



UiT Norges arktiske universitet

Fakultet for humaniora, samfunnsvitenskap og lærerutdanning

Masteroppgave i statsvitenskap

Daniel S. Arnesen

STV-3900, Vår 2023

«Kader, min Kader?»

En kvalitativ studie av partiet Rødt sin vekst.



Sammendrag

Denne masteroppgaven i statsvitenskap har vært en bestrebelse i å forstå hvilke strategier partiet Rødt har nyttiggjort seg av i arbeidet med å øke oppslutningen sin, og om dette kan skyldes A: Politisk merkevarebygging eller B: Populisme. Innledningsvis blir det kontekstuelle bakteppet introdusert, som tjener som legitimasjon for hvorfor siktepunktet ble valgt, og følgelig hvorfor nettopp dette er interessant.

Videre blir tre separate tidsperioder i partiets historie, introdusert i bolker. Dette for å gi en helhetlig og komparativ fremstilling av hvordan partiet har endret karakter gjennom tidene. Dette blir gjort via empiri som består av avisartikler, styringsdokumenter og annet som ble bedømt relevant i denne sammenhengen. Videre diskuteres det i samspill med informantene rundt våre to empiriske forskningsspørsmål, her flettes egne refleksjoner sammen med informantenes innspill – som igjen sammenfaller med det teoretiske rammeverket.

Hovedfunnene er at partiet aktivt har gått gjennom en prosess der de har bygget den politiske merkevaren sin. Sentralt her er sosiologisk samfunnsanalyse, kontroll på narrativet, med henblikk på en sterk tilstedeværelse på sosiale medier, samt bygging av en profil som etter alle øremerker ser ut til å utvikle seg til et sosialdemokratisk substitutt. De kommuniserer populistisk, men som vi gjennomgår i selve oppgaven så foreslår vi en populisme hjulpet av post-marxistisk analyse – altså ikke slik vi kanskje tradisjonelt forstår denne måten å kommunisere på. Ingen definitive konklusjoner er trukket i denne oppgaven, men på bakgrunn av erfaringene som er gjort kan vi konkludere med at undersøkelsen av våre to empiriske forskningsspørsmål, har en anselig del av forklaringskraften når en forsøker å svare på problemstillingen:

«Partiet Rødt har gått fra å være et mikroparti i 2009, til å komme over sperregrensen. Hvordan kan dette oppsvinget i oppslutning forklares som et resultat av a) politisk merkevarebygging, b) populisme».

Forord

Ved veis ende er det mange som fortjener en takk. I første omgang ønsker jeg å rette en stor takk til min veileder Hilde Bjørnå. Din erfaring, kløkt og faglige innspill har vært helt uvurderlig. Jeg har følt meg sett og prioritert, og jeg har fått erfare at å snakke med en professor ikke var fullt så skummelt som jeg kanskje trodde på forhånd.

I det som har vært et utfordrende år på det private plan har det vært helt avgjørende med et robust kobbelt av mennesker rundt seg. En stor takk til livets venner, dere vet hvem dere er, ingen nevnt og ingen glemt. Videre er selvsagt en takk til alle informantene på sin plass. De stilte opp, og delte velvillig og raust av sin kunnskap. Uten deres bidrag hadde nok denne oppgaven vært umulig å skrive.

Jeg skulle egentlig ikke ta en universitetsutdannelse, som et ekte løvetannbarn skulle jeg skyte gjennom asfalten og bli min egen lykkes smed uten et eneste papir for hende. Heldigvis? Inntraff takknemligheten over å bo i et land der dette faktisk var mulig, uten å sette seg selv i bunnløs gjeld resten av livet. Etter fem år som student har jeg fått anledning til å rendyrke og kultivere egenskaper ved meg selv. Evner som forhåpentligvis blir mer enn gangbar mynt når framtiden en dag kommer. Og hvis ikke, er nok industrien interessert i selvproletarisører.

Disse fem årene har buktet mellom de dypeste daler og høyeste topper. Våkenetter preget av koffeinnevrose og avmakt har heldigvis blitt avløst av glede, mestring og læring. Nå kommer jeg endelig offentlig forvaltning til unnsetning.

Til Mamma, Jonas og ikke minst Dino! Håper du rydder plass bak stjernene når tiden er inne.

«In bocca al lupo»

Bergen 15.05.2023

Innholdsfortegnelse

Innledning	8
1.0 Problemstilling og forskningsspørsmål	9
<i>1.1 Partiets opprinnelse og bakgrunn</i>	9
<i>1.2 Rødt fra 2007</i>	12
2.0 Sosialismens grunnleggende filosofi og prosjekt	13
<i>2.1 Målsetning</i>	14
<i>2.2 Sosial teknologi</i>	15
<i>2.3 Egalitet og solidaritet</i>	16
<i>2.4 Termenes gjensidige avhengighetsforhold</i>	17
3.0 Politisk merkevarebygging	18
<i>3.1 Oppskriften på en personlig merkevare</i>	22
<i>3.2 Ideologisk moderasjon som en merkevare</i>	23
4.0 Populisme	23
<i>4.0.1 Folket</i>	24
<i>4.0.2 Eliten</i>	24
<i>4.0.3 Folkets Vilje</i>	25
<i>4.1 Venstrepopulisme/Agonisme</i>	26
5.0 Metode	28
<i>5.1 Casestudie</i>	28
<i>5.2 Dokumentanalyse</i>	30
<i>5.3 Semi-strukturerte intervjuer</i>	32
<i>5.4 Seleksjon</i>	36
<i>5.5 Potensielle bias</i>	36
<i>5.5.1 Bias hos undertegnede</i>	37
<i>5.5.2 (Potensiell) bias hos informanter</i>	37
<i>5.6 Etikk og rolle som forsker</i>	38
<i>5.7 Validitet og relabilitet</i>	39
6.0 Partiets start	40
<i>6.1 2007</i>	40
<i>6.2 Strategien i 2007</i>	42
<i>6.3 Hvilket parti skulle de være?</i>	43
7.0 2009	44
<i>7.1 Valgkampen dette året</i>	45
<i>7.2 Piratpartiet Rødt?</i>	49

7.3 Kandidatskoleringshelger	51
7.4 Handlingsplan 2008-2010	52
7.5 Mobiliser til kamp	52
8.0 2021	53
8.1 Forskjells-Norge	56
8.2 Hva gjorde de?	58
8.3 Rikingssafari	59
8.4 De snakker til deg	60
9.0 Funn i lys av problemstilling og forskningsspørsmål	63
9.1 Politisk merkevarebygging i Rødt	64
9.2 Populisme fra Rødt?	73
9.3 Politisk merkevarebygging eller populisme?	77
9.4 Diskusjon og konkluderende kommentarer	81
Litteraturliste	87
Vedlegg 1: Handlingsplan for Rødt 2008 – 2010	95
Vedlegg 2: Godkjenning NSD/SIKT	99
Vedlegg 3: Intervjuguide	101
Vedlegg 4: Samtykkeskjema informanter	103

Liste over figurer

Figur 1: Kommunistiske/sosialistiske land i verden anno 1987 som vist i «The Socialist System The Political Economy Of Communism» av János Kornai (1992).....	18
Figur 2: Sakspapir til stiftelseslandsmøtet for «det nye partiet» (DNP), (2007).....	42
Figur 3: Skjerm bilde Rødts Nettside. VG, 2009.....	46
Figur 4: Skjermdump Rødt, 2009.....	50
Figur 5: (Dagsavisen, 2021) Viser oppgang i stemmetall fra 2017 til 2021 der Rødt har en oppgang på +99,5%.....	54
Figur 6: (BTF Innsikt, 2023).....	58
Figur 7: (Skjermdump fra Rødts spilleliste på Facebook med tittelen «Tid for tall med Marie Sneve»).....	62
Figur 8: Logo Rødt.....	70
Figur 9: (Revolusjonær-Praksis, 2002).....	78

Begrepsavklaring:

1. **«Kader»** Kader anvendes i denne anledningen om de som er tilsluttet et (kommunistisk) kaderparti. Det forklares som et foregangsparti for revolusjonen. Lenin var opphavet til denne betydningen av termen, men Mao var den som særskilt benyttet seg av ordet (Folkogforsvar, 2023). Ikke et begrep Rødt av 2023 bruker om sine medlemmer.
2. **«AKP (ml)»** Arbeidernes Kommunistparti (marxist-leninistene)
3. **«Sprezzatura»** Et italiensk begrep fra boken "Il Cortegiano" av Baldassare Castiglione av 1528. Innebærer å skjule anstrengelsen, for å lage en illusjon av uanstrengt eleganse (Saccone, 1987).
4. **«Fingerspitzengefühl»** Fingerspitzengefühl fra tysk. Innebærer teft, finfølelse og intuisjon (SNL, 2023).

Innledning

«Jeg tror ikke folk skjønner hvor stort det er. Et bitte lite tulleparti som vi har vært i alle år, har gjort noe så historisk som å bryte sperregrensen» (Kristjansson, 2021).

Denne masteroppgaven vil forsøke å undersøke hvorfor/hvordan Rødt – et parti fra ytterste venstre har klart å få et solid fotfeste i norsk politikk på relativt kort tid. I et system med politisk pluralisme der nisjepartier i stor grad «spiser» oppslutningen til det som historisk sett har vært de statsbærende partiene, er det interessant å gjøre et dypdykk i strategiene som ligger til grunn for hvorfor Rødt har klart akkurat dette.

I Rødt sitt tilfelle har dette vært en effektiv prosess der de fra stiftelsen i 2007 har gått fra marginene i norsk politikk til en oppslutning på 4,7% og 8 representanter på Stortinget ved valget i 2021 (Stortinget, 2021). Til sammenligning har MDG aldri hatt flere representanter på Stortinget enn 3 (Stortinget, 2021). Partiet Rødt har økt sin oppslutning raskt, noe som kan skyldes flere forhold. I det offentlige ordskiftet blir partiet ofte assosiert med populisme. For å gi en kort gjengivelse av populisme så sier Cas Mudde (2004) at populisme er en såkalt «thin centered ideology» som er vanskelig å definere. Det kan anses som et retorisk våpen som kan kombineres med andre ideologier og postulerer et antagonistisk forhold mellom den korrupte eliten og det fromme folket (Mouffe, 1999).

Den sentrale tanken er at politikken er et uttrykk for sistnevntes vilje. Partier fra de radikale venstre som kan karakteriseres som populistiske, har også fått fotfeste i andre deler av Europa, som i Spania med Podemos og i Hellas med Syriza. Disse har kapitalisert på de samme urolighetene og strømmingene i samfunnet som høyrepopulister i andre land. Ettersom Norge ikke kan sies å ha blitt truffet like hardt av kriser som disse landene, fremstår Rødt sine byks på meningsmålingene som imponerende.

Man kan undre seg over populismens appell og hvorvidt Rødt tilfredsstillere disse kriteriene, det har også blitt undersøkt tidligere. Blant annet undersøkte Cathrine Solbakken ved UiB i sin masteroppgave hvorvidt Rødt benyttet seg av populistisk kommunikasjonsstil på Facebook. I grove trekk var funnene at de benyttet seg av dette, men at det ofte var i forbindelse med saker de selv hadde eierskap til – deres kjernesaker. Overordnet sett hadde de langt færre innlegg med populistisk retorikk enn innlegg uten (Solbakken, 2021).

Kanskje man også kan forklare ytre venstres fremrykk som et utslag av kartellisering av politikken der de etablerte partiene er mest opptatt av status quo (Katz & Mair, 2009), samt

påstander om at et venstre-vakuum etterlatt av de tradisjonelle sosialdemokratiske partiene eter at de angivelig har beveget seg til høyre for å tekkes strømninger i samfunnsdebatten (Engen, 2020). Siden norsk politikk tilsynelatende er preget av lite dissens er det merkelig at et reaksjonært og selv titulert revolusjonært parti har vunnet terreng. Dette er interessant fra et helt objektivt ståsted og en arbeidshypotese kan være at det har å gjøre med et mesterstykke av politisk merkevarebygging.

1.0 Problemstilling og forskningsspørsmål

Partiet Rødt har gått fra å være et mikroparti i 2009, til å komme over sperregrensen. Hvordan kan dette oppsvinget i oppslutning forklares som et resultat av a) politisk merkevarebygging, b) populisme.

Oppgaven bygger på hvordan sentrale aktører i Rødt, og sentrale kjennere av Rødt, oppfatter at disse virkemidlene er tatt i bruk. Men, dette i samspill med egne refleksjoner. Det vil altså være en kombinasjon av informanternes innspill, i samspill med empirisk data av annen art.

Oppgaven har følgende forskningsspørsmål:

Teoretisk:

1) Hva kjennetegner politisk merkevarebygging og populisme?

Empirisk:

2) I hvilken grad kan den økte oppslutningen om Rødt forklares som et resultat av politisk merkevarebygging?

3) I hvilken grad kan den økte oppslutningen om Rødt forklares som et resultat av populistiske grep?

1.1 Partiets opprinnelse og bakgrunn

Rødt beskriver seg som et revolusjonært, demokratisk sosialistparti og ble stiftet av folk med bakgrunn fra RV, AKP, Rød Ungdom og uavhengige sosialister (Løseth, 2017). Men for at partiet Rødt skulle være mulig i 2007 må vi tilbake til 60-tallet og «ml» bevegelsens fremtreden.

I boken «(ml) : en bok om maoismen i Norge» (1989) skriver Torstein Hjellum at AKP (ml) oppsto i det vakuumet de etablerte partiene ikke klarte å fylle på 60-tallet. Hjellum drar frem

fire politiske bevegelser og to partisplittelser som ble utslagsgivende for AKPs fremvekst. Dette var bevegelsen mot krigen i Vietnam fra 1965, studentopprøret som en del av et bredere ungdomsopprør fra 1968/69, "de ville streikene" fra 1970 og bevegelsen mot norsk EF (nå EU) medlemskap fra 1972-74 (Hjellum, 1989).

På grunn av intern dissens var det deretter to splittelser i sosialdemokratiet som førte til dannelsen av Sosialistisk Folkeparti i 1961 og den andre til splittelsen i Sosialistisk Folkeparti på landsmøtet i 1969 (Hjellum, 1989). Hjellum (1989) forklarer videre at det er hans oppfattelse at disse fire politiske bevegelsene som skapte særlige vanskeligheter for partiene, da bevegelsene oppstod som delvis ideologiske og politiske strømninger innad i arbeiderbevegelsens egne partier. Hjellum påstår derfor at det manglet rom for massebevegelser innad i et Arbeiderparti som i tiden etter andre verdenskrig og ut på 60-tallet hadde gitt norske arbeidsfolk troen tilbake på seg selv, at vanlige folk - gjennom organisasjon - kunne ta politisk makt og ansvar og dermed endre kursen i samfunnet i retning av et bedre liv (Hjellum, 1989). Forventningene om at samtlige på innsiden skulle dra i samme retning, førte dermed til sprik innad i den sosialdemokratiske grunnforankringen.

Organisasjonsutviklingen på 30-tallet bidrar ifølge Hjellum (1989) til å illustrere dette. På 8 år fordoblet DNA medlemstallene, LO vokste med over 150 prosent og DNA økte stemmetallet med en kvart million på seks år (Hjellum, 1989).

Arbeidsfolkenes lojalitet til denne bevegelsen, og dets sentralistiske organisering kom fra tradisjonen Komintern, som ifølge Hjellum (1989) gjorde at Arbeiderpartiet fullstendig dominerte norsk politikk i etterkrigstiden. Et legitimitetsforsterkende materielt grunnlag drevet av en uavbrutt økonomisk vekst, gjorde at samfunnet gjorde kraftige byks i økningen av levestandarden uten en særskilt omfordeling fra rik til fattig (Hjellum, 1989).

Arbeiderpartiet fikk mye av æren for å ha skapt velferden gjennom sin administrering av den jevne veksten landet gjennomgikk i etterkrigstiden. Sakte, men sikkert skal partiet ha drevet vekk fra det som opprinnelig var fanesaker på partiprogrammet, som at sosialiseringen i større grad ble oppgitt, og at grensene for statlig planøkonomi i økende grad ble trukket i samforståelse med det private næringslivet (Hjellum, 1989). «Arbeidsinternasjonalismen» ble også ifølge Hjellum (1989) undertrykket, til fordel for rollen som satellittstaten til det som ble omtalt som en imperialistisk hegemon.

Mens arbeiderbevegelsens ideologi hadde vært at "*arbeiderklassens frigjøring må være dens eget verk*", hadde denne utviklingen ført til byråkratisering i organisasjonslivet og det Hjellum

betegner som passivisering av arbeiderbevegelsens grunnplan. Ideologiske og politiske uenigheter, som kunne bidratt til en livlig bevegelse ble følgelig underordnet ledelsens krav om lojalitet, som i sin tur førte til politisk fremmedgjøring (Hjellum, 1989).

Ifølge Hjellum "sprakk" verden i 1968 i form av at den globale samfunnsorden som var bygget på utfallet av den andre verdenskrig begynte å rakne. USA tapte i Vietnam og det ble tydelig at landet ikke kunne regjere som verdenshegemon til uendelig tid (Hjellum, 1989).

1968 representerte nye perspektiver innen det kulturelle, sosiale, innenfor samfunnsvitenskapene og i politikken. I kjølvannet av denne oppskakelsen i verdenssamfunnet seiv blant annet AKP (m-l) opp av sprekkene.

Maoismen hadde som Hjellum sier, grunnlag i sosial uro og kollektive protester blant en del norske ungdommer under utdanning. Den antok marxist-leninismen og startet følgelig å analysere samfunnet med denne som prisme.

Med en "velsignelse" fra Østen ble Arbeidernes Kommunistparti (m-l) stiftet på Linderudkollen i Oslo 18. Februar 1973. Hovedinsentivet her var motstanden mot EU (som også Hjellum nevner). Nei-flertallet til Norges tilslutning ble fortolket som en potensielt revolusjonær situasjon og da var det også behov for et parti som kunne lede an i denne kampen (Brandal, 2015).

Under EF-kampen ble ml-bevegelsen stadig mer proteksjonistisk under paroler som "steng grensene" og "bekjemp fremmedarbeiderimporten", noe som i sin tur ga seg utslag i at de støtte fra seg de mer internasjonalt orienterte og tradisjonelle marxistene (Brandal, 2015). AKP ble også nektet deltagelse i Sosialistisk Valgforbund, som i 1973 fikk 11,2 prosent av stemmene. AKPs egen valgfront ved navn Rød Valgallianse gjorde det dårlig i dette valget med 0,4 prosent (Brandal, 2015). Dette førte videre til det såkalte "Venstreavviket" på 70-tallet der AKP gikk bort fra samarbeidet med RV og gikk sin egen vei. Denne veien bestod i all hovedsak av en kinesisk inspirert linje med klar brodd ovenfor Sovjet samt den såkalte "selv-proletariseringen" der medlemmer skulle vende middelklassen ryggen (tre ut av studier og inn i industrien) slik at en eventuell revolusjon kunne skje i tråd med kommunistisk doktrine (Brandal, 2015).

Hans Petter Sjøli (2005) peker riktignok på det kanskje åpenbare paradokset der relativt moderate «sofiasosialister» gjorde en skarp dreining i retning et autoritært kaderparti. Sjøli (2005) forklarer dette med at det var en gammelkommunistisk reaksjon på etterkrigsmodernitetens grunnleggende erkjennelse av demokratiets styrke og utjevne

funksjon. DNA (Arbeiderpartiet) hadde på sett og vis allerede sørget for at den norske arbeiderklassen hadde gått seirende ut med en fenomenal velstandsvekst og høyere utdanning for arbeiderklassebarn. Sjøli mener videre at det derfor egentlig ikke var en revolusjonær situasjon i Norge på denne tiden. Riktignok hadde DNA sneiet unna noen av sine opprinnelige sosialistiske visjoner, og hadde kanskje et litt for tett forhold til USA. Det er dog etter Sjølis (2005) oppfatning, langt fra dette til å innføre proletariatets diktatur. Noen av de mest sentrale skikkelsene som skulle innføre dette diktaturet var Pål Steigan, Tron Øgrim, Sverre Knutsen og Sigurd Allern.

Rundt midten av 1970-tallet ble ml for første gang ordentlig utfordret av konkurrerende miljøer som Sosialistisk Ungdom, samt Blitz, pønkere og den spirende miljøbevegelsen (Brandal, 2015).

På 80-tallet oppstod "partikrisen" som gjorde seg gjeldende som sprik og konflikter innad i AKP. Disse ble slått ned på måter som ikke var i tråd med demokratiske prinsipper, i kjølvannet av dette kom det følgelig en strøm av utmeldelser (Brandal, 2015).

I 1987 ble det vedtatt at Rød Valgallianse (RV) skulle styres mindre av AKP. Dette resulterte i en total splittelse mellom de to organisasjonene i 1990 som varte helt til sammenslåingen i 2007 der partiet Rødt ble stående som partiet vi kjenner i dag (Brandal, 2015).

1.2 Rødt fra 2007

"Rødt er et politisk parti som står i branntomten etter en forfeilet og fanatisk bevegelse som for noen tiår siden ville omskolere eller i verste fall klynge politiske motstandere opp i lyktestolpene" (Fjellheim, 2022).

Som vi har sett fikk aldri AKP (ml) den store oppslutningen, men i nyere tid har «avkommet» Rødt seilt opp som en aktør å regne med i den politiske sfæren her til lands. Selv om de har en eklektisk ideologisk bakgrunn har partiet klart å skape en solid plattform som kommuniserer effektivt til et bredt strata av samfunnet. De har (nesten) tatt avskjed med kommunismen som lenge har vært assosiert med noe negativt, og tatt eierskap over en radikalsosialistisk identitet som fremhever klimavennlighet, feminisme, gjenfordelingspolitikk og statlig eierskap. De har et ungt lederskap som har klart å fange «zeitgeisten», og kompenserer for en svakere økonomi enn de fleste andre partier, med en form for markedsføring som har gitt gjenklang.

Masteroppgavens siktepunkt er dermed å finne noe av kjernen til at Rødt har klart å legge beslag på en såpass stor andel av velgermassen.

Politisk redaktør i avisen Nordlys Skjalg Fjellheim skriver i en leder datert 28.01.22 at i kjølvannet av valget i 2021 har den mye omtalte strømkrisen vært den perfekte katalysatoren for Rødts videre fremgang.

Blant annet gjorde Rødt det svært godt på meningsmålingene til Norstat der de med 9,5% gikk forbi både Senterpartiet og SV og var dermed landets fjerde største parti på denne målingen (Fjellheim, 2022).

Rødt anno 2022 blir videre betegnet av Fjellheim som et systematisk og målrettet parti, med åtte dyktige stortingsrepresentanter og et lag med rådgivere som har både teft og en arbeidskapasitet mange burde misunne dem. Rødt har i lang tid jobbet målbevisst med å tette hullene både SV og AP etterlot seg i både distriktene, men også fagbevegelsen (Fjellheim, 2022).

Ifølge Fjellheim (2022) har partiet forvandlet seg til et slags sosialdemokratisk substitutt for det aller mest aktuelle temaet de siste månedene Les: strømkrisen. Når Moxnes snakker om strømkrisen, utenlandskabler og markedsteknokrati, hører velgerne lyden av sosialdemokratiske standpunkter som andre partier etter Fjellheims mening forvalter dårlig.

Ved at andre partier forlater sakseierskapet og ved at Moxnes vet at mange nordmenn har en forankring i sosialdemokratiske samfunnsløsninger, som for eksempel kontroll og styring over prisen på kraft, har Rødt ifølge Fjellheim (2022) funnet en formel som kan være særlig potent i perioden frem mot neste valg.

Fjellheim (2022) betegner likevel partiet som et paradoks som han mener innehar mange blindsoner, som ikke nødvendigvis har en sosialdemokratisk forankring. Blant tingene Fjellheim (2022) peker på er full stopp i oljeleting, NATO motstand, amnesti for asylsøkere og importert woke-ideologi.

2.0 Sosialismens grunnleggende filosofi og prosjekt

Siden partiet Rødt primært er assosiert og assosierer seg selv med sosialismen, tar vi her for oss en gjengivelse av hva denne går ut på. Begrepet forbindes med partiet Rødt og gjengivelsen er ikke ment å ha en subjektiv slagside, men er heller ment å tjene som en objektiv redegjørelse for begrepsapparatet partiet forbindes med. Kritiske linser får en plass i dette segmentet, men vi ser det som uunngåelig å belyse dette. Det menes å ha blitt

etterrettelig redegjort for det som av mange blir betegnet som partiets ideologiske arv ved enden av segmentet. Hva målene fra skrivende stund måtte være, blir gjennomgått på et senere tidspunkt i oppgaven og vil da basere seg på innsamlet datamateriale. Dette er ikke noe som nødvendigvis vil pekes tilbake på når teksten utfolder seg, men tjener som kontekstuell bakteppe. Til sist er heller ikke dette ment å være en komplett sammenfatning av nevnte tema, til det, blir omfanget naturlig nok for kort.

2.1 Målsetning

Ifølge Ludwig Von Mises (1951) er det sosialismens uttalte mål å overføre produksjonsmidlene fra privat eierskap til eierskapet til et organisert samfunn, til staten. Den sosialistiske staten eier derfor alle materielle utgangspunkt for produksjon og delegerer dette videre. For å oppnå en sosialistisk orden må samfunnet gå igjennom en sosialistisk revolusjon. Marxisme/sosialisme betyr derfor den gradvise overføringen av produksjonsmidlene fra et kapitalistisk til et sosialistisk styre. Kapitalismen blir også sett på som et uunngåelig forstadium til sosialismen. Hvis proletariatet (arbeiderklassen) makter å oppnå politisk makt i et kapitalistisk samfunn, vil i teorien staten kunne slutte å eksistere (Von Mises, 1951).

Ifølge Von Mises går teorien videre slik : Når det ikke finnes noen sosiale klasser å holde undertrykt, og når klassesdominans og bestrebelsene for individuell eksistens basert på et tidligere produksjonsanarki er fjernet, sammen med konfliktene som hadde sitt utspring i dem, vil det ikke være noe gjenværende å undertrykke og heller ikke finnes et behov for særskilt undertrykkende institusjoner, staten. Staten i sosialismen handler på vegne av folket som en representant som "tar tilbake" produksjonsmidlene, men dette er også et av dets siste handlinger som nettopp en stat.

Statsinnblanding i sosiale affærer blir følgelig overflødig helt til den faller bort av seg selv (Von Mises, 1951). Men i overgangsfasen mellom kapitalisme og sosialisme vil det være en periode dedikert til politisk transformasjon der staten ikke kan være noe annet enn det revolusjonære diktaturet til proletariatet (Von Mises, 1951). Det er altså en rettferdighet og solidaritetstankegang som preger denne retningen. Mennesket og spesielt arbeiderklassen står alltid i fare for å bli utnyttet av en mindre elite som er i besittelse av mesteparten av kapital. For å unngå denne «utbyttingen» altså misforholdet i den transaksjonelle verdien av arbeidskraften proletariatet investerer – og det de får igjen for denne investeringen – må de (proletariatet), ta tilbake produksjonsmidlene og sørge for en rettferdig fordeling av godene.

2.2 Sosial teknologi

Einstein (2010) kaller utnyttelsen i et kapitalistisk system for den «predatoriske fasen» i menneskets utvikling. Følgelig er dermed sosialismen en bestrebelse for å overkomme dette.

Et kapitalistisk system basert på en angivelig utnyttning av de svakerestilte må derfor undergå reformer slik at det faktisk kan transformeres til en sosialistisk utopi. Flere lærde mener at selv om historiske «eksperimenter» med sosialisme har gått skeis, er det ikke dermed umulig. Blant annet ber G.A Cohen (2009) oss om å se på om hindringen er menneskelig egoisme eller dårlig utformet "sosial teknologi" som gjør implementeringen av sosialisme vanskelig. Cohen (2009) introduserer oss til en "campingtur analogi" som i grove trekk handler om at på en slik tur er det nærliggende for en begrenset gruppe med individer å handle altruistisk. I vakuumet som er campingturen, vil det ikke falle aktørene inn å ta betalt for å dele en fotball eller andre umiddelbare goder som skulle være tilgjengelig i en slik kontekst. Nå er det ikke denne oppgavens siktemål å sette likhetstegn mellom sosialisme = godt, kapitalisme = vondt, og forfatteren, Cohen (2009) tilkommer debatten fra et standpunkt som favoriserer sosialismen og dens angivelige eleverte etiske bestanddeler. Likevel abonnerer vi på en heuristisk oppfattelse av at det er ønskelig å objektivt undersøke hvilke utfordringer sosialismens propagandører ser for seg. Cohen (2009) fortsetter med å vise til at det åpenbart er enkelt å handle altruistisk i en slik sammenheng.

Men ifølge Cohen (2009) er det ikke umulig å handle slik utenfor petriskålen som er denne analogien. Det er av hans oppfattelse av at det ikke bare er i hyggelige kontekster at mennesker kan samhandle på en altruistisk måte. Cohen (2009) viser til at mennesker ofte handler på denne måten under naturkatastrofer og lignende unntakstilstander. De to primære kontrasterende grunnene til hvorfor en helhetlig sosialisme har vist seg vanskelig å implementere, både intellektuelt og politisk er som vi nevnte ovenfor, de angivelige begrensingene i menneskelig natur og manglende sosiale løsninger.

Cohen (2009) kaller dette "sosial teknologi". Mennesker blir ofte beskyldt for å være lite velsignet med naturlig sjenerøsitet og samarbeidsevner for å tilstrekkelig imøtekomme sosialismens rammer. Deretter blir det ofte pekt på at hvis mennesker skulle utvikle samarbeidsevnene som de allerede utviser under en slik campingtur, vet vi fortsatt ikke hvordan vi på riktig måte skal høste denne sjenerøsiteten. Vi vet ikke ifølge hvordan vi gjennom de passende reglene og tilsvarende stimuli får sjenerøsitet til å drive økonomiens hjul på samme måte som grådighet. Cohen (2009) leker videre med tanken på hvilke måter

sosialismen kan implementeres, men målsetningen er ikke å tilby en smørbrøddliste, men heller la spørsmålet henge i luften. Planøkonomi viser han til, men denne har ikke avgitt tilfredsstillende resultater selv om den er nærme sosialismens ideal. Likefremt kan markedssosialismen oppnå resultater, som også Roemer (1994) fremlegger, men den er også relativt langt unna idealet.

2.3 Egalitet og solidaritet

Som Roemer (1994) mener, vil sosialister ha (1) like muligheter for selvrealisering og velferd, (2) likhet i mulighet for politisk innflytelse, og (3) likhet i sosial status. Med likhet i selvrealisering mener Roemer (1994) at sosialismen forfekter at mennesker skal kunne utvikle og applisere talentene sine i en retning som gir livet til individet innhold og mening. Dette er helt spesifikt i tråd med det Marxistiske konseptet "menneskelig blomstring", og må ikke forveksles med John Rawls livsplan, av den grunn at en slik livsplan kan gå ut på å for eksempel nyte selskapet til familie og venner, spise fine middager eller å telle bladene i gresset (Roemer, 1994). Han forklarer at selv om likhet i mulighet til selvrealisering og velferd er målet i sosialismen betyr ikke dette at likhet i selvrealisering og velferd alltid er ønskelig. Hvis likhet for velferd var *målet* heller enn likheten for *muligheten* til velferd, måtte samfunnet ifølge Roemer (1994) forpliktet seg til å "pøse ut" ressurser til individer som *kan* ha kostbare og urealistiske mål. Roemer (1994) fortsetter med denne analogien: Han ber oss se for seg han selv som en dårlig trent idrettsmann. Selv om han er nettopp dette, en dårlig trent idrettsmann - får han en fikks ide om at livet ikke er verdt å leve dersom han ikke når toppen av Mount Everest til fots. Det vil jo tross alt være svært kostbart å hyre inn sherpaer og alt annet som går med til en slik tur. Skal da samfunnet bruke ressurser på en tur som ikke henger sammen logisk?

Roemer (1994) mener at denne likheten for velferd må være en mulighet, og ikke en garanti av nettopp denne grunnen. Likhet for mulighet til velferd plasserer dermed litt av ansvaret over på individet til å se seg ut målsetninger som er mindre kostbare og mer realistiske. Det er her venstre og høyresiden også skiller lag ifølge Roemer (1994). Det er særs vanskelig å vite akkurat hvor langt samfunnet skal gå i å tilrettelegge for likhet i mulighet og selvrealisering. Roemer (1994) peker på at konservative eller høyresiden ikke mener at samfunnet har et voldsomt stort ansvar for å tilrettelegge dette for den enkelte borger. Hvis det ikke finnes overfladisk diskriminering i for eksempel ansettelse, eller at alle har tilgang til utdanning gjennom et offentlig system, mener konservative at grunnsteinene for likhet er lagt og samfunnet dermed har gjort sitt (Roemer, 1994). Sosialister går mye dypere og mener det

overnevnte bare så vidt skrapet overflaten og fremholder at likhet for mulighet er dypere strukturelt forankret. Dette betyr at staten for eksempel må kompensere individer som er vokst opp uten en gitt størrelse med privilegier, altså må likhet til mulighet innebære at individer blir kompensert for tilkortkommenheter de selv ikke har hatt kontroll over (Roemer, 1994).

2.4 Termenes gjensidige avhengighetsforhold

I dette segmentet har vi brukt termene «sosialisme» og «kommunisme» litt om hverandre, noe som for øvrig er relativt vanlig, og er semantisk men likevel ikke helt ubetydelig (Kornai, 1992). Selv om det er et sterkt intellektuelt slektskap mellom disse, er de ikke helt like. Vi ser derfor kort på hva som utgjør hovedforskjellene mellom dem. Kommunisme kan best forstås som enderesultatet til sosialismen, altså er sosialismen en slags fase før «full» kommunisme inntreffer. Kapitalisme er den første av disse fasene, og er som nevnt ovenfor et nødvendig forstadium. Kapitalisme → sosialisme → kommunisme.

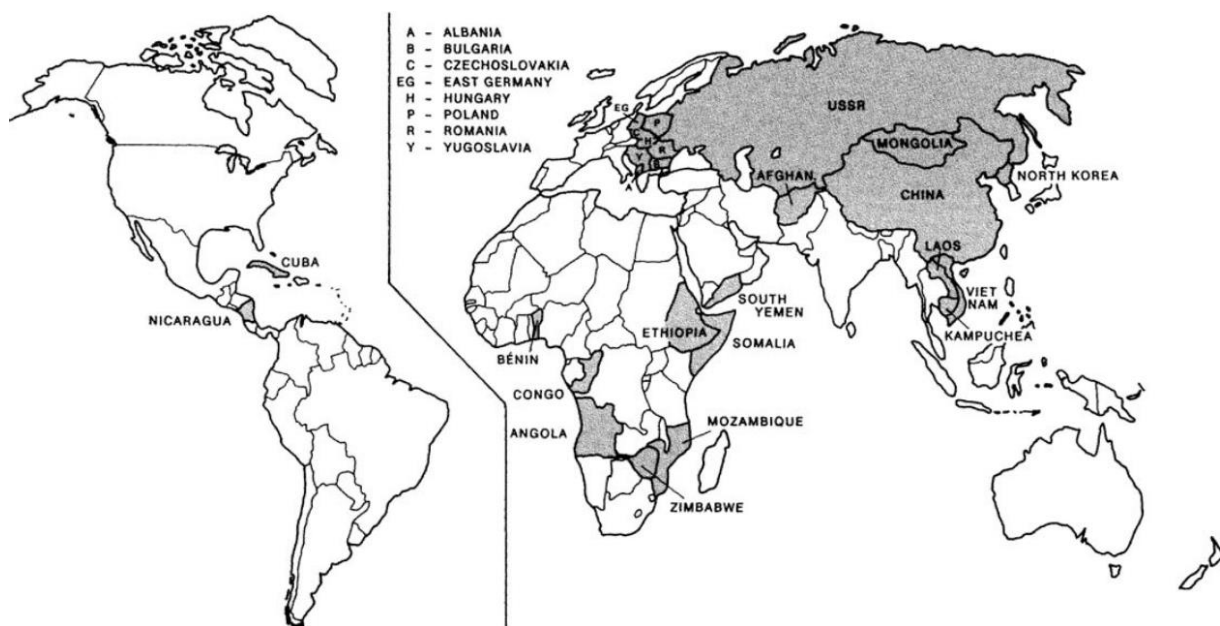
Robert J. van der Veen og Philippe van Parijs (1986) forklarer det på denne måten: Fra et Marxistisk standpunkt er ikke «sosialismen» et enderesultat i seg selv, heller er det et redskap for å oppnå den sanne kommunismen. Termen "sosialisme" dekker dermed det Marx kalte de lavere stadiene i kommunismen i "*Critique of the Gotha Programme*". Altså referer det til et samfunn der arbeiderene kollektivt eier produksjonsmidlene - som de i sin tur kollektivt bestemmer hvordan skal brukes, samt hvordan sluttproduktet skal distribueres gjerne i henhold til prinsippet "*to each according to his labor*" (van der Veen & van Parijs, 1986).

Kommunismen på sin side peker på de mer avanserte stadiene innen kommunismen i "*Critique of the Gotha Programme*". Det er definert gjennom det distributive prinsippet "*From each according to his abilities, to each according to his needs*" - som impliserer ifølge van der Veen og van Parijs (1986), at det sosiale produktet er fordelt på en slik måte at (1) alles grunnleggende behov er truffet på en adekvat måte, og (2) at hvert individs del er fullstendig avhengig av hans eller hennes *frivillige* bidrag til den overhengende arbeidsmengden (van der Veen & van Parijs, 1986). Sosialisme som definert, impliserer at "utnyttelse" er avskaffet - arbeidere forvalter hele det sosiale produktet - mens i kommunismen som definert, impliserer at "fremmedgjøring" er avskaffet - produktive aktiviteter trenger ikke å drives av ekstern belønning (van der Veen & van Parijs, 1986).

"They pretend to pay us, and we pretend to work" (Roemer, 1992).

Så hvorfor trenger vi denne muligens litt diffuse mellomstasjonen "sosialisme"? Kan ikke samfunn bare bevege seg rett til kommunismen? Ifølge van der Veen og van Parijs (1986) er svaret todelt: Det ene er at kommunisme er utopisk så lenge mennesket fortsatt er det kapitalismen har forvandlet dem til. Sosialismen er nødvendig for å omdefinere mennesket, fjerne egoismen og i sin tur gjøre han eller henne til det altruistiske individet den utopiske kommunismen krever (van der Veen & van Parijs, 1986). Det andre er at van der Veen og van Parijs (1986) mener at kommunismen feiler under knapphetstilstander, derfor trenger man sosialismen for å utvikle produksjonskapasiteten til mennesket og videre utvikle en tilstand av overflod som gjør at en potensiell kommunisme kan blomstre.

Kommunismen har som kanskje viden kjent kommet under skyts fra mange kanter, som nevnt tidligere ser vi det ikke som vår oppgave å fremlegge dette noe videre. Både János Kornai (1992) og J.E Roemer (1992) gir fyldige innføringer i dette, for den eventuelt interesserte leser.



(Kornai, 1992).

Kommunistiske/sosialistiske land i verden anno 1987 som vist i «*The Socialist System The Political Economy Of Communism*» av János Kornai (1992).

3.0 Politisk merkevarebygging

For å analysere hvordan Rødt har gått frem kan vi ta i bruk en teori om «political rebranding» I følge Cosgrove (2012) drar politiske aktører nytte av merkevarebygging fordi det kan

oppsummere en kompleks serie av hendelser eller ideer, gi betydning til individer eller hendelser, og bidra til å gjøre budskapet mer konsistent (Cosgrove, 2012). Branding er en forlengelse av omdømmehåndtering i den forstand at politiske partier tar i bruk markedsanalyse for å sikre seg kunnskap om publikummet for å dermed guide kommunikasjonen gjennom reklame, media og direkte markedsføring (Flanagan & Marland, 2013).

Denne prosessen som vi antar at Rødt har gått igjennom ilegges en strategisk dybde på den måten at den muliggjør skapelsen av et ønsket image (Flanagan & Marland, 2013).

Merkevaren Rødt består dermed av et komplekst samspill av lett håndgripelig informasjon som navnet, logoen, symboler, slagord og visuelt stimuli. Kommunikasjonsarbeidere beskjeftiger seg derfor med enkle strategiske budskap som «hamres gjennom» på en konsistent måte via mange forskjellige flater.

Ofte med trykk på visuell kommunikasjon og informasjon som er skreddersydd det partiet anser som sitt kjernepublikum (Flanagan & Marland, 2013). Politisk merkevarebygging gjorde det ifølge Flanagan & Marland (2013) mulig for amerikanske konservative å tilpasse seg den hurtigvoksende mediehverdagen, differensiere seg fra den liberale leiren når det kom til viktige politiske verdispørsmål, samt å flytte publikums fokus fra vanskelige spørsmål for å dermed fremstå som en ideologisk samlet enhet som holdt løftene sine (Flanagan & Marland, 2013). De peker på et interessant eksempel i britisk politikk der Tony Blair overbeviste Labour om å fjerne ordet «sosialisme» fra programmet, etter innspill fra strateger som mente at dette begrepet ikke var forenelig med verken det partiet de var eller de velgerne de ønsket å tiltrekke seg (Les: Moxnes sine forsøk på å fjerne ordet kommunisme fra prinsippprogrammet til Rødt).

Dette henger ofte sammen med "personaliseringen" av politikken som Enli og Skogerbø (2013) betegner det som. Med fremveksten av sosiale medier har det i økende grad blitt fokus på politikere som enkeltindivider og dermed er det blitt stadig viktigere å sementere sentrale politikere som en merkevare (Enli & Skogerbø, 2013). Ifølge dem er dette et biprodukt av en stadig mer digitalisert og mediebasert hverdag der det ikke bare holder at politikere representerer partiet i kraft av sitt embete. Velgere ønsker også flere "hjemme hos" reportasjer for å bli kjent med individet bak fasaden (Enli & Skogerbø, 2013).

For enkelte teoretikere som Habermas, Sennett og Postman blir personaliseringen beskrevet som beklagelig, mens den for andre blir sett på som et positivt tegn i retning en

demokratisering av politikken der distansen mellom eliten og folket stadig minker (Lilleker & Jackson, 2010). Historisk sett har valg foregått på en måte der deltagelsen i disse har vært begrenset til selve avgivelsen av stemmer. Dette har endret seg etter fremveksten av internett, som tilbyr et bredt arsenal av virkemidler som kan påvirke en valgkamps gang. Her kan både politikere og støttespillere foreta alt fra sverte til støttkampanjer, noe som kom til sin rett under Obamas første kampanje i 2007-2008 (Lilleker & Jackson, 2010).

Denne kampanjen har blitt løftet frem som banebrytende for fremtidige politiske kampanjer. Selv om Lilleker og Jackson (2010) understreker at grunnen til Obamas valgseier ikke ene og alene kan attribueres til dens internettmeritter, ble likevel dette stående som et av de definerende redskapene som symboliserte en overhengende markedsføringsstrategi der hovedpersonen ble løftet frem som en som skulle forandre ting i den amerikanske politikken (Lilleker & Jackson, 2010).

Politisk markedsføring og bygging av merkevare ble også ifølge Kalnes (2009) ekstra aktuelt i Norsk sammenheng rundt 2007. Dette har sin sammenheng med at flere interaktive plattformer begynte å slå an i denne perioden. Det er neppe urimelig å hevde at stiftelsen av Rødt dette året ikke kunne vært bedre timet fra et markedsføringsperspektiv. For å sammenligne effekten en digitalisert hverdag har hatt på valgkamper, hevder Kalnes (2009) at andelen norske velgere som visste hva de skulle stemme på allerede under valgkampen, hadde gått opp fra 21% i 1985 til 56% i 2005 (Kalnes, 2009).

Samtlige politiske partier ble i denne perioden bevisstgjort på potensialet dette hadde for kommunikasjon med velgerne. Profesjonaliseringen på dette feltet har ifølge Kalnes (2007) bidratt til at parti organisasjonene i økende grad benytter seg av eksterne fagfolk med spesialiserte ferdigheter for å nytte maksimere tilstedeværelsen på nett (Kalnes, 2009). Et poeng er også at denne formen for drift av valgkamp og markedsføring blir enda viktigere sett i lys av fallende medlemstall, men også at tradisjonelle medier i Norge ikke gir partiene regi på samme måte som for eksempel i land som Italia (under Berlusconi) der mediene ofte abonnerer på en gitt politisk profil eller ideologi (Kalnes, 2009).

Ekstra relevant blir dette når det i praksis er forbud mot politisk reklame i Norge. Selv om denne artikkelen ble skrevet for 13 år siden, i en verden der sosiale medier og andre interaktive kanaler var forholdsvis nye fenomener, er det rom for å hevde at tendensene som ble pekt på den gangen har styrket seg og blitt en såpass integrert del av politisk markedsføring at dette knapt er noe vi tenker så mye over.

I 2019 slapp også Datatilsynet et informativt skriv om fordeler, ulemper, muligheter og begrensninger rundt digital markedsføring samt målrettet og skreddersydd reklame for politiske budskap.

Selv om regjeringsvalgene i Norge per nå er digitaliserte, finnes det ifølge Datatilsynet (2019) lite informasjon om hvordan målrettet avertering til privatpersoner, og analyse av data faktisk blir brukt i valgkampøyemed i Norge. Som det fremkommer av rapporten er ikke målrettet markedsføring av politiske budskap ulovlig på noen måte, ei heller trenger det å være problematisk. Partier, politikere og interessegrupper har alltid brukt spesifikke budskap til grupper for å øke markeds-penetrasjonen siden midten av 1800-tallet. Men den teknologiske utviklingen de siste tiårene har gjort det mer overkommelig å samle og sammenligne informasjon om velgere som har resultert i at presisjonen er større enn noensinne (Datatilsynet, 2019). Ved å benytte seg av kvantitative analyser kan partier nå lage stadig mer overtalende og kreative reklamer med en tematikk som spisser seg inn mot enkeltindividet innenfor mål-demografien uten at potensielle stemmegivere nødvendigvis forstår hvorfor de mottar akkurat det budskapet.

Bruken av "microtargeting" for politisk innflytelse kan ifølge Datatilsynet (2019) ha merkbare konsekvenser for privatlivet til det gitte individet, men også i den demokratiske offentlige sfæren. Det gjør også systemet volatilt for manipulasjon, lede til diskriminasjon og negativt påvirke legitimiteten og tilliten til den demokratiske prosessen (Datatilsynet, 2019).

Guja Armannsdottir, Stuart Carnell og Christopher Pich (2019) definerer videre en merkevare og nærmere bestemt politisk merkevare identitet som noe som kan sies å være en sammenfatning av ønskede oppfatninger og assosiasjoner, som deretter kommuniseres videre av interne skapere og formidler hva merkevaren faktisk står for (Armannsdottir et al. 2019). Merkevaren signaliserer organisasjonens nåværende, men også forestilte virkelighet og er den foretrukne assosiasjonen partiet ønsker å identifisere seg med. Armannsdottir et al. (2019) mener derfor at identiteten er en indre skapt manifestasjon, skapt og utviklet gjennom fysiske fremstillinger som for eksempel gjennom kommunikasjonsverktøy og forbindelser samt egenskaper som kan karakteriseres som immaterielle som *faktisk* og *ønsket* posisjon, kjerneverdier og merkevarens arv (Armannsdottir et al. 2019). Identiteten må være konsistent og slitesterk, men også såpass adaptiv at den kan endre seg i respons på forandringer/kriser i både det indre og det ytre miljøet (Armannsdottir et al. 2019).

Armannsdottir et al. (2019) fokuserer sin merkevare-studie på personer og spesifikt politikerne selv som merkevarer. Her appliseres konseptene fra tradisjonell merkevarebygging over på individet. Merkevarebygging av et individ er noe som regelmessig benyttes av de fleste individer som søker den offentlige sfære og følgelig har interesser innenfor denne som må beskyttes. Merkevaren rundt et individ struktureres rundt materielle dimensjoner som fysisk utseende, stil samt hvordan individet kommuniserer både on og offline (Armannsdottir et al. 2019). I tillegg til den materielle dimensjonen taes det også regi på immaterielle faktorer (ikke målbare) som livserfaring, verdier, karisma og tilsynelatende troverdighet og autoritet (Armannsdottir et al. 2019).

3.1 Oppskriften på en personlig merkevare

Jodi L. Philbrick og Ana D. Cleveland (2015) gir en kategorisk redegjørelse på hvordan bygge en personlig merkevare som består av seks eksplisitte steg:

*

Den første omhandler en introspektiv evaluering der politikeren må forstå sin nåværende og ønskede posisjon innenfor det ideologiske landskapet.

*

Deretter følger det andre steget der politikeren burde analysere hvordan forskjellige "stakeholders" eller interessenter opplever dem som merkevare.

*

Steg tre innebærer å vurdere hvorvidt den politiske merkevaren har et konsistent og unikt mantra som signaliserer robusthet og kontinuitet.

*

Etter dette følger den fjerde faktoren som Philbrick & Cleveland (2015) peker på, som er å undersøke det nåværende og ønskede "fotavtrykket" merkevaren har i forskjellige kommunikasjonskanaler som for eksempel sosiale medier for å rendyrke en ønsket identitet.

*

Når dette er etablert er nummer fem at politikeren utforsker og forstår den digitale tilstedeværelsen som er en del av merkevaren.

*

Til sist peker Philbrick & Cleveland (2015) på den sjette faktoren som forfekter at når alle de tidligere stegene er grundig gjennomgått, må politikeren påse at disse både er integrert og sammenfaller med den overordnede kommunikative profilen.

3.2 Ideologisk moderasjon som en merkevare

Det er videre plausibelt å anta at i tillegg til punktene enkeltpolitikere burde forholde seg til så er det nærliggende å postulere en trend i retning ideologisk moderasjon.

Johns og Kölln (2020) viser til en studie som indikerer at dersom partier ønsker å vinne terreng er det særlig gunstig for dem å moderere seg da brorparten av valg blir vunnet i nærheten av sentrum. Blir partiene for radikale har et for stort strata av velgerne en tendens til å ikke anse et gitt parti som kompetent nok til å forvalte et utvalgt politisk område (Johns & Kölln, 2020). Johns & Kölln (2020) eksemplifiserer ved å bruke kartelliseringsteorien til Katz & Mair (1995) der partier klynger mot sentrum og "depolitiserer" som gjør det lettere å samarbeide, men som også kan sees på som en måte å stemme-maksimere uten å ilegge ideologi nevneverdig betydning. De forventer dermed at mer ekstreme partier både på høyre og venstre fløy vil være langt mindre villige til å inngå kompromisser. Partier som søker mot midten, må være mer pragmatisk i forhold til hva som faktisk virker i motsetning til partier på yttersiden som kan fokusere på en ideologisk renhetstanke i større grad. En "rett frem" måte å formidle budskapet sitt på er også en av grunnene til at partier på yttersidene ofte assosieres med populisme (Johns & Kölln, 2020).

4.0 Populisme

Slik vi nevnte innledningsvis så blir partiet ofte assosiert med en populistisk kommunikasjonsstil.

Populismen består av tre kjerneelementer: folket, eliten og folkets vilje.

4.0.1 Folket

Mye av debatten rundt populisme som konsept sentrerer rundt hva som faktisk menes med "folket". De fleste er enige om at folket ikke nødvendigvis er en gitt størrelse, men heller noe som er konstruert for å tjene et spesifikt narrativ (Mudde & Kaltwasser, 2017). Dette har dermed medført at en rekke lærde mener at konseptet er så vagt at det i realiteten er ubrukelig. Ernesto Laclau mener dog på sin side at det er i vagheden at konseptet henter sin styrke. Nettopp fordi det er et "tomt parameter" gjør at en populist har all mulighet til å vinkle "folket" i den retningen populistene finner hensiktsmessig. Det kan derfor ifølge Mudde og Kaltwasser (2017) legges til rette for en følelse av en felles identitet og påfølgende støtte fra denne gruppen til en gitt sak (Mudde & Kaltwasser, 2017). Selv om "folket" er en konstruksjon som gir rom for en del fleksibilitet brukes det som regel i kombinasjon med de tre følgende meningene: Folket som hersker, som "mannen i gaten" og som i nasjonen. I alle sammenhengene er hovedforskjellen mellom "folket" og "eliten" relatert til en sekundær karakteristikk: Politisk makt, sosioøkonomisk status og nasjonalitet (Mudde & Kaltwasser, 2017).

Konseptet som omhandler folket som den ypperste makthaver baserer seg på den demokratiske ideen om "folket" som ikke bare den ultimate kilden til politisk makt, men også som "herskere". Tanken kan spores helt tilbake til den Amerikanske og Franske revolusjonen, formulert av den daværende Amerikanske presidenten Abraham Lincoln som etablerte "*a government of the people, by the people, and for the people*" (Mudde & Kaltwasser, 2017).

4.0.2 Eliten

I motsetning til "folket" har få forfattere beskjeftiget seg med meningen av "eliten" i populismen. Ifølge Mudde og Kaltwasser (2017) er hovedaspektet ved dette begrepet moral, som i distinksjonen mellom det fromme folket og den korruperte eliten. Men dette sier ikke nødvendigvis så mye om hvem denne eliten er. De fleste populistene kritiserer ikke bare det politiske etablissementet, men også den økonomiske, kulturelle og eliten i media.

Alle disse blir som regel fremstilt som en konspirerende gruppe som motarbeider "folkets vilje». Selv om distinksjonen er grunnleggende moralsk, kan eliten defineres ut ifra et bredt utvalg av kriterier (Mudde & Kaltwasser, 2017). Som vi ser, kan denne eliten være mye forskjellig og defineres ulikt på ulike tidspunkt.

Særtrekket med fenomenet generelt, er som sagt moralsk, og populistiske aktører benytter seg av et rikholdig utvalg av sekundær-kriterier for å skille mellom folket og eliten (Mudde &

Kaltwasser, 2017). Dette er også noe som gir dem en innebygd fleksibilitet når de først oppnår makt da et sentralt paradoks med populismen er at man risikerer å bli en del av den samme eliten man har kritisert i opposisjon. Dette kan populistere på snedig vis å omgå ved å stadig omformulere og redefinere begrepet (Mudde & Kaltwasser, 2017).

4.0.3 Folkets Vilje

Det siste konseptet er folkets vilje, som er nært forbundet med tankene til filosofen Rousseau (1712-1778). Rousseau skilte mellom den generelle viljen og viljen til alle. Den første refererer til folkets evne og vilje til å komme sammen for å hevde sine interesser, mens det andre omhandler den enkle summen av visse interesser på et spesifikt tidspunkt. Populismens monetære og moralske skillelinjer mellom det rene folket og den korrupte eliten, forsterker ifølge Mudde og Kaltwasser (2017) ideen om at en generell vilje eksisterer.

Mudde og Kaltwasser (2017) referer til den politiske teoretikeren Margaret Canovan som uttalte at politikere måtte være "*opplyst nok til å identifisere hva den generelle viljen er, og karismatisk nok til å tromme sammen nok individer slik at disse kan bli en sammenhengende bevegelse som kan stoles på til å utøve denne viljen*".

Venezuelas tidligere leder Hugo Chavez holdt i sin innsettelsestale i 2007 en tale som gir en god beskrivelse av hva tanken om folkets vilje faktisk handler om.

Nothing.. is in greater agreement with the popular doctrine than to consult with the nation as a whole regarding the chief points which governments, basic laws, and the supreme rule are founded. All individuals are subject to error and seduction, but not the people, which possesses to an eminent degree of consciousness of its own good and the measure of its independence. Because of this its judgement is pure, its will is strong, and none can corrupt, or even threaten it (Chavez, 2007).

Ved å bruke ideen om folkevilje, abonnerer mange populistere på Rousseaus kritikk av det representative styresettet. Sistnevnte blir sett på som en aristokratisk maktform der borgere blir sett på som passive enheter som mobiliseres som kveg i perioder rundt valgene og som ikke gjør annet enn å velge sine agenter (Mudde & Kaltwasser, 2017). Populister fremholder dermed elementer av den selvstyrende utopien, som fremelsker ideen om at individene selv kan organisere seg og lage lovene i samfunnet.

4.1 Venstrepopulisme/Agonisme

I boken *"For a left populism"* teoretiserer den belgiske professoren Chantal Mouffe rundt hvorvidt man kan redefinere venstresiden. Ved å benytte seg av post-marxistisk analyse, hjulpet av teoretikere som blant annet Italienske Gaetano Mosca, viser Mouffe hvordan venstresiden kan ta opp kampen med en ytterligående høyreside. Her forfektes også «agonisme» som fenomen, som i korte trekk går ut på å anerkjenne konflikt, men bygge broer – samt tromme sammen undertrykte grupper i en «oss»-seksjon for å gi seg i kast med etablissementet.

Det ville ikke være et veldig bredt klyv å assosiere Rødts nåværende ideologiske profil med post-marxisme, og da særlig med verket til Ernesto Laclau og Chantal Mouffe *"Hegemony and Socialist Strategy"* (1985).

Mouffe (2018) skriver i boken at partier som kjemper for arbeideres rettigheter ikke lenger kan utelukkende fokusere på klassekampen som et rent økonomisk fenomen, slik som tradisjonell marxistisk analyse har villet hatt det. Mouffe (2018) mener at fra 60-tallet og utover ble fremveksten av de "nye sosiale bevegelsene" ekstra tydelig. En term som på daværende tidspunkt refererte til et mangfold av kamper som: Urbane, økologiske, anti-autoritære, anti-institusjonelle, feministiske, anti-rasistiske, etniske, regionale, samt kampen til seksuelle minoriteter. Den politiske polariseringen rundt disse nye demokratiske kravene ble møtt med dissens fra høyresiden, som mente at dette var faktorer som potensielt ville lede verden utfor et "egalitært stup" (Mouffe, 2018). Riktignok har den tradisjonelle forståelsen for kommunisme til en viss grad alltid vært antirasistisk, men alle sosiale parametere og former for undertrykkelse, har vært på grunn av undertrykkelsen av det globale proletariatet og et symptom på klassesethørighet.

Når den økonomiske resesjonen kom i 1973, var høyresiden ifølge Mouffe (2018) fast bestemt på å stagge den demokratiske idealismen. De planlagte dermed å jobbe mot utbredelsen av de egalitære samfunnsstrukturene og en følgelig gjenerobring av profitten høyresiden hadde blitt snytt for av fagforeningene.

I boken bruker Laclau og Mouffe britiske Labour som eksempel, men det er ikke urimelig at andre partier har funnet inspirasjon i strategien fremsatt av dem. De hevdet at som motoffensiv mot høyresiden var det viktig at partiet utvidet den sosiale basisen forbi det økonomiske. Ved å anerkjenne tilkortkommenheten til korporatisme og ved å inkorporere misnøyen til de nye sosiale bevegelsene ved siden av de økonomiske innvendingene til

arbeiderklassen, ville dette følgelig bidra til å skape en ny historisk blokk rundt det sosialistiske prosjektet. I følge Mouffe (2018) var hun og Laclau overbevist om at en utvidelse av de demokratiske prinsippene som historisk sett hadde vært frihet og likhet til å også gjelde et bredere sett med sosiale relasjoner - den eneste farbare veien ut av det de anså som en stor krise.

I segmentet der vi trekker inn Skjalg Fjellheim (2022) og hans analyse av hvordan Rødt «slår politisk mynt» på strømkrisen, skriver han at Rødt er logisk usammenhengende når de importerer «woke ideologi». Vår innvending som på nåværende tidspunkt kan betegnes som en postulering, er at Rødt på ingen måte er inkonsekvent. De har bare beveget seg i retning av en post-marxisme inspirert av blant annet Chantal Mouffe og Ernesto Laclau som ikke lenger er forenelig med dets maoistiske røtter (1985). I samtale med Gildas Le Dem beskriver Mouffe ytterligere hva som har vært nødvendig for ytre venstre å foreta seg i respons på nyliberalismens hegemoni. Her mener hun at sentrumskonsensusen som hun har sett i flere land har «de-politisert» det politiske landskapet (Mouffe, 2017). De tradisjonelle sosialdemokratiske partiene i europeisk sammenheng, har ifølge Mouffe klynget mot sentrum under oppfattelsen av at dette er et tegn på en modning av demokratiet. Mouffe (2017) mener at dette er en feilslutning, og at det følgelig har åpnet seg et anselig vakuum for høyrepopulistiske partier å operere i.

Mouffe (2017) påpeker videre at hun oppfattet det som viktig å opprettholde skillelinjene mellom venstre og høyre, men at hennes tro på en radikaliserings av de sosialdemokratiske partiene, slik at de kunne gjenfinne sin venstreorienterte identitet, ble svekket av disse partienes reaksjon på finanskrisen i 2008 (Mouffe, 2017). Som nevnt tidligere, så omhandler denne venstrepopulismen å inkludere et bredere spekter av mennesker i kravet om transformasjon. Mouffe (2017) forklarer videre at Ernesto Laclau og hun selv allerede for flere tiår siden anerkjente tilkortkommenheten i sosialdemokratisk hegemoni. Med nyliberalismens fremvekst mente derfor Mouffe (2017) i denne samtalen at mulighetsrommet for å radikalisere sosialdemokratiet var svekket. Det var dermed et pregnant behov for en venstrepopulisme som kunne utvide og radikalisere demokratiet.

Som en proponent av venstrepopulismen klargjør hun også hva hun mener er de mest pregnante forskjellene mellom høyre og venstrepopulisme. Der høyrepopulismen angivelig begrenser demokratiet, vil den venstreorienterte delen utvide og radikalisere det. Mouffe (2017) mener at språkbruken som venstrepopulister nyttiggjør seg av konstruerer nødvendige politiske frontlinjer som anerkjenner konflikter, men som ikke ser motstanden som noe som

må ødelegges - men heller søker å forhandle innenfor de demokratiske institusjonene for å utvide den demokratiske pluralismen (Mouffe, 2017).

5.0 Metode

5.1 Casestudie

Det ble søkt NSD/Sikt om godkjenning av dette prosjektet (Se vedlegg s. 108-109).

Siden vi har sett oss ut partiet Rødt som hovedfokus i denne oppgaven blir dette en casestudie. Vi gjengir en kort, men samtidig bred, definisjon formulert av Feagin et al. (1992). En casestudie er definert som en dyp, mangefasettert undersøkelse som benytter seg av kvalitative forskningsmetoder av et singulært sosialt fenomen. Studien er derfor gjennomført på en detaljert måte som benytter seg av flere forskjellige kilder. Studiens siktepunkt kan være organisasjoner, okkupanter av en eller flere roller, en by eller en hel gruppe mennesker (Feagin et al. 1992). Det er en del fallgruver når man benytter seg av casestudier. En av dem er at forskeren kan bli for partisk noe som ifølge Stoecker (1991) vil kunne utløse konsekvenser for prosjektets indre validitet. Siden en casestudie ikke tilbyr eksperimentell kontroll, vil antagelsen være at metoden ikke tilrettelegger for adekvat vitenskapelig distanse. Det vil heller ikke være enkelt å generalisere funnene til andre forhold (Stoecker, 1991).

Casestudien skal følgelig forsøke å fange kompleksiteten i en gitt sak, og denne metodologien er ifølge Ebneyami & Moghadam (2018) utviklet innen samfunnsvitenskapen. Selv om det er en av de mest brukte kvalitative metodologiene, finnes det ikke en overhengende konsensus på verken design eller implementering. Ebneyami & Moghadam (2018) fortsetter med å si at essensen i det som utgjør en casestudie og det som utgjør den sentrale tendensen, er at den prøver å sette søkelys på en avgjørelse, eller et sett med avgjørelser, hvorfor de avgjørelsene ble tatt, hvordan de ble implementert og med hvilke resultater (Ebneyami & Moghadam, 2018). De siterer Gummesson (1988) som argumenterer for at en viktig fordel med forskning på en case, er muligheten man får til et holistisk overblikk av prosessen.

Den detaljerte observasjonen som er bygget inn i metodologien gjør fremgangsmåten særlig nyttig i å undersøke mange forskjellige aspekter, undersøke dem i relasjon til hverandre, se prosessen som en del av et større system eller miljø og benytte seg av forskerens subjektive forståelse (Gummesson, 1988).

Det er en empirisk undersøkelse som går i dybden på et fenomen innen konteksten, som er det virkelige liv, spesielt når grensegangene mellom fenomen og virkelighet ikke er helt gitte (Ebneyami & Moghadam, 2018)

Forskere som nyttiggjør seg av denne fremgangsmåten blir oppfordret til å undersøke både hva som er vanlig, men også spesielt med et singulært fenomen. Dette impliserer en nøye vurdering av casens natur, historiske bakgrunn, fysiske setting, samt andre institusjonelle, politiske og kontekstuelle faktorer (Ebneyami & Moghadam, 2018)

Orum (2015) definerer videre casestudier som et singulært fenomen hvis grenser og innhold kan konseptualiseres og tydeliggjøres empirisk. Denne definisjonen inneholder to deler. Det ene er at fenomenet må ha et klart innhold, mens det andre er at det også må være tilstrekkelig avgrenset slik at det faktisk kan undersøkes. Derfor kunne man være interessert i sosiale revolusjoner, da innholdet i disse, og grensene for slike revolusjoner, kan være stater, eller regionen de inntreffer i. Orum (2015) fortsetter med å fremholde at innholdet ofte kan være med på å fargelegge definisjonen av grensene, som for eksempel at en sosial revolusjon kan ha sitt utspring i en stat, men deretter spre seg til forskjellige regioner (den arabiske våren er et eksempel på dette). Samtidig kan ofte selve innholdet bli definert og redefinert over tid da fenomener ofte har en tendens til å utvikle seg og endre form. Det kan ifølge Orum (2015) begynne med et lite nettverk med mennesker som i sin tur kan utvikle seg til å bli en organisasjon i form av en sosial bevegelse. Sosiale bevegelser er kanskje det tydeligste eksempelet på hvordan innhold og grenser beveger seg over tid og blir flytende og vage. Andre caser som for eksempel de som omhandler nabolag eller sosiale roller kan avgi tilfeller som gir en større klarhet. Hovedpoenget til Orum (2015) er dermed at for å både avgrense, men også oppnå konseptuell klarhet, må forskeren ha en særskilt omhyggelig og pragmatisk tilnærming til det fenomenet hen setter ut for å undersøke nærmere. Casestudier tillater altså forskeren å forstå hvordan en prosess har utviklet seg over tid, og forhåpentligvis gjør dette forskeren i stand til å identifisere viktige vendepunkt i denne utviklingen, som for eksempel tidspunkt et gitt nabolag gikk fra å være et segregert til et integrert et, samt de eventuelle implikasjonene og konsekvensene av dette (Orum, 2015).

En kvalitativ tilnærming til en case gir rom for subtile nyanser og et fortolkende utgangspunkt som ikke nødvendigvis setter to streker under svaret, men som forhåpentligvis gir oss en dypere innsikt enn vi ville sattet igjen med ved å kvantifisere. Det er altså en tilnærming som gir forrang til tid og prosess, over ren struktur (Orum, 2015).

Relevans i denne studien: Det som betegnes som casestudie, er relevant i denne studien da det singulære fenomenet som fortrinnsvis undersøkes er partiet Rødt.

5.2 Dokumentanalyse

Empiri blir i denne studien i stor grad tilveieskaffet gjennom dokumentanalyse. Glenn A. Bowen (2009) definerer dokumentanalyse som en systematisk prosedyre for å undersøke og evaluere dokumenter, både trykte og elektroniske kilder. Denne fremgangsmåten nyttiggjør seg analytisk via en fortolkende innfallsvinkel som gjør forskeren i stand til å ekstrahere mening, forståelse og empirisk kunnskap (Bowen, 2009). Man kan benytte seg av mange forskjellige typer dokumenter. Det er altså ikke mange begrensninger på hva som utgjør et dokument. Prosessen består av å finne, selektere, tolke og syntetisere dataen i dokumenter. Dokumenter kan gi oss kontekst innenfor det sjiktet som studieobjektet opererer innenfor. Denne informasjonen og innsikten kan bistå forskeren i å forstå de historiske implikasjonene, samt å bidra til å gi en indikasjon på hvilke forhold som påvirket fenomenet det forskes på (Bowen, 2009). Det som kanskje er særlig relevant i forbindelse med forskningsspørsmålet vårt, er at dokumenter gir oss anledning til å undersøke forandring og utvikling. Der forskjellige utkast av dokumenter er tilgjengelige kan forskeren bruke disse for å identifisere forskjeller, fra de mest åpenbare til de mest subtile nyansene (Bowen, 2009).

Hani Morgan (2022) viser til hovedforskjellen når man samler inn data. Man kan til en viss grad inngå i skapelsen av data ved å for eksempel foreta intervjuer, mens man i en dokumentanalyse får tilgang til dataene slik de var både før, under og etter. Poenget er derfor at forskeren ikke har hatt en rolle i hvordan disse dataene ble til, utenom at disse ble vurdert nyttige nok til å bli selektert.

Selv om dokumentanalyse som regel brukes som en suppleringsmetode ved siden av andre fremgangsmåter, er det noen forskere som abonnerer på denne fremgangsmåten ene og alene. I noen tilfeller vil det å bruke allerede eksisterende dokumenter gi tilgang til den beste datakilden for å ferdigstille et prosjekt (Morgan, 2022). Dersom man for eksempel skulle foretatt en historisk studie, ville det vært helt umulig å intervju mennesker som levde for flere hundre år siden. Ei heller ville det vært mulig å benytte seg av deltakende observasjon. Et annet eksempel Morgan (2022) viser til, er at det kan være vanskelig for en forsker å få adgang til sensitiv tematikk, da mennesker direkte involvert kan være både tilbakeholden og reservert mot å gi objektive redegjørelser for gitte hendelsesforløp. Dokumenter som bøker og

artikler som omhandler samme tema vil derfor kunne avgi supplerende data som i sin tur forhåpentligvis øker prosjektets troverdighet (Morgan, 2022). Det er også en tryggere måte å foreta forskning på da man i den grad det er mulig, unngår å plassere seg selv i farlige situasjoner (Morgan, 2022). Stabiliteten i dataene er også en innvending som kan tale til fordel for dokumentanalysen. I en intervjusituasjon er det en reell mulighet for at forskeren kan påvirke intervjuobjektet. Forskeren har ikke denne påvirkningskraften på dokumenter som allerede er stabile og tilvirket, selv om det skal nevnes at data som regel tilvirkes og tolkes med en viss subjektivitet derav viktigheten med kildekritikk (Morgan, 2022). Enn fallgruve med dokumentanalyse vil ifølge Morgan (2022) være at det kan være særs vanskelig å få tilgang til sensitive dokumenter. I den grad man blir tillatt innsyn av en aktør, er faren til stede for at denne aktøren kun tillater innsyn i dokumenter som stiller dem i et gunstig lys, noe som gjør dokumentanalyser sårbare for seleksjonsbias. Å utelukkende jobbe med pre-eksisterende tekster kan også bli problematisk dersom man ikke finner den dataen man leter etter, eller at denne dataen ikke eksisterer. En konsekvens av dette kan ifølge Morgan (2022) være at forskeren dermed må tilpasse forskningsinteressene eller spørsmålene slik at de sammenfaller med dataene.

Til tross for bakdelene ved fremgangsmåten presiserer Morgan (2022) at dokumentanalysen kan være et uvurderlig verktøy som potensielt kan gi forskeren tilgang til informasjon som ellers ville tatt enorme mengder med tid og innsats å innbringe. Det er også mindre etisk betenkelig med dokumenter som allerede er offentliggjorte og tilgjengelige for allmennheten, sett i kontrast til andre kvalitative data-innsamlingsmåter.

Forskeren trenger ikke heller nødvendigvis å være like stringent i sine etiske overveielser dersom det omhandler dokumenter som er allment tilgjengelige. Slike dokumenter inneholder selvsagt opplysninger, men disse er ikke nødvendigvis konfidensielle eller private (Morgan, 2022). Der forskeren er nødt til å tre varsomt, er for eksempel i sin omgang med dokumenter som ikke er intendert for offentlig innsyn. Her må det også taes hensyn til anonymitet, samtykke og sårbarhet. Innhold som er postet av barn eller andre utsatte grupper uten samtykkekompetanse, må også behandles forsiktig da disse gruppene ikke nødvendigvis forstår de fulle implikasjonene ved å legge ut innhold på nettet (Morgan, 2022).

Prosessen starter med å finne dokumentene. For å finne dokumentene har Flick (2014) utarbeidet et knippe seleksjonskriterier som kan bistå i prosessen.

1. Autensitet

2. Kredibilitet

3. Hvor representativt er innholdet

4. Mening

Flicks (2014) første faktor omhandler hvorvidt dokumentet kan sies å være autentisk. Er dokumentet genuint og inneholder det utvilsomme bevis? Har det et ubestridt opphav? Dette er noen av spørsmålene man burde stille seg selv. Deretter burde man vurdere i hvilken grad datamaterialet er feilfritt og "ubesudlet". Hvor representativt det er, dreier seg ifølge Flick (2014) om materialet er typisk for sitt slag. Hvis ikke, i hvor stor grad avviker det fra det normative? Mening er det siste punktet som pekes på av Flick (2014) som er i hvor stor grad bevisene eller datamaterialet er tydelig, klart og forståelig?

Relevans i denne studien: I denne studien vil dokumenter som analyseres og eventuelt presenteres bestå av blant annet, avisartikler, prinsippprogrammer, tidsskrifter, leserinnlegg og profiler i sosiale medier. Aktuelle søkemotorer som benyttes er blant annet «Retriever» fra Atekst som gir anledning til å søke i et stort antall artikler ved å benytte forskjellige filtre. Filtrene var ikke predeterminerte, men basert på en intuitiv form for tilnærming til seleksjonsprosessen. Fellesnevneren ved søk, var at partiets navn figurerte i varierende kapasitet i søketeksten. Det er også tidsperioder som er av større interesse for oppgaven longitudinelt og som dermed ble benyttet for en oversiktlig komparativ framstilling.

5.3 Semi-strukturerte intervjuer

Semi-strukturerte intervjuer er strukturert rundt en intervjuguide som gir en skjematisk presentasjon av spørsmål og emner som ønsker belyst av forskeren. For å oppnå høyest nytteverdi av intervjutiden bør man som forsker bestrebe seg å formulere en intervjuguide som alltid fokuserer intervjuet i den retningen som er studiens hovedformål (Jamshed, 2014).

Ifølge Adams (2015) er det mange forskjellige måter å strukturere et intervju. Dette fluktuierer fra strengt begrensede strukturerte undersøkelser, også kjent som surveys, til åpne fokusgrupper med en elastisk agenda som muliggjør dybde, volum og nyanser.

Semi-strukturerte intervjuer faller et sted mellom disse to stolene. Som regel foretatt med et enkelt intervju objekt om gangen, nyttiggjør metoden seg av både lukkede og åpne spørsmål, som også gjerne følges opp med *hvorfor* og *hvordan* spørsmål (Adams, 2015).

Det kan være et mangfold av fordeler og ulemper ved å benytte seg av denne måten å samle inn data. Adams (2015) peker på at noen av ulempene med et semi-strukturert intervju, er at det er tidkrevende, krever hardt arbeid, samt er avhengig av en grad av sofistikasjon for intervjuerens del. Prosessen med å forberede intervjuer, avtale intervjuer og analysere dem i etterkant, er ikke så fort gjort som en gjerne kunne antatt.

De er heller ikke statistisk generaliserbare, da slike intervjuer som regel ikke tar for seg et stort nok utvalg. Fordeler Adams (2015) påpeker, er at denne intervjumetoden er særs fruktbar dersom man ønsker å stille penetrerende, åpne spørsmål og følgelig ønsker å virkelig få nyss i hva informanten tenker om et gitt tema. Semi-Strukturerte intervjuer gir dermed tilgang til dybde, og for å oppnå den maksimale nytteverdien ilt intervjutiden peker Jamshed (2014) på at man lar intervjuguiden styre en systematisk og forståelig sammenligning av informantens svar. Spørsmålene i denne guiden består av kjernes spørsmålene samt andre spørsmål som kan assosieres tilbake til kjernes spørsmålet. Som regel benyttes lydopptaker, men dersom dette ikke aksepteres av informanten kan man måtte ty til håndskrevne notater noe som potensielt vil kunne devaluere kvaliteten på dataene noe, da det er lett for intervjueren å gå glipp av sentrale poeng på denne måten (Jamshed, 2014).

Relevans for denne studien:

Totalt fem personer ble intervjuet i perioden slutten av november til medio desember 2022. Intervjuguiden tok utgangspunkt i forskningsspørsmålene og ble strukturert rundt dette. Av intervjuobjekter som var interessante, var dette personer som på en eller annen måte kunne bidra med substansielt materiale til forskningsspørsmålet. Hvor sentrale disse skikkelsene er eller hadde vært, var også en vesentlig del av seleksjonen - men eksterne kommentatorer som Takvam og Snorheim var viktig for å ikke la «bukken passe havresekken». Deltakerne samtykket til å la seg intervjuer, og at deres fulle navn ble brukt i teksten. Det kan i den forbindelse tenkes å ha innvirkning på kvaliteten på datamaterialet. Det kan tenkes at det i et partiapparat er strenge retningslinjer for hva som anses som en korrekt og ukorrekt linje å legge seg på i samtale med eksterne. Vi velger å publisere denne studien med navngitte informanter, fordi vi mener at det hever kredibiliteten til studien. Det kan kanskje tenkes at dersom informantene hadde forblitt anonyme ville dette ført til mer «usminkede» svar og kanskje en enda bedre titt bak fasaden.

Det ble erfart i løpet av intervjuene, at i møte med spørsmål som kunne virke kritiske overfor prosjektet informantene er assosiert med, så var det påfallende lett å falle tilbake på talepunkter. Dette gjelder etter alt å dømme de fleste som er med på slike prosjekter uansett hvilken bakgrunn man måtte ha. Man har et politisk ettermåle å beskytte, man er kanskje ikke helt sikker på hva som er intensjonene til studien, og man frykter forståelig nok sanksjoner mot prosjektet sitt, seg selv, eller den organisasjonen man virker på vegne av. Alle disse faktorene fungerer som «munnskurver» i så måte, og er hele tiden inne og legger begrensninger på hva som sies og motsatt. I lys av dette er det dermed vår oppgave å forstå utspillene som en del av den konteksten de ytres i. Idealet i vitenskapelig etterrettelighet er objektivitet. Dette forsøker vi å imøtekomme så langt det menneskelig er mulig i denne studien. Utspillene tolkes ikke agitatorisk, det vil si, de tolkes ikke for å dyrke et tabloid motsetningsforhold mellom det ene eller det andre. Meningsforskjeller forekommer selvfølgelig i teksten, det er også naturlig når svært ulike informanter er selektert, men der disse pekes på, så er det utelukkende for å illustrere spennvidden og meningsmangfoldet som eksisterer rundt et såpass stort fenomen som et politisk parti. Informasjonen man innhenter belager seg også på hvor rutinert forskeren er. Men det er også relevant hvilke spørsmål vi stilte, hvordan vi stilte dem, på hvilken plattform intervjuet ble foretatt, hvilken dag vi som intervjuer hadde og motsatt, samt den personlige kjemien som oppstår eller ikke oppstår under fire øyne. Tre av intervjuene ble foretatt over Microsoft Teams. Å foreta intervjuene over et slikt medium kan dessverre føre til en unaturlig distanse mellom personene som sitter overfor hverandre. Det ble erfart at lyden plutselig kunne forsvinne slik at man dermed gikk glipp av et viktig poeng – noe som ikke ville vært et problem dersom man hadde møtt informanten fysisk.

Ved gjennomgang av opptakene ble vi også oppmerksom på at vi på en mulig urutinert måte kunne la oss begeistre ved en viss vending i samtalen, slik at informanten ble avbrutt på et ugunstig tidspunkt i en tankerekke, slik at denne rekken aldri ble fullført. Kun to av intervjuene foregikk fysisk, dette var intervjuene med Pål Steigan og Torstein Dahle. Førstnevnte ble intervjuet på en større kommersiell serveringsvirksomhet i Oslo sentrum. Dette lokalet var preget av støy fra både musikk og medgjester, noe som verken optimaliserte lyden på opptaket som ble gjort i denne sammenhengen, og heller ikke gjør intervjuer eller informant noen tjenester når det kommer til fokus på dagsorden.

Informanter

Informant 1, Håkon Snorheim: Intervjues i kapasitet av å være ansatt som konsulent i kommunikasjonsbyrået Geelmuyden Kieese. Geelmuyden Kieese (GK) er ifølge sine hjemmesider et samfunnsbyrå som sammenfatter kunnskap om marked, politikk, kultur og næringsliv (Geelmuyden Kieese, 2022).

Informant 2, Iver Aastebøl: Intervjues i kapasitet av å være Sosiale medier- og kampanjeansvarlig i partiet Rødt. Aastebøl har jobbet med sosiale medier, nettsider, partiavisen Rødt Nytt samt eksterne kampanjer (Rødt, 2022). Han var også leder i Rød Ungdom i perioden 2010-2012 og markerte seg blant annet i debatten i kjølvannet av 22.juli (DN, 2011). Iver Aastebøl har altså vært sentral i det kommunikative arbeidet til partiet, i store deler av perioden vi fokuserer på i denne oppgaven.

Informant 3, Magnus Takvam: Intervjues i kapasitet av å ha vært en betydelig skikkelse i det politiske kommentariatet til NRK i en årrekke. Ifølge Dagbladet (2022) uttalte redaksjonssjef Kyrre Nakkim dette ved Takvams avgang fra NRK.

Det er ikke en sak av betydning de siste 20 til 25 årene han ikke har kommentert. Han har klart å gjøre på en måte som gjør at folk har tillit til ham. Ikke bare «vanlige» TV-seere, men også politikere og andre samfunnsinteresserte mennesker stopper opp og lytter når Takvam kommenterer. Det er kunnskapsbasert, faktabasert og aldri «løse meninger». Det er analyser basert på innsikt (Nakkim, 2022).

Siden har Takvam vært aktiv i Alltinget og vært aktuell med bokutgivelse.

Informant 4, Torstein Dahle: Intervjues i kapasitet av å ha vært politiker fra RV og Rødt. Dahle var med i AKP (ml) fra starten i 1973 til 1997. Fra 2001 var han også høyskolelektor ved Høgskolen i Bergen. Deretter har han vært medlem av Bergen bystyre siden 1987 og partileder i RV fra 2003-2007. I etterkant av dette ledet Dahle det ny oppstartede Rødt fra 2007-2010 (SNL, 2020). Har i tillegg vært aktiv og engasjert i etterkant av dette og har publisert en rekke innlegg i aviser samt innehatt diverse verv.

Informant 5, Pål Steigan: Intervjues i kapasitet av å ha vært tidligere politiker fra AKP (ml). Var blant stifterne og hovedskikkelsene i dette partiet, og var blant annet partileder i AKP (ml) fra 1975 til 1984 og leder for RV fra 1975-79 (SNL, 2020). I tillegg til dette, var han også redaktør for tidsskriftet Røde Fane fra 1970-73. Steigan har videre vært forlagsredaktør og redaktør av leksikonet Caplex (SNL, 2020). Han har også virket som selvstendig konsulent

og styreleder i en underholdnings og serververingsvirksomhet i Oslo. Han driver også Steigan.no som er et nettsted som betegnes som kontroversielt av mange. Pål Steigan startet også avisen Klassekampen sammen med Tron Øgrim i 1968.

5.4 Seleksjon

Selv om det aldri var snakk om å bevisst velge bort noen, er det i ettertid blitt tydelig for oss at dagens partielite stort sett forble ukontaktet. Iver Aastebøl er nok det nærmeste man kommer denne definisjonen, men han er en såpass vesentlig del av partiets kommunikasjonsarbeid som igjen utgjør en ikke-ubetydelig bestanddel av vårt teoretiske utgangspunkt at det å ikke i det minste forsøke å kontakte han ville vært unaturlig. Fallgruvene slik vi ser det, er at å oppdage uforutsette nyanser i samtale med garvede politikere, ville vært en utfordring vi er usikre på om vi kunne lyktes med. Kanskje vi tar feil mål av oss selv, og det er heller ikke et uttrykk for politikerforakt – men bærende politikere med retorisk pondus som hegner om narrativet til prosjektet de aktivt er en del av, antok vi (mulig feilaktig) at var en krevende hinne å trenge igjennom.

5.5 Potensielle bias

Paul Galdas (2017) fremlegger at en grunnleggende forståelse for forskningsmessige biaser er utslagsgivende for å bestemme nytteverdien av kvalitativ forskning. Galdas (2017) mener dette spesielt gjelder kvalitativ forskning dedikert til å instruere handling i helsesektoren. Bias defineres videre som enhver innflytelse på studien som kan gi seg til utslag i dens resultater (Galdas, 2017). Ofte forbindes dette med at data har eller vil bli, innsamlet og analysert på en måte som sammenfaller for tett med forskerens egne personlige agenda. Dette kan gjerne foregå i forbindelse med et intervju der intervjueren aktivt leter etter svar hos informantene sine som bekrefter allerede forutinntatte standpunkt (Galdas, 2017). Det pekes også på at spesielt kvalitative studier er sårbare for dette fordi de angivelig mangler sin kvantitative "motparts" stringente forhold til prosessen og dermed står i fare for å bli velformulert retorikk som dog tilkommer med gode intensjoner, men som likefremt er et resultat av forskerens bias (Galdas, 2017).

Likevel mener Galdas (2017) at slike innvendinger ikke nødvendigvis holder mål fordi det er en integrert del av kvalitativ forskning at nettopp forskeren er en del av både prosessen og resultatet. Noe annet ville etter hans mening ikke vært hverken mulig eller ønskelig. Et viktig fokus for å nettopp vaksinere seg mot slike biaser er å gjennomføre prosjektet på en selvreflekterende måte der forskeren hele tiden tar seg selv og prosjektet sitt ettertrykkelig i

øyesyn. Dermed er den mest gangbare mynten ifølge Galdas (2017) kritisk selvrefleksjon rundt egne forutinntattheter, medmenneskelige dynamikker og analytisk fokus angående hvordan datamaterialet samles, analyseres og følgelig presenteres.

5.5.1 Bias hos undertegnede

Å tilkomme et prosjekt fritatt fra forutinntatte antagelser vurderer vi til å være nærmest umulig. Før vi så for oss partiet Rødt som siktepunkt hadde vi eksempelvis en lang rekke personlige formeninger om hva partiet var. Noen relativt godt fundamenterte, andre ikke likefullt. Idealet om forskningsmessig objektivitet som for øvrig er nevnt tidligere i teksten er av undertegnede fulgt så langt det har latt seg gjøre. I møte med informantene som omtrentlig samtlige er profilerte skikkelser i den offentlige sfære, var det utfordrende å forholde seg helt objektivt, nettopp fordi dette er mennesker som har okkupert meningsbrytningen og som har gjort dette til sitt levebrød - som i sin tur gjør objektivitet utfordrende da det er vanskelig å ikke danne seg en mening om disse. Det var likevel nødvendig for oppgaven å møte dem alle med åpenhet, vennlighet, respekt og nysgjerrighet - slik at det ble skapt en romslighet for informantene å uttrykke seg i. Informantene fikk uttrykke seg fritt og lenge uten særlige begrensninger, og så langt det lot seg gjøre, prøvde vi å ikke formulere vinklingen på en normativ måte slik at det faktisk var mulig å "pløye ny mark" og oppdage uforutsette nyanseskjeller. Noe vi opplever at vi i stor grad lyktes med

5.5.2 (Potensiell) bias hos informanter

Dette segmentet tilhører antagelig en spekulativ anskuelse som ikke er ment å tilskrive informantene holdninger eller biaser som de ikke selv har bekreftet/avkreftet. Dette er skrevet utelukkende fra undertegnedes ståsted og er et vitnesbyrd og en øvelse i refleksjon, ikke et symptom på uheldig omgang med informantene som samtlige var rause og imøtekommende ovenfor prosjektet og undertegnede som person.

Det er ikke utenkelig at en invitasjon til et prosjekt som dette vekker forutinntatte antagelser i informantenes bevissthet og ubevissthet. Rødt er et parti som befinner seg i det som kan betegnes som ytterkantene av det ideologiske tankefelleskapet, det er dermed tenkelig at det hos informantene fantes en mistanke om at siktepunktet ikke nødvendigvis var helt objektivt. Denne bevisstheten tok vi også med oss, og gikk så langt vi kunne ved invitasjon til prosjektet å avkrefte at det hadde en agenda. En verdi er gradsavleggelse, men en kanskje viktigere faktor var den vitebegjærligheten som burde prege enhver student som gir seg i kast med et prosjekt av denne størrelsen. Dette opplevde vi også at informantene godtok. Denne tilliten er ikke en gitt størrelse, men en intuitiv samforståelse som ikke nødvendigvis gjør seg målbar i

kvantitative tellekanter. Samforståelsen om prosjektets egentlige intensjon er ikke en retorisk floskel fra vår side, den var meget viktig for tilliten og legitimiteten til prosjektet.

Å gå direkte inn på hva som eventuelt ville eller kunne vært potensielle biaser hos informantene mener vi ikke er nødvendig å vekte nevneverdig. Det kan være relatert til egenskaper ved undertegnede som både er utenfor og innenfor kontroll. Det samme kan gjengjeldes fra undertegnedes side som mulig ubevisst behandler mennesker ulikt basert på målbare og ikke målbare egenskaper rundt situasjonen og menneskene en sitter ovenfor.

5.6 Etikk og rolle som forsker

Etiske overveielser er noe som er til stede i alle typer forskning. Etikk omhandler å gjøre godt og unngå harme (Orb et al. 2001). For å unngå nettopp denne harmen er det derfor meget viktig å nyttiggjøre seg av den etiske verktøykassen. Beskyttelsen av menneskelige studieobjekter eller deltakere er ifølge Orb et al. 2001 imperativt. De mest pregnante og tydelige overveielsene hva angår etikk i forskning, er i stor grad rettet mot forskning innenfor helse. Men det er dermed ikke sagt at prinsippene som er utviklet gjennom prøving og feiling primært med ekstra sårbare objekter, ikke er overførbare til andre typer studier (Orb et al. 2001).

Videre fremholder Orb et al. (2001) at etiske prinsipper som autonomi, velgjørelse og rettferdighet er veiledende grunnpilarer når etikk diskuteres i kvalitativ forskningssammenheng. Autonomi handler om deltakernes rett til å bli informert om studien, samt retten til å avgjøre hvorvidt man ønsker å delta. Velgjørelse handler om som nevnt ovenfor, å handle med gode intensjoner for å unngå harme. Rettferdighet omhandler å være real og å unngå å utnytte deltakerne i studien.

Informert samtykke, beskytte identitet og å anerkjenne bidragene til minoriteter og andre utsatte grupper, er viktige bærebjelker som følgelig kan bistå forskeren med å nyttiggjøre seg av disse prinsippene (Orb et al. 2001).

Selv om deltakerne i vår studie ikke er å regne for å tilhøre en særskilt utsatt gruppe, forvalter vi likevel en tillit som er av stor betydning. Vi innhentet informert samtykke som har gitt eksplisitt mulighetsrom til å trekke seg når som helst, men beskyttet ikke identiteten som vi har gått inn på tidligere i metodekapittelet. Deretter er det vår oppgave å prøve å forstå utsagn fra informanter på «best» mulig måte. Det er vurdert som viktig å ikke verken elevare eller

degradere utsagn. Gjengivelsen av utsagnene skal derfor gi et mest mulig representativt og ærlig bilde på hva som var intensjonen til informanten i øyeblikket.

5.7 Validitet og reliabilitet

Begrepene "reliabilitet" og "validitet" er etterprøvbare bestrebelser som har sitt utspring i det positivistiske og kvantifiserbare forskningsparadigmet.

Der forskere som nyttiggjør seg av logisk positivisme eller kvantitativ metode bruker eksperimentelle metoder eller statistikk for å teste hypotetiske generaliseringer - tilhører det konstruktivistiske og kvalitative den fortolkende enden av spekteret (Golafshani, 2003).

Reliabilitet kan best forstås som til hvilken grad resultatene er stabile over tid, og følgelig nøyaktige representasjoner av eksempelvis den fulle befolkningen, samt at resultatene er reproduserbare ved bruk av samme metodologi. Hvis de to foregående stemmer, kan forskningsinstrumentet sies å være pålitelig (Golafshani, 2003).

Følgelig beskriver validiteten hvorvidt forskningen måler det den var intendert til å måle. Altså hvor nærme kom forskeren "blinken" forskningsmessig (Golafshani, 2003). I et kvalitativt henseende, brukes en konstruktivistisk framgangsmåte som søker forståelse gjennom kontekst-spesifikke situasjoner. Forskeren forsøker ikke her å generalisere, predikere eller etablere kausale kjeder, men å belyse, forstå og hvis mulig, ekstrapolere til lignende situasjoner (Golafshani, 2003). I en kvalitativ sammenheng anses reliabilitet eller pålitelighet som en måte å teste hvorvidt kvaliteten er tilfredsstillende på studien. En tilfredsstillende kvalitativ studie nyttiggjør seg dermed gjennom å oppnå forståelse av en situasjon som ellers ville vært gåtefull og forvirrende (Golafshani, 2003). Selv om det er motstridende oppfatninger om hvorvidt disse begrepene hører hjemme i det kvalitative paradigmet, forstår Golafshani (2003) det best som at hvis en kvalitativ studie tilfredsstillende stiller kravene disse begrepene stiller, så er det en studie som har vært gjennomført på en tillitsverdig, stringent og kvalitetspreget måte.

Vår studie tilkommer denne paradigmediskusjonen fra noe som kanskje sokner nærmest til en sosialkonstruktivistisk forståelse av sannhetssøken. Våre funn er etter alt å dømme ikke mulige å replisere, da for mye av resultatene bunner i vår subjektive fortolkning av verden som omgir oss. Vi er heller ikke av den oppfatning at det hadde vært mulig å søke den forståelsen vi har søkt ved bruk av andre paradigmer, da hadde vi avdekket noe annet.

Konklusjonene som etter hvert kommer, vil ikke sette to streker under svaret – men vil forhåpentligvis bidra til å sette «fart» på vitebegjærligheten rundt partiet Rødt.

Kvaliteten på data og hvorvidt disse er til å stole på, er etterfulgt så langt det har latt seg gjøre. Men stabiliteten og nøyaktigheten er ikke tilfredsstillende positivistisk sett. Derfor kodes og skjematiseres dataene samt forholder seg til Golafshanis (2003) kriterier som tillitsverdighet, stringens og kvalitet.

6.0 Partiets start

6.1 2007

«Erkjennelsen av at vi ikke får gjort det vi vil før vi søker makt, har nådd oss» (Byrkjeflot, 2007). Ordene ble ytret av daværende LO-leder i Trondheim og sentral skikkelse i dannelsen av partiet Rødt, Arne Byrkjeflot (2007). Håpet den 11. mars 2007 var ifølge Byrkjeflot (2007) at det endelig skulle oppstå et parti som kunne presse SV og regjeringen mot venstre. Selv om den politiske historien på ytterste venstre fløy ikke hadde vært preget av harmoni og politisk samling på 70 og 80-tallet, hadde flere års arbeid i fagbevegelsen og kommunepolitikken overbevist Byrkjeflot (2007) om at kreftene måtte samles. På spørsmålet om intern dissens ikke ville velte den nylige sammenslåingen, sa Byrkjeflot (2007) at han ikke var nevneverdig bekymret over dette. Radikale krefter hadde etter hans mening innsett viktigheten av å søke makt og innflytelse for å få utrettet noe. Den ideologiske prinsippfastheten som gjorde at de politiske prosjektene på ytterste venstreside ikke tok av, var ifølge Byrkjeflot (2007) byttet ut med en pragmatisk resultatorientering.

Daværende leder i Rød Ungdom (nå stortingsrepresentant for Rogaland) Mimir Kristjansson sa dette til VG i forkant av sammenslåingen *"Det må ikke bli et parti som er like lukket som AKP og like slapt som RV kan være"* (Kristjansson, 2006).

I et innlegg datert 13.april 2007 ført i pennen av mangeårige men frafalne Rødt tilhenger Arild Rønsen, vitnet om en ikke overveldende entusiasme på vegne av det nye politiske prosjektet. Rønsen (2007) skrev at mange har ment, og fortsatt mener at RV (Rødt) har mange fine standpunkt, men når simpelthen ikke fram så lenge den gjengse velger oppfatter det å stemme på partiet som ensbetydende med å *"melde seg inn i menigheta"*. Han viser til Landsstyremedlems Kenneth Fuglemsmos kronikk av 2.april 2007. Her mener Rønsen (2007) at Fuglemsmo avleverer de samme strofene som har gjort at RV etter hans mening har forblitt

en parentes i norsk politikk. Fuglemsmo uttaler blant annet at: « *I mine øyne er ikke statsministeren og finansministeren en del av alliansen mot nyliberalismen. Tvert imot er de to av de fremste nyliberalistene i Norge*» Videre: «*Er Frp en strategisk viktigere motstander for revolusjonære enn AP-ledelsen? Jeg tror ikke det*» (Fuglemsmo, 2007). I kjølvannet av å ha lest denne passasjen, uttrykker Rønsen (2007) i Klassekampen bekymring, på vegne av et ideologisk etterslep som han mente var antikvarisk og ikke forenelig med et modernisert revolusjonært parti.

Rønsen (2007) peker videre på det han opplever som faren for at potensielle velgere går til urnene med hodet fullt av fuglemsmos tanker. "*Jeg anbefaler deg å stemme på oss, men om du ikke gjør det, så for all del - ikke stem på Jens! Han er nemlig enda farligere enn Siv Jensen!*» (Rønsen, 2007).

Rønsen avslutter følgelig kronikken med det som bare kan betegnes som et dødskyss ovenfor det nye prosjektet:

Lykke til, sier jeg. Men talsmenn som Fuglemsmo er faktisk den beste garantien for at frafalne, som meg, aldri vil tenke tanken å vende tilbake i folden. Livet er for kort til å styre mot det garanterte nederlag også de neste hundre åra (Rønsen, 2007).

Likevel var partiet fornøyd med kommunestyrevalget da Rødts landsstyre gikk ut med en optimistisk uttalelse den 25. september 2007.

Valget har gitt et veldig godt utgangspunkt for å bygge det nye partiet vårt - Rødt. Daglig blir vi minnet om hvor store utfordringer partiet står overfor. Siste uke var mediene fulle av dramatiske klimameldinger, bl.a. om rask nedsmelting av isen i Arktis. Det haster med å bygge opp partiet til mye større slagkraft enn i dag. Videre; Ved dette valget fikk RV de største stemmetall som noensinne er registrert i kommunevalg (41 290, dvs. + 28%) og fylkestingsvalg (42 807, dvs. + 44%). Vi har dermed tatt tilbake hele den nedgangen vi opplevde fra 1999 og utover (Rødt, 2007).

Det ble av landsstyret fokusert på at Rødt hadde tatt viktige steg siden samlingen, og at dette dermed var et godt utgangspunkt for å utvikle partiet videre. Blant annet gikk RV (Rødt) fra én til fire representanter i Kommunevalget i Tromsø og oppnådde 7,9 prosent av stemmene. Det at Knut Henning Thygesen vant det partiet karakteriserer som en overlegen seier i ordførervalget i Risør, ble også trukket frem som en stor milepæl (Rødt, 2007).

Videre i uttalelsen pekte partiet på at partiorganisasjonen hadde vært under omlegging det siste halvåret. Dette påvirket ifølge dem evnen til å organisere valgkampen. Med det som bakteppe, var det ifølge partiet særlig tilfredsstillende at Rødt startet sin oppbygging med et valg som tok igjen en nedgang partiet gjennomgikk i valget i 1999 (Rødt, 2007). Rødt mente seg i denne uttalelsen "skvist" i de tunge mediene både nasjonalt og lokalt, men utspill på tampen av valgkampen, basert på langsiktig og godt planlagt innsats var ifølge partiet essensielt for å holde dem relevante og synlige i valgkampens avsluttende faser (Rødt, 2007).

«SV drukner i skyggen av Ap, mens noe er i ferd med å skje med partiet vårt. Det ser ut som tendensen er at vi suger til oss folk på venstresiden, sier Dahle, som allerede har begynt å tenke på 2009» (Dahle, 2007). Disse ordene uttalte daværende RV (Rødt) leder Thorstein Dahle da de første prognosene begynte å tikke inn i forkant av kommunevalget i 2007.

6.2 Strategien i 2007

Strategisk hovedmålsetning: Nå ut til større deler av arbeiderne i offentlig sektor.

Sekundær målsetning: Holde på de internasjonalt orienterte, antirasistiske og kvinne- og miljøbevisste velgerne som i dag utgjør RVs kjerne.

Valgkampen skal bygges rundt **fire politiske stolper**, med følgende slagord (og overskrifter)

1. Vi har RÅD til velferd	Fokus på behovet for økte, skattefinansierte rammer til offentlig sektor, og slutt på nedlegging og kutt i velferd.
2. Vi har TID til omsorg	Fokus på slitasje i omsorgsykker, nei til privatisering og økonomisk lønnsomhetsstyring.
3. Vi har ROM for mangfold	Fokus på mer liberal flyktninge- og asylpolitikk, integrering lokalt, og homofile og lesbiske sine rettigheter.
4. Vi har MOT til å gå egne veier	Fokus på RVs internasjonale solidaritet: Mot krig, for solidaritet med Palestina, mot USA-servilitet, for ny klimapolitikk, mot EU osv.

(Sakspapir til stiftelseslandsmøtet for «det nye partiet» (DNP), 2007)

Som det fremkom av dette strategidokumentet i forkant av valget 2007, var det tydelig at første prioritet var klasse og deretter identitet.

Strategien i dette sakspapiret var bestående av konsekvente punkter organisasjonen måtte følge i arbeidet frem mot valgkampen.

Innholdet på valgkampkonferansen besto av;

1. Fylkessamlinger
2. Skolering på hovedstolpene
3. Skriveverksted - Leserinnlegg
4. Medietrening - Hvordan komme på, hvordan håndtere media
5. Kommunestyrearbeid med kvinnebriller
6. Innføring i budsjettarbeidet
7. Få dratt med de som ikke har vært aktive i RV-Valgkamper før, men som nå er med i DNP. Kursing i hva man foretar seg når man skal gå mot kutt i velferdsgodene
8. Kurs for de som ikke er så giret på det parlamentariske arbeidet: Opprette solidaritetsgrupper, Palestina, Venezuela eller lignende (Sakspapir/Rødt, 2007).

Videre forfektet sakspapiret at de viktigste folk skulle ha med seg fra valgkampkonferansen var:

- a) Medieplan- utspill og leserinnlegg
- b) Plan for valgkamplanseringen lokalt
- c) Plan for å bruke valgkampen til å bygge partiet
- d) Plan for å drive budsjettarbeid i og utenfor kommunestyret (Sakspapir/Rødt, 2007)

6.3 Hvilket parti skulle de være?

Hvilket parti framtidige Rødt skulle bli var det muligens litt uenighet om. Arnljot Ask skriver på akp.no (2006) at AKP ønsket at diskusjonen rundt sammenslåingen skulle føre til å utvikle et sterkere revolusjonært kommunistparti og en sterkere revolusjonær venstreside i Norge. Alt dette som et ledd i den nødvendige kritikken av kapitalismen. Stikkordene i denne kursen var sosial dumping, angrep på fagforeningsrettigheter, arbeidsmiljø og trygdesystem (Ask, 2006). Norges "servilitet" ovenfor USA måtte opphøre og Norge burde også trekke seg ut av alle krigsoperasjoner som ble betegnet som imperialistiske. Dette ville føre til at Norge ville kunne legge seg på en tryggere og mer selvstendig utenrikspolitisk linje (Ask, 2006). Kapitalismen betydde krig, miljødeleggelser og sosial utrygghet for flertallet av menneskene (Ask, 2006).

At det i partiet var kompromisser som skulle inngås i denne perioden virker utvilsomt. AKP har virket å inneha en særlig fastsatt ideologisk prinsippfasthet, som ikke alltid har gitt

gjenklang i den mer revisjonistiske (tidligere) RV fraksjonen. I en artikkel av 10.april 2008 kunne Bergens Tidende melde at både Marthe Mjøs Pedersen og Stine Akre hadde meldt seg ut av det nystiftede partiet. Begge var bystyremedlemmer på denne tiden, førstnevnte er i dag statsråd i Jonas Gahr Støres regjering for AP (Stortinget, 2022). BT (2008) skrev videre at bakgrunnen for utmeldingen var en såkalt AKP-fisering av Rødt, det var etter deres oppfatning at AKP hadde fått en stadig sterkere innflytelse i det nye partiet som hadde ført det i en dogmatisk retning (BT, 2008). Daværende leder Thorstein Dahle kommenterte at det var beklagelig at personlige motsetninger hadde toppet seg på politiske motsetninger. Han forklarte dissensen med at han hadde brukt for mye tid sentralt og ikke nok lokalt, men fremholdt at uenighet var en vesentlig ingrediens i et levende parti. Dahle (2008) som leder, var dog ikke enig i at dette var utelukkende et symptom på gamle konfliktlinjer. *"Når ulike miljøer blir ført sammen kan det oppstå kulturkollisjoner. Men det er ikke dekkende å si at motsetningene går mellom gamle AKP-ere og de andre"* (Dahle, 2008).

7.0 2009

Stortingsvalget i 2009 endte med det som klassekampen (2009) betegnet som dårlige resultater. 1,3 prosent på landsbasis og tusen stemmer unna stortingsmandat fra Oslo. I et innlegg i klassekampen av onsdag 23.september 2009, skisserte daværende valgkampsekretær og medlem av arbeidsutvalget Mimir Kristjansson, og daværende leder for litteraturhuset i Oslo Aslak Sira Myhre, en strategi for et smidigere Rødt. Et parti som skulle prioritere å arbeide for å fremme saker på nasjonalt nivå (Klassekampen, 2009).

Myhre og Kristjansson (2009) skrev at siden 2001 hadde partiet stått på stedet hvil. Når Rødt ikke klarte å vokse nevneverdig i en periode der folk etterspurte en opposisjon til venstre for regjeringen var noe åpenbart galt.

"Det er begrenset hvor mange ganger vi klarer å dra oss selv etter håret fram mot valgdagen, bare for å oppleve at mandatet glipper før midnatt" (Myhre & Kristjansson, 2009).

Det er tydelig at partiet i denne perioden var frustrert og denne artikkelen sto i både selvransakelsen og strategiens tegn.

Noen har hevdet at Rødt er i ferd med å bli det nye NKP. Det er ikke sant, men det er heller ingenting som hindrer Rødt fra å ende som et generasjonsfenomen som dør ut sammen med '68- generasjonen. Skal Rødt fornyes, må det vokse. Det er klart at nisjen for revolusjonære partier i velferdsstater som Norge ikke er stor. Men hvis partiet ikke

har en seriøs målsetting om å komme over sperregrensa, blir det vanskelig å legitimere partiet i stortingsvalg over tid (Myhre & Kristjansson, 2009).

Ifølge dem var det viktig at Rødt tok mål av seg selv til å oppnå resultater for å bli en politisk kraft. Dersom Rødt bare skulle være en "vaktbikkje" som "avslørte" de andre partiene hadde ikke partiet et levedyktig grunnlag i framtidige valg (Myhre & Kristjansson, 2009).

De fortsatte med å hevde at på daværende tidspunkt, var første gang det faktisk var mulig å få gjennomslag for radikale reformer som ikke nødvendigvis var godkjent av AP eller Høyre. Et klokt Rødt på tinget, i samspill med opinionen og allierte langt inn i regjeringen kunne tippet tidligere tapte kamper for venstresiden i deres favør (Myhre & Kristjansson, 2009). Et slikt parti ville vært mer enn en vaktbikkje, og kunne vunnet anerkjennelse blant vanlige folk som et parti som oppnår resultater (Myhre & Kristjansson, 2009). Å "*lete med lys og lykte etter fiender og motkrefter*" ville ikke gjøre Rødt slagkraftig. Motgiften var at Rødt måtte begynne å opptre usekterisk og utforme en strategisk nyorientering som tenkte nytt i forhold til både politikk og taktikk (Myhre & Kristjansson, 2009).

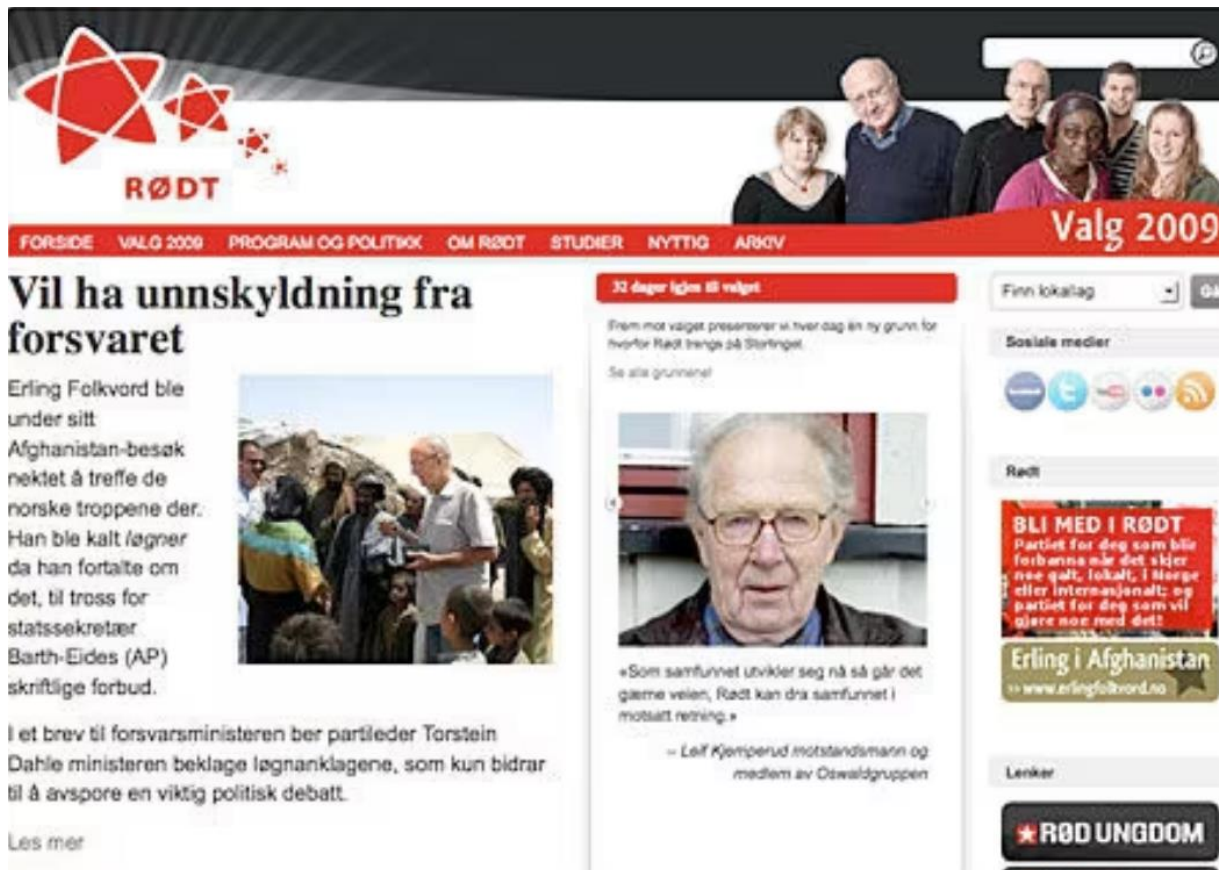
Det vi ser foregår her, er det Philbrick & Cleveland (2015) kaller "introspektiv evaluering" altså at aktøren (i deres tilfelle politikeren) (i vårt tilfelle hele partiet) utvikler en metabevisthet og forståelse rundt sin nåværende og ønskede posisjon i det ideologiske og politiske landskapet, og følgelig forsøker å utmeisle en strategi som mest effektivt fullbyrder denne ambisjonen.

Når Myhre & Kristjansson (2009) uttaler at: « *Det er grunn til å spørre om vi egentlig forstår tida vi lever i* » bidrar det til å understreke dette poenget.

7.1 Valgkampen dette året

Slik som Lilleker og Jackson (2010) nevner var det mange partier som forsøkte å emulere den suksessrike kampanjen til Obama. Ifølge en VG-artikkel i 2009 hadde et uavhengig analysefirma trillet terning på hvor bra nettsidene til de forskjellige partiene var. Riktignok var ikke dette en metodisk analyse, men heller en overfladisk beskuelse. Dog kan dette eksempelet bidra til å illustrere at Rødt på dette tidspunktet fremsto som sekterisk for uinnvidde. Kvalifiseringsparameterene i analysen var hvordan nettstedet fremsto for en usikker velger, forklarte Are Halland i NetLifeResearch (VG, 2009). Ifølge Halland (2009) var det AP som kom best ut av det med en profil som var svært lik kampanjen til Obama et snaut år tidligere.

Rødt derimot kom ifølge Halland (2009) verst ut av undersøkelsen. Nettsiden deres ble betegnet som å "preke til menigheten" videre: "Rødt.no appellerer på ingen måte til usikre velgere, men fungerer kanskje greit nok som blogg for dem som allerede er medlem" (Halland, 2009).



(Skjerm bilde Rødts Nettside. VG, 2009).

Rødts kampanje i perioden frem mot stortingsvalget i 2009, bar fortsatt i stor grad preg av å være et parti som sto i opposisjon og som fungerte som en «vaktbikkje» (Myhre & Kristjansson, 2009). Fanesaken denne høsten var spesielt innrettet mot den norske deltakelsen i krigen i Afghanistan. En krig Rødt mente Norge ikke burde ta del i.

Den profilerte Rødt politikeren Erling Folkvord gikk blant annet ut og kritiserte SVs krigsmotstand. Han trakk frem at han mente SV hadde gode landsstyrevedtak om Afghanistan og NATO, men at de hadde en helt annen politikk i regjering på Stortinget (VG, 2009). Folkvord som var førstekandidat for Rødt i Oslo i 2009, var på dette tidspunktet akkurat kommet hjem fra et to-ukers besøk til Afghanistan og la på denne tiden an til innpass på Stortinget ifølge meningsmålingene (VG, 2009).

Jeg har snakket med SV-representanter som ikke engang vil svare på hvordan de vil forholde seg til et forslag fra Rødt om å trekke norske styrker ut av Afghanistan og stryke det økonomiske bidraget til ISAF-styrken på én milliard kroner. Kanskje blir det enklere å snakke ut når Rødt åpner døren ved å gjøre det først (Folkvord, 2009).

Denne tydeligheten fikk Rødt ros for av Arild H. Gjerde i Harstad Tidende den 15. august 2009. Gjerde (2009) viste til SVs tilbakegang på 1 prosentpoeng og Rødts tilsvarende fremgang. Gjerde (2009) mente at dette hadde å gjøre med Rødts tydelighet og SVs manglende evne til å trekke "sosialistiske grensedragninger". Det pekes på utenriks- og sikkerhetspolitikk som omhandlet EU og NATO, USA og situasjonen i Midtøsten (spesielt Israel/Hamas/Hizbollah). Gjerde (2009) mente i denne rubrikken at SV utviste en feighet, mens Rødt uttalte seg mer direkte og åpent.

Til tross for en offensiv tydelighet på en rekke fanesaker, blir Rødt "hjemsoøkt" av vage formuleringer i prinsippprogrammet, og det blir av Johan-Ditlef Martens i Klassekampen av 2009, stilt spørsmål rundt hvorvidt luftige visjoner er forankret i realiteten. Martens (2009) peker på at Rødt i denne perioden sto som det eneste reelle opposisjonspartiet på venstresiden, etter at Kristin Halvorsen (SV) hadde gått ut og oppfordret til økt forbruk for å redde kapitalismen ut av krisen den befant seg i etter finanskrisen. Martens (2009) tar en gjennomgang av både handlings og prinsippprogrammet, der førstnevnte primært tar for seg enkeltområder og sistnevnte drøfter sosialismen.

«Et prinsippprogram skal riktignok peke på de overordnede målene, men gjentakelser av gamle besvergelses fra AKP og RV sine tidligere prinsippprogram er ikke oppløftende lesning» (Martens, 2009).

Han fortsetter med å etterlyse en tydelighet hos Rødt i hvordan de vil fremlegge hva de legger i sosialisme, og hvilke konkrete forslag eller krav som ville kunne blitt stilt på Stortingets talerstol dersom partiet skulle havne der (Martens, 2009). Han siterer pkt 6.2 *«Det arbeidende folket tar over statsmakta og de sentrale kapitalistiske virksomhetene og starter produksjon etter behov»* (Martens, 2009).

Slik Martens (2009) fremstiller det, etterlyser han en tydelighet og en evne til å fremsette tydelige alternativer. Når Rødt i denne perioden skriver at *"folket ikke bare kan ta makten ved å overta det gamle statsapparatet slik det er, men må bygge sin egen demokratiske statsmakt"*, stiller Martens (2009) spørsmål rundt hva som faktisk skal avskaffes. Er det Storting, fylkesting, kommunestyre, departementer, rettsapparatet med høyesterett eller dagens modell

med tredeling av makten som er grunnleggende feil? Hvilke alternative løsninger ser partiet for seg, spør Martens (2009).

Rødt ville benytte folkevalgte kanaler for å jobbe frem reform. Men når en ikke kan "*true kapitalismen eller innføre et nytt samfunnssystem bare gjennom valg eller vedtak*" skal man likevel benytte seg av disse organene, selv om de ikke er konstruert for å støtte en større samfunnsmessig omveltning og man heller ikke anser disse som legitime? (Martens, 2009). Martens (2009) mente åpenbart at Rødt var i en posisjon der de kunne styrke sosialismediskusjonen i Norge, men et premiss var at alle i Rødt trakk i samme retning og fremla konsise løsninger på problemene de pekte på. Dette er også i tråd med det Myhre og Kristjansson (2009) pekte på i segmentet ovenfor.

Selv om vi i skrivende stund (2022) vet litt mer om hvordan det følgende utspilte seg. Bar formaningen til nåværende leder Bjørnar Moxnes bud om både hva fremtiden ville bringe, men også den harde linjen Rødt lå på i denne perioden.

Det var nemlig en omstridt sak for Rødt om hvorvidt daværende utenriksminister Jonas Gahr Støre skulle ta jobben som leder av NATO.

"Hvis Støre går direkte fra posten som Norges utenriksminister til å bli NATOs generalsekretær vil han gå på en jobb som skal administrere en krig halvparten av befolkninga er mot. Derfor bør denne ballen legges død umiddelbart». Videre:

"NATO er inne i en offensiv fase med en planlagt utbygging av et nytt missilforsvar og økende spenning i forbindelse med innlemmingen av tidligere østblokkland" (Moxnes, 2009).

I etterkant av valget, nærmere bestemt desember 2009, fortsatte formaningene om hva som skulle til for å gjøre Rødt til et slagkraftig venstreparti. I Klassekampen skrev Eirik Vold om at 2010 kunne markere et paradigmeskifte, og følgelig bli venstrepartienes tiår etter at 2000-tallet ga tilbakegang for sosialdemokrater over hele Europa (Vold, 2009).

Han viste til Aron Etzler som var redaktør for den svenske sosialistavisen "Flamman", som var sikker på at et nytt politisk handlingsrom var i ferd med å åpne seg på venstresiden. Vold (2009) viser videre til Etzlers analyse der han trekker frem at venstrepartienes største utfordring var måten de organiserte seg på. Her var (SP), et nederlandsk sosialistparti, et eksempel til etterfølgelse. Dette partiet gikk fra å være et irrelevant nisjeparti som abonnerte på Mao i 1971, til å sanke 17 prosent av stemmene ved valget i Nederland 2006 (Vold, 2009). Her var oppskriften et langsiktig perspektiv. De brukte 10 år på å innse at det ikke rakk med

den innstillingen de hadde når de var et mindre parti primært for studenter (Vold, 2009). Videre mente Etzler at de prioriterte tiden mellom valgkampene gjennom en årrekke for å ikke bli en valgkampmaskin, men en folkebevegelse (Vold, 2009).

7.2 Piratpartiet Rødt?

Dette langsiktige arbeidet som Etzler (Vold, 2009) pekte på var ikke noe Rødt hadde gjennomgått dette året. Opptakten til valgkampen i denne perioden bar fortsatt et preg av en opposisjonell radikal linje, og ikke det som mulig kunne oppfattes som et tiltredelsesklart parti.

I 2009 var fildeling og ulovlige nedlastninger et ekstensivt debattert tema. Dette var noe Rødt i denne perioden registrerte, og lanserte følgelig en kampanje til støtte for nettstedet «Pirate Bay» som var i hardt vær på denne tiden.

Elin Volder Rutle i Rødt kom blant annet med denne uttalelsen til Vårt Land i 2009:

"Rettsaken som pågår nå er rett og slett gammeldags og burde ikke funnet sted i det hele tatt. Å dele film eller musikk med andre bør ikke være en kriminell handling" (Rutle, 2009).

Partiet opprettet blant annet et nettsted ved navn "filesharer.org" som en del av en kampanje for delingsteknologien. Her kunne alle som støttet grunnleggerne av Pirate Bay registrere seg med navn og bilde (Vårt Land, 2009). Volder Rutle (2009) som selv var andrekandidat ved stortingsvalget i Oslo var åpen om at hun selv lastet ned musikk fra nettet.



(Skjermdump Rødt, 2009).

Rødt, Raudt, Ruoksat


Osterhausgate 27
0183 Oslo

Telefon: 22 98 90 50
E-post: raudt@raudt.no

Støtt Pirate Bay!

følg rødt på
twitter

★ RØD UNGDOM

RØDT NYTT 

Rødt! MARXISTISK
TIDSSKRIFT

Denne kampanjen som av mange ble oppfattet som både umoden og uvøren, gjorde at partiet måtte gjøre en snuoperasjon sommeren før valget. Daværende Rødt leder Torstein Dahle måtte gå ut i Klassekampen 4. juli 2009 og forsikre om at partiet var bevisst kunsternes interesser og selvfølgelig ønsket å ivareta disse. Han innrømmet at partiet hadde vært uklare rundt hvorvidt de mente opphavsretten var verdt å beskytte (Klassekampen, 2009).

Både Oktober-forlegger Geir Berdahl og forfatter Per Petterson var Rødt-vennlige kulturpersonligheter som åpenbart var skuffet over partiets håndtering av åndsverk, fildeling og ulovlig nedlasting av opphavsbeskyttet innhold (Klassekampen, 2009).

Selv om dette mildt sagt var å regne som meget beklagelig for et parti som sto ved inngangen til en valgkamp, fremholdt Torstein Dahle at partiet var i en prosess der de forsøkte å balansere kunsternes interesser med partiets overhengende ideologiske linje. De var opptatt av

både rettigheter og økonomiske vilkår for denne gruppen. Det var dog viktig for Dahle (2009) å poengtere at partiet ville utvikle løsninger som ivaretok kunstnerne samtidig som de ønsket å tilgjengeligjøre ny teknologi som holdt kulturen åpen for større grupper (Dahle, 2009).

Det er en viktig oppgave for oss å finne løsninger som ivaretar kunstneres rettigheter. Og de skal slippe å havne i løsninger hvor de tvinges til å søke stipender fra staten. De har laget kunstverk som er verdifulle, som de må få inntekt fra (Dahle, 2009).

Saken kulminerte i et møte mellom Rødt og Norsk forening for komponister og tekstforfattere (NOPA) etter at lederen til sistnevnte hadde oppfordret medlemmene sine til å boikotte partiet. Alt i alt sa lederen Ragnar Bjerkheim at han opplevde møtene med Rødt som positive (Klassekampen, 2009). Dahle (2009) kommenterte videre at det var viktig å skille mellom et langsiktig og et kortsiktig perspektiv. Partiet jobbet for et samfunn der allmennheten kunne nyte godt av det som ble produsert uavhengig av betalingsevnen (Dahle, 2009). Løsningen deres var ifølge Dahle (2009) god, i et framtidig sosialistisk samfunn, og de sa noe om fallgruvene kapitalismen og markedsøkonomien bydde på. Akkurat hvordan dette skulle foregå var ikke Dahle (2009) helt tydelig på, og tok følgelig selvkritikk på vegne av Rødts offensive fremstøt ved opprettelsen av kampanjen deres tidligere det året. Videre var Dahle (2009) stadig tydelig på at Rødts standpunkt var tilgjengelighet for allmennheten, og at ikke et større antall yngre mennesker ble stemplet som kriminelle for å ønske å nyte godt av en mangfoldig kulturell flora (Dahle, 2009).

7.3 Kandidatskoleringshelger

I forløpet til valgkampen avholdt også Rødt såkalte kandidatsskoleringshelger. I 2009 gikk denne av stabelen i perioden 27. februar til 1. mars. Her fikk Rødts potensielle stortingskandidater skolering i partiets hovedsaker, mediehandtering, hvordan man skulle kontre og immøtekomme andre partier, hvordan man eventuelt skulle svare på spørsmål rundt regjering, forfattelse av leserinnlegg og mye annet (Rødt, 2009). Dette var ifølge Rødt (2009) en meget viktig arena for både meningsbrytning og utveksling fylkene imellom, samt hvordan lokale lag kunne dra nytte av hvordan partiet sentralt arbeidet (Rødt, 2009). Under avholdelsen av disse helgene ble det videre anledning til å få tatt portrettfoto som kandidatene kunne bruke både på nett men også i media. Man kunne også benytte seg av sentral ekspertise på hvordan man opprettet lokale nettsider for sine lag (Rødt, 2009). Bloggeren "Virvarr" holdt også innledning på dette seminaret om hvordan man kunne benytte seg av internett i

valgkampen. Pål Hellesnes i Klassekampen foretok også en analyse om hvordan Rødt fremsto i mediene (Rødt, 2009).

Slik vi tolker det er dette et godt eksempel på et Rødt som startet en introspektiv modningsprosess som resulterte i den mer polerte, fremoverlente og profesjonelle plattformen vi skulle se i de kommende årene.

7.4 Handlingsplan 2008-2010

Under handlingsplanen for 2008-2010 ble det kommunisert fra sentralt hold at alle medlemmer i Rødt hadde ansvar for å drive frem eierskap rundt 4 særskilte politiske arbeidsområder (Rødt, 2009). Dette er ikke helt ulikt de "fire stolpene" fra 2007. Det står videre at de involverte måtte konsentrere særlige krefter omkring disse sakene slik at partiet dermed kunne bli uløselig forbundet med dem (Rødt, 2009). Kortere gjengitt omfattet dette en tilbakekallelse av soldatene fra Afghanistan, samt andre solidaritetsprosjekter i midtøsten. Jobbe mot kutt i ulike pensjonsordninger, motvirke foretaksmodeller i sykehusdriften, beholde lokalsykehus. Til sist, jobbe for å motvirke det som Rødt (2009) betegnet som klimakatastrofen, som gikk ut på at Norge måtte forplikte seg til en kraftig reduksjon av klimagassutslipp og støtte tilsvarende tiltak i andre land, samt full stans i leting etter og utvinning av petroleum. Selskaper som var tilknyttet slike geskjeftigelser måtte tilbake til staten og det måtte fokuseres på alternative og grønne løsninger i tillegg til satsing på kollektivtransport (Rødt, 2009, Se vedlegg s 95-98)

7.5 Mobiliser til kamp

Torstein Dahle hadde også en klar formaning ved innledningen til valgkampen under parolen "*klart vi kan*". I talen malte Dahle (2009) med brede pennestrøk og meldte at i valgsirkuset der Jens og Jensen sto for stjernenummrene, var det deres oppgave å bringe alvorret inn i manesjen og mante til hegning om de politiske arbeidsområdene (Dahle, 2009).

Historien er full av eksempler på at det umulige blir mulig. I Rødt forholder vi oss ikke til de etablerte partienes oppfatning av det umulige. Det er klart vi kan la olja ligge og hente soldatene hjem. Det er klart vi kan bygge verdens beste helsevesen og trygge en verdig alderdom for alle. Og det er klart vi kan få Rødt inn på Stortinget (Dahle, 2009).

Et sterkt Rødt ville ifølge Dahle (2009) gjøre (og hadde gjort), etablissementet stive av skrekk. Det var dermed et godt eksempel på hvorfor "*Vaktbikkja Rødt trengs blant flokkdyrene på Løvebakken*" (Rødt, 2009, Se vedlegg s 95-98)

Som man ser her så var det fortsatt et parti som holdt godt fast på den prinsipielle linjen etablert av sine forgjengere. RV-veteranen Trond Andresen sa i kjølvannet av valgkampen i 2009 at skuffelsen var stor når Rødt dette året nok en gang ikke nådde opp i kampen om en plass på stortinget. Han meldte seg følgelig ut av partiet etter å ha karakterisert det som et "*dårlig intellektuelt verksted*" (Andresen, 2009). Videre mente han at :

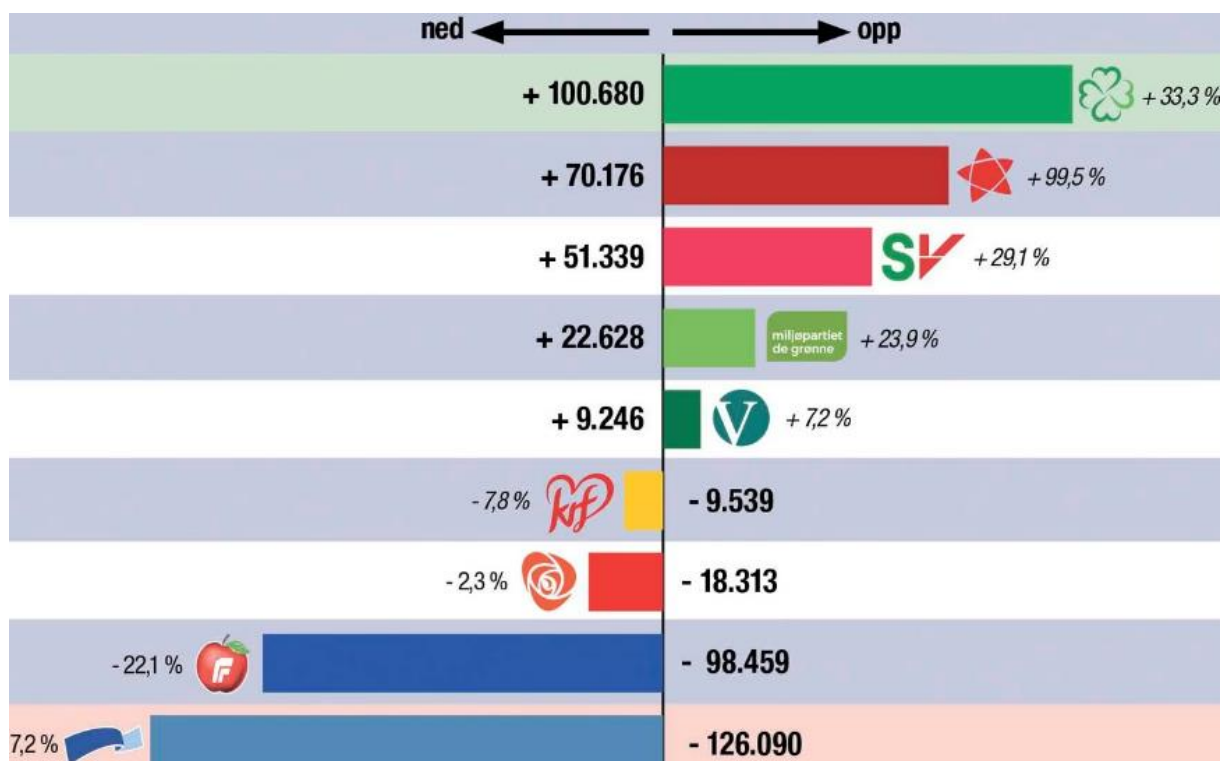
Rødts store problem er at det er de som jobber hardest for partiet som er minst villig til å tenke nytt. Det er en menneskelig psykologi her. Folk sier «her har jeg slitt meg ut for å vinne, og ingen skal komme her og fortelle oss at vi har et grunnleggende problem». Dermed blir oppskriften for å vinne neste gang «mer av det samme», det vil si «vi må bygge organisasjonen», «vi må satse på ungdommen» og så videre. Men dette har man jo sagt i 35 år (Andresen, 2009).

Pessimismen hang altså tungt over partiet i denne perioden og på tross av det han betegnet som dyktige politikere i Folkvord og Dahle - så fremsto partiet som uten framtid i hans øyne på daværende tidspunkt.

Vi skal i det neste segmentet se på hvordan partiet strukturerte valgkampen sin i 2021.

8.0 2021

«Realiteten er at mange folk i Norge er enige med Rødt i mange saker. Men så er Rødts problem at vi på 70-tallet valgte å reise til Kina for å bygge en ideologisk hvelving og importerte all slags tull og tøys. Det gjør at mange har sperrer mot å stemme på oss. For så vidt med god grunn, må man vel legge til» (Kristjansson, 2021).



(Dagsavisen, 2021) Viser oppgang i stemmetall fra 2017 til 2021 der Rødt har en oppgang på +99,5%.

I Stavanger Aftenblad den 4. Mars 2021 skrev Geir Søndeland om den drastiske endringen partiet hadde gjennomgått etter fire år på stortinget i artikkelen; "*Rødt i 2017: Tårer, drama og kaos. Rødt i 2021: Pengefest og Norges raskest voksende parti*" (Søndeland, 2021). Det ble fortalt om spetakkel, drama, tårevåte voteringer og en partileder som måtte skjære gjennom på partiets landsmøte i 2017. Spolte man derimot frem til landsmøtet i 2021 kunne partisekretær i Rødt Benedikte Pryneid Hansen melde at partiet var "*et helt annet parti nå i 2021 enn i 2017*" (Søndeland, 2021).

Rødt vokste i følge Søndeland (2021) mest i 2017-2020 målt i prosent (132) og medlemmer (5993). Hvis man sammelignet med 2009 hadde partiet derimot 1750 medlemmer totalt og 3090 medlemmer i 2016. De gikk også fra 98 lokallag i 2016 til 190 lokallag ved utgangen av 2020 (Søndeland, 2021). Partiet ble også bare målt under 4 prosent siden desember 2018 på snittet av nasjonale målinger (Søndeland, 2012). I lokalvalget i 2019 stilte partiet til valg i alle fylker og med et rekordhøyd antall kandidater. De fikk inn 273 folkevalgte i kommunestyrene, fylkesstingene og bydelsutvalgene og antallet i førstnevnte mer enn doblet seg fra 83 i 2015 (Søndeland, 2021).

Bjørnar Moxnes som ble partiets første stortingsrepresentant fikk i trontaledebatten et enstemmig storting med på å markere 100 år for stemmerett til alle i 2019. Det første året

hadde han som partiets eneste representant, tredje mest tid på talestolen på stortinget (Søndeland, 2021). I denne perioden i ensom majestet var Moxnes først ute med mistillit både mot daværende stortingspresident Olemic Thomessen men også Sylvi Listhaug. Moxnes markerte seg også som en tydelig stemme i forbindelse med NAV-skandalen og håndteringen av pandemien (Søndeland, 2021). Tilgang på en nasjonal talerstol i disse fire årene var en av forklaringene til Prynseid Hansen på hvorfor partiet hadde opplevd en enorm kvanitativ vekst. Hun uttrykte også at ambisjonen var å oppnå et valgresultat på 7,2 prosent i stortingsvalget i 2021. På direkte spørsmål fra Søndeland rundt hvorvidt fire år på stortinget hadde bidratt til en profesjonalisering i Rødt, fikk han følgende svar fra Pryneid Hansen

Vi oppdaget at vi ble nødt til å utvikle partiet på flere områder enn før. Det stiller noen andre krav til partiet. Vi har klart å vise fram våre prinsipper i konkret politikk. Vi har også vist at det er gjennomtenkt og gjennomførbart (Søndeland, 2021).

Partiet gikk så langt i dedikasjonen sin i forkant av stortingsvalget i 2021 at NRK kunne melde i april 2021 at Mimir Kristjansson hadde bestemt seg for å ta sertifikatet på bil for å lettere kunne drive valgkamp i hjemfylket (Nrk, 2021).

Kristjanssons rolle som "primus motor" i forkant av denne valgkampen, ble holdt frem i en artikkel ført i pennen av Frithjof Jacobsen fra Dagens Næringsliv (2021). Her ble det pekt på hvordan oppslutningen og meningsmålingene ikke var et resultat av tilfeldigheter men av hardt og systematisk arbeid, og en gjennomtenkt strategi for hvem man skulle nå (Jacobsen, 2021).

Dette hadde Rødts nye "spydspisser" skjønt for lengst, og Rødt hadde av den grunn gått fra det Jacobsen (2021) omtalte som et fallert kollektiv der tiden hadde stått stille siden Tron Øgrim herjet på Studentersamfundets talerstol, til en velsmurt venstrepopulistisk maskin. Mimir Kristjansson ble pekt på som et godt eksempel på denne nye "vinen" som hadde klart det umulige ved å få rev i seilene i et Rogaland som historisk sett hadde vært meget blått og konservativt (Jacobsen, 2021). Han beskriver det videre slik:

Norge har lenge hatt sans for karakteren «den sjarmerende venstrerampen». Lett lurvete menn som er kjappe i hodet og enda kjappere i pennen og kjeften. Da Rødts forgjenger AKP-ml var på sitt mest sekteriske på 80-tallet elsket likevel nasjonen Jon Michelet og hans bart.

8.1 Forskjells-Norge

Den viktigste saken til partiet i forkant av valgkampen i 2021 var etter eget utsagn kampen mot «Forskjells-Norge» som etter hvert har utviklet seg til å bli et slagord i seg selv. Tatt i bruk av både Rødt men også av andre partier. Det er denne parolen som virker å ha gitt gjengklang i andre strata av samfunnet enn Rødt tidligere har hatt sin beste oppslutning. I en artikkel på Nrks nettsider fra september 2021 skrev Camilla Helen Heiervang om "*det røde skiftet*" og om hvordan partiet som tidligere var for gamle kommunister og radikale kulturkrigere hadde styrket seg blant ferske røde velgere (Heiervang, 2021). Artikkelen går videre og viser til alenemor og sykepleier Linda Høiseth som sliter med å få endene til å møtes, og som ser at samfunnet går i en retning av rike som kjøper seg frem i køen, om et samfunn der det å være vanlig ikke var godt nok, og som gjorde at hun for første gang stemte på partiet Rødt (Heiervang, 2021). En viktig note her var også at Høiseth hadde gått fra Arbeiderpartiet til partiet Rødt. Videre i artikkelen til Heiervang (2021) er det flere eksempler på "typiske" arbeiderklassevelgere som har tatt steget over til partiet Rødt. Her stiller folk i servicebransjen, i hotell- og reiseliv, i byggebransjen, i helse- og omsorgssektoren opp til intervju, som bevis på partiets stadig sterkere posisjon i dette segmentet (Heiervang, 2021).

Og det er denne drømmen Heiervang (2021) peker på. Drømmen om et samfunn der staten eier de største bedriftene, regulerer prisen på strøm og mobilabonnementer, uten en konkurranseutsatt helsetjeneste og der tannlegen er gratis (*i hvert fall nesten*) som noe som gjorde partiet slagkraftig i innspurten av valgkampen (Heiervang, 2021).

Analytiker og høyskolelektor Dag Inge Fjeld undersøkte hvem som egentlig stemte på partiet Rødt. Dette ble gjort av BTF Innsikt som har undersøkt endringer i partiets velgere fra 2010 til 2020. De baserte seg på Kantar Forbruker og Media-undersøkelser fra 2020 og ble deretter sammenlignet med foregående år, en undersøkelse med 12.000 respondenter (Heiervang, 2021).

Her viste det seg at den "nye" Rødt velgeren lignet mer på en Frp-velger enn en MDG-velger. Videre var partiet overrepresentert blant studerende, mennesker på "gulvet" i helsesektoren og mennesker i serviceyrker (Heiervang, 2021). Partiet var ifølge Fjeld blitt mer spiselig for spesielt personer med arbeid i industrien, og en tredjedel av partiets nye velgere var altså i likhet med Høiseth kommet fra Arbeiderpartiet.

I kjølvannet av valget i 2021, nærmere bestemt oktober denne høsten, satt man med fasiten på Rødts oppslutning ved valget. I en artikkel fra Aftenposten denne høsten kommenterte Fjeld

igjen på momentene vi nevnte ovenfor. Han mente at det var tydelig at partiet ikke lenger bare appellerte til de intellektuelle og akademisk sterke. Her hadde de truffet en nerve lenger nede på den sosiale rangstigen (Fjeld, 2021). En overrepresentasjon blant arbeidsledige og uføre og en lik overrepresentasjon i aldersgruppen 30-39 år. Fjeld (2021) mente at mange av disse velgerne var desillusjonert og var oppgitt over hele systemet og konkurransen med EØS. Samtidig hadde de fått med seg det som analytikeren Fjeld (2021) betegnet som den florerende luksusen og middelklassens overforbruk på sosiale medier. Rødt - og Frp-velgere var som nevnt tidligere veldig like på flere områder over en rekke parametere ifølge Fjeld (2021). Disse velgerne mente han at Rødt hadde anledning til å ta opp kampen med Frp om. Han mente også at Rødt hadde bevisst tatt lærdom fra Frp om hvordan å best favne om denne gruppen.

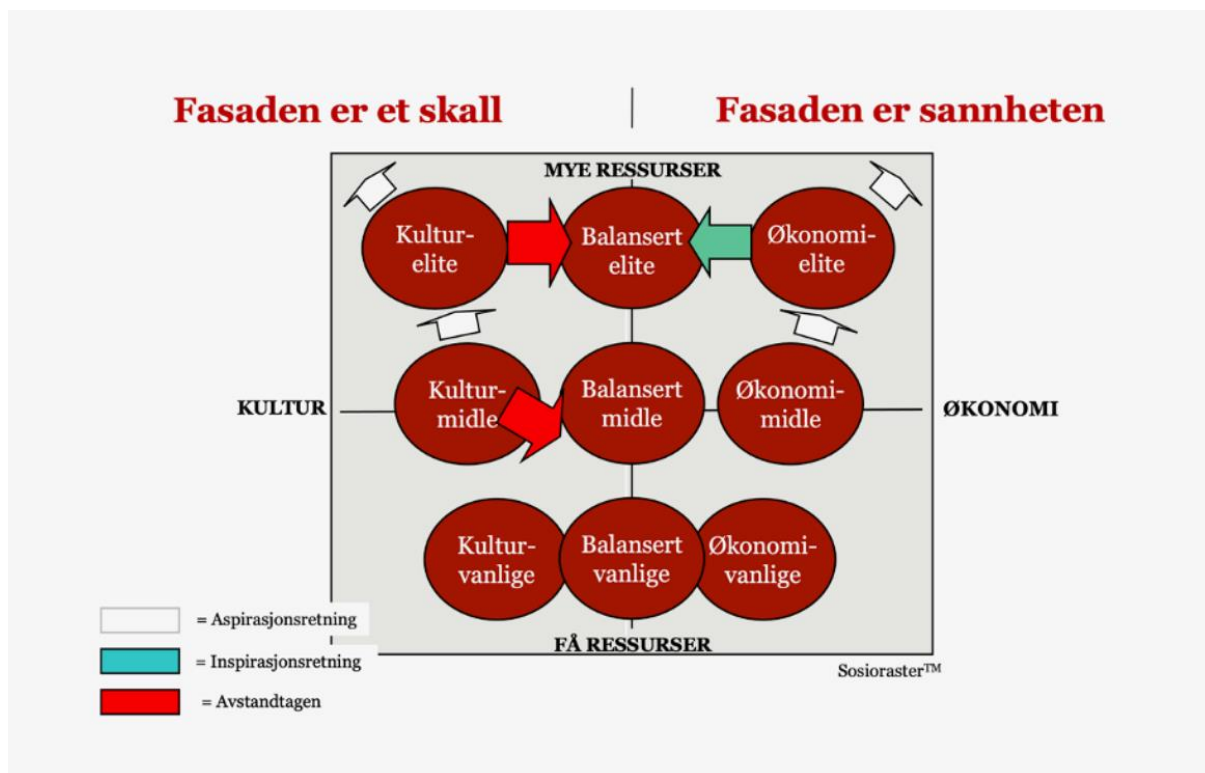
«Rødt virker mer proletære i sin fremtoning. Er du selv ufaglært og sliter, så er det motiverende at de som taler din sak, ikke lever et liv som er så langt fra det du selv lever» (Fjeld, 2021).

Nordland var i dette valget en av de største nedslagsfeltene med en nest høyest andel uføre, en relativt lavtlønnet befolkning som også i snitt har lite utdanning (Fjeld, 2021).

Nordland har ifølge Fjeld (2021) en gammel industritradisjon, der man gjerne har begynt å tenke at Rødt representerer det Arbeiderpartiet en gang gikk i bresjen for. SV var blitt for "læreklasse-sosialister", mens Rødt var blitt partiet for de på gulvet.

Modellen Dag Inge Fjeld brukte for å analysere disse tendensene om Rødts oppslutning baserer seg på den franske sosiologien Pierre Bourdieu sin tenkning og er døpt «sosioraster».

Dette analyseverktøyet har ifølge BTS-Innsikt (2023) gjort dem i stand til å analysere valgtendenser i samfunnet ved å koble strukturer som klasse, økonomi og utdanning sammen med forbruk, mediebruk og fritidsaktiviteter. Utgangspunktet er at ressursbakgrunn er en av de viktigste predikatorene for valgferd.



(BTF Innsikt, 2023).

Den teoretiske "idealmodellen". Denne forsøker å forklare skillelinjer i samfunnet. (Mange ressurser) vs. nede (lite ressurser) er den viktigste skillelinjen. Deretter kommer den fra høyre til venstre som skiller mellom kultur og økonomisk kapital. Modellen viser også hvilken retning gruppen ønsker seg les: livsprosjekt via "aspirasjonspilen", deretter «inspirasjonsretning» og hvem gruppen tar avstand fra med "avstandstagen" (BTI-Innsikt, 2023).

I teorisegmentet ble det spekulert i ideologisk moderasjon som et ledd i en merkevarebygging. Dette utgikk stort sett fra Johns og Kölln (2020) samt Katz og Mair (1995). Rødt er partiet for "de på gulvet" men er det en «fingerspitzengefühl» rundt de faktorene Fjeld (2020) skisserer som har gjort dette mulig? Dersom Rødt søker mot midten, er det en nærliggende plausibilitet for at denne pragmatismen har gitt seg til utslag i et fokus på det som virker, i motsetning til ytterkant-partier med et fokus på en mer omfattende ideologisk purisme.

8.2 Hva gjorde de?

Rødt har vært ekstremt aktiv i sosiale medier. Fra en nettside som i 2009 ble betegnet som ensbetydende med å "melde seg inn i menigheten" til en tilstedeværelse på sosiale medier som danket ut samtlige partier. Førsteamanuensis Bente Kalsnes ved Høyskolen Kristiana fastslo i

forkant av valget 2021 at sosiale medier hadde spilt en nøkkelrolle i dette årets valgkamp (Grande, 2021).

I en hverdag preget av tiltak og nedstengninger i forbindelse med pandemien var sosiale medier blitt et enda viktigere verktøy ifølge henne. Nettstedet «Crowtangle» som analyserer aktivitetsdata ga Rødt full pott. Fem daglige oppdateringer, samt en tilhengerskare som både likte, delte og kommenterte viste at partiet i denne perioden hadde truffet en nerve (Grande, 2021). Partiet hadde også doblet budsjettet til valgkamp fra 2017 men brukte likevel mindre penger enn de andre partiene (Grande, 2021). Med et vesentlig mindre budsjett enn de andre partiene på rundt 6,5 millioner kroner, var partiet opptatt av å spre innholdet organisk (uten å betale) og benyttet seg dermed lite av betalte innlegg gjennom annonser. Kalsnes mente at dette var en strategi partiet hadde lyktes godt med (Grande, 2021). Til tross for dette mente Kalsnes til beherskelse da hun i artikkelen presiserte at det i forskningssammenheng har vist seg vanskelig å se en direkte sammenheng mellom aktivitet i sosiale medier og oppslutning rundt enkeltpartier i valg. Av den grunn at selv om sosiale medier var en fasett, så var ikke nødvendigvis folk flest så opptatt av å diskutere politikk på sosiale medier. På denne måten mente Kalsnes da at det dermed var mye som ikke ble fanget opp (Grande, 2021). Det ville også ifølge Kalsnes være mer naturlig at velgere på ytterkanten av det politiske landskapet som i dette tilfellet er Rødt eller Frp velgere var mer aktive på sosiale medier enn Arbeiderpartiets velgere (Grande, 2021).

8.3 Rikingssafari

Selv om vi primært undersøker forholdene i og rundt 2021, kommer vi ikke unna at partiet har jobbet i årevis med å utmeisle en strategi som krystalliserte seg ved valget i 2021. I forkant av stortingsvalget 2013 tok sentrale aktører i Rødt med seg rundt seksti nysgjerrige på en busstur i og rundt Oslo. Også kjent som "rikingssafarien" (Østlie, 2013). Her skulle blant annet Bjørnar Moxnes, Marie Sneve Martinussen og Seher Aydar vise de skuelystne forskjellsnorge minutt for minutt. Teamet for turen var: «En mer rettferdig fordeling er ønskelig». Med spissede argumenter rundt hvordan forskjellene i Norge hadde resultert i at inntektsandelen til de rikeste var mer enn doblet siden 1990, ble passasjerene tatt med til Gamle Oslo, Tøyen, Grünerløkka, Sinsen, Aker Sykehus, Groruddalen, Sagene, Vestre Aker og helt til slutt nabolaget til daværende helseminister Jonas Gahr Støre (Østlie, 2013).

Selv ble Bjørnar Moxnes løftet fram som en nøktern partileder, som leide 96 kvadratmeter i barndomshjemmet sitt på Nordstrand i Oslo. Med samboer, et barn og med en årslønn på

380.000 kroner brutto (Østlie, 2013). På spørsmål fra Fagbladets utsendte rundt hvorfor partiet tok dem med på turen, fikk han til tilsvar at partiet ønsket å bedrive folkeopplysning om noe de andre politikerne ikke ville snakke om (Østlie, 2013). Videre da TV2s utsendte undret på om partiet kom til å vinne velgere på et slikt stunt fikk hen til tilsvar at "*Det vet jeg ikke, men vi får kanskje reist en debatt om forskjellsnorge*" (Østlie, 2013).

Ved safariens slutt svinger bussen inn mot postnummeret som på den tiden huset nå avdøde Thorvald Stoltenberg. På dette tidspunktet kringkaster Fagbladets Jan-Erik Østlie (2013) det overnevnte faktum, hvorpå han gjør seg tanken at "*det er kanskje greit at turen nærmer seg slutten*". Etter vår mening er denne kommentaren, fra intet mindre enn en journalist fra Fagbladet, symptomatisk på hvor kontroversiell Rødts politikk og retorikk ble oppfattet for bare 10 år siden.

Apropos å fremstille seg i et nøkternt lys. I 2019 ga Mimir Kristjansson ut boken "*Mamma er trygda*" som sto til sekser i Dagbladet (2019). En bok som ble betegnet som "*rørende og politisk om utenforskap*" (Rognlien, 2019). I 2021 var 10,7% av befolkningen mellom 18-67 år uføretrygdet (SSB, 2021).

8.4 De snakker til deg

Slik som vi sikkert husker fra segmentet "politisk merkevarebygging" beskriver Enli & Skogerbø (2013) en "personalisering" av politikken i en stadig mer digitalisert hverdag. Her er siktepunktet å fremstille politikerne som individer av kjøtt og blod og ikke overmenneskelige teknokrater. Dette er nok ikke unikt for et enkelt parti, da det er vårt inntrykk at dette er noe de fleste politikere benytter seg av som et ledd i merkevarebyggingen sin. De er tross alt "folk flest". I et slikt klima ønsker potensielle velgere seg «hjemme hos» reportasjer som nevnt tidligere i et mye større omfang. Selv om Moxnes selv var lei av dette da han i klassekampen kommenterte at «*Ja. Tro meg, jeg kommer til å bli glad når jeg slipper å gjøre portrettintervjuer og andre sånne meningsløse sysler*» (Klassekampen, 2021). Så sier dette noe om behovet og forventningen om at profilerte enkeltpersoner, gjerne partiledere stiller opp i sånne reportasjer. Dette sitatet kom riktignok på tampen av Moxnes tid på stortinget i ensom majestet, og det er også forståelig at han som enkeltperson kjente på en slitasje grunnet interessen fra mediene.

Et annet eksempel fra merkevareteorien er Armannsdottir et al. (2019) sin studie som innebærer at tradisjonelle merkevarekonsepter ble applisert over på individene og deres attributter. Som nevnt tidligere, så ble det her pekt på at merkevaren rundt individer ble

strukturert rundt materielle dimensjoner som fysisk utseende, stil, samt hvordan individet kommuniserte on og offline. Dette var den materielle faktoren, mens den immaterielle tok regi på ikke-målbare fenomener som livserfaring, verdier, karisma, samt troverdighet og autoritet (Armansdottir et al. 2019).

På den immaterielle aksen har Rødt hatt sterke skikkelser som både har vært tydelige og synlige. En spesifikk skikkelse er 1.nestleder Marie Sneve Martinussen. Utdannet samfunnsøkonom fra universitetet i Oslo og beskrevet av Marie Storli i «Rethinking Economics Norge» som en dyktig og inspirerende samfunnsøkonom med god oversikt over bredden i faget (Finansavisen, 2021). I et parti som ofte har blitt kritisert for å ha en idealistisk og lite gjennomtenkt politikk – er Sneve Martinussen et tilskudd i parti-arsenalet som utfyller Armansdottir et al. (2019) sin immaterielle akse på en tilfredsstillende måte. Spesielt gir hun i sin «tid for tall»-spalte på Facebook næring til de siste fasettene «troverdighet og autoritet», der hun snakker med både nevnte autoritet og overbevisning direkte til kamera om kompliserte temaer på en lettfattelig måte.

Tid for tall med Marie Sneve

76,2 k følgere

En videoserie med Marie Sneve, samfunnsøkonom og 1. nestleder i Rødt

Alle videoer



Kaksedagen 30. januar

👍👎👤 1 k · 149 kommentarer ·
75,5 k visninger



Marie Sneve om ny
fattigdomsrapport

👍❤️ 687 · 161 kommentarer ·
57,6 k visninger

(Skjermdump fra Rødts spilleliste på Facebook med tittelen «Tid for tall med Marie Sneve»).

Med over 76.000 følgere har spesielt disse snuttene med Marie Sneve Martinussen blitt svært populære. Akkompagnert av spenstige titler som «Kaksedagen 30. januar» ser hun følgerne inn i øynene og formidler på en uformell måte. Videoene er sett mange ganger, og vekker følelser hos tilhørerne som «emojiene» og antall kommentarer bærer vitnesbyrd om. Hun snakker til dem.

9.0 Funn i lys av problemstilling og forskningsspørsmål

Dette kapitlet setter fokus på de empiriske forskningsspørsmålene og diskuterer dem fortløpende. Forskningsspørsmålene som diskuteres i dette kapitlet er :

- I hvilken grad kan den økte oppslutningen om Rødt forklares som et resultat av politisk merkevarebygging?
- I hvilken grad kan den økte oppslutningen om Rødt forklares som et resultat av populistiske grep?

Kapitlet viser funn og egne refleksjoner om disse forholdene, i samspill med informantenes innspill.

9.1 Politisk merkevarebygging i Rødt

Innledningsvis var vi interessert i å vite hva kommunikasjonssjef Aastebøl tenkte rundt begrepet politisk merkevarebygging. Han virket ikke særlig begeistret for begrepet når han uttalte

«Man kommer jo liksom ikke unna å bygge merkevare, det å ikke bygge merkevare er jo også å bygge merkevare. Det blir jo summen av alt du gjør både bevisst og ubevisst».

Det virket i svaret å være en underliggende redsel for at avdekkelsen av at dette mulig var intensjonelt og ville svekke kredibiliteten til prosjektet. Samtidig kan det også tolkes som at Aastebøl ikke nedvurderer potensielle velgere da han var opptatt av å påpeke at noe av det viktigste de gjorde var å ikke late som de var noe annet enn det de var

Det har alltid vår innstilling vært at å være seg selv er det aller viktigste. Så hvis det å være seg selv innebærer å være født på Nordstrand i tjukkeste Oslo og har gått på en litt elitepreget skole som Oslo Katedralskole som Bjørnar har gjort, så må han bare få gjøre det. Det er ingenting som er mer ufyselig og ufolkelig enn sånne Wannabe-prosjekter.

I følge Aastebøl var det en ektefølt genuinitet som lå til grunne for alt partiet foretok seg i kommunikasjonsarbeidet. Det å beskjefte seg med detaljer som fargen på slipset og annet ville etter hans utsagn ført til et «West Wing nivå av politisk forståelse». For partiet har det også vært viktig å ta kontroll på narrativet i et medielandskap de ofte har følt seg urettferdig behandlet i «I mange år var det viktig å bruke sosiale medier fordi det var der vi lettest nådde frem til mange. Der satt det ingen redaktører som bestemte om vi var store nok eller viktige nok»

Forklaringen til kommunikasjonssjefen hviler seg på en villighet til å bygge organisasjonen stein for stein og å prioritere disse «kjedelige» tingene.

Nei ser man Borgen på tv for eksempel så finnes jo ikke partiene. Der har man liksom partilederen på toppen, en genial spinndoktor og så en gammel mentor. Det er hele partiet, men i virkelighetens verden så er det jo en grunnorganisasjon med medlemmer, medlemmer i lokallag med et sjikt med «sersjanter» eller de mest engasjerte, som gjerne har tillitsverv i landsstyret og sånne ting. Som faktisk bestemmer ganske mye.

Magnus Takvam på sin side mente at det omhandlet en bevisst innsnevring av sakene slik at de på den måten kunne nærmere seg en mer rendyrket klassekampprofil. En slags «*velferdsstatens forsvarere*» der de hele tiden står i en defensiv posisjon for å beskytte arbeiderklassens framskritt. Takvam virket ikke videre overbevist om at det var disse «små» detaljene som farge på skjorten som hadde vært utslagsgivende i den større sammenhengen. Derimot var det denne strategiske rendyrkelsen av klassekamprofilen samt at de etter Moxnes kom inn på tinget i større grad virket å ha tatt en rolle som en «vaktbikkje» eller «ombudsmann». En rolle Takvam mente hadde mange paralleller til hvordan FrP opererer. Han viste blant annet til søppelkjøringen i Oslo kommune der en privat aktør hadde sviktet fullstendig – her var Rødt ifølge Takvam hurtig på pletten for å peke på disse angivelige manglende i privatiserte tjenester som gjorde at driften ble tilbakeført til det kommunale, og som gjorde at Rødt fikk styrket sin troverdighet som en aktør som var villig til å både utfordre, men også få gjennomslag.

«Dette gjør jo at man får en synlig politikk som folk bryr seg om, slik at det ikke bare er teoretisk/akademisk debatt, men synlig hverdagspolitikk. Her tror jeg Rødt er veldig bevisste».

Etter innpass på stortinget virker det altså å være en orientering i retning konkrete saker slik Takvam viser til. Slik vi forstår Takvam hadde gjerne partiet tidligere en mer utstrakt hang til å diskutere saker, som for mange antagelig opplevdes som esoteriske.

Svaret til Thorstein Dahle derimot virket veldig positivt, og han uttalte blant annet at «*Ja det vil jeg vel si, og det har det vært en bevisst politikk for*». Her er Dahle langt mer positiv til begrepet merkevarebygging enn for eksempel Iver Aastebøl, han fortsetter med å si at de yngre i partiet antagelig hadde en langt større forståelse for konseptet enn folk av hans generasjon.

Dahle kan antagelig sees i sammenheng med digitaliseringsbølgen og lanseringen av interaktive plattformer fra cirka midten av 2000 tallet slik Kalnes (2009) blant annet pekte på. Det å begynne på "nytt" med en annen kommunikativ profil enn sine forgjengere, samt et kobbelt av yngre politikere som må hevdes å være «vokst opp på» internett, og dermed har en langt mer følsom intuisjon hva angår dets mekanismer, styrker sammenhengen vi postulerer ytterligere. Videre er det nok også rom for å anta at det i det gamle AKP-ml hersket en mer kompromissløs holdning til bygging av en merkevare, da det antagelig var for tett forbundet

med kommersielle interesser som ikke nødvendigvis sammenfalt med en overhengende ideologisk dagsorden.

Håkon Snorheim svarte på spørsmål om Rødt kunne passe beskrivelsen, og hva han tenkte de eventuelt hadde fokusert på med dette: "*Jeg tror de har konsentrert seg om det man kan kalle arbeiderklassevelgere, og den arbeiderklassevelgeren som ikke har så stor tiltro til nyhetsmediene*".

Snorheim fortsetter med å sammenligne denne arbeiderklassevelgeren som er opptatt av seg og sitt med den urbane middelklassevelgeren som ikke nødvendigvis stemmer Rødt fordi de synes synd på arbeiderklassen, men fordi det passer overens med deres verdensanskuelse. Denne appellen Rødt har klart å få hos førstnevnte gruppe, er Snorheims forklaring på fremdriften til partiet.

Steigan virker å heller hvile seg på en analyse som er mer forankret i det som blir betegnet som en sentral strategier ved navn Magnus Marsdal.

Han fortsetter med å hevde at suksessen Rødt har hatt fra ca 2007 i all hovedsak er et symptom på strategien til Magnus Marsdal fra tankesmien Manifest. Ifølge Steigan bestemte Marsdal seg for allerede for mange år siden at han ville jobbe for å smelte sammen det som var RV med SV for å danne en slagkraftig opposisjon til venstre for Arbeiderpartiet. Så når partiet hadde en oppslutning på opp mot 10 prosent så ser Steigan dette i sammenheng med denne strategien.

Steigan opplever denne strategien som et verktøy som er utviklet i opposisjon til han selv. Steigan, en representant for den gamle kaderen i partiet, uttrykker her en nærmest bitterhet ovenfor det prosjektet han var med på å starte, men nå virker å være skvist ut på sidelinjen av. Han fortsetter med å vise til Marsdals forfattelse av boken "FrP Koden" som omhandlet hvordan venstresiden skulle takle og demme opp for ytre høyres vekst. I denne boken knytter Marsdal ifølge Steigan, deler av verdiene og interessene til arbeiderklassen opp mot FrP. Noe som Steigan opplevde som omtrentlig, «ulovlig å ta i» for venstresiden på tidspunktet boken kom ut. I den teoretiske petriskålen som var denne boken, kunne strateger på venstresiden fritt eksperimentere med hva som gjorde høyresiden populær, og følgelig om Rødt kunne emulere suksessen.

Så sånn jeg oppfatter strategien til Marsdal så var det å kvitte Rødt med den revolusjonære fortiden uten at man mistet en del av den gamle kaderen. For å bli «spiselig» for allmennheten, samtidig som at man skulle være radikal, antikapitalistisk og holde på en del av de verdiene. En nokså rendyrket venstre-sosialdemokratisk politikk, fordi de hadde jo ikke et ordentlig venstresosialdemokratisk parti i Norge, Arbeiderpartiet hadde jo for lengst sluttet å være dette.

Her sammenfaller Steigan også med Takvams analyse når han peker på et paralyisert arbeiderparti som åpnet et fritt leide og et vakuum å fylle, både for interne (Giske & Nidaros Forum) og eksterne utfordrere. Steigan maler videre med brede pennestrøk når han sier at: «det er et hav som har åpnet seg og som venter på en kaptein og et fartøy, og det fartøyet det kan vise seg å bli Rødt, det kan også vise seg å bli SV/Rødt».

I samme vending retter Steigan skytset mot nåværende statsminister Gahr Støre når han uttaler at «antagelig har han ikke en anelse om hvordan folk har det. Så han er jo så til de grader «Holmenkollen + Sorbonne» han gjør seg bedre på fransk enn på norsk»

Partiet har etter alle øremerker vært konsise i måten de har fremmet både kandidater og budskap i de forskjellige kanalene. Videre har denne visuelle profilen og identiteten med blant annet logo og slagord som Flanagan & Marland (2013) omtalte, vært virkningsfullt for partiet. Dette pekte også Iver Aastebøl på når han viste til "Forskjells Norge" som parole:

Siden 2012 da partiet vedtok en ny strategi har vi vært veldig tydelig på at det er kamp mot forskjells Norge som er rammen for alt. Så det skal du i hvert fall vite hvis du stemmer på Rødt.

Som nevnt tidligere har de håndtert media på en god måte og ofte tatt kontroll på narrativet selv ved å skape gjenklang i alternative kanaler. Personaliseringen som stadig er viktigere (Enli & Skogerbø, 2013), er noe partiet har lyktes med for å skape både tilknytning og engasjement - derav sitatet til Aastebøl:

Ja man har fått til et veldig bra team, med Bjørnar i front, Marie som en troverdig økonom og Mimir som en litt rufsete og morsom person som er flink på å på en måte «stjele» dagsorden, det skal man ikke undervurdere. Når man selv er i rampelyset så er det noen andre som ikke slipper til.

De har respondert på omgivelsene og vært tilpasningsdyktige, selv om håndtering av kriser i form av verdispørsmål tidvis har vært krevende for partiet. Da vi stilte spørsmål rundt hvorvidt utspillene til Pål Steigan hadde vært problematiske for partiet fikk vi et tilsvarende svar som mulig virket å ønske å så tvil om førstnevntes tilknytning til partiet.

(Intervjuer)

«Pål Steigans utspill: Er de problematiske for dere? Han blir jo assosiert med partiet Rødt?».

(Aastebøl)

«Haha, er du sikker på det?».

Selv om partiet har det som fremstår som et velsmurt apparat som står på pletten til å avverge vanskelige situasjoner – fremsto det som noe sårt å insinuere intern dissens i partiet. En eldre skole som holder andre idealer i hevd, enn en nyere generasjon som virker å ville moderere disse idealene – gjør at partiet tidvis virker å slite med å revidere hvilken profil de skal ha utad. Denne profilen ser i visse vendinger ut til å skake i sammenføyningene når den konfronteres med en anslått høy indre heterogenitet i partiet. Videre utbroderte Aastebøl på denne måten: «Ja det har jo vært en krangel, eller en pågående sak i forbindelse med at noen har hatt koblinger til selskapet bak bloggen hans». Uten at vi skal benytte dette segmentet til å spekulere i hva som har foregått i kulissene, så er ordvalget «krangel» interessant og noe som kan tyde på dissens innad i partiet.

Cosgrove (2012) nevner at det er viktig for aktøren å opptre på en konsistent måte. Her har Rødt antagelig hatt mye å gå på. Selv om de har vært konsise som nevnt, med kandidater og budskap – så er antatte forskjeller som langt på vei ble bekreftet av informantene, noe som virker å gjøre det utfordrende med samme konsistens i sentrale verdispørsmål. Blant annet ble den nylige saken hva angår våpenleveranser til Ukraina gjenstand for debatt om partiets grunnleggende verdier (NRK, 2023).

Frempek til indre organisasjonsmessige forhold som begunstiger en viktig faktor som kontinuitet og konsistens, er at Bjørnar Moxnes tiltrådte som landets yngste partileder i 2012 (NRK, 2012). Partiet har i skrivende stund hatt samme leder i 11 år etter at Turid Thomassen avtrådte i 2012. Det å ha en kontinuitet på lederfronten i en årrekke har antagelig vært en stor fordel for partiet. Moxnes ble også allerede i 2012 holdt frem som den som skulle "snakke Rødt til minst én plass på Stortinget ved valget neste år" (NRK, 2012). Slik som pekt på tidligere så er angivelig mindre homogenitet i partiet og en vekst i medlemsmassen en

vesentlig faktor. Aastebøl viste også til dette når han sa han hadde blitt overrasket om det var større homogenitet ettersom massen hadde vokst så betraktelig. En av de tydeligste måtene dette uttrykte seg på, var ifølge han når det gjaldt vesentlig verdispørsmål innad i partiet, der han mente de hadde:

Ryddet opp i en språkbruk som skapte ganske spesielle bilder i hodet. Veldig militant. Så mitt syn på det er at vi har klart å fornye oss uten en sånn høyredreining. Så vi omtaler verdiene og strategiene våre nå på en måte som skaper mindre misforståelser. Det gjør det lettere for folk utenfra å skjønne hva vi egentlig mener. Mindre preget av et stammespråk som var viktig for en mindre gruppe som har hengt igjen fra tidligere tider.

Dog var ikke Magnus Takvam overbevist om dette og omtalte dem som et parti som fortsatt virket å "*slite med å holde orden i egne rekker*".

I forhold til det rent tematiske og kommunikasjonsmessige, var vi interessert i å høre med informantene hvordan de mente det hadde komparativt endret seg fra første til i skrivende stund siste stortingsvalg. Takvam pekte på at det ikke var lenge siden de markerte novemberrevolusjonen med kake på kontoret til Rød ungdom, men nå var preget av en nedtonet pragmatisme. Aastebøl mente at en spesifikk valgkamp var et resultat av en kontekst over tid. Der de tidligere måtte hankses med flere fordommer, var det nå lettere for dem etter et par år med konkrete gjennomslag å få politisk gehør uten at samme mengde fordommer tynget dem i like stor grad. "*Sånn sett kunne vi sikkert gjort en del av de samme tingene i 2009 som vi gjorde i 2021 men med veldig mye dårligere resultat*». I retrospekt melder det seg en liten innvending fra vår side. Det er antagelig plausibelt at de kunne gjort mange av de samme tingene, men en nedtoning og modning av språk og sjargong, samt det som fremstår som politisk merkevarebygging - har antagelig vært sterkt bidragsytende. Dersom "*en kontekst over tid*" er kommunikasjonssjefens måte å beskrive fenomenet, er vi tilbøyelige til å "gå med" på dette premisset.

Overordnet sett virker det som informantene mener at det har foregått bygging av en merkevare. Ikke nødvendigvis som et metodisk og teoretisk konsept som alltid sammenfaller med rammeverket vårt – men som at det i svarene deres både direkte og indirekte virker å hentyde til dette. I det følgende vil vi diskutere mest ut i fra egne refleksjoner, men trekker inn innspill fra informantene der det anses som hensiktsmessig.

Tar vi først for oss navnet til partiet så er det påfallende hvor ukomplisert det er å intuitivt forbinde navnet "Rødt" til venstresiden i politikken. Sammenligner vi dette navnet med eksempelvis partinavnet "Fremskrittspartiet" så er ikke nødvendigvis dette like påfallende da hva en anser som politiske fremskritt avhenger av individets subjektive oppfattelse av mest tiltalende ideologiske tankefelleskap. Videre er logoen deres en rød stjerne som er relativt lett å også assosiere med en sosialistisk linje. Selv om en selvsagt skal vokte seg for at egne subjektive antagelser er generaliserbare.

Vi tillater oss her å anta at dette er tilfelle i større grad enn hos eksempelet vi anvendte i stedet "Fremskrittspartiet", der logoen er et eple og dermed ikke like assosierbart til høyresiden som en stjerne er til venstresiden. Selv om partiet Rødt teknisk sett ikke eksisterte før 2007, og er det mange ville betegnet som et resultat av en eklektisk mosaikk av aktører fra venstresiden, så tillater vi oss å postulere at en veldig viktig del av merkevarebyggingen var å stifte partiet Rødt. Å foreta dette hamskiftet ved å ikle seg en annen drakt, og forene krefter for å gi seg i kast med kampen om å bli et slagkraftig venstresideparti, har i skrivende stund vært lønnsomt.



(Rødt, 2023).

Selv om benyttelsen av en rød stjerne ikke er unikt for partiet Rødt, så antar vi at assosiasjonene er relativt etablerte. Et eksempel på dette kom i 2017 da Victor Orbans regjering i Ungarn ønsket å forby "totalitære" symboler. Deriblant den femkantede stjernen som også øl-produsenten Heineken benytter i sin logo (theguardian, 2017). Denne notisen var ikke ment å tjene et subjektivt narrativ rundt partiets logo, men heller ment å understøtte at partiet etter alt å dømme har truffet godt i utmeislingen av visuelle virkemidler som tjener som en treffsikker indikator på partiets ideologiske tilhørighet – på tross av at nevnte Orban mulig valgte å forstå symbolet på verst måte for å tjene en ideologisk dagsorden.

Fra teorisegmentet introduserte vi de seks eksplisitte stegene som (Philbrick & Cleveland, 2015) mente en aktør burde ha i mente når en vellykket merkevare skal opparbeides.

Den første er introspektiv evaluering, der aktøren må forstå sin nåværende og ønskede posisjon i det ideologiske landskapet. Vi mener at selv om visse toneangivende skikkelser i partiet mulig har en formening om dette, så er det mye som tyder på at det er sprik innad i partiet om hvem de er og hvilke vyer de har for fremtiden.

Videre er en analyse av hvordan "stakeholders" og ellers interesserte opplever dem som merkevare. Dessverre har vi ikke på bakgrunn av datamaterialet vårt, utbredt dekning til å gi et kategorisk svar på dette.

Det tredje steget er i hvilken grad den politiske merkevaren har et konsistent mantra som signaliserer robusthet og kontinuitet. På bakgrunn av innsamlet materiale og samtale med blant annet Iver Aastebøl, kan vi antyde at partiet sammenfaller med denne fasetten på bakgrunn av den ofte nevnte parolen deres, og deres utrettelige promotering av denne.

Philbrick & Cleveland (2015) forfekter videre at den fjerde fasetten er om aktøren er i stand til å undersøke det nåværende og ønskede "fotavtrykket" til merkevaren gjennom kanaler som for eksempel sosiale medier. Aastebøl bistår oss her med en setning som understreker hvordan partiet overvåker egen fremtreden og avtrykk

*Dette er nok noe av det som har foregått og det man ser er jo at hvis man undersøker kjennetegnene på de som sier de skal stemme Rødt nå kontra 2010, **dette har vi data på**, det er at i 2010 så var Rødt et mye tydeligere akademikerparti.*

Aastebøl nevner ved flere anledninger i løpet av intervjuet at «*dette har de data på*» noe som absolutt understøtter at de overvåker egen atferd og avtrykk på en møysommelig og grundig måte. Reaksjoner i form av såkalte «likes», samt kommentarer på innlegg, vil også gi aktøren en relativt nøyaktig indikasjon på om innholdet treffer slikt det er intendert eller ikke.

Deretter penser Philbrick & Cleveland (2015) inn på at aktøren utforsker og forstår den digitale tilstedeværelsen som en del av merkevaren. Dette mener vi partiet i stor grad gjør. I den grad at de til og med forstår egne "begrensninger" i hva slags uttrykk de er mest tjent med å ha. Aastebøl uttaler følgende:

Men det handler jo litt om at vi må gjøre det vi er gode på i sosiale medier, og der kommer jo vi aldri til å være de som kan lage masse dyre videoer med droner. Eller å bruke 10 millioner på en kinoreklame, men det vi har er sympatiske partiprofiler som

kan snakke direkte til mobilen sin, på en måte som du skjønner, slik at du får en følelse av de snakker om politikk til deg på samme måte som du snakker til vennen din på Messenger.

Avslutningsvis når alle punkter er grundig gjennomgått, må aktøren påse at disse er integrert og sammenfaller med den overordnede kommunikative profilen. Dette mener vi i utstrakt forstand gjelder for partiet.

Med en målrettet og spesifikk måte å kommunisere på har partiet "hamret" gjennom budskap på kanaler som har vært relevante for publikummet deres - f.eks. Facebook. De har også opparbeidet seg en troverdighet og autensitet med å blant annet vise til konkrete resultater slik Takvam og Aastebøl pekte på. Videre er det vår oppfattelse at særlig spalten til Marie Sneve har vært en kreativ og innovativ måte å kommunisere til potensielle velgere på, som etter vårt skjønn styrker byggingen av merkevaren. Dersom forslaget til Pål Steigan stemmer hva angår Magnus Marsdal og hans angivelige betydning for det politiske prosjektet til partiet, så er det nærliggende å anta at partiet har fått betalt for både innsikt og samfunnsanalyse med økt oppslutning og en større forståelse for hvordan de best skulle kommunisere til sitt kjernepublikum. Ved å prioritere grunnorganisasjonen slik Aastebøl forfektet har de muliggjort en effektiv mobilisering og en følelse av samhold og engasjement som i sin tur antagelig har motivert til videre politisk aktivisme.

Vi mener at merkevarebygging som konsept helt klart er en av de mer vesentlige bestanddelene som forklarer partiets oppsving i oppslutning. Slik Flanagan & Marland (2013) viser til så har de strategisk analysert markedet for å øke appellen sin i de sjiktene de anser som sin målgruppe.

9.2 Populisme fra Rødt?

I teorisegmentet nevnte vi både innvendingen mot Fjellheims (2022) kronikk, men også grunnlaget for denne innvendingen. Selve tanken i Chantal Mouffes "For a left populism" går ut på å dreie det marxistiske prosjektet over i en retning der flere undertrykte gruppers rettigheter innlemmes som legitime rettighetshavere. Her forfekter hun et "agonistisk"-språk som anerkjenner konflikt i samfunnet, men også pragmatisk brobygging. Språket hun fremsetter forstår vi som et språk som trommer sammen et felles "oss" for å utfordre maktstrukturer og sosial ulikhet. Nettopp her går Thorstein Dahle langt i å bekrefte oss når han peker på det han oppfatter som en feiloppfatning rundt det sosialistiske prosjektet. Han sier blant annet at:

Det var et uttrykk som du nevnte i sted og som jeg burde kommentert litt mer inngående. Det går ut på dette med identitet og identitetspolitikk. Spørsmålet er jo hva man mener med identitetspolitikk, det er egentlig et uttrykk som jeg liker veldig dårlig. Jeg liker det veldig dårlig i forhold til sitt egentlige innhold fordi jeg er jo i en kategori som omhandler dette begrepet, jeg er homofil og homofil frigjøringskamp har spilt en viktig rolle i mitt liv.

Slik vi oppfatter det går sitatet til Dahle et stykke på vei i å bevise at innlemmelsen av ulike grupper ikke er utenkelig, ei heller inspirasjonen rundt en «agonistisk»-språkbruk for å stå på barriadene for disse gruppene. Selv om dette er plausibelt, så forblir det på et postulat stadium. Mindre overraskende var det kanskje at ingen med direkte befattning med partiet ville gå med på populistisk ordlyd i formuleringene deres.

Aastebøl gikk dog med på at spissformuleringer var en bestanddel i arsenalet, men ikke at det var en slags «Trump-retorikk» de beskjeftiget seg med.

Som et virkemiddel for å nå ut i media så bruker vi spissformuleringer og setter konflikter mellom høy og lav i samfunnet på spissen. Så hvis det er det man legger i populisme, så er ikke det ordet et skjellsord i mine ører.

Steigan er den eneste assosiert med partiet som går med på at de kommuniserer populistisk, uten at han nødvendigvis så på dette som et utvetydig onde.

Ja det vil jeg si, men da legger jeg for så vidt ikke noe negativt i det skjønner du. Det går an å se på populisme som et forsøk på å samle litt forskjellige grupper for å, uten å være altfor prinsipiell, litt sånn «vi skal omtrent den veien.

En som befinner seg i den mer resolute leiren er Håkon Snorheim. Han uttalte blant annet at: "*Hvis det liksom er enkle løsninger på kompliserte spørsmål, og at det er en viss form for elite som har skylden, så er svaret ja*".

Her er det også et viktig poeng, for partiet er ofte blitt kritisert for nettopp disse angivelige enkle løsningene på kompliserte problemer.

Eksempelvis kan ideer om økt støtte til lavinntektsgrupper og økt beskatning av de rikeste være en del av en populistisk strategi som vil appellere til grupper som føler seg undertrykt og marginalisert av en gruppe på toppen. Vår innvending er ikke relatert til hvorvidt det blir bedre for en gruppe mennesker med eller uten Rødts politikk, men slike spissformuleringer og ideer kan gi utsatte og i enkelte tilfeller desperate mennesker, en følelse av at de blir tatt på alvor. Selv om det slett ikke er garantert at slike løsninger på slike komplekse problemstillinger, rent faktisk vil føre til bedring, stabilitet eller velstand for gruppen et parti eventuelt frir til.

I det offentlige ordskiftet opplever vi at partiet ofte kritiserer globalisering og frihandel av den grunn at de på en ikke tilstrekkelig måte imøtekommer krav til arbeidsforhold og sosiale rettigheter. Dette sammenfaller med Takvam som på spørsmål om partiet oppleves som populistisk, uttalte dette:

Ja det er jo et norsk parti, et veldig norsk parti. Noen ville kanskje gått så langt som å kalle dem nasjonalistiske. Og i meningsbrytningen så er de vel i ytterkanten av å spisse budskapet og benytte seg av populistiske virkemidler.

Videre mente Takvam at et dyktig persongalleri kombinert med en rolle som «outsider» gjorde at det åpnet seg rom for en «agitorisk og morsom måte å opptre på». Å opptre på en måte som mulig kan betegnes som «oppviglersk» er ikke noe som er unikt for partiet, men det er likeframt en måte å fri til massenes potensielle vrede på.

Et lite overraskende funn er at de eksterne virket å ha lettere for å karakterisere retorikken til partiet som populistisk, mens aktørene som har eller har hatt, direkte befatning med partiet som sagt betegner det mer som spissformuleringer. Mudde og Kaltwasser (2017) peker på folket, eliten og folkets vilje som vesentlige elementer i den populistiske verktøykassen – men som kommunikasjonssjef Aastebøl sier, så tror ikke partiet på en ensrettet folkevilje og dyrker heller ikke det som kan være et giftig motsetningsforhold mellom et folk og en elite.

Virkemidlene deres er ifølge han, heller basert på å tydeliggjøre interessekonflikter de mener finnes i samfunnet.

Hvorav Snorheim er mer resolutt i sin karakterisering når han peker på «hesteskoteorien», viser eksempelvis Takvam til at når man er det han betegner som et protestparti, så er det ikke så farlig at alle detaljene ikke nødvendigvis er helt riktig. Steigan, som ikke nødvendigvis så noe galt med det, passet i denne sammenhengen på å legge til at svakheten med populisme på generell basis er at man ofte grumser til vannet for å skjule hvor grunt det egentlig er, noe som i sin tur vil føre til et skjørt fundament å bygge på når krav om konkretisering unektelig vil komme.

Det har også vært en skiftende dagsorden på verdensbasis som ikke utenkelig har tilrettelagt for medvinden partiet har opplevd. I samtale med Dahle ymtet vi forsiktig frempå med et forslag om at partiet var opportunistiske der de potensielt kunne se politiske åpninger. Dahle var ikke med på dette, og mente at dette var samfunnsmessige utfordringer som Rødt hadde hatt gode løsninger på hele tiden. Eneste forskjellen nå var at flere enn tidligere hadde oppdaget nettopp dette. Rødt var dermed ikke ifølge Dahle et parti som «snudde kappen etter vinden». Dermed er ikke partiet etter hans skjønn en «politisk værhanne» men har fanget en zeitgeist basert på at den har truffet dem, ikke at de har «lagt seg etter den».

Dersom Mouffes (2017) teori om at de sosialdemokratiske partiene har klynget mot sentrum og følgelig «de-politisert» i en norsk sammenheng stemmer, kan dette tolkes som et sammenfall med Katz & Mair (1995) kartelliseringsteori, men mulig også bidra til å forklare Arbeiderpartiets nedgang her til lands og følgelig vakuemet som er oppstått. Ifølge Magnus Takvam så kunne man ikke «bare se på Rødt som et isolert fenomen, man må se det i sammenheng med SV og arbeiderpartiet og hele den dynamikken». Derfor velger vi under denne fasetten å underholde plausibiliteten i at partiet Rødt kan ha blitt inspirert av retorikken fremsatt av Chantal Mouffe (2018). Hvis så, er dette post-marxisme og dermed forenelig med at de søker makt i et demokratisk samfunn for å radikalisere og reforhandle innenfor disse institusjonene, men også at de peker på motsetningsforhold i samfunnet for å nedfelle politiske «grensegjerder» i form av blant annet parolen «Forskjells-Norge». Der Iver Aastebøl sier at de ikke «dyrker et giftig motsetningsforhold mellom et folk og en elite, fordi det ikke finnes et folk som har like interesser i alt» så kan dette tolkes som en sammenheng med post-marxismens bestrebelse i å inkludere flere utsatte grupper i kampen mot en angivelig undertrykkelse – men også at de sannsynligvis ikke dyrker dette, de nedfeller disse «grensegjerdene» ved å peke på interessekonflikter som er i tråd med Chantal Mouffes

analyse (2018). For ordens skyld er Chantal Mouffe en teoretiker som også har inspirert det spanske venstreradikale partiet Podemos – noe som ikke peker på et kausalt forhold, men underbygger plausibiliteten i at Rødt kan ha blitt inspirert av denne tankegangen. (Mukherjee, 2016).

Denne bestrebelsen er ikke ment å etablere en kategorisk sammenheng mellom Rødts politikk og hvorvidt de er populistiske, men ment å tjene som en plausibilitetsindikasjon som forhåpentligvis kan si noe om hva som er sannsynlig, med utgangspunkt i informasjonen denne oppgaven består av.

Cathrine Solbakken (2021) undersøkte, som nevnt i innledningen, hvorvidt partiet kommuniserte populistisk med utgangspunkt i et gitt sett med kriterier. Hun fant at partiet hadde langt flere innlegg uten populistisk ordlyd, enn innlegg med. Dog var dette en kvantitativ bestrebelse, og når vi analyserer dette fenomenet i denne studien, er det den «venstrepopulistiske prismet» som er utgangspunktet vårt – en prisme, partiet virker å sammenfalle med.

Vi kan ikke trekke endelige slutninger fra samtalen med informantene våre av den grunn at utenforstående samstemmer, mens de med direkte befatning med partiet vegrer seg for å benytte en slik merkelapp. Likevel anslår vi at populisme har vært en bestanddel, men da forstås også begrepet som en del av en post-marxistisk retorikk.

9.3 Politisk merkevarebygging eller populisme?

Det følgende vil ta for seg det vi anser som det mest interessante funnet relatert til merkevarebyggingen til partiet. I og med at det vi anser som den mest pregnante fasetten er politisk merkevarebygging, vil segmentet bevege seg inn på hvordan vi oppfatter at partiet har bygget merkevaren i form av en konkret strategi, men også samfunnsanalyse hjulpet av sosiologisk teori.

I vår samtale med kommunikasjonssjef i partiet Iver Aastebøl gjorde han oss oppmerksom på den franske sosiologen Pierre Bourdieu og hva tenkningen hans har hatt å si for partiet rent strategisk.

Spørsmålet vi innledet med her, penset inn på hvordan Rødt som i hovedsak hadde blitt kjent som et «akademikerparti», nå slo seg opp i arbeiderklassen og attpåtil klarte å favne om to så tilsynelatende ulike grupper. I det følgende introduserer vi et sitat fra kommunikasjonssjefen. Det er mulig å tolke det som å være av den unødvendig lengre typen, men vi ser det som vesentlig å gjengi det i sin helhet slik at nyansene får tre uforstyrret frem.

Vi har er en koalisjon som du sier, som går fra disse professortypene/akademikerne i byene for å deretter bevege seg nedover i hierarkiet. Jeg vet ikke, er du innforstått med tankegangen til Bourdieu i sosiologien? Da tenker jeg på kulturell og økonomisk kapital. Bourdieu har preget en del av vår tenkning på hvordan ulike samfunnsgrupper har ulike politiske sympatier og hvordan kampen om politisk makt foregår i moderne samfunn, som ikke bare handler om kapital, fattig mot rik. Men som også handler om at det er motsetninger mellom de som har overvekt av kulturell kapital (mye utdanning, offentlig sektor) og de som har mest økonomisk kapital. Disse er gjerne meglertyper og småkjøpmenn, men også sånne ordentlige rikinger.

I en sånn tankegang så ser man at det som ofte er gjennomgående er at det ikke er alltid sånn at det er de fattige som rotter seg sammen mot de rike og omvendt, du får gjerne sånne FrP-fenomener der folk med dårlig råd, men med jobb i privat sektor, bilmekanikeren da for å bruke et eksempel, med midlertidig kontrakt – sympatiserer med samme parti som det aksjemegleren gjør. Ingen av dem vil betale skatt for det går bare til sånne dyre biblioteker nede i sentrum som de aldri bruker, så da skjønner de ikke hvorfor de skal jobbe livet av seg med å skape «ekte verdier» i privat sektor, for at det skal komme de som jobber i offentlig sektor til gode, de som går hjem klokken 15 og som ikke har noen ordentlige krav til seg og bruker opp de pengene. Da får man

noen effekter som gjør at det også er andre ting enn penger og økonomi som er motsetninger i samfunnet som igjen muliggjør sånne koalisjoner. Disse koalisjonene er mulig for oss også, fordi vi kan skape en koalisjon av disse «kulturelite» velgerne over mot de med dårlig råd. Professorer og uføre sammen mot de rike.

Her forsøker Aastebøl å forklare hvordan akademikere (altså de med høy kulturell kapital) som tidligere har vært et trumfkort for partiet - kan falle inn under samme paraply som de med både lav kulturell, men også økonomisk kapital. Så etter Aastebøls eget utsagn så er dette kampen om hvem som skal bety noe, og hvilke egenskaper som premieres i samfunnet.

Som vi mulig husker fra et tidligere segment, så brukte Dag Inge Fjeld (2021) den teoretiske "idealmodellen" inspirert av Bordieau. Her foreslo vi en "fingerspitzengefühl" rundt faktorene Fjeld (2021) skisserte. Vi foreslår på bakgrunn av funnene våre her, at det er ikke Rødt som er inspirert av Fjeld (2021), vi postulerer heller at det er det motsatte som er tilfellet.

Som nevnt tidligere så ble vi i samtale med Pål Steigan oppmerksom på Magnus Marsdal og hans angivelige betydning for partiets politiske prosjekt. Når Aastebøl her omtaler Bordieau sammenfalt dette, da vi oppdaget at Marsdal er inspirert av tenkningen til den franske sosiologen.

GJENNOMFØRING:

Den franske sosiologen Pierre Bourdieu understreker at det *eneste* som kan endre de egenskapene som er sosialisert inn i oss gjennom undertrykking "på en varig måte", er "et virkelig arbeid med mot-dressur som innbefatter gjentakelser av øvelser". Bourdieu mener det er "fullstendig illusorisk" å tro at resultatene av undertrykkinga "kan overvinnes med bevisstheten og viljen som eneste våpen".

(Revolusjonær-Praksis, 2002).

Selv om vi ikke insinuerer at AKP-ml er dagens Rødt, så figurerer Bordieau i den revolusjonære brosjyren til Rød Ungdom allerede i 2002. Magnus Engen Marsdal er på denne utgaven kreditert som bidragsyter.

Kommentator i lederavdelingen til Dagbladet Martine Aurdal, skrev også i et innlegg i Dagbladet av 21.04.23 i anledning landsmøtet til Rødt i Stavanger at:

Ingenting dufter mer av kulturell kapital enn Bourdieu-analyser presentert i firefeltstabeller, og slike tabeller utgjorde hoveddelen av faktaarket Rødt delte ut på pressekonferansen i forkant av helgas landsmøte. Her er faktorer som foreldrebakgrunn, utdanning, økonomi og oppvekst sortert inn på akser som viser kulturell og økonomisk tilhørighet, ut fra ideen om at klassekamp ikke bare handler om økonomi, men også om kulturell bakgrunn (Aurdal, 2023).

Marsdal ble videre også omtalt av Jan-Erik Skretteberg (2007) som en av de ledende ideologene i det som ble betegnet som det politiske skiftet i Rød Ungdom på 90-tallet (Skretteberg, 2007). Attpåtil fikk han tittelen partiets «*Husideolog*» av kommentator i Dagsavisen Jo Moen Bredeveien (Bredeveien, 2023).

Videre skrev Marsdal «FrP koden», slik Steigan pekte på tidligere (Manifesttankesmie, 2023). Som omhandlet det angivelige paradokset at arbeiderklassen stemte på nyliberalistiske partier, samt hvordan venstresiden kunne demme opp for dette. Sitatet til Steigan fra tidligere om «*Skipet venter på en kaptein, det kan være Rødt, men det kan også være SV/Rødt*» sammenfaller også med visjonene Marsdal (potensielt) kan ha for et framtidig venstresideprosjekt når han i Manifest tidsskift av 2021 uttaler:

For toppene i Ap og Sp vil det være ideelt om SV og Rødt ikke evner å koordinere noe som helst. Rødt og SV har antakelig valget mellom å stå sammen, i prioriterte kampsaker, eller å falle hver for seg (Marsdal, 2021).

Slik Steigan så det, og er sitert på over, var Rødts framgang som nevnt et symptom på suksessen til strategien til Marsdal. Dersom vi i det følgende benytter teorien om økonomisk og kulturell kapital, tydeliggjør det muligens hvordan partiet flyttet grunnfjellet sitt. Ved å fokusere på politikk som berører både høyt utdannede, men også arbeiderklassen har partiet klart å samle to tilsynelatende urelaterte leirer. De har vært tydelige på at de ønsker en styrking av velferdsstaten, som vil være viktig for mange i arbeiderklassen - men (hadde) også en tydelig miljøprofil som mulig appellerte til velgere med høyere utdanning. Videre har en tydelighet rundt bekjempelse av økende økonomiske forskjeller under blant annet parolen "Forskjells-Norge" vært innbringende hos både arbeiderklassen, men også høyere utdannede som ser den etiske merverdien i et angivelig mer rettferdig samfunn. De har bygget kulturell

kapital gjennom politisk merkevarebygging, som innebærer å være en radikal og progressiv bevegelse som vi antar har engasjert flust med yngre velgere og aktivister.

Helt konkret i et merkevareøyemed skrev Joachim Waade i Morgenbladet av 2023 at venstresiden skulle satse tungt på digitale plattformer (Waade, 2023). Spydspissen bak denne bestrebelsen var Magnus Marsdal. Manifest er ikke partiet Rødt, men er venstresidens tankesmie med det vi anser som åpenbare forbindelser til partiet. I forbindelse med denne satsningen skulle Manifest Media satse på tre forskjellige områder i første omgang (Waade, 2023). Der venstresiden hadde vært sterke i tekstformat i form av avisen Klassekampen, skulle disse prosjektene både nyansere og bygge det vi anser som merkevare i form av Podkastene Mimir & Marsdal, samt det satiriske programmet «Kontrollen», som Marsdal titulerte «*venstresidens Nytt på Nytt*». «Brød og fred» er enda en nylansering og et prosjekt ved tittelen "Økonomi på 1-2-3" skulle komme som en satsning for å nå et yngre publikum via Instagram og muligens TikTok (Waade, 2023). Med alt dette, mente Marsdal at dette kunne være en "*digital bro inn i framtidens markeder for Klassekampen*". Overnevnte podkast «Mimir & Marsdal» ble for ordens skyld også varmt anbefalt i Rødt Nytt (2023).

«*Er du bitt av podkast-basillen? Her er Rødt Nytt's tips til seks spennende podkaster for deg med hjertet på venstre side*» (Rødt-Nytt, 2023).

Et poeng fra Kalnes (2009) baserer seg på denne kontrollen på narrativet, som er vesentlig for partier i et medielandskap som antagelig ikke alltid er lydhøre overfor et gitt partis dagsorden. Kalnes (2009) mener derfor som nevnt tidligere, at en profesjonalisering av partienes interaktive innsats er viktig av denne grunnen. Kalnes (2009) benytter blant annet Italia under Berlusconi, som eksempel på et partisanpreget medieklime der viktigheten av egen regi har vært ekstra pregnant. Dette skal ikke tolkes som en antydning som sår tvil om nyhetsmedienes integritet i en norsk sammenheng, men heller forstås som en del av hvorfor det vi anser som arkitektene bak venstresidens prosjekt må satse tungt på digitale nyvinninger.

Uten at Marsdals angivelige rolle skal overdimensjoneres i denne teksten da partiet og dets forgreininger består av dyktige folk, så er antagelig hans bestrebelser i form av sosiologisk samfunnsanalyse og merkevarebygging etter alt å dømme meget vesentlig for partiets retning og følgelig oppslutning.

9.4 Diskusjon og konkluderende kommentarer

Dette har vært en kvalitativ bestrebelse å undersøke problemstillingen og forskningsspørsmålene som lyder: «*Partiet Rødt har gått fra å være et mikroparti i 2009, til å komme over sperregrensen. Hvordan kan dette oppsvinget i oppslutning forklares som et resultat av a) politisk merkevarebygging, b) populisme*».

Ut ifra både innsamlet materiale og gjennomførte intervjuer kan man si at partiet har gjennomgått en prosess der de aktivt har bygget merkevaren sin. Som nevnt tidligere så bygger jo "alle" en merkevare. Det i seg selv er ikke nevneverdig oppsiktsvekkende. Men partiets prosess virker å ha vært både metodisk og suksessrik. "Personaliseringen" av politikken som Enli og Skogerbø (2013) peker på, er en fasett som vi som fremlagt, har vist at partiet har tatt på strak arm.

Personfokuset som ble viktigere etter den stadig mer digitaliserte hverdagen og som Lilleker og Jackson (2010) pekte på, gjorde at aktører i større grad kunne sette egen dagsorden på egne premisser. Denne kontrollen på narrativet har vi sett at partiet i stor grad har behersket så langt.

Kommunikasjonssjef Aastebøl virket ikke særlig begeistret for begrepet selv om han snakket villig om temaet, og ikke direkte la skjul på det. Men i tonen hans merket vi å spore en slags motvillighet til å fullt ut innrømme at det har foregått en bevisst bygging av merkevaren når han henviser til at det er et uunngåelig biprodukt av det å virke som et politisk parti. Vi tolker det dithen at dette er en slags politisk «Sprezzatura» der et gjennomført sluttprodukt på ingen måte må avsløres som et resultat av streben, men heller som et resultat av det som blir oppfattet som «autentisk». Det er en slags uverdighet i å innrømme at «man prøver», det skal helst skje helt naturlig uten å gi skjebnen så mye som et dytt. Slik vi opplever det, er det å bygge en merkevare mulig forbundet med taktløs manipulasjon av de små detaljene, og selv om vi ikke nødvendigvis har belegg for å hevde det – så antar vi at en åpenhet rundt å beskjefte seg med såkalte små detaljer, lite trolig ville blitt godt mottatt.

En annen viktig ting ved imaget til partiet og dets representanter som vi har merket oss, er det «lett rufsete». Det er noe folkelig, jordnært og autentisk med stortingsrepresentanter iført islender med ukjemmet hår. I et mylder av striglete og nybarberte yrkespolitikere, antar vi at dette er noe som gir direkte gjenklang hos "proletariatet" om en vil. Dette er også noe vi siterte Aastebøl på, og som Jacobsen (2021) pekte på når han mente at «*nasjonen alltid hadde*

hatt sansen for lett lurvete venstreramper». Det at moren til nevnte politiker iført islender, i tillegg er trygdet – og som attpåtil førte til bokutgivelse. Vil vi definitivt anta hever kredibiliteten i et arbeiderklassestrata av samfunnet.

Partiet har videre fanget «zeitgeisten» slik vi innledet med, med å bore dypere i arbeiderklassen for å ikke stå igjen som et akademikerparti. De har i denne vendingen også måttet prioritere på en måte som mulig har gjort litt vondt. De har slått seg opp i sosiale medier og kommuniserer aktivt og spisset mot det de anser som sitt kjernepublikum.

En viktig ting var at politisk merkevarebygging som konsept virker ladet som begrep for aktører som angivelig driver med dette, men heller mer diffust for utenforstående. Dette kan tenkes å mulig være selve kongstanken bak en slik prosess der en skal virke uten å synes, hvis en synes er mye av poenget borte.

Partiet har slik vi oppfatter det skapt en sterk identitet som har gått ut på å utmeisle en konsis politisk plattform, gjenkjennelig logo og visuelt uttrykk, samt en konsekvent måte å kommunisere på og «tone of voice» i all kommunikasjon til forskjellige stakeholders.

Ved møysommelig arbeid over tid har partiet utnyttet sosiale medier på en eiendommelig måte for å styrke merkevaren sin og følgelig opparbeidet seg en anselig og dedikert følgerskare her. De har også skapt robuste og autentiske forbindelser til potensielle velgere ved å lytte til både innvendinger og bekymringer hos grasroten. Vi har ikke fokusert nevneverdig på dette i oppgaven, men en annen viktig faktor er hvordan partiet har vært dyktige til å bygge forgreininger til andre aktører. Både politiske, som Enhedslisten i Danmark- etter sitat fra Aastebøl, organisatoriske, samt i sivilsamfunnet. Dette har muliggjort for partiet å bygge nettverk og allianser av en stadig bredere karakter, som igjen har styrket den gjengse oppfattelsen av partiet som en troverdig og pålitelig aktør i den politiske sammenhengen.

Videre ble populisme-begrepet diskutert med informantene. Dette var et begrep vi antok kom til å bidra til sprik svarene og fikk til dels rett i dette. Der informanter med direkte befatning kobler det til uskyldige og nødvendige spissformuleringer av budskapet, er utenforstående mer resolute i karakteriseringen av partiets sjargong og retorikk, slik som pekt på tidligere.

Etter partiets inntreden på stortinget har de lagt seg på en mindre kontrær linje. Det vil si, som et utfordrerparti benytter de seg ofte av en ordbruk som mulig kan passe betegnelsen populistisk. Som i for eksempel tittelen på Marie Sneves video «*kaksedagen 30. januar*».

Men selvransakelsen markert av Kristjansson og Myhres (2009) innlegg avga startskuddet på det som vi oppfatter som et paradigmeskifte i partiets språkbruk. Stadig gestalter de rollen som "ombudsmann" slik Magnus Takvam mente, men etter flere år der det som er deres potensielle publikum har kunnet se konkretisert avkastning av nevnte posisjon - har det etter vår oppfattelse ikke vært like nødvendig å ordlegge seg like skarpt. I deres retoriske stil mener vi at det er et vesentlig skille mellom å være «ombudsmann» og «vaktbikkje» og det er her de mest anselige forskjellene finner sted, etter det vi erfarer. Vår arbeidshypotese er at en «vaktbikkje» «bjeffer», mens en «ombudsmann» ser til at ting foregår på det som anses som å være en sømmelig måte.

Men selv om de personifiserer denne «ombudsmann» rollen – så er fortsatt partiet systemkritisk og gjør følgelig utfall mot det såkalte etablissementet. Der de peker på at mens andre befinner seg i en tilstand av servil avmakt i møte med større selskaper og rike enkeltpersoner – peker de på seg selv som partiet med handlekraft og ståpåvilje nok til å utfordre makten på vegne av folket.

Ideologi virker lite viktig for partiet sammenlignet med hva tidligere "versjoner" av partiet har fokusert på. Dog nevnte Takvam lakonisk at *"det er få andre som er like glade i teoretiske diskusjoner som i Rødt"*. Steigan på sin side virker uten illusjoner når det gjelder levende eller døde ideologiske forhåpninger til det som en gang var moderskipet. I samtale med han gjorde han det klart at alt snakk om sosialistisk/kommunistisk tankegods kun var festtaler innrettet mot den gamle kaderen i partiet. Denne gamle kaderen finnes fortsatt, og Takvam viste til *"spøkelset"* til Jorun Gulbrandsen som fortsatt var en faktor i partiet. Partiet styres altså i dag av en gruppe mennesker som etter det vi opplever, har helt andre politiske, historiske og kulturelle referanser enn sine forgjengere.

Denne "barnetroen" les: maoisme, som Steigan snakker om, er etter det vi erfarer, erstattet med en ideologisk pragmatisme som er fleksibel nok til å foreta hamskifter der den ser det nødvendig selv. Med det mener vi at partiet er fleksibelt nok til å fri til «roughnecks» i Nordsjøen, som bekler roller i en sektor som i et miljøperspektiv av mange menes å burde avgå ved døden, om ikke så dramatisk så i hvert fall fases ut – samtidig som at de er et parti der et anselig sjikt av massen er klimabevisste. De sjonglerer disse forskjellige gruppene og er så fleksible nettopp fordi de har forlatt denne ideologiske renhetstankegangen. Det som står igjen er ikke det som av mange ble betegnet som et autoritært kaderparti, men et parti som mulig kjennetegnes av en sosial altruisme og solidaritet. Forskjellen slik vi ser det er at denne sosiale altruismen og solidariteten ikke virker å stå i et motsetningsforhold til strukturene

kapitalismen har skapt, selv om enkelte aktører i partiet gjerne sier dette. Den er ikke en trojansk hest som vil bykse så snart den er innenfor kapitalismens bymurer, men en bevegelse som etter møysommelige studier har lært seg å snakke språket til allmennheten og tilsynelatende bli en del av den. De «eldre» bekymrer seg over dette, men den «proletære prismet» er et verktøy som i økende grad virker å ha passert best før datoen.

Som nevnt ved flere anledninger tidligere, så gjorde Pål Steigan oss oppmerksom på Magnus Marsdal og hans angivelige betydning for partiets politiske prosjekt. Strategisk samfunnsanalyse har definitivt bistått partiet i å analysere hvor skillelinjene går i samfunnet, for å følgelig spisse den kommunikative profilen i retning siktepunktet. Men når denne samfunnsanalysen er foretatt, vil vi argumentere for at en agonistisk form for populistisk retorikk, etter alt å dømme har vært spydspissen ved å nedfelle disse politiske «grensegjerdene» vi omtalte tidligere i teksten. Som nevnt var ideologi mindre viktig, og dette «hamskiftet» er etter det vi opplever et resultat av at partiet trekker lenger til høyre for å tette dette mye omtalte sosialdemokratiske vakuuget – som også Mouffe (2018) omtaler. Så ved å ikke isolere seg i elfenbenstårnet sitt og ved å bygge en solid grunnorganisasjon slik blant annet Aastebøl pekte på, har partiet utviklet et sett med følsomme tentakler som med høy presisjon har kunnet plukke opp det som måtte røre seg på grasrotnivå rundt om i det ganske land – som har gjort partiet i stand til å ane konturene av handlingsrommet som har åpnet seg på venstresiden i norsk politikk. Agonismen gjør partiet i stand til å benytte mange av de samme virkemidlene som deres nyliberale motparter allerede har tatt i bruk over lengre tid – dog med et annet siktepunkt: å radikaliserer den demokratiske pluralismen og reforhandle termene som er bygd inn i denne strukturen. En strategi som har likhetstrekk med «FrP koden» sitt siktepunkt, om hvorvidt disse strategiene er tilgjengelige for venstresiden.

Du ser jo den nostalgien de har med for eksempel «hva ville Gerhardsen sagt» og når man spør dem, hva er ditt idealsamfunn så svarer de at det er et sosialdemokratisk samfunn. Det handler om en defensiv strategi for å bevare de seierne som arbeiderbevegelsen har oppnådd og det velferdssamfunnet vi har, det er det kampen står om (Takvam, 2022).

Der Thorstein Dahle snakker om at han er litt bekymret for at partiet blir et sosialdemokratisk parti kan vi til dels gi han rett i at det er en overhengende "fare" for dette. Partiet virker etter hvert som eldre mer ideologisk stringente medlemmer faller fra - å drive mer over i et

sosialdemokratisk landskap der 60-tallets Arbeiderpartidealer blir holdt frem som en gullstandard partiet burde styres etter.

Videre vil vi understreke at å bygge en politisk merkevare og kommunisere på en måte som kan karakteriseres som populistisk er to forskjellige konsepter som likevel kan ha overlappende trekk. Der byggingen av en merkevare er prosessen med å etablere et fordelaktig bilde av en aktør ved å skape identitet, verdier og løfter som søker å nå et særskilt sjikt, der målet er å bygge en tilhengerskare gjennom markedsføring og kommunikasjon. Beror den klassiske forståelsen av populisme på en forenkling av budskap for å mobilisere velgere. Dette gjerne i kombinasjon med utnyttelse av misnøye og frustrasjon. Slik vi oppfatter overlappet så omhandler det 1. Forenkling av budskap 2. Å identifisere seg med et folk 3. Å kunne utnytte misnøye og frustrasjon 4. Kommunisere gjennom medier og sosiale plattformer, begge deler er som regel avhengig av digitale plattformer for å nå ut med budskapet sitt. Det skal nevnes at ikke all politisk merkevarebygging er populistisk og ikke all populisme er knyttet til å bygge en merkevare, men overlappende elementer er helt klart tydeliggjorte ved veis ende i denne studien. I transparensens navn så er det ikke alltid like åpenbart for undertegnede hvor den ene fasetten starter og den andre slutter, men i tråd med forskningsspørsmålene kan vi konkludere med at A: partiet har bygget en vellykket merkevare som har vært gunstig for oppslutningen. Og B: Partiet har kommunisert på en måte som kan karakteriseres som venstrepopulistisk.

I denne oppgaven redegjorte vi først for bakgrunnen for valg av siktepunkt før vi beveget oss videre til det kontekstuelle bakteppet som var kapittelet «sosialismens grunnleggende filosofi og prosjekt» Dette kapittelet tjener ingen videre rolle i teksten, slik vi understreket. Deretter gikk vi videre til det teoretiske utgangspunktet, før det ble redegjort for bruk av metode. Det som var av interesse, er hvordan partiet har vunnet terreng. Derfor så vi empirisk nøyere på periodene 2007 som er det første kommunevalget, 2009 som første stortingsvalg, samt 2021 som i skrivende stund var siste stortingsvalg der partiet oppnådde 4,7%. Vi valgte denne fremgangsmåten for å illustrere hvordan partiet har både endret og utviklet seg i takt med tiden. Til sist ble forskningsspørsmålene diskutert med informantene som kom med egne betraktninger om forholdene i samspill med våre egne refleksjoner.

Selv om Fjellheim (2022) spissformulerte at partiet «*står på branntomten av en forfeilet bevegelse*» så har vi en annen innvending hva det angår kronikken hans i Nordlys. Vår innvending, som mulig kan stå i fare for å virke normativ – er at bevegelsen slett ikke er forfeilet, den har bare vært dynamisk nok til å omskape seg til noe som er i tråd med tiden vi

lever i. «Moderskipet» som var AKP-ml var en omfattende bevegelse som engasjerte unge over hele landet. Unge som i dag bekler prominente verv og stillinger i alle samfunnslag. Det engasjerte de unge, og muligens provoserte sin samtid, men arven etter dette fenomenet er aldeles krystallklart den dag i dag. At språket, drakten og ideene muligens virker daterte og avleggs i dag, gjør ikke arven mindre relevant, og i hvert fall ikke forfeilet. Selv om AKP-(ml) aldri ble «stuerent» og forble det en muligens kan karakterisere som en subkultur – så seiler arvtakeren opp som en kandidat man etter alle øremerker burde ta på alvor som en habil utfordrer i årene som kommer.

Partiet har tatt mål av seg. Etter eget utsagn var trolig ikke nisjen for revolusjonære partier i velferdsstaten Norge så stor. Men når nevnte velferdsstat etter alt å dømme står uten forsvarere, er det alltid noen som kan fylle skoene. Da trenger man antagelig ikke revolusjon.

Det menes med denne studien å ha blitt etterrettelig redegjort for problemstillingen: «*Partiet Rødt har gått fra å være et mikroparti i 2009, til å komme over sperregrensen. Hvordan kan dette oppsvinget i oppslutning forklares som et resultat av a) politisk merkevarebygging, b) populisme*». Vår konklusjon er at partiets økte oppslutning ser ut til å ha mye å gjøre med en bevisst merkevarebygging og en viss populistisk tilnæringsmåte. Det er dermed ikke sagt at dette er de eneste singulære forklaringsvariablene som forklarer vekst eller fall, men på bakgrunn av erfaringer som er gjort med denne oppgaven, kan vi argumentere for at vår spissing av siktepunktet burde ha en anselig forklaringskraft.

Litteraturliste

- Aastebøl, I. (2011). «Utøya-generasjonen». DN. Hentet fra:
<https://www.dn.no/studier/utoya-generasjonen/1-1-1685115>
- Adams, W.C. (2015) Conducting Semi-Structured Interviews. In: Wholey, J.S., Harty, H.P. and Newcomer, K.E., Eds., Handbook of Practical Program Evaluation, Jossey-Bass, San Francisco, 492-505. <https://doi.org/10.1002/9781119171386.ch19>
- Adresseavisen. (2007). «Nå samles radikalerne på Valen» Adresseavisen. Hentet fra:
<https://app.retriever.info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=true&fromDate=2007-01-01&searchString=Erkjennelsen%20av%20at%20vi%20ikke%20f%C3%A5r%20gjort%20det%20vi%20vil%20f%C3%B8r%20vi%20s%C3%B8ker%20makt%20har%20n%C3%A5dd%20oss&toDate=2007-12-31>
- Aftenposten. (2007) «Barbereren i Bergen». Hentet fra:
<https://www.aftenposten.no/norge/politikk/i/wOEdn/barbereren-i-bergen>
- Akp. (2007) «Sakspapir: Valgstrategi for lokalvalget 2007». Hentet fra:
<https://akp.no/nyttparti/valgstrategi-040207.html>
- Akp.no. (2002). «Revolusjonær praksis». Hentet fra: https://akp.no/ml-historie/pdf/ungdom/hefter/revolusjonar_praksis.pdf
- Armannsdottir, G., & Carnell, S., & Pich, C. (2019). Exploring Personal Political Brands of Iceland's Parliamentarians. Journal of Political Marketing. 19. 1-33.
10.1080/15377857.2019.1680931.
- Arnljot, A. (2006). «Et nytt parti?». Akp. Hentet fra: <https://akp.no/avis/2006/02/nytt-parti.html>
- Aurdal, M. (2023). «Har ikke kontroll». Dagbladet. Hentet fra:
<https://www.dagbladet.no/meninger/har-ikke-kontroll/79069090>
- Bordvik, M., & Wiederstrøm, G. (2008). «Rømmer fra Rødt». Bergens tidende. Hentet fra:
<https://www.bt.no/nyheter/lokalt/i/0vAg0/roemmer-fra-roedt>

- Bowen, G.A. (2009), "Document Analysis as a Qualitative Research Method", *Qualitative Research Journal*, Vol. 9 No. 2, pp. 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Bredeveien, J. M. (2023). «Er dette konsekvensen av Rødts vekst? En venstreside som i avmakt kaster bort mandatet sitt på intern krangling?». *Dagsavisen*. Hentet fra: <https://www.dagsavisen.no/debatt/kommentar/2023/04/22/er-dette-konsekvensen-av-rodts-vekst-en-venstreside-som-i-avmakt-kaster-bort-mandatet-sitt-pa-intern-krangling>
- Brandal, N. (2015). «Totalitær venstre-orientering». *Norgeshistorie*. Hentet fra: <https://www.norgeshistorie.no/oljealder-og-overflod/1917-totaliter-venstreorientering.html>
- BTF INNSIKT. (2023). «Sosioraster». Hentet fra: <https://www.btfinnsikt.no/innsikt/sosioraster-0/>
- Cohen, G. A. (2009). *Why Not Socialism?* (STU-Student edition). Princeton University Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt7sk94>
- Cosgrove, K. M. (2012). Political branding in the modern age: effective strategies, tools and techniques. In *Routledge handbook of political marketing* (pp. 122-138). Routledge. <https://doi.org/9780203349908>
- Datatilsynet. (2019). "På parti med teknologien. Digital målretting av politiske budskap i Norge.". <https://www.datatilsynet.no/globalassets/global/dokumenter-pdf-er-skjema-ol/rettigheter-og-plikter/rapporter/pa-parti-med-teknologien.pdf>
- Ebneyamini, S., & Sadeghi Moghadam, M. R. (2018). Toward developing a framework for conducting case study research. *International journal of qualitative methods*, 17(1), 1609406918817954.
- Einstein, A. (2010). Why Socialism?. In: Sitton, J.F. (eds) *Marx Today*. Palgrave Macmillan, New York. https://doi.org/10.1057/9780230117457_11
- Enli, G. S., & Skogerbø, E. (2013). Personalized campaigns in party-centred politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, communication & society*, 16(5), 757-774. 10.1080/1369118X.2013.782330.
- Facebook/Roedt. (2023). "Tid for tall m Marie Sneve Martinussen". Hentet fra: <https://www.facebook.com/watch/Roedt/842016193332148/>

- Fjellheim, S. (2022). «Moxnes sykler på vannet» Nettavisen Norsk debatt. Hentet fra: <https://www.nettavisen.no/norsk-debatt/moxnes-sykler-pa-vannet/o/5-95-381358>
- Flick, U. (Ed.). (2017). The Sage handbook of qualitative data collection. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781526416070>.
- Folkogforsvar. (2023). «Kadre». Hentet fra: <https://folkogforsvar.no/leksikon/kadre/>
- Galdas, P. (2017). Revisiting bias in qualitative research: Reflections on its relationship with funding and impact. International Journal of Qualitative Methods, 16(1), <https://doi.org/10.1177/1609406917748992>
- Geelmuyden Kiese. (2022). «Vi flytter makt». Hentet fra <https://gknordic.com/no/>
- Gildas, L. D. (2017). «Chantal Mouffe: "We urgently need to promote a left-populism"». Verso, Hentet fra: <https://www.versobooks.com/en-gb/blogs/news/3341-chantal-mouffe-we-urgently-need-to-promote-a-left-populism>
- Golafshani, N. (2003). Understanding reliability and validity in qualitative research. The qualitative report, 8(4), 597-607.
- Grafisk materiell. (2023). "Bokmål logo". Hentet fra: <https://roedt.no/grafisk-materiell>
- Grande, T. R. (2021). «Slik skaper politikerne engasjement i sosiale medier». Forskning.no. Hentet fra: <https://forskning.no/hoyskolen-kristiania-kommunikasjon-media/slik-skaper-politikerne-engasjement-i-sosiale-medier/1908828>
- Heiervang, C. H. (2021). «Det røde skiftet». NRK. Hentet fra: <https://www.nrk.no/norge/xl/det-rode-skiftet-1.15629783>
- Henmo, J. (2021). «Den røde roboten». Klassekampen. Hentet fra: <https://klassekampen.no/utgave/2021-09-25/den-rode-roboten>
- Henriksen, T. K., m.fl (2021). «Huitfeldt: – Rødts forsvarspolitikker tjener Putins interesser». NRK. Hentet fra: <https://www.nrk.no/norge/flere-rodt-politikere-snur-om-vapen-til-ukraina-1.16261091>
- Holmøy, K.R. (2009). «Rød snuoperasjon». Klassekampen. Hentet fra: <https://klassekampen.no/artikkel/2009-07-04/rod-snuoperasjon>
- Issuu. (2023). «Verdt å lytte til». Hentet fra: https://issuu.com/brage/docs/rn_2-2023_skjerm/s/22600476

- Jacobsen, F. (2021). «En rød ramp i Rogaland er stortingsvalgets joker». DN. Hentet fra: <https://www.dn.no/uten-filter/politikk/stortingsvalget-2021/rodt/en-rod-ramp-i-rogaland-er-stortingsvalgets-joker/2-1-992763>
- Jamshed, S. (2014). Qualitative research method-interviewing and observation. *Journal of basic and clinical pharmacy*, 5(4), 87. 10.1080/19331680903041845
- Johns, R., & Kölln, A. K. (2020). Moderation and competence: How a party's ideological position shapes its valence reputation. *American Journal of Political Science*, 64(3), 649-663. <https://doi.org/10.1111/ajps.12481>
- Kalnes, Ø. (2009). Norwegian parties and Web 2.0. *Journal of Information Technology & Politics*, 6(3-4), 251-266. 10.1080/19331680903041845
- Kalstad, L. M. (2009). «Rødt med egen piratkampanje». *Vårt Land*. Hentet fra: <https://www.vl.no/kultur/2009/02/18/rodt-med-egen-piratkampanje/>
- Katz, R. S., & Mair, P. (2009). The cartel party thesis: A restatement. *Perspectives on politics*, 7(4), 753-766.
- Katz, R. S., & Mair, P. (1995). Changing models of party organization and party democracy: the emergence of the cartel party. *Party politics*, 1(1), 5-28. <https://doi.org/10.1177/1354068895001001001>
- Klassekampen. (2023). Hentet fra: <https://www.morgenbladet.no/aktuelt/2023/01/19/venstresiden-gar-for-digitalt-herredomme-men-er-det-20-ar-for-sent/>
- Klassekampen. (2007). «Rødt?» Klassekampen. Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=true&fromDate=2007-04-13&searchString=Arild%20R%C3%B8nsen&toDate=2007-04-13>
- Kornai, J. (1992). *The socialist system: The political economy of communism*. Princeton University Press.
- Kristjansson, M., & Myhre, S.M. (2009). «Skjebnetid for Rødt. » Klassekampen. Hentet fra: 23.09.2009. <https://app.retriever-info.com/og/article/0550102009092327118/null/archive/search?type=jwt>

- Lilleker, D. G., & Jackson, N. A. (2010). Towards a more participatory style of election campaigning: The impact of Web 2.0 on the UK 2010 general election. *Policy & internet*, 2(3), 69-98. <https://doi.org/10.2202/1944-2866.1064>
- Løseth, K. (2017) «Rødts historie». TV2. Hentet fra: <https://www.tv2.no/a/9232885/>
- Maaø, M. (2021). «Vil ha Rødt-nestleder som finansminister». *Finansavisen*. Hentet fra: <https://www.finansavisen.no/nyheter/naeringsliv/2021/07/15/7705286/sommersporsmal-med-marie-storli-fra-rethinking-economics?zephrossoott=EHUxnT>
- Manifesttankesmie. (2023). «Våre ansatte». Hentet fra: <https://manifesttankesmie.no/vare-ansatte/>
- Marland, A., & Flanagan, T. (2013). Brand new party: political branding and the Conservative Party of Canada. *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*, 46(4), 951-972. <http://www.jstor.org/stable/43298397>
- Martens, J. D. (2009). «Sosialisme på norsk». *Klassekampen*. Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/go/article/0550102009081324815/null/archive/search?type=jwt>
- Morgan, H. (2022). Conducting a Qualitative Document Analysis. *Qualitative report*, 27(1).
- Morland, J. K. (1992). [Review of *A Case for the Case Study.*, by J. R. Feagin, A. M. Orum, & G. Sjoberg]. *Social Forces*, 71(1), 240–242. <https://doi.org/10.2307/2579984>
- Mouffe, C. (2018). *For a left populism*. Verso Books.
- Mouffe, C. (1999). Deliberative democracy or agonistic pluralism?. *Social research*, 745-758.
- Mouffe, C., & Laclau, L. (1985). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. London Verso.
- Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and opposition*, 39(4), 541-563.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Mukherjee, J. (2016). «Podemos: In the Name of the People». *Redpepper*. Hentet fra: <https://www.redpepper.org.uk/book-review-podemos-in-the-name-of-the-people/>
- Nakkim, K. (2022). «Slutter i NRK» *Dagbladet*. Hentet fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/slutter-i-nrk/75470508>

- NTB. (2012). «Moxnes ny partileder i Rødt». NRK. Hentet fra:
<https://www.nrk.no/norge/moxnes-ny-partileder-i-rodt-1.8122172>
- Opedal, H. (2021). «Mimir Kristjansson (34) vil på Stortinget, men vet ikke helt om han er egnet». Aftenposten. Hentet fra:
<https://www.aftenposten.no/amagasinet/i/zgarEw/mimir-kristjansson-34-vil-paa-stortinget-men-vet-ikke-helt-om-han-er-egnet>
- Orb, A., Eisenhauer, L., & Wynaden, D. (2001). Ethics in qualitative research. *Journal of nursing scholarship*, 33(1), 93-96. 33. 93-6. 10.1111/j.1547-5069.2001.00093.x.
- Orum, A. M. (2015). Case Study: Logic. 10.1016/B978-0-08-097086-8.44002-X.
- Philbrick, J. L., & Cleveland, A. D. (2015). Personal branding: building your pathway to professional success. *Medical reference services quarterly*, 34(2), 181-189.
- Redaksjonen. (2009). «Rød kritikk av SVs krigsmotstand». VG. Hentet fra:
<https://www.vg.no/nyheter/utenriks/i/11nyM/roed-kritikk-av-svs-krigsmotstand>
- Roemer, J. E. (1994). A future for socialism. *Politics & Society*, 22(4), 451-478.
<https://doi.org/10.1177/0032329294022004003>
- Rognlien, J. (2019). «Trygdebeistets hevn». Dagbladet. Hentet fra:
<https://www.dagbladet.no/kultur/trygdebeistets-hevn/71519358>
- Rødt. (2022). "Ansatte". Hentet fra <https://roedt.no/ansatte>
- Rødt. (2009). «Skoleringshelg 27.2 - 1.3» Hentet fra:
<https://roedt.no/nyheter/2009/02/kandidatskoleringshelg-272-%E2%80%93-1-3/>
- Rødt. (2007). «Valget 2007 - et godt utgangspunkt for å utvikle partiets slagkraft». Hentet fra:
<https://roedt.no/nyheter/2007/09/oppsummering2007valg/>
- Saccone, E. (1987). The Portrait of the Courtier in Castiglione. *Italica*, 64(1), 1-18.
<https://doi.org/10.2307/478508>.
- Sjøli, H. P. (2021). «Tullepartiet» som brøt sperregrensen». VG. Hentet fra:
<https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/ALERnq/tullepartiet-som-broet-sperregrensen>
- Sjøli, H. P. (2009). «Det går som med NKP». Klassekampen. Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/go-article/0550102009091726802/null/archive/search?type=jwt>

- Sjøli, H. P. (2005). Mao, min Mao. Historien om AKPs vekst og fall. Oslo: Cappelen.
- SNL. (2023). «fingerspitzgefühl». Hentet fra: <https://snl.no/fingerspitzgef%C3%BChl>
- SNL. (2022). "Pål Steigan" Hentet fra: https://snl.no/P%C3%A51_Steigan
- SNL. (2022). "Torstein Dahle" Hentet fra https://snl.no/Torstein_Dahle
- Skodje, M. (2021). «Mimir Kristjánsson (34) tar billappen for å komme på Stortinget». NRK. Hentet fra: https://www.nrk.no/rogaland/mimir-kristjansson-_34_-tar-billappen-for-a-komme-pa-stortinget-1.15464754
- Skretteberg, J. E. (2007). «Sosialdemokratiets fall og nyliberalismens framvekst (bokomtale)». Marxisme.no. Hentet fra: <https://marxisme.no/jan-erik-skretteberg/>
- Solbakken, C. (2021). "Ren populisme!" Finnes det populistiske trekk ved Rødts kommunikasjonsstil på Facebook? (Master's thesis, The University of Bergen).
- SSB. (2021). «Uføretrygdede». Hentet fra : <https://www.ssb.no/sosiale-forhold-og-kriminalitet/trygd-og-stonad/statistikk/uforetrygdede>
- Staff and agencies in Budapest. (2017). «Hungary threatens to ban Heineken's red star as communist». Theguardian. Hentet fra: <https://www.theguardian.com/world/2017/mar/24/hungary-threatens-to-ban-heineken-star-logo-as-communist>
- Stoecker, R. (1991). Evaluating and rethinking the case study. The sociological review, 39(1), 88-112. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1991.tb02970.x>
- Stortinget. (2022). "Persen, Marte Mjøs". Hentet fra: <https://www.stortinget.no/no/Representanter-og-komiteer/Representantene/Representant/?perid=MARPER>
- Stortinget. (2021). Rødt (R). Hentet fra: <https://www.stortinget.no/no/Representanterogkomiteer/Partiene/rodt>
- Søndeland, G. (2021). «Rødt i 2017: Tårer, drama og kaos. Rødt i 2021: Pengefest og Norges raskest voksende parti». Stavanger Aftenblad. Hentet fra: <https://www.aftenbladet.no/innenriks/i/BlkxAE/roedt-i-2017-taarer-drama-og-kaos-roedt-i-2021-pengefest-og-norges-raskest-voksende-parti>
- Tvedt, T. (1989). (Ml): en bok om maoismen i Norge. Ad Notam forlag.

- Tveter, Ø. (2021). «Slik knekte Rødt koden». Aftenposten. Hentet fra:
<https://www.aftenposten.no/norge/politikk/i/Kzje5y/slik-knekte-roedt-koden>
- Unaune-Zahl, P. (2009). «Rot og kjedelige nettsider hos norske partier». VG. Hentet fra:
<https://www.vg.no/forbruker/teknologi/i/6mz58/rot-og-kjedelige-nettsider-hos-norske-partier>
- Van der Veen, R. J., & Van Parijs, P. (1986). A capitalist road to communism. Theory and Society, 635-655. <https://doi.org/10.1007/BF00239129>
- VG. (2006). «AKP og RV slår seg sammen: - RV går bakover i tid». Hentet fra:
<https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/7Xpa8/akp-og-rv-slaar-seg-sammen-rv-gaar-bakover-i-tid>
- Vikås, M., & Eisenträger, S. (2009). «Lanserer Støre som kandidat til NATO-toppjobb». VG. Hentet fra: <https://www.vg.no/nyheter/utenriks/i/L8kK1/lanserer-stoere-som-kandidat-til-nato-toppjobb>
- Vold, E. (2009). «Venstrepartienes tiår?». Klassekampen. Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/go-article/0550102009123132485/null/archive/search?type=jwt>
- Von Mises, L., & Kahane, J. (1951). Socialism: An economic and sociological analysis.
- Waade, J. (2023). «Venstresiden går for digitalt herredømme, men er det 20 år for sent?».
- Zander, I. M. (2021). «Rødt har doblet antall stemmer: - Det er helt utrolig». Dagsavisen. Hentet fra: <https://www.dagsavisen.no/nyheter/stortingsvalg-2021/2021/09/16/rodt-har-doblet-antallet-stemmer-det-er-helt-utrolig/>
- Østlie, J. E. (2013). «Klassereise med Rødt.» Fagbladet. NB: Fagbladet har slettet eller flyttet denne artikkelen. Vedlagt link viser opphav hos Retriever. Ellers ble dette godt dekket i andre mediekkanaler. Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2013-01-01&searchString=Det%20vet%20jeg%20ikke%20men%20vi%20f%C3%A5r%20kanskje%20reist%20en%20debatt%20om%20forskjellsnorge%20&toDate=2013-12-31>

Vedlegg 1: Handlingsplan for Rødt 2008 – 2010

Kapittel 1: Innledning

Rødts politiske og ideologiske grunnlag fins i prinsippprogrammet og arbeidsprogrammer. Lokallagene står ovenfor viktige kamper som ikke nødvendigvis er like aktuelle for hele landet. Samtidig er det også et overordnet mål å profilere Rødt som et rikspolitisk parti med felles grunnsyn og viktige felles kampsaker – ikke minst i valgkampen. Partiet må ha noen felles politiske kampanjer og aksjonsdager, også for å danne et sterkere politisk felleskap uavhengig av tidligere organisasjonsskinner.

Landsstyret og arbeidsutvalget har ansvar for at planen følges og må derfor arbeide aktivt for at fylkeslagene/lokallagene tar sin del av ansvaret.

Kapittel 2: Politiske arbeidsområder

Rødt mener at de viktigste arbeidsområdene den kommende perioden er organisasjonsbygging og valgkamp. Strategi for valgkampen er omtalt i valgstrategien. De politiske hovedsakene for Rødt i perioden vil være anti-imperialisme og anti-kapitalisme.

Rødt er det eneste partiet som går mot norsk deltagelse i krigen i Afghanistan, som sloss mot USA-imperialismens kriger og driver aktivt solidaritetsarbeid med verdens folk sine kamper. Med antirasistisk arbeid og human asylpolitikk forsvaret menneskeverdet konsekvent. Rødt er og partiet som prioriterer miljøkampen. Norge må gå i spissen for å få ned CO₂-utslipp og vi krever en helt annen innsats for alternative miljøvennlige energier for å hindre global oppvarming. Den offisielle politikken i Norge er å lempe byrdene over på resten av verden.

I klassekampen her hjemme er det Rødt som hele tiden forsvaret og sloss for folk sine velferdsordninger. Sentralt i denne perioden vil kampen mot pensjonsreformen stå, som for eksempel angrepet på AFP. Kampen for lokalsykehus og skoler som dekker folk sitt behov, er en prioritert oppgave. Rødt sloss for likelønn og er partiet for kvinnekamp. Rødt må i mye større grad prioritere å fronte de fattige og lavtløntes interesser.

Landsstyret gis fullmakt til å fastsette mer nøyaktig politisk og organisatorisk program for arbeidet i perioden.

Fire saker hele Rødt skal prioritere fram til våren 2009

Vi må konsentrere særlige krefter omkring fire saker der Rødts innsats kan bli så markert og viktig at folk og media identifiserer oss med dem.

Disse sakene må være saker der mange engasjerer seg, der partiet har en velutviklet politikk som står i motsetning til de andre partiene, og der partiet og partimedlemmene allerede har et betydelig engasjement.

Disse fire sakene skal partiet bygge seg opp på organisatorisk og politisk fram til våren 2009. LS har ansvar for å forberede skolerings- og kampanjemateriale. Lagene skal etter evne delta aktivt i arbeid med disse sakene.

Disse sakene er:

* **Kampen mot krigen**, med særlig innretning på å få soldatene hjem fra Afghanistan. Slutt på okkupasjonen av Irak. Nei til krig mot Iran. Arbeidet for å hindre utsending av de afghanske asylsøkerne og av MUFerne er naturlig knyttet til dette. Solidaritet med kurderne likeså.

* **Pensjonskampen**, hvor angrepene gjelder både den vanlige alderspensjonen, AFP, tjenestepensjonsordningene for offentlig ansatte og uføretrygden. Nei til "Arbeidslinja". Å sikre innvandrere fullverdige pensjonsordninger uavhengig av botid er en del av vår kamp.

* **Sykehuskampen**, både den kampen som mange steder er organisert for å forsvare lokalsykehusene, og den kampen som bør reises (og som delvis er begynt) mot kutt i sykehusene i de store byene. Foretaksmodellen må avvikles. Vil også omfatte primærhelsetjenesten i kommunene, inkl. sykehjem og hjemmesykepleie og deres samspill med sykehussektoren. Omfatter selvsagt også psykiatrien. Lønns- og arbeidsforholdene for de ansatte omfattes også, spesielt de kvinnedominerte områdene.

* **Kampen mot klimakatastrofen**, med innretning på kraftig reduksjon av klimagassutslipp i Norge og støtte til reduksjonstiltak i andre land. For stopp i leting og for sterk reduksjon i utvinning av petroleum. StatoilHydro må tilbake til staten og rettes inn mot alternative energikilder, stopp det kanadiske oljesandprosjektet. Satsing på kollektivtransport.

Disse områdene er også kjennetegnet ved at viktige målgrupper for Rødt er engasjert i ett eller flere av dem. Det gjelder bl.a. kvinner i arbeiderklassen (både i offentlig og privat sektor), fagorganiserte i stor bredde, mennesker engasjert i internasjonal solidaritet og antikrigsarbeid, radikal ungdom, store innvandrergupper, fattige. Mange kulturarbeidere har stort engasjement for det første av disse fire områdene.

Kapittel 3: Organisasjonsbygging

Byggingen av Rødts organisasjon startet før samlingskongressen en rekke steder, og må videreføres. På denne måten realiserer vi intensjonen om å bygge et bredere parti, som kan samle flere enn de gamle organisasjonen RV og AKP, samt være et attraktivt tilbud for tidligere medlemmer av Rød Ungdom.

Konkrete tiltak:

- Rødt skal opprette 20 nye lokalorganisasjoner der slike ikke fins og lokalorganisasjonene skal vedlikeholdes aktivt.
- Alle lagsledere/lagsstyrer skal få en kontaktperson i AU som plikter å holde jevnlig kontakt med styret/leder.
- Høsten 2008 tilbys det et helgekurs for å skolere nye lokale og sentrale ledere.
- Det skal drives aktiv medlemsverving. Målet er 2500 medlemmer innen 31.12.2009. Fylker og lag skal ha lokale mål tilpasset dette.
- Det kjøres vervekampanje i 1. Kvartal 2009. I samarbeid med anti-rasistisk utvalg utarbeides det et særskilt opplegg for å verve innvandrere.
- Det utarbeides et sentralt kursopplegg for skolering av nye medlemmer og organisasjonstillitsvalgt.
- AU skal sikre et velfungerende medlemsregister og kontaktregister, og holder lokalledd oppdatert på forespørsel.
- Sommerleir 2008 skal ha organisasjonsbygging og stortingsvalgkamp 2008 som hovedtema.

- LS skal sette ned et organisasjonsutvalg og velge en leder for dette.
- Opprette saksgrupper for å utvikle politikk og spisskompetanse på ulike felt. (saksområder som Terra, helse-og sosial, kulturpolitikk mm. Vurderes her.)

Feminisme

Det er viktig å bygge kvinnekollektiv internt, og utvikle kvinnepolitikk. Tiltak kan være: e-postliste, bøllekurs, kvinnemøter lokalt, studier i kvinnepolitiske spørsmål, kvinnestudier i andre politiske spørsmål. Vi må også skolere nye bølgeledere. Rødt skal støtte opp om RUs arbeid med å utvikle guttekurs.

Kapittel 4: Landsmøtekampanje

Våren 2010 avholdes landsmøte i Rødt. LS har ansvar for at LM-kampanjen skal bli mest mulig demokratisk og inkluderende.

Konkrete tiltak:

Programkomiteene settes ned høsten 2008.

Det avholdes en sosialismekonferanse vinter 2010

Landsmøtet gjennomføres innen utgangen av mai 2010 etter gjeldende vedtekter

Prinsippprogram og vedtekter skal opp som saker på LM i 2010.

Kapittel 5: Utvalg og profilering

Ekstern profilering av Rødt er avgjørende viktig. Partiet må balansere interne behov med ekstern profilering og verving av medlemmer. For å nå disse mål må Rødt bl.a videreføre eksisterende utvalg, det vil si: kvinne utvalg, faglig utvalg, Studieutvalg, anti-rasistiskutvalg, internasjonaltutvalg, miljøutvalg og samepolitiskutvalg.

Kapittel 6: Nettsidene:

Nettsidene skal være en ressursbase for medlemmene. LS i samarbeid med nett-redaktør pålegges å se til at nettsidene oppdateres og er lett tilgjengelige for brukerne.

Kapittel 7: Tidsskrift

Partiet gir ut tidsskriftet Rødt!. Redaktøren velges av landsstyret. Lagene oppfordres til å abonnere på Rødt! og verve nye abonnenter, samt å bruke tidsskriftet og tidsskriftets utgivelser, i lagets studier.

Kapittel 8: Avis

Partiet gir ut den eksterne gratisavisa Rødt nytt. Avisa blir brukt til å bygge nettverk, organisere kontakter, øve innflytelse på tillitsvalgte i fagbevegelsen, kvinnebevegelsen, miljøbevegelsen og blant ungdom. Hele partiet må delta i arbeidet med avisas vekst økonomisk og i antall abonenter.

Kapittel 9: Faglig arbeid

Sentrale og lokale ledere skal bygge opp faglige lag der det er formålstjenelig og mulig. Faglige lag kan være innenfor eller på tvers av yrker og bransjer, og innenfor eller på tvers av offentlig og privat sektor. Hvordan dette bør organiseres må utprøves og evalueres.

Rødt vil i perioden videre jobbe for

- å samordne arbeidet med store felles saker som pensjonsreformen/AFP, tjenestedirektivet/sosial dumping og 6-timersdagen/likelønn
- skape fora for debatt om faglig politikk på tvers av laga lokalt, både innfor partiet og i åpne fora
- samarbeid med Rød Ungdom om skolering av og erfaringsoverføring til unge folk en åpen landsomfattende faglig konferanse 17.-19. oktober 2008

Kapittel 10: Økonomi

- Rødt skal gjennomføre en kampanje for å få flest mulig til å bli Rødrever. For å sikre stabil inntekt. Målet er at minst 75 % av medlemsmassen slutter seg til ordningen.

- Rødt arrangerer et lotteri der inntektene går til valgkamp 2009.

Kapittel 11: Internkommunikasjon

Rødt trenger felles debatter i lagene og organisasjonen for å styrke demokratiet og enheten i partiet.

LS har sammen med Kvinneutvalget et spesielt ansvar for å forsøke å gjøre interndebatten mindre mannsdominert

Konkrete tiltak:

- internbladet Opprør skal komme ut minst fire ganger i året
- LS skal velge en Opprørredaktør
- LS skal sammen med studieutvalget legge til rette for felles diskusjoner i laga.
- LS skal arbeide for at e-postlista skal legges ned og at det skal lages et debattforum på nett. AU setter ned en debattredaktør for forumet.
- Det skal sendes ut et elektronisk medlemsbrev en gang i måneden. AU er ansvarlig.

Kapittel 12 - Forholdet til Rød Ungdom

Rød Ungdom er Rødts ungdomsorganisasjon. Det er et mål at RU skal knyttes til arbeidet i Rødt, og at lokalorganisasjonene av RU og RØDT samarbeider.


Konkrete tiltak:

- RU bør inviteres til å delta i kampanjer og på møter lokalt og sentralt
- RU skal inviteres til å delta i de utvalg Rødt nedsetter
- Det bør arrangeres felles ledelsesmøter minst én gang i året

Kapittel 13: Frontarbeid og medlemskap i andre organisasjoner



Rødt skal samarbeid med organisasjoner og nettverk der det er naturlig, og tilslutte seg aktuelle kampanjer. Medlemmene oppfordres til å arbeide i fagforeninger og fronter.

Vedlegg 2: Godkjenning NSD/SIKT

 Norsk ▾ Daniel Semir Sellami Arnesen ▾

[Meldeskjema](#) / [Masteroppgave i Statsvitenskap](#) / Vurdering

Vurdering av behandling av personopplysninger

Referansenummer
820461

Vurderingstype
Standard

Velg vurdering
28.11.2022

Prosjekttittel
Masteroppgave i Statsvitenskap

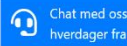
Behandlingsansvarlig institusjon
UiT Norges Arktiske Universitet / Fakultet for humaniora, samfunnsvitenskap og lærerutdanning / Institutt for samfunnsvitenskap

Prosjektansvarlig
Hilde Bjørnå

Student
Daniel Sellami Arnesen

Prosjektperiode
20.08.2022 - 15.07.2023

Kategorier personopplysninger
Alminnelige



Prosjektperiode
20.08.2022 - 15.07.2023

Kategorier personopplysninger
Alminnelige
Særlige

Lovlig grunnlag
Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)
Uttrykkelig samtykke (Personvernforordningen art. 9 nr. 2 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 15.07.2023.

[Meldeskjema](#)

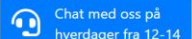
Kommentar
OM VURDERINGEN

Personverntjenester har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personvernregelverket.

Personverntjenester har nå vurdert den planlagte behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at behandlingen er lovlig, hvis den gjennomføres slik den er beskrevet i meldeskjemaet med dialog og vedlegg.

DEL PROSJEKTET MED PROSJEKTANSVARLIG

For studenter er det obligatorisk å dele prosjektet med prosjektansvarlig (veileder). Del ved å trykke på knappen «Del prosjekt» i menylinjen øverst i meldeskjemaet. Prosjektansvarlig bes akseptere invitasjonen innen en uke. Om invitasjonen utløper, må han/hun inviteres på nytt.



VIKTIG INFORMASJON TIL DEG

Du må lagre, sende og sikre dataene i tråd med retningslinjene til din institusjon. Dette betyr at du må bruke leverandører for spørreskjema, skylagring, videosamtale o.l. som institusjonen din har avtale med. Vi gir generelle råd rundt dette, men det er institusjonens egne retningslinjer for informasjonssikkerhet som gjelder.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige personopplysninger og særlige kategorier av personopplysninger om politisk oppfatning frem til 15.07.2023.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 nr. 11 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse, som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake.

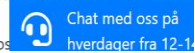
For alminnelige personopplysninger vil lovlig grunnlag for behandlingen være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 a.

Behandlingen av særlige kategorier av personopplysninger er basert på uttrykkelig samtykke fra den registrerte, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 a og art. 9 nr. 2 a.

PERSONVERNPRINSIPPER

Personverntjenester vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen:

- om lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke viderebehandles til nye uforenlige formål
- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet



Personverntjenester legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1 f) og sikkerhet (art. 32).

Ved bruk av databehandler (spørreskjemaløseleverandør, skylagring, videosamtale o.l.) må behandlingen oppfylle kravene til bruk av databehandler, jf. art 28 og 29. Bruk leverandører som din institusjon har avtale med.

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må prosjektansvarlig følge interne retningslinjer/rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss ved å oppdatere meldeskjemaet.

Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilken type endringer det er nødvendig å melde:

<https://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema>

Du må vente på svar fra oss før endringen gjennomføres.

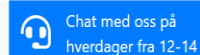
OPPFØLGING AV PROSJEKTET

Vi vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Kontaktperson: Gry Henriksen

Lykke til med prosjektet!

b6515db63



Vedlegg 3: Intervjuguide

1. Rødt har hatt en voldsom fremgang som har gått kjapt. Hvis du skal peke på en ting, hva tenker du er hovedgrunnen til dette? (kan du rangere disse grunnene?)
2. Hva mener du har gått ‘galt ‘ tidligere?
3. Politisk merkevarebygging hører man ofte om, kan rødt passe denne beskrivelsen? Hvis ja, utbroder. Hvis nei utbroder (Altså hvordan har rødt bygget «merkevaren» sin?) [kan ev fortsette med: Har dere arbeidet mye med sosiale medier, har dere et bevisst forhold til hvordan representanter kler seg, har dere snakket om hvordan deres politiske budskap skal pakkes inn, vektlegger dere at stortingsrepresentanter/kommunerepresentanter skal presentere sin personlige bakgrunn ...]
4. Populisme blir ofte tatt opp som et effektiv retorisk virkemiddel. Hva forstår du med populisme? Vil du si at sentrale skikkelser i rødt kommuniserer på en måte som kan karakteriseres som populistisk?
5. Hva vil du si er hovedforskjellene i måten Rødt kommuniserte til velgerne på under valget i 2009 kontra 2021?
6. Kan du si noe om hva du tenker er de største tematiske forskjellene Rødt har lagt vekt på mellom periodene? Er dette noe man har arbeidet med strategisk over lang tid? Har det vært store uenigheter om hvordan man skulle utvikle seg, eller en harmonisk prosess? Er de tema som vektlegges i dag drøftet i partiet i tilknytning til ideologiske strømninger/ teorier?
7. Rødt har jo samlet mange fraksjoner på venstresiden i et felles parti. Er det mer eller mindre homogenitet i partiet nå enn i 2009? Hva er de store ideologiske motsetningene i partiet nå? Har det alltid vært slik?
8. Er det klasse eller identitet som er det viktigste for rødt per dags dato?
9. Hvor viktig har profilerte enkeltpersoner i partiet vært for å komme over sperregrensen?
10. Hva har vært det viktigste mediet partiet har brukt for å nå ut med budskapet sitt?
11. Siavash Mobasheri sier i et intervju med Glimt fra 2022 at «*makta til å forandre samfunnet ligger i bevegelser utenfor de folkevalgte organene*». Betyr dette at Rødt i utgangspunktet ikke ønsker å danne regjering dersom de havner i posisjon til dette?

12. Chantal Mouffe og Ernesto Laclau fremsetter en teori som ofte betegnes som «post marxisme» tror du rødt er inspirert av post-marxismen og følgelig er ferdig med marxismen slik den opprinnelig var?
13. Rødt er vel (kanskje) ikke partiet med det største budsjettet, hvilke plattformer har dere fokusert mest på/ hvis ikke direkte innsyn, på hvilke plattformer opplever du at partiet har vært mest synlig?
14. Rødt har jo representanter på stortinget per dags dato. I det siste prinsippprogrammet står det blant annet «*En reformistisk strategi vil aldri kunne føre til et sosialistisk samfunn. Kjerna i reformismen er ideen om at kapitalismen kan omdannes til sosialisme gjennom gradvise reformer ved å oppnå regjeringsmakt i et kapitalistisk samfunn.*» Betyr dette at disse organene kun er legitime dersom de muliggjør en sosialistisk revolusjon?
15. Førte valget av Moxnes som leder i 2012 til et generasjonsskifte som følgelig tok avskjed med det segmentet av partiet som abonnerte på kommunismen?
16. En tidligere prominent skikkelse i AKP (ml) var jo Pål Steigan. Mange av hans utspill blir jo karakterisert som konspirasjonsteoretiske. Han blir jo fortsatt av mange assosiert med partiet Rødt. Hvor problematiske ble hans utspill om for eksempel krigen i Ukraina, men også andre ting oppfattet av ledelsen i Rødt tror du?
17. Tror du at Rødt har holdt fast på sitt engasjement rundt arbeiderbevegelsen på grunn av de mest venstreorienterte fraksjonene i partiet?
18. Hvilket parti tror du Rødt er om 10 år?

Vedlegg 4: Samtykkeskjema informanter

Vil du delta i forskingsprosjektet: Masterprosjekt i Statsvitenskap ved UiT om partiet Rødt

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke partiet Rødts fremgang de siste årene, samt hva dette eventuelt kan skyldes. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Formålet med denne studien er å undersøke hva som kan forklare fremgangen til partiet Rødt. Det er en deskriptiv studie som er ute etter å fortolke, forstå og forklare (i den grad det lar seg gjøre). Omfanget er ca 50 studiepoeng og er en oppgave som skrives i perioden høsten 2022 og våren 2023.

Dette er en mastergradsoppgave ved Universitetet i Tromsø og leder ved fullbyrdelse og eventuell godkjenning, til graden Master i Statsvitenskap.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

UiT er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du får spørsmål om å delta i dette prosjektet da utvalgskriteriene baserer seg på om hvorvidt personen/e har eller har hatt tilknytning til AKP (ml), RV eller Rødt. Eller er en interessant aktør utenom de forhåndsnevnte kriteriene.

Hva innebærer det for deg å delta?

Intervjuet vil ta en såkalt «semi-strukturert» form. Dette vil si at intervjuer skisserer en intervjuguide med fastsatte spørsmål, men disse spørsmålene har som hensikt å være såpass åpne at respondenten står fritt til å svare slik han/henne føler for. Jeg vil ta lydopptak og notater fra intervjuet og det er ønskelig å fremstille intervjuobjektets alder, kjønn samt rolle/forhenværende rolle (helt frivillig).

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Ved behandlingsansvarlig institusjon er det bare meg (Daniel Arnesen) og veileder som vil ha tilgang til personopplysninger. Navn og kontakt opplysninger vil oppbevares innelåst og sikret fra innsyn.

Det vil være en sannsynlighet for at deltakere kan gjenkjennes i en publikasjon. Ikke fordi intervjuobjektene eksplisitt blir navngitt, men fordi synspunkter og «måte å snakke på» ikke helt utenkelig kan gjenkjennes av utenforstående. Men som nevnt tidligere er det av interesse å sitere respondentene med navn, alder og rolle, av den grunn at jeg mener det hever kvaliteten på oppgaven. Dersom dette ikke er i orden vil det anonymiseres i tråd med det som er skrevet over.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Prosjektet vil etter planen avsluttes ca 15. juni 2023. Etter prosjektslutt vil datamaterialet med dine personopplysninger anonymiseres og slettes.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Universitetet i Tromsø Norges Arktiske Universitet har Personverntjenester vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med: Universitetet i Tromsø ved Professor i Statsvitenskap Hilde Bjørnå, Kontaktinfo: hilde.bjorna@uit.no +47 77 64 43 38 Eller vårt personvernombud Joakim Bakkevold, Kontaktinfopersonvernombud@uit.no/ 776 46 322 og 976 915 78.

Hvis du har spørsmål knyttet til Personverntjenester sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- Personverntjenester på epost (personverntjenester@sikt.no) eller på telefon: 53 21 15 00.

Med vennlig hilsen

Prosjektansvarlig
Hilde Bjørnå, UiT

Student
Daniel Arnesen

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet Masterprosjekt i Statsvitenskap ved UiT om partiet Rødt , og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i Semi-strukturert intervju
- at opplysninger om meg publiseres slik at jeg potensielt kan gjenkjennes

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

