storytelling Förenkling	Neutral	Positionering	
55	“Alla medborgare har rätt att kritisera journalister och media, men hot mot enskilda publicister och journalister är avskryvt - något som också är avskryvt är att försöka göra gällande att jag vore av en annan åsikt.”	Anti-etablissemang	Delgivande	Aggressiv/provokativ	Framhäva sig själv	
56	“Hej gammelhögen, lyssna och lär, fördjupa er och sen går vi till attack tillsammans.”	Anti-etablissemang	Informalitet	Neutral	Framhävning Uppmaning Positionering	
57	“Visste ni att svensken endast äter 130 gr kött per dag i snitt enligt livsmedelsverket? Kompenserat för er alla med en ordentlig Texas Chill i kväll.”	-	Informalitet	Ironi/humor Vardaglig	Positionering	
58	“Har ni märkt hur bilder i media från Ghouta aldrig visar en enda "rebell"? Hur kommer det sig?”	Anti-etablissemang	Storytelling	Neutral	Ironi Påverka agendan	
59	“Idag är det nästan omöjligt utan tekniska hjälpmedel att kunna granska och hålla koll på domar. Det är därför jurister använder sådana tjänster. Rätten att "smälta in i massan" efter avlagd dom något som skapats av vår ökande befolkning”	Anti-etablissemang	Förenkling Storytelling	Neutral	Påverka agendan	
60	“Lägg därtill att befolkningen är långt mer mobil idag än tidigare - hela principen om "villkorliga straff" bygger på att allmänhetens omdöme kring en fällande dom är straff nog - samtidigt som man vill göra det praktiskt svårt att få reda på om någon blivit dömd.”	Anti-etablissemang	Storytelling	Neutral	Påverka agendan	
61	“Sen kommer en enorm asymmetri skapas mellan medborgare och av staten "kvalitetssäkrade" journalister. De kan lätt ta del av din historik - men du kan ej enkelt ta del av deras. De kan lätt granska politikernas juridiska förhållanden - men du kan ej det.”	Anti-etablissemang	Storytelling	Ironi/humor	Påverka agendan Uppmana till diskussion positionering	
62	“Ikeamördaren ångrar att han ens åkte ut ur sitt hemland - vill bli utvisad dit omgäende och avtjäna sitt straff där. En åsikt som nog delas av alla i Sverige.”	Anti-etablissemang Exkludering	Bryta tabu	Neutral	Positionering	

63	“Det här är något som jag älskar med Sverige. Inte för att vi gör roliga filmer, det gör myndigheter i andra länder med, utan för att den roliga filmen faktiskt är realistisk trots att det är en sådan tung institution”	Anti-etablissemang	Delgivande Storytelling Förenkling	Ironi/humor Storytelling	Positionering	
64	“Märker att S börjat lova saker om sjukvården igen. Socialdemokraterna lovade i valet 2014 att cancerpatienter skulle få vård inom 4 veckor. Idag får endast hälften det. Låt mig gissa deras svar: - Vi hittade inget rum, mummel mummel, men Karolinska då!”	Anti-etablissemang	Storytelling Säga halva sanningen	Ironi/humor Vardaglig	Attack Positionering	
65	“Folk hade inte klockor och armur förr i tiden - kyrkklockorna användes istället. Med tiden har det blivit en kulturell artefakt. Islamska böneutrop är inte det, och jag hoppas att Sveriges muslimer äger klockor”	Exkludering	Storytelling	Vardaglig Ironi/humor	Positionering	
66	“Ingen skulle lyfta på ögonbrynen om ett framtida hypotetiskt superskulärt Saudiarabien tillät böneutrop. Just pga dess historik och tradition. Men Sverige har ingen tradition av islamsk tidhållning via böneutrop - särskilt inte för att motivera högljudda ingrepp på stadsmiljön.”	Exkludering	Storytelling	Vardaglig	Positionering	
67	“Samma sak med majbråsar. Om någon skulle ba: Vi vill smälla upp jättejätte stora högar med skräp runt om i landet - få ledigt, supa och sen bränna upp skiten - så hade de alltså inte fått det. Men pga att traditionen är äldre än t.o.m kristendomen i Sverige så är vi chill med det”	Exkludering	Storytelling Informalitet	Vardaglig	Positionering	
68	“Man måste betänka vad alternativet att ge dom automatiskt uppehållstillstånd innebär vad man de fakto öppnar upp för är fri invandring för samtliga statslösa utan asylgrund som tar sig till Sverige. 3,7 miljoner människor i världen är statslösa.”	Anti-etablissemang Exkludering	Förenkling Skrämseltaktik	Neutral	positionering Uppmana till diskussion	
69	“Detta är lagstiftarens fel, om vi bara hade haft lite brainstorming innan vi skrev lagen och explicit skrivit i lagen att det är farligt att släpa folk i bilar hade tingsrätten inte varit illa tvungen att döma såhär. Stackars tingsrätten, vars bedömning självklart är ofelbar.”	Anti-etablissemang	Storytelling Säga halva sanningen	Ironi/humor Aggressiv/provokat	Positionering Uppmana till diskussion Attack	
70	“Hur många människor har skjuts/misshandlats/rånats/hotats i Utöya vs Rinkeby sedan Pascalidou skrev denna tweet?”	Anti-etablissemang Exkludering	Storytelling Förenkling Skrämseltaktik	Aggressiv/provokativ	Attack Ironi	
71	“Saker som inte är explicit definierade i lagen heller: kasta ut folk ur en helikopter, katapultera folk ur en trebucht, slänga in folk i stora torktumlare. Vi måste bli lite mer kreativa när vi skriver lagar så de stackars domarna slipper använda omdömet.”	Anti-etablissemang	Storytelling	Ironi/humor	Attack	
72	“Centerpartiets partistyrelse har uteslutit Ebtisam Aldebe nu, sisådär 12 år för sent. En mindre islamist i våra styrande församlingar är en seger. Nu får vi inre glömma de som finns kvar, bla Mohammed Tamsamani (MP). (Mitten, nutig skjorta bredvid Rashid Musa)”	anti-etablissemang exkludering		Neutral	Positionering	
73	“1. Folk pendlar till jobb. Extremt få solnabor jobbar i Solna. De pendlar. 2. Nästan mer än hälften av Solnas elever pendlar till skolor utanför kommunen. Då kan de även pendla in. 3. Ingen vuxen i Sthlm kan kräva gångavstånd till sin utbildningsplats.”	Exkludering	Förenkling Storytelling	Neutral	Positionering	
74	“4. Säger ni upp bekantskapsretsen med era vänner när ni byter kvarter? 5. Varför vill Rödruvan till asylaktivist att migranterna ska permanent bo i knapphändig bygda modulghetton med enbart nyanlända som grannar?”	Exkludering	Storytelling	Ironi/humor	Påverka agendan Ironi Attack	
75	“Kära Jonas, MeToo handlade om hurhttp://b.la. dina skräkollegor tog sig friheter mot kvinnors vilja. Vilja. Kvinnor har en vilja. Även kvinnorna på bilden.”	Anti-etablissemang	Storytelling	Ironi/humor	Attack	
76	“Kommer ni ihåg tiden före Hanif Bali förstörde tonen på twitter? Då anständighet och rättvisa rådde? Då folk inte undergrävde de goda journalisterna?”	Anti-etablissemang	Storytelling	Ironi/humor	Ironi Framhäva sig själv	

<p>"Riktade annonser är intressanta. De bygger på ditt tidigare surf- och konsumtionsbeteende. Jag får erbjudanden på billigare bilförsäkring när jag går in.</p> <p>Strandhäll får Rolex."</p> <p>77</p>	Anti-etablissemang	Storytelling Säga halva sanningen	Neutral	Attack	
<p>"Vad är det för prida mormoner som tagit över det här landet?"</p> <p>78</p>	Anti-etablissemang	Vulgaritet	Aggressiv	Ironi	
<p>"Inte ens när Rumänien plötsligt rankas som EU:s mest ekonomiskt jämställda land får det folk att ifrågasätta denna typ av kontraproduktiv och infantilerade redovisning. _(?)/"</p> <p>79</p>	Anti-etablissemang	Storytelling Förenkling	Ironi	Påverka agendan	
<p>"Har Nordkorea startat en svensk kanal? Har Venezuela finansierat subversiv propaganda översatt till svenska?"</p> <p>Nejdå, bara en helt neutral, oberoende och objektiv dokumentär från SVT kallad "Socialistiska palats i öst"."</p> <p>80</p>	Anti-etablissemang	Bryta tabu Säga halva sanningen	Neutral	Ironi	
<p>"Men observera att de 12-20% i ungdomar i Danderyd, Kungsholmen etc knarkar och sen växer upp och blir mönstermedborgare med nästan obefinlig arbetslöshet. Men medborgarna i förorterna får ta konsekvensen i form av gängens terror på gatan."</p> <p>81</p>	Anti-etablissemang Exkludering	Storytelling Förenkling	Neutral	Påverka agendan	
<p>"Varför kan inte sju närvarande lärare garantera säkerheten för en elev ifrån fyra aggressiva tjejer? Hur mycket soja konsumerar man på lärlärogskolan?"</p> <p>82</p>	Anti-etablissemang	Förenkling Storytelling	Ironi/humor	Ironi	
<p>"Håll i er nu. Jag ska hylla en sosse. Tycker@soffangbg landar helt rätt i att förvägra islamistiska extremister en kommunal plattform. Var gränsen exakt går är svårt - men vi kan enas om att terrorförsvare är långt bortom den gränsen."</p> <p>83</p>	Exkludering	Storytelling	Neutral	Framhäva någon annan	
<p>"Min hatsvans storlek verkar ha sänkt deras hemsida. Förlåt. Jag tar fullt ansvar för min hatsvans surfande."</p> <p>84</p>	-	Storytelling	Ironi/humor	Framhäva någon annan	
<p>"När en skola är som bäst - lyckas den enbart producera 29% gymnasiebehörighet. Jag besökte kronan för några år sedan och vet att de gör ett fantastiskt arbete givet deras elevunderlag. Men utfallet är katastrofalt för samhället."</p> <p>85</p>	Anti-etablissemang	Storytelling	Aggressiv/provokativ	Påverka agendan	
<p>"Ni vet att Miljöpartiet har en lokal-tv program på Öppna Kanalen? 20:30. På Öppna kanalen. Det är supertragiskt - en 11-åring med en webcam håller högre produktionskvalitet. Typ 10 min oavbrutna rants om palmolja staplade på varandra. Ni måste se det."</p> <p>86</p>	Anti-etablissemang	Storytelling	Ironi/humor	Framhäva någon annan Ironi Uppmaning	
<p>"Vänner och följare - följ med mig till Facebook - jag har något viktigt att säga: https://www.facebook.com/hanif.bali"</p> <p>87</p>	-	Informalitet	Neutral	Uppmaning	

BILAGA 2

Exempel på skärmdumpar. Det totala antalet skärmdumpar (86 st) kan redovisas på begäran.
2:

Hanif Bali @hanifbali · Jan 16

Lövin tycker att det är tråkigt att vi pratar så mycket om våldtäkter, gängkriminalitet och skjutningar, istället vill hon att vi ska prata om plast i havet och biologisk mångfald.

\\(ツ)ノ

Dagens Nyheter @dagensnyheter
MP:s språkrör @IsabellaLovin tar avstånd från S invandringspolitik: "Bilden stämmer inte"
dn.se/nyheter/politi...

Translate from Swedish

88 319 1.4K

13:

Hanif Bali @hanifbali · Jan 30

"Opartistiska" @SVTOpinion - ljuger och mörkar medvetet ihop en story om en nyanländ från Malmö för att kasta skit på Moderaterna i Staffanstorp. Sen har Helin och Co mage att yra om Fake news? Ni är ju Sveriges största producent av lögner och propaganda. facebook.com/christian.sone...

Translate from Swedish



141 1.1K 3.2K

Show this thread

17:

Hanif Bali @hanifbali · Feb 2

Sverige har blivit så tryggt att vi äntligen ska förbjuda skottsäkra västar för civila. Schyffert och Betné har ju redan deklarerat hur tryggare det är, den som bär skottsäker väst är Fake-News alarmist.

Mvh
Socialdemokraterna

Translate from Swedish



Inga fler skottsäkra västar på civila – S vill införa förbud
Förslag: Skyddsvästar ska inte få säljas till allmänheten.
sydsvenskan.se

27:

 **Hanif Bali** @hanifbali · Feb 12

Sverige är magiskt. Å ena sidan beskylls varenda problem på socioekonomi - å andra sidan är det även ett brott mot Värdegrunden™ att påpeka socioekonomiska problem, eller ännu värre påstå att de förvärrats i vissa geografiska områden.

 Translate from Swedish

 7  28  241 

[Show this thread](#)

35:

 **Hanif Bali** @hanifbali · 14 feb.

S-tideräkningen började 2015.
För oss hedningar med en annan tideräkning:
1998: 16 bränder.

Anders Lindberg @anderslindberg

Tydligt har antalet bilbränder i Göteborg dessutom minskat från 129 år 2015 till 66 år 2017 (M säger att de ökar).

Är det något i M:s kommunikation just nu som är korrekt? ...

 20  70  411 

49:

 **Hanif Bali** @hanifbali · 18 feb.

Batikmagiker som "Emma" är ju tamejfan stående trojanska hästar och risker för rikets säkerhet.

Varför ställde inte @Arbetaren dessa kritiska frågor när Putilov jobbade för dem?



Egor Putilov lurade sig till svenskt medborgarskap

I högerpopulistiska webbtidningen Samhällsnytt hetsar pseudonymjournalisten Egor Putilov mot invandrare och asylsökande. Nu kan Arbetaren avslöja att han själv l...
arbetaren.se

 39  85  380 

71:

 **Hanif Bali** @hanifbali · 3 mars

Saker som inte är explicit definierade i lagen heller: kasta ut folk ur en helikopter, katapulterna folk ur en trebuchet, slänga in folk i stora torktumlare.

Vi måste bli lite mer kreativa när vi skriver lagar så de stackars domarna slipper använda omdömet.

 10  69  386 

[Visa denna tråd](#)