

Kronikker i Adresseavisen

kan være inntil 5500 tegn inklusiv mellomrom.
Send tekst med bilde av kronikkforfatteren til kronikk@adresseavisen.no

Det er ikke egenskapene til Donald Trump, Bernie Sanders eller Nigel Farage som gjør dem til populistere, men egenskaper ved selve budskapet. Og media, de fungerer lett som nyttige idioter.

Hvordan kommuniserer populistene?



Populist: Kronikkforfatteren skriver om hva det er som gjør Donald Trump og andre til populistere.
Foto: CARLO ALLEGRI Reuters

Kronikk



TORIL AALBERG
Professor
Institutt for sosiologi
og statsvitenskap, NTNU

Populisme, er et stadig mer utbredt fenomen, og vi har etter hvert fått en del forskning som gjør at vi forstår egenskapene og organisering av populistiske partier, så vel som deres velgergrunnlag.

Så langt har forskningen imidlertid, dessverre, stort sett oversett hvordan de kommuniserer. Vi har lite systematisk kunnskap om hva som kjennetegner populistenes kommunikasjon, hvilken rolle mediene spiller, og hvordan velgerne blir påvirket av populistiske budskap.

Dette til tross for at mange mener at nettopp populistene er spesielt avhengig av mediene og at de kommuniserer på en spesiell måte.

I en ny bok har forskere fra 24 europeiske land gått sammen om å skape en oversikt over hva vi faktisk vet.

De populistiske partiene og kandidatene er mange og varierte, noe som blant annet illustreres i den pågående amerikanske presidentvalgkampen ved at både Donald Trump og Bernie Sanders omtales som populistere.

I Norge har Sosialistisk Ven-

streparti blitt kalt populistisk, mens Fremskrittspartiet blir definert som et høyreorientert populistiske parti. Med så ulike politiske standpunkt er det naturlig å lure på hva populisme egentlig er og hva disse forskjellige partiene og kandidatene har til felles.

I løpet av det siste tiåret har noen forskere pekt på at populisme må forstås som en form for politisk kommunikasjon, enten som en spesiell kommunikasjonsstil eller et slags mentalt kart som brukes for å analysere og oppfatte virkeligheten. Med en slik forståelse er det altså egenskaper ved selve budskapet som er populistisk, og ikke egenskaper ved avsenderen.

Forståelsen av populisme som en kommunikasjonsstil har etter hvert fått en del oppmerksomhet. Årsaken til dette er at den på en god måte hjelper oss å skille mellom ulike typer populisme.

Basert på en belgisk studie viste forskerne at tre dimensjoner bidro til å skille mellom det de kalte komplett populisme, anti-elite populisme, ekskluderende populisme, og tom populisme.

Nøkkelkomponenten i alle populistiske budskap ligger i henvisningen til folket. Budskapet vektlegger at partiet eller politikeren snakker på vegne av «vanlige folk» eller «folk flest», og at det er i denne majoriteten av folket at samfunnets

suverenitet ligger. Man antar at folket, det vil si majoriteten, har en felles vilje, med identiske interesser og verdier.

Denne folkeviljen blir ofte antatt å stå i motsetning til interessene og verdiene til grupper som ikke representerer folket.

Populistiske budskap vil derfor gjerne også inneholde elitekritikk og/eller angrep på ulike minoriteter.

Disse minoritetene og elitene blir ansett som uærlige og umoralske, sammenlignet med den ærlige og anstendige majoriteten, som lider fordi det er elitenes og minoritetenes interesser som får gjennomslag.

Disse budskapene kan kombineres på ulike måter og dermed bidra til å skille mellom forskjellige typer eller grader av populisme.

De fleste politiske partier vil for eksempel kunne benytte seg av den tomme formen for populisme, der de påstår at det er de som representerer folk flest, men uten at budskapet inneholder kritikk av minoriteter eller eliter.

Den antielitistiske populismen, som henviser til folkeviljen og kritiserer det etablerte systemet og elitene, står typisk sterkere hos venstreorienterte partier, primært fordi budskapet sjeldent angriper og ekskluderer minoriteter.

Den ekskluderende populismen derimot, beskylder gjerne kulturelle, religiøse eller

seksuelle minoriteter for å skape store problemer for det anstendige folket, men uten at elitene kritiseres.

Den sterkeste formen for populisme, den komplette populismen, inkluderer både angrep på elitene og ulike minoriteter. Ekskluderende og komplett populisme kjennetegner det politiske budskapet til de fleste av Europas høyrepopulistiske partier.

Ser vi på den rollen mediene spiller vis-à-vis populistiske partier og politikere avdekkes, i europeisk sammenheng, tre hovedmønstre.

For det første har mediedekningen av disse partiene gått fra å være svært begrenset, til og bli ganske omfattende, ofte ansporet av stigende oppslutning på meningsmålingene.

Det andre hovedmønsteret er at mye av den økte mediedekning

Debatt

Diskuter kronikken

Alle våre kronikker publiseres på adessa.no/meninger. Her kan du skrive kommentarer om saken.

ingen består av negativ omtale. På grunn av antielitismen som kjennetegner mange populistiske budskap, vil imidlertid ikke en slik negativ dekning nødvendigvis skade oppslutningen om de populistiske partiene eller kandidatene. En negativ mediedekning kan til og med ha en positiv effekt om mediedekningen kan brukes til å illustrere hvordan mediene er en del av elitene som ønsker å angripe de som egentlig representerer folket.

Et tredje hovedmønster er at mye av den kritiske dekningen av partier og kandidater med populistiske budskap, er grunnnet i en bekymring for tilstanden og utviklingen av demokratiet.

Måten mediene dekker og videreformidler populistiske budskap kan dermed spille en medvirkende rolle til fremveksten av populismen. Men mediene kan også selv i varierende grad, på selvstendig initiativ, fremme populistiske budskap eller åpne for populistisk borgerjournalistikk.

Den sterkeste formen for populisme, den komplette populismen, inkluderer både angrep på elitene og ulike minoriteter.

