

STOCKHOLMS UNIVERSITET
Institutionen för nordiska språk
Språkkonsultlinjen

Det nya arbetarpartiet

En närstudie av moderaternas retorik inför valet 2006

Anna Hammarström

Valet 2006 blev en stor framgång för moderaterna, som profilerade sig som det nya arbetarpartiet. Det här examensarbetet är en kartläggning av de grundläggande retoriska strategier som partiet använde sig av för att förmedla bilden av de nya moderaterna till väljarna.

Moderaterna gjorde socialdemokraternas paradfråga, jobben, till sin egen, vilket innebar att de också övertog något av vänsterns språkbruk, samtidigt som de fyllde begreppen med delvis nytt innehåll. Den moderata samhällsvisionen tecknas i kontrast till det socialdemokratiska samhällsbygget. Skildringen av detta blir till en omvänd bild av det Sverige som moderaterna vill skapa.

Examensarbete på språkkonsultlinjen
Höstterminen 2006
Handledare: Bo Inge Skarström

Innehåll

1	Inledning och syfte	3
1.1	Inledning	3
1.2	Syfte	3
2	Material	5
3	Metod	6
4	Teoretisk ram	8
5	Tidigare forskning	11
5.1	Anders Sigrell	11
5.2	Nicklas Håkansson.....	12
5.3	Orla Vigsø.....	13
5.4	Thorwald Lorentzon	15
6	Analysresultat	17
6.1	Artikel på DN Debatt 2003-05-14	17
6.2	Artikel på SvD Brännpunkt 2005-12-31.....	19
6.3	Partiledardebatt i riksdagen 2006-01-18.....	20
6.4	Första maj-kampanj 2006	22
6.5	Partiledarduell i SVT, Agenda Special 2006-05-11	24
6.6	Partiledarutfrågning i TV4 2006-09-13	27
7	Sammanfattning och diskussion	30
8	Material- och källförteckning	34
8.1	Material.....	34
8.2	Tryckta källor.....	34
8.3	Muntliga källor	35

1 Inledning och syfte

1.1 Inledning

Under en föreläsning i praktisk retorik, då moderaternas förvandling till det nya arbetarpartiet och de därmed sammanlänkade framgångarna i valet diskuterades, sa en kurskamrat med förundran i rösten att allt hade varit uppochnedvänt i den gångna valrörelsen. För den som röstat på socialdemokraterna i hela sitt liv verkade det befängt att plötsligt lägga sin röst på moderaterna, men det *kändes* rätt, menade hon. Uppenbarligen resonerade många väljare på samma sätt, för moderaterna gjorde år 2006 sitt bästa val sedan 1928, och helt i enlighet med partiets uttalade taktik kom många av de nya anhängarna från de socialdemokratiska väljarleden.

Naturligtvis finns det flera bidragande orsaker till moderaternas framgångar – även sådana som inte kan kopplas direkt till partiets egna ansträngningar. Inte minst märktes en begynnande folklig misstro gentemot socialdemokratins ledande företrädare, som många ansåg visat prov på en maktens arrogans exempelvis i samband med tsunamikatastrofen. Människors tvivel på det politiska ledarskapets moraliska resning öppnade också för ett ifrågasättande av regeringspartiets verklighetsbeskrivning. Det hjälpte inte att statsminister Göran Persson i snart sagt varje medieframträdande uttalade sin besvärjelse om att ”det går bra för Sverige”. Bilden började krackelera. Men samhällsklimatet och den ekonomiska verkligheten kan inte gärna vara hela förklaringen till den moderata valsegern. Stor betydelse hade sannolikt också en effektiv kommunikation med väljarna i vilken man lyckades förmedla bilden av ”det nya arbetarpartiet”. Hur kan man annars förklara de tydliga väljarströmmarna från socialdemokraterna till moderaterna? Väljarna hade ju kunnat demonstrera sitt missnöje med det styrande partiet på andra sätt, som till exempel genom att röstskolka eller rösta på något av de andra allianspartierna, alternativt ge mer inflytande åt vänsterpartiet och miljöpartiet.

1.2 Syfte

Jag började ur ett språkkonsultperspektiv intressera mig för vilka strategier denna lyckade kommunikation vilade på. Språkkonsultens arbete handlar ju inte sällan om att förändra en verksamhets språkliga framtoning för att därigenom påverka medborgarnas eller potentiella kunders uppfattning om och relation till verksamheten. Språket är vårt främsta verktyg både när vi skapar bilden av oss själva som individer och när vi skapar bilden av en verksamhet, oavsett om den är offentlig eller privat. För ett politiskt parti i opposition kanske språket till och med kan sägas vara det *enda* till buds stående medlet för påverkan, eftersom oppositionsrollen innebär att partiet ännu inte kunnat omsätta sina förslag i handling.

Uppgiften för mitt examensarbete blev alltså att kartlägga vilka retoriska strategier moderaterna använde sig av för att förmedla bilden av det nya arbetarpartiet till allmänheten. Kartläggningen innebar att jag från ett retoriskt perspektiv närstuderade material från moderaternas valkampanj – både skrivna texter och muntliga anföranden – och precis som vid all tolkning av skrivna eller talade budskap gäller rimligen även för min att den bär spår av uttolkarens personliga erfarenheter och världsbild.

En fråga som *inte* sysselsatt mig under uppsatsarbetet är huruvida de nya moderaterna verkligen är nya, det vill säga om partiets nya framtoning motsvaras av en reell förändring av dess politik. Tvivlande röster har höjts i media och i den populära bokutgivningen, bland annat från statsvetaren Stig-Björn Ljunggren (2006). Jag ägnar mig emellertid inte åt sådana spekulationer, utan koncentrerar mig uteslutande på den moderata valkampanjens retoriska innehåll, och låter de närmaste fyra åren ge besked om förhållandet mellan ord och verklighet.

2 Material

Jag har valt att inte begränsa min undersökning till att omfatta enbart en typ av retorisk situation, som till exempel offentliga tal, och heller inte till enbart tal respektive skrift. Materialet omfattar debattartiklar, teveframträdanden och kampanjmaterial och avsändaren är moderaternas partiledare Fredrik Reinfeldt eller partiet som organisation. Bredden på det undersökta materialet kan kopplas till uppsatsens syfte; att undersöka hur moderaterna med retoriska strategier skapade bilden av det nya arbetarpartiet. Den bilden förmedlas naturligtvis via alla tillgängliga kanaler, som till exempel teve, radio, dagspress, Internet och reklampelare, samt i en mängd olika former: offentliga tal, intervjuer, debattartiklar och partiledardebatter, för att nämna några. Som väljare nås vi av partiernas politiska budskap i många olika sammanhang, och när vi bildar oss en uppfattning om respektive parti gör vi det genom att smälta samman alla dessa olika intryck. För att komma åt bilden av partiet behöver man alltså titta på hela spektrumet.

Materialet är tänkt att representera ett tvärsnitt av den moderata propaganda som mötte oss väljare under valrörelsen, men det ska också i någon mån spegla den större tidsrymd som förflöt mellan valen 2002 och 2006. Vår politiska ståndpunkt formas ju inte enbart under den korta period som en valrörelse pågår, utan vilar på intryck som vi tar till oss över tid, och för de politiska partierna är röstvärvandet en ständigt pågående process. En debattartikel i materialet är daterad så tidigt som år 2003 och innehåller Fredrik Reinfeldts politiska programförklaring som blivande moderatledare. Redan här dras riktlinjerna inför valet 2006 upp och vi känner igen den retorik som senare ska möta oss under själva valrörelsen. Det är en konsekvens och en kontinuitet som jag gissar har stor betydelse när det gäller att forma väljarnas uppfattning om ett parti.

Här följer en lista över materialet som ingått i undersökningen:

- Fredrik Reinfeldts politiska programförklaring som blivande partiledare, införd på DN Debatt 2003-05-14.
- Debattartikel av Fredrik Reinfeldt, införd på SvD Brännpunkt 2005-12-31.
- Partiledardebatt i riksdagen 2006-01-18. Direktsändes i P1 och SVT.
- Moderaternas Första maj-kampanj i kvälls- och dagspress (annons) 2006.
- Partiledarduell mellan Fredrik Reinfeldt och Göran Persson i SVT:s Agenda special 2006-05-11.
- Partiledarutfrågning i TV4 2006-09-13.

3 Metod

Metoden jag valt för min undersökning är retorikanalys; närmare bestämt den analysmodell i sex steg som presenteras i *Heder och påverkan. Att analysera modern retorik* (Maria Karlberg & Brigitte Mral 1998). Målet med retorikanalysen är, som författarna påpekar, att få en förståelse dels för hur övertygande text är uppbyggd, dels för hur den fungerar i samhället, och i den processen är de tolkande och värderande inslagen viktiga (1998:12, 19). Analysen syftar alltså inte enbart till att blottlägga den övertygande textens struktur, utan även till att bedöma hur pass väl texten fungerar i sitt givna sammanhang, och den bedömningen påverkas ofrånkomligen av uttolkarens egen person och erfarenheter. Som Karlberg & Mral (1998:57) framhåller ”bör retorikanalysen aldrig ge sken av att förmedla en objektiv sanning”.

Den aktuella modellen, vars teoretiska ram är den klassiska retoriken, är utarbetad för att kunna appliceras på så vitt skilda retoriska företeelser som politiska propagandatal, försvarstal, predikningar, spelfilmer, pratshower och reklamannonser – kort sagt all talad eller skriven text som är avsedd att påverka och som bedöms intressant att studera ur ett retoriskt perspektiv.

Modellen är snarare avsedd att fungera som en checklista i analysarbetet än en mall som slaviskt måste följas, och utmärkande för den är helhetsperspektivet. Karlberg & Mral (1998:11-12) betonar att retorikanalysen bör omfatta hela kommunikationsprocessen och att den retoriska situationen som texten förekommer i bör bilda utgångspunkt för analysen. Ett budskap levereras ju aldrig i ett vakuum utan alltid i ett större sammanhang och utformas med hänsyn till denna kontext; de tänkta mottagarna, den samhällsliga situationen och tidigare yttranden. Detta helhetsgrepp gjorde att modellen föreföll mig lämplig att använda i mitt eget analysarbete, eftersom jag ville undersöka materialet förutsättningslöst, utan att ha siktet inställt på en viss retorisk företeelse.

Här följer en kortfattad presentation av modellens sex steg, där varje steg innehåller en rad frågor som uttolkaren av texten har att besvara i sin analys:

1. Kontexten

Till vilken genre hör texten och vilken relation har den till övriga texter inom samma genre? Vilken är den retoriska situationen; det historiska, politiska, sociala eller ekonomiska sammanhanget som texten förekommer i? Vilka är de tänkta mottagarna av budskapet? Vilka retoriska problem står avsändaren inför? Vem är författaren eller talaren och vilket är hans förhållande till ämnet?

2. Dispositionen

Följer texten den klassiska retorikens idealdisposition av ett övertygande tal i fem delar (*exordium*, *narratio*, *propositio*, *argumentatio* och *conclusio*)? Vilka konsekvenser får eventuella avvikelser från denna disposition?

3. Grundläggande medel för att övertyga

Använder sig avsändaren främst av *ethos* (personlig trovärdighet), *logos* (fakta och förnuft) eller *pathos* (känsla) i sina ansträngningar att övertyga mottagaren?

4. Argumentationsanalys

Har texten en tydlig tes och vilka är argumenten som stöder tesen? Är argumenten relevanta och hållbara? Är de i första hand av ethos-, logos- eller pathoskaraktär? Uppvisar texten någon tydlig argumentativ struktur, det vill säga är resonemanget främst induktivt (beskrivande) eller deduktivt (principiellt)?

5. Stil

På vilken stilt nivå ligger texten? Är stilen densamma genom hela texten? Om stilbrott förekommer, vilka effekter får de? Är de avsiktliga? Förekommer någon typ av stilfigurer som utsmyckning av texten, som till exempel bilder eller symboliska uttryck? Om det är frågan om en talad text, hur kan man beskriva stilen i själva framförandet? Hur använder sig talaren av kroppsspråk och yttre attribut som exempelvis klädsel?

6. Att formulera analysresultaten

Vilka resultat är relevanta att redovisa och vilka kan lämnas därhän, med tanke på forskningsuppgift och läsare? Hur ska resultaten presenteras för att tolkningen av materialet ska framstå som plausibel och läsningen bli intressant och behaglig?

4 Teoretisk ram

Att studera politiskt språk är att studera påverkande språk. Andersson & Furbergs (1973:101) påstående om att det förvisso finns något som vi kan kalla ”politiskt språk”, men att det politiska språket inte existerar som ett eget begreppssystem, förefaller mig rimligt. Det politiska språket hämtar det mesta av sin vokabulär från allmänspråket och argumentationen följer samma grundläggande mönster i allt påverkande språk. När man tänker i termer av forskningsdiscipliner faller det sig naturligt att göra kopplingen till retoriken, men studier i påverkande språk bedrivs även inom områden som filosofi, logik, argumentationsanalys och semantik, och en central fråga är vad i språkets natur och vårt sätt att tolka språk som gör det till ett så raffinerat redskap för att övertyga och övertala.

Sysslar man med politisk retorik är det omöjligt att undvika termen *propaganda* – ett ord som för många av oss har starka negativa konnotationer. Då kan det vara bra att påminna om retorikprofessor Lennart Hellspongs (2004:262) definition av propagandatal som ”tal som inte är åsiktsmässigt neutrala utan försöker få lyssnarna att ta ställning på ett visst sätt” och av propagandamedel som ”övertalningsmedel som tillkommer utöver en opartisk redovisning av skälen för och emot” en viss uppfattning. När termen *propaganda* förekommer i den här uppsatsen bör den alltså uppfattas som en synonym till *påverkande språk*. I det följande ska vi rikta uppmärksamheten mot några av de språkliga påverkansmedel som är vanliga i politisk argumentation och alltså förekommer såväl i avsnittet om tidigare forskning som i redovisningen av och diskussionen kring mina egna analysresultat.

I klassikerna *Språk och påverkan* (1991) och *Politik och propaganda* (1973) diskuterar filosoferna Jan Andersson och Mats Furberg hur det kan komma sig att de olika strategierna för påverkan fungerar, trots att vi som läsare eller åhörare ofta är väl medvetna om att avsändaren är ute efter att övertala oss. Författarna förklarar det med *principerna för allvarligt tal*, det vill säga *principen om adressatrelevans* (1991:17) och *principen om avsändarens vederhäftighet* (1991:29). Enligt den förra utgår vi ifrån att avsändarens budskap har relevans eller är av intresse för oss, och enligt den senare förlitar vi oss på att avsändaren vet vad han talar om och dessutom är uppriktig mot oss. Dessa två principer är en förutsättning för all meningsfull mänsklig kommunikation – dem förutan skulle vi ju tvingas ifrågasätta riktigheten i och avsikten bakom precis alla budskap som når oss och det skulle bli ytterst komplicerat att inhämta information från omvärlden. Detta förhållande kan naturligtvis utnyttjas av propagandisten, men som Andersson & Furberg påpekar går det inte att tänja på gränserna hur mycket som helst utan att samtidigt undergräva principerna för allvarligt tal och därmed den egna trovärdigheten.

Ett flitigt använt medel i övertygande text eller tal är *urvalsprincipen*, som innebär att avsändaren ensidigt väljer ut och presenterar fakta som gagnar hans ståndpunkt, medan andra helt lämnas därhän. På så vis förmedlas en starkt vinklad bild, vars beståndsdelar betraktade var för sig är korrekta men som tagna tillsammans skapar en skev helhet. Urvalsprincipen opererar genom något som Andersson & Furberg kallar *rasterteknik*, vilken innebär att avsändaren låter adressaten betrakta

frågan genom ett raster som släpper igenom vissa intryck men utestänger andra. Det finns också enskilda ord eller fraser som kan fungera som raster eller filter, så kallade rasterord. Som exempel ger författarna ordet *foster* kontra *icke framfött barn* (1973:62-70).

Bruket av *emotiva* eller *värdebeladdade ord* och uttryck ur allmänspråket eller ur det ideologiska ordförrådet är också vanligt i övertygande text. Det handlar om ord som har en positiv eller negativ laddning, ord som till exempel *demokrati* eller *orättvisa*, och som är tacksamma att använda när adressatgruppen är heterogen och präglas av motstridiga intressen, vilket är fallet med väljarkåren. Ett ord som *rättvisa* kan betyda helt olika saker för olika väljargrupper, och därmed kan var och en i begreppet rättvisa läsa in den betydelse han eller hon önskar. Det är också svårare att motsätta sig ett förslag om det kort och gott beskrivs som *rättvist* än om det redovisas i hela sin komplexitet med hårda fakta, för vem vill väl argumentera mot rättvisa? Den process som innebär att neutralt deskriptiva ord laddas med positiva eller negativa värden kallar Andersson & Furberg för *emotivisering* (1973:74-80). Att det är en process som hänger nära samman med förändringar i samhället påpekar Sven-Göran Malmgren (1989:77-78) och lyfter bland andra fram exemplet *elit* – ett ord som i jämlikhetens tidevarv kommit att signalera något negativt, för att inte säga skamligt (t.ex. *elitskola*).

Ytterligare ett medel som kan användas då man vill övertyga är så kallade *övertalningsdefinitioner*, som innebär att man låter en emotiv term få större betydelseomfång. Genom att använda en positivt eller negativt laddad term för att benämna en företeelse kan man påverka adressatens attityd till densamma i önskad riktning. Som Andersson & Furberg (1973:82-84, 1991:109) påpekar medför emotiviseringen av politiska begrepp tillsammans med bruket av övertalningsdefinitioner att partier med sinsemellan väsensskilda ideologier kan använda sig av en och samma uppsättning emotiva ord. Politiska motståndare kan alltså dela terminologi men ha skilda begreppssystem, något som årets valrörelse tydligt illustrerade. När Fredrik Reinfeldt använder ett ord som *trygghet* menar han med detta något annat än Göran Persson och gör också en poäng av skillnaden i begreppsinnehåll. För moderaterna är trygghet detsamma som jobb, medan trygghet i socialdemokratisk tappning alltmer kommit att likställas med bidrag.

Obestämdhet opererar på ungefär samma sätt som de emotiva orden: adressaten får dra sina egna slutsatser om betydelsen och tenderar därför att tolka yttrandet på ett sätt som stämmer överens med hans egen världsbild. Den som i propagandasyfte använder sig av obestämdhet utnyttjar förhållandet att varje yttrande tolkas i sin bestämda kontext. Sammanhanget som ett yttrande levereras i kan alltså bidra med minst lika mycket information som det faktiska språkliga innehållet. Ett obestämt yttrande är också svårt att angripa just eftersom det innehåller så lite information i sig (Hellspång 2004:279-281, Andersson & Furberg 1973:90-91). Gunnar Fredriksson (1992:197) noterar att vaghet och mångtydighet i det politiska språket ofta är föremål för kritik, men påminner om hur viktig denna språkets elasticitet är för den fria tanken och menar att ett språk där alla tvetydigheter suddats ut och total konsensus råder om begreppens innehåll är ett diktaturens språk.

Slutligen tar Hellspong (2004:268) i sin redogörelse för olika språkliga påverkansmedel upp begreppet *polarisering*, vilket han beskriver som en dramatisering av motsättningarna mellan de olika parterna i en konflikt eller på var sida om en ideologisk gräns. En tacksam retorisk stilfigur att använda i sammanhanget är *antitesen* – motsatsen, som mycket riktigt ofta förekommer i materialet som varit föremål för min egen undersökning.

5 Tidigare forskning

Forskning om politisk retorik bedrivs inom flera vetenskaper – företrädesvis inom statsvetenskapen och språkvetenskapen. I följande översikt över forskning på området svensk politisk retorik finns båda representerade, men tyngdpunkten ligger på språkvetenskapen.

5.1 Anders Sigrell

Anders Sigrell (1999) har i sin undersökning av modern politisk argumentation tagit fasta på det som inte sägs rent ut utan underförstås – de implicita inslagen i argumentationen. Det kan handla om utelämnade led i ett resonemang, vilket med en term från den klassiska retoriken kallas *entymem*, men också om så kallade *presuppositioner*, det vill säga utsagda antaganden, eller om bruk av *ironi* och *metaforer*. Gemensamt för de underförstådda inslag som Sigrell riktar sin uppmärksamhet mot är att de spelar en viktig attitydpåverkande roll i argumentationen och alltså inte utelämnats för att de är bärare av redundant information.

Anledningen till att avsändaren väljer att använda underförstådda inslag av den här typen är enligt Sigrell att budskapet lättare skulle kunna ifrågasättas och kritiseras om det uttrycktes explicit. När ett budskap inte är klart uttryckt utan bara underförstås framstår det som en självklarhet, något som alla kan förutsättas instämma i, trots att det i själva verket kan råda högst delade meningar om ämnet. Det underförstådda bidrar också till att förtäta budskapet så att det får en enkel och slagkraftig språklig form, vilket har betydelse för den retoriska effekten på lyssnaren eller läsaren. Dessutom får mottagaren spela en mer aktiv roll i kommunikationsprocessen när det förekommer underförstådda budskap, eftersom han själv måste fylla i det som sändaren utelämnat, och mottagaren är ofta benägen att tolka budskapet på ett sätt som stämmer överens med hans egen uppfattning (1999: 235-236). Det är för övrigt samma tanke som ligger till grund för resonemanget om emotiva ord och obestämdhet hos Andersson & Furberg (1973:74-80, 90) som berördes i föregående avsnitt. Ju mer oprecist ett budskaps innehåll är, desto större tolkningsutrymme lämnas åt adressaten, och det kan gynna avsändaren eftersom vi tenderar att tolka budskap så att de passar in i vår egen världsbild. Utan att ens vara medvetna om det bidrar vi till ett närmande mellan vår egen och avsändarens ståndpunkt.

Sigrell arbetar efter hypotesen att argumentation innehållande implicita budskap kan vara effektivare än sådan som bara använder sig av explicita budskap, och för att undersöka saken analyserar han bland annat ett tevetal från 1992 av dåvarande statsministern Carl Bildt. Sigrell tvingas dock konstatera att varken hans egen empiriska undersökning eller andra han tagit del av kunnat presentera några belägg för att antagandet varit riktigt. Samtidigt gissar han att frånvaron av belägg åtminstone delvis kan förklaras med svårigheten att på ett tillfredsställande sätt mäta effekten av isolerade retoriska variabler. Han slår fast att den retoriska effekten av de underförstådda inslagen dels beror på kontextuella faktorer, som mottagarens möjligheter att rätt tolka det underförstådda och hans uppfattning om avsändarens trovärdighet, dels på budskapets innehåll. Budskap vars innehåll svårligen kan formuleras explicit, som är fallet med ironi, kan enligt Sigrell

fungera väl i underförstådd form. Dessutom menar han att den rikliga förekomsten av underförstådda inslag i modern politisk argumentation i sig kan tas som intäkt för att det är ett retoriskt effektivt grepp (1999:293-294).

Sigrell betraktar sin avhandling som ett bidrag till diskussionen om vilka rationella grunder som våra ställningstaganden vilar på. Han menar att det är viktigt att få kunskap om det underförståddas retoriska effekter, dels för att vi i rollen som sändare av ett budskap ska kunna göra medvetna och ansvarfulla val av kommunikativa strategier, dels för att vi i rollen som mottagare ska bli mer uppmärksamma på sändarens avsikter (1999:18). Med tanke på att Sigrell redan från början ringat in det underförstådda som sitt specifika studieobjekt inom den politiska argumentationen kan man ifrågasätta valet av en så heltäckande analysmodell – den klassiska retorikens schema för den retoriska processen (*intellectio, inventio, dispositio, elocutio, memoria* och *pronuntiatio/actio*). Framförallt kan man ifrågasätta den pedagogiska vinsten med att slaviskt följa dessa kategorier (dock inte i korrekt inbördes ordning!) vid presentationen av analysresultaten, när läsarens hela uppmärksamhet är inriktad på det som först följande avsnitt tar upp, nämligen de underförstådda inslagen i Bildts tal. Vikten av att i retorikanalysen koncentrera sig på de aspekter som är viktiga för den aktuella forskningsuppgiften är något som Brigitte Mral (Karlberg & Mral 1998:13) berör. Hon skriver bland annat: ”Att beskriva och analysera samtliga detaljer och associationer ens i en kort reklamtext är sällan möjligt och nästan aldrig meningsfullt.”

5.2 Nicklas Håkansson

Statsvetaren Nicklas Håkansson har studerat svenska politiska partiers budskap till väljarna i form av valtal, valmanifest och partiledardebatter i nationella valrörelser från 1948 till 1994. Istället för att fokusera på valbudskapens sakinnehåll, som han menar är det vanliga i statsvetenskapliga undersökningar av den politiska retoriken, riktar han in sig på budskapens språkliga utformning. Undersökningen handlar alltså inte i första hand om *vad* som sägs utan om *hur* det sägs, och Håkansson har letat efter generella mönster snarare än att studera enskilda partiers eller partiföreträdares språkliga strategier. Genom att jämföra sina resultat med studier från andra västeuropeiska länder har han också sökt efter universella drag i den politiska retoriken, det vill säga drag som förekommer i all valretorik oavsett tid och rum.

Håkansson utgår ifrån hypotesen att valbudskapets retorik i grunden är tidlös, att den följer samma grundläggande retoriska mönster i valrörelse efter valrörelse och inte heller känner några parti- eller landsgränser. Förklaringen till detta skulle vara att syftet med retoriken alltid är detsamma, nämligen röstvärvning. Mot hypotesen ställer han tre alternativa modeller som var och en skulle kunna förklara eventuella variationer i retoriken. Den första modellen utgår ifrån förändringar på det massmediala området som kan tänkas påverka valretoriken så att den ändras över tid. Den andra utgår ifrån skillnader uppkomna som en följd av olika valsystem, och den tredje tar fasta på att retoriska skillnader kan finnas mellan partier i regeringsställning respektive opposition.

I sin analys väljer Håkansson att fokusera på tre grundläggande aspekter av valretoriken. Den första aspekten handlar om de politiska ståndpunkterna – alla partier måste formulera sin egen lång- och kortsiktiga politik. Den andra aspekten rör partiernas sätt att förhålla sig till sin omvärld, och här kommer både verklighetsbeskrivningen och bilden av de politiska motståndarna in. Den tredje aspekten, slutligen, handlar om hur partierna förhåller sig till sig själva och sin egen trovärdighet. Viktigt för trovärdigheten är till exempel väljarnas möjlighet till identifikation med partiet (1999:30-31).

Analysresultaten visar enligt Håkansson att valretoriken visserligen uppvisar stor variation mellan olika individer och partier, vilket är naturligt om man betänker att språkbruk är något individuellt och dessutom kan färgas av partitraditioner, men att denna variation inte är systematisk. Valretoriken kan, i enlighet med Håkanssons hypotes, sägas vara tidlös i den mening att variationerna inte kan förklaras av utvecklingen inom massmedia eller tillämpningen av ett visst valsysteem och bara i liten utsträckning kan hänföras till partiernas position i regerings- respektive oppositionsställning (1999:211).

Med utgångspunkt i sina analysresultat hänger sig Håkansson åt en intressant diskussion om de normer som gäller för den politiska debatten i Sverige. Han påpekar att resultaten av undersökningen faktiskt motsäger den allmänt spridda uppfattningen att kvaliteten på den politiska debatten sjunkit de senaste åren och alltmer kommit att handla om smutskastning. När det gäller just negativ propaganda – att partier istället för att tala om sin egen politik ägnar sig åt att kritisera motståndarsidans – hänvisar Håkansson till forskning som visar att även negativ retorik kan erbjuda väljarna relevant information, och förklarar den svenska, ensidigt misstänksamma hållningen till fenomenet med en stark konsensuskultur (1999:216-218). Som Håkansson (1999:27) påpekar är negativ propaganda vanligare hos partier i opposition än hos dem i regeringsställning, och det är mycket riktigt ett av de inslag i moderaternas valkampanj som jag kommer att beröra i diskussionen av mina egna analysresultat. Att partier i opposition använder sig av negativ propaganda, exempelvis i form av en negativ verklighetsbeskrivning, är egentligen ganska naturligt om man betänker att deras politik bara existerar i idévärlden – det är ju först när de kommit till makten som de kan genomföra den – och alltså måste beskrivas för väljarna på ett konkret sätt. Vad är då naturligare än att utgå från den av motståndarna utformade politiska verkligheten och låta den bli en spegelvänd bild av den egna politikens ideala samhälle? En annan utbredd uppfattning som Håkanssons analysresultat motsäger och som förts fram av bland andra Kurt Johannesson (2004:246), är den att utvecklingen på det massmediala området skulle ha påverkat den politiska retoriken till att bli mer polemisk och starkt förenklad. Tvärtom visar Håkanssons undersökning på en minskning av den polemiska retoriken över tid.

5.3 Orla Vigsø

Orla Vigsø (2004) har studerat svenska politiska partiers valaffischer i 2002 års valrörelse och konstaterar att det råder konsensus mellan partierna om vilka de centrala frågorna i valet är – inget parti sticker ut från mängden med egna, djärva profilfrågor, utan satsar på säkra kort som sjukvård, barn- och äldreomsorg samt utbildning. När det gäller den retoriska utformningen av budskapen slår Vigsø fast

att argumentationen är pathos- och ethosbaserad och alltså väddar till mottagarens känslor samt strävar efter att bygga upp ett förtroende för avsändaren. Frånvaron av logos, det vill säga sakliga, faktabaserade resonemang, innebär inte att fakta inte förekommer på affischerna. Men enligt Vigsø är det fråga om en underförstådd argumentation, där uppgifter om vår omvärld inte i första hand syftar till att upplysa oss om sakernas tillstånd, utan främst vill väcka våra känslor och få oss att önska en förändring. Vidare tror Vigsø att den implicita argumentationen kan smickra läsaren, eftersom den förutsätter att han är tillräckligt intelligent för att snappa upp budskapet även om det inte uttrycks i klara ordalag (2004:208-209). Däremot tar Vigsø inte alls upp Sigrells (1999: 235-236) resonemang kring de underförstådda budskapen som en strategi för att kunna appellera till olika grupper av människor, där var och en i det utsagda kan läsa in vad han önskar. Den klara övervikten av pathos- och ethosapeller och frånvaron av logos känns igen från mitt eget material, liksom även användandet av fakta som en del i pathosargumentationen.

Orla Vigsø konstaterar med förvåning att de uttalat negativa kampanjerna lyser med sin frånvaro år 2002, men menar att en implicit negativitet ändå går att skönja i partiernas verklighetsbeskrivningar. För att läsaren rätt ska kunna tolka det underförstådda budskapet krävs dock att han redan är bekant med partiets ideologi (2004:211). Underförstådd negativitet av det här slaget förekommer också rikligt i det moderata kampanjmaterialet av 2006 års modell, men där tycker jag mig samtidigt finna en fränare, mer explicit kritik av de politiska motståndarna.

Av sin undersökning drar Vigsø slutsatsen att valaffischen som retoriskt medium i vår tid kommit att fylla en annan funktion än den ursprungliga, som mer handlade om att värva röster från nya väljargrupper. I dag, när valaffischen fått konkurrens av så många andra och kraftfullare kanaler, som till exempel teve, är valaffischens främsta uppgift att mobilisera de redan övertygade väljarna, påminna dem om att det är val, försäkra dem om att partiet står fast vid sin ideologiska linje och få iväg dem till röstlokalen på valdagen. Det kan enligt Vigsø förklara varför moderaterna i 2002 års kampanj valde att hålla fast vid skattefrågan som en av sina viktigaste, trots att majoriteten av väljarna bevisligen inte tillmätte den någon större betydelse (2004:210).

Just valaffischer ingår inte i det material som legat till grund för min egen undersökning, men precis som Vigsø påpekar i diskussionen om 2002 års valrörelse är det samma teman och slagord som återkommer kampanjen igenom hos respektive parti, varför affischerna kan betraktas ”som en kort version av vad som behandlades mer utförligt i andra medier” (2004:211). Omvänt borde man alltså kunna anta att iakttagelser från annat kampanjmaterial, som exempelvis annonser och debattartiklar, borde vara giltiga även för affischerna. Det är också mitt intryck från moderaternas valkampanj år 2006 att affischernas budskap låg i linje med övrig valkommunikation och alltså denna gång *inte* kan sägas ha enbart en mobiliserande funktion utan faktiskt också syftade till att locka nya väljargrupper.

5.4 Thorwald Lorentzon

Medan Nicklas Håkansson kartlägger grundläggande likheter mellan partiernas valretorik, studerar Thorwald Lorentzon (2006) sambandet mellan ideologi och retorik i en lexikal analys av moderaternas och vänsterpartiets valmanifest under perioden 1948-2002. Genom att följa utvecklingen på tre olika sakpolitiska områden – *försvars- och utrikesområdet*, *arbetsmarknadsområdet* och *skatteområdet* – visar han på retoriska drag och förändringar och relaterar dessa till den politiska verkligheten. Dessutom studerar han användningen av fyra centrala ideologiska ord – *demokrati*, *jämlikhet*, *rättvisa* och *frihet* – samt några ord som kan antas vara särskilt starkt knutna till respektive partis ideologi. Lorentzon undersöker främst kvantitativa men även i viss mån kvalitativa förändringar, såsom värdeladdning och betydelseinnehåll, och enligt Lorentzon är det möjligt att tolka båda typerna av förändring med stöd av händelser i verkligheten, eftersom samhällsförändringar avspeglas i det politiska språket.

För sin retorikanalys använder Lorentzon modellen som beskrivs i Karlberg & Mral (1998), det vill säga samma analysmodell som det här examensarbetet vilar på. Han förklarar att det är modellens helhetsgrepp som gjort att valet hamnat på just den, eftersom målet med den retoriska analysen är en helhetsbild av den kontext i vilken det övertygande budskapet levereras. Lorentzon menar emellertid att han vänt på modellen eftersom hans utgångspunkt är den lexikala nivån, medan den retoriska situationen snarare är analysens slutpunkt; de slutsatser han drar om kontexten på basis av ordens frekvens (2006:17-18).

Den lexikala analysen av arbetsmarknadsområdet ger vid handen att vänsterpartiets valmanifest sammantaget uppvisar en större och mer varierad vokabulär med fler förekomster av ord som *arbete*, *jobb*, *arbetsmarknad* och *arbetslöshet* och större variationsrikedom med unika ordbildningar. I de moderata valmanifesten finns en större variation när det gäller frekvensen av ord kopplade till det aktuella området. Toppnoteringen av ordet *arbete* under 70-talet är gemensam för de båda partierna och kan enligt Lorentzon förklaras bland annat med den begynnande lågkonjunkturen. Det sista undersökta moderata valmanifestet, det från 2002, innehåller enligt Lorentzon påfallande få förekomster av ordet arbetslöshet, vilket kan sättas i kontrast till årets valrörelse och den intensiva uppmärksamhet moderaterna ägnade ämnet denna gång. Lorentzon gör iakttagelsen att moderaterna ibland använder ett ord med i grunden negativt innehåll, som *arbetslöshet*, i en positivare kontext än vänsterpartiet, till exempel i tal om sjunkande arbetslöshetssiffror. Moderaterna använder alltså inte ordet i en negativ verklighetsbeskrivning på samma sätt som vänsterpartiet gör. Dessutom förekommer i moderaternas valmanifest positivt klingande sammansättningar som *arbetsdisciplin*, *arbetslust*, *arbetsglädje* och *arbetsvilja* – ord som överhuvudtaget inte används av vänsterpartiet (2006:120-125). Det här är iakttagelser som delvis är giltiga också i 2006 års valrörelse. Som framgår av mina analysresultat beskrivs möjligheterna att få ett arbete som själva grundförutsättningen för att människor ska kunna styra över sina egna liv och vara fria. Arbete handlar också om att ingå i en gemenskap och om att få känna sig behövd, något som förvägras dem som ställts utanför arbetsmarknaden. Samtidigt ingår orden också i en negativ verklighetsbeskrivning av socialdemokraternas Sverige med just arbetslöshet och utanförskap på arbetsmarknaden som centrala begrepp.

När det gäller förekomsten av de centrala ideologiska orden *demokrati*, *jämlikhet*, *rättvisa* och *frihet* kan Lorentzon konstatera att vänsterpartiet totalt sett under perioden använder samtliga fyra ord flitigare än moderaterna, varför deras manifest kan sägas karaktäriseras av en ”större ideologisk täthet”. Det är en iakttagelse som stämmer väl överens med resultatet av Malmgrens (1989:63) undersökning av den totala mängden riksdagsspråk under året 1978-79. Även där visade sig vänsterpartiet (då ännu med tillägget kommunisterna) använda sig av emotiva och ideologiskt laddade ord i mycket högre utsträckning än övriga riksdagspartier. Som väntat visar sig orden *jämlikhet* och *rättvisa* i Lorentzons undersökning vara klart överrepresenterade hos vänsterpartiet (*jämlikhet* förekommer inte en enda gång i de moderata manifesten), medan ordet *frihet* finns överrepresenterat hos moderaterna. Den kraftigt ökade användningen av ordet *rättvisa* i 60- och 70-talens moderata manifest skulle enligt Lorentzon kunna tyda på ett försök till avmonopolisering av ett av socialismens främsta honnörsord (2006:198-199).

Undersökningen av ytterligare ett antal ord, som kan antas vara särskilt betydelsefulla i respektive partis ideologi, gav liknande resultat som för de fyra centrala orden; de används flitigare av vänsterpartiet. Det kan enligt Lorentzon bero på att de moderata valmanifesten inte i samma utsträckning som de vänsterpartistiska fokuserar på partiets politiska motståndare, varför det i materialet saknas direkta motsvarigheter till vänsterns skällsord, som till exempel *borgare* och *kapitalist* (2006:224). Det är en intressant upplysning att begrunda i ljuset av 2006 års valrörelse, som för moderaternas del kom att handla mycket om skildringen av det socialdemokratiska samhällsbygget och dess baksidor.

I en mer allmän diskussion om de centrala ideologiska orden i vårt språk skriver Lorentzon att det pågår en ständig kamp om dem mellan olika politiska riktningar, en kamp om vem som ska få tolkningsföreträde och därmed företräde också när det gäller att tolka verkligheten. För som Lorentzon påpekar ligger det i politikernas intresse att påverka väljarnas verklighetsuppfattning i riktning mot partiets, och den som lyckas skaffa sig monopol på ett ideologiskt ord kommer att påverka människors uppfattning om företeelsen bakom ordet och i förlängningen också verkligheten (2006:38-44). Lorentzon tar i sammanhanget upp ett exempel som är mycket intressant med tanke på min egen undersökning, nämligen ett försök av förre moderatledaren Bo Lundgren att ändra innehållet i begreppet *klass* så att det skulle kunna omfatta två nya klasser: vanliga medborgare respektive politiker. Politikerna framställdes som den nya överklassen som suger ut sina undersåtar, medborgarna. Enligt Lorentzon var Lundgrens försök utsiktslöst eftersom ordet i fråga har ”alltför stark socialistisk anknytning” (2006:41). Men i 2006 års valrörelse var faktiskt framställningen av det socialdemokratiska ledarskiktet som en makthungrig elit fjärran folket ett centralt inslag i moderaternas valpropaganda. Visserligen förekom inte ordet *klass* i materialet som ingick i min undersökning, men väl ord och uttryck med närbesläktat innehåll, som till exempel *maktens parti*, och det talas om politiker som är *berusade av makten* och hellre *härskar över* än *tjänar* människor.

6 Analysresultat

I det här avsnittet redovisar jag resultaten av min undersökning. Varje skriven text eller muntligt anförande redovisas separat och jag börjar med den äldsta texten, som publicerades 2003, för att sedan gå framåt i tiden till dagarna före valet. I nästa kapitel, kapitel 7, kommer en sammanfattande diskussion kring resultaten där jag pekar på återkommande drag i den moderata valretoriken.

6.1 Artikel på DN Debatt 2003-05-14

I maj 2003 publiceras den blivande moderatledaren Fredrik Reinfeldts politiska programförklaring på Dagens Nyheter Debatt under rubriken *Vi måste erövra s-präglade väljare*. På partistämman i oktober samma år ska han formellt väljas till ny partiledare för moderaterna och efterträder då Bo Lundgren, som tvingats lämna sin post efter valnederlaget 2002. Såväl partiinterna som externa kritiker menade att det katastrofala valresultatet åtminstone delvis berodde på moderaternas ensidiga fokusering på skattesänkningar – en fråga som majoriteten av väljarna inte tillmätte någon större betydelse. Redan i den här artikeln, som alltså publicerades drygt tre år före det framgångsrika valet 2006, dras tydliga riktlinjer upp för det kommande kampanjarbetet.

Det är uppenbart att det främsta retoriska problemet som Fredrik Reinfeldt har att brottas med i texten är just väljarkårens låga förtroende för partiet. Han måste på något sätt bemöta det här problemet innan han kan räkna med läsarens uppmärksamhet även i andra frågor. Men innan så sker berättar Reinfeldt kort om drivkraften bakom sitt eget politiska engagemang, nämligen intresset för andra människor och tron på deras inneboende kapacitet. Dessutom klargör han vilka värden som är grundläggande för den moderata ideologin, och lyfter framförallt fram friheten med dess ständiga följeslagare ansvaret. Här använder artikel-författaren du-tilltal för att komma läsaren riktigt nära. Först därefter går han in på frågan om valförlusten och dess orsaker. Det var inte det idémässiga innehållet i moderaternas politik som var problemet, utan oförmågan att förklara och levandegöra detta innehåll för väljarna. Det blev fokus på siffror istället för människor och kampanjen upplevdes som alltför teknisk.

Den moderata frihetstanken ställs sedan i bjärt kontrast till det socialdemokratiska samhällsbygget, som enligt Reinfeldt kommit att få drag av enpartistat (ordet förekommer hela fyra gånger i artikeln, ingressen inräknad). Här berörs det som kallats för *det socialdemokratiska problemformuleringsprivilegiet* och som innebär att socialdemokraternas världsbild efter alla år vid makten har kommit att bli ett raster genom vilket vi alla, mer eller mindre oreflekterat, betraktar omvärlden. Inte minst har det kommit att påverka medborgarnas uppfattning om de politiska alternativen, vilka de ofta inte känner till annat än ”i förvanskad tappning”, som Reinfeldt påpekar. Den stora utmaningen för moderaterna blir alltså att rubba socialdemokratins sanningsmonopol och verklighetsbeskrivning, att plocka hål i rastret så att den oförvanskade verkligheten blir synlig. Medborgarna måste förmås att vakna ur sin dvala och Fredrik Reinfeldt försöker skaka om oss genom att likna Sverige vid en diktatur. Han konstaterar med en antites att ”det görs ibland mer för att behaga maktens parti i Sverige än att se till

människors behov”, och han använder uttrycket ”statlig tvångsförvaltning” för att beteckna statens klåfingriga inblandning i borgerligt styrda kommuners inre angelägenheter. Dessutom omtalas *återupprättandet* av rättsstaten som ett av målen för den moderata politiken; något som bara kan tolkas som att Sverige vid denna tidpunkt, enligt artikelförfattaren, inte är någon rättsstat.

Den underliggande tesen i all partiretorik är naturligtvis att partiet i fråga är det bäst skickade att styra landet. Men huvudtesen som framträder i den här artikeln är att moderaterna är ett realistiskt alternativ till socialdemokraterna. Vad som främst talar för att det förhåller sig på det viset är att moderaterna sitter inne med de politiska lösningarna på landets problem. Tre områden ringas in på vilka fokus kommer att ligga: den ekonomiska tillväxten, brottsbekämpningen och skolan. Att det behövs ett alternativ till det socialdemokratiska styret visar människors spirande längtan efter något nytt. Artikelförfattaren återkommer flera gånger till detta nya och de förhoppningar som finns knutna till det, och hans budskap är naturligtvis att moderaterna i uppdaterad version är det parti som bäst kan infria människors förväntningar.

Det finns en tydlig dramaturgi i texten. Först målas en mörk bild av Sverige upp, eller snarare tre mörka bilder hämtade från vart och ett av de ovan nämnda områdena. Svenska företag hindras i sin tillväxt av krångliga och obegripliga kommunala och statliga regelverk, unga brottsoffer talar om ”ett samhälle i kollaps och en vuxenvärld som är totalt frånvarande”, och i skolan får unga tjejer acceptera nedsättande tillmälen. Efter detta dystra scenario kan läsaren glädja sig åt ett antal hoppgivande signaler. Svenskarna är ett uppfinningsrikt, arbetsamt och företagsamt folk och viljan till utveckling och framsteg finns där, trots att regeringen gör sitt bästa för att sätta käppar i hjulet. Folkopinionen börjar mobilisera mot myndigheternas slapphänta hantering av kriminella, och i skolan börjar det bli tillåtet att vara duktig. En förändring kan vara i sikte och moderaterna har ett politiskt program med konkreta åtgärder på alla tre områdena som syftar till att stimulera den här utvecklingen.

Den övervägande delen av argumentationen är av ethoskaraktär, men även pathosargument finns närvarande. Ethosargumentationen syftar till att återupprätta partiets förtroende samt att bygga upp Fredrik Reinfeldts auktoritet i rollen som den nye partiledaren. Framförallt partiets, men naturligtvis också Fredrik Reinfeldts eget ethos, byggs upp av det ambitiösa politiska programmet samt av de obestridda värden partiet står för. Sitt personliga ethos bygger Reinfeldt upp genom att framställa sig själv som en ödmjuk idealist, en person som vikt sitt yrkesliv åt att kämpa för de värden han tror på. Och här är det mjuka värden som lyfts fram, nämligen människors inneboende förmåga och vilja att ta vara på sig själva och sina möjligheter. Fram växer bilden av en politiker som drivs av helt andra motiv än socialdemokratiska partibroilers, vilka i det politiska engagemanget främst ser en möjlighet till kometkarriär raka vägen in i maktens korridorer. När Reinfeldt beskriver hur han vacklade i sin tro på partiet efter valnederlaget, eller hur han åker kollektivtrafik till jobbet, framstår han som en människa av kött och blod, anspråkslös och fast förankrad i en verklighet och en vardag som de flesta av oss kan känna igen. Att det här är en politiker som vistas mitt i verkligheten förstår vi också när vi läser att han varit i kontakt med fler brottsoffer än de flesta och att han rest runt i Sverige och träffat tusentals

människor som givit sin syn på moderaternas politik. En annan hörnsten i ethosbygget är Reinfeldts roll som orädd sanningssägare. I skildringen av socialdemokraternas Sverige räds han inte att använda drastiska ord och uttryck, som när han talar om ”maktens eviga gullande med våldsverkare och gärningsmän”. Pathosargumenten märks tydligast när Sverige beskrivs i termer som för tankarna till en diktatur. Här stimuleras känslor av olust, indignation och ilska över samhällsutvecklingen.

Fredrik Reinfeldt avslutar sin artikel med att konstatera att man i politiken aldrig kan ta framgångar för givna, men att partiet aldrig haft så goda förutsättningar att överraska som efter misslyckandet i 2002 års val. Nu när vi vet hur det gick i valet 2006 får den avrundningen något närmast profetiskt över sig.

6.2 Artikel på SvD Brännpunkt 2005-12-31

I sin artikel på Svenska Dagbladet Brännpunkt, som publicerades på nyårsafton 2005 under rubriken *Förnyelsen avgör valet*, ringar Fredrik Reinfeldt in tre frågor om vilka det stundande valet enligt hans mening kommer att handla: människosynen, tydligheten hos de två regeringsalternativen och samhällskritiken. Han gör alltså ett försök att själv sätta agendan för valrörelsen, och med en tillbakablick på det dryga halvår som förflöt mellan artikelns publicering och valet kan man konstatera att de här frågorna verkligen kom att ta stor plats i debatten.

Utan särskilt mycket till inledning och bakgrund kastas vi rakt in i handlingen – in medias res – och den utgörs förstås av det stundande valet. Redan i brödtextens andra mening slår Reinfeldt fast att valet 2006 kommer att handla om synen på människan. Är det människan som ska anpassa sig till politiken eller tvärtom? De två regeringsalternativen representerar två väsensskilda synsätt, där socialdemokraterna tillsammans med vänsterpartiet och miljöpartiet bara intresserar sig för individen såsom varande en del i ett större kollektiv, medan alliansen istället sätter den enskilda människan och hennes vilja att växa och utvecklas i centrum. Reinfeldt menar att den borgerliga alliansens vision om vårt samhälle, just därför att den tar sin utgångspunkt i individen, inte kan formuleras i ”en storartad plan uttryckt från helikopterperspektiv”. Formuleringen för tankarna till grandiosa planer av det slag som brukar förknippas med kommunistiska diktaturer; planer som sätts i verket utan en tanke på vilka konsekvenser de får för människorna bakom siffrorna, de hundratusentals som måste tvångsflyttas i samband med exempelvis ett dammbygge. Reinfeldt betonar att samhället konstitueras av sina medborgare, inte av myndigheterna, och lyfter fram andra sektorer av samhällsapparaten som jämte staten har en viktig uppgift att fylla, till exempel näringslivet, frivilligsektorn, kulturen och de religiösa samfundet.

Den andra frågan kring vilken valet kommer att kretsa är den om regeringsalternativens tydlighet respektive otydlighet. Den som lägger sin röst på något av partierna i den borgerliga alliansen vet vad han köper eftersom alliansen har en genomtänkt politik och dessutom en klar plan för dess finansiering, till skillnad från vänstermajoriteten i riksdagen, som beslutat om en ansvarslös ”mångmiljardrullning”. Den som däremot väljer att rösta på socialdemokraterna kan bara vara förvissad om en enda sak, nämligen att det i praktiken blir en röst också på vänsterpartiet och miljöpartiet – i övrigt präglas vänster-

alternativet av förvirring och otydlighet. Här kan man ana att Fredrik Reinfeldt försöker bemöta ett retoriskt problem i form av misstro mot alliansens förmåga att uppvisa en enad front, en skepticism som grundar sig på tidigare misslyckanden.

Den tredje frågan som enligt Reinfeldt kommer att få avgörande betydelse för valutgången är vem som bäst lyckas beskriva de problem som samhället står inför. Återigen ställs de två regeringsalternativen mot varandra. Det ena likställer trygghet med bidrag medan det andra sätter likhetstecken mellan trygghet och arbete. Enligt moderaternas synsätt går regeringens och samarbetspartiernas strategi ut på att maskera bristen på jobb, bland annat genom uppfinningar som friåret, om vilket Reinfeldt skriver att ”arbetsförmedlingarna tvingas fördela ledighet i form av friår istället för arbete”.

Förutom de tre teserna om valets kärnfrågor finns i artikeln en övergripande tes, som inte uttrycks i klartext men som framträder när man läser texten i sin helhet, nämligen den att valet står mellan två sinsemellan diametralt motsatta politiska alternativ. Det finns en klar strävan efter polarisering, efter att framställa de två alternativen i knivskarp kontrast mot varandra i ett antitetiskt arrangemang som genomsyrar hela texten. Individ ställs mot kollektiv, tydlighet mot otydlighet och klarsynthet och rättframhet mot strategier som syftar till att dölja problem. Artikelförfattaren verkar vilja ge moteld till det myckna talet om politisk samling i mitten, uppfattningen att de politiska alternativen egentligen inte skiljer sig så förtvivlat mycket åt.

Eftersom artikeln publiceras i Svenska Dagbladet, som är partipolitiskt obunden men vars ledarsida går under beteckningen obunden moderat, får man anta att en majoritet av läsarna är välvilligt inställd till den borgerliga alliansen. Men även i denna läsekrets kan moderaterna behöva stärka sin och övriga alliansmedlemmars trovärdighet eller ethos, och det sker genom att de framställs som klara, rediga och rättframma i kontrast till sina politiska motståndare, som varken lyckats precisera formerna för nästa mandatperiods regeringssamarbete eller ge en trovärdig beskrivning av samhällsproblemen. En viktig del av de nya moderaternas pathos är deras intresse för den lilla människan och hennes värld. Hon är mer än bara en obetydlig byggkloss i det stora samhällsbygget och hennes behov måste hamna i centrum.

6.3 Partiledardebatt i riksdagen 2006-01-18

Partiledardebatten i riksdagen i januari 2006 markerade starten på valåret och blev ett tillfälle för partiledarna att profilera sig och sina partier inför väljarna, som förvisso inte är de primära, men väl så viktiga sekundära mottagarna av det politiska budskapet. Riksdagens partiledardebatter direktsänds i radio och teve och brukar ägnas stort utrymme i nyhetsbevakningen. Under sitt anförande riktar sig också Fredrik Reinfeldt vid flera tillfällen direkt till denna sekundära åhörarskara.

Fredrik Reinfeldt inleder sitt anförande med att konstatera att ”valåret 2006 är här”, ett konstaterande som i all sin enkelhet rymmer den förväntan, turbulens och dramatik som kan förknippas med en valrörelse. Därefter anlägger han genast ett väljarperspektiv och talar i jagform, som om han själv vore i väljarnas kläder. Vad

handlar valet om för väljarna? Han konstaterar att många människor har svårt att identifiera sig med de politiska partierna och att valet för dem kommer att bli en fråga om igenkännande. Den politiska ledare som förmår skildra verkligheten på ett sätt som människor kan känna igen sig i kommer att gå segrande ur valet. Här utdelas en diskret känga mot Göran Persson, som upprepat devisen ”Det går bra för Sverige” så många gånger att den närmast börjat likna en besvärjelse och en del väljare funnit anledning att fundera över om detta Sverige möjligen rymmer parallella universum. Detta är alltså den fond mot vilken valrörelsen kommer att utspela sig och resten av anförandet ta sin utgångspunkt i.

Men valet kommer naturligtvis också att handla om de politiska partiernas ideologiska grund, och Fredrik Reinfeldt börjar med att tala om friheten, ett begrepp som alltsedan begynnelsen utgjort en hörnsten i moderaternas ideologi-bygge. Det handlar om att ”få bestämma över sitt eget liv” och att ”man faktiskt får bli den man vill vara” – ord och uttryck som inte har något bestämt innehåll, utan fungerar som projektionsytor för åhörarnas egna önskningar och visioner. Därmed blir de också oantastliga. Vem vill inte vara fri och vem vill inte få vara precis den han eller hon önskar vara? Det underförstådda budskapet är naturligtvis att vi med dagens samhällssystem inte är riktigt fria och inte får lov att vara oss själva fullt ut. Kommen till nästa viktiga värde, tryggheten, känner sig talaren tvungen att göra ett förtydligande. Trygghet kan uppenbarligen betyda olika saker för moderater och socialdemokrater. Medan moderaterna anser att trygghet är något som individen skapar åt sig själv genom sina egna ansträngningar, menar socialdemokraterna att trygghet tillhandahålls av staten i form av bidrag. Här använder sig talaren av ett slags övertalningsdefinition – ett vanligt grepp i politisk propaganda. Han underkänner den ”officiella” definitionen av trygghet och föreslår en ny, det vill säga han fyller trygghetsbegreppet med nytt innehåll. Om väljarna kan fås att acceptera den nya definitionen av trygghet kan partiet sannolikt räkna med ett större folkligt stöd för en politik som är inriktad på att utveckla arbetsmarknaden snarare än bidragssystemen.

Fredrik Reinfeldt spinner vidare på temat vad väljarna kan tänkas söka efter i valet och uppmanar dem att bli uppmärksamma på vilket förhållande de förtroendevalda har till makten. Inga namn nämns, men adressen är tydlig när han beskriver hur åtnjutandet av makt är själva drivkraften bakom somligas politiska gärning. Med en antites beskriver han sedan moderaternas förhållningssätt till makten. De ber om väljarnas förtroende ”för att tjäna människor, inte för att härska över dem”.

I talet om partiets förnyelse kan man ana att Reinfeldt försöker tackla ett retoriskt problem och svara dem – eventuellt både bland de egna och i väljarkåren i övrigt – som inte sympatiserar med förändringen eller misstänker att den är av kosmetisk art, endast ägnad att locka röster från nya väljargrupper. Här ställs två politiska alternativ effektivt mot varandra: ett som förmått följa med i samhällsutvecklingen, nämligen de nya moderaterna tillsammans med de övriga tre alliansmedlemmarna, och ett som kännetecknas av stagnation eller till och med bakåtsträvande, nämligen socialdemokraterna och deras två samarbetspartier. I själva verket framstår bara ett av de två alternativen som realistiskt.

En parafras på Göran Perssons ”mantra” får inleda Fredrik Reinfeldts version av Sverige år 2006: ”Det går bra för Sverige. Men det går inte bra för hela Sverige. Och det går heller inte bra för alla svenskar.” Reinfeldt talar om ett genom-rationaliserat arbetsliv där allt färre gör allt mer. Det och inget annat är förklaringen till landets ekonomiska tillväxt, som underförstått alltså inte är någon tillväxt i ordets rätta bemärkelse. Arbetslivet liknas vid en hiss i vilken somliga åker upp och andra ned. De som får åka ned är människor som *sorterats bort*, ett öde som drabbat en halv miljon svenskar. De har *slussats ut* från arbetsmarknaden, som Reinfeldt säger med ett uttryckssätt som för tankarna till en medveten handling, som om en grym plan låg bakom. Här kommer också en gammal klassiker från vänsterns ordförråd till heders: *tvåtedjedelssamhället*, nu med innebörden att den sista tredjedelen inte får en chans på arbetsmarknaden. Men det skulle inte behöva se så ut så här i vårt samhälle. Moderaterna och deras allierade har förslagen som skapar fler jobb och låter människor komma till sin rätt. Det blir nästan komiskt när Reinfeldt påminner sina åhörare om att det faktiskt finns både borgerliga och socialdemokratiska regeringar, som om medborgarna kan misstänkas vara så indoktrinerade av den socialdemokratiska propagandan att de inte ens kommer på tanken att det kan finnas alternativ. Eller är det kanske en påminnelse riktad till regeringspartiet om att dess maktposition inte är ödesbestämd?

Det huvudsakliga budskapet i Fredrik Reinfeldts anförande, hans främsta tes, är att den borgerliga alliansen i regeringsställning kommer att skapa en drägligare och mänskligare värld, en värld som kan erbjuda människor frihet och trygghet. Och det ska ske genom en politik som skapar fler jobb. Ytterligare en tes som förs fram, både i brutalt direkta och mer indirekta ordalag, är att socialdemokraterna, anförda av Göran Persson, försöker pådyvla väljarna en osann bild av verkligheten. Man försöker invagga dem i en falsk trygghet för att kunna använda sitt mandat till att härska över snarare än att tjäna medborgarna. Hur ska man annars förklara det påtagliga glappet mellan verkligheten och socialdemokraternas beskrivning av densamma?

Det är ethos och pathos som dominerar argumentationen. Fredrik Reinfeldt raljerar till och med över dem som bygger sin politik på siffror och tabeller istället för att börja hos människan. Pathosargumenten märks tydligt i diskussioner om frihet, utanförskap eller maktfullkomlighet, och talaren vädjar både till positiva och negativa känslor hos sina åhörare. Sin karaktär, eller sitt ethos, bygger Reinfeldt på närheten till den lilla människan, lyhördheten för hennes behov och tron på hennes möjligheter. När han talar om vad vårt samhälle har gemensamt med de nordiska grannarnas nämner han ”en sorts otvungenhet som jag är väldigt förtjust i och som inte gör så stor skillnad på folk och folk”. Här får vi en glimt av privatpersonen Fredrik Reinfeldt som också säger oss något om hans kvaliteter som politiker. Andra ethosbyggande inslag är kontakten med verkligheten och den klarsynthet med vilken talaren skildrar den.

6.4 Första maj-kampanj 2006

Första maj är som bekant arbetarrörelsens och socialismens stora högtidsdag och en dag som vi förknippar med röda fanor, demonstrationståg, Internationalen och socialistiska dignitärer som agiterar på gator och torg. Vi är däremot inte beredda

på att möta politisk propaganda från motståndarsidan just denna dag, och det är precis det här förhållandet moderaterna utnyttjar när de väljer att annonsera i kvälls- och dagspress den 1 maj och dessutom lånar den socialistiska rekvisitan till annonsens bildstoff. Det är ett drag som ligger helt i linje med partiets uttalade strävan: att utmana socialdemokraternas ställning som det självskrivna arbetarpartiet.

Annonstexten vilar mot ett svartvitt fotografi föreställande ett Första maj-tåg av äldre datum. På fotografiet syns allvarliga män i mörk kostym flankerade av stora fanor, som kolorerats i en knappt märkbar, röd nyans. Illustrationen står i skarp färgmässig kontrast till avsändaren, som återfinns snett till höger under annonstexten i form av moderaternas nya logotyp i ljusblått med tillägget ”nya” infliktat i orange. Annonseringen som helhet framstår som en visuell och idémässig antites där urblekt rött ställs mot piggt blått och den gamla, trötta arbetarrörelsen mot den självutnämnda nya, fräscha.

Rubriken, *Efter 115 år av demonstrationer är det dags att någon lyssnar*, fungerar som exordium genom att väcka läsarens uppmärksamhet och nyfikenhet. Budskapet är långtifrån glasklart och lockar därför till vidare läsning. Vem är det som ska lyssna? Och vem är det som har struntat i att lyssna hittills? Bilden å sin sida blir till ett slags narratio som ger läsaren bakgrunden mot vilken budskapet ska uppfattas. Bakgrunden är den att Sveriges arbetare i mer än ett sekel har demonstrerat för sina rättigheter. Men redan i inledningsmeningen dyker en litotes – en underdrift – upp som anslår en lätt ironisk ton och får läsaren att börja tvivla på att hans antaganden om avsändaren varit riktiga: ”Att Sveriges arbetare år efter år ska behöva gå ut och demonstrera kan tyckas en aning märkligt.”

Annonseringens huvudtes – att Sverige behöver en moderat regering – uttrycks, om än inte i riktigt så explicita ordalag, sist i texten i påståendet ”Sverige behöver helt enkelt ett nytt arbetarparti”. Därefter faller läsarens blick naturligt på moderaternas logotyp, som levererar svaret på frågan vilket detta nya arbetarparti kan tänkas vara, om någon till äventyrs fortfarande undrar. Påståendet fungerar samtidigt som conclusio – en sammanfattning eller slutsats av texten som helhet. Det främsta argumentet för tesen är att moderaterna vill föra en politik som verkligen gynnar den arbetande delen av befolkningen, och som stödargument till detta huvudargument anför man socialdemokratins självvalda abdikering från sin uppgift. Både i klartext och mellan raderna nås läsaren av budskapet att socialdemokraterna har svikit sina ideal och väljare och kommit att bilda en ny elit i samhället. Den situationen illustreras av det absurda i att arbetarna ännu år 2006 måste demonstrera för sina rättigheter och att bara de privilegierade kan drömma om en sommarstuga (det blir ett slags stödargument för stödargumentet). Ytterligare en tes som förs fram i annonsen och ständigt återkommer i den moderata valretoriken, är att det måste löna sig att arbeta. Argumentet som stödjer den tesen är att ett otillräckligt antal människor annars kan förmås att ”masa sig iväg till jobbet”, vilket underförstått skulle få, och redan får, katastrofala följder för landets ekonomi.

Två yrkesgrupper, sjuksköterskor och vaktmästare, används i annonsen som evidens, det vill säga konkretiserande exempel på den mer svårgripbara gruppen ”de som tjänar minst”. När avsändaren konstaterar att en extra tusenlapp i

månaden gör stor skillnad för medlemmar av yrkesgrupper som dessa, ger man uttryck för en ny sida av moderaterna, nämligen solidaritet med låginkomsttagarna och förståelse för deras besvärliga ekonomiska situation. Samtidigt ringar man in den aktuella gruppen som potentiella väljare och inbjuder läsaren att identifiera sig med den. Det här rör sig ju om en väljargrupp som traditionellt inte erbjudit moderaterna något starkt stöd. Också den språkliga stilen i annonsen signalerar en mer jordnära eller folklig attityd. Det är ett enkelt språk, bitvis talspråksnära, som i exemplet ovan med arbetarna som ”masar sig iväg till jobbet”.

Annonsmakaren har valt att främst förlita sig på pathosargument – argument som talar till känslan – medan sakliga logosargument som fakta och siffror lyser med sin frånvaro. Vad är det då för känsla texten vill väcka? Det handlar om ett slags rättmätig indignation. Läsaren kan, om han accepterar avsändarens verklighetsbeskrivning, fråga sig hur socialdemokraterna har kunnat svika sina ideal och låta det gå så illa för Sverige. Men det finns också ethosargument där avsändaren demonstrerar sin egen auktoritet, som till exempel i följande slagkraftiga formulering, i vilken man gör bruk av varierad upprepning: ”Vi moderater har alltid sagt att det ska löna sig att arbeta. Och nu säger vi att det framförallt ska löna sig att arbeta om man är en av de (sic) som tjänar minst.”

Argumentationen är deduktiv till sin karaktär; slutsatsen är, givet förutsättningarna, den enda logiska. Det innebär att texten inte inbjuder till ifrågasättande och diskussion, utan utger sig för att presentera en ovedersäglig sanning. När avsändaren skriver att ”Sverige måste bli ett land där inte bara direktörer och vissa politiker ska ha rätt att drömma om en sommarstuga eller till och med ett gods!” tecknas inte blott och bart en vision om ett framtida samhälle, utan också en bild av dagens Sverige – ett land där djupa sociala klyftor tillåtits uppstå trots, eller kanske på grund av, decennier av socialdemokratiskt styre. Språkbruket och verklighetsbeskrivningen i den här meningen är av ett slag man snarare förväntar sig finna i den socialdemokratiska propagandan, eller eventuellt ännu längre till vänster. Direktörerna och den lilla klicken högt uppsatta politiker ställs mot dem som tjänar minst i en tydlig antites. Samtidigt plockar avsändaren en enkel poäng på dåvarande statsminister Göran Persson, vars status som godsägare vållat stor debatt just därför att den rimmar illa med den traditionella bilden av socialdemokratin ledare som anspråkslösa män av folket och istället förstärker Perssons pampstämpel. Det är intressant att man använder ordet *drömma*. Det handlar alltså inte om någon självklar rätt till en högre levnadsstandard, utan rätten att *få drömma* om den. Ordvalet i sig antyder något om det samhälle som socialdemokratin utformat. Det är, verkar moderaterna vilja säga, ett samhälle som inte ens tillåter medborgarna att fantisera om ett annat liv, som om systemet tagit kontroll inte bara över våra skattepengar utan också våra tankar.

6.5 Partiledarduell i SVT, Agenda Special 2006-05-11

Partiledarduellen mellan Göran Persson och Fredrik Reinfeldt sändes i SVT: s Agenda Special i maj, när fyra månader återstod till riksdagsvalet. De båda partiledarna står vid varsin ände av ett bord med programledaren Karin Hübnette mellan sig. Fredrik Reinfeldt är iförd mörk kostym och klart orangeröd slips, en färg han och den borgerliga alliansen gjort till sin under valrörelsen och som vi tidigare kommit att förknippa med demokratirörelser runt om i världen, bland

annat i Ukraina. Tevetittarnas frågor har fått ligga till grund för duellens ämnen och det är jobben, bidragen, skolan och de äldre som dominerar. Den första frågan rör partiledarnas visioner om Sverige efter den kommande mandatperioden.

Fredrik Reinfeldt får börja och uttrycker en förhoppning om att kunna ge människor större makt över sina liv. Just denna strävan är hans viktigaste politiska drivkraft och han använder ord som *centralstyrning* och *ovanifrånperspektiv* för att beskriva hur han ser på svensk politik av socialdemokratiskt snitt – ord som för tankarna till ett samhälle där människan upphört att vara utgångspunkten för all politik, där människan är till för staten och inte tvärtom. Centralstyrningen kommer åter på tal när svenska skolelevers dåliga studieresultat diskuteras:

När jag sitter ned i lärarrum och klassrum så är det återkommande hur lite av makt som kommer till de professionella, till dem som vill göra mycket i skolan. I mitt Sverige kommer inga barn att gå osedda genom skolan. Vi kommer att bli bättre på att följa upp att de verkligen lär sig det man ska lära sig. Jag kommer också att möta den föräldraoro som jag själv också känner. Är det så att mitt barn verkligen lär sig tillräckligt mycket i skolan, är det så att våra barn blir väl behandlade i skolan?

Här visar Fredrik Reinfeldt att han tagit klivet ut i den verklighet som diskuteras, besökt skolor och lyssnat till dem som bäst kan beskriva den rådande situationen, nämligen lärarna. För ett ögonblick lämnar han också politikerrollen och blir förälder, och som sådan delar han alla andra ansvarstagande föräldrars oro inför sina barns möjligheter till stimulans och utveckling i skolan. Bilden av den mänskliga och vardagsnära politikern stärker Reinfeldts ethos samtidigt som den vädjar till åhörarnas känslor genom att inbjuda till identifikation. När Göran Persson går till motangrepp och hävdar att han tvärtom brukar kritiseras för att ha lämnat ifrån sig för mycket makt till kommunerna, gissar Reinfeldt att det nog var länge sedan han besökte någon skola. Att skolan blivit en kommunal angelägenhet betyder bara att herrarna som styr är kommunal- istället för statstjänstemän, inte att makten flyttat ut i klassrummen. Han anklagar dessutom Persson för att aldrig riktigt ha släppt ifrån sig posten som skolminister, utan ”vill sitta där i Rosenbad och styra med sina tentakler”. Här tecknas en bilden av en makthungrig politiker som tappat verklighetskontakten. När så problemen i gymnasieskolan kommer på tal menar Reinfeldt att för lite stöd har erbjudits de killar vars begåvning snarare sitter i händerna än i de teoretiska ämnena, och med ett välriktat skott rakt mot den socialdemokratiska hjärtetrakten säger han att ”er gymnasieutbildning har misslyckats, och märkligt nog med udden riktad mot dem som har mer av yrkeskunnande som profil”.

När diskussionen kommer in på arbetsmarknadspolitiken stiger debattertemperaturen ytterligare några grader. Persson menar att moderaternas politik med ökad press på arbetslösa och förtidspensionerade kommer att skapa ett ”låglöneproletariat” och innebär att man ”sparkar på den som ligger”. Detta avfärdar Reinfeldt som ”klasskamp retorik” och påminner om att 150 000 människor mitt i högkonjunkturen är föremål för arbetsmarknadspolitiska åtgärder, vilket innebär att de utför jobb som egentligen inte behövs till löner som ligger långt under dem som den normala löne marknaden kan erbjuda. Han pekar också på det paradoxala i att det i Sverige, som har jordens kanske friskaste befolkning, finns så många

som är för sjuka för att arbeta, och menar att människor alltför lättvindigt *stämplas* respektive *slussas ut* från arbetsmarknaden för att det inte ska synas i statistiken att de är arbetslösa. ”Vi måste akta oss för att sätta en stämpel i pannan på folk att de under inga omständigheter kan jobba”, menar Reinfeldt med ett ordval som väcker obehagliga associationer, som om människor bara vore brickor i regeringens cyniska spel. Dessutom påminner Reinfeldt om att Göran Persson själv infört ökad kontroll av bland andra förtidspensionärer, vilket fått många människor att känna sig jagade. Däremot saknar Persson idéer om hur människor ska kunna komma tillbaka i arbete. ”Du är bredvid mig när det gäller piskor men du saknar morötterna, och det är därför jag tycker detta är hyckleri, att stå och prata i klasskampstermer”, säger Reinfeldt och avfärdar därmed Perssons kritik samtidigt som han visar på bristen på visioner hos det statsbärande partiet.

I diskussionen om de gamla utnyttjar Fredrik Reinfeldt det övertag oppositionen alltid besitter när det gäller att leverera samhällskritik. Ett parti som innehaft regeringsmakten i obruten följd de senaste tolv åren och dessförinnan i många decennier endast med kortare avbrott kan inte med bibehållen trovärdighet kritisera missförhållanden i samhället:

Det är lite märkligt att höra Göran Persson, partiledaren för ett parti som har haft makten i 65 år, som nu säger: nu ska det bli bättre för de äldre. Vad har ni hållit på med i 65 år? Upptäckte ni förra hösten att de fanns, eller? Det är många som tycker att detta är väldigt märkligt, att nu börja beskriva det som att ni har upptäckt att landet har gamla. Ni har ju haft sex och ett halvt decennier på er i så fall att åstadkomma de här förbättringarna som ni pratar om.

Programmet avslutas med att de båda duellanterna får hålla var sitt två minuter långt slutanförande. Lotten avgör att Fredrik Reinfeldt får börja. Han inleder med en rad antiteser:

I valet om fyra månader så står de nya moderaterna mot de gamla socialdemokraterna. En väl förberedd borgerlig allians står mot en splittrad vänster som inte ger gemensamma besked. Jag kan stolt meddela att en röst på moderaterna också ger inflytande åt centerpartiet och kristdemokraterna och folkpartiet. Vi har förberett oss väl och vi är stolta över att vi fungerar tillsammans. Vi ser på Sverige som vi ser på vårt samarbete; det handlar om att bygga det tillsammans med respekt för varandra. Våra politiska motståndare har en omvänd idé. Där gäller, med Göran Perssons sätt att se på det, att ensam är stark och att störst går först. De gör en poäng av att inte ge besked före valet. De tycker att det är onödigt att på det sättet försäkra väljarna om vad som ska följa efter valdagen.

Det nya står mot det gamla, samarbete och respekt mot den starkes rätt och klara besked mot mörkning. De två sentenserna *ensam är stark* och *störst går först* ger språklig schvung åt budskapet. Anförandet avslutas med en anaför: de tre sista meningarna inleds på exakt samma sätt, och därefter kommer en sista antites som ska inskräpa var skiljelinjen mellan de två regeringsalternativen går:

Vi går till val på att skolan ska få bättre kvalitet och bättre resultat. Vi går till val på en vård som fungerar och som är tillgänglig. Vi går till val på en fungerande brottsbekämpning. Vi sätter detta före bidragsutbyggnad och fortsatta insatser för att dölja arbetslösheten.

6.6 Partiledarutfrågning i TV4 2006-09-13

Fyra dagar före valet frågades Fredrik Reinfeldt, såväl som övriga partiledare och alliansen som helhet, ut i TV4 av Jan Guillou och Göran Rosenberg. I en mörk studio och inför publik sitter Fredrik Reinfeldt i spotlightljus på en stol utan någon skyddande barriär i form av ett bord mellan sig och utfrågarna respektive tittarna. Han har inga papper att snegla i. Den klarröda slipsen, som kommit att bli hans signum under valrörelsen, är som vanligt på. Det är en lugn och sansad partiledare som låter utfrågarna utveckla sina resonemang utan att avbryta, även när man kan anta att han skulle vilja protestera mot en eller annan formulering. Någon gång hettar det dock till lite grand, som när verklighetsbeskrivningen kommer på tal. Frågor som tas upp är bland andra moderaternas förnyelse, brottsligheten och arbetsmarknadspolitikerna.

Jan Guillou inleder utfrågningen med att undra vad det var för fel på de gamla moderaterna, och Fredrik Reinfeldt svarar tveklöst ”De vann inte förra valet, och har man förlorat en tredjedel av sina väljare så bör man ödmjukt ställa sig frågan vad som gick snett”. Han berättar att han som ny partiledare för moderaterna fick ett mycket tydligt förändringsmandat. Partiets sympatisörer skrev fortfarande under på många av grundvärderingarna, som till exempel frihetstanken, uppfattningen att människor ska kunna växa av egen kraft, tron på marknadsekonomin och kunskapsskolan. Men de politiska förslagen behövde förändras eftersom Sverige hade förändrats. När Guillou undrar om inte ett enklare sätt att uttrycka saken är att partiet förändrats för att bli mer attraktivt för väljarna replikerar Reinfeldt ”Skulle det vara något brottsligt då, eller?” och understryker att det är väljarna som är partiets uppdragsgivare: ”Det är de som ska gilla vad de ser och det är de som ska rösta.” Guillous försök till etikettering av moderaternas förändring som en ”vänstervridning” avvisas bestämt av Reinfeldt, som tycker att man rätt och slätt kan konstatera att partiet ”utvecklats och moderniserats för att lösa rätt problem”. Hans odramatiska och ickedefensiva attityd till partiets förändringar, vilka han beskriver som en naturlig anpassning till ett nytt samhällsklimat, kan ses som en strategi för att bemöta ett tänkbart retoriskt problem, nämligen potentiella väljares klenrohet och anhängares farhågor inför förvandlingen.

Även Fredrik Reinfeldts egen politiska utveckling berörs. En yngre och argare version av honom har enligt Guillou yttrat att gränsen för bidrag bör dras vid svältgränsen. Fredrik Reinfeldt förklarar detta med att han tog starkt intryck av det ekonomiskt utsatta läge som Sverige befann sig i på det tidiga 90-talet och medger att han kunde uttrycka sig ”kryddigt”, men menar att både han själv och Sverige har utvecklats sedan dess – han själv i takt med stigande ålder och efter att ha satt barn till världen. Det är ett uttalande som demonstrerar ödmjukhet och mänsklighet och därför bidrar till att stärka Reinfeldts ethos.

En längre stund av utfrågningen ägnas åt frågan om lag och ordning och moderaternas krav på strängare straff för grova våldsbrott. Guillou konstaterar att moderaterna och socialdemokraterna i tio års tid tävlat med varandra om vem som kan ropa högst på skärpningar av straffen och att en skärpning redan blivit verklighet – dock utan att brottsligheten minskat. Kravet är helt enkelt alltför gångbart publikt sett för att man ska kunna släppa det. Reinfeldt säger bland annat:

Jag skulle vilja säga så här att det är klart att inte bara ett längre straff mot en våldsvärkare kan vara hela svaret. Hela idén måste ju vara att till straff fogas vård. Alltså, hela vårdidén i ordet kriminalvård måste ju ha ett innehåll. Vi måste ju komma åt personlighetsstörningar, vi måste komma åt det, oftast, drogmissbruk som finns. Men jag vill påstå en sak, och det är att när ingenting görs, när inte brott utreds och lagförs, då synliggörs inte brottsoffer, då vågar inte kvinnor anmäla, då tror ungdomar att jag kan inte gå till rättsväsendet för hjälp, jag går till nån som är stor och stöddig och som spöar upp den här typen som slog mig. Det är ett annat samhälle, Jan, än det vi vill ha, därför att det blir den starkes rätt, det bli den som har starkast kompisar som styr.

Fredrik Reinfeldt nappar inte på kroken i frågan om publikfrieriet, trots att Guillou kastar ut den ett flertal gånger. Han upprepar gång på gång att brott måste lagföras och straffskalorna användas *jämte* åtgärder riktade mot brottslighetens orsaker, och så vänder han uppmärksamheten mot den större frågan om vilken typ av samhälle vi vill leva i och målar upp en enkel bild av den starkes samhälle. Här bygger hans resonemang på pathos; åhörarna ska känna motvilja mot ett sådant samhälle och kanske också rädsla för att vi redan kommit en bit på väg mot det. Uttalandet ovan är som synes mycket talspråkligt och eventuellt ett försök att närma sig ungdomsspråk. Som för att placera sig själv och åhörarna i de ungas utsatta position använder Reinfeldt jagform när han föreställer sig hur brottsutsatta ungdomar resonerar. Det är en vanskelig språklig balansakt, men hans sätt att uttrycka sig blir slagkraftigt just därför att det i stil och ton skiljer sig markant från den mer sakligt neutrala ton han använder under resten av utfrågningen. Även anaforen, den trefaldiga upprepningen av ordet *då* som inledning till tre på varandra följande sats, bidrar till att göra uttalandet mer kraftfullt.

Slutligen uppehåller sig utfrågarna också vid jobbfrågan, som moderaterna gjort till sin inför valet. Göran Rosengren undrar om jobb alltid är bättre än åtgärder, oavsett villkor, och hänvisar till icke namngivna forskare som visat att låga ersättningsnivåer och skärpta krav på de arbetslösa pressar ned lönerna. Reinfeldt kontrar med att åtgärder är bättre än total passivitet och menar att avtalsrörelsen är en garant för att lönerna ska hamna på en rimlig nivå. Dessutom kommer den ökade sysselsättningen att stärka ekonomin, vilket tvärtom skapar utrymme för löneökningar. Han vänder på frågeställarens resonemang om tvång och krav som drivkraft i arbetssökandet och menar att moderaternas förslag utformats så att drivkraften för den arbetslöse ska vara att han får det bättre när han jobbar. På så sätt låter Reinfeldt åhörarna betrakta frågan ur en annan, mer positiv synvinkel. Och så tillägger han:

Sen är det naturligtvis så att det utgår ifrån en värdering; att Sverige byggs starkt när så många som möjligt jobbar. Och det är också vårt sätt att säkra våra välfärdsambitioner för framtiden. Vi har en snabbt växande grupp av äldre som lever allt längre efter det att de har lämnat arbetsmarknaden. De kommer att ställa anspråk på god skattefinansierad välfärd. Det görs möjligt av att så många som möjligt i arbetsför ålder också arbetar, eftersom vi sen också vill att våra barn ska ha en bra skola och barnomsorg. Allt det där hänger ihop. Då kan vi inte ha 1,5 miljoner människor i arbetsför ålder som står helt eller delvis utanför arbetsmarknaden.

Göran Rosenberg slår fast att det är något som i princip alla kan hålla med om, men hinner knappt avsluta meningen förrän Fredrik Reinfeldt i ett ganska skarpt tonläge bryter in: ”Nej, det håller inte alls alla med om, för de håller inte ens med om beskrivningen. De hävdar att vi inte har den här typen av problem, mina politiska motståndare.” Hans replik drar ned applåder från studiopubliken och den för moderaterna så viktiga frågan om vem som står för den rätta verklighetsbeskrivningen hamnar för något ögonblick i blyxtbelysning.

7 Sammanfattning och diskussion

Under analysarbetet blev det tydligt att den moderata valretoriken när den tecknar bilden av det nya arbetarpartiet opererar på två plan – ett positivt och ett negativt – och här avses positiv och negativ i den strikt fotografiska, värderingsfria bemärkelsen. På det positiva planet presenterar partiet sina egna idéer och visioner om samhället för väljarna. På det negativa planet riktar man istället fokus mot det gamla arbetarpartiet, socialdemokraterna, och deras samhällsskapelse, i kontrast mot vilken det nya får växa fram. De nya moderaterna är det som socialdemokraterna säger sig vara men inte längre är, nämligen ett parti som tillvaratar den arbetande befolkningens intressen. Sammanhängande med den här strategin är den i materialet ständigt återkommande stilfiguren antitesen. Den moderata visionen om frihet ställs mot den socialdemokratiska enpartistaten, klara besked i regeringsfrågan ställs mot otydlighet, den socialdemokratiska makteliten ställs mot vanligt folk, nytt mot gammalt och jobb mot bidrag.

Återkommande i materialet är talet om människan som utgångspunkt för de nya moderaternas politik och som drivkraft bakom partiledarens personliga politiska engagemang. Budskapet som förmedlas till läsarna och åhörarna är att människan i grunden är en kapabel och driftig varelse som är i stånd att göra något gott av sitt liv om hon bara tillåts bestämma över det själv. Samma positiva bild tecknas också av kollektivet, av svenskarna som folk och landet Sverige. Gunilla Sjöberg, analyschef på moderaternas kommunikationsavdelning, bekräftar i en intervju att man i kommunikationen med väljarna strävat efter att förmedla en positiv syn på Sverige, något som kom till uttryck redan i en kampanj som föregick den egentliga valkampanjen och vars budskap var ”Vi älskar Sverige!”.

Socialdemokraternas Sverige framställs i den moderata valretoriken som ett totalitärt samhälle, ja omtalas faktiskt som *enpartistat* ett flertal gånger. Även när formuleringarna är mindre explicita framträder bilden av ett land där individen kommit att tjäna statsapparaten och inte tvärtom. Ord som *centralstyrning*, *ovanifrån-* eller *helikopterperspektiv* vittnar om individens maktlöshet och statens maktfullkomlighet, och staten är detsamma som socialdemokraterna, vilka har svikit sina arbetarideal och väljare och förvandlats till en ny elit. Statsvetaren Stig-Björn Ljunggren (2006:66-71) skriver att moderaterna på 70-talet lanserade ett slags konservativ motsvarighet till den marxistiska alienationsteorin. Medan den marxistiska versionen som bekant går ut på att ”människorna fick anpassa sig efter produktionen, inte produktionen efter människorna”, handlar den konservativa istället om förhållandet mellan människa och stat. En statsapparat som vuxit sig allt större griper in i människors liv på snart sagt alla plan och fråntar individen ansvaret för och makten över den egna existensen. Det är tankegångar som tydligt känns igen också från 2006 års moderata valkampanj. Den lilla människans maktlöshet gentemot staten illustreras tydligast i diskussionen om arbetsmarknaden. Det talas om att människor *slussas* eller *stämplas ut*, får en *stämpel i pannan*, *sorteras bort* från arbetsmarknaden och hamnar i *utanförskap* – åtgärder vars cyniska syfte är att maskera den öppna arbetslösheten. Samhällskritiken blir till en omvänd bild av det Sverige moderaterna vill skapa; deras vision växer delvis fram i kritiken av socialdemokraternas samhällsbygge. Stundtals kan man ana ett nästan revolutionärt anslag i retoriken;

moderaterna vill väcka folket ur dess dvala och få det att reagera mot missförhållandena. I den här delen av argumentationen går moderaterna till hårt angrepp mot socialdemokraternas problemformuleringsprivilegium, deras monopol på verklighetsbeskrivningen, och Gunilla Sjöberg medger att det var ett risktagande att mitt under pågående högkonjunktur presentera en alternativ verklighetsbeskrivning som präglades av sådan svärta.

Övertagandet av socialdemokratins kärnfråga, jobben, och omvandlingen till det nya arbetarpartiet innebär intressant – och kanske förklarligt – nog att man samtidigt övertar något av vänsterns språkbruk. På Dagens Nyheters ledarsida den 18 oktober 2006 konstaterar Peter Wolodarski att ”Fredrik Reinfeldt vann makten genom att stjäla retorik och argument från sina politiska motståndare”, och i flera av texterna jag analyserat skildras samhället i termer som låter mer vänster än höger. Det talas exempelvis om *den starkes rätt* och *tvåtedjedelssamhället*, om politiker som vill *härskas över* snarare än att *tjäna* medborgarna och om direktörer som till skillnad från vanligt folk kan hålla sig med sommarvisten. Under framträdanden i teve ger moderatledaren Fredrik Reinfeldt genom en till synes så banal sak som färgvalet på sin slips en visuell signal om den nya politiska riktningen. Det finns ett humoristiskt och lite retsamt inslag i de nya moderaternas strategi i valrörelsen, alltifrån kidnappningen av socialdemokraternas kärnfråga till den respektlösa användningen av arbetarrörelsens retoriska och visuella rekvisita.

Det faktum att moderaterna använder termer och uttryckssätt som normalt förknippas med vänstern innebär emellertid inte att man med dessa termer och uttryck förstår samma sak som sina antagonister. Istället fylls de språkliga begreppen med delvis nytt innehåll, så att ord som *arbetarparti* eller *trygghet* inte längre betyder riktigt samma sak som i socialdemokraternas eller vänsterpartiets tappning. Fredrik Reinfeldt klargör till exempel under partiledardebatten i riksdagen att *trygghet* för socialdemokraterna är lika med bidragsförsörjning, medan moderaterna ger begreppet en helt annan innebörd, nämligen möjligheten för människor att genom ett riktigt arbete klara sin egen försörjning. Det här är en av fem tänkbara strategier som politiker enligt Malmgren (1989:72) kan ta till då de behöver tala om företeelser vars beteckningar ur ideologisk synpunkt har ”fel” värdeladdning. De kan med Malmgrens ord ”manipulera innebörden hos motståndarnas honnörsord så att de eventuellt kommer att beteckna något som ligger i linje med den egna politiken”. Hos Andersson & Furberg (1973:82) kallas fenomenet som vi sett för *övertalningsdefinitioner*.

Moderaternas uttalade röstvärningsstrategi inför valet 2006 var att locka väljare som i förra valet röstade socialdemokratiskt. För precis som Gunilla Sjöberg påpekar gjorde bildandet av alliansen att det blev poänglöst för de borgerliga partierna att sinsemellan konkurrera om rösterna. Det var från andra sidan den ideologiska skiljelinjen de nya rösterna måste komma. Denna strävan märks i det undersökta materialet bland annat i omnämmandet av grupper från vilka moderaterna traditionellt inte kunnat räkna med något starkt stöd. I annonsen nämns vaktmästare och undersköterskor som exempel på inkomstgrupper som kommer att gynnas av moderaternas politik, och genom hela kampanjen betonades att det är låginkomsttagarna som har mest att tjäna på de planerade skattesänkningarna. Det faktum att avsändaren använder konkreta exempel på

potentiella väljargrupper och demonstrerar sin solidaritet med dessa inbjuder till identifikation: om de nya moderaterna är ett tänkbart alternativ för en undersköterska kan de vara det också för jämförbara inkomstgrupper.

Argumentationen är framförallt *pathosbaserad* och syftar ofta till att väcka känslor av indignation och ilska över samhällsutvecklingen. Men den vill också väcka hopp om en förändring och tilltro till de egna inneboende möjligheterna. Den delen av argumentationen som syftar till att stärka avsändarens *ethos* eller trovärdighet handlar om solidariteten med den lilla människan, med låginkomsttagarna och med dem som står utanför arbetsmarknaden. Det är gentemot undersköterskor och vaktmästare man uttrycker sin sympati, inte direktörer och politiker. Fredrik Reinfeldt lämnar understundom politikerrollen och träder in i den som väljare, förälder eller kanske pendlare, och använder sig då gärna av jagform. Genom konkreta exempel från en verklighet och vardag som de flesta känner igen sig i visar han att han delar väljarnas perspektiv på tillvaron. *Logos-* eller *faktabaserad* argumentation förekommer inte i materialet, vilket inte innebär att faktauppgifter saknas. Precis som Vigsø (2004:209) gör jag bedömningen att fakta när de förekommer snarare ingår i en underförstådd argumentation som syftar till att väcka mottagarens känslor. Det blir tydligt när Fredrik Reinfeldt i partiledarduellen mot Göran Persson nämner hur många människor som står helt utanför arbetsmarknaden eller är sysselsatta i arbetsmarknadspolitiska åtgärder och samtidigt påpekar att detta gäller mitt i en högkonjunktur. Budskapet ligger naturligtvis inte i själva siffran, utan i den implicita slutsatsen att något är fruktansvärt fel i socialdemokraternas Sverige, där ett stort antal människor trots goda tider tvingas in i olika åtgärdsprogram istället för att beredas möjlighet att försörja sig själva.

Det förkommer överhuvudtaget många implicita inslag i argumentationen, och precis som Sigrell (1999) noterar kan det vara ett sätt att vinna acceptans för kontroversiella budskap. När Fredrik Reinfeldt skriver att rättsstaten måste *återupprättas* är det underförstådda budskapet naturligtvis att Sverige i dag inte är någon rättsstat, och när han säger att människor måste få forma sin tillvaro *efter eget huvud* menar han underförstått att detta i dag förvägras dem. Mottagaren må vara av en annan uppfattning, men bara genom att korrekt fylla i det utelämnade ledet i argumentationen har han tagit ett steg i riktning mot avsändarens uppfattning och i någon mån accepterat hans verklighetsbeskrivning.

Med denna sammanfattande diskussion kring resultaten av min undersökning anser jag mig ha uppnått syftet med uppsatsen – att kartlägga de grundläggande retoriska strategierna med vilka moderaterna förmedlade bilden av det nya arbetarpartiet till allmänheten. För att återknyta till inledningen är det naturligtvis fler faktorer än partiretoriken som avgör om ett politiskt parti ska gå segrande ur ett riksdagsval, och många av dessa faktorer är av extern, samhällelig karaktär. Eller, som Gunilla Sjöberg på moderaternas kommunikationsavdelning formulerar det: ”Det är alltid regeringen som förlorar ett val – aldrig oppositionen som vinner det.”

Efter valet hördes också flera självkritiska röster inifrån det socialdemokratiska partiet. I en artikel på DN Debatt den 6 oktober 2006 beskriver före finansministern Erik Åsbrink det som ”obegripligt och ett svårartat misstag att socialdemokratin på eget bevåg, utan att vara nödgad till detta, abdikerade från arbetslinjen och skänkte detta trumfkort till sina politiska motståndare”. Han kritiserar också den socialdemokratiska regeringen för att ensidigt ha fokuserat på arbetslösheten och arbetsmarknadspolitiska åtgärder, av vilka somliga mest haft till uppgift att snygga till statistiken, istället för att koncentrera sig på att stimulera framväxten av nya, riktiga jobb. Journalisten och före detta statssekreteraren på näringsdepartementet Lotta Fogde skriver i en ledare som publicerades i samma tidning den 14 oktober 2006 att ”socialdemokratin tagit över det som traditionellt varit högerens problem: eftersom man inte har kläm på vad som rör sig i vanliga människors huvuden till vardags kan man inte heller tilltala dem på ett sätt så att de bryr sig”, och instämmer därmed i moderaternas kritik av det statsbärande partiet som en ny samhällselit fjärran folket.

Men det faktum att den socialdemokratiska regeringen i väljarnas tycke, och även enligt vissa interna kritiker, hade gjort ett dåligt jobb innebar inte per automatik att moderaterna skulle bli valets stora segrare. Det är inget orimligt antagande att valframgången till stor del kan tillskrivas en lyckad kommunikation med väljarna, där budskapet om de nya moderaterna, Sveriges nya arbetarparti, inte bara nådde fram utan också befanns trovärdigt.

8 Material- och källförteckning

8.1 Material

DN Debatt. 2003-05-14. *Vi måste erövra s-präglade väljare*.
Fredrik Reinfeldts politiska programförklaring som blivande partiledare.
(Tillgänglig endast för prenumeranter i arkivet på www.dn.se.)

SvD Brännpunkt. 2005-12-31. *Förnyelsen avgör valet*. Debattartikel av Fredrik Reinfeldt. http://www.svd.se/dynamiskt/brannpunkt/did_11433275.asp [hämtat 2006-12-29]

Riksdagens protokoll 2005/06:57. Partiledardebatt i riksdagen. 2006-01-18.
http://www.riksdagen.se/Webbnav/index.aspx?nid=101&dok_id=GT0957&bet=2005/06:57 [hämtat 2006-12-29]

Moderaternas Första maj-kampanj i kvälls- och dagspress. 2006-05-01. *Efter 115 år är det dags att någon lyssnar*. Finns tillgänglig som pdf-fil på:
[http://www.moderat.se/\(S\(esntdh45atvcjhui5kwvcg2z\)\)/micrositer/kampanj/index.aspx?id=6](http://www.moderat.se/(S(esntdh45atvcjhui5kwvcg2z))/micrositer/kampanj/index.aspx?id=6). [hämtat 2006-12-29]

SVT:s Agenda special. 2006-05-11. *Partiledarduell mellan Persson och Reinfeldt*.
<http://svt.se/svt/road/Classic/shared/mediacenter/player.jsp?d=51289&a=589825>
[hämtat 2006-12-29]

TV4. 2006-09-13. *Utfrågningen: Fredrik Reinfeldt*. <http://tv4.se/klipp/71080.html>
[hämtat 2006-12-29]

8.2 Tryckta källor

Andersson, Jan och Furberg, Mats. 1973. *Politik och propaganda*. Stockholm: Aldus.

Andersson, Jan och Furberg, Mats. 1991. *Språk och påverkan*. Lund: Thales.

Fredriksson, Gunnar. 1992. *Det politiska språket*. Stockholm: Tidens förlag.

Hellspång, Lennart. 2004. *Konsten att tala. Handbok i modern retorik*. Lund: Studentlitteratur.

Håkansson, Nicklas. 1999. *Valretorik: om politiskt språk i partipropagandan*. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.

Johannesson, Kurt. 2004. *Retorik eller konsten att övertyga*. Stockholm: Norstedts förlag.

- Karlberg, Maria och Mral, Brigitte. 1998. *Heder och påverkan. Att analysera modern retorik*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Ljunggren, Stig-Björn. 2006. *Högern att lita på! Om Fredrik Reinfeldt och de nya moderaterna*. Stockholm: Hjalmarson & Högberg bokförlag.
- Lorentzon, Thorwald. 2006. *Mellan frihet och jämlikhet: jämförande studier av lexikala förändringar i moderaternas och vänsterpartiets valmanifest 1948-2002*. Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.
- Malmgren, Sven-Göran. 1989. Om övertalande ord i riksdagspartiernas språk. I: Allén, Sture (red), *Orden speglar samhället*. Stockholm: Allmänna förlaget. S. 57-78.
- Sigrell, Anders. 1999. *Att övertyga mellan raderna: en retorisk studie om underförstådda inslag i modern politisk argumentation*. Umeå: Institutionen för nordiska språk, Umeå universitet.
- Vigsø, Orla. 2004. *Valretorik i text och bild: en studie i 2002 års svenska valaffischer*. Skrifter utgivna av Institutionen för nordiska språk vid Uppsala universitet.

8.3 Muntliga källor

Intervju. 2006-12-06. Gunilla Sjöberg, analyschef på moderaternas kommunikationsavdelning.