

POLITIK ER IKKE UNDERHOLDNING

Et diskursivt studie af Liberal Alliances digitale
offentlighed blandt unge vælgere på TikTok



Et speciale af:

Caroline Amalie Posborg

Nadia Meisner Jensen

Trine Tapdrup



*This essay has a public.
If you are reading (or hearing) this,
you are part of its public.
So first let me say: Welcome.*

Michael Warner, 2002



Projekttitel	Politik er ikke underholdning <i>Et diskursivt studie af Liberal Alliances digitale offentlighed blandt unge vælgere på TikTok</i>
Uddannelse	Speciale i Kommunikation 10. semester på Aalborg Universitet, København
Vejleder	Mette Marie Roslyng
Afleveringsdato	1. juni 2023
Gruppemedlemmer	Caroline Amalie Posborg 20185752 Nadia Meisner Jensen 20182937 Trine Tapdrup 20185203
Antal tegn	289.242 tegn = 120,5 normalsider
Antal bilag	10 bilag

Tusind tak!

Til Mette Marie Roslyng for konstruktiv og lærerig vejledning

Og til Adam, Andreas, Camilla, Freja, Kristina, Anna-Fillipa, Nicholas, Lasse, Frederikke, Caroline & Caroline
for de velovervejede og kritiske refleksioner

Abstract

In recent years, TikTok has emerged as a popular platform among young voters, serving as a space for creating and sharing engaging content. While there has been extensive research on citizen usage of TikTok, little attention has been given to how politicians strategically employ the platform for political communication. This thesis aims to fill this research gap by examining the political discourses presented by the Danish party Liberal Alliance on TikTok and exploring the formation of digital public spheres among young voters in response to these discourses. Our empirical data consists of 79 TikTok videos shared by the party during the 2022 Danish election, complemented by two focus group interviews involving a total of 11 young voters aged 18-24, conducted in spring 2023.

Based on our analysis of Liberal Alliance's discourses, we suggest adopting a multimodal approach. Specifically, we combine Ernesto Laclau and Chantal Mouffe's (1985) discourse analysis with Roland Barthes' (1964) analytical approach to studying images. This allows us to examine how Liberal Alliance's discourses are manifested across various modalities and explore the interplay between them. Additionally, we draw upon Michael Warner (2002) and Nancy Fraser's (1990) theories on public spheres to investigate Liberal Alliance's public sphere on TikTok, as well as van Dijck's (2013; 2018) theory on The Platform Society to explore the logics of TikTok and how they affect the digital public among young voters.

In our post-structuralist discourse analysis of Liberal Alliance's TikTok content and communication style, we observe that they construct a liberal discourse about Danish society, emphasizing freedom. This discourse gains meaning through particular moments that focus on freedom. Moreover, it attributes meaning by presenting the hegemonic understanding of the Danish welfare society, represented by the prime minister Mette Frederiksen and the former government, as a threat to freedom. Memes and intertextual references play a role in reinforcing this antagonistic relationship while obscuring the political nature of the discourse.

The use of humor has a significant influence on how participants engage with the discourse and perceive the party leader of Liberal Alliance Alex Vanopslagh's authenticity. Participants align themselves with Liberal Alliance's portrayal of Vanopslagh as a funny and daring politician and thereby consider him as an authentic representative of the party.

Furthermore, there are differing views among young voters regarding TikTok's suitability for political messages and whether Vanopslagh's humor aligns with his professional role.

Humor plays a crucial role in shaping the digital public sphere created by Liberal Alliance as young voters pay attention to the liberal discourse because of the humorously conveyed anger. TikTok's algorithms can affect the intensity of existing members' attachment to the digital public sphere and may polarize the political landscape due to the emotional nature of the content. Furthermore, the algorithms can contribute to the spread of the liberal discourse both digitally and beyond the platform.

Keywords: *Political communication, political campaigning, discourse analysis, digital public spheres, young voters, social media, TikTok*

Indholdsfortegnelse

1. Indledning	1
1.1 Problemfelt og problemformulering	2
1.2 Læsevejledning	4
2. Litteraturreview	6
2.1 Fremgangsmetode og søgestrategi	6
2.2 Tema 1: Politikeres brug af sociale medier	7
2.2.1 Sociale medier udvider rammerne for politisk kommunikation	8
2.2.2 Fra Facebook og Twitter til Instagram og TikTok.....	9
2.2.3 Sociale medier til promovning af både politikere og partier	10
2.2.4 Visuel politisk kommunikation vinder frem på sociale medier	11
2.3 Tema 2: Politikeres indhold og kommunikationsstil på sociale medier	12
2.3.1 Politisk kommunikation som humoristisk og følelsesladet på sociale medier	13
2.3.2 Politikere fremmer oplevelsen af autenticitet gennem følelser	14
2.3.3 Politikere fremhæver personlige sider på sociale medier	15
2.4 Tema 3: Sociale medier som rum for den demokratiske samtale.....	16
2.4.1 Borgerinddragelse i den politiske debat	17
2.4.2 Den offentlige sfæres tilbagevenden	18
2.4.3 Kulturelle forskelle præger den demokratiske samtale	19
2.5 Specialets placering i feltet	20
3. Teoretisk rammesætning	22
3.1 Offentlighed(er)	22
3.1.1 Adgangskrav og deltagernes sociale position	23
3.1.2 Offentlighed(er) og modoffentlighed(er)	24
3.2 Offentlighedsbegrebet i den digitale tidsalder	25
3.2.1 Affektive offentligheder	28
3.2.2 TikToks indretning som rum for digitale offentligheder	29

3.3 En diskursanalytisk tilgang til offentlighedsbegrebet	32
3.3.1 Diskursive kampe som konstituerende for skabelsen af offentligheder	33
3.3.2 Operationalisering af diskursanalytiske begreber	35
3.4 Diskursanalyse på TikTok som socialt medie	38
3.5 Videnskabsteoretisk refleksion	40
4. Metode	46
4.1 Det kvalitative paradigme	46
4.2 Undersøgellesdesign.....	47
4.3 Empiriindsamling	49
4.3.1 LA's indhold på TikTok	49
4.3.2 Fokusgruppeinterviews	50
4.4 Kvalitativ indholdskodning og -analyse.....	55
4.4.1 Multimodal diskursanalyse af LA's indhold på TikTok.....	55
4.4.2 Analyse af deltagernes forhandling af LA's indhold og kommunikationsstil	58
4.5 Diskussion af specialets videnskabelighed.....	61
5. Analysestrategi	63
5.1 En poststrukturalistisk fortolkningsramme.....	63
5.2 Analysens tre dele	64
6. Analyse.....	67
6.1 Analysedel 1	67
6.1.1 Præsentation af LA's diskurs på TikTok.....	68
6.1.2 Lav skat.....	69
6.1.3 Ansvarlige borgere	72
6.1.4 Mindre bureaukrati.....	76
6.1.5 Retten til selv at vælge gymnasium.....	78
6.1.6 Håb for fremtiden	80
6.1.7 Antagonistisk forhold til den hegemoniske forståelse af det danske	84
velfærdssamfund.....	84

6.1.8 Delkonklusion	90
6.2 <i>Analysedel 2</i>	91
6.2.1 Deltagernes oplevelse af Vanopslagh og LA's autenticitet	92
6.2.2 Deltagerne som medproducenter af LA's antagonistiske diskurs	98
6.2.3 TikTok som platform for den demokratiske samtale	103
6.2.4 Delkonklusion	108
6.3 <i>Analysedel 3</i>	109
6.3.1 Opmærksomhed som grundlag for LA's offentlighed	111
6.3.2 Humors indvirkning på den politiske offentlighed	115
6.3.3 TikToks indflydelse på LA's offentlighed	117
6.3.4 Delkonklusion	120
7. Konklusion	122
8. Perspektivering	125
9. Litteraturliste	127
10. Bilagsoversigt	138



INDLEDNING

Indledning, problemfelt &
læsevejledning

1. Indledning

“Kongen af TikTok”, “Daddy Vanopslagh” og “the one to rule them all”. Sådan lød det blandt medier og befolkningen, da partiformanden for Liberal Alliance, Alex Vanopslagh, bragede igennem på det sociale medie TikTok under Folketingsvalget 2022 (Fallentin et al., 2022; Schjørring, 2022). Sammen med andre danske politikere delte partiet videoer, hvor der blev diskuteret politiske emner, spist chilier og flekset biceps. Det fik eksperter til at tale om “PoliTikTok” som et nyt fænomen, der beskriver, hvordan politikere udbreder deres mærkesager og sætter gang i den politiske debat på det videobårne medie (Nyeland, 2022). På TikTok er formatet kort og delbart, og tonen er overvejende let og humoristisk (Fog, u. å.). Det giver politikerne nye muligheder for at positionere sig i det politiske landskab og vise en blødere side af dem selv i et erhverv, hvor præmissen i udgangspunktet er seriøse debatter om aktuelle samfundsproblematikker. Det stiller dog samtidigt krav til, at politikere skal kunne navigere i spændingsfeltet mellem politik og underholdning ved på én og samme tid at formidle politiske budskaber og møde modtagernes forventninger om et kort og humoristisk format. Med 2.1 millioner likes og over 32 millioner visninger på TikTok, tyder noget dog på, at LA har knækket koden. Og selvom det ikke er muligt at konkludere, hvorvidt dette havde en indvirkning på LA’s valgresultat i 2022, oplevede partiet markant fremgang. Sammenlignet med valget i 2019, hvor LA fik 2,3% af stemmerne og dermed lå ved spærregrænsen, fik partiet i 2022 11,5% af befolkningens stemmer. Under diverse partilederdebatte fremgik det derudover, at partiet særligt var populært hos de unge vælgere (Lorensen, 2022). Ud fra dette finder vi det relevant at rejse spørgsmålet om, hvorvidt gevinsten ved at forkorte politiske budskaber ned til en 10 sekunders video er større end problematikken i, at komplekse budskaber forsimples. Forsvinder de politiske budskaber i polemiske tekster løsrevet fra deres oprindelige kontekst, eller er de med til at tydeliggøre politiske skel? Og kan challenges, memes og sketches få unge vælgere til at engagere sig i et politisk og digitalt fællesskab? Set i lyset af dette ønsker vi i indeværende speciale at undersøge, hvordan unge vælgere forhandler den politiske diskurs, LA artikulere på TikTok, og på hvilken måde dette er konstituerende for en digital offentlighed på platformen.

1.1 Problemfelt og problemformulering

Det har længe været en kendsgerning, at sociale medier rummer et potentiale i forhold til at engagere unge i politik (Loader et al., 2016, s. 400). Vi har allerede set, hvordan Twitter flittigt er blevet brugt af den tidligere amerikanske præsident, Donald Trump, til at tweete korte opråb og mobilisere vælgere. I Danmark har vi set, hvordan Mette Frederiksen i ét væk har delt selfies og billeder af makrelmadder på Instagram (Jensen, 2021). Og med TikTok som det nyeste skud på stammen, rejses der en ny række spørgsmål om grænsen mellem politik og underholdning. Appen opererer nemlig ud fra nogle særlige logikker og præmisser, der har medvirket til, at TikTok på ganske kort tid er blevet den mest downloadede app. Med sine altopslugende algoritme og værktøjer til at sammensætte korte videoer har appen særligt vundet frem blandt unge (Schelleward, 2021, s. 1437). TikTok rummer dermed et potentiale i forhold til at engagere unge i den politiske debat. Samtidigt har TikTok rykket ved den politiske scene ved at omsætte komplekse, politiske budskaber til komprimerede videoer, der tapper ind i de trends, der hitter blandt unge. Præmisserne for at få succes som politiker på TikTok er dermed fundamentalt anderledes, end vi kender det fra de traditionelle politiske debatter og øvrige sociale medier.

For at belyse hvordan politisk tilstedeværelse på TikTok forandrer det politiske format, vil vi med afsæt i Laclau og Mouffes (1985) politiske diskursteori analysere, hvordan LA's politiske diskurs og kommunikationsstil udfolder sig på platformen. Fordi formatet på TikTok er båret af visuelle elementer og lydclip, finder vi det nødvendigt at foreslå en ny tilgang til en politisk diskursanalyse. Således indfanger vi det videobårne format ved at indtænke vores diskursanalyse i en multimodal kontekst, hvor Barthes' (1964) teori om Billedets Retorik skaber blik for, hvordan betydning opstår i samspillet mellem modaliteter. Hermed får vi mulighed for at belyse, hvordan LA's indhold på TikTok ikke kun består af skrevne og sagte ord, men er resultatet af et samspil mellem lydclip, billeder og intertekstuelle referencer. Vores analyse af LA's politiske diskurs skal give os mulighed for at undersøge, hvordan politiske fællesskaber opstår på baggrund af politisk indhold på TikTok. For at undersøge dette vil vi trække på Warner (2002) og Frasers (1990) diskursive tilgang til offentlighedsbegrebet for at fremanalysere, hvordan LA's offentlighed ikke kun er betinget af det diskursive indhold, men også er influeret af de unge vælgeres forhandling heraf. Med blik for TikToks algoritmer og videobårne format vil vi anvende van Dijcks (2013; 2018) teoretisering af sociale medielogikker til at undersøge,

hvordan TikToks teknologiske indretning udøver indflydelse på den digitale offentlighed, der skabes. Med afsæt i dette problemfelt har vi udarbejdet følgende problemformulering:

Hvordan forhandler unge vælgere den politiske diskurs, Liberal Alliance artikulerer gennem deres indhold og kommunikationsstil på TikTok, og på hvilken måde er dette konstituerende for Liberal Alliances digitale offentlighed?

Vi vil besvare problemformuleringen gennem følgende underspørgsmål:

- 1. Hvordan konstruerer Liberal Alliance en politisk diskurs på TikTok gennem deres indhold og kommunikationsstil?*
- 2. Hvordan forhandler unge vælgere Liberal Alliances indhold og kommunikationsstil på TikTok?*
- 3. Hvordan fordrer Liberal Alliance politiske diskurs og kommunikationsstil opmærksomhed blandt unge vælgere, og på hvilken måde konstitueres der herigennem en digital offentlighed?*

1.2 Læsevejledning

For at skabe overblik over specialets struktur har vi visualiseret opbygningen af vores opgave i følgende model:



Model 1: Visualisering af specialets struktur

Forinden dette afsnit har vi præsenteret vores indledning samt problemfelt og problemformulering, der specificerer motivationen og baggrunden for indeværende speciale. I det følgende afsnit vil vi opridse rammerne for forskningsområdet politisk

kommunikation på sociale medier, som specialet opererer inden for. Efter at have placeret vores speciale inden for forskningsfeltet, vil vi fremlægge den teoretiske rammesætning og de videnskabsteoretiske standpunkter, der danner grundlaget for vores analyse af problemformuleringen. På baggrund af dette vil vi efterfølgende præsentere de metodiske overvejelser og valg, vi har gjort i udarbejdelsen af specialet og hertil sætte det i relation til vores videnskabsteoretiske afsæt i analysen. Vores metodiske rammesætning leder op til analysestrategien, hvor vi fremlægger vores videnskabelige blik på empirien samt strukturen for de tre analysedele. I første analysedel foretager vi en multimodal diskursanalyse af, hvordan Liberal Alliance konstruerer en politisk diskurs gennem deres indhold og kommunikationsstil under Folketingsvalget 2022. Anden analysedel undersøger, hvordan unge vælgere mellem forhandler LA's indhold og kommunikationsstil på TikTok. De to første analysedele danner grundlaget for den afsluttende analytiske diskussion af, hvordan LA's politiske diskurs fordrer opmærksomhed blandt unge vælgere, og på hvilken måde der herigennem konstitueres en digital offentlighed på TikTok. Afslutningsvis udleder vi en samlet konklusion på projektets problemformulering og perspektiverer til, hvordan konteksten for vores undersøgelse udøver indflydelse på projektets relevans.



LITTERATUR- REVIEW

2. Litteraturreview

I indeværende afsnit vil vi afdække relevant forskningslitteratur inden for feltet politisk kommunikation og offentlig meningsdannelse på sociale medier. Formålet med litteraturreviewet er at klarlægge, hvordan specialet placerer sig i forhold til den eksisterende forskningslitteratur og bidrager med ny og relevant viden. Dermed skal vores litteraturreview ikke blot fungere som en redegørelse for eksisterende forskning inden for feltet, men også som en diskussion af mønstre på tværs af forskningen, som vi aktivt vil trække på i vores analyse. Afslutningsvis skal denne diskussion hjælpe os med at specificere, hvordan vi gennem vores undersøgelse bidrager med ny viden inden for forskningsfeltet.

2.1 Fremgangsmetode og søgestrategi

Vi har valgt at udarbejde et narrativt litteraturreview, hvilket ikke blot har hjulpet os med at afdække relevante områder inden for forskningsfeltet, men også at konkretisere specialets problemformulering. Ifølge Cronin et al. (2008) tilbyder en narrativ tilgang til et litteraturreview, at man selektivt kan udvælge forskningsartikler ud fra deres evne til at adressere det undersøgte forskningsfelt. Dette bidrager til, at forskeren kan identificere videnshuller eller modstridende resultater inden for den indsamlede forskning (Cronin et al, 2008, s. 38). Vi vil således anvende vores narrative litteraturreview til at klarlægge, hvilken forskning der eksisterer inden for feltet, og hvad der er karakteristisk for denne forskning i forhold til undersøgelsesmetoder, teorigrundlag, fokus og konklusioner. Herigennem ønsker vi at identificere mindre udforskede forskningsområder for at kunne argumentere for projektets berettigelse og dets bidrag til det eksisterende forskningsfelt.

For at indhente forskningslitteratur, der er relevant i undersøgelsen af vores case, har vi anvendt fem databaser i form af AUB primo, ABI/Inform, EBSCO/Host, SAGE samt ACM Digital Library. I disse databaser har vi afgrænset vores søgning til kun at inkludere peer reviewed forskning fra bøger og forskningsartikler. Vores søgeproces kan opdeles i to faser. I første fase foretog vi en bred søgning for at udforske det overordnede forskningsfelt med brede termer som eksempelvis “political campaign” og “social media”. Her fandt vi frem til i alt 37 artikler, hvor vi ud fra en læsning af abstract og konklusion frasorterede 15 artikler, så vi endte ud med 22 artikler. Herefter indledte vi anden fase, hvor vi gennem mere specifikke og afgrænsede søgestrengte fremsøgte yderligere ni artikler. Gennem en

læsning af abstract og konklusion frasorterede vi fire artikler, hvilket samlet set resulterede i 27 forskningsartikler, der danner grundlaget for vores litteraturreview. Vores søgelog med de anvendte søgetermer og søgestrengene fremgår af bilag 1.

På baggrund af den fremsøgte forskningslitteratur har vi identificeret tre overordnede temaer, som vi har struktureret vores litteraturreview ud fra: 1) Politikeres brug af sociale medier, 2) Politikeres indhold og kommunikationsstil på sociale medier og 3) Sociale medier som rum for den demokratiske samtale. Førstnævnte tema består af en bred rammesætning af forskning om politikeres brug af sociale medier, mens tema 2 tager udgangspunkt i politikernes indholdsmæssige- og stilistiske fremstilling på sociale medier. Tema 3 omhandler, hvordan politisk brug af sociale medier påvirker politiske fællesskaber og herved den demokratiske samtale. Tema 2 og 3 er således mere afgrænsede i forhold til det overordnede forskningsfelt, da vi her fremlægger udvalgt litteratur, der er mere specifik for vores problemfelt. I de følgende afsnit vil vi præsentere de tre tematikker enkeltvis.

2.2 Tema 1: Politikeres brug af sociale medier

Eftersom vi i specialet undersøger, hvordan LA anvendte det sociale medie TikTok som en del af deres politiske kommunikation under Folketingsvalget 2022, er det relevant at fremlægge forskningslitteratur om, hvordan politikere bruger sociale medier i deres kommunikation til og med befolkningen. Herigennem vil vi overordnet rammesætte det felt, vores speciale placerer sig i med henblik på at kunne positionere indeværende undersøgelse i forhold til tidligere forskning.

Overordnet set er forskningen kendetegnet ved, at der er lavet mange casestudier af politisk kommunikation på sociale medier, hvoraf nogle fokuserer på de enkelte politikere og andre på partierne. I en stor del af studierne indtages der en kvantitativ tilgang i forskningsprojekterne. Dette ses blandt andet i forskning om affordances på sociale medier, hvor det fremhæves, at sociale mediers udformning giver politikere mulighed for at engagere og interagere med potentielle vælgere gennem affordances såsom likes, kommentarer og delinger (Bossetta, 2018, s. 4; Lilleker et al., 2017, s. 293-294; Literat & Kligler-Vilenchik, 2019, s. 1988). Andre forskere har undersøgt effekterne af politisk indhold på sociale medier og dets evne til at afføde reaktioner blandt modtagerne gennem kvantitative analyser af antal likes, følgere, delinger og kommentarer (Bronstein et al., 2018, s. 551; Gamir-Ríos & Sánchez-Castillo, 2022, s. 41). Således indtager en stor del af

den nuværende forskning et institutionelt fokus på sociale medieplatformes muligheder, begrænsninger og effekter. Der findes dog også studier i den udvalgte forskning, der gør brug af kvalitativ metode i form af eksempelvis kvalitativ indholdsanalyse (Sonnevend & Steiert, 2022) og modtagernes opfattelse af den politisk debat på sociale medier (Loader et al., 2015). I det følgende vil vi belyse, hvordan politikere og politiske partier anvender sociale medier som en del af deres strategiske kommunikation, og hvad der kendetegner denne form for kommunikation og de forskellige sociale medieplatforme.

2.2.1 Sociale medier udvider rammerne for politisk kommunikation

Forskningslitteraturen viser, at politikeres brug af sociale medier for alvor har vundet frem de seneste 10 år (Blach-Ørsten et al., 2017; Jensen & Schwartz, 2020; Lilleker et al., 2017). Politisk kommunikation finder dermed ikke længere kun sted i traditionelle medier, men manifesterer sig også på sociale medier. Dette er især tydeligt under valgkampagner, hvor sociale medier i høj grad anvendes strategisk af partier og enkelte politikere (Jensen & Schwartz, 2020, s. 97; Svidronova, 2019, s. 183). Selvom der inden for forskningen er klar enighed om, at sociale medier i dag spiller en afgørende rolle for politisk kommunikation, er brugen af dem fortsat under udvikling (Ross & Bürger, 2014, s. 50). Vi vil derfor argumentere for, at forskningen af politisk brug af sociale medier ligeledes er under udvikling. I den forbindelse påpeger Ross og Bürger (2014), at politikere, trods sociale mediers stigende indflydelse, stadig bør se sociale medier som et supplement til de traditionelle medier frem for en erstatning (s. 46).

Flere studier inden for forskningsfeltet fremhæver, at sociale medier giver politikere mulighed for i højere grad at kommunikere direkte til befolkningen. De traditionelle nyhedsmedier er kendetegnet ved typisk at være forbeholdt velkendte politikere, fordi de anses for at have en høj nyhedsværdi. Dermed har velkendte politikere nemmere ved at kommunikere deres politiske overbevisninger ud til befolkningen, mens mindre velkendte politikere i højere grad skal kæmpe for at få tildelt opmærksomhed fra de traditionelle medier (Blach-Ørsten et al., 2017, s. 334). Flere studier fremhæver, at sociale medier såsom Twitter derfor er en god og omkostningslav måde at få både mediernes og offentlighedens opmærksomhed på (Blach-Ørsten et al., 2017, s. 334; Jensen & Schwartz, 2020, s. 102), hvilket særligt mindre kendte politikere kan drage nytte af (Sobieraj et al., 2020, s. 1653). Det skyldes, at politikere her selv kan kommunikere deres eget politiske indhold direkte ud til befolkningen og gøre deres information tilgængelig for

offentligheden (Ross & Bürger, 2014, s. 59). På den måde kan politikere undgå pressens kritiske funktion og styre hvilke budskaber, de ønsker at kommunikere ud til den brede offentlighed. Det betyder også, at de i højere grad kan få indflydelse på, hvordan deres budskaber opfattes af offentligheden, idet de har større kontrol over formidlingen på sociale medier (Lindholm et al., 2021, s. 169). Yderligere giver sociale medier politikere mulighed for at fremstå folkelige, fordi de kommunikerer på de platforme, som vælgerne befinder sig på (Ross & Bürger, 2014, s. 59).

Inden for den udvalgte forskning er det også blevet belyst, hvordan sociale medier gør det nemmere for vælgere og politikere at interagere med hinanden på nye måder gennem eksempelvis likes, delinger, re-tweets (Lilleker et al., 2017, s. 294). Et studie foretaget i en dansk kontekst viser i den forbindelse, at danske folketingsmedlemmer, sammenlignet med andre lande, har en relativ høj grad af engagement i politiske samtaler med borgere på sociale medier (Sørensen, 2016, s. 664). Med udgangspunkt i muligheden for at engagere og interagere med vælgere på sociale medier argumenterer Ross og Bürger (2014) for, at de sociale medier har potentiale til at forstærke demokratiet ved at etablere direkte kontakt mellem politikere og vælgere (s. 54). Det påpeges dog også, at partier stadig forsøger at bevare kontrollen over deres kommunikation og i høj grad anvender de sociale medier til at kommunikere ud til i stedet for med omverden (Ross & Bürger, 2014, s. 48). Derudover viser en undersøgelse foretaget af Bronstein et al. (2018), at politiske overbevisninger og mærkesager ikke fylder meget i politikernes kommunikation på sociale medier, men at indholdet nærmere er kendetegnet ved at være personligt og affektivt (s. 564).

2.2.2 Fra Facebook og Twitter til Instagram og TikTok

Det er karakteristisk for den eksisterende forskningslitteratur, at der er foretaget mange studier af politisk kommunikation på platformene Facebook og Twitter. Der er især lavet mange undersøgelser, som belyser politikeres brug af enten Facebook eller Twitter i forbindelse med valgkampagner (Bronstein et al., 2018; Davis et al., 2018; Farkas & Bene, 2021; Karlsen & Enjolras 2016; Ross & Bürger, 2014, Svidronova et al., 2018). Der er dog en væsentlig forskel i, hvordan politikere opfatter de to medier, da Facebook anses som et medie, der henvender sig til et bredt publikum, mens Twitter derimod betragtes som et medie for politisk interesserede (Ross & Bürger, 2014, s. 55). Et studie foretaget af Stier et al. (2018) viser, at en anden forskel mellem de to platforme er, at Facebook typisk bruges

til at kommunikere ud til personlige relationer og netværk, hvorimod kommunikationen på Twitter ofte er mere upersonlig og henvender sig til et bredere publikum (Stier et al., 2018, s. 54-55).

Forskningen peger desuden på, at der er sket en udvikling i forhold til, hvilke medier politikere bruger til at promovere sig selv og deres politiske budskaber. Inden for nyere forskning er det blevet belyst, at politikere også er begyndt at bruge Instagram og TikTok i deres politiske kommunikation. I en undersøgelse af politiske lederes selvpromovering på Instagram fremhæver Lindholm et al. (2021), at Instagram er domineret af visuelt indhold, og at politikere typisk bruger mediet til at fremvise personlige sider og kontrollere deres egen selvfremstilling (s. 168-169). Derudover konkluderer Farkas og Bene (2021) i deres undersøgelse af ungarske politikeres kommunikation, at indholdet på Instagram særligt er karakteriseret ved at være personligt og privat (s. 121). I den udvalgte forskning er TikTok generelt den mindst undersøgte platform sammenlignet med Twitter, Facebook og Instagram. Et af de studier, der belyser politisk kommunikation på TikTok, er foretaget af Gamir-Ríos og Sánchez-Castillo (2022), som undersøger spanske partiers kommunikation på TikTok. Ifølge dem er TikTok kendetegnet ved brugergenereret indhold, der består af korte videoer med musik og visuelle effekter (Gamir-Ríos & Sánchez-Castillo, 2022, s. 38). Derudover er indholdet på TikTok typisk humoristisk og består af simple budskaber, og på mediet flourer der i øvrigt mange virale danse- og sangtrends, som hitter blandt unge (Schellewald, 2021, s. 1437). Hertil er det blevet belyst, at det særligt er yderpartier, der får positiv respons på deres videoer i form af visninger og interaktioner (Gamir Ríos & Sánechez Castillo, 2022, s. 48). Derudover peger flere studier på, at TikTok stadig befinder sig i sin første udviklingsfase, og at den kommende forskning derfor bør belyse, hvordan politikere bruger TikTok, hvilke effekter det har, og hvilke formål det tjener (Gamir-Ríos & Sánchez-Castillo, 2022, s. 48; Literat & Kligler-Vilenchik, 2019, s. 2004).

2.2.3 Sociale medier til promovering af både politikere og partier

Forskningslitteraturen illustrerer, at sociale medier henholdsvis kan anvendes individuelt af politikere og kollektivt af et parti. I et casestudie, der undersøger norske kandidaters Twitterdata, understreger Karlsen og Enjolras (2016), at sociale medier både er vigtige for partier og kandidater. I den forbindelse skelner de mellem to former for politisk kommunikation på sociale medier i form af en particentreret stil, der fokuserer på partiet,

og en individualiseret stil, der fokuserer på den enkelte kandidat (Karlsen & Enjolras, 2016, s. 352). Ifølge Karlsen og Enjolras (2016) kan brugen af sociale medier være med til at påvirke magtforholdet i et parti, fordi alle kandidater, uanset velkendthed, nu har mulighed for at kommunikere med modkandidater og offentligheden (s. 352). Dermed afhænger succesen særligt af kandidaternes politiske og kommunikative færdigheder på de sociale medier. Studiet viser dog, at partiers viden og færdigheder ofte er forbeholdt partilederen (Karlsen & Enjolras, 2016, s. 354). I relation til politisk kommunikation blandt partiledere påpeger Lindholm et al. (2021), at det særligt kan være fordelagtigt for partiledere at anvende sociale medier, da borgernes opfattelse af deres personlige egenskaber kan have betydning for, hvordan vælgerne stemmer. Således har politikeres kommunikation på sociale medier indvirkning på det indtryk, vælgerne danner. Af denne grund kan politikere bruge de sociale medier til at forsøge at påvirke, hvordan de bliver opfattet i offentligheden (Lindholm et al. 2021, s. 168). Fremkomsten af de sociale medier har således medvirket til, at der er skabt et større fokus på politikeres personlige karaktertræk, idet fokus er flyttet fra politiske partier til individuelle politikere (Lindholm et al., 2021, s. 169).

2.2.4 Visuel politisk kommunikation vinder frem på sociale medier

Inden for forskningen er det blevet belyst, hvordan visuel kommunikation spiller en stigende rolle i forhold til den politiske kommunikation på sociale medier. Blandt andet fremhæver Metz et al. (2020), at politisk indhold særligt tager form ved at være visuelt (s. 1). Derudover viser Svidronova et al.'s (2019) casestudie i forbindelse med det slovakiske valg i 2019, at politikeres opslag på Facebook ofte ledsages af billeder (s. 294). Politikeres stigende brug af sociale medier betyder, at den politiske kommunikative genre udvides til at være mere multimodal og interaktiv gennem likes, delinger, kommentarer og links (Lilleker et al, 2017, s. 188). I forskningen fremhæves det desuden, at politikere særligt kan bruge visuel kommunikation til at vise deres personlighed frem til følgere og vælgere (Farkas & Bene, 2021, s. 14; Sonnevend & Steiert, 2022, s. 3). Det fremgår blandt andet i et studie foretaget af Lindholm et al. (2021), der ser på finske politikeres brug af selfies. Denne undersøgelse viser, at politikere kan fremstille sig selv som personlige ved at bruge selfies, hvilket giver publikum en oplevelse af større nærhed mellem dem som vælger og deres repræsenterede politikere (Lindholm et al., 2021, s. 169). Forskningen viser dog også, at visuel kommunikation ikke kun kan bruges til at fremvise personlige sider.

Gennem en visuel diskursanalyse af Angela Merkels kommunikation på Instagram konkluderer Sonnevend og Steiert (2022), at Angela Merkel fremstiller sig selv som en ordinær og seriøs politiker gennem sit visuelle indhold (s. 1).

Ifølge Marchal et al. (2021) er det fordelagtigt for politikere at anvende visuel kommunikation frem for tekst på sociale medier. Det skyldes både, at publikum har lettere ved at afkode billederne, men også at afsenderen lettere kan udtrykke stærkere følelser og fange modtagerens opmærksomhed gennem det visuelle (Marchal et al., 2021, s. 159). Derudover er modtagere mere tilbøjelige til at tro på og huske visuelt indhold sammenlignet med verbal kommunikation (Farkas & Bene, 2021, s. 1). Billeder kan dog også være skyld i misinformation og har en stor andel i manipulerende kampagner på sociale medier. I forlængelse af dette påpeger Marchal et al. (2021), at værdien af visuel politisk kommunikation er blevet negligeret i forskning om politisk kommunikation. Yderligere har udbredelsen af politisk kommunikation på sociale medier fået Farkas og Bene (2021) til at argumentere for, at der er brug for yderligere forskning af de visuelle aspekter af politisk kommunikation (s. 1).

2.3 Tema 2: Politikeres indhold og kommunikationsstil på sociale medier

Eftersom vi i indeværende projekt foretager en diskursiv indholdsanalyse af LA's indhold på TikTok, er det relevant at fremlægge tidligere forskning om politikeres fremstilling på sociale medier og diskutere de forskellige kommunikative strategier, der er belyst inden for feltet. I den udvalgte forskning fremgår det, at der er divergerende forklaringer på, hvordan og hvorfor politikere og partier kommunikerer på sociale platforme. Der er dog en dominerende forståelse af, at politikere primært anvender sociale medier til at fremvise deres personlige sider. Således er udbredelsen af politiske mærkesager ikke den primære bevæggrund for politikeres tilstedeværelse på sociale medier (Bronstein et al., 2018, s. 554; Sobieraj et al., 2020, s. 1648; Sonnevend & Steiert, 2022, s. 3). I nedenstående afsnit vil vi indledningsvist fremlægge forskning der belyser, hvordan politikere gennem deres tilstedeværelse på sociale medier kan appellere til modtagernes følelser. Herudover vil vi belyse, hvordan politikere kan fremme oplevelsen af autenticitet ved at fremvise personlige og mere private sider af sig selv.

2.3.1 Politisk kommunikation som humoristisk og følelsesladet på sociale medier

Siden de sociale mediers fremkomst har politisk kommunikation og deltagelse været under konstant udvikling. Ifølge Davis et al. (2018) er internetkulturens konventioner præget af en uhøjtidelig, humoristisk og sarkastisk diskurs (s. 3900-3901). En præmis for succesrig politisk tilstedeværelse på sociale medier er derfor at indordne sig denne form for indhold, eftersom almene brugere ofte formidler samfundsemner gennem humor (Davis et al., 2018, s. 3900). I den fremsøgte litteratur undersøger forskere blandt andet internetfænomenet memes, der er kendetegnet ved at være sammensat af billeder, videoer og tekst, og ved at der laves intertekstuelle og kulturelle referencer (Galipeau, 2022, s. 2). I memes gøres der desuden brug af inkongruent humor til at afsløre modsætninger og konflikter, hvorved de kan have en polariserende og overtalende effekt (Galipeau, 2022, s. 4; Kristensen & Mortensen, 2021, s. 2442). Således fungerer memes som en visuel kommunikationsform, hvor særligt politiske mærkesager formidles gennem sarkasme og satire, som er kendt fra populærkulturen (Galipeau, 2022, s. 1; Kristensen & Mortensen, 2021, s. 2443).

Forskningen viser derudover, at politiske memes ofte produceres af almene borgere og dermed adskiller sig fra andet politisk, satirisk indhold, som typisk produceres inden for rammerne af nyhedsinstitutionerne (Kristensen & Mortensen, 2021, s. 2443). Yderligere benyttes memes ofte til at skabe en diskurs om politiske ledere eller politiske problemstillinger og kan forstærke en gruppes identitetsforståelse (Galipeau, 2022, s. 2). Brugen af memes i forbindelse med politiske debatter eller udsagn kan medvirke til, at politikere kan gå viralt og dermed får spredt deres egne mærkesager og kritik af opponenterne ud til et større publikum (Davis et al., 2018, s. 3903). Et studie med fokus på politikeres brug af memes, foretaget af Galipeau (2022), konkluderer, at modtagere har lettere ved at huske politiske memes sammenlignet med andet politisk indhold. Derudover påvirker memes borgernes politiske overbevisninger, hvilket potentielt kan påvirke et valgresultat (Galipeau, 2022, s. 1-3). Således understreger forskningen potentialet ved at bruge memes i en politisk kontekst for at udbrede politiske budskaber og skabe opbakning blandt vælgere.

En undersøgelse foretaget af Bronstein et al. (2018) viser, at politikere ikke kun kan skabe opbakning ved at bruge humor, men også gennem andre følelser såsom vrede og sympati. Studiet, der tager afsæt i et israelsk valg, viser, at politisk indhold på sociale

medier i høj grad er baseret på følelser frem for fakta (Bronstein et al., 2018, s. 554). Den følelsesprægede diskurs på sociale medier kan ifølge Bronstein et al. (2018) medvirke til, at der opstår affektive alliancer på baggrund af følelser som eksempelvis vrede, frygt og sympati (s. 553). For at skabe engagerende og viralt indhold trækker politikere dermed i særdeleshed på appelformen patos, eftersom denne henvender sig til modtagernes følelser. I denne form for indhold anvendes der et ekspressivt sprog, der på en overbevisende måde henvender sig til publikums identitetsfølelse og egeninteresser (Bronstein et al., 2018, s. 553). Desuden påpeger Bronstein et al. (2018), at emotionelt indhold på sociale medier skaber større interaktion blandt brugere i form af likes, delinger og kommentarer (s. 551).

2.3.2 Politikere fremmer oplevelsen af autenticitet gennem følelser

Selvom Bronstein et al. (2018) argumenterer for, at det særligt er patos, der er med til at skabe en affektiv relation til brugerne, fremgår det også, at appelformen etos anvendes til at give brugerne en oplevelse af at få et mere personligt indblik i politikernes liv. På den måde portrætteres politikere som “almindelige mennesker”, hvilket medvirker til at modtagerne i højere grad kan identificere sig med dem (Bronstein et al., 2018, s. 564-565). I forlængelse af forskningen om politikeres personlige fremstilling på sociale medier fremgår det, at autenticitet er et gennemgående begreb, der belyses af flere forskere inden for feltet. Eksempelvis beskriver Sonnevend og Steiert (2022), hvordan autenticitet er performativt, idet politikere strategisk kan påvirke, hvordan de opfattes af modtagerne ved at fremstille sig selv på bestemte måder (s. 1). Denne konceptualisering er således en erkendelse af et paradoks mellem ideen om autenticitet som henholdsvis at være tro mod sin personlighed over for en politisk performativ præstation, der er iscenesat (Sonnevend & Steiert, 2022, s. 4).

Ifølge Sonnevend og Steiert (2022) findes der fire aspekter af autentisk indhold: Kontinuitet, intimitet, almindelighed og umiddelbarhed (s. 4). Kontinuitet refererer til sammenhængen mellem politikernes udtalelser på sociale medier og deres generelle værdier. Derudover dækker det over sammenhængen mellem politikeres private og offentlige adfærd, og om deres fremtræden på sociale medier er i overensstemmelse med vælgernes forventninger (Sonnevend & Steiert, 2022, s. 4). Kategorierne intimitet og almindelighed henviser til, om politikerne fremstiller sig selv som “almindelige mennesker” med ufuldkommenheder og jordnære kvaliteter, der skaber nærhed til vælgere (Sonnevend og Steiert, 2022, s. 4). Kategorien umiddelbarhed omhandler,

hvorvidt indholdet fremstår som et øjeblikkeligt indblik i politikernes liv. Dette muliggøres ved, at politikere konstant kan dele indhold på sociale medier, hvormed det fremstår mindre iscenesat end traditionelle politiske debatter (Sonnevend & Steiert, 2022, s. 4). Sonnevend og Steiert (2022) påpeger dog, at alle fire kategorier ikke nødvendigvis skal være til stede, for at indhold kan fremstå autentisk (s. 19).

Forskningen inden for feltet viser, at det ikke kun er indholdet og kommunikationsstilen, der påvirker, hvorvidt politikere opfattes som autentiske. Ifølge Enli og Rosenberg (2018) afhænger vælgernes tillid til politikerne også af deres tillid til det pågældende medie, samt hvorvidt der er overensstemmelse mellem, hvordan politikere og politiske partier fremstår på tværs af forskellige medieplatforme (s. 2). Selvom politikere ofte forsøger at iscenesætte sig selv som autentiske på sociale medier, præsenteres vælgerne for politikerne på tværs af medier, og deres opfattelse af politikerne er derfor et resultat heraf (Enli & Rosenberg, 2018, s. 1). I deres undersøgelse konkluderer Enli og Rosenberg (2018), at det særligt er mindre partier og politikere, som ikke er ledere af et parti, der anskues som autentiske på sociale medier (s. 7). Opfattelsen af politikeres autenticitet afhænger dog også af andre forhold såsom vælgernes alder, uddannelse og medievaner. Eksempelvis er unge generelt mere kritiske over for politikere og anskuer dem som mindre autentiske i talkshows og interviews end på sociale medier (Enli & Rosenberg, 2018, s. 5-6).

2.3.3 Politikere fremhæver personlige sider på sociale medier

I den fremsøgte forskningslitteratur fremgår det, at oplevelsen af autenticitet ikke blot relaterer sig den følelsesmæssige tilknytning, der skabes til vælgerne, men også påvirkes af, hvorvidt politikere inddrager personlige forhold i deres selvfremsstilling. I den forbindelse diskuteres autenticitetsbegrebet ofte i relation til en personaliseringsproces, hvor den enkelte politiker i moderne politik ofte træder i forgrunden, idet der er fokus på politikernes blødere og mere personlige egenskaber på sociale medier. Under valgkampagner er der dermed kommet et større fokus på enkeltstående personer frem for partierne (Bronstein et al., 2018, s. 554). Generelt er det i forskningen blevet beskrevet, at personaliseringsprocessen udformer sig i enten privatisering eller individualisering (Bronstein et al., 2018, s. 554; Farkas & Bene, 2021, s. 1, Sonnevend & Steiert, 2022, s. 3). Privatisering indebærer, at politikeres personlige karakteristika fremhæves mere end deres professionelle sider, mens individualisering beskriver, hvordan politiske aktører bliver

mere fremtrædende på bekostning af partiets kollektive identitet (Farkas & Bene, 2021, s. 3-4). Et andet studie, der belyser den stigende personalisering i politik, er foretaget af Loader et al. (2016). Heri beskrives det, hvordan personalisering også kommer til udtryk ved, at politikere i stigende grad trækker på markedsføringsstrategier fra populærkulturen ved at fremstille sig selv som kendisser (Loader et al., 2016, s. 404). I tråd med Bronstein et al. (2018) beskriver Loader et al. (2016), at der er kommet et øget fokus på de individuelle politikeres personlighedstræk frem for de politiske mærkesager (s. 405).

Forskningen inden for feltet belyser også, hvordan autenticitet kommer til udtryk på forskellige medieplatforme. Farkas og Benes (2021) studie viser (2021), at individualisering er mest fremtrædende på Facebook, hvorimod privatisering særligt er fremherskende på Instagram (s. 1). Der eksisterer dog også forskning, der påviser, at en autentisk og følelsesladet kommunikationsform, som har den enkelte politiker i centrum, ligeledes er fremtrædende i de traditionelle nyhedsmedier. Sonnevend og Steiert (2022) påpeger eksempelvis, at politiske kampagner og nyhedsformidling på tværs af platforme har et stigende fokus på embedsmænd og individuelle politikere frem for partiers generelle dagsordener (s. 3). Det fremgår ligeledes af Sobieraj et al.'s (2020) studie, som påpeger, at personalisering og idolisering af enkeltstående politikere prioriteres over partier i både valgkampagner og nyhedsmedier (s. 1663). Således viser den udvalgte forskning, at det ikke kun er på sociale medier, at der er et fokus på politikeres personligheder, men at dette også er gældende i de traditionelle medier.

2.4 Tema 3: Sociale medier som rum for den demokratiske samtale

Eftersom vi i indeværende projekt ønsker at undersøge, hvordan LA konstituerer en digital offentlighed gennem deres tilstedeværelse på TikTok, er det relevant at inddrage forskning om, hvordan politisk brug af sociale medier påvirker den demokratiske samtale og udviklingen af politiske fællesskaber. Det fremgår af forskningslitteraturen, at en gren af forskningen fokuserer på sociale mediers indvirkning på den demokratiske samtale og politisk deltagelse. Dette forskningsfelt er vundet frem som følge af de sociale mediers fremkomst, idet de muliggør, at politikere kan kommunikere direkte til borgerne og indgå i dialog med dem (Dvir-Gvirsman et al., 2022, s. 782). Borgerne har samtidig mulighed for at ytre deres holdninger over for politikere og diskutere politiske emner i fællesskab med andre borgere (Sørensen, 2016, 664). Derudover er det karakteristisk for den eksisterende forskningslitteratur, at der findes både optimistiske og skeptiske perspektiver på sociale

mediers indvirkning på demokratiet. Af den grund vil vi i nedenstående afsnit klarlægge, hvordan brugen af sociale medier kan engagere borgere, og særligt unge, i den politiske debat. Herudover vil vi inddrage kritiske perspektiver på, hvordan sociale medier kan anses som en trussel for den demokratiske deltagelse. Afslutningsvis vil vi fremhæve, hvordan kulturelle forskelle også har indvirkning på den demokratiske samtale, der affødes gennem politisk brug af sociale medier.

2.4.1 Borgerinddragelse i den politiske debat

Ifølge Dvir-Gvirsman et al. (2022) befinder det moderne demokrati sig i en krise, fordi der er en stigende kløft mellem borgere og de folkevalgte politikere samt en stigende utilfredshed med og mistro til det politiske system. De sociale mediers indtog i den politiske debat har fået flere forskere til at argumentere for, at sociale medier kan bidrage til at mindske kløften mellem borgere og politikere, da de giver borgere større adgang til politisk information og mulighed for at bidrage til den politiske debat (Dvir-Gvirsman et al., 2022, s. 779; Kruse et al., 2018, s. 62). I et casestudie af fire valg i Israel har Dvir-Gvirsman et al. (2022) undersøgt, hvordan brugen af sociale medier i den politiske debat kan bidrage til at fremme borgernes oplevelse af at være repræsenteret af politikerne, partierne og det politiske system (s. 779). Politisk repræsentation betegnes som aktiviteter, der er med til at synliggøre borgeres holdninger og perspektiver i den offentlige debat (Dvir-Gvirsman et al., 2022, s. 780-781). Som deres undersøgelse viser, bidrager passiv konsumtion af politisk indhold til at fremme tilknytningen til politiske partier, men ikke til det politiske system. Derudover viser undersøgelsen, at aktiv deltagelse, forstået som produktion af politisk indhold, hverken fremmer borgernes tillid til de politiske partier eller det politiske system (Dvir-Gvirsman et al., 2022, s. 789).

Brugen af sociale medier i den politiske debat rummer også et potentiale i forhold til at engagere unge i politik. I en undersøgelse foretaget af Loader et al. (2016) påpeges det, at fremstillingen af politikere som kendte personer i højere grad kan få unge til at tage del i den politiske debat. Resultaterne af undersøgelsen viser, at politikere skal anvende en inddragende og partecipatorisk kommunikationsstil for at engagere unge på sociale medier (Loader et al., 2016, s. 414-415). Derudover kan politikere engagere unge ved at fremvise personlige sider, men de er samtidig nødt til at balancere mellem professionelle og private sider for at fremstå troværdige over for de unge (Loader et al., 2016, s. 415-416). I den forbindelse er det ligeledes blevet belyst, hvordan politikere kan komme i kontakt med og

fremstå troværdige over for unge vælgere på sociale medier. Her fremgår det, at unge er den vælgergruppe, der er mest polariseret og dermed mest tilbøjelige til at opfatte politikere som enten troværdige eller utroværdige på sociale medier (Enli & Rosenberg, 2018, s. 5). Yderligere har Literat og Kligler-Vilenchik (2019) foretaget en undersøgelse af, hvordan unge bruger sociale medier til at udtrykke deres politiske overbevisninger. Heri beskrives det, at unge anvender symbolske ressourcer i form af memes og hashtags til at udtrykke deres politiske overbevisninger og herved kommunikere ud til andre unge, der deler de samme politiske overbevisninger (Literat og Kligler-Vilenchik, 2019, s. 1990-1991). Således kan de sociale medier ikke kun bidrage til at facilitere en politisk samtale mellem politikere og borgere, men også borgere imellem.

2.4.2 Den offentlige sfæres tilbagevenden

De sociale mediers fremherskende rolle i den politiske debat har fået flere forskere til at hævde, at de sociale medier har genindført den offentlige sfære (Kruse et al., 2018, s. 62; Sørensen, 2016, s. 674). Den offentlige sfære er et begreb udviklet af Habermas ([1989] 1991) og kan defineres som et sted, hvor private mennesker mødes i et offentligt rum og kan skabe politisk forandring gennem argumentation og fornuft. Yderligere er den offentlige sfære defineret ved, at deltagerne har fri og lige adgang til information og ikke påvirkes af institutioner (Kruse et al., 2018, s. 62-63). Det er dog ikke alle forskere, der deler optimismen om de sociale mediers demokratiske potentiale. Ifølge Loader et al. (2016) findes der både forskere, der forholder sig optimistiske og skeptiske over for ideen om, at de sociale medier kan betegnes som en offentlig sfære (s. 402). Kruse et al. (2018) er blandt de forskere, der forholder sig skeptiske. I deres undersøgelse rejser de spørgsmålet om, hvorvidt sociale medier reelt danner en offentlig sfære ved at argumentere for, at sociale medier ikke giver alle lige og fri adgang til information (Kruse et al., 2018, s. 63). Det fremgår ved, at alle sociale grupper ikke er lige repræsenteret, og at der også eksisterer social eksklusion på sociale medier (Kruse et al., 2018, s. 64). Derudover argumenterer Kruse et al. (2018) for, at brugere på sociale medier tilpasser deres adfærd og ikke altid ytrer sig frit, fordi de er bevidste om, at deres indhold overvåges af andre (Kruse et al., 2018, s. 65).

En anden undersøgelse, der illustrerer uenigheden inden for feltet er foretaget af Sobieraj et al. (2020), hvor der foretages en teoretisk diskussion af de demokratiske dilemmaer, der opstår, når politikere bruger privatejede medieplatforme som rum for

politisk debat (s. 1646). Centralt for diskussionen er borgernes ret til at kritisere regeringen og de politiske ledere, og hvorvidt politikere skal have mulighed for at blokere politiske modstandere (Sobieraj et al., 2020, s. 1647). De mange teoretiske diskussioner om politikeres brug af sociale medier og dets indflydelse på demokratiet har fået Kruse et al. (2018) til at argumentere for, at der er brug for empirisk forskning inden for feltet (s. 62).

En anden gennemgående diskussion inden for feltet omhandler, hvorvidt dialogen på sociale medier er meningsfuld og dybdegående. Blandt andet fremhæver Sobieraj et al. (2020), at de sociale medier ikke nødvendigvis afføder reel dialog, blot fordi de lægger op til det. I forlængelse heraf argumenterer Kruse et al. (2018) for, at politiske debatter på sociale medier ikke er nær så dybdegående, som hvis de havde fundet sted fysisk (s. 65). Andre forskere peger dog også på, at det ikke er selve dialogen, der er afgørende, men at det derimod er borgernes opfattelse af at indgå i dialog med politikerne, som er det væsentlige (Dvir-Gvirsman et al., 2022, s. 782).

Diskussionen af det demokratiske potentiale ved sociale medier har affødt, hvad Sørensen (2016) betegner som slacktivism og clicktivism. Slacktivism dækker over aktivisme udført på sociale medier, som reelt set ikke medfører politisk forandring. Det nært relaterede begreb clicktivism referer til, at politiske grupper er blevet mere interesserede i at opnå interaktion på sociale medier frem for at opnå reel politisk forandring. Denne udvikling anses som en trussel over for politisk deltagelse, eftersom det mindsker muligheden for reel politisk forandring (Sørensen, 2016, s. 665). I relation hertil påpeger Sørensen (2016), at der er sket en udvikling, hvor færre borgere er politisk aktive ved at være medlemmer af et parti, og hvor flere i stedet er blevet politisk aktive gennem de sociale medier (s. 681). Dette tydeliggør dermed vigtigheden af diskussionen om sociale mediers potentiale for at fremme den demokratiske debat og politiske deltagelse blandt borgere.

2.4.3 Kulturelle forskelle præger den demokratiske samtale

Den fremsøgte forskningslitteratur tegner et billede af, at den kulturelle kontekst har betydning for, hvordan brugen af sociale medier påvirker den demokratiske samtale. Særligt studier fra USA fremhæver de sociale dilemmaer, der opstår, når politisk debat foregår på sociale medier, frem for at belyse de sociale mediers demokratiske potentiale (Sobieraj et al., 2020; Kruse et al., 2018). Blandt andet konkluderer Kruse et al. (2018), at

amerikanere generelt ikke oplever, at samtalerne på sociale medier er respektfulde, og at flere borgere føler sig utrygge ved at dele politisk indhold på sociale medier (s. 70). Derudover viser undersøgelsen, at mange brugere på sociale medier søger fællesskaber med andre, som minder om dem selv og deler deres politiske overbevisninger (Kruse et al., 2018, s. 73). I forlængelse heraf påpeger flere forskere inden for feltet, at sociale medier kan bidrage til at forme såkaldte ekkokamre, der er sociale fællesskaber, hvor medlemmerne ikke eksponeres for modsatrettede holdninger, argumenter og emner (McKay & Tenove, 2021, s. 4; Kruse et al., 2018, s. 65). Ifølge McKay og Tenove (2021) opstår ekkokamre særligt på baggrund af sociale mediers algoritmer, der er med til at styre, hvilket indhold brugerne eksponeres for (s. 4). Forskning foretaget i en dansk kontekst modsiger dog teorien om, at sociale medier fordrer fremkomsten af ekkokamre. I sin undersøgelse konkluderer Sørensen (2016), at brugerne i højere grad bliver udsat for modsatrettede synspunkter på sociale medier, end hvis debatten fandt sted fysisk, og at borgere interagerer med andre borgere, som de ellers ikke ville komme i kontakt med. Undersøgelsen viser også, at politisk deltagelse på sociale medier er mindre krævende, end hvis den fandt sted fysisk, hvilket ligeledes fordrer politisk deltagelse (Sørensen, 2016, s. 681). Dette kan forklares ved, at danskere generelt har et højt politisk engagement, og at den politiske debat i Danmark generelt er præget af en god tone sammenlignet med andre lande (Kruse et al., 2018, s. 78). Dette indikerer dermed, at kulturelle forhold har indflydelse på, hvorvidt de sociale medier bidrager positivt til den demokratiske samtale.

2.5 Specialets placering i feltet

I dette litteraturreview har vi præsenteret den eksisterende forskningslitteratur, der berører feltet politisk kommunikation på sociale medier. Gennem vores litteraturreview har vi fået et indblik i de interesseområder, der præger forskningsfeltet, men også hvilke aspekter, der fortsat mangler forskning inden for. Det er karakteristisk for den eksisterende forskningslitteratur, at studierne i høj grad har fokus på politikeres brug af platformene Twitter og Facebook som en del af deres valgkampagner. Derudover er der ofte fokus på de institutionelle aspekter såsom medieplatformes muligheder og begrænsninger og deres position i det større mediebillede. I forhold til politikeres diskursive fremstilling på sociale medier stiller studierne særligt skarpt på autenticitet som en vigtig del af kommunikationen til de respektive vælgere. Studierne kaster også lys over, hvordan humor vinder frem i forbindelse med politisk kommunikation i form af

eksempelvis memes, og hvordan brugere på sociale medier herigennem kan påvirke den politiske debat samt opfattelsen af forskellige politikere. Afslutningsvis præsenterer den eksisterende forskning, at den demokratiske samtale til dels er rykket over på sociale medier i takt med deres fremkomst, hvilket har resulteret i diskussioner om, hvorvidt dette fremmer eller hæmmer demokratiet.

I indeværende speciale ønsker vi at belyse, hvordan LA anvender TikTok til politisk kommunikation, da dette medie i stigende grad anvendes af danske politikere (jf. afsnit 1.1). Dermed tager vi fat i et forholdsvist uudforsket område sammenlignet med politisk kommunikation på eksempelvis Twitter og Facebook (jf. afsnit 2.2.2). Eftersom vi tager afsæt i videoer på TikTok, undersøger vi, hvordan diskurser kommer til udtryk gennem multimodal kommunikation i form af både tekst, billeder og lyd. På den måde adskiller vi os fra eksisterende forskning, der primært enten beskæftiger sig med det tekstlige eller visuelle. Dermed har vi mulighed for at bidrage med viden til forskningsfeltet, idet vi undersøger, hvordan visuelle sociale medier som eksempelvis TikTok tilbyder nye muligheder for politisk kommunikation gennem et multimodalt og kort format. Yderligere adskiller vores speciale sig fra den eksisterende forskning, idet vi har blik for, hvordan memes inden for politisk kommunikation ikke udelukkende skabes af brugere på sociale medier, men også af politikerne. Eftersom det er karakteristisk for forskningsfeltet, at der findes en begrænset mængde af kvalitative undersøgelser, bidrager vi til feltet, idet vi indtager en diskursiv tilgang. Yderligere anvender vi kvalitative metoder til at undersøge individers meningsforhandling, hvorimod tidligere forskning særligt har anvendt kvantitative metoder til at belyse de institutionelle forhold ved sociale medier. Dette gør vi gennem fokusgruppeinterviews, hvormed vi bidrager med ny viden til forskningsfeltet om, hvordan individer oplever og forhandler politikeres indhold på sociale medier. Vores kvalitative tilgang tilbyder således en undersøgelse af, hvordan politikere i samspil med vælgere konstituerer en digital offentlighed på sociale medier. Dermed bidrager vi til den eksisterende forskning med viden om, hvordan politikere kan anvende en visuel båret platform som et led i konstitueringen af en digital offentlighed.

**TEORETISK
RAMME-
SÆTNING**

3. Teoretisk rammesætning

I de følgende afsnit vil vi præsentere specialets teoretiske grundlag, som hviler på offentlighedsteori, diskursteori og teori om sociale medier. Formålet med afsnittet er ikke at foretage en generisk gennemgang af den inddragne teori, men nærmere at forholde os undersøgende og diskuterende til de forskellige teoretiske standpunkter i relation til vores problemfelt. Eftersom vi i projektet er interesserede i at undersøge, hvordan LA konstituerer en digital offentlighed blandt unge vælgere på TikTok, diskuterer vi indledningsvist forskellige teoretiske tilgange til offentlighedsbegrebet. Herefter sætter vi offentlighedsbegrebet i relation til vores problemfelt ved at inddrage de sociale medier og diskutere, hvordan nye digitale platforme har indflydelse på konstitueringen af digitale offentligheder. Dernæst vil vi, med udgangspunkt i vores case, foreslå en diskursanalytisk tilgang til offentlighedsbegrebet og diskutere, hvordan offentligheder opstår gennem cirkulerende diskurser på sociale medier. Dette gør vi for at kunne analysere LA's diskurs på TikTok under Folketingsvalget 2022, og hvordan de unges forhandling heraf er konstituerende for en digital offentlighed. I forlængelse af dette vil vi fremlægge vores tilgang til at foretage en multimodal diskursanalyse af LA's indhold på TikTok. Afslutningsvist vil vi diskutere, hvordan de inddragne teoretikere placerer sig videnskabsteoretisk og herudfra fremlægge, hvordan vi vil forene de forskellige positioner i en poststrukturalistisk tilgang til problemfeltet.

3.1 Offentlighed(er)

Inden for teoriudviklingen af offentlighedsbegrebet er det relevant at fremhæve Habermas' (1974) teori om den offentlige sfære, eftersom denne anses for at være grundlæggende inden for feltet. Ifølge Habermas (1974) kan den offentlige sfære betegnes som et sted, hvor offentlig meningsdannelse frit kan forme sig, og hvor borgere har fri og lige adgang til information (Habermas, 1974, s. 49). Den offentlige sfære forudsætter derfor, at de deltagende frit kan ytre sig og er kendetegnet ved, at offentlig meningsdannelse tager afsæt i rationel argumentation (Habermas, 1974, s. 49-50). På en og samme tid dækker Habermas' (1974) teoretisering af den offentlige sfære over en historisk udvikling og et demokratisk ideal. Den historiske udvikling kommer til udtryk gennem hans beskrivelse af, at den offentlige sfære opstod i starten af 1800-tallet som følge af, at intellektuelle kredse forholdt sig kritiske til monarkiet, hvilket ledte til monarkiets forfald (Habermas, 1974, s.

52). Teoriens fokus på det demokratiske ideal kommer hertil til udtryk ved, at det ideelle demokrati bør være funderet i en åben og lige debat baseret på rationel meningsdannelse. Derfor kan teorien ligeledes anses for at være af normativ karakter. Flere forskere har efterfølgende kritiseret Habermas' (1974) teori med udgangspunkt i, at centrale magter i samfundet ofte bliver påvirket af offentligheden, og at dette danner grundlaget for den offentlige meningsdannelse frem for rationel dialog (Gripsrud, 2021, s. 197). Én af disse forskere er Fraser (1990), der har lavet en kritisk, feministisk læsning af Habermas' (1974) teori, hvor hun ud fra et diskursteoretisk fokus kritiserer de grundlæggende forudsætninger, som den offentlige sfære er bygget op omkring. Warner (2002) har senere videreudviklet Frasers (1990) diskursive forståelse af offentlighedsbegrebet. I de følgende afsnit vil vi med afsæt i Habermas (1974), Fraser (1990) og Warner (2002) præsentere centrale antagelser om offentlighedsbegrebet og diskutere det i relation til vores problemfelt. Vi vil særligt fremhæve Fraser (1990) og Warners (2002) diskursive forståelser af offentlighedsbegrebet, idet vores undersøgelse har til formål at belyse, hvordan LA's diskurs, og de unge vælgeres forhandling heraf, er konstituerende for LA's offentlighed på TikTok.

3.1.1 Adgangskrav og deltagernes sociale position

Som nævnt er en af grundstenene i Habermas' (1974) teori om den offentlige sfære, at alle borgere har lige adgang til at tage del i offentlig meningsdannelse, og at meningsudvekslingen sker på lige vilkår (s. 49). Med andre ord er deltagernes sociale position og særinteresser af ubetydelig karakter, hvorimod den almene vilje er i centrum (Habermas, 2009, s. 33-34). I den forbindelse er det relevant at inddrage Fraser (1990), der i sin feministisk-kritiske læsning af Habermas (1974) forholder sig kritisk til ideen om, at alle har lige adgang og argumenterer på lige fod i den offentlige sfære (Fraser, 1990, s. 63). I forlængelse af dette fremhæver hun, at Habermas' (1974) teori ikke tager højde for, hvordan social ulighed produceres gennem sprog og interaktion og dermed ikke fjernes, men blot sættes i parentes (Fraser, 1990, s. 63). Mere konkret har hun fokus på det diskursive og anser derfor offentlige sfærer som et udtryk for diskursive arenaer (Fraser, 2007, s. 7). Hertil påpeger hun, at en udbredelse af disse arenaer kan ske på baggrund af medlemmers diskursive interaktion uagtet dens karakter (Fraser, 2007, s. 67).

Warner (2002) har, ligesom Fraser (1990), fokus på, hvordan diskurser skaber offentligheder. Han påpeger, at medlemskabet af en bestemt offentlighed sker på baggrund

af de diskurser, der udgør dens grundlag. Med andre ord mener Warner (2002), at offentligheder er selvskabte og selvorganiserede sociale rum, der konstitueres af en refleksiv cirkulation af diskurser (s. 62). På baggrund af at en offentlighed kun eksisterer i kraft af adressering, vil den altid kræve en vis opmærksomhed fra sine medlemmer for at kunne eksistere, hvorfor tildelingen af opmærksomhed er vigtigere end kvaliteten heraf (Warner, 2002, s. 61). Således tilbyder Warner (2002) en forståelse af offentligheder som værende diskursivt baserede, hvorfor medlemskab afhænger af det forhold, man har til offentlighedens diskursive grundlag, og hvorvidt man føler sig som en del af offentlighedens fælles identitet (s. 56). Eftersom vi i indeværende speciale anlægger en diskursteoretisk tilgang til vores analyse af LA's kommunikation på TikTok, forstår vi ligeledes sprog og interaktion som konstituerende for skabelsen af offentligheder. Mere konkret abonnerer vi på Warners (2002) idé om, at en offentlighed er et diskursivt funderet rum, hvis eksistensgrundlag er centreret om opmærksomhed. Denne forståelse vil vi bruge som afsæt til at anskue LA's digitale offentlighed som konstitueret gennem cirkulerende diskurser og opmærksomhed. Dermed er vi interesserede i at undersøge, hvordan LA's indhold og kommunikationsstil danner grundlag for, at unge vælgere agerer som medlemmer i LA's digitale offentlighed på TikTok.

3.1.2 Offentlighed(er) og modoffentlighed(er)

I gennemgangen af Habermas' (1974) teori om den offentlige sfære er det interessant at diskutere, hvorledes der eksisterer én eller en mangfoldighed af offentligheder i et givent samfund. Det skyldes, at han betegner offentlighed i bestemt ental i form af "the public sphere" (Habermas, 1974, s. 49; Habermas, 2009, s. 49-50), hvorimod Fraser (1990) fremhæver, at der eksisterer flere offentligheder. I forlængelse af dette påpeger Fraser (1990), at Habermas' idé (1974) om én samlet offentlighed er et skridt væk fra demokratiet, hvorimod et netværk af konkurrerende offentligheder i højere grad har demokratisk potentiale (Fraser, 1990, s. 63). Det skyldes, at mennesker, der føler sig udstødte eller marginaliserede fra den offentlige samtale, organiserer sig i deres egne alternative offentligheder. Fraser (1990) karakteriserer disse som modoffentligheder, eftersom de eksisterer parallelt med øvrige offentligheder, men centrerer omkring modsatrettede diskurser. Disse diskurser giver medlemmerne mulighed for at formulere og fortolke deres identiteter, interesser og behov på andre måder, end den dominerende opfattelse tillader (Fraser, 1990, s. 67). I den forbindelse kan Warner (2002) inddrages, idet han skelner

entydigt mellem den gængse brug af termene ‘the public’ og ‘a public’. ‘The public’ indebærer en totalitet, hvor man for eksempel forstår befolkningen som værende organiseret som én nation eller ét samfund, hvorimod ‘a public’ dækker over et konkret publikum, hvor følelsen af totalitet manifesteres gennem den begivenhed, man samles om, eller gennem et fælles fysisk rum (Warner, 2002, s. 49). I forlængelse af dette foreslår Warner (2002) en tredje forståelse af offentlighedsbegrebet, hvor han beskriver offentligheder som noget, der kun eksisterer i kraft af tekster og deres cirkulation; altså på baggrund af diskurser. Disse diskursive offentligheder kan både forstå sig selv som en offentlighed blandt flere eller som offentligheden (Warner, 2002, s. 49-50). I den forbindelse vil vi argumentere for, at denne forståelse har ligheder med Frasers (1990) teoretisering af offentlighedsbegrebet, eftersom hun også anser offentligheder som værende centreret omkring sprog og diskurs.

På baggrund af ovenstående vil vi benytte Warners (2002) og Frasers (1990) forståelser af offentligheder som værende diskursivt funderet til at analysere, hvordan LA adresserer en offentlighed gennem deres diskurser, og hvorvidt disse medproduceres eller reartikuleres af unge vælgere. Herigennem får vi mulighed for at analysere, hvordan LA konstituerer en offentlighed gennem deres indhold og de unges oplevelse heraf. Med udgangspunkt i Fraser (1990) og Warner (2002) forstår vi hertil samfundet som en mangfoldighed af offentligheder, der eksisterer parallelt med hinanden og udspringer af forskellige diskursive artikulationer. Relateres dette til indeværende projekt, betyder det, at vi er bevidste om, at der eksisterer flere offentligheder på TikTok, samt at LA potentielt kan tale til flere publikummer på forskellige medier og dermed adressere forskellige offentligheder. Ud fra projektets fokus forholder vi os dog udelukkende til den digitale offentlighed, LA adresserer på TikTok.

3.2 Offentlighedsbegrebet i den digitale tidsalder

Eftersom vi i projektet har afsat i TikTok som kontekst, er det relevant at perspektivere offentlighedsbegrebet til de sociale mediers fremkomst. Det skyldes blandt andet, at diskurser ikke kun er betinget af tekster, men også mediers teknologiske indretning (Blaagaard & Roslyng, 2022, s. 216). Således skal indeværende afsnit tilvejebringe viden om, hvordan de sociale medier har indflydelse på cirkulationen af diskurser og dermed konstitueringen af digitale offentligheder. I den forbindelse vil vi inddrage Bruns og Highfield (2016), der undersøger den offentlige sfære i relation til sociale medier samt van

Dijck (2013; 2018a; 2018b), der argumenterer for, at de sociale medier har resulteret i et platformssamfund og en forbundethedskultur.

På baggrund af den tidsmæssige kontekst, som Habermas' (1974) udviklede sin teori om den offentlige sfære i, forholder han sig selvsagt ikke til sociale medier og deres indvirkning på den offentlige sfære. I stedet har han fokus på massemediernes betydning for offentligheden og fremhæver, at offentligheden kun kan fungere, såfremt der findes midler til at overføre information og påvirke dem, der modtager informationen. På baggrund af dette anser Habermas (1974) aviser, magasiner, radio og TV som offentlighedens medier (s. 49). I relation til dette påpeger Bruns og Highfield (2016), at Habermas (1974) ikke har blik for, at det kun er en begrænset og elitær del af befolkningen, der reelt har magt til at influere den massemedierede politiske kommunikation, hvorimod den almene befolkning blot kan følge med i, hvordan den virtuelle politiske scene udspiller sig (Bruns & Highfield, 2016. s. 56). Relateres dette til sociale medier vil vi argumentere for, at der i dag er flere mennesker, som har mulighed for at ytre deres meninger og dermed influere den politiske debat. Dette kan dog også medføre, at det kan være vanskeligt for den enkelte at blive hørt (Gripsrud, 2021, s. 198). Der er således risiko for, at internettets fremkomst skaber en overflod af information, som udvander mulighederne for en meningsfuld og sammenhængende diskussion (Thuesen, 2010, s. 106).

Ifølge van Dijck (2013) er fremkomsten af de sociale medier skyld i, at vi har bevæget os fra netværkskommunikation til et platformssamfund (s. 4). I forhold til sociale medier kendetegnes platformssamfundet ved, at online platforme har indflydelse på den refleksive cirkulation af diskurser i samfundet (van Dijck & Poell, 2013, s. 10). Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at offentlighedens cirkulationen af diskurser (jf. Warner, 2002) i høj grad kan finde sted på samt influeres af sociale medier på baggrund af den kontinuerlige produktion af indhold, som florerer mellem brugere. Dette understøttes af van Dijcks' (2018c) beskrivelse af de sociale medielogikker, som påvirker samfundets organisering gennem et samspil af teknologier, kommercielle strategier og brugerpraksisser (van Dijck, 2018c s. 32). En af disse logikker er 'datafication', der dækker over, at de sociale medier konstant indsamler og behandler data i realtid. Den indsamlede data analyseres og omsættes herefter til information af værdifuld karakter, der er specifik for både enkeltpersoner, grupper og samfundet generelt (van Dijck & Poell, 2013, s. 10). 'Datafication' kan være med til at intensivere logikken 'commodification', der indebærer, at platformene omsætter genstande, idéer, aktiviteter og følelser til varer. Disse varer

værdisættes gennem opmærksomhed, brugere, data og penge (van Dijck, 2018c, s. 37). Intensiveringen opstår ved, at den indsamlede data anvendes til at få information om brugernes interesser og behov (van Dijck, 2018c, s. 37). Afslutningsvist beskriver van Dijck (2018b) ligeledes logikken ‘selection’, der betegner, hvordan platformenes algoritmer er bestemmende for, hvilket indhold den enkelte bruger præsenteres for. Det kommer blandt til udtryk gennem kategorier som “mest relevant” og “trending”, som i høj grad understøtter princippet om viralitet og dermed når ud til særligt mange brugere (van Dijck, 2018b, s. 65). Personliggørelsen af brugerens interesser i det præsenterede indhold betyder, at den enkelte kontinuerligt eksponeres for samme slags indhold og ikke udfordres af nye diskursive anfægtelser (van Dijck, 2018c, s. 42). Van Dijck (2018c) opdeler ‘selection’ i følgende tre former: 1) Personalization, 2) reputations og trends samt 3) moderation. Førstnævnte indebærer, at indholdet tilpasses den enkelte brugers data ud fra interesser og behov. Reputation og trends tager afsæt i den generelle data blandt brugere, hvor der eksempelvis laves anbefalinger og lister med populært indhold. Sidstnævnte form, moderation, beskriver, hvordan medieplatforme modererer samtalen ved at fjerne indhold, der eksempelvis anses som stødende (van Dijck, 2018c, s. 41-44).

Med udgangspunkt i ovenstående gennemgang af de sociale medielogikker, anser vi disse for at have indflydelse på, hvilke diskurser eller emner der er dominerende på sociale medier. Vi vil derfor anvende dem som afsæt for at undersøge, hvordan LA’s offentlighed påvirkes af de sociale mediers indflydelse på cirkulationen af diskurser. Hertil vil vi diskutere om, og i så fald hvordan, de sociale mediers teknologiske indretning kan medføre, at brugere primært eksponeres for indhold, der tager udgangspunkt i deres egne politiske og samfundsmæssige overbevisninger. I diskussionen af dette vil vi særligt fokusere på TikToks algoritmer og indsamling af data, og hvorledes dette har en polariserende effekt ved, at grupper samles om samme holdninger og undgår at blive præsenteret for modstridende diskurser. Dette er interessant set i lyset af vores litteraturreview, hvor det fremgik, at ekkokammer blandt andet opstår på baggrund af den teknologiske indretning af sociale medier (jf. afsnit 2.4.3). Med afsæt i vores problemfelt vil vi helt konkret diskutere, hvordan de sociale medielogikker kan have indflydelse på, om LA’s offentlighed på TikTok har karakter af at være et ekkokammer. Yderligere vil vi undersøge, hvordan LA’s offentlighed kan ses som et udtryk for, at idéer eller følelser værdisættes som varer gennem eksempelvis opmærksomhed eller penge. Det skyldes, at vi

herigennem får blik for, hvordan brugernes færden på TikTok kan have værdi for LA både online og offline.

Udover at vi har bevæget os i retning af et platformssamfund, mener van Dijck (2013) også, at vi befinder os i en forbundethedskultur modsat den forhenværende deltagerkultur. Denne overgang betyder, at vi har bevæget os fra en frisættende kommunikation og kultur til, at det i dag er tekniske platforme, der forbinder mennesker (van Dijck, 2013, s. 4). I den forbindelse påpeger van Dijck (2013), at udbredelsen af de sociale medier oprindeligt var baseret på et ønske om at skabe en tættere forbindelse, der fordrede fællesskaber og avancering af demokratiske processer. På baggrund af dette forholder hun sig kritisk til de kommercielle virksomheders indtræden på markedet ved at argumentere for, at deres formål primært består i at indsamle brugerdata frem for at understøtte online fællesskaber (van Dijck, 2013, s. 4). Det resulterer i, at menneskeligt baseret samvær og en automatiseret form for forbundethed står i kontrast til hinanden, hvorved teknologien er kontrollerende og styrende for samvær mellem mennesker (van Dijck, 2013, s. 12). Dermed er sociale medier med til at ændre præmissen for konstitueringen af offentligheder. Det skyldes, at teknologien kan være styrende for, hvem man forbindes med, og hvilke fællesskaber man indgår i. Forholder man dette til Fraser (1990) og Warner (2002) vil vi argumentere for, at konstitueringen af offentligheder på sociale medier ikke udelukkende kan ses som et udtryk for, at mennesker samler sig om bestemte diskurser, men også at teknologien har indflydelse på, hvilke offentligheder man stifter bekendtskab med og i hvilken sammenhæng.

3.2.1 Affektive offentligheder

I forlængelse af ovenstående fokus på, hvordan de teknologiske forudsætninger har indflydelse på digitale offentligheder, er det ligeledes relevant at inddrage Papacharissis (2014) fokus på affekt som konstituerende for offentligheder på sociale medier. I sin undersøgelse af forholdet mellem affekt og mediering har hun fokus på, hvordan medieret affektivitet kan spille en rolle i den medierede sociale offentlighed. Dette anvender hun som grundlag for at analysere, hvordan medierede følelser kan påvirke mobiliseringen af politiske bevægelser gennem teknologiske netværk. Vi anser dette som værende relevant i forhold til indeværende undersøgelse, da vi hermed kan belyse, hvordan konstitueringen af LA's offentlighed på TikTok kan være konstitueret på baggrund af medieret affektivitet.

Ifølge Papacharissi (2014) er en affektiv offentlighed et fællesskab af individer, der danner offentlige formationer på baggrund af følelser. Gennem hendes casestudie af forholdet mellem affektive bevægelser og teknologiske netværk, fremlægger hun fem kendetegn for, hvordan digitale offentligheder konstitueres gennem affekt. Dette indebærer blandt andet, at politiske bevægelser på sociale medier er kontekstbetingede, hvorfor faktorer som det fysiske rum samt algoritmer er væsentlige at indtænke i en undersøgelse af affektive offentligheder. Herudover drives affektive offentligheder af en affektiv fremstilling af holdninger, fakta eller en blanding heraf (Papacharissi, 2014, s. 128-129). I den forbindelse fremhæver Papacharissi (2014) ligeledes, at bevægelserne typisk er et udtryk for et opgør med dominerende narrativer i samfundet, samt at dette ofte resulterer i produktion af symbolsk betydning frem for politisk forandring (Papacharissi, 2014, s. 129-131). Samlet set definerer Papacharissi (2014) affektive offentligheder således:

I define affective publics as networked public formations that are mobilized and connected or disconnected through expressions of sentiment (...) I interpret affective publics as publics that have been transformed by networked technologies to suggest both space for the interaction of people, technology, and practices and the imagined collective that evolves out of this interaction. (Papacharissi, 2014, s. 125-126).

Vi vil argumentere for, at Papacharissis (2014) teori om affektive fællesskaber skaber blik for, hvorvidt LA's offentlighed konstitueres på baggrund af affekt. I vores litteraturreview fremgår det, at humor- og følelsesbaseret indhold i høj grad vinder frem hos politikere på sociale medier, idet denne form for indhold medvirker til at konstruere affektive alliancer med potentielle vælgere (Bronstein et al., 2018; Davis et al., 2018). Med inddragelse af Papacharissi (2014) har vi således mulighed for at analysere, hvordan LA's offentlighed er konstitueret gennem følelser som eksempelvis vrede eller humor.

3.2.2 TikToks indretning som rum for digitale offentligheder

Eftersom vi beskæftiger os med TikTok, er det relevant at se på, hvordan platformens indretning fordrer sociale fællesskaber og dermed konstitueringen af en digital offentlighed. I følgende afsnit vil vi derfor diskutere, hvordan TikTok kan karakteriseres som et socialt medie med udgangspunkt i Kaplan og Haenlein (2010) samt van Dijck

(2013). Denne teoretiske diskussion skal ikke aktivt inddrages i specialets analyse, men tjener i stedet som baggrundsforståelse af TikTok som platform og kontekst for LA's offentlighed.

Med afsæt i Kaplan og Haenlein (2010) karakteriserer Van Dijck (2013) sociale medier som en gruppe af internetbaserede applikationer, der gør det muligt at skabe og udveksle brugergenereret indhold med andre (s. 5). Ud fra denne generelle definition, argumenterer hun for, at sociale medier kan anvendes i fire forskellige henseender, hvortil vi vil tage udgangspunkt i to, der er relevante for TikTok som medie. Den første kategori defineres som social network sites (SNS), eftersom denne type af medier, som eksempelvis Facebook, promoverer interaktion mellem individer eller grupper og forbinder mennesker med hinanden på tværs af tid og rum (van Dijck, 2013, s. 8). Ifølge Kaplan og Haenlein (2010) er denne undergren af sociale medier af personlig karakter, eftersom brugere her kan skabe profiler med personlige oplysninger og invitere venner eller kolleger til at følge med (s. 64-65). Derudover muliggør disse medier, at brugere kan sende direkte beskeder til deres netværk og dele personlige billeder, videoer eller tekst (Kaplan & Haenlein, 2010, s. 65). Vi finder denne kategori relevant, eftersom TikTok indeholder karakteristika, der læner sig op ad denne teknologiske indretning. Det kommer eksempelvis til udtryk ved, at brugere på TikTok kan dele personlige videoer og billeder med deres venner og skrive direkte beskeder og kommentarer til hinandens indhold. Grundet TikToks algoritme (jf. afsnit 1.1) adskiller platformen sig dog til dels fra denne kategorisering, eftersom brugere både eksponeres for deres venners indhold og for tilfældige brugeres videoer.

Van Dijck (2013) betegner den anden kategori som user-generated content (UGC), hvilket karakteriserer medier, som eksempelvis YouTube, der understøtter kreativitet, kulturel aktivitet og deling af indhold på både professionelt plan og amatørniveau (s. 8). I tråd med denne definition beskriver Kaplan og Haenlein (2010) denne type platforme som content communities, eftersom hovedformålet på disse medier er at dele indhold med et fællesskab af brugere (s. 63). Som tidligere nævnt er grundpræmissen for TikTok, at alt indhold er brugergenereret (jf. afsnit 2.2.2). Derudover er det et visuelt medie, hvor brugere hovedsageligt uploader videoer, hvorfor der kan argumenteres for, at platformen fordrer kreativitet på henholdsvis et professionelt- og amatørniveau. På TikTok har brugere desuden mulighed for at klippe videoer sammen og lave såkaldte stitches, hvor ældre videoindhold inddrages i nye videoer, så brugere herigennem kan reagere på andre brugeres materiale. Platformen har dermed dynamiske og intertekstuelle elementer, da

brugere kan genskabe gammelt indhold og anvende det på nye måder. I tråd med dette har brugerne ligeledes mulighed for at inddrage kommentarer i deres videoer og interagere med hinanden på tværs af tid og rum. Det fremgår eksempelvis af nedenstående billeder, hvor LA inddrager brugerkommentarer:



Billede 1: LA inddrager brugerkommentarer i deres videoer på TikTok.

Van Dijck (2013) påpeger, at kategoriseringerne ikke er udtømmende, og at et medie godt kan indgå i flere kategorier samtidigt (s. 8). Derudover påpeger hun, at de sociale medier og deres effekt på samfundet aldrig er endegyldig, men derimod er et dynamisk fænomen. Det skyldes, at platformene konstant udvikler sig som følge af brugernes medievaneer og bredere teknologiske og økonomiske infrastrukturer (van Dijck, 2013, s. 7). Dermed er vi opmærksomme på, at diskussionen om TikTok og brugen af platformen kontinuerligt udvikler sig, hvorfor vi udelukkende undersøger LA på TikTok med Folketinget 2022 som kontekstuel ramme. Ud fra ovenstående afsnit kan det sammenfattes, at TikTok på nuværende tidspunkt har karaktertræk fra SNS- og UGC-medierne. Fællesnævneren for begge kategorier kan hertil siges at være et socialt element, idet platformen fordrer fællesskaber skabt på baggrund af fælles interesser. Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at TikTok som platform kan udgøre konteksten for organisering af affektive offentligheder. Det skyldes først og fremmest, at platformen giver plads til, at

man kan udtrykke sig kreativt og visuelt, hvorigennem affekt kan manifestere sig (jf. Marchal et al., 2021). Yderligere har brugere på TikTok mulighed for at tage kontakt til øvrige brugere og interagere med andre på baggrund af det indhold, de har produceret. Dermed kan indholdet, og diskurserne heri, udgøre grundlaget for den interaktion, der opstår mellem brugerne. Hermed kan man interagere og forbindes med brugere, der deler samme sociale virkelighedsopfattelser som en selv, hvilket kan resultere i skabelsen af digitale offentligheder. Derudover kan platformens mulighed for at besvare hinandens kommentarer i både tekst og videoer ses som et udtryk for, at der er rum for reflektiv cirkulation af diskurser på platformen, hvorved en digital offentlighed kan dannes, såfremt diskursen reproduceres af flere omgange blandt fremmede. Med udgangspunkt i dette anser vi TikTok som en platform, hvis indretning giver mulighed for at konstituere offentligheder.

3.3 En diskursanalytisk tilgang til offentlighedsbegrebet

Eftersom vi med udgangspunkt i Fraser (1990) og Warner (2002) anskuer offentligheder som værende skabt gennem diskursive cirkulationer, vil vi i indeværende afsnit fremlægge en diskursanalytisk tilgang til offentlighedsbegrebet. Nærmere bestemt vil vi redegøre for Laclau og Mouffes (1985) politisk funderede diskursteori for at analysere, hvilke diskurser LA konstruerer, samt hvordan unge vælgere oplever og forhandler LA's diskurs og kommunikationsstil på TikTok. Samlet set skal dette bidrage til en analyse af, hvordan LA skaber et eksistensgrundlag for en digital offentlighed blandt unge vælgere på TikTok.

Laclau og Mouffes (1985) diskursteori bygger på en række refleksioner om det radikale demokrati, der belyser underliggende magtforhold, den hegemoniske praksis og divergerende positioneringer i den offentlige debat (Jensen & Hansen, 2002, s. 11). Hensigten med vores brug af denne teori er at afdække, hvordan LA positionerer sig i den offentlige debat på TikTok samt hvilke magtforhold, der fremgår af deres diskursive artikulation på platformen. Ud fra dette ønsker vi at analysere, hvordan partiet kontinuerligt konstruerer diskursive formationer, som bidrager til skabelsen af en offentlighed og meningsdannelse i den offentlige debat. På baggrund af dette vil vi indledningsvist fremlægge hegemoni og antagonisme som konstituerende forhold for politiske diskurser og hertil diskutere, hvordan offentligheder opstår herudfra. Eftersom vi ønsker at anvende Laclau og Mouffes (1985) diskursteori som et analytisk værktøj, vil vi

dernæst fremlægge centrale begreber inden for deres teori og eksemplificere disse i relation til vores case.

3.3.1 Diskursive kampe som konstituerende for skabelsen af offentligheder

Ifølge Laclau & Mouffe (1985) er sproget forbundet til magt og diskursive kampe, eftersom nogle diskursive formationer er dominerende i relation til samfundets opfattelse af sociale fænomener (s. 3). To centrale begreber, der ekspliciterer denne relation, er hegemoni og antagonisme. Den dominerende samfundsforståelse karakteriseres som den hegemoniske diskurs, og denne udfordres kontinuerligt af andre diskursive artikulationer, som tilbyder alternative forståelser. Hegemoniske diskurser skabes således ikke gennem en simpel og sammenhængende indsats, men derimod via komplekse bevægelser, der kræver forhandling mellem modsatrettede diskurser. Disse divergerende diskurser karakteriseres som antagonistiske forhold (Laclau & Mouffe, 1985, s. 3). Helt konkret betyder det, at tilstedeværelsen af en hegemonisk diskurs er kontingent, og dermed ikke givet på forhånd, eftersom dens tilstedeværelse både fordrer antagonistiske diskurser samt en foranderlig og ustabil grænse, der adskiller divergerende diskurser fra hinanden (Laclau & Mouffe, 1985, s. 3; Laclau & Mouffe, 2002, s. 90). Laclau og Mouffes diskursteoretiske værker er politisk funderede, hvilket indebærer, at politiske diskurser er forankret i uenigheder og grænser, der adskiller ideologiske diskurser fra hinanden. Dermed anser de ikke politik som værende en bestemt samfundsinstitution eller -region, men derimod en logik for etablering og forandring, som alle sociale forhold baserer sig på (Jensen & Hansen, 2002, s. 13-14). Ydermere arbejder Laclau og Mouffe (1985) ud fra en forståelse af, at hegemoni inden for politik og offentlig meningsdannelse skabes på baggrund af antagonistiske forhold. Vi vil derfor argumentere for, at deres teoretiske refleksioner adskiller sig fra Habermas' (1974) normative ideal om, at offentlig meningsdannelse er et resultat af rationel dialog. Mouffe (1996) beskriver sin teoretiske uenighed med Habermas (1974) på følgende måde:

It is necessary to realize that it is not by offering sophisticated rational arguments nor by making context-transcendent truth claims about the superiority of liberal democracy that democratic values can be fostered. The creation of democratic forms of individuality is a question of *identification* with democratic values and this is a complex process that takes place through diversity, discourses and language games. (Mouffe, 1996, s. 5, kursivering bibeholdt).

Selvom Mouffe (1996) deler Habermas' (1974) engagement for den demokratiske meningsdannelse, argumenterer hun for, at uenighed og modstridende diskurser er en grundpræmis for demokratiet og frugtbar dialog (Mouffe, 1996, s. 1). Demokratiske processer opstår med andre ord gennem antagonistiske modsætninger frem for rationel konsensus. Hertil opstår offentligheder gennem diskurser, som individer identificerer sig med (Laclau & Mouffe, 2002, s. 90). Dette er relevant set i lyset af Fraser (1990) og Warners (2002) teoretisering af offentlighedsbegrebet, da de ligeledes anser konkurrerende diskurser som en grundpræmis for skabelsen eller forandringen af offentligheder. Relateres dette til indeværende speciale vil vi argumentere for, at Laclau og Mouffes (1985) diskursanalytiske begreber hegemoni og antagonisme kan anvendes til at fremanalysere LA's konstituering af en offentlighed blandt unge vælgere på TikTok. Mere konkret mener vi, at vi gennem begreberne kan undersøge, hvorledes LA artikulerer offentligheden på TikTok som en del af den dominerende offentlighed eller én offentlighed blandt flere.

Warner (2002) påpeger, at dominerende offentligheder tager deres livsverdener og diskurspragmatik for givet ved at opfatte grundlaget som et udtryk for normalitet og universalitet (s. 87-88). Modsat anser han modoffentligheder for at udgøre cirkulationsrum, hvor diskurserne er transformative frem for replikatoriske (Warner, 2002, s. 87-88). Med udgangspunkt i dette anser vi hegemoniske og antagonistiske diskurser for at udgøre drivkraften bag organiseringen af offentligheder. Mere konkret anser vi den dominerende offentlighed som et udtryk for replikation af hegemoniske diskurser, hvorimod modoffentligheder opstår som følge af artikulationer, der står i modstrid til den dominerende offentlighed. Eftersom hegemoniske diskurser kan forekomme usynlige grundet deres status som den dominerende samfundsforståelse, vil vi tage udgangspunkt i modsatrettede diskurser og antagonistiske forhold for at undersøge det hegemoniske forhold. Nærmere bestemt vil vi undersøge, hvordan LA artikulerer sig med henblik på at hegemonisere deres samfundsforståelse. Vi vil således anvende begreberne til at fremanalysere, hvordan og på hvilken måde LA diskursivt adresserer og konstituerer en digital offentlighed på TikTok ved at artikulere et antagonistisk forhold. Vores diskursanalyse har ikke til hensigt at konkludere, hvorledes LA rent faktisk er en del af den dominerende samfundsdiskurs eller kan karakteriseres som en modoffentlighed

grundet deres position som oppositionsparti i Folketinget. Derimod har den til hensigt at belyse partiets artikulationer og herigennem konstitueringen af en digital offentlighed.

3.3.2 Operationalisering af diskursanalytiske begreber

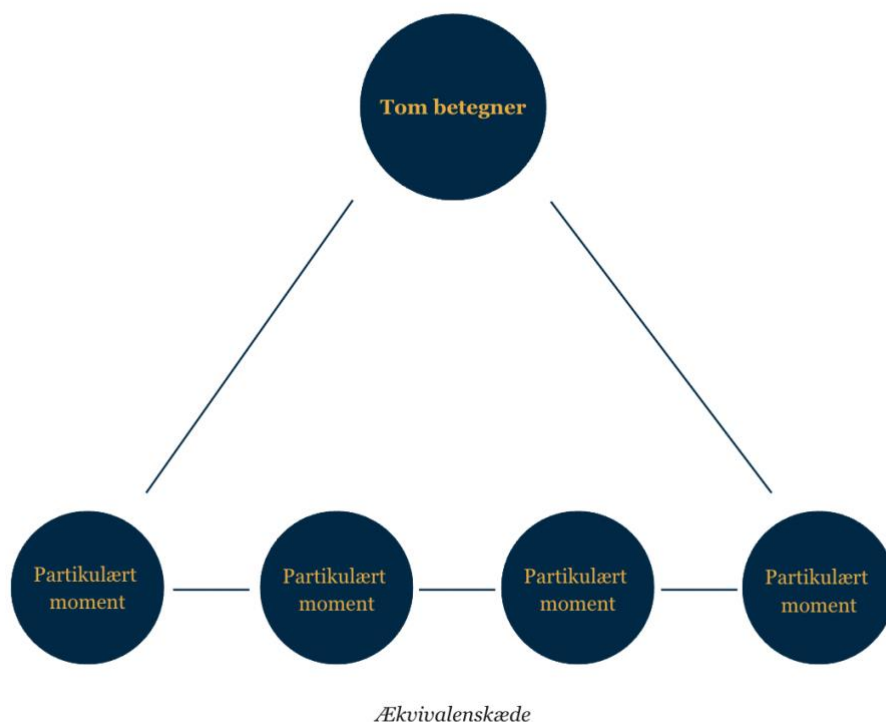
For at forstå de hegemoniske og antagonistiske forhold, der eksisterer i LA's ideologiske diskurs, er det relevant at undersøge, hvordan diskurser konstrueres. I følgende afsnit vil vi derfor præsentere Laclau og Mouffes (1985) diskursteoretiske begreber med henblik på at dekonstruere LA's diskurser og igennem de enkelte momenter analysere, hvordan LA positionerer sig som politisk parti i den offentlige debat. Hertil vil vi undersøge, hvordan LA's reflektive diskurser udgør et fundament for skabelsen af en digital offentlighed på TikTok.

Laclau og Mouffe (1985) karakteriserer en diskurs som værende en struktureret totalitet skabt på baggrund af en artikulatorisk praksis (s. 105). I enhver artikulatorisk praksis eksisterer der en række tegn, som hver især har en fastlagt betydning samt en indbyrdes relation ud fra deres forskelligheder (Laclau & Mouffe, 1985, s. 106). Tegn, der artikuleres inden for en diskurs, karakteriseres som momenter, og disse udgør alle delelementer af en diskurs som helhed. Tegn, der derimod ikke indgår i en diskursiv artikulation, kaldes elementer (Laclau & Mouffe, 1985, s. 105). Ethvert element i en artikulatorisk praksis indtager en position og reduceres til at være et moment, når de indgår i en diskursiv totalitet. Alle tegn og relationerne herimellem er derfor af betydningsfuld karakter, da de bidrager til meningsskabelse (Laclau & Mouffe, 1985, s. 106). Ifølge Laclau & Mouffe (1985) er sproget foranderligt, og transformationen af elementer til momenter er derfor aldrig endegyldig (s. 106). Inden for en given diskurs kan nye elementer indgå, ligesom momenter over tid kan miste betydning og transformere sig til elementer (Laclau & Mouffe, 1985, s. 106-107). I relation til dette påpeger Laclau & Mouffe (1985), at enhver diskursiv formation ikke er skabt af en logisk sammenhæng eller forudbestemte subjekter, men derimod på baggrund af en regelmæssig spredning (s. 105). Helt konkret betyder det, at diskurser dannes, når der opstår en regelmæssighed i referencen til et bestemt objekt, tema eller udsagn. Laclau og Mouffe (1985) karakteriserer i den forbindelse subjektpositioner som de positioner, subjekter indtager inden for en diskursiv struktur (s. 115). Subjekter opstår således i kraft af deres relation til andre subjektpositioner (Laclau, 1996, s. 57). Eftersom subjekter ifølge dannes ud fra diskursive positioner, kan subjektpositionerne ikke endeligt fikseres, hvorfor de har en flertydig og

ufærdig karakter (Laclau & Mouffe, 1985, s. 121). Når der opstår en regelmæssig spredning i referencen til et tema eller udsagn, skabes der på sigt et fast knudepunkt i sproget, også kaldet nodalpunkter eller tomme betegnere, som momenter knytter sig til (Laclau & Mouffe, 1985, s. 107). Vi vil i indeværende speciale benytte os af sidstnævnte betegnelse, eftersom betegnelsen “tom” henviser til en symbolværdi på nul. Med andre ord henviser tomme betegnere til emner eller udsagn, som i sig selv ikke betegner eller symboliserer noget bestemt. Det betyder også, at den tomme betegner i princippet kan symbolisere, hvad som helst (Esmark et al., 2005a, s. 28). Med afsæt i denne betegnelse er vi således optagede af at undersøge, hvordan divergerende momenter kontinuerligt kæmper om at meningsudfylde et givent emne og udfylde det “tomme rum” med artikulationer af symbolsk værdi. Derudover er vi optaget af at undersøge, hvordan kampen om at meningsudfylde og -fikse en tom betegner i den offentlige debat fordrer organisering af en bestemt offentlighed på TikTok. I den forbindelse vil vi hertil anvende betegnelsen subjektposition til at fremanalysere, hvilken position Vanopslagh indtager inden for LA’s diskurs, og hvordan det har indflydelse på meningsudfyldelsen af den tomme betegner.

Når flere momenter knytter sig til en tom betegner, danner de tilsammen det, der kaldes for en ækvivalenskæde (Laclau & Mouffe, 1985, 112). Laclau og Mouffes (1985) diskursteoretiske tilgang tilhører derfor ækvivalenslogikken. Det indebærer, at diskursive formationer opstår, når partikulære momenter i samspil med andre enkeltstående momenter danner en kæde ud fra en fælles tom betegner (Laclau, 2007, s. 95). Nedenstående model illustrerer Laclau og Mouffes (1985) diskursteoretiske begreber:

Dominerende diskurs



Model 2: Egen model over Laclau & Mouffes (1985) diskursteoretiske begreber

I relation til vores problemfelt kan en liberalistisk ideologi nævnes som eksempel på en diskursiv formation. Her kan 'det danske samfund' siges at udgøre en tom betegner, som divergerende diskurser ønsker at meningsudfylde med partikulære momenter. I relation til liberalismen kan disse eksempelvis være momenter som 'en lille stat', 'frihed' og 'ansvar'. Momenterne danner tilsammen en ækvivalenskæde, som kæmper mod andre politiske diskurser om at fiksere mening og herigennem definere den dominerende forståelse af det danske samfund i den offentlige debat. I relation til offentlighedsbegrebet vil vi argumentere for, at en ækvivalenskæde af partikulære momenter eksempelvis skabes, når en gruppe af mennesker deler samme politiske overbevisninger og skaber en diskursiv formation, som indgår i et antagonistisk forhold med modsatrettede ideologiske diskurser. En liberalistisk diskurs med partikulære momenter, såsom at samfundsborgere er ansvarlige og bør have frihed og tage ansvar for sit eget liv, indgår således i en kamp med andre diskursive formationer, som eksempelvis en socialistisk.

Når der opstår en regelmæssighed i artikulationer, som relaterer sig til en liberalistisk ideologi, etableres der på sigt en diskurs. Ud fra vores diskursive tilgang til offentlighedsbegrebet anser vi derfor LA's digitale offentlighed på TikTok som konstitueret på baggrund af ækvivalenskæder og de unges forhandling heraf. Disse ækvivalenskæder relaterer sig til et givent emne, tema eller udsagn i det offentlige rum, hvad end det er fysisk eller på sociale medier. Med afsæt i van Dijck (2018a; 2018b; 2018c) vil vi hertil argumentere for, at flere partikulære momenter, vedrørende eksempelvis frihed eller ansvar, kan cirkulere blandt brugere på sociale medier. Det skyldes, at de teknologiske funktioner på platformene, såsom likes, deling og hashtags, fordrer, at de diskursive formationer cirkulerer blandt brugerne og på sigt skaber et fællesskab på baggrund af interesser. Således anser vi de sociale medier for at bidrage til en regelmæssighed i adresseringen af et givent emne, hvor flere individuelle stemmer medvirker til at (re)producere diskursive formationer gennem indhold eller interaktion med andre.

3.4 Diskursanalyse på TikTok som socialt medie

Eftersom vores case tager afsæt i TikTok, der er et tekst-, lyd- og videobåret medie, er det essentielt at sammenholde forskellige teoretiske udlægninger, der belyser betydningen af visuel kommunikation. Dette er relevant i forhold til at analysere politisk indhold på sociale medier, eftersom politisk kommunikation i stigende grad er blevet visuelt som følge af de sociale mediers fremkomst (Farkas & Bene, 2021, s. 2; Marchal et al., 2021, s. 158). Desuden besidder billeder en særlig magt, idet de har en stærk evne til at påvirke følelser (Lilleker et al., 2019, s. 2). Med udgangspunkt i dette vil vi i indeværende afsnit foreslå en udvidelse af Laclau og Mouffes diskursanalytiske tilgang ved at inddrage Barthes' (1964) teori om Billedets Retorik. Denne tilgang skal skabe blik for samspillet mellem det visuelle og tekstlige i vores empirigrundlag og herved bidrage til vores analyse af LA's indhold på TikTok.

For at kunne indfange kompleksiteten af indholdet på TikTok er det relevant at analysere alle de modaliteter, der indgår på platformen. Netop samspillet mellem forskellige modaliteter belyses af Kress og van Leeuwen (2021) i deres multimodale diskursanalyse. Her har de fokus på, hvordan man kan analysere samspillet mellem de forskellige modaliteter i en tekst og undersøge den mening, de tilsammen skaber (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 182). I vores analyse har vi ladet os inspirere af det multimodale diskursbegreb, som vi indtænker i samspil med Laclau og Mouffes (1985) diskursteori.

Således elaborerer vi på Laclau og Mouffes (1985) diskursbegreb ved at indtænke det visuelle som modalitet, frem for blot at analysere det skrevne eller sagte ord. Dette gør vi med henblik på at belyse, hvordan de forskellige modaliteter, i kraft af deres indbyrdes relation, bidrager til de meningsskabende processer. Vores operationalisering uddybes nærmere i vores metodeafsnit.

Som Horsbøl (2018) argumenterer for, er det relevant at forholde sig til, hvordan de sociale praksisser udvikler og ændrer sig som følge af den digitale udvikling. Blandt andet har brugere i dag lettere ved selv at producere og dele indhold og kan indgå i dialog med hinanden på nye måder (Horsbøl, 2018, s. 365). Et eksempel herpå er fænomenet memes, hvor der ved hjælp af sammensætningen af forskelligt billedligt og skriftligt indhold laves intertekstuelle referencer til blandt andet populærkulturen (Galipeau, 2022, s. 2). Begrebet om intertekstualitet anvendes ofte i forbindelse med poststrukturalistiske analyser til at beskrive, at tekster kan trække på andre tekster, hvilket blandt andet bruges til at skabe en form for ironisk leg (Larsen, 2021, s. 264). I den forbindelse er det relevant at inddrage Barthes (1964), der åbner op for at se på forholdet mellem det visuelle og skriftlige indhold i reklamer. Dette gør han med henblik på at beskrive, hvordan betydningen af billeder opstår i samspillet mellem udtryk og indhold, samt hvorledes teksten i et billede kan bidrage til at forankre billedets betydning eller tilskrive det en ny. Barthes (1964) præsenterer endvidere tre overordnede betydningslag, en tekst kan have: Den denotative meddelelse, den konnotative meddelelse og den lingvistiske meddelelse (Barthes, 1964, s. 47). De to første omhandler billedets to meddelelser i form af billedets udtryk og indhold, mens sidstnævnte vedrører tekstens funktion (Barthes, 1964, s. 43). Den denotative meddelelse udgør billedets bogstavelige niveau, mens den konnotative meddelelse er det symbolske niveau (Barthes, 1964, s. 44). Således betegner det denotative niveau en beskrivelse af billedet, uden at tegnene tillægges mening, alt imens den konnotative meddelelse træder frem i kraft af en kulturel og dermed socialt forankret kode, som tilskriver mening til billedet (Barthes, 1964, s. 45-46). Den lingvistiske meddelelse er det tekstuelle indhold, der indgår i billedet eller på anden måde knyttet sig til billedet, for eksempel i form af en titel (Barthes, 1964, s. 48).

Ifølge Barthes (1964) kan den lingvistiske meddelelse have to funktioner: Forankring og afløsning. Førstnævnte medvirker til, at visse associationer fremhæves, og andre undertrykkes. Dermed udøves der en kontrol i forhold til den betydning, billedet tillægges, hvorfor denne funktion også kan betegnes som ideologisk (Barthes, 1964, s. 48-

49). Ved afløsningsfunktionen opstår meddelelsen i kraft af samspillet mellem ord og billeder, hvormed den “realiseres på et højere niveau” (Barthes, 1964, s. 50). Det betyder, at den lingvistiske meddelelse ikke understøtter billedets betydning, som ved forankringsfunktionen, men at billedet opnår en meddelelse, der er betinget af samspillet mellem tekst og billede. Ifølge Barthes (1964) bruges forankring ofte i reklamer og pressefotos til at præge læserens tolkning af billedet, mens afløsning er mere sjælden og typisk fremgår i humoristiske tegninger og tegneserier (Barthes, 1964, s. 50). I henhold til at analysere indhold på sociale medier vil vi argumentere for, at Barthes’ (1964) teori kan bidrage til at belyse, hvordan brugen af tekst i samspil med billede kan bidrage til enten at forstærke betydningen af billedet eller tilskrive ny betydning til indholdet. Dette er særligt relevant i forhold til memes, da disse er kendetegnet ved, at der laves intertekstuelle referencer gennem sammensætningen af forskellige billeder, videoer og tekster (Galipeau, 2022, s. 2).

Vi vil i indeværende speciale anvende Barthes’ (1964) begreber til at kode og analysere LA’s indhold på TikTok. Det skyldes, at vi herigennem får mulighed for både at analysere de forskellige modaliteter adskilt i form af video, lyd og de lingvistiske meddelelser, men også hvordan de i samspil skaber mening. Herigennem tilføjer vi et multimodalt aspekt til vores diskursanalyse, som giver os mulighed for at analysere samspillet mellem udtryk, indhold og de lingvistiske meddelelser i LA’s konstruktion af en politisk diskurs på TikTok. I vores kodning vil vi trække på Barthes’ (1964) begreber om denotation og konnotation til at skabe overblik over de forskellige modaliteter og deres indbyrdes relationer i forhold til de meningsskabende processer. Det uddybes nærmere i afsnit 4.4.1. Derudover vil vi i vores analyse trække på begreberne forankring og afløsning til at beskrive, hvorledes modaliteterne bidrager til at tydeliggøre betydning eller tilføre ny betydning til indholdet. Selvom Barthes (1964) oprindeligt har udviklet disse begreber til at analysere forholdet mellem billede og den lingvistiske meddelelse, udvider vi i vores analyse disse begreber til at betegne forholdet mellem alle de gældende modaliteter.

3.5 Videnskabsteoretisk refleksion

På baggrund af ovenstående teoretiske rammesætning vil vi i følgende afsnit diskutere, hvordan de præsenterede teoretikere placerer sig videnskabsteoretisk, samt hvordan vi i vores speciale vil forene de forskellige teoretiske positioner i en poststrukturalistisk analysestrategi. Vi vil argumentere for, at det primære videnskabsteoretiske afsæt for

Laclau og Mouffes (1985) diskursteoretiske refleksioner er poststrukturalismen. Som Esmark og Laustsen (2016) beskriver, har poststrukturalismen mange ligheder med strukturalismen, idet begge traditioner søger at kortlægge de bagvedliggende strukturer, som vi ikke er bevidste om, og som udgør grundlaget for vores erkendelse (s. 289). Inden for poststrukturalismen anses disse strukturer dog som åbne og foranderlige grundet deres tidslighed og historicitet, hvilket danner det primære skel mellem de to traditioner (Esmark & Laustsen, 2016, s. 308). Det poststrukturalistiske udgangspunkt for Laclau og Mouffes (1985) teoridannelse kommer blandt andet til udtryk gennem deres opfattelse af diskurser som kontingente. Herved beskrives det, at diskurser udgør en midlertidig fastfrysning, og at deres betydning aldrig er endegyldig, idet tegnenes indbyrdes relation forandrer sig som følge af den artikulatoriske praksis' konstante udvikling (Laclau & Mouffe, 1985, s. 106-107). Det poststrukturalistiske afsæt kommer således til udtryk ved, at der aldrig kan eksistere en hegemonisk samfundsforståelse uden en ustabil og foranderlig grænse mellem divergerende diskurser. Laclau og Mouffes (1985) poststrukturalistiske afsæt kommer yderligere til udtryk gennem deres fokus på dekonstruktion. I denne forbindelse trækker de eksplicit på Derrida (Laclau & Mouffe, 1985, s. 111-112). Derrida kan betegnes som en central teoretiker inden for poststrukturalismen, idet han udvikler en tilgang til at demaskere tekster gennem sin læsning af strukturalistiske teoretikere (Hastrup, 2007, s. 322). For ham er det ikke nok at se på det indhold, der indgår i en tekst, da andre ords fravær også har betydning for og er en del af virkeligheden (Hastrup, 2007, s. 323). Denne forståelse afspejler sig blandt andet i den magtforståelse, der ligger til grund for Laclau og Mouffes (1985) diskursteori. Som Mouffe (1996) beskriver, er hegemoni et resultat af, at der er opnået konsensus om en bestemt diskurs, som samtidig udelukker andre betydningsdannelser. Således anvendes betegnelsen dekonstruktion til at skabe blik for, hvordan visse diskurser opnår status som selvfølgeligheder, mens andre undertrykkes.

Foruden Laclau og Mouffes (1985) poststrukturalistiske afsæt er det relevant at uddybe deres teoretiske og politiske standpunkt. Rent teoretisk kan deres arbejde betegnes som både poststrukturalistisk og postmarxistisk. Det kommer til udtryk ved, at Laclau og Mouffe (1985) gør op med den strukturelle klassetænkning, der kendetegner marxismen (s. 3-4). I stedet for at anse samfundet som opdelt i homogene samfundsklasser argumenterer de for, at antagonistiske forhold er kendetegnet ved at være fragmenteret og flertydigt: "(...) is necessary to analyse the plurality of diverse and frequently contradictory positions, and to discard the idea of a perfectly unified and homogenous agent, such as the

‘working class’ of classical discourse.” (Laclau og Mouffe, 1985, s. 84). I deres diskursteori anlægger Laclau og Mouffe (1985) således en dekonstruktivistisk tilgang til at synliggøre de samfundsmæssige muligheder og betingelser for det radikale demokrati (Jensen & Hansen, 2002, s. 11). Rent politisk er afsættet for deres diskursteori at illustrere, hvordan venstreorienterede grupper kan skabe social og politisk forandring (Laclau & Mouffe, 1985, s. 2). Gennem deres videreudvikling af marxismen kan man argumentere for, at deres teori har ligheder med kritisk teori. Denne tradition søger nemlig at synliggøre samfundsmæssige strukturer og herved fordre politisk kamp og social retfærdighed (Langergaard & Sørensen, 2016, s. 253). Gennem deres diskursteoretiske refleksioner ønsker Laclau og Mouffe (1985) at reformulere den socialistiske tradition i et forsøg på at diskutere et radikalt og pluralistisk demokrati, som tager højde for divergerende identiteter og konflikter angående køn og etnicitet (Jensen & Hansen, 2002, s. 12). Som beskrevet vil vi anvende Laclau og Mouffes (1985) diskursanalyse som analytisk begrebsapparat, der kan belyse de underliggende magtforhold og antagonistiske diskurser, som fremgår af vores empiri. Dermed anvender vi en teori, der er udviklet til at belyse venstreorienterede grupper, til at analysere et liberalistisk partis kommunikation. Rent analytisk har det den konsekvens, at vi anlægger et kritisk perspektiv på vores genstandsfelt i form af LA’s kommunikation på TikTok. Vores kritiske afsæt for analysen udmønter sig dog kun i et fokus på at dekonstruere antagonistiske forhold og ikke i et ønske om at forholde os til eller vurdere partiets ideologiske standpunkt.

Eftersom vi anvender Barthes’ (1964) begrebssæt i kombination med Laclau og Mouffes (1985) diskursanalyse for at skabe et blik for samspillet mellem billede og tekst, er det relevant at reflektere over, hvordan hans teori om Billedets Retorik (1964) placerer sig videnskabssteoretisk. Barthes (1964) kan betegnes som semiolog (s. 42). I sine tidligere værker, herunder Billedets Retorik (1964), tilskriver han sig den strukturalistiske tradition (Larsen, 2021, s. 264). Den strukturalistiske tradition kommer til udtryk gennem hans teoretiske fokus på tegn og deres bagvedliggende betydningssystem. Blandt andet beskriver Barthes (1964), at tegn opnår betydning, og dermed får karakter af en meddelelse, på baggrund af et bagvedliggende betydningssystem (s. 43). Dette betydningssystem er ifølge Barthes (1964) knyttet til en almen kulturel viden, der gør læseren i stand til at forstå det respektive indholds merbetydning (s. 45). I vores analyse indtænker vi Barthes’ (1964) begreber om denotation og konnotation samt forankring og afløsning i en poststrukturalistisk diskursanalyse inspireret af Laclau og Mouffe (1985). Vi

anvender dermed hans begreber til at analysere, hvordan billeder og tekst tilsammen konstruerer diskurser, og hvordan sammenhængen mellem tekst og billede kan bidrage til, at nye betydninger opstår. Eftersom vi indtænker Barthes' (1964) teori i en poststrukturalistisk rammesætning, anskuer vi ikke de meningskonstruerende processer som et resultat af et forudbestemt bagvedliggende system, men som et udtryk for fragmentering og flertydighed. Yderligere anser vi den bagvedliggende struktur, som i vores analyse kommer til udtryk gennem tegnenes indbyrdes relation, som et åbent og dynamisk system. Analytisk betyder det, at de konklusioner, vi drager, er betinget af konteksten, hvormed de potentielt kunne være anderledes, hvis de blev studeret af andre forskere på et andet tidspunkt. Yderligere anskuer vi ikke konnotation som udtryk for en fastlagt merbetydning, men som en betydningsdannelse, der er kontingent. Således adskiller vores tilgang sig fra Barthes' (1964), idet han anser mening som et produkt af den faste betydning, tegn har. Hertil anvender vi begreberne om forankring og afløsning til at beskrive, hvordan mening konstant kan forandre sig; dels som følge af ændringer i forholdet mellem billede og tekst, og dels som følge af ændringer i de situationelle forhold.

I vores gennemgang af offentlighedsbegrebet præsenterede vi blandt andet Habermas' (1974) teori om den offentlige sfære. Vi vil argumentere for, at han med denne teori indskrives i traditionen kritisk teori. Ifølge Langergaard og Sørensen (2016) indtager forskere inden for kritisk teori et kritisk perspektiv ved ikke blot at registrere, hvordan den sociale virkelighed udfolder sig, men også ved at anlægge perspektiver på, hvordan samfundet bør være (s. 251). Det kommer i forhold til Habermas (1974) til udtryk ved teoriens normative karakter, idet han fremlægger idealer for rationel meningsudveksling (jf. afsnit 3.1). Til trods for at Habermas (1974), ligesom Laclau og Mouffe (1985), opererer med betegnelsen diskurs, indebærer hans udlægning ikke et fokus på forskellighed og magt. I stedet taler han om diskursetik som afsæt for at beskrive, hvordan den demokratiske dialog bør udspille sig. Denne diskursetik defineres ud fra, at man skal kunne argumentere for og begrunde de beslutninger, man når frem til (Langergaard & Sørensen, 2016, s. 276). Habermas' (1974) diskursetiske perspektiv afspejler således en normativ forståelse, idet han fremstiller et ideal for den demokratisk debat. I modsætning hertil anser Laclau og Mouffe (1985) i stedet diskurs som noget foranderligt og partikulært (s. 3). Eftersom vores analyse ikke er rettet mod at vurdere, hvorvidt den offentlige meningsdannelse kan karakteriseres som rationel, men derimod

har til formål at beskrive, hvordan den sociale virkelighed udfolder sig mellem LA og unge vælgere, trækker vi i vores analyse på Laclau og Mouffes (1985) diskursforståelse.

Som nævnt trækker vi i vores analyse på Fraser (1990) og Warners (2002) videreudviklinger af offentlighedsbegrebet. Begge teoretikere anlægger et perspektiv på offentligheder som konstituerede af diskurser, hvorfor vi vil argumentere for, at deres teorier harmonerer med den poststrukturalistiske tradition. Hos Fraser (1990) kommer det til udtryk ved, at hun anskuer offentligheder som diskursive arenaer (s. 57), der konstitueres gennem konflikt og forskellighed (s. 61). Derudover kommer Frasers (1990) fokus på konflikt blandt andet til udtryk gennem hendes brug af betegnelsen hegemoni (s. 60). Hos Warner (2002) kommer det poststrukturalistiske afsæt blandt andet til udtryk ved, at offentligheder eksisterer i kraft af diskursers reflektive cirkulation (s. 49-50). I indeværende speciale anser vi offentligheder som konstituerede gennem sproget, hvormed de potentielt kan forandre sig over tid. Konkret betyder det med Frasers (1990) begrebssæt, at en tidligere modoffentlighed på sigt kan indgå som en del af offentligheden. Det betyder dog ikke, at forholdet mellem offentligheder og modoffentligheder blot kan ændres ved at blive italesat, da den sproglige praksis vil være præget af underliggende magtforhold, der udspiller sig gennem hegemoniske diskurser. Yderligere har Fraser (1990) et særligt fokus på de marginaliserede grupper i samfundet, som hun bruger som afsæt for at dekonstruere Habermas' (1974) offentlighedsbegreb (s. 63). Vi vil argumentere for, at der kan drages paralleller mellem Frasers (1990) teori og traditionen kritisk teori, eftersom hun netop har fokus på at kortlægge det, der opfattes som common sense og forsøger at belyse marginaliserede grupper i samfundet.

Yderligere er det relevant at reflektere over, hvordan de teorier, vi trækker på i forhold til at belyse den offentlige sfære i en digital tidsalder, kan placeres videnskabssteoretisk. Vi vil i den forbindelse argumentere for, at van Dijck (2013) med teorien 'networked public sphere' indskrives i den institutionelle tradition. Denne tradition er karakteriseret ved at indtage analytiske perspektiver på institutioners betydning og forandringen heraf, hvilket eksempelvis udspringer af globaliseringen og den teknologiske udvikling (Nielsen, 2005, s. 11-12). I henhold til van Dijcks (2013) teori vil vi argumentere for, at det institutionelle afsæt kommer til udtryk gennem et fokus på, hvordan den digitale infrastruktur skaber nye forudsætninger for sociale fællesskaber (s. 5). I vores projekt anvender vi van Dijcks (2013) teori som et analytisk og operationelt værktøj til at undersøge, hvordan TikTok som medieplatform påvirker konstitueringen af

en digital offentlighed. Således indtænker vi teorien i en poststrukturalistisk ramme, der understøtter projektets fokus på konstitueringen og forhandlingen af offentligheder i en digital kontekst.

Afslutningsvis vil vi argumentere for, at Papacharissi (2014) med sin teori om affektive offentligheder indskrives i den socialkonstruktivistiske tradition. Det kommer til udtryk gennem hendes beskrivelse af, at offentligheder organiserer sig ud fra og samles om bestemte følelser (Papacharissi, 2014, s. 126-127). Dette kan anses som et udtryk for, at sociale relationer er afgørende for konstruktionen af offentligheder og dermed også produktionen af mening. Som Esmark et al. (2005b) pointerer, er socialkonstruktivismens afsæt relationisme. Det betyder, at socialkonstruktivistiske forskere hverken ser på objektet eller subjektet som eksisterende i kraft af sig selv, men som noget der opnår betydning i kraft af relationer (Esmark et al, 2005b, s. 18). Ifølge Esmark et al. er det dog (2005b) vanskeligt at skelne entydigt mellem poststrukturalismen og socialkonstruktivismen, idet der er mange ligheder herimellem (s. 7), herunder et fælles fokus på den relationelle meningsskabelse (s. 19). En gennemgående forskel mellem de to traditioner er, at poststrukturalismen tager afsæt i lingvistikken, mens socialkonstruktivismen er centreret om sociale konventioner og interaktion (Esmark et al., 2005b, s. 20). Eftersom vi anvender Papacharissi (2014) i en diskursanalyse inspireret af Laclau og Mouffe (1985), vil vi argumentere for, at vi anvender hendes teori i en analyse, der afspejler en poststrukturalistisk analysetilgang. Det kommer til udtryk ved, at vi har fokus på offentligheder som konstitueret af diskurser og dermed som et resultat af den sproglige praksis.



METODE

4. Metode

I de følgende afsnit vil vi præsentere de metodiske tilgange, vi trækker på i udarbejdelsen af indeværende speciale. Mere specifikt vil vi indledningsvist præsentere, hvordan vores projekt opererer inden for det kvalitative paradigme og herefter karakterisere projektets undersøgelsesdesign. I forlængelse af dette vil vi uddybe, hvordan vi har indsamlet og kodet vores empiri i form af LA's indhold på TikTok og vores fokusgruppeinterviews, samt hvilke metodiske overvejelser der ligger til grund herfor. Afslutningsvis vil vi diskutere, hvilken betydning vores metodevalg har for projektets videnskabelighed.

4.1 Det kvalitative paradigme

Eftersom vi arbejder med poststrukturalistiske og diskursive teorier til at belyse, hvordan LA konstruerer en digital offentlighed blandt unge vælgere på TikTok, placerer dette speciale sig inden for det kvalitative paradigme. Inden for dette paradigme arbejdes der med en interpretivistisk og konstruktivistisk tilgang til problemfeltet, eftersom hensigten er at undersøge sociale forhold, og hvordan disse er et resultat af interaktionen mellem individer (Bryman, 2016, s. 375). Således er formålet med kvalitative undersøgelser at få en dybdegående indsigt i, hvordan sprog og oplevelser har betydning for menneskelig adfærd (Denzin & Lincoln, 1998, s. 198). Vores kvalitative tilgang afspejler sig ved, at vi undersøger, hvordan udtalte forståelser af virkeligheden er et resultat af menneskelige handlinger. Det indebærer, at vi har en fortolkende tilgang til vores empirigrundlag, hvor vi undersøger forhandlingen af LA's diskurs, og hvordan denne konstituerer en digital offentlighed. Vi anser dermed LA og de unge vælgers oplevelser og forhandlinger som et udtryk for, hvordan den sociale virkelighed opstår gennem diskursive konstruktioner. Ved at tage afsæt i disse får vi dermed indblik i, hvordan cirkulerende diskurser danner grundlaget for en digital offentlighed. Vores analyse har derfor til hensigt at eksemplificere, hvordan meningsdannelse, antagonistiske forhold og politiske diskurser kan udfolde sig på et medie som TikTok.

Ifølge Laclau og Mouffe (1985) får ord og udsagn betydning i kraft af den sammenhæng, de indgår i (s. 105). I vores undersøgelse har vi derfor også blik for den specifikke kontekst, som diskurserne udfolder sig i. Det kommer til udtryk gennem vores poststrukturalistiske standpunkt, idet vi anser diskurser som værende partikulære og foranderlige. Nærmere bestemt er vi opmærksomme på, at LA's diskurser på TikTok

potentielt adskiller sig fra partiets diskursive artikuleringer på andre medier, og at de undersøgte diskurser er en midlertidig fastfrysning af sproget med Folketingsvalget i 2022 som kontekst. Ydermere anser vi sproget som konstituerende for virkeligheden snarere end en direkte refleksion heraf. Det bunder i en forståelse af, at diskurser opstår på baggrund af antagonistiske forhold, som kæmper om at hegemonisere forståelsen af virkeligheden, hvorfor nogle diskurser ekskluderes, og andre vinder frem.

Eftersom vi arbejder med en interpretivistisk og fortolkende tilgang til vores problemfelt, er vi interesserede i at afdække menneskers subjektive forståelser af verden frem for at forklare de faktuelle forhold bag. Denzin og Lincoln (1998) karakteriserer dette epistemologiske standpunkt som transaktionelt og subjektivistisk, idet forskeren og det undersøgte felt er forbundet, og undersøgelsens fund formidles gennem et fælles værdigrundlag (s. 207). Inden for det kvalitative paradigme arbejder man således med en dialogisk fremgang ud fra den overbevisning, at individers viden udelukkende kan fremkaldes gennem interaktion mellem forskere og deltagere (Denzin & Lincoln, 1998, s. 207). Dermed anser vi ikke alene LA og de unges meningsskabelse som en konstruktion, men også vores egne tolkninger heraf som konstruerede. Med afsæt i vores refleksioner om projektets kvalitative karakter vil vi i følgende afsnit uddybe projektets undersøgelsesdesign.

4.2 Undersøgelsesdesign

Motivationen for vores speciale er opstået på baggrund af forskellige interessefelter inden for politisk kommunikation og politikeres brug af sociale medier. I udarbejdelsen af vores problemfelt har vi blandt andet været optaget af, hvordan politisk kommunikation tager form og udspiller sig på videobårne medier som TikTok, samt hvordan fremkomsten og brugen af sociale medier er med til at udvide rammerne for politisk kommunikation. Med andre ord er vi interesserede i at undersøge, hvordan politikere benytter og drager fordel af nye sociale medieplatforme som et led i deres kommunikation til befolkningen og potentielle vælgere. Derudover er vi interesserede i, hvordan digitale offentligheder konstitueres gennem en gensidig forhandling af det sproglige og visuelle indhold. Ud fra dette har vores speciale til formål at tilvejebringe viden om et større fænomen i samfundet i form af politikeres kommunikation på sociale medier og unge vælgers oplevelse heraf.

For at undersøge dette fænomen har vi udvalgt en specifik case i form af LA's valgkampagne på TikTok under Folketingsvalget i 2022. Dermed kan vores undersøgelse

karakteriseres som et casestudie. I denne form for undersøgelsesdesign genereres der viden gennem en detaljeret og dybdegående analyse af en konkret case (Bryman, 2016, s. 61). Den viden, der udledes af casestudier, er kontekstafhængig, idet den har sit udgangspunkt i den undersøgte praksis (Flyvbjerg, 1991, s. 137). Således bidrager vores speciale til at få større og mere dybdegående indsigt i, hvordan LA som politisk parti kommunikerer på TikTok og herigennem konstituerer en digital offentlighed i samspil med unge vælgere. Med udgangspunkt i at vi undersøger en konkret case og er optaget af dens unikke og komplekse karaktertræk, kan vores tilgang endvidere betegnes som ideografisk.

Ifølge Flyvbjerg (1991) findes der flere misforståelser om, hvad et casestudie kan bidrage med inden for forskning og etablering af ny viden. Dette omhandler blandt andet en udpræget antagelse om, at generel viden er mere værdifuld end konkret viden, og at man ikke kan generalisere på baggrund af casestudier (Flyvbjerg, 1991, s. 137-138). Flyvbjerg (1991) fremhæver, at den konkrete viden, casestudier genererer, er værdifuld grundet deres nærhed til virkeligheden samt deres detaljerighed. Det kommer blandt til udtryk ved, at de skaber en nuanceret virkelighedsopfattelse, som ikke kan forstås på samme måde ud fra forudsigende teorier i studiet af mennesker og samfund samt forholdet herimellem (Flyvbjerg, 1991, s. 143). I den forbindelse mener Flyvbjerg (1991) også, at casestudier med fordel kan generere viden om større, mere generelle sammenhænge og dermed benyttes til generalisering (s. 149). Med afsæt i dette vil vi argumentere for, at vi gennem vores casestudie er i stand til at generere viden om et større fænomen i form af politikeres kommunikation på TikTok, samt de offentligheder der konstitueres herigennem. Det skyldes, at vi både udleder viden om, hvordan politikere kommunikerer på sociale medier samt unges oplevelse heraf.

Med inddragelse af Flyvbjerg (1991) vil vi argumentere for, at vores case har karaktertræk fra en ekstrem case. Ifølge Flyvbjerg (1991) indebærer denne form for case, at den er unik i form af at være særligt vellykket eller særligt problemfyldt (s. 150). Flyvbjerg fremhæver (1991), at det ofte er atypiske og ekstreme cases, der er informationsrige og kan benyttes til at udlede ny viden. Dette er relevant i forbindelse med vores case, da medierne har fremhævet LA's brug af TikTok under Folketingsvalget i 2022 som værende vellykket, særligt i forbindelse med den fremgang, partiet havde under Folketingsvalget 2022 (Obitsø, 2022c). Medierne har endvidere sat spørgsmålstejn ved de etiske områder ved brugen af platformen samt balancen mellem underholdning og politik (Horum, 2022). I Danmark har Folketinget som følge af denne debat frarådet politikere at bruge TikTok på

deres arbejdstelefoner (Folketinget, 2023). Det tilføjer således et yderligere lag til casens ekstreme karakter, idet politikere ikke før er blevet frarådet tilstedeværelse på en social platform.

Ifølge Flyvbjerg (1991) kan en case anskues på forskellige måder og dermed have karaktertræk fra forskellige former for cases. I den forbindelse vil vi ligeledes argumentere for, at vores case har karaktertræk fra en kritisk case. Denne form for case indebærer, at man søger at opnå information, der kan gælde for flere lignende cases (Flyvbjerg, 1991, s. 145). Dermed kan denne type case være fordelagtig til at udlede noget mere generelt med udgangspunkt i en enkeltstående case. Det skyldes, at casen har strategisk betydning i forhold til at belyse en bestemt problemstilling (Flyvbjerg, 1991, s. 149). Vi anser vores case for at kunne bidrage med viden om en mere generel kontekst. Det skyldes, at vi tager udgangspunkt i en konkret case i form af LA's kommunikation på TikTok under Folketingsvalget 2022, hvorved vi kan udlede generel viden om, hvordan politiske partier benytter nye, sociale medier til at konstituere digitale offentligheder blandt unge. Det indebærer et fokus på, hvordan partier konstruerer diskurser gennem visuel kommunikation på sociale medier. På et overordnet plan kan vores case hertil udlede viden om, hvordan udviklingen af sociale medier er med til at ændre formatet for politisk kommunikation og potentielt rykker ved grænserne mellem underholdning og politik.

4.3 Empiriindsamling

I dette afsnit vil vi beskrive, hvordan vi har udvalgt og indsamlet den empiri, der udgør grundlaget for indeværende undersøgelse. Først vil vi beskrive, hvilke kriterier vi har udvalgt indhold fra TikTok ud fra, hvorefter vi vil klargøre, hvordan vi har udvalgt deltagere og afviklet fokusgruppeinterview.

4.3.1 LA's indhold på TikTok

For at kunne undersøge hvilke politiske diskurser LA konstruerer på TikTok under Folketingsvalget 2022, har vi indsamlet de videoer, som partiet udgav på deres officielle TikTok-profil @liberalalliance_ i denne periode. Vi har afgrænset perioden for vores empiriindsamling fra valgets udskrivelse d. 5. oktober 2022 til valgdagen d. 1. november 2022. Det betyder, at vi i alt har indsamlet 79 videoer og dermed har inkluderet alle de videoer, partiet har offentliggjort under valget (Bilag 3). Vi downloadede de udvalgte videoer d. 22. december 2022 for at sikre dokumentation heraf. For at kunne tilgå

empirien i vores analyse har vi transskriberet det sagte og skrevne indhold samt beskrevet lydsporene og det visuelle i videoerne (Bilag 4). Som beskrevet i vores litteraturreview er sociale medier blevet en central del af politiske valgkampagner (Karlsen et al., 2016, s. 340; Jensen & Schwartz, 2020, s. 104; Svidronova et al., 2016, s. 181). Således består empirien af indhold, der indgår i LA's valgkampagne og dermed er et udtryk for strategisk kommunikation produceret af et politisk parti. Eftersom indholdet er udgivet under valget, kan det derfor forventes, at der er produceret mere indhold i denne periode, end hvad ellers gør sig gældende, og at indholdet er produceret med det formål at promovere partiet og dets medlemmer for at øge andelen af stemmer. Grundet vores fokus på TikTok som medie har vi afgrænset os ved ikke at medtage empiri fra andre elementer af partiets valgkampagne, såsom TV-transmitterede debatter og indhold udgivet på partiets øvrige profiler på Facebook, Instagram og Twitter. I vores undersøgelse har vi desuden fokus på de diskurser, partiet konstruerer, hvorfor vi ikke har medtaget indhold udgivet af partiets medlemmer, herunder partiets formand Vanopslagh. Derudover indgår kommentarsporet og reaktionerne på videoerne ikke som en del af vores empiri, idet vi i stedet har valgt at belyse LA's konstituering af en digital offentlighed ud fra et kvalitativt fokusgruppeinterview.

4.3.2 Fokusgruppeinterviews

I udarbejdelsen af vores speciale har vi udført fokusgruppeinterviews med 11 unge vælgere, som vi afholdt i april 2023. Vi har valgt at udføre fokusgruppeinterviews, da denne metode giver os mulighed for at undersøge, hvordan unge vælgere oplever og forhandler LA's indhold og kommunikationsstil på TikTok. Ifølge Halkier (2016) er fokusgruppeinterviews kendetegnet ved at være en gruppeinteraktion med udgangspunkt i et forudbestemt emne. Fokusgrupper er derfor særligt velegnede til at udlede empirisk viden om betydningsdannelse i grupper. Derudover kan metoden sige noget om, hvordan mennesker gennem sociale interaktionsprocesser ledes frem til specifikke fortolkninger, forståelser og praksisser (Halkier, 2016, s. 10-11), hvorfor den i høj grad harmonerer med vores interpretivistiske afsæt. Kvale og Brinkmann (2015) påpeger, at formålet for fokusgruppeinterviews ikke er, at deltagerne opnår enighed, men at de i stedet præsenterer deres individuelle synspunkter på de emner, der tages udgangspunkt i (s. 206). Dermed ønsker vi, at vores fokusgruppeinterviews skal give indsigt i, hvordan interviewpersonerne som handlende subjekter oplever og afdækker den verden, de indgår i. Således harmonerer

denne metode med vores diskursive tilgang til at undersøge LA's politiske kommunikation på TikTok samt vores interpretivistiske fortolkningsramme. Det skyldes, at vi forstår viden som noget, der skabes gennem sociale processer og sprog, hvorved diskurser er et udtryk for en midlertidig betydningstilskrivelse af et bestemt domæne. Dermed giver denne form for kvalitativt interview os mulighed for at analysere, hvordan deltagerne betydningstilskriver forskellige aspekter af politisk kommunikation på TikTok. Af denne grund er formålet med vores fokusgruppeinterviews at facilitere en fælles diskussion om LA's indhold og kommunikationsstil på TikTok blandt deltagerne.

Planlægningsfasen er en vigtig del af arbejdet med fokusgrupper. Dette indebærer en række valg om sammenhængen mellem fokusgruppeinterviews som metode over for projektets problemstilling og de faglige antagelser, der trækkes på (Halkier, 2016, s. 23). Faglige antagelser dækker over de erkendelsesmæssige rødder, man trækker på i sine analytiske erkendelser og vidensproduktion. Med andre ord er det de grundlæggende teoretiske tilgange, der er afgørende for, hvordan man producerer ny viden (Halkier, 2016, s. 23). I den forbindelse vil vi argumentere for, at vores valg af fokusgruppe harmonerer med de faglige antagelser, vi trækker på, samt vores problemformulering. Det kommer til udtryk ved, at vi sammentænker de anvendte teorier i en poststrukturalistisk forståelsesramme, hvor vi særligt har fokus på, hvordan sprog konstruerer den sociale verden, og at den sociale verden dermed kan anses som relationelt produceret mening. Således har vi fokus på de relationelle og sociale aspekter som et konstituerende grundvilkår for den viden og mening, deltagerne i fællesskab skaber. Herudover har vi blik for, at subjekternes positioner også er formet af mere overordnende magtforhold og kulturelle mønstre, hvorfor vi også anser konteksten som et forhold, der har indvirkning på de meningsskabende processer. Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at projektets faglige antagelser harmonerer med fokusgruppeinterviews som metode, hvor samtale og sproglige forhandlinger er i centrum. Såfremt vi havde valgt at afholde individuelle interviews, havde vi ikke på samme måde haft blik for, hvordan unge mennesker gennem social interaktion indgår i en gensidig forhandling om LA's indhold på TikTok og herved konstituerer en offentlighed.

Udvælgelse af deltagere

Som en del af forberedelsen til et fokusgruppeinterview skal det besluttes, hvem der skal deltage (Halkier, 2016, s. 29). Eftersom vi har fokus på, hvordan LA adresserer en

offentlighed blandt unge vælgere, er et af vores udvælgelseskriterier, at deltagerne befinder sig i aldersgruppen 18-24 år. Denne målgruppe er fastlagt på baggrund af, at de udvalgte deltagere har stemmeret, samt at 47% af danskerne, der benytter TikTok, netop er i denne aldersgruppe (Novicell, 2022). Vi har udvalgt denne målgruppe, da vi er interesserede i, hvordan politikeres brug af TikTok har betydning for, hvordan unge vælgere opfatter politikere og partier samt indgår i politiske fællesskaber. Yderligere ønsker vi at repræsentere både kvinder og mænd, såvel som forskellige aldre og baggrunde. I den forbindelse påpeger Halkier (2016), at fokusgrupper ikke kan sammensættes gennem tilfældig udvælgelse grundet deres begrænsede størrelse. Af den grund skal udvælgelsen af deltagere i stedet være analytisk selektiv, hvilket indebærer, at man sørger for at indtænke sin problemstilling i udvælgelsesprocessen (Halkier, 2016, s. 29). På baggrund af dette vil vi argumentere for, at vi har konstrueret vores egen offentlighed bestående af deltagere med forskellige beskæftigelsesmæssige baggrunde, køn og aldre som genstand for at undersøge Liberal Alliances digitale offentlighed blandt unge vælgere på TikTok.

I vores rekruttering af deltagere har vi anvendt snowball-sampling. Denne form for sampling indebærer, at man trækker på de ydre dele af sit netværk for at finde interviewpersoner (Halkier, 2016, s. 34). Dermed består vores fokusgrupper både af interviewpersoner, der i forvejen kender hinanden, og interviewpersoner, der er fremmede for hinanden. Ifølge Halkier (2016) har sammensætningen indvirkning på gruppedynamikken og den viden, de konstruerer i samspil. Det skyldes blandt andet, at de, der kender hinanden, kan være underlagt allerede etablerede dominansrelationer, som influerer deres besvarelser. Herudover vil dem, der er fremmede for hinanden, være mere eksplicitte i deres udtalelser, hvilket kan bringe flere perspektiver frem. Modsat vil de, der kender hinanden, have lettere ved at tage del i samtalen, da kendskabet til de øvrige skaber en tryk ramme (Halkier, 2016, s. 32-33). Med udgangspunkt i ovenstående har vi forsøgt at facilitere en uformel samtale i en tryk rammesætning. Det har vi blandt andet gjort ved indledningsvist at have en introduktion af alle deltagere og være eksplicitte om formålet med interviewet. I den forbindelse har vi været opmærksomme på, at vores interview kan opfattes som sensitivt, da det vedrører politisk indhold, hvilket for mange kan anskues som et privat anliggende. Derfor tydeliggjorde vi også, at interviewet ikke handler om deltagernes politiske overbevisninger, men om deres oplevelse af LA's måde at kommunikere på. Eftersom vi ikke har spurgt deltagerne ind til deres politiske standpunkter og opfattelse af LA's politiske mærkesager, kan vi kun i et begrænset omfang

kommentere på, hvorvidt deltagerne reproducerer LA's liberalistiske diskurs. Omvendt mener vi også, at dette kan belyses ved at se på, hvorvidt deltagerne taler ind i de antagonistiske forhold og subjektpositioner, der udgør grundlaget for LA's diskurs. I forhold til selve eksekveringen har vi udført to separate fokusgruppeinterviews med henholdsvis fem og seks deltagere. Deltagerne i vores fokusgrupper kan ses her:

Respondent	Alder	Beskæftigelse
<i>Fokusgruppe 1</i>		
Caroline L	20 år	Sabbatår - Lærervikar
Adam	24 år	Studerende - Softwareingeniør
Andreas	23 år	Salgsrådgiver
Freja	22 år	Studerende - Finansbachelor
Caroline	22 år	Studerende - Erhvervsøkonomi og Virksomhedskommunikation
<i>Fokusgruppe 2</i>		
Anna	21 år	Elev i Jysk
Nicholas	21 år	Studerende - Fysik
Lasse	19 år	Sabbatår - Livgarden
Christina	23 år	Fleksjob som tjener
Frederikke	21 år	Studerende - Kommunikation og Digitale Medier
Camilla	23 år	Studerende - Kommunikation og Digitale Medier

Skema 1: Oversigt over deltagerne ved vores fokusgruppeinterviews

I forlængelse af udvælgelsen af deltagere, har vi ligeledes arbejdet med at strukturere selve interviewenes forløb. I relation til dette påpeger Kvale og Brinkmann (2015), at fokusgrupper ofte ledes af en moderator, men at interviewet ellers ikke er fast styret, således at man kan få flest mulige deltagers synspunkter frem (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 205). Med udgangspunkt i vores rolle som moderatorer, har vi udformet en interviewguide, der faciliterer processen. En interviewguide fungerer som en oversættelse af, hvordan de enkelte interviewspørgsmål har relevans for projektets videnskabelige interessepunkter (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 186-187). På baggrund af dette har vi

inddelt vores interviewguide i tre kolonner: 1) Forskningsområde, 2) Rammesættende spørgsmål og 3) Hjælpespørgsmål. Forskningsområde dækker over det teoretiske felt, som spørgsmålet vedrører, og hvordan dette er relevant for vores problemformulering. Det rammesættende spørgsmål er ét overordnet teoretisk funderet spørgsmål, som indfanger de mere specifikke hjælpespørgsmål. Vi har valgt både at have et rammesættende spørgsmål og mere konkrete interviewspørgsmål, idet vi ønskede en meningsforhandling mellem deltagerne, hvor vi kunne stille os i baggrunden og minimere vores påvirkning af samtalen. Vi har dog bibeholdt de konkrete spørgsmål som rettesnor for samtalen, hvis interviewet blev ledt i en anden retning, end vi havde tiltænkt. Nedenstående skema viser et eksempel fra vores interviewguide, og den fulde interviewguide kan findes i bilag 2.

Forskningsområde	Rammesættende spørgsmål	Hjælpespørgsmål
Politisk indhold og kommunikationsstil på TikTok (autencitet, humor, affektivitet)	<i>Hvad synes I kendetegner den måde, LA kommunikerer på, på TikTok?</i>	• Hvis I i fællesskab skulle beskrive LA's måde at kommunikere på TikTok med tre ord - hvilke ville det så være? • Hvordan synes I, at Alex Vanopslagh fremstår? • Hvad synes I om den måde, LA fremstår på? • Hvad tænker I om, at LA bruger et socialt medie som TikTok til at formidle deres politik?

Skema 2: Uddrag af interviewguide

Vi indledte vores fokusgruppeinterview med rammesættende spørgsmål om de unges brug af TikTok, der skulle fungere som afsæt for den videre diskussion om LA's kommunikation på mediet. Herefter viste vi syv af LA's videoer på TikTok under Folketingsvalget 2022 som eksempler på forskellige typer indhold. Videoerne indebar blandt andet klip fra Folketingssalen, kampagnevideoer og satirisk indhold sammensat af forskellige videoer, billeder og tekst. Formålet med dette var at facilitere en åben og deltagerstyret diskussion, som gav et indblik i de unges oplevelse af LA's indhold, hvor de havde noget konkret indhold at tale ud fra. Af samme grund havde vi printet screenshots fra hver af de videoer, vi viste, så deltagerne løbende kunne forholde sig til dem og havde et fælles afsæt at diskutere ud fra. Under hele interviewet stillede vi åbne spørgsmål, der skulle facilitere en dialog mellem deltagerne, således at vi som interviewere kunne træde i baggrunden.

Dermed forsøgte vi at skabe fokus på det diskursive ved at formulere spørgsmål, der lagde op til at deltagerne i fællesskab kunne forhandle og samkonstruere mening. Et eksempel herpå er, at vi bad deltagerne om sammen at finde frem til tre ord, der beskriver LA's indhold på TikTok. Med udgangspunkt i Halkier (2016) anser vi samtalerne i fokusgrupperne som performative, altså et udtryk for sociale samhandlinger, der kan have praktiske sociale konsekvenser. Efter vi havde afholdt vores fokusgruppeinterviews, foretog vi en grovtransskribering af vores lydoptagelser. Vores transskribering af de to fokusgruppeinterviews fremgår af bilag 5 og 6.

4.4 Kvalitativ indholdskodning og -analyse

I dette afsnit ønsker vi at udfolde, hvordan vi har indsamlet og bearbejdet vores empiri. Dette vil vi gøre ved først at beskrive, hvordan vi som grundlag for første del af vores analyse har kodet og behandlet de udvalgte TikTok-videoer, hvortil vi vil redegøre for, hvordan vi som en del af anden analyse har kodet og bearbejdet vores fokusgruppeinterviews. Overordnet set kan vores analyse betegnes som en kvalitativ indholdsanalyse. I denne form for analyse er omdrejningspunktet det latente indhold i tekster og tilblivelsen af mening (Eskjær & Helles, 2015, s. 22). Vores fokus på det latente indhold og de meningskonstituerende processer kommer til udtryk gennem vores afsæt i Laclau og Mouffes (1985) diskursteoretiske tilgang. Gennem deres begrebssæt ønsker vi at fremanalysere de diskurser, LA artikulerer og de antagonistiske forhold, der kommer til udtryk gennem denne diskurs.

4.4.1 Multimodal diskursanalyse af LA's indhold på TikTok

I vores behandling af de udvalgte TikTok-videoer har vi elaboreret på Laclau og Mouffes (1985) diskursteoretiske tilgang ved at indtænke deres analytiske begreber i en multimodal kontekst. Således har vi tilpasset deres analytiske begrebsapparat til vores undersøgelse, idet vi herved får mulighed for at analysere alle de modaliteter, der indgår i LA's videoer på TikTok. Til dette har vi hentet inspiration fra Kress og van Leeuwens (2021) multimodale diskursanalyse i form af deres begreb om multimodalitet (jf. afsnit 3.4). Det har vi valgt at gøre, fordi vores empiri ikke blot består af skrevne eller sagte ord, som typisk danner afsættet for diskursanalyser, men også af lyd og billeder. Mere konkret har vi elaboreret på Laclau og Mouffes (1985) definition af tegn til at indbefatte alle de pågældende modaliteter i form af både det visuelle, auditive og tekst, hvorfor vi også betegner vores diskursanalyse

som multimodal (jf. afsnit 3.4). Det har endvidere den analytiske konsekvens, at vi anser den artikulatoriske praksis for at indbefatte alle de pågældende modaliteter, som tegn, der indgår i den artikulatoriske praksis, og dermed også som konstituerende for de diskurser, der skabes. Som følge heraf fremanalyserer vi også de partikulære momenter i en ækvivalenskæde med afsæt i de forskellige modaliteter. For at kunne tilgå alle de gældende modaliteter i vores kodningsproces og videre analyse har vi transskriberet det verbale samt lavet en beskrivelse af de øvrige modaliteter i form af lyd, billede og tekst. I vores transskription har vi beskrevet de forskellige modaliteter i deres enkelthed, uden at forholde os til deres indbyrdes samspil og det dybere betydningslag. Vores fulde transskribering fremgår af bilag 4.

Foruden at transskribere de udvalgte videoer, har vi kodet vores empiri. I den forbindelse har vi udviklet vores egen multimodale kodningstilgang. Dette har vi valgt at gøre, fordi der ikke eksisterer en gængs og analytisk anvendelig tilgang til at kode visuelt indhold i en diskursiv kontekst (Gerodimos, 2019, s. 54; Farkas & Bene, 2021, s. 2). Vi er i den forbindelse opmærksomme på, at Kress og van Leeuwen (2021) har arbejdet med multimodale analyser ud fra et socialesemiotisk standpunkt. I deres teoriudvikling beskæftiger de sig dog primært med at udvikle analytiske begreber frem for en konkret tilgang til at kode empiri. Vi har derfor set det nødvendigt at udvikle vores egen kodningstilgang, der forener en diskursanalytisk tilgang med en analyse af multimodale tekster. Dermed skaber vi blik for, hvordan diskurser ikke blot konstitueres af det verbale eller skrevne, men er et resultat af samspillet mellem tekstlige og visuelle modaliteter. For at kunne skabe blik for modaliteternes indbyrdes samspil har vi i vores kodning og videre analyse trukket på Barthes' (1964) begreber om denotation og konnotation. Det har vi gjort, fordi vi herved både får blik for de enkelte modaliteter, samt hvordan de i kraft af deres indbyrdes relation bidrager til de betydningsdannende processer. For at sikre transparens og en struktureret tilgang i vores kodningsproces har vi udviklet et kodningsskema, som vi har kodet videoerne ud fra (Bilag 9). Nedenfor fremgår et eksempel på, hvordan vi har kodet:

Denotation	Konnotation	Kode
Samspil af modaliteter: Vanopslagh går forbi kameraet inde på Christiansborg og kigger ind i det, mens han peger mod kameraet. Han har jakkesæt og en hvid skjorte på. Videoen er i slowmotion. Samtidig står teksten "Valg?" på videoen, mens der synges "Bring the action" som baggrundsmusik.	Den lingvistiske meddelelse i form af et spørgsmål og baggrundsmusikken giver i samspil en forståelse af, at valgkampen 'kan komme an', og at Vanopslagh er klar til at føre valgkamp. Når Vanopslagh går frem mod kameraet i slowmotion, fremstår han som en stærk partileder, der er klar til at kæmpe ved Folketingsvalget. Det understøttes af omgivelserne, eftersom han går på gangene på Christiansborg, og at videoen er udgivet dagen for valgets udskrivelse.	Alex Vanopslagh som formand

Skema 3: Uddrag af kodningsskema til LA's videoer

Som det fremgår af ovenstående, har vi med afsæt i vores transskribering både lavet en denotativ og en konnotativ beskrivelse af den udvalgte empiri. I vores denotative beskrivelse har vi beskrevet de enkelte modaliteter samt deres samspil. I de videoer, der er domineret af det verbale og dermed primært opnår betydning i kraft heraf, har vi derimod kun forholdt os til denne modalitet. Ved det konnotative niveau har vi forholdt os til det dybere symbolske niveau ved at se på, hvordan de pågældende modaliteter i samspil skaber betydning. Vi anser vores analyse af det konnotative som udtryk for, hvordan vi i projektet arbejder ud fra en interpretivistisk og fortolkende tilgang. Det skyldes, at det konnotative niveau bliver tydeligt i kraft af en kulturel og dermed subjektiv forståelse, hvorfor vores analytiske fund er påvirket af vores egne fortolkninger af LA's diskurs.

På baggrund af vores denotative og konnotative beskrivelser, har vi desuden inddelt vores empiri ud fra forskellige koder. Dette har vi gjort, fordi vi herved har kunne få blik for mere overordnede mønstre og strukturer i vores empiri. I denne forbindelse har vi opstillet en start- og en slutkodeliste. Som Bjørnholt og Jakobsen (2020) beskriver, er dette en tilgang, hvor man løbende udvider sin kodeliste og dermed kan forholde sig åbent over for nye koder, der måtte opstå på baggrund af ens kodningsproces (s. 214). Før vi påbegyndte vores kodning, havde vi opstillet en række startkoder. Et eksempel på dette var "frihed" med følgende underkoder: 1) Til at vælge gymnasium, 2) Lavere skat og 3) Mindre stat. Dette gjorde vi på baggrund af vores forudgående kendskab til LA som et liberalistisk parti. I vores kodningsproces har vi løbende udvidet vores kodeliste og fjernet koder, som viste sig ikke at være fremherskende i vores empiri. Nedenfor ses vores slutkodeliste (Bilag 7):

Frihed	• Til at vælge gymnasium • Lavere skat • Mindre stat
Ansvar	• For egen økonomi • For eget liv
Antagonisme	• Mette Frederiksen • Regeringen • Enhedslisten • Venstre
Positionering af partiet	• Få mandater • Alex Vanopslagh som formand • Optimisme • Fornuft • Et ideologisk projekt
Klima	• Kernekraft • Internationalt udsyn • Optimisme

Skema 4: Slutkodeliste til LA's videoer

Som skemaet viser, har vores kodning af LA's indhold på TikTok resulteret i seks koder med hver deres tilhørende underkoder. Som en del af vores kodning har vi set på tværs af slutkoderne, som har skabt et billede af den diskurs, LA konstruerer på TikTok. Disse koder har vi anvendt til at læse på tværs af den multimodale empiri og herudfra identificere, hvilke partikulære momenter, LA artikulerer som en del af deres diskurs på TikTok.

4.4.2 Analyse af deltagernes forhandling af LA's indhold og kommunikationsstil

Foruden at kode og analysere LA's indhold på TikTok har vi behandlet vores empiri fra de to fokusgruppeinterviews. Denne empiri skal bidrage med at besvare vores andet underspørgsmål om, hvordan de unge vælgere forhandler LA's indhold og kommunikationsstil på TikTok. For at kunne tilgå vores empiri og sikre en struktureret tilgang, har vi også her foretaget en kvalitativ indholdskodning som fundament for vores analyse. Vores fulde kodningsskema til de to fokusgruppeinterviews fremgår af bilag 10. Nedenfor fremgår et udsnit af vores kodningsskema:

Udvalgt citat	Meningskondensering	Kode
AD: Ja, det er meget opstillet, men jeg synes også, der er noget der går galt, når at du kan få et grin og så får en politiker din stemme agtig. At nå okay, Daddy Vanopslagh, han er grineren, ham stemmer jeg lige på. Det er helt forkert, synes jeg. Altså i forhold, og det er kedeligt, men altså hvad går de ind for, hvad går de ikke ind for. Det er lidt billigt på en måde.	Adam oplever LA's indhold på TikTok som iscenemat og opstillet. Derudover italesætter han det som "galt", hvis man stemmer på en politiker med afsæt i, at de har sjovt indhold på TikTok. Dette eksemplificerer han ved inddragelse af "Daddy Vanopslagh", som han anerkender er "grineren". Han mener ikke, at man skal stemme ud fra humor, da dette adskilles fra at være relateret til, hvad politikerne går ind for. Dermed konstruerer han humor som et "let" og "nemt" grundlag at stemme ud fra.	Kommunikationsstil: Autenticitet Kommunikationsstil: Ikke politisk

Skema 5: Uddrag af kodningsskema til fokusgruppeinterview

Som det fremgår af skemaet, har vi udvalgt citater fra vores empiri. Disse citater er udvalgt ud fra deres relevans i forhold til at belyse, hvordan deltagerne taler ind i og udfordrer LA's diskurs, og hvordan de italesætter LA's brug af TikTok som politisk medie. I den forbindelse har vi lavet en meningskondensering af de udvalgte citater, der fungerer som grundlag for at organisere citaterne ud fra bestemte koder. På baggrund af vores iagttagelser fra de to fokusgruppeinterview har vi indledningsvist udarbejdet en startkodeliste med koder, vi forventede at identificere i empirien. Vi har derefter revideret vores kodeliste, hvilket har resulteret i en slutkodeliste. Vores start- og slutkodeliste til de to fokusgruppeinterviews fremgår af bilag 8. Som Bjørnholt og Jakobsen (2020) pointerer, muliggør denne form for kodning at man kan forholde sig åbent over for sit indhold, idet man løbende reviderer sin kodeliste (s. 214). Slutkodelisten fremgår af nedenstående skema (Bilag 8):

TikTok som medie	• Format • Etik • Brug • Ingen gatekeeper
Kommunikationsstil	• Autenticitet • Humor • Ikke politisk • Informativt • Misinformation • Provokation
Medier	• Sociale medier • Instagram vs TikTok • Facebook vs TikTok • Traditionelle politikformater
Unge som målgruppe	• Politisk engagement
Politiske frontfigurer	• Vanopslagh som formand
Antagonisme	

Skema 6: Slutkodeliste til fokusgruppeinterview

Som det fremgår af ovenstående, har vores kodning af de unges oplevelse af LA's indhold resulteret i seks overordnede slutkoder med tilhørende underkoder. Koderne hjælper os til at få et overblik over vores empiri gennem organisering samt at se på tværs af koderne som grundlag for vores analyse.

Vi vil anvende kodningen af vores fokusgruppeinterviews som grundlag for vores analysedel 2 til at undersøge, hvordan deltagerne positionerer sig i forhold til i LA's diskurs. Dermed fungerer denne analyse som en udvidelse af vores diskursanalyse af LA's indhold (analysedel 1), eftersom vi her fjerner fokus fra LA som afsender og retter blikket mod de unge som modtagere og potentielle medskabere af LA's diskurs. Udvidelsen kommer til udtryk ved, at vi i denne analyse bygger videre på konklusionerne fra analysedel 1 ved at undersøge, hvordan de unge forhandler deres oplevelse af LA's indhold på TikTok. Dette giver os mulighed for at belyse, om deltagerne udfordrer eller medkonstruerer LA's diskurs.

4.5 Diskussion af specialets videnskabelighed

Med udgangspunkt i ovenstående gennemgang af specialets metodiske rammesætning vil vi i indeværende afsnit diskutere projektets videnskabelighed. I denne diskussion tager vi afsæt i Flyvbjergs (1991) revurdering af casestudiet som forskningsstrategi samt LeCompte og Goetz' (1982) beskrivelse af kvalitetskriterierne reliabilitet og validitet. Eftersom vores undersøgelse kan karakteriseres som et casestudie, vil vi argumentere for, at projektets videnskabelighed består i dets detaljerighed og kontekstafhængige viden. Flere forskere er dog uenige om, hvorvidt denne viden er generaliserbar. Ifølge LeCompte og Goetz (1982) er casestudiets produktion af kontekstafhængig viden et udtryk for lav ekstern validitet og dermed lav generaliserbarhed (s. 51). Dette stiller Flyvbjerg (1991) sig kritisk over for ved at fremhæve casestudiets nuancerede blik på virkeligheden og den menneskelige adfærd som noget, der er muligt at generalisere ud fra (s. 137-138).

I vores undersøgelse læner vi os op ad Flyvbjerg (1991) og vil således argumentere for, at vi kan generalisere ud fra bestemte aspekter af vores case. Blandt andet anser vi LA's brug af TikTok under Folketingsvalget som et udtryk for en udvikling inden for dansk politik og sociale medier, hvor politikere i stigende grad anvender sociale medier, herunder TikTok, i deres kampagner. Dette understøttes af, at flere partier gjorde deres indtog på TikTok under Folketingsvalget 2022 for at kommunikere til potentielle vælgere (Obitsø, 2022b). Således kan vores resultater om LA's indhold på TikTok generaliseres til en bredere kontekst i form af viden om, hvordan politikere kan formidle politiske budskaber gennem TikTok og potentielt skabe en digital offentlighed blandt unge vælgere. Yderligere vil vi argumentere for, at vi med vores undersøgelse af LA's brug af selve videoformatet på TikTok genererer viden, der kan generaliseres til andre lignende medieplatforme, hvor indholdet også består af korte videoer. Modsat vil vi dog også argumentere for, at specialets generaliserbarhed til dels begrænses af det faktum, at vores case har ligheder med det, Flyvbjergs (1991) karakteriserer som extreme case. Det skyldes, at Liberal Alliance generelt er blevet beskrevet som det parti, der under valget i 2022 oplevede størst succes med at bruge TikTok som en del af deres politiske kampagne (Obitsø, 2022d). I den forbindelse vil vi argumentere for, at der, grundet partiernes forskellige kommunikationsformer og varierende succes, også må være aspekter af vores case, der ikke kan generaliseres til udviklingen inden for dansk politik. For eksempel kan LA's succes have haft betydning for konstitueringen af deres digitale offentlighed på TikTok,

hvormed nogle aspekter af vores undersøgelse ikke nødvendigvis kan generaliseres til andre partier.

Et andet væsentligt aspekt i diskussionen af specialets videnskabelighed er den eksterne reliabilitet. Dette kvalitetskriterium dækker over, hvorvidt andre forskere kan replikere undersøgelsens resultater, såfremt de anvender de samme metoder. I den forbindelse påpeger LeCompte og Goetz (1982), at dette kan være svært i studier, der producerer kontekstafhængig viden (s. 35). Vi er dermed bevidste om, at den sociale kontekst er foranderlig, og at den derfor kan påvirke undersøgelsens resultater på forskellige måder, alt afhængig af hvilke omstændigheder undersøgelsen udføres i. Et eksempel på dette er, at vi undersøger LA's indhold under Folketingsvalget 2022 på bagkant, hvilket potentielt kan have haft en indvirkning på deltagernes opfattelse og refleksioner grundet partiets fremgang ved valget. Herudover har omstændighederne for vores case ændret sig som følge af, at danske politikere frarådes at bruge TikTok på deres arbejdstelefoner (Folketinget, 2023). Dette kan dermed have indvirkning på, hvordan politikere i fremtiden vil forholde sig til og bruge TikTok som en del af deres politiske kommunikation, samt hvorledes vælgerne forholder sig til politisk brug af TikTok. For at imødekomme dette har vi været transparente om vores analyseprocesser og de metodiske valg, vi har truffet. På den måde kan andre forskere få et indblik i, hvordan vi er kommet frem til vores resultater.

Foruden at sikre åbenhed om vores analyseprocesser og konklusioner har vi arbejdet med at styrke specialets interne validitet. Dette definerer LeCompte og Goetz (1982) som overensstemmelse mellem det, man ønsker at undersøge, og de resultater, man udleder (s. 45). Derudover har vi taget udgangspunkt i LeCompte og Goetz' definition af intern reliabilitet. Dette defineres som intern kongruens blandt forskere (LeCompte & Goetz, 1982, s. 41). På baggrund af dette har vi været opmærksomme på at transskribere på samme måde og hertil udarbejdet retningslinjer for vores kodning for at sikre interkoderreliabilitet. Af samme årsag har vi alle haft berøring med empirigrundlaget og løbende diskuteret vores iagttagelser og analytiske fund.



ANALYSE- STRATEGI

5. Analysestrategi

I indeværende afsnit præsenterer vi specialets analysestrategi. Afsnittet har til formål at sikre transparens i forhold til, hvordan projektets poststrukturalistiske afsæt afspejler sig i vores analysetilgang og dermed også de konklusioner, vi udleder. Mere konkret går vi i dybden med, hvordan vi opfatter og iagttager vores empiriske materiale som genstand for analyse ud fra et poststrukturalistisk standpunkt, samt hvordan vi gennem tre analysedele besvarer projektets overordnede problemformulering.

5.1 En poststrukturalistisk fortolkningsramme

Som nævnt har vores analysestrategi et poststrukturalistisk afsæt. I poststrukturalismen gælder det, at en undersøgelse af diskurser i sig selv er diskursiv, samt at der ikke eksisterer en iagttagelsesuafhængig iagttager. Med andre ord bliver iagttagelsen til genstand for en analyse på baggrund af iagttagerens praksis og blik. Af den grund er det nødvendigt at operationalisere og fremlægge det blik, man har i undersøgelsen af den sociale virkelighed (Esmark et al., 2005a, s. 10). Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at vores analysetilgang afspejler et poststrukturalistisk syn på den sociale virkelighed og subjekternes ageren heri. Det skyldes, at vi anskuer den sociale virkelighed, herunder LA's indhold på TikTok, som et udtryk for forskellige diskursive artikulationer af den sociale verden. Som et led i vores analyse af LA's indhold dekonstruerer vi LA's diskurs ved at analysere, hvordan de meningsudfylder en tom betegner i deres politiske kommunikation på TikTok. I den forbindelse undersøger vi, hvilke partikulære momenter LA artikulerer, og hvordan disse indgår i en ækvivalenskæde, der konstruerer deres diskurs. Herigennem udleder vi viden om, hvordan LA positionerer sig selv som parti og betydningstilskriver samfundet og verden. Med afsæt i vores fokusgruppeinterviews bygger vi videre på analysen af denne betydningstilskrivelse ved at undersøge, hvordan deltagerne henholdsvis udfordrer og taler ind i den sociale virkelighed, LA artikulerer i deres indhold.

I vores analyse af den sociale virkelighed anskuer vi magt som kontingent. Det skyldes, at diskurser blot er midlertidige meningsfikseringer af viden, og at deres betydning dermed aldrig er endelig (Laclau & Mouffe, 1985, s. 106-107). Vi forstår dermed ikke de fremanalyserede diskursers samfundsmæssige status som værende endegyldige, men nærmere foranderlige. På baggrund af dette er vi opmærksomme på, at casens kontekst og historicitet har indflydelse på de konklusioner, vi udleder. Dermed er vores

analyse og konklusion på indeværende problemformulering ikke et udtryk for en fastlagt sandhed, men nærmere en midlertidig meningsfiksering af, hvordan LA og de unge i samspil konstruerer den sociale virkelighed under Folketingsvalget i 2022. Endvidere kommer vores poststrukturalistiske afsæt til udtryk gennem vores forståelse af offentligheder som værende diskursivt funderet. Dermed afspejler vores analyse en forståelse af, at offentligheder ikke blot er konsistente enheder, hvor medlemmerne deler de samme holdninger, men også kan rumme modstridende synspunkter og forandre sig over tid.

5.2 Analysens tre dele

Som en del af vores analyse har vi foretaget en kvalitativ kodning af vores materiale for at kunne organisere og strukturere vores empiri og analytiske pointer (jf. afsnit 4.4). For at tydeliggøre vores videre fortolknings- og erkendelsesprocesser samt sikre at vi besvarer projektets problemformulering, har vi inddelt vores analyse i tre adskilte dele med hver sit fokusområde. Hver analysedel ledsages af en opsummerende delkonklusion for at sikre progression samt transparens om hver analysedels bidrag til den overordnede konklusion. I det følgende vil vi gennemgå, hvordan analysestrategien skal agere rettesnor for at besvare projektets problemformulering: “Hvordan forhandler unge vælgere den politiske diskurs, Liberal Alliance artikulerer gennem deres indhold og kommunikationsstil på TikTok, og på hvilken måde er dette konstituerende for Liberal Alliances digitale offentlighed?”.

I første analysedel besvarer vi følgende underspørgsmål: “Hvordan konstruerer Liberal Alliance en politisk diskurs på TikTok gennem deres indhold og kommunikationsstil?”. Dette undersøger vi gennem en diskursanalyse af de videoer, LA har delt på TikTok under Folketingsvalget 2022. Til dette anvender vi Laclau og Mouffes (1985) diskursive begrebsapparat til at undersøge, hvordan LA indholdsudfylder en tom betegner og herigennem meningsfikserer en bestemt diskurs på TikTok. Eftersom vores empiri består af videoer, er vi opmærksomme på, at LA tilskriver den tomme betegner betydning gennem flere modaliteter og samspillet herimellem. Af den grund baserer vi vores diskursanalyse på en multimodal kodning af LA's TikTok-videoer. I denne kodning tager vi udgangspunkt i Barthes' (1964) teori om samspillet mellem billeder og tekst, og hvordan betydningen herigennem kan forankres eller opnå ny mening. På den måde bliver det muligt at samtænke de forskellige modaliteter og udlede den diskursive betydning

herigennem. I selve analysen benytter vi Barthes' (1964) teori til at fremhæve vores analytiske fund angående det visuelle som tillæg til Laclau og Mouffes (1985) diskursanalyse. Gennem kombinationen af disse teorier får vi mulighed for at undersøge, hvordan LA skaber betydning i samspillet mellem tekst, billede og lyd. I den forbindelse er vi også optaget af, hvordan LA trækker på referencer fra populærkulturen i deres indhold til at meningsudfylde deres diskurs. Af den grund vil vi løbende inddrage teori om memes og intertekstualitet til at analysere, hvordan indholdet får betydning gennem intertekstuelle referencer og brug af humor. Samlet set skal analysedel 1 bidrage til at belyse, hvilken diskurs der kommer til udtryk gennem LA's indhold og kommunikationsstil på TikTok for senere hen at kunne belyse, på hvilken måde dette er konstituerende for LA's offentlighed.

I anden analysedel besvarer vi underspørgsmålet "Hvordan forhandler unge vælgere LA's indhold og kommunikationsstil på TikTok?". I denne analyse tager vi udgangspunkt i vores fokusgruppeinterviews, som gøres til genstand for at undersøge unge vælgers oplevelse af LA's indhold og kommunikationsstil på TikTok. Dermed fungerer denne analysedel som en udvidelse af vores analyse af LA's diskurs på TikTok i analysedel 1. Med afsæt i deltagernes udtalelser undersøger vi, hvordan de unge vælgere forhandler LA's diskurs og kommunikationsstil gennem deres oplevelse af partiets indhold og kommunikationsstil på TikTok. I den forbindelse vil vi trække på teori fra litteraturreviewet til at analysere, hvordan autenticitet og humor indgår i de unges oplevelse af LA på TikTok og dermed også deres diskursive konstruktion af dem som parti.

I tredje analysedel forholder vi os til underspørgsmålet "Hvordan fordrer LA's politiske diskurs og kommunikationsstil opmærksomhed blandt unge vælgere, og på hvilken måde konstitueres der herigennem en digital offentlighed?". For at besvare underspørgsmålet bygger vi videre på konklusionerne fra analysedel 1 og 2 i en analytisk diskussion af, hvordan LA gennem deres indhold og kommunikationsstil på TikTok konstituerer en bestemt digital offentlighed blandt unge mennesker. For at undersøge dette trækker vi på teori fra Fraser (1990) og Warner (2002) til at analysere, hvordan LA's diskurs og kommunikationsstil er konstituerende for en digital offentlighed samt hvordan de unges tildeling af opmærksomhed karakteriserer offentligheden. I forlængelse af dette inddrager vi Papacharissi (2014) og van Dijck (2013;2018) til at diskutere, hvordan LA's digitale offentlighed har karakter af at være affektiv. Endvidere inddrager vi teorien for at

diskutere, hvordan TikToks teknologiske indretning og logikker også har indflydelse på konstitueringen af LA's digitale offentlighed.



ANALYSE

6. Analyse

I de følgende tre analysedele vil vi analysere og diskutere projektets empiriske grundlag ud fra vores problemformulering. Den samlede analyse skal tilvejebringe viden om, hvordan unge vælgere forhandler den politiske diskurs, LA artikulerer gennem deres indhold og kommunikationsstil på TikTok, og på hvilken måde dette er konstituerende for LA's digitale offentlighed.

6.1 Analysedel 1

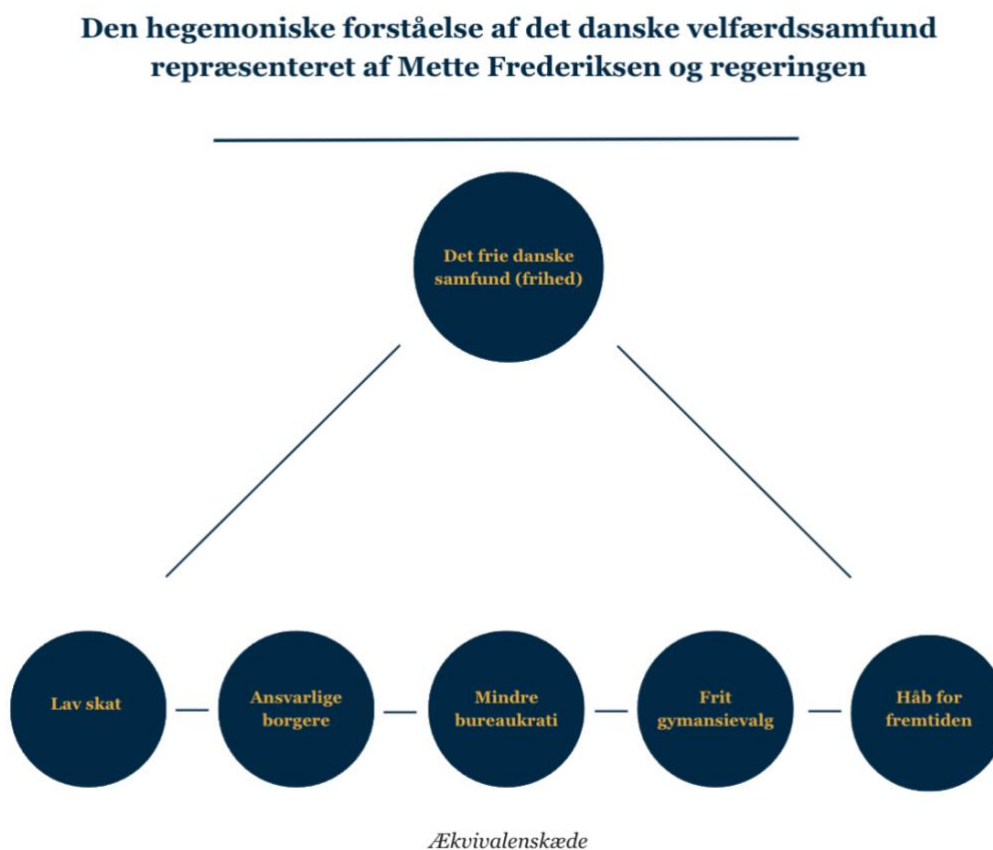
I indeværende analysedel foretager vi en diskursanalyse af LA's indhold på TikTok under Folketingsvalget 2022. I samspil med analysedel 2, som tager udgangspunkt i unges forhandling af LA's indhold, skal dette bidrage til en diskussion af, hvordan LA's konstituerer en digital offentlighed blandt unge vælgere på TikTok. Vores diskursanalyse bidrager til at belyse dette, idet vi arbejder ud fra Warner (2002) og Frasers (1990) teoretisering om, at offentligheder konstrueres på baggrund af cirkulerende diskurser. Herudover giver vores diskursanalyse et indblik i, hvordan LA artikulerer sig som en del af en dominerende offentlighed, eller blot som én ud af mange offentligheder (jf. Warner, 2002).

Ifølge Laclau (1997) bør man dekonstruere det åbenlyse for at opnå ny viden (s. 15). Nærmere bestemt fordrer en undersøgelse af de enkeltstående elementer i en diskurs, at man rekonstruerer den for at finde frem til dens sande artikulation (Laclau, 1997, s. 15; Laclau & Mouffe, 2002, s. 37-38). Indeværende analyse er derfor struktureret ud fra en række partikulære momenter, vi har identificeret på tværs af vores empirigrundlag. Gennem en analyse af de partikulære momenter dekonstruerer vi dermed LA's diskurs og skaber blik for, hvordan den tomme betegner tilskrives mening i forsøget på at hegemonisere diskursen. Derudover giver det os mulighed for at diskutere, hvordan de partikulære momenter står i relation til hinanden og får betydning gennem et antagonistisk forhold til den dominerende politik. Ved at dekonstruere diskursen får vi således også blik for de underliggende magtforhold, der fremgår af LA's diskursive artikulationer på platformen (jf. Laclau & Mouffe, 1985). Vores poststrukturalistiske afsæt i analysen kommer til udtryk ved, at vi anser diskurserne som foranderlige, idet de udgør en midlertidig fastfrysning. Derudover fremgår vores videnskabsteoretiske standpunkt af vores fokus på samspillet mellem modaliteter, idet vi anser alle modaliteter som tegn, der

indgår i en indbyrdes relation og herved skaber mening.

6.1.1 Præsentation af LA's diskurs på TikTok

Ud fra kodningen af LA's indhold på TikTok under Folketingsvalget i 2022 har vi fremanalyseret en liberalistisk diskurs om det frie danske samfund. Denne diskurs meningsudfyldes gennem følgende partikulære momenter: 1) Lav skat, 2) Handlekraftige borgere, 3) Mindre bureaukrati, 4) Retten til selv at vælge gymnasium og 5) Håb for fremtiden. Vi har fremanalyseret disse partikulære momenter på baggrund af en regelmæssig spredning i referencen til emnerne (jf. Laclau & Mouffe, 1985). Nedenstående model illustrerer, hvordan momenterne står i relation til hinanden og tilsammen meningsudfylder LA's diskurs:



Model 3: Model over LA's diskursive artikulation på TikTok under Folketingsvalget 2022.

Som det fremgår af modellen, er de fem momenter partikulære, idet de omhandler forskellige aspekter af det danske samfund. Tilsammen danner de en ækvivalenskæde, eftersom de tilskriver mening til LA's diskurs om det frie danske samfund. Det kommer

blandt andet til udtryk gennem deres artikulation af, hvad der udgør frihed, og hvilke værdier og subjektpositioner der knytter sig til diskursen. Som modellen visualiserer, tilskrives de partikulære momenter i ækvivalenskæden mening gennem et antagonistisk forhold til det, der truer den liberalistiske diskurs om frihed; den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund. Dette forhold understøttes af Laclau og Mouffe (1985), der påpeger, at diskurser opstår gennem en konstant forhandling mellem modsatrettede, antagonistiske diskurser (s. 3). LA's diskurs om det frie danske samfund tilskrives dermed betydning gennem et antagonistisk forhold til den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund. I vores empiri fremgår det hertil, at særligt statsminister Frederiksen bliver italesat som repræsentant for den hegemoniske samfundsforståelse, hvorfor hun ligeledes er med til at skildre den sociale grænsedragning, der konstituerer LA's liberalistiske diskurs.

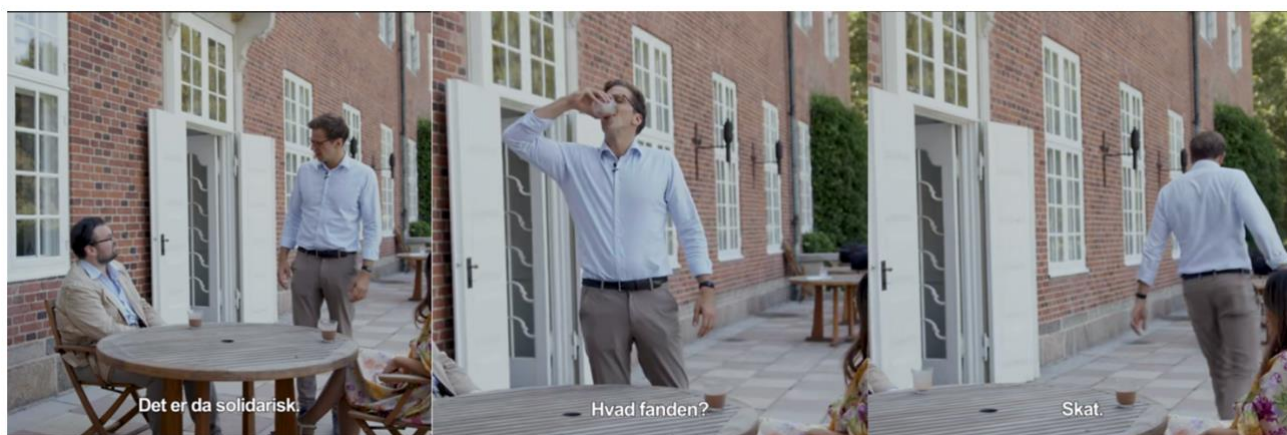
Med afsæt i ovenstående vil vi argumentere for, at LA's diskurser på TikTok opererer inden for dansk politik som diskursivt felt, hvori TikTok som medie er med til at influere den politiske diskurs. Vi har identificeret dette diskursive felt med afsæt i vores empiri, hvori det fremgår, at LA's artikulationer er bundet op på deres position som oppositionsparti og deres ideologiske standpunkter til givne samfundsemner. LA positionerer sig som et liberalistisk parti inden for dansk politik ved at italesætte, hvordan det danske samfund bør indrettes. Dette skildrer således den antagonistiske grænsedragning mellem LA's liberalistiske diskurs og andre partier, hvilket samtidigt belyser dansk politik som diskursivt felt. Et gennemgående aspekt ved artikulationen af de partikulære momenter er derfor også, at LA artikulerer sig som én offentlighed ud af mange (jf. Warner, 2002). Det bunder i, at LA konstruerer deres liberalistiske diskurs på baggrund af et modsætningsforhold til Frederiksen, der repræsenterer den hegemoniske samfundsforståelse og dermed 'the public' (jf. Warner, 2002). Vi vil i de følgende afsnit analysere, hvordan LA artikulerer deres diskurs om det frie danske samfund gennem de partikulære momenter. Dette gør vi blandt andet ved at undersøge, hvordan Frederiksen og den daværende regering italesættes som en trussel, der bidrager til at definere LA's diskurs.

6.1.2 Lav skat

Som model 3 illustrerer, tilskriver LA betydning til deres diskurs gennem artikulationen af det partikulære moment 'Lav skat'. Dette moment kommer til udtryk i video 8, 15, 27, 28,

39, 50, 52, 71, 76 samt 78 (Bilag 9) og indebærer, at i et frit dansk samfund har borgerne et større råderum over deres egne penge gennem lavere skat. I artikulationen af dette partikulære moment er det gennemgående, at der er videoer med en mere seriøs fremtoning, hvor Vanopslagh sidder i jakkesæt og italesætter partiets politiske synspunkter til skat. I disse videoer artikulerer Vanopslagh blandt andet det at fjerne topskatten som “rimeligt og klogt for Danmark” og skattelettelser som et udtryk for “hjælp” og et “økonomisk ansvarligt lederskab af Danmark” (Bilag 9, video 71, 76 & 78). Foruden videoerne, der er domineret af det verbale, understøttes det liberalistiske syn på skat i andre videoer gennem et samspil af modaliteter, som anvender humor og ironi, hvilket vi vil eksemplificere gennem video 27 og 52 (Bilag 9).

I video 27 (Bilag 9) formidles det partikulære moment om lav skat gennem en sketch. Her kommer Vanopslagh gående ud til to mennesker, der sidder og drikker kaffe sammen og siger “Jeg synes, det er helt vanvittigt, at man skal betale så meget i skat”. Manden, der sidder og drikker kaffe, svarer, at det er “solidarisk”. Vanopslagh drikker herefter mandens kaffe for at eksemplificere, hvad det betyder for ham at betale høje skatter:



Video 27 (Bilag 3)

Efter Vanopslagh har drukket kaffen, udbryder manden “hvad fanden”, hvortil Vanopslagh svarer “Skat”. Vi ser denne handling som et udtryk for, at Vanopslagh oplever høj skat som urimeligt, idet borgere dermed skal give, hvad der for ham synes som en høj andel af deres løn til staten. Gennem en sketch, hvor kaffe anvendes som en metafor for skat, formidler LA således deres liberale standpunkt gennem en simpel handling frem for ord. Som

Barthes (1964) argumenterer, kan den lingvistiske meddelelse i et billede forankres eller afløses gennem samspillet mellem det tekstuelle og det visuelle (s. 47). Ud fra vores multimodale tilgang vil vi argumentere for, at kombinationen af det verbale og den visuelle fremstilling afløser videoens betydning gennem deres indbyrdes relation. Det kommer til udtryk ved, at Vanopslagh fysisk reagerer på det sagte ord om, at “høj skat er solidarisk”. Således stiller Vanopslagh sig i modsætning til den socialistiske forestilling om, at borgere skal have økonomisk tryghed, der skabes gennem staten. Det sker ved, at han gennem sine handlinger viser, at det ikke er solidarisk at tage andre folks ejendele, hvad enten det gælder penge eller kaffe. Det partikulære moment om lav skat får dermed betydning i kraft af handlingerne i videoen, der afløser den lingvistiske meddelelse, idet den socialistiske forståelse af solidaritet herved portrætteres som værende urimelig.

Eftersom Vanopslagh uventet drikker en anden mands kop kaffe som metafor for, at staten på uretfærdig vis tager borgernes penge, vil vi argumentere for, at det partikulære moment om lavere skat formidles gennem en humoristisk kommunikationsstil. Det kommer til udtryk ved, at handlingen fremstår karikeret og uventet. Det er interessant set i lyset af Galipeaus (2022) studie, der viser, at humoristisk indhold påvirker borgerens overbevisninger og udbreder politiske budskaber i højere grad end andet politisk indhold på sociale medier (s. 3). Da Vanopslaghs handling på karikeret vis kritiserer den socialistiske tanke om “solidaritet”, vil vi argumentere for, at humor anvendes som virkemiddel til at konstruere skat som en trussel imod borgerens økonomiske frihed. Således konstrueres LA’s syn på skat gennem en humoristisk metafor, der tydeliggør partiets holdning til et komplekst emne. Endvidere er den humoristiske kommunikationsstil med til at tydeliggøre den sociale grænsedragning mellem LA’s politiske diskurs og regeringen, der repræsenterer den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund. Det kommer ligeledes til udtryk i video 52 (Bilag 9):

Tænk sig, hvis der var et parti, der åbent og ærligt fremlagde en fuldt ud finansieret plan, der drastigt ville sænke skatterne, så du kunne beholde mere til dig selv. Som laver reformer, som øger arbejdsudbuddet med mere end 100.000 personer og samtidig fremtidssikrer det danske velfærdssamfund. Nej, hey, hov. Det er jo Liberal Alliance (...) (Bilag 9, video 52).

Ud fra citatet kan det udledes, at Vanopslagh fremstår ironisk i sin artikulation. Det kommer til udtryk gennem vendingerne “tænk sig”, “nej, hey, hov” og “det er *jo* Liberal Alliance”, idet Vanopslagh herved implicerer, at der reelt set er et parti, som “fremtidssikrer det danske velfærdssamfund”. Eftersom det hertil pointeres, at LA “åbent og ærligt” fremlægger en finansieret plan, konstrueres der en social grænse mellem LA som parti og den daværende regering. Ifølge Laclau og Mouffe (1985) er alle politiske diskurser forankret i uenigheder og sociale grænser, der adskiller ideologiske diskurser fra hinanden (s. 3). Med udgangspunkt i dette kan det fremhæves, at der i citatet skelnes mellem LA, som en aktiv og transparent forkæmper for “det danske velfærdssamfund”, og regeringen, der modsat italesættes som passive og uigennemskuelige i deres politiske handlingsplaner. Den sociale grænse konstrueres dermed gennem et politisk modsætningsforhold, idet Vanopslagh indikerer, at der under regeringens grundlag ikke føres en politik, som fremtidssikrer det danske velfærdssamfund. Vanopslagh udfordrer dermed den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund ved at italesætte, at deres liberalistiske politik kan sikre velfærden i Danmark. Dette understreges yderligere gennem formuleringen “tænk sig”, idet der herved impliceres, at velfærdssamfundet ikke er sikret på nuværende tidspunkt, men nærmere er noget, der kan realiseres, såfremt regeringsmagten ændrer sig.

Med udgangspunkt i ovenstående eksempler vil vi argumentere for, at LA ved brug af flere modaliteter knytter det partikulære moment om lavere skat til den tomme betegnelse om det frie danske samfund. Det sker ved, at Vanopslagh gennem sketches og ironi konstruerer en social grænse mellem LA, der ønsker at “sikre det danske velfærdssamfund”, og den daværende regerings håndtering af det danske velfærdssamfund, som diskursivt sættes i modsætning til LA’s politiske mærkesager.

6.1.3 Ansvarlige borgere

Det er gennemgående for LA’s indhold på TikTok, at ‘Ansvarlige borgere’ artikuleres i relation til det frie danske samfund og dermed udgør et partikulært moment i ækvivalenskæden for LA’s diskurs. Dette kommer blandt andet til udtryk i video 2, 32, 47 og 69 (Bilag 9). I artikulationen af momentet tilskriver LA betydning til det at være en ansvarlig borger gennem inddragelse af et modsatrettet ideologisk menneskesyn. Dette antagonistiske forhold kan ses som et udtryk for, at artikulationen af borgere inden for andre politiske diskurser truer LA’s betydningstilskrivning af det frie danske samfund.

Med udgangspunkt i ovenstående har vi udvalgt video 2 (Bilag 9) til at eksemplificere, hvordan LA artikulerer momentet ansvarlige borgere gennem en antagonistisk grænsedragning. I videoen fremhæver Vanopslagh sin glæde ved, at der er udskrevet Folketingsvalg og italesætter LA's syn på borgeren:

Ej hvor dejligt, vi skal i gang med valgkampen og noget af det, jeg synes, du skal lægge mærke til under de store debatter i valgkampen, det er hvordan man altid forsøger at gøre folk til nogle stakkels ofre, som politikerne skal redde (...). Jeg synes, vi skal tænke og tro lidt mere på hinanden. Vi skal tale hinanden op så at sige. Danmark er et fantastisk land, og det er det, fordi vi er handlekraftige og initiativrige. Vi kan så meget selv, hvis bare vi får friheden til at forpligte os og friheden til at tage ansvar. (Bilag 9, video 2).

Som det fremgår af citatet, forholder Vanopslagh sig kritisk til, at flere politikere kontinuerligt fremstiller de danske samfundsborgere som ofre i de store debatter under valgkampen. I relation til dette artikulerer Vanopslagh en alternativ forståelse af borgerne som "handlekraftige" og "initiativrige". På baggrund af dette vil vi argumentere for, at Vanopslagh tilskriver momentet om ansvarlige borgere betydning gennem sin artikulation af divergerende subjektpositioner. Laclau og Mouffe (2002) betegner subjektpositioner som et udtryk for, at subjekter indtager en dobbeltposition i form af både at være styrede og styrende. Dermed har subjektet mulighed for at handle gennem positionen, men er samtidig underlagt de diskursive forestillinger, der har konstitueret selve positionen (Laclau & Mouffe, 2002, s. 273). Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at subjektpositionen af borgeren inden for LA's diskurs særligt konstitueres gennem artikulationerne "handlekraftig" og "initiativrig". Gennem denne artikulation italesættes den danske samfundsborger som en, der har kompetencerne og evnerne til at tage ansvar. I forlængelse af dette artikulerer Vanopslagh, at borgerne på nuværende tidspunkt ikke har "friheden til at tage ansvar". Dette kommer til udtryk gennem vendingen "hvis bare", som vi tolker som et udtryk for, at regeringens politik på daværende tidspunkt indskrænkede borgernes frihed til at tage ansvar. Således fremstår borgeren i LA's diskurs som en, der er i stand til at tage ansvar, men ikke får muligheden for det på baggrund af en indskrænkelse af deres frihed.

LA's positionering af borgeren tilskrives også betydning gennem Vanopslaghs artikulation af, hvordan "man altid forsøger at gøre folk til nogle stakkels ofre, som politikerne skal redde." (Bilag 9, video 2). Dermed truer subjektpositionen om borgerne som "ofre" LA's artikulation af "handlekraftige" borgere og ansvar som et individuelt anliggende. Vi vil argumentere for, at subjektpositionen af borgere som "ofre" artikuleres som et udtryk for den hegemoniske diskurs om det danske velfærdssamfund. Det skyldes, at vi ser Vanopslaghs artikulation af, "at *man* altid forsøger" som et udtryk for, at denne diskurs kontinuerligt reproduceres af "politikerne". Nærmere bestemt distancerer Vanopslagh sig fra, hvad han artikulerer som den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund og således også 'the public' (jf. Warner, 2002). Med Folketingsvalget og LA's opposition som kontekst vil vi argumentere for, at Vanopslagh henviser til regeringen som repræsentant for den hegemoniske diskurs om det danske velfærdssamfund. Det understøttes af, at LA artikulerer regeringens nuværende politiske praktisering af velfærdssamfundet som en "invadering af borgernes frihed" (Bilag 9, video 54) samt "elitær magtmisbrug" (Bilag 9, video 67). Således bliver Vanopslaghs to subjektpositioner af borgerne som henholdsvis "handlekraftige" eller "ofre" et udtryk for, at LA og den hegemoniske diskurs om velfærdssamfundet repræsenterer to antagonistiske diskurser og forskellige ideologiske syn på mennesket. Den ideologiske og politiske grænsedragning understøttes yderligere af LA's kommunikationsstil. Det skyldes, at Vanopslagh artikulerer LA's syn på borgeren som "handlekraftig" og "initiativrig" samt Danmark som et "fantastisk land", hvor man "tænker og tror på hinanden". På den måde fremstår LA som et optimistisk parti, der har tiltro til borgerne og til samfundet. Modsat artikulerer Vanopslagh borgerne som nogle "stakkels ofre", der skal "reddes af politikerne" inden for den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund. Dermed artikuleres denne diskurs gennem pessimistiske vendinger, hvilket medfører, at kontrasten mellem LA's diskurs og den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund forstærkes.

I LA's artikulation af ansvarlige borgere anvender de også den teknologiske indretning af TikTok som et værktøj til at indgå i dialog med potentielle vælgere og konkretisere deres politik. Dette vil vi fremanalysere ved inddragelse af video 69 (Bilag 9). I denne video besvarer Vanopslagh et spørgsmål fra en TikTok-bruger, hvilket kommer til udtryk i den visuelle fremstilling, hvor man ser Vanopslagh tale og et udklip af det spørgsmål, han besvarer:



video 69 (Bilag 3)

Vanopslagh indleder videoen med at sige “Der er mange, der spørger, hvad vores politik er i forhold til SU, og om vi vil fjerne SU’en helt (...)” (Bilag 9, video 69), hvorefter han besvarer spørgsmålet ved at fortælle om LA’s SU-politik. I den forbindelse er det relevant at nævne, at de sociale medier fremhæves som en oplagt mulighed for politikere til at indgå i direkte dialog med deres vælgere (Dvir-Gvirsman et al., 2022, s. 782). Ud fra dette vil vi argumentere for, at LA benytter TikTok til at indgå i dialog med vælgere ved at besvare deres spørgsmål til partiet. Det er dog ikke kun dialogen i sig selv, der er afgørende, men også borgernes opfattelse af at indgå i dialog med politikerne (Dvir-Gvirsman et al., 2022, s. 782). I dette henseende er det relevant, at LA besvarer et spørgsmål om SU, og at de kommunikerer om dette på TikTok. Dette kan ses som et udtryk for, at LA artikulerer emner, der er relevante for unge vælgere, som også er dem, der særligt bruger TikTok. LA’s adressering af de unge understøttes yderligere af, at LA eksplicit italesætter deres syn på ungdommen: “Vi tror på, at ungdommen er stærk og godt kan tage mere ansvar (...)”, hvilket Vanopslagh bruger som argument for, at al SU på kandidatuddannelser skal være lånebaseret (Bilag 9, video 69). Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at LA gennem deres diskursive artikulationer og kommunikationsstil adresserer de unge vælgere og forsøger at konstituere en digital offentlighed, hvor adgangskravene blandt andet er, at man kan identificere sig med ideen om en stærk ungdom, der kan tage ansvar.

6.1.4 Mindre bureaukrati

I LA's politiske diskurs på TikTok er det gennemgående, at 'Mindre bureaukrati' er med til at meningsudfylde det frie danske samfund. Nærmere bestemt italesætter LA, at staten ikke bør pålægge samfundsborgerne unødige regler og herigennem begrænse deres frihed. Dette artikuleres særligt gennem stilistiske træk som humor, der er med til at tydeliggøre grænsedragningen mellem LA og den daværende regering, som repræsenterer den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund. Vi har identificeret det partikulære moment på baggrund af video 2, 5, 17, 24, 27, 28, 38, 39, 59 og 61 (Bilag 9), hvortil vi i indeværende afsnit vil tage udgangspunkt i video 59 og 28 (Bilag 9).

I video 59 (Bilag 9) fremgår "Mettes bureaukrati-tæller" på skærmen som den lingvistiske meddelelse, mens forskellige klip af Frederiksen bliver afspillet, hvor hun nævner ordet "bureaukrati". Videoen er dermed klippet sammen, så "bureaukrati-tælleren" tæller op, hver gang Frederiksen nævner, at hun vil afbureaukratisere den danske stat. Videoens budskab om, at Frederiksen artikulerer et ønske om mindre bureaukrati forankres dermed gennem en visualisering af, hvor ofte statsministeren har sagt det pågældende ord:



Video 59 (Bilag 3)

Som Barthes (1964) argumenterer, består et billedes meddelelse blandt andet af det denotative og konnotative niveau, hvoraf førstnævnte beskriver det bogstavelige niveau og sidstnævnte henviser til den mening, billedet tillægges (s. 44). I ovenstående visualisering

vil vi argumentere for, at meddelelsen på det denotative niveau består i, at Frederiksen gennem en årrække har italesat den bureaukratiske beslutningsproces i Danmark. Hertil afsluttes videoen med en udtalelse fra Vanopslagh, der forankrer den symbolske meddelelse:

Hun har intet gjort for at afbureaukratisere samfundet. Det er bare noget, hun går til valg på, ligesom hun går til valg på sidst. Nååårh, så hun mener det nok ikke rigtigt. Stem på Liberal Alliance, så vil vi gennemføre de kloge ting, som Mette Frederiksen siger (Bilag 9, video 59).

Som citatet anfægter, modsætter Vanopslagh sig Frederiksen ved at indikere, at hun “intet har gjort for at afbureaukratisere samfundet” til trods for, at hun adskillige gange har nævnt det ved talerstolen i Folketinget. Visualiseringen af “bureaukrati-tælleren” får dermed en konnotativ betydning i kraft af en ironisk distance til de valgløfter, som Frederiksen, ifølge LA, ikke har overholdt gennem årene. Nærmere bestemt bliver Frederiksens egne udtalelser anvendt i videoen som et ironisk udtryk for, at hun ikke “mener det rigtigt”. Herved positioneres den daværende regering og Frederiksen som passive og uærlige, hvilket sættes i modsætning til LA, der afgiver et løfte til vælgerne om, at de vil realisere Frederiksens påstande. Den ironiske distance tydeliggøres yderligere gennem formuleringen “de kloge ting, som Mette Frederiksen siger”, idet der herigennem henvises til, at LA er enig i Socialdemokratiets udtalelser, men ikke anser dem som et parti, der i realiteten vil føre dem ud i livet. Videoen anvender således et samspil af modaliteter, som forankrer det konnotative niveau og konstruerer LA som et liberalistisk parti, der vil sikre færre bureaukratiske processer. Ud fra det sagte i videoen samt den lingvistiske meddelelse, bureaukrati-tælleren, kan det hertil udledes, at Frederiksen positioneres som en statsminister, der repræsenterer bureaukratiske processer og mangel på handlekraft. LA’s diskursive opgør med Frederiksen som repræsentant for den hegemoniske forståelse af velfærdssamfundet fremgår ligeledes i video 28 (Bilag 9). Det kommer til udtryk i følgende udtalelse:

Ja! Så er de i gang derinde igen med at lave flere regler, forbud og nye skatter. Skulle vi ikke tage at prøve noget nyt? I Liberal Alliance vil vi indføre det princip, at

hver gang vi i Folketinget vedtager en regel, så skal vi fjerne to af de gamle. (Bilag 9, video 28).

Som det fremgår af citatet, skelner Vanopslagh mellem LA og dem, der laver “flere regler, forbud og skatter”. Trods LA’s position som folketingsparti, distancerer Vanopslagh sig herfra ved at beskrive de øvrige partier gennem pronomenet “de”. Denne grænsedragning styrkes yderligere gennem formuleringen “derinde”, som vi vil argumentere for, henviser til partier i Folketinget, eftersom Vanopslagh står ude foran Folketingssalen og ikke deltager i debatten. Herigennem fremhæver LA således deres position som oppositionsparti, der går imod den dominerende opfattelse af det hegemoniske velfærdssamfund. I relation til Laclau og Mouffes (2002) karakterisering af subjektpositioner (jf. afsnit 3.3) positionerer LA sig dermed som et parti, der fremlægger en alternativ udlægning til de bureaukratiske processer, som regeringen og andre danske partier repræsenterer. Således meningsudfyldes LA’s diskurs om et frit samfund gennem en negativ artikulation af de bureaukratiske processer som noget, der begrænser den enkelte borgers frihed. Grænsedragningen mellem LA og de øvrige folketingspartier ophæves dog til dels, idet Vanopslagh afslutningsvist anvender henvendelsesformen “vi”, der indikerer, at LA ligeledes har mandat til at “fjerne to af de gamle” regler. Dermed vil vi argumentere for, at LA her italesætter sig selv som en del af ‘the public’ ved at fremhæve, at de har indflydelse på de politiske beslutninger grundet deres position i Folketinget (jf. Warner, 2002).

6.1.5 Retten til selv at vælge gymnasium

I dette afsnit vil vi fremlægge, hvordan LA meningsudfylder det frie danske samfund gennem artikulationen af det partikulære moment ‘Retten til selv at vælge gymnasium’. Dette partikulære moment kommer til udtryk i video 20, 21, 40 og 54 (Bilag 9), hvoraf vi i det følgende vil tage afsæt i video 20 (Bilag 9). Konteksten for dette partikulære moment er, at regeringen havde vedtaget, at danske gymnasieelever i større byer skulle fordeles ud fra forældrenes indkomst i stedet for ud fra transporttid, som det hidtil havde været tilfældet (Lyall, 2021). I vores analyse af dette partikulære moment er det fremherskende, at LA artikulerer regeringens beslutning som en begrænsning af elevernes frihed og dermed også som en trussel mod LA’s diskurs om det frie danske samfund. Denne artikulation kommer blandt andet til udtryk i video 20 (Bilag 9):



Video 20 (Bilag 3)

I videoen ses der et klip fra børneprogrammet Bamses Billedbog, hvor bjørnen Bamse løber efter sin ven Luna, mens han siger: “Hov. Vent lige lidt. Jeg er altså slet ikke farlig. Jeg er ikke. Jeg er ikke spor farlig.” (Bilag 9, video 20). Derudover er et udklip af Frederiksens hoved sat ind på Bamses krop, og over karakteren Luna står der skrevet: “Christian på 16 år, der bare gerne selv vil vælge sit gymnasium.” (Bilag 9, video 20). Set i lyset af konteksten for videoen vil vi argumentere for, at LA skaber en konstruktion af, at regeringen fratager eleverne deres frie valg til selv at vælge gymnasium gennem deres lovændring. Det udleder vi på baggrund af videoens denotative meddelelse, hvor Frederiksen løber efter en gymnasieelev. Det skyldes, at den lingvistiske meddelelse og konteksten herfor forankrer den symbolske betydning om, at elever skal have lov til at træffe valg om deres skolegang. Dermed skabes der en udlægning af, at gymnasievalg baseret på transporttid skaber større frihed for elever, end hvis det tager afsæt i forældrenes økonomi. Yderligere vil vi argumentere for, at Frederiksen fremstår som repræsentant for regeringens beslutning. Det fremgår ved, at Frederiksens hoved er sat ind på Bamses krop, og at der henvises til regeringens beslutning om at ændre grundlaget for valg af gymnasium. Med afsæt i Laclau og Mouffes (1985) begreb om subjektposition, vil vi argumentere for, at LA artikulerer en subjektposition af regeringen som nogle, der indskrænker borgernes frihed og fratager dem retten til selv at vælge. Denne udlægning er således med til at meningsudfylde den tomme betegnelse om det frie danske samfund, idet der skabes en konstruktion af, at et frit samfund er baseret på retten til selv at vælge

gymnasium. Yderligere skriver denne udlægning sig ind i LA's bredere antagonistiske forhold til den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund (jf. model 3), idet regeringen konstrueres som nogle, der truer borgernes frihed og dermed det frie danske samfund gennem deres politiske tiltag.

Som det fremgår af ovenstående, skabes regeringens subjektposition i samspillet mellem forskellige modaliteter, alt imens der laves en intertekstuel reference i form af klippet fra Bamses Billedbog. Som Galipeau (2022) beskriver, er et meme visuelt indhold, hvor tekst og billeder sammensættes for at efterligne noget, og hvor der samtidig forekommer intertekstuelle referencer (s. 2). Med afsæt i denne definition kan videoen karakteriseres som et meme, eftersom der laves en karikeret efterligning af regeringens beslutning gennem klippet fra Bamses Billedbog og samspillet mellem modaliteterne. Som Davis et al. (2018) fremhæver, kan humor blandt andet komme til udtryk gennem inkongruens (s. 3902). Vi vil argumentere for, at LA gør brug af inkongruent humor i dette meme. Det kommer dels til udtryk ved, at der laves en parallel mellem et børneprogram og en politisk beslutning, og dels fordi Frederiksens seriøse rolle som statsminister forbindes med Bamses barnlige karaktertræk. Brugen af humor kan blandt andet medvirke til, at en skelnen mellem "dem" og "os" tydeliggøres (Davis et al., 2018, s. 3902). Dette vil vi argumentere for er tilfældet i videoen, da det antagonistiske forhold til regeringen fremhæves gennem den karikerede fremstilling af Frederiksen.

I artikulationen af det partikulære moment kommer det desuden til udtryk, at LA herigennem henvender sig til unge vælgere. Det fremgår blandt andet ved, at emnet er gymnasievalg, som primært berører unge vælgere. Derudover kommer det til udtryk i selve stilen af indholdet, idet LA tilpasser deres indhold til mediet. Ifølge Serrano et al. (2020) tiltrækker TikTok særligt unge brugere, eftersom indholdet på mediet består af korte videoer, som ofte er sammensat af både billeder, forskellige korte videoklip og lyd (s. 258). Således tilpasser LA i artikulationen af det partikulære moment sig TikTok som medie ved at producere memes, hvorved det kan udledes, at indholdet også særligt henvender sig til unge vælgere.

6.1.6 Håb for fremtiden

I vores kodning af LA's indhold på TikTok blev det tydeligt, at LA's kamp om at hegemonisere diskursen om det frie danske samfund artikuleres gennem det partikulære moment 'Håb for fremtiden'. Nærmere bestemt artikulerer LA, at man i et frit dansk

samfund ikke frygter fremtiden, men derimod er håbefuld. Det partikulære moment får hertil betydning i kraft af det antagonistiske forhold til regeringen, idet de artikuleres som nogle, der frygter fremtiden. Denne diskursive udlægning fremgår af video 10, 13, 22, 33 og 58 (Bilag 9), hvortil vi i det følgende afsnit vil eksemplificere LA's artikulation af momentet med udgangspunkt i video 13 (Bilag 9). Denne video består primært af et klip af Vanopslagh fra Folketingets talerstol, hvor han blandt andet siger:

Vi skal være bange for inflationen, bange for skattelettelser og bange for reformer. Bange for, at det offentlige forbrug ikke stiger nok. Bange for klimaforandringer, bange for Rusland, bange for udenlandsk arbejdskraft. Ja, selv selve fremtiden skal vi til at være bange for. Det er i hvert fald sådan, jeg tolker, Socialdemokratiets valgslogan: Lad os passe på fremtiden. Pas på. Fremtiden. Den kommer. (Bilag 9, video 13).

I ovenstående italesætter Vanopslagh Socialdemokratiet som et parti, der skaber frygt for en række forskellige forhold blandt befolkningen. Det tydeliggøres ved, at ordet "bange" gentages otte gange og relateres til flere forskellige emner såsom "inflation", "skattelettelser" og "klimaforandringer". Således forstærker Vanopslagh sin diskursive udlægning af Socialdemokratiets valgslogan gennem den gentagne brug af ordet "bange". Dette tydeliggøres endvidere ved, at Vanopslagh til sidst understreger, at det ikke kun er de specifikke emner, man ifølge Socialdemokratiet bør frygte, men også "selve fremtiden". Vanopslagh reartikulerer dermed Socialdemokratiets valgslogan og bruger det mod regeringen selv. Derudover vil vi argumentere for, at Vanopslagh bruger Socialdemokratiets slogan som et strategisk greb til at intervenere med den hegemoniske diskurs om det danske velfærdssamfund. Det skyldes, at Socialdemokratiets valgslogan "Lad os passe på fremtiden" kan anses som et udtryk for en bredere diskurs om, at vi skal værne om velfærdssamfundet. Yderligere fremgår det ved, at LA italesætter den hegemoniske diskurs om velfærdssamfundet gennem formuleringen "bange for skattelettelser", hvilket implicerer en forståelse af velfærdssamfundet som værende baseret på omfordeling af økonomiske midler gennem et højt skattetryk.

Som Laclau og Mouffe (1985) påpeger, er subjektpositioner et produkt af den diskursive praksis (s. 56). Ud fra dette vil vi argumentere for, at LA konstruerer en subjektposition af Socialdemokratiet som et parti, der spreder frygt. Yderligere artikulerer

Vanopslagh en subjektposition af LA som et parti, der, i modsætning til Socialdemokratiet, har tiltro til fremtiden. Det fremgår blandt andet ved, at Vanopslagh i videoen siger: “I Liberal Alliance frygter vi ikke fremtiden. Tværtimod.” (Bilag 9, video 13). Denne grænsedragning kan anses som et udtryk for, at LA’s politiske kommunikation konstrueres som optimistisk, hvorimod Socialdemokratiets valgslogan italesættes som pessimistisk. Vi vil argumentere for, at LA’s kritiske udlægning af Socialdemokratiets valgslogan skriver sig ind i et bredere antagonistisk forhold til den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund (jf. model 3), som truer LA’s diskurs om det fri danske samfund. Således artikulerer LA sig som en offentlighed, der står i modsætning til den dominerende samfundsforståelse og dermed også “the public” (jf. Warner, 2002). Det skyldes, at Vanopslagh diskursivt distancerer sig fra den gængse forståelse af det danske velfærdssamfund, og herved henvender sig til et konkret publikum, der samles om at have et mere positivt syn på fremtiden (jf. Warner, 2002).

Foruden den gentagne brug af ordet “bange” forstærker LA konstruktionen af Socialdemokratiets politik som værende baseret på frygt gennem den lingvistiske meddelelse og brugen af emojis:



Video 13 (Bilag 3)

Med afsæt i Barthes (1964) vil vi argumentere for, at de anvendte emojis har en forankrende funktion i forhold til at manifestere fremstillingen af Socialdemokratiet som et parti, der spreder frygt. Det skyldes, at de anvendte emojis kan tolkes som et udtryk for forargelse og frustration, hvilket blandt andet fremgår af det første billede ovenfor. Yderligere forstærkes denne udlægning af den lingvistiske meddelelse, idet der med kapitaler står “PAS PÅ FREMTIDEN”. Dermed bidrager den lingvistiske meddelelse i samspil med brugen af emojis til at forankre den konnotative meddelelse.

Den markante tydeliggørelse af ordene “PAS PÅ FREMTIDEN” samt brugen af emojis bidrager desuden til, at der skabes en ironisk distance til det sagte gennem overdrivelse. Det kan belyses ved inddragelse af Davis et al. (2018), der fremhæver, at humor kan bruges til at nedtone alvoren i en diskurs (s. 3901). Ud fra dette vil vi argumentere for, at LA nedtoner kritikken af Socialdemokratiet gennem den karikerede fremstilling, der har drilske og sarkastiske undertoner. Det humoristiske element i videoen understøttes yderligere i følgende billeder:



Video 13 (Bilag 3)

Som det fremgår ovenfor, indledes videoen med et klip af den Socialdemokratiske politiker Nicolai Wammen, der griner af det, Vanopslagh siger. Herefter ser man to klip af Frederiksen, der sidder med et stivnet blik og let åben mund, hvorefter der zoomes tæt ind på hendes ansigt. Klippet med Wammen, der griner, understøtter det humoristiske element i videoerne, idet Vanopslaghs udtalelser herved konstrueres som sjove, hvilket

nedtoner kritikken. Det skyldes, at den socialdemokratiske politiker Wammen fremstilles som en, der også kan grine af Vanopslaghs ord, til trods for at kritikken er rettet mod det parti, han selv er en del af. I den forbindelse er det interessant, at Frederiksen fremstilles som en, der ikke oplever Vanopslaghs tale som sjov, hvilket står i kontrast til Wammens reaktion. Således er videoens redigering med til at fremstille Frederiksen som uforstående over for Vanopslaghs kritik trods dens humoristiske undertone. Videoens klipning understøtter det antagonistiske forhold mellem LA og regeringen, idet Frederiksen fremstilles som seriøs og sur, mens Vanopslagh i modsætning hertil positioneres som kæk og sjov. Yderligere fremgår Frederiksens reaktion karikeret gennem klipningen, hvor der zoomes ind på Frederiksens ansigt, hvilket understøtter det humoristiske element i videoen.

6.1.7 Antagonistisk forhold til den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund

Ud fra ovenstående analyser af de partikulære momenter kan det sammenfattes, at LA særligt artikulere sin diskurs om det frie danske samfund ved at inddrage regeringen og Frederiksen som repræsentant for den hegemoniske diskurs. Dermed indgår LA's diskurs både i et antagonistisk forhold til den daværende regering, som repræsenteres af Frederiksen som statsminister, samt til socialismens ideologiske syn på velfærdssamfundet. Eftersom grundlaget for LA's diskurs tilskrives mening ud fra en hegemonisk samfundsforståelse og dens trussel mod det frie danske samfund, vil vi argumentere for, at LA's diskurs konstitueres som én offentlighed ud af mange (jf. Warner, 2002). Nærmere bestemt artikulere LA sig som en offentlighed, der afviger fra den gængse forståelse af det danske velfærdssamfund, hvorfor de herved ikke positionerer sig som en del af "the public". Dermed tydeliggør LA's artikulationer også de underliggende magtforhold, der er indlejret i partiets diskurs på platformen (jf. Laclau & Mouffe, 1985). Dette vil vi fremanalysere i de to følgende eksempler, hvorefter vi afslutningsvist vil sætte det i relation til det diskursive felt, LA opererer inden for.

LA's antagonistiske forhold til Frederiksen kommer blandt andet til udtryk gennem et fokus på økonomisk ansvarlighed, hvilket formidles ved brug af humor. Til at fremanalysere dette har vi udvalgt video 56 (Bilag 9). I denne video ser man hovedpersonen fra TV-serien 'The Office', Michael Scott, der kører en palleløfter på et lager, hvilket resulterer i, at han vælter en række hylder. Herefter siger Scott "We'll get

somebody to clean that up”, hvortil lagermedarbejderen Philbin svarer: “We are the ones who gotta clean that up.” (Bilag 9, video 56). Klippet ledsages af den lingvistiske meddelelse “Mette Frederiksen, når hun håndterer inflationen med mere løn til kernevælgerne” (Bilag 9, video 56).



Video 56 (Bilag 3)

Som det fremgår af videoen, trækker LA på intertekstuelle referencer fra ‘The Office’ i deres fremstilling af Frederiksen. Mere konkret kan videoen karakteriseres som et meme, eftersom LA sammensætter forskellige modaliteter og herigennem laver en intertekstuel reference til populærkulturen (jf. Galipeau, 2022). Ifølge Kristensen og Mortensen (2021) er memes blandt andet kendetegnet ved, at der bruges inkongruent humor til at afsløre paradoksale forhold og konflikter (s. 2442). Vi vil argumentere for, at dette gør sig gældende i ovenstående eksempel, hvor humoren kommer til udtryk i samspillet mellem billede og den lingvistiske meddelelse (Bilag, video 56). Humoren består i, at den lingvistiske meddelelse har en afløsende funktion i forhold til handlingen (jf. Barthes, 1994), hvormed der indirekte sættes lighedstegn mellem Scotts klodsede handling og ansvarsfralæggelse i videoen og Frederiksens økonomiske håndtering af inflationen. Gennem denne sammenligning fremstår Frederiksen dermed som en, der træffer ulogiske og forkerte valg uden at tænke over de økonomiske konsekvenser, hvorefter hun fralægger sig ansvaret. I forlængelse af dette vil vi argumentere

for, at den intertekstuelle reference sætter lighedstegn mellem Scotts generelle personlighedstræk i 'The Office', som mangel på situationsfornemmelse og egoisme, og Frederiksens varetagelse af statsministerposten. Gennem artikulationen af Frederiksen som en, der hæver lønnen hos sine kernevælgere under inflationen, fremstår hun som en, der prioriterer sine kernevælgere højere end at føre en økonomisk politik, der er gavnlig for alle i samfundet. Dermed fremstilles Frederiksen som en statsminister, der mangler situationsfornemmelse og er egoistisk grundet hendes prioritering under inflationen. Dette understøttes yderligere af LA's fremstilling af Frederiksen som en, der er "magtfuldkommen" (Bilag 9, video 55), ikke tager ansvar for "minkskandalen" (Bilag 9, video 55) og "bryder loven" (Bilag 9, video 36). Galipeau (2002) påpeger, at memes ofte benyttes til at skabe en diskurs om politiske ledere og herved forstærker en gruppes identitetsforståelse (s. 2). Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at LA anvender memes til at etablere en kritisk diskurs om Frederiksen som statsminister. Formatet understøtter dermed LA's diskurs som værende i opposition til Frederiksen, der repræsenterer den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund. Dermed vil vi argumentere for, at LA forsøger at samle modtagerne på TikTok om en kritik af Frederiksen og regeringen, hvortil de positionerer sig selv som et politisk alternativ.

Det antagonistiske forhold til Frederiksen som repræsentant for den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund kommer også til udtryk gennem LA's fokus på de kriser, samfundet har været igennem i tiden med hende som statsminister. Det kommer blandt andet til udtryk i video 6 (Bilag 9), som indledes med, at Vanopslagh siger: "Mette Frederiksen. Hun har jo brudt grundloven. Men se lige her." (Bilag 9, video 6). I forlængelse af dette vises et klip med journalist Kåre Quist og Frederiksen, hvor Quist siger "Men juraen til side, hvad synes du?", og Frederiksen svarer: "Men jeg kan ikke sætte juraen til side i nogle sammenhænge." (Bilag 9, video 6). I forlængelse heraf zoomes der ind på Kåre Quist, som smiler, mens han kigger ned i sine papirer. Klippet ledsages af en baggrundslid med et karikeret og højlydt grin. Herefter ses et klip med Vanopslagh, der gengiver Frederiksens svar på Quists spørgsmål, mens han har et filter på, der forvrænger hans ansigt. Herefter siger han "Nah, det skulle I måske have tænkt over noget før.":



Video 6 (Bilag 3)

Videoen er et eksempel på, hvordan LA skaber en subjektposition af Vanopslagh som en sjov, kæk og vovet partiformand, der anvender humor i sin kritik af statsministeren. Denne positionering af Vanopslagh kommer blandt andet til udtryk ved, at han parodierer Frederiksen og kritiserer hende for tidligere at have sat juraen til side i sine beslutninger. Parodien forstærkes, idet Vanopslagh anvender et filter, der får ham til at se forvrænget ud, når han gengiver Frederiksens ord. Med andre ord gør han brug af TikToks funktioner til at latterliggøre Frederiksen og på den måde tydeliggøre sin kritik af hende.

Vi vil argumentere for, at LA ligeledes forstærker deres kritik af Frederiksen ved at indsætte en lydeffekt med et højlydt grin, mens modtageren ser Quist smile. Med udgangspunkt i Barthes (1964) vil vi argumentere for, at lydeffekten forankrer det visuelle og dermed skaber et samspil mellem modaliteterne. Forankring betyder, at der gennem specifikke fremhævelser udøves en kontrol i forhold til den betydning, billedet tillægges, og dermed også hvordan det afkodes af modtageren (Barthes, 1964, s. 48-49). På baggrund af dette bidrager lydeffekten til modtagerens forståelse af, at journalisten griner af Frederiksens udtale. Således er dette yderligere med til at forstærke LA's kritik af Frederiksen, eftersom videoen ikke kun bliver et billede på LA's kritik af Frederiksen, men også øvrige aktørers forhold til statsministeren. På den måde skabes der en fremstilling af, at Frederiksen står alene mod LA og journalisten i kampen om at hegemonisere deres udlægning af statsministerens juridiske

handlen og forståelse. Eftersom LA i deres indhold fremstiller statsministeren og hendes handlinger som et symbol på den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund, anser vi ikke kun LA's konstruktion af Frederiksen som en kritik af hende som statsminister, men også den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund, som hun praktiserer gennem regeringens politik.

Subjektpositionen af Vanopslagh som en sjov og vovet politiker kommer ligeledes til udtryk, når Vanopslagh betegner sig selv som "Daddy Vanopslagh" i relation til sin succes. Dette kommer til udtryk gennem hans fejring af LA's en million likes på TikTok som følge af denne samtale:

Vanopslagh: "Det er afgørende, at vi får sat en stopper for unges brug af sociale medier, så vi kan stoppe mistrivsel blandt de unge. De bruger alt for meget tid på at gå op i likes og være perfekte på sociale medier. Uha, hvordan klarer jeg det nu på Instagram og Facebook?"

Kameramand: "Vi har fået en million likes på TikTok."

Vanopslagh: "Har vi fået en million likes på TikTok? Er det rigtigt? Hallo mand! Daddy Vanopslagh. Daddy Vanopslagh! Kæft hvor er jeg fed. Jeg er så fucking god til TikTok. De andre er så elendige mand."



Video 31 (Bilag 3)

I videoen indleder Vanopslagh med udtalelsen “vi skal stoppe mistrivsel blandt unge”, hvorefter han kritiserer perfektionskulturen på sociale medier. I løbet af sin tale bliver han dog afbrudt, hvortil han begynder at fejre LA’s milepæl i forhold til antallet af likes. Dette begrundes han med, at han er “fed” og “god til TikTok”, samtidig med at han råber “Daddy Vanopslagh”. Ser man dette i lyset af, at Vanopslagh afbrydes i en tale om unges mistrivsel, vil vi argumentere for, at han anvender selvironi, sarkasme og overdrivelse til at kommunikere deres budskab. Vanopslaghs overdrivelse ser vi som et udtryk for, at hans subjektposition som en sjov og vovet politiker understøttes gennem rollen “Daddy Vanopslagh”. I den forbindelse er det relevant at inddrage konteksten for kaldenavnet “Daddy Vanopslagh”, som i første omgang blev anvendt af TikTok-brugere i samspil med sangteksten “Daddy let me know that I’m your only girl, the only man that I need in this gangster world”. Denne trend indikerer, at en kvindelig bruger fremviser en mand, hun finder attraktiv, hvorfor Vanopslagh i denne kontekst seksualiseres (Horum, 2022). Eftersom LA genbruger kaldenavnet “Daddy Vanopslagh”, vil vi argumentere for, at LA herved understøtter en seksualiserende forestilling om ham som partiformand. Ved selv at anvende kaldenavnet i videoen, positionerer LA sig dermed også som et selvironisk og vovet parti, der taler ind i de trends, som eksisterer på platformen.

Med udgangspunkt i videoen udleder vi, at Vanopslagh i rollen som “Daddy Vanopslagh” fremstilles som en, der har en høj selvtillid og på ironisk vis hæver sig over andre. I videoen kommer dette eksempelvis til udtryk gennem formuleringen “Jeg er så fucking god til TikTok. De andre er så elendige mand.” (Bilag 9, video 31). Denne artikulation tegner en tydelig grænse mellem Vanopslagh over for de øvrige politikere i forhold til deres succes på TikTok, hvorved han fremstår som den mest succesfulde. Med udgangspunkt i dette eksempel og den tidligere nævnte artikulation af Frederiksen som passiv (jf. afsnit 6.1.4), vil vi argumentere for, at dette eksempel fremsætter, hvordan Vanopslagh ikke kun adskiller sig fra Frederiksen, men også alle andre danske politikere. Det skyldes artikulationen af, at han står alene om at være “så god til TikTok” gennem grænsedragningen om, at de andre er “elendige”. Således forstærkes den antagonistiske grænsedragning til blandt andet regeringen gennem denne humoristiske fremlægning af LA’s succes på TikTok. Dertil ser vi dette som et udtryk for, at LA er konsistente med subjektpositionen af Vanopslagh som en sjov og vovet partiformand i artikulationen af deres diskurs.

6.1.8 Delkonklusion

På baggrund af ovenstående analysedel kan vi konkludere, at LA konstruerer en diskurs om det frie danske samfund gennem deres indhold på TikTok. Denne diskurs meningsudfyldes gennem de partikulære momenter ‘Lav skat’, ‘Ansvarlige borgere’, ‘Mindre bureaukrati’, ‘Retten til selv at vælge gymnasium’ og ‘Håb for fremtiden’, som artikuleres gennem et samspil af modaliteter og et fokus på frihed og ansvar. Diskursen konstrueres hertil gennem artikulationen af en udefrakommende trussel i form af den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund, som repræsenteres af Frederiksen og den daværende regering. Det kommer blandt andet til udtryk ved, at høj skat og bureaukratiske processer artikuleres som noget, der kendetegner den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund og dermed truer LA’s diskurs om det frie danske samfund. Derudover artikulerer LA retten til selv at vælge gymnasium som en del af deres diskurs ved at fokusere på de unges frihed til at træffe deres egne valg. Yderligere er håb for fremtiden en del af LA’s diskurs, da det partikulære moment er sigende for, hvordan LA meningsudfylder deres diskurs om frihed gennem optimisme. Denne optimisme artikuleres som modstridende til regeringens hegemoniske diskurs om det danske velfærdssamfund, som i stedet karakteriseres som pessimistisk. LA artikulerer endvidere Frederiksen og regeringen som uansvarlige i forbindelse med inflationen og minksagen,

hvilket særligt kommer til udtryk gennem memes og intertekstuelle referencer. Dermed artikulerer LA deres diskurs gennem et antagonistisk forhold, der både er præget af en ideologisk grænsedragning mellem socialisme og liberalisme, men også den politiske situation i Danmark under Folketingsvalget 2022, hvor regeringen er socialdemokratisk, og LA er en del af oppositionen. Afslutningsvis er det tydeligt, at LA artikulerer deres diskurs og det antagonistiske forhold gennem en kommunikationsstil, der er præget af overdrivelse, humor og sarkasme. Det kommer blandt andet til udtryk ved, at Vanopslagh indtager subjektpositionen som en sjov, kæk og vovet politiker i LA's diskurs modsat Frederiksen, der fremstilles som passiv. Således er det gennemgående, at LA's artikulation om det frie danske samfund særlig opnår betydning i kraft af, at den artikuleres gennem brug af humor, som tydeliggør det antagonistiske forhold til Frederiksen og regeringen.

6.2 Analysedel 2

Ifølge Warner (2002) eksisterer en offentlighed i kraft af, at modtageren går fra at være fremmed til at føle sig adresseret af dens diskurs (s. 57). Samtidigt afhænger offentlighedens eksistens af, at den bliver adresseret (Warner, 2002, s. 50). Derfor finder vi det relevant at undersøge, hvordan LA's digitale offentlighed er betinget af, at unge vælgere føler sig adresseret af partiets diskursive indhold og kommunikationsstil, samt at de unge selv adresserer LA's offentlighed. Med afsæt i vores analytiske fund fra analysedel 1 vil vi derfor undersøge, hvordan unge vælgere forhandler LA's indhold og stil på TikTok. Denne analysedel skal dermed fungere som en udvidelse af diskursanalysen, idet vi belyser, hvordan de unge positionerer sig i forhold til LA's politiske diskurs og i fællesskab forhandler mening herom. Nærmere bestemt vil vi på baggrund af vores to fokusgruppeinterviews analysere, hvordan de unge taler ind i eller udfordrer de subjektpositioner, LA konstruerer som en del af deres liberalistiske diskurs. Herudover vil vi undersøge, hvordan de forholder sig til den sociale grænsedragning, LA konstruerer gennem brug af humor og overdrivelse. Med afsæt i denne analyse får vi blik for, hvordan de unges forhandling af LA's diskurs er medkonstruerende LA's digitale offentlighed, hvilket vi vil trække på i analysedel 3. Vores poststrukturalistiske afsæt kommer her til udtryk ved, at vi har fokus på at fremanalysere deltagernes indbyrdes forhandling som udtryk for en diskursiv praksis, hvor uenighed og flertydighed sameksisterer. Yderligere afspejler vores poststrukturalistiske afsæt sig i vores syn på sproget som konstituerende for meningsdannende processer. Vi har inddelt analysedelen i tre afsnit. De første to afsnit

omhandler henholdsvis deltagernes forhandling af LA's autenticitet og antagonistiske grænsedragning. I det sidste afsnit bygger vi videre på vores analytiske fund fra de to forrige afsnit og diskuterer, hvordan politisk brug af TikTok påvirker den demokratiske samtale.

6.2.1 Deltagernes oplevelse af Vanopslagh og LA's autenticitet

På baggrund af at LA's fremstilling særligt er bundet op på humor og en subjektpositionering af Vanopslagh som en sjov og vovet partiformand (jf. afsnit 6.1.7), ønsker vi i dette afsnit at undersøge, hvordan deltagerne forhandler Vanopslaghs autenticitet med udgangspunkt i den humoristiske kommunikationsstil. Vi finder dette relevant, eftersom vi anser de unges oplevelse af autenticitet for at have indflydelse på, hvorvidt de føler sig adresseret af diskursen og således indgår i LA's digitale offentlighed. I den forbindelse er det relevant at påpege, at vi tager afsæt i en forståelse af autenticitet som værende performativt. Dette afspejler en poststrukturalistisk tilgang, idet vi betragter autenticitet som noget, der forhandles i samspillet mellem subjekter, og som noget der skabes gennem diskursive meningsudvekslinger. Denne forståelse medfører et blik på autenticitet som noget, politikere strategisk kan performe med henblik på at påvirke modtagerens oplevelse af dem (Sonnevend & Steiert, 2022, s. 1). Dermed anser vi Vanopslaghs og LA's autenticitet som et udtryk for en strategisk performance, som vi ønsker at undersøge deltagernes oplevelse af. Hertil er det gennemgående i vores fokusgruppeinterviews, at deltagerne forhandler autenticitet i forhold til Vanopslaghs fremstilling frem for selve partiets. Af denne grund tager vores analyse af autenticitet primært afsæt i Vanopslaghs fremstilling og deltagernes oplevelse heraf.

I vores empiri kom det generelt til udtryk, at deltagerne forhandler Vanopslaghs autenticitet gennem en diskussion af, hvorledes han fremstår "normal". Dette gøres blandt andet ved at relatere Vanopslaghs fremstilling på TikTok til Frederiksens fremstilling på Instagram. Et eksempel herpå er Caroline J., der omtaler måderne, de to politikere hver især fremstiller sig selv på:

Jeg vil sige eksemplet med Mette Frederiksen - jeg synes, hun tager den for langt. Eller det bliver mere sådan: Jeg er også normal som jer, hvor han [Vanopslagh] viser mere bare sin sjove side - ham uden politik, hvor Mette så bliver meget sådan:

Jeg er bare helt normal, hvor man så er sådan: Det er du ikke. Og det lægger Alex jo slet ikke skjul på, at han ikke er. (Bilag 9, video 63).

Gennem citatet artikuleres Frederiksen som en, der forsøger at positionere sig selv som “normal”, hvilket Caroline J. opfatter som utroværdigt. Dette står i modstrid til artikulationen af Vanopslagh som troværdig, idet han ikke forsøger at “lægge skjul på”, at han ikke er “normal”. Således konstruerer Caroline J. en forestilling om, at politikere ikke er “normale”, men har en opløftet status. Vanopslagh konstrueres dermed som autentisk, idet han anerkender sin status som politiker. Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at Caroline J. oplever autenticitet hos politikere som et udtryk for, at de ikke forsøger at “normalisere” dem selv og deres position i samfundet, men i stedet italesætter deres professionelle virke. I den forbindelse er det relevant at fremhæve vores litteraturreview, hvor det blev beskrevet, at autenticitet generelt skabes ud fra politikers evne til at fremstå som ordinære og umiddelbare mennesker, der viser mere personlige sider frem (jf. afsnit 2.3.3). Dette er interessant i forhold til Caroline J.’s udtalelse, da hun både konstruerer autenticitet i forhold til, at Vanopslagh viser sin sjove side “uden politik” og samtidig også, at han ikke lægger skjul på hans politiske status. Ud fra dette vil vi argumentere for, at Carolines citat rummer et paradoksalt forhold, idet hun indtager forskellige perspektiver i konstruktionen af Vanopslaghs autenticitet. Gennem sammenligningen med Frederiksen bliver det tydeligt, at Carolines oplevelse af Vanopslaghs autenticitet opstår ved, at han formår at virke autentisk i sin humoristiske fremstilling uden for politik, men samtidig ikke forsøger at skjule sin rolle som politiker.

I forlængelse af dette er det interessant, at Caroline J. artikulerer Vanopslaghs fremtoning som et udtryk for, at han “viser mere bare sin sjove side - ham uden politik”. Denne konstruktion anser vi som et udtryk for, at Caroline J. oplever Vanopslaghs indhold på TikTok som apolitisk grundet den humoristiske kommunikationsstil. Derudover kan det tolkes som, at hans humoristiske fremtoning fremstår autentisk, idet det italesættes som værende en del af “ham uden politik”. Vi vil dog argumentere for, at indholdet er politisk, men at humoren bidrager til at sløre de politiske budskaber, LA kommunikerer. Det skyldes, at vi i analysedel 1 udledte, at LA’s indhold er præget af en tydelig liberalistisk diskurs om det frie danske samfund, som står i modsætning til den hegemoniske forestilling om det danske velfærdssamfund (jf. afsnit 6.1.8). I den forbindelse er det relevant, at Caroline J. adskiller humoren fra Vanopslaghs politiske virke, da vi i

analysedel 1 udledte, at Vanopslagh indtager positionen som en sjov og vovet politiker, hvormed humor og politik indvæves i hinanden (jf. analysedel 1).

Der er flere deltagere, som udvider den konstruktion, Caroline J. artikulerer om Vanopslaghs autenticitet. Det gøres blandt af Lasse, der italesætter, hvordan Vanopslagh og LA fremstiller sig selv som succesfulde:

Når man kigger på den [videoen] med Wolf of Wall Street, så sidder han [Vanopslagh] jo, så er de [Liberal Alliance] jo den stærke, de er den fede, de er hovedpersonen, og så er flere af dem, hvor han har en fest, og hvor han jubler, og hvor de har opnået noget. Det er som om, at det går bare godt. (Bilag 10, citat 100).

I citatet artikulerer Lasse, at LA gennem en reference til populærkulturen positionerer partiet som de "stærke" og "fede". I forlængelse af dette indgår Nicholas i forhandling med Lasse ved at artikulere dette som et udtryk for selvironi gennem udsagnet "Altså de tager jo meget pis på sig selv" (Bilag 10, citat 100), hvilket bekræftes af Lasse (Bilag 10, citat 100). Med udgangspunkt i denne forhandling vil vi argumentere for, at LA's intertekstuelle reference til Wolf of Wallstreet har betydning for, hvordan deltagerne oplever Vanopslagh og LA's fremstilling som autentisk. Det skyldes, at begge deltagere forholder sig til referencen og herudfra oplever LA som et parti succesfuldt, stærkt, optimistisk og resultatorienteret, men samtidig også ser dette som et udtryk for selvironi. I den forbindelse er det relevant at påpege, at memes ofte er produceret af almene borgere (Kristensen & Mortensen, 2021, s. 2443). Ud fra dette vil vi argumentere for, at deltagerne forhandler LA's autenticitet ud fra deres brug af formater, som typisk er udbredt blandt brugerne og hertil trækker på referencer fra populærkulturen. Dette understøttes af, hvordan Caroline J. italesætter oplevelsen af Vanopslagh og LA's indhold:

Han [Vanopslagh] laver indhold, som vi også ville lave. Nu er der jo ikke nogen af os, som laver det. Men hvis man skulle lave noget, så ville man jo tappe ind i noget af det samme. Og det vi ser, er jo noget, der minder om. Så ja, det er sjovt og noget, som underholder os. (Bilag 10, citat 57).

I citatet tydeliggøres det, at Caroline J. opfatter LA's indhold som noget, der stemmer overens med måden, unge mennesker producerer indhold på. Vi vil argumentere for, at

dette udsagn kan ses som et udtryk for, at Vanopslagh og LA fremstår autentiske. Det skyldes, at deres indhold sammenlignes med de unges produktion af indhold og dermed passer ind i de konventioner, der er gældende for indhold på sociale medier som TikTok. Davis et al. (2018) påpeger, at internetkulturens konventioner er præget af en uhøjtidelig, humoristisk og sarkastisk diskurs, hvorfor politikere bør indordne sig denne form for indhold for at opnå en succesfuld politisk tilstedeværelse (Davis et al., 2018, s. 3900-3901). I kraft af dette er det væsentligt, at vi tidligere udledte, at LA særligt artikulerer deres diskurs gennem en humoristisk kommunikationsstil, hvor Vanopslagh fremstilles gennem subjektpositionen som den sjove og vovede politiker (jf. afsnit 6.1.7). Ud fra dette vil vi argumentere for, at autenticiteten af LA's indhold blandt andet består i deltagerne oplevelse af, at indholdet passer til internetkulturens konventioner, og mere specifikt konventionerne på TikTok. Indholdet på TikTok er nemlig kendetegnet ved typisk at være humoristisk og indeholde simple budskaber (Schellewald, 2021, s. 1437), hvilket deltagerne som beskrevet også oplever LA's indhold som.

Som nævnt i analysedel 1 fremanalyserede vi, at LA i deres diskurs skaber en subjektposition af Vanopslagh som en sjov og vovet partiformand (jf. afsnit 6.1.7). Vi vil i den forbindelse argumentere for, at deltagerne taler ind i denne subjektposition. Det fremgår blandt andet af, hvordan Lasse oplever og italesætter Vanopslagh:

Han [Vanopslagh] tør jo og komme ud og både være provokerende, utroligt provokerende, det er han jo, og så samtidig får han jo formidlet det på en lidt sjov måde. Og det tror jeg der er mange, som der helt sikkert nok savner i politik. Altså også især som det er lige nu, hvor alle de store [partier] har lagt sig sammen, og det er kun de små, der gør det (...) det tror jeg bare, at folk synes er fedt, at der er nogle der kommer og sætter det på en spids en gang imellem (...) (Bilag 10, citat 102).

Som det fremgår af citatet, artikuleres Vanopslagh som en, der "tør" at være provokerende på en "lidt sjov måde", hvilket vi anser for at tale ind i Vanopslaghs subjektposition som en sjov og vovet politiker. Ud fra Lasses italesættelse vil vi argumentere for, at Vanopslaghs provokerende stil afføder oplevelsen af ham som en "fed" politiker. Her kan vores litteraturreview inddrages, da Bronstein et al. (2018) påpeger, at politikere kan skabe opbakning gennem både humor, men også andre følelser som vrede og sympati (s. 554). Med udgangspunkt i Lasses artikulation af Vanopslagh som provokerende vil vi

argumentere for, at følelserne humor og vrede her indvæves i hinanden, hvilket opleves som positivt af Lasse. Dermed anser vi Lasses reaktion som et udtryk for, at Vanopslagh kan skabe opbakning gennem en følelsespræget diskurs på sociale medier. I den forbindelse er det ligeledes interessant, at Lasse artikulerer Vanopslaghs kommunikationsstil som noget, der er særegent ved ham, og som han gerne ville se hos andre politikere (Bilag 10, citat 102). Vi vil ud fra dette argumentere for, at Lasse taler ind i en grænsedragning mellem “alle de store” partier over for mindre partier som LA, der er i opposition og repræsenterer en antagonistisk diskurs til den hegemoniske forståelse af velfærdssamfundet.

Eftersom vi i analysedel 1 udledte, at Vanopslagh fremstår humoristisk i rollen “Daddy Vanopslagh” (jf. afsnit 6.1.7), er det relevant at undersøge, hvordan deltagerne oplever denne rolle i forhold til autenticitet. I følgende citat italesætter deltageren Adam “Daddy Vanopslagh” som et eksempel på, at en politiker får stemmer ud fra et grin:

Ja, det er meget opstillet, men jeg synes også, der er noget, der går galt, når du kan få et grin, og så får en politiker din stemme. At nå okay, Daddy Vanopslagh, han er grineren, ham stemmer jeg lige på. Det er helt forkert, synes jeg. (Bilag 10, citat 12).

Som det kom frem i analysedel 1, indebærer rollen som “Daddy Vanopslagh”, at han på karikeret og humoristisk vis fremstilles som en selvsikker og selvironisk politiker (jf. afsnit 6.1.7). I citatet forholder Adam sig negativt til denne fremstilling, idet han anser rollen som årsag til, at nogle stemmer ud fra et “forkert” politisk grundlag. Det er dog interessant, at Adam selv benytter kaldenavnet og dermed til dels reproducerer LA’s diskurs om Vanopslagh som “Daddy Vanopslagh”. Herudover sidestiller Adam kaldenavnet med at være “grineren” og giver udtryk for, at nogen kan være motiveret til at stemme på “Daddy Vanopslagh” på baggrund af dette. Med afsæt i dette vil vi argumentere for, at Adams oplevelse af “Daddy Vanopslagh” taler ind i LA’s subjektposition af Vanopslagh som sjov og vovet (jf. afsnit 6.1.7), hvormed kontinuiteten øger autenticiteten. I den forbindelse er det interessant, hvordan deltageren Frederikke stiller sig kritisk over for forholdet mellem Vanopslagh som privatperson og “Daddy”:

(...) Men jeg tror ikke på, at han er så selvfed. Han er jo, altså på alle de der TikToks, for eksempel den, hvor han råber Daddy, og står med det der konfettirør,

jeg tror seriøst ikke, at han er sådan. Der har han jo bare taget en maske på. (Bilag 10, citat 127).

Vi anser citatet som et udtryk for, at Frederikke oplever fremstillingen af “Daddy” som overdrevet og karikeret. Det skyldes, at hun artikulerer Vanopslagh som en, der fremstår “selvfed”, idet han tager en “maske” på. Artikulationen af at Vanopslagh tager en “maske” på, anser vi som et udtryk for, at hun forholder sig kritisk over for Vanopslaghs fremstilling som “Daddy”. Derudover vil vi argumentere for, at denne oplevelse understøtter forestillingen om politikeres autenticitet på sociale medier som noget, der performes. Det betyder, at politikere strategisk kan påvirke oplevelsen af autenticitet hos modtagerne ved at fremstille sig selv på bestemte måder på sociale medier (jf. Sonnevend & Steiert, 2022). Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at Frederikke oplever Vanopslagh som autentisk, fordi han gennem sit overdrevne skuespil og humoristiske facon fremstår selvironisk og sjov. Ifølge Sonnevend og Steiert (2022) er umiddelbarhed væsentligt for at fremstå autentisk på sociale medier. Dette indebærer, at indholdet fremstår som et øjebliksbillede af politikernes liv, som fremstår mindre iscenesat (Sonnevend & Steiert, 2022, s. 4). Dette er interessant, da Frederikkes oplevelse af Vanopslagh taler imod dette. Det skyldes, at hun konstruerer hans autenticitet som noget, der ikke er umiddelbart eller et øjebliksbillede, men nærmere iscenesat.

Den kritiske sans over for Vanopslaghs fremtræden på TikTok kommer ligeledes til udtryk gennem en forhandling af autenticitet mellem Nicholas og Frederikke:

Nicholas: Jeg ved, at det er nogle kvikke praktikanter, af hvad jeg har hørt, som ligesom har gjort ham stor på TikTok og foreslået, at han skal gøre det. Så det tror jeg, at han nyder godt af nu, og at han har nogle unge mennesker, der ligesom kan hjælpe ham med det (...). Altså i forhold til, hvad der er in på TikTok. (Bilag 10, citat 106).

Frederikke: (...) Han har jo ikke noget med det der at gøre. Der er jo nogle der siger hop, og så hopper han. Jeg tror faktisk ikke han ved, hvad halvdelen af det der er lagt op er for noget. (Bilag 10, citat 107).

Som det fremgår af samtalen, indgår Nicholas og Frederikke i en meningsforhandling om, hvordan Vanopslaghs fremstilling strategisk er planlagt af andre mennesker. Gennem samtalen taler de begge ind i ideen om, at Vanopslaghs fremstilling på TikTok udelukkende er et udtryk for en strategisk performance, der ikke er knyttet til ham som person, men til trends på TikTok. Dermed kan samtalen ses som et udtryk for, at de er bevidste om, at indholdet er iscenesat og konstrueret. Vi vil dog argumentere for, at de konstruerer Vanopslaghs fremtræden som autentisk ved at påpege, at hans performance på TikTok er dikteret af unge mennesker, der ved, hvad der er “in” og kan tilpasse det til det øvrige indhold på platformen. Dette er interessant set i lyset af analysedel 1, hvor vi udledte, at LA særligt taler til unge mennesker i deres indhold på TikTok og genbruger de unges kaldenavn “Daddy Vanopslagh” (jf. afsnit 6.1.7). Dermed anser vi deltageres udveksling og vores konklusion fra analysedel 1 som et udtryk for, at LA’s kommunikation er autentisk, da den opleves som værende udarbejdet af unge mennesker og ligeledes adresserer unge vælgere.

Med udgangspunkt i ovenstående vil vi argumentere for, at deltagerne taler ind i LA’s subjektposition af Vanopslagh som en sjov og vovet politiker (jf. analysedel). Dertil forholder nogle af deltagerne sig kritiske til fremstillingen af Vanopslagh som selvfed, idet de ikke mener, det stemmer overens med Vanopslaghs reelle person. Samlet set ser vi deltageres oplevelser som et udtryk for, at LA skaber autenticitet blandt deltagerne gennem kontinuitet i fremstillingen af Vanopslagh som humoristisk og provokerende.

6.2.2 Deltagerne som medproducenter af LA’s antagonistiske diskurs

Som det fremgik i analysedel 1, er den daværende regering en grundsten i konstruktionen af LA’s liberalistiske diskurs, idet de repræsenterer den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund, der artikuleres som en trussel mod frihed. Det er derfor interessant at analysere deltageres oplevelse af LA’s antagonistiske diskurs og forhandling heraf, idet vi herigennem kan belyse, om deltagerne taler ind i LA’s politiske grænsedragning eller reartikulerer diskursen. Mouffe (1996) argumenterer, at uenigheder er en grundpræmis for demokratiet (s. 1). Det betyder, at den demokratiske samtale opstår, når antagonistiske modsætninger mødes og skaber diskurser, som individer kan identificere sig med (Laclau & Mouffe, 2002, s. 90). Ved at inddrage deltagerne som medproducenter af LA’s antagonistiske diskurs, kan vi således belyse, hvorledes LA’s diskursive grænsedragning styrker tilknytningen til diskursen eller bidrager til polarisering

blandt unge vælgere. Dette skal danne grundlag for vores videre undersøgelse af, hvordan det antagonistiske forhold er konstituerende for den digitale offentlighed (jf. analysedel 3).

I vores fokusgruppeinterviews var det gennemgående, at Vanopslagh blev sat i modsætning til politikere som Frederiksen og Rosa Lund fra Enhedslisten (Bilag 10, citat 63, 104, 120 & 87). Hertil fremgår det af vores empiri, at deltagerne til dels taler ind i LA's antagonistiske grænsedragning til Frederiksen og den daværende regering. Et eksempel på dette er citat 120, hvor deltageren Frederikke udtaler følgende:

Men det er jo også noget af det, vi har set, at de [LA] står jo og tager enormt meget pis på Mette Frederiksen. Og det er jo også fordi, at det er det, folk synes er sjovt. Det er det, folk griner af (...) hun [Frederiksen] har taget nogle beslutninger, som har været til kæmpe debat. De ved jo også, at der er splittede holdninger omkring hende og de valg, hun har taget, da hun sad ved regeringen sidst. (Bilag 10, citat 120).

Som citatet eksemplificerer, italesætter Frederikke selv den antagonistiske grænsedragning, som LA konstruerer gennem memes og humor (jf. afsnit 6.1.8). Hertil taler hun ind i den kritiske diskurs om Frederiksen gennem artikulationen af, at det er det, "folk synes er sjovt", og det "folk griner af". Ifølge Galipeau (2022) benyttes memes ofte til at skabe en diskurs om politiske ledere eller problemstillinger, hvilket medvirker til at forstærke en gruppes identitetsforståelse (s. 2). Med afsæt i ovenstående udtalelse vil vi argumentere for, at LA samler modtagerne om det antagonistiske forhold til Frederiksen gennem memes. Dette anser vi for at kunne bidrage til at forstærke identitetsforståelsen blandt LA's følgere og potentielt skabe en offentlighed, der baserer sig på et kritisk forhold til Frederiksen som politisk leder. Det skyldes, at deltagerne gennem de humoristiske virkemidler samler sig om at forholde sig kritisk til Frederiksen og de sager, hun har været involveret i. Med afsæt i Frederikkens udtalelse vil vi således argumentere for, at Vanopslagh kan skabe affektiv opbakning til sin antagonistiske diskurs gennem humor og en underliggende vrede. Det kommer til udtryk ved, at Frederikke tilkendegiver, at latterliggørelsen taler ind i en eksisterende kritisk diskurs om Frederiksens politiske beslutninger som nogle, der "været til kæmpe debat" og har medført "splittede holdninger" blandt befolkningen, men fortsat betegner indholdet som sjovt og dermed tiltalende.

I forlængelse af ovenstående er det interessant at nævne, at flere af deltagerne italesætter den humoristiske kommunikationsstil som forstærkende i forhold til den antagonistiske grænsedragning. Det begrundes deltageren Nicholas med, at unge i højere grad deler humoristisk indhold med hinanden, hvorfor et kritisk meme om regeringen sikrer omtale til LA:

Bamse og Kylling-videoen den er jo skidesjov. Det er jo klart noget, det er jo sådan noget, man sender rundt. Og så er det jo klart, at man får noget mere omtale ved det, så det er jo superfedt for ham. (Bilag 10, citat 103).

I citatet kommenterer Nicholas på en video med Bamse og Kylling, som tager udgangspunkt i et antagonistisk forhold til Frederiksen gennem en reference til populærkulturen (jf. afsnit 6.1.7). Eftersom Nicholas påpeger, at videoens “skidesjove” format genererer mere omtale blandt unge, vil vi argumentere for, at humoren forstærker det antagonistiske forhold mellem LA og regeringen. Dette udleder vi på baggrund af, at Nicholas tillægger videoen opmærksomhed grundet det humoristiske format. Således taler Nicholas ind i det antagonistiske forhold, idet han tilkendegiver, at han i højere grad vil interagere med indhold, der formidler kritik på en humoristisk måde. Nicholas påpeger i den forbindelse, at det dog ikke nødvendigvis er det specifikke antagonistiske forhold mellem LA og regeringen, der gør videoen interessant, men nærmere den humoristiske grænsedragning i sig selv: “Jeg er jo ligeglad med, hvem de laver sjov med. De gør jo alle sammen noget dumt på et tidspunkt.” (Bilag 10, citat 115). Dermed kan det udledes, at humoren som greb ikke kun styrker Vanopslaghs autenticitet, men også fremmer de unges interaktion med antagonistiske diskurser, uanset hvem kritikken omhandler. Det skyldes, at flere af deltagerne generelt forholder sig positivt til de humoristiske stiltræk, der i dette tilfælde understøtter LA’s distancering til regeringen. Hertil vil vi argumentere for, at humoren også kan sløre den antagonistiske grænsedragning, idet Nicholas i højere grad lægger vægt på det “sjove” aspekt frem for den ideologiske og politiske distancering til regeringen. I den forbindelse er det interessant, at videoen betegnes som en, man ville “sende rundt”. Dermed italesættes videoens humoristiske format som noget, man har lyst til at dele, hvilket potentielt kan øge kendskabet til LA på TikTok og konstitueringen af en digital offentlighed, der baserer sig på politiske budskaber formidlet gennem humor.

Med afsæt i de unges udtalelser vil vi ligeledes argumentere for, at LA's memes og humoristiske kritik af Frederiksen bliver vel modtaget, fordi partiet også anvender meme-formatet til at skabe en ironisk distance til dem selv. Nærmere bestemt er det gennemgående for vores empiri, at deltagerne anerkender LA's antagonistiske subjektposition af Frederiksen som passiv, eftersom partiet med selvironi også kritiserer dem selv. Det fremgår eksempelvis af følgende citat, hvor deltageren Frederikke udtaler:

Altså fordi jeg føler også, at de tager lidt pis på sig selv ved at lægge sådan nogle videoer ud også. Især den med Leonardo DiCaprio. Det er jo også at joke med sig selv og fremstille sig selv. Det er jo ikke kun at pege fingre ad den anden. (Bilag 10, citat 98).

Som ovenstående citat illustrerer, mener Frederikke, at LA's selvironi er med til at understøtte de antagonistiske memes om Frederiksen, idet partiet herved ikke kun dyrker en kritik af konkurrerende partier, men ligeledes "joker" med dem selv. Frederikkes udtalelse understøtter således, at LA's ironiske distance til deres eget image styrker partiets troværdighed og dermed også den kritiske grænsedragning til regeringen. Når LA opfattes som konsistente i deres subjektposition som et vovet og kækt parti, hvad end det gælder udtalelser om regeringen eller dem selv, styrker det således deres troværdighed blandt unge. Det stemmer overens med vores analytiske fund om autenticitet i afsnit 6.2.1, hvor det fremgik, at den konsistente brug af humor bidrager til at styrke oplevelsen af Vanopslaghs autenticitet på TikTok. Vi vil på baggrund af dette argumentere for, at den konsistente fremstilling af Vanopslagh som humoristisk og kæk bidrager til, at deltagerne identificerer sig med den antagonistiske grænsedragning mellem LA's liberalistiske diskurs og regeringen. Det skyldes, at de unge herved samles om diskursen gennem humor og selvironi.

Til trods for at deltageren Frederikke identificerer sig med den antagonistiske diskurs om Frederiksen, forholder andre deltagere sig dog kritiske til den polariserende effekt, som de mener, den humoristiske grænsedragning kan medføre. Et eksempel på dette er følgende udtalelse fra Freja:

(...) jeg forstår ikke, hvorfor man skal stå og nedgøre andre mennesker, bare fordi at man har en anden holdning (...) Så jeg synes det er fint, at der ikke er så meget

mudderkast (...) Det er jo sjovt, når de bare står og sviner hinanden til, men det er jo ikke fordi, man får respekt for dem. (Bilag 10, citat 128).

Som citatet viser, giver Freja udtryk for, at kritikken formidlet gennem humor har en negativ dimension. Nærmere bestemt italesætter Freja, at “mudderkastning”, til trods for at være underholdende, ikke medfører respekt for politikerne. Vi vil derfor argumentere for, at brugen af humor fremmer den antagonistiske grænsedragning mellem LA og Frederiksen, men at det ikke nødvendigvis skaber opbakning fra unge vælgere på platformen. Det kan udledes på baggrund af Frejas undren over, hvorfor politikerne har behov for at “nedgøre andre mennesker”. Som Schellewald (2021) pointerer, består TikTok-videoer typisk af humoristiske og simple budskaber (s. 1437). Vi vil i den forbindelse argumentere for, at det simple format, som særligt trækker på humor, til dels medfører en øget polarisering og forsimpning af de politiske budskaber. Det kommer til udtryk gennem deltagernes italesættelse af, at de humoristiske budskaber retfærdiggør “mudderkast” med argumentet om, at det er “sjovt indhold”. Selve stilen har derfor indflydelse på unges oplevelse af den antagonistiske diskurs. Det fremgår ligeledes i en samtale mellem deltagerne Lasse og Kristina:

Lasse: (...) Det er ikke bare noget, jeg [Vanopslagh] kaster ud, og jeg siger det gerne til hendes [Frederiksen] ansigt, og så sidder hun [Frederiksen] og ser fuldstændigt forskrækket ud. (Bilag 10, citat 104).

Kristina: Der er også lige lavet lidt med klippet, ik? (Bilag 10, citat 104).

Lasse: Jo selvfølgelig er der det, og det skal man jo også huske, når man ser det, at der er jo redigeret så meget i det, så det lige er der, hvor hun kigger og er sådan lidt fuck. (Bilag 10, citat 105).

Citatet kan anses som et eksempel på, hvordan de unge forhandler LA's indhold. Som det fremgår, udtrykker Lasse først, at Frederiksen ser “forskrækket ud”, hvorefter Kristina påpeger, at selve redigeringen af TikTok-videoen medvirker til at positionere Frederiksen på en negativ måde. Efterfølgende taler Lasse ind i Kristinas udlægning ved at anerkende, at man som modtager bør være opmærksom på, at LA ønsker at iscenesætte Frederiksen

på en særlig måde, hvilket de får mulighed for på en platform som TikTok. Ifølge Enli og Rosenberg (2018) er unge generelt mere kritiske over for politikere på sociale medier (s. 5-6). Vi vil argumentere for, at der ligeledes her udtrykkes et kritisk perspektiv, men at det ikke omhandler Vanopslaghs eller Frederiksens fremstilling som politikere, men nærmere deres italesættelse af, at indholdet er redigeret og dermed kan være manipuleret. Dermed er deltagerne opmærksomme på, at dette har indflydelse på, hvordan den antagonistiske diskurs udformer sig på TikTok.

Sammenfattende vil vi argumentere for, at humor er gennemgående for måden, hvorpå deltagerne medkonstruerer og forhandler LA's antagonistiske diskurs på TikTok. Det kommer til udtryk ved, at den humoristiske kommunikationsstil både bidrager til at forstærke og sløre, hvor grænsen mellem anerkendelse af de antagonistiske diskurser og polariserende indhold går. I relation til LA's autenticitet (jf. afsnit 6.2.1) er humoren gennemgående, hvilket styrker de unges oplevelse af LA's troværdighed og dermed også den antagonistiske diskurs. Samtidigt forholder deltagerne sig dog kritiske til, hvorledes kritikken af Frederiksen potentielt fordrer polarisering blandt unge på TikTok.

6.2.3 TikTok som platform for den demokratiske samtale

Gennem ovenstående analyser af autenticitet og antagonisme har vi fået indblik i, hvordan den demokratiske samtale udfolder sig blandt deltagerne. Her blev vi særligt opmærksomme på, at selve platformen har betydning for deltagernes oplevelse af indholdet. I indeværende afsnit vil vi derfor undersøge, hvordan vores empiri kan ses som et udtryk for nogle overordnede tendenser om TikTok som politisk platform. Dermed adskiller denne del af analysen sig fra de to forrige, eftersom den ikke direkte belyser deltagernes oplevelse af LA's diskurs, men nærmere TikToks potentiale som politisk platform og dets indvirkning på den demokratiske samtale. Som Laclau og Mouffe (1985) fremhæver, er alle aspekter af det sociale konstitueret af det diskursive (s. 107). Således er det nødvendigt at se på hvilke konstruktioner, deltagerne skaber om politiske fællesskaber på TikTok for at kunne belyse, hvordan LA adresserer og konstituerer en digital offentlighed gennem deres tilstedeværelse på TikTok.

Det er gennemgående for vores empiri, at der blandt deltagerne konstrueres en forståelse af, at politisk indhold på TikTok kan bidrage til at vække en politisk interesse blandt unge vælgere, som ellers ikke interesserer sig for politik. Det fremgår ved, at deltagerne italesætter det politiske potentiale ved TikTok som noget, der særligt skal findes

i videoernes format og stilistiske træk. Flere af deltagerne artikulere, at de ikke gider at læse lange tekster, og at det korte videoformat derfor er velegnet til at vække politisk interesse blandt unge. I relation til deltagernes oplevelse af LA's indhold på TikTok nævner Caroline L. eksempelvis, at partiets korte og humoristiske videoer vækker større interesse end deres længere videoer:

Så hvis jeg så den, eller den hvor han står inde på Christiansborg, så ville jeg scrolle videre, fordi jeg hader sådan nogle snakke-videoer. Så det ville jeg ikke gide at kigge på. Men de andre, de er sjove, og de er korte, så det virker. (Bilag 10, citat 37).

Som det fremgår, konstruerer Caroline L. et skel mellem lange "snakke-videoer" over for "korte" og "sjove" videoer, hvoraf sidstnævnte italesættes som det, der "virker". Dette er interessant i forhold til Loader et al. (2016), der påpeger, at politikere skal balancere mellem at fremstå personlige og professionelle for at fremstå troværdige (s. 415-416). Som beskrevet i analysedel 1, trækker LA's videoer på forskellige stilistiske og formalistiske træk. Mens de kortere videoer ofte tager form af memes og gør brug af humor, er de længere videoer primært baseret på det verbale og har en mere seriøs fremtoning (jf. afsnit 6.1.2). Dermed vil vi argumentere for, at variationen mellem de korte og humoristiske videoer og længere og mere seriøst indhold bidrager til, at LA kan fremstå troværdige i forhold til deres politiske budskaber, samtidig med at de kan fange opmærksomhed blandt unge.

Udlægningen af at videoer kan vække politisk interesse blandt unge relateres ikke kun til deltagerne selv, men generaliseres også til unge i bredere forstand:

Jeg tror helt klart, at det er en god måde at educate yngre på, fordi de ikke gider sidde og læse. Det gider jeg heller ikke engang selv. Så er det jo meget fedt, at de på 30 sekunder kan forklare, hvad det er de stiller op for og hvorfor (Bilag 10, citat 27).

Af citatet fremgår det, at Caroline J. positionerer unge som nogle, der ikke gider at bruge lang tid på at sætte sig ind i politik, og at de små korte videoer derfor kan bruges til at sprede politisk information blandt unge. Yderligere anvendes formuleringen "educate yngre", hvormed det indikeres, at unge gerne vil lære mere om politik, men at formatet skal være kort, for at de gider sætte sig ind i det. I den forbindelse er det relevant at

fremhæve Loader et al. (2016), der i deres studie konkluderer, at politikere skal gøre brug af en inddragende og partcipatorisk kommunikationsstil for at engagere unge på sociale medier (s. 414-415). Som det fremgår af analysedel 1, anvender LA en inddragende kommunikationsstil på TikTok ved at henvende sig direkte til modtagerne og ved at besvare spørgsmål fra TikTok-brugere (jf. afsnit 6.1.3). Det er dog værd at bemærke, at deltagerne ikke italesætter deres mulighed for at indgå i dialog med politikere på sociale medier, som et centralt element i den politiske kommunikation, men i højere grad fokuserer på, hvorvidt indholdet er underholdende og vækker interesse. Således indikerer deltagerens udtalelser, at politikere også kan engagere unge vælgere ved at producere underholdende indhold, der er tilpasset TikTok som medie.

I vores fokusgruppeinterviews blev der skabt en dominerende forståelse af TikTok som et useriøst medie, som ikke er velegnet til politik. Denne udlægning kommer blandt andet til udtryk i følgende citat fra Freja: "Jeg bruger ikke TikTok som et sted, hvor jeg skal have min politiske holdning påvirket, jeg bruger det som et sted, hvor jeg synes, noget er sjovt eller synes, noget er flot." (Bilag 10, citat 33). Som det fremgår, anses TikTok som et medie, hvor indholdet er sjovt eller inspirerende. Yderligere italesættes det, at mediet ikke bruges til at tilgå politisk indhold, hvilket indikerer, at Freja ikke forener politisk indhold med humor og kreativitet. Dette er i relevant set i lyset af Caroline J.'s udtalelse om, at politisk indhold på TikTok kan bidrage til at "educate yngre" (Bilag 10, citat 27). Dermed hersker der forskellige forståelser om, hvorvidt TikTok kan ses som en politisk platform. Som Enli og Rosenberg (2018) pointerer, afhænger vælgernes tillid til politikere også af deres tillid til det medie, der bruges (s. 2). Set i lyset af LA's indhold på TikTok vil vi argumentere for, at vælgernes forudgående opfattelse og tillid til TikTok har indvirkning på, hvorvidt de opfatter LA's politiske indhold på mediet som troværdigt. Ud fra dette vil vi argumentere for, at konstruktionen af TikTok som et useriøst medie kan bidrage til at mindske den oplevede troværdighed af LA's indhold.

Oplevelsen af TikTok som et useriøst medie var særligt fremherskende i det ene fokusgruppeinterview, hvor den i første del af interviewet havde karakter af at være dominerende, eftersom den ikke blev udfordret. Senere i interviewet ændrede denne dynamik sig dog, da Caroline L. udfordrede diskursen:

Freja: (...) TikTok er et mere useriøst medie at bruge end for eksempel Facebook, for der er det mere bare et opslag og så et billede af et eller andet. Øh af deres politiske budskab eller et eller andet (...) (Bilag 10, citat 23).

Caroline P.: Ville du sige noget? (Bilag 10, citat 24).

Caroline L.: Jeg tror, jeg har en lidt anden holdning (...) Og så synes jeg, at på TikTok, ja jeg er enig i det ikke er det mest seriøse, men deres budskaber kommer jo stadig frem og sådan deres holdning til ting. (...) Altså det er ikke fordi jeg har brugt det eller har stemt ud fra det overhovedet, men jeg synes det er meget underholdende og det har også gjort, at jeg har tænkt over nogle ting. (Bilag 10, citat 24).

Som det fremgår af ovenstående, indgår Caroline L. i forhandling med Freja om TikTok som politisk medie. I den forbindelse anerkender Caroline L., at TikTok ikke er “det mest seriøse medie”, men fremhæver dog stadig, at politisk brug af TikTok kan have et potentiale i forhold til at fremme politiske budskaber. Således vil vi argumentere for, at hun udfordrer den dominerende forståelse blandt deltagerne om, at TikTok ikke har et potentiale til at fremme politiske budskaber. Det kommer til udtryk ved, at hun italesætter, at politikernes “budskaber” og “holdninger”, trods indholdets simple udformning, stadig bliver synlige for vælgerne, og at det har gjort, at hun har “tænkt over nogle ting”. Gennem deltagerens forhandling sameksisterer der dermed forskellige opfattelser og synspunkter af TikTok som platform.

I forhold til deltagerens italesættelse af de demokratiske konsekvenser ved politisk brug af TikTok fremgår det desuden, at deltagerne konstruerer et ideal og dermed en dominerende diskurs om, hvordan politisk deltagelse bør tage form. Det indebærer, at man som borger bør opsøge information om de politiske partier og deres mærkesager, før man afgiver en stemme. Det artikuleres eksempelvis i følgende citat fra Adam: “(...) politik er røvkedeligt, det er lidt ligesom lov, altså du bliver nødt til at, hvis du skal forstå det, så skal du sidde og se enten debatterne eller sidde og læse om det.” (Bilag 10, citat 67). Som det fremgår, artikuleres politik som “røvkedeligt”, hvilket forbindes med at skulle se politiske debatter og læse om politik. Således artikulerer Adam det som en dominerende diskurs om, at politik er et kompliceret emne, som man kun kan forstå, hvis man fordyber sig i

politiske debatter eller formater, der adskiller sig fra underholdningsplatforme som TikTok.

Vil vi argumentere for, at udlægningen af politik som et kompliceret emne, der skal forstås gennem informationstunge medier, hviler på idealer for demokratisk deltagelse, som har ligheder med Habermas' ([1989] 1991) begreb om den offentlige sfære. Det fremgår ved, at Habermas ([1989] 1991) beskriver, hvordan offentlig meningsdannelse bør tage form gennem rationel argumentation (Habermas, 1974, s. 49-50). Ud fra dette taler Adams udtalelse ind i den dominerende diskurs om, at politiske debatter bør være seriøse, og at beslutninger bør træffes på baggrund af rationalitet. Med afsæt i ovenstående citat, anser Adam ikke TikToks korte videoformat som værende velegnet til at kommunikere komplekse politiske argumenter på nuanceret vis. Det er dog væsentligt at bemærke, at deltagernes besvarelser kan være præget af de sociale omstændigheder for fokusgruppeinterviewene (jf. afsnit 4.3.2). Således kan sociale dynamikker og konventioner udøve indflydelse på deltagernes svar og potentielt medvirke til, at deltagernes svar afspejler et ønske om at fremstå velinformede og politisk engagerede. Vi vil derfor argumentere for, at denne udlægning i høj grad afspejler en dominerende forståelse af, hvordan politik bør udspille sig, frem for hvad deltagerne selv gør for at involvere sig politisk. Eftersom politiske debatter på sociale medier ofte ikke er så dybdegående som fysiske, politiske debatter (Kruse et al, 2018, s. 65), vil vi endvidere argumentere for, at der foreligger et paradoksalt forhold i deltagernes udtalelser om politisk brug af TikTok. Det fremgår ved, at deltagerne på den ene side konstruerer politik som informativt og langsommeligt, og dermed uforeneligt med TikTok, og på den anden side italesætter, at unge vælgere vil kunne opnå større politisk viden gennem det korte format på TikTok.

Flere af deltagerne italesætter desuden, at politisk brug af TikTok potentielt kan manipulere unge. I forhold til LA's indhold beskriver Andreas indholdet som "uetisk", fordi "de går efter de helt unge" (Bilag 10, citat 19), mens Freja udtaler, at det er "nemmere at manipulere med dem [de unge] end de ældre." (Bilag 10, citat 18). Således fremgår det, at der blandt deltagerne konstrueres en forståelse af, at politisk indhold på TikTok potentielt kan udgøre en trussel over for de demokratiske processer, idet unge ikke kan forholde sig kritisk til det indhold, de eksponeres for. Dette anser vi som et udtryk for, at Vanopslagh og partiet opleves autentiske, idet deltagerne påtaler, at unge ikke vil kunne forholde sig kritiske over for den liberalistiske diskurs, som sløres gennem den humoristiske

kommunikationsstil. Der hersker dog også en modsatrettet udlægning, hvor unge positioneres som nogle, der har en kritisk sans i forhold til politisk indhold på sociale medier. Denne udlægning fremgår blandt andet af følgende udtalelse fra Caroline L.:

Jeg er i hvert fald bare vokset op med under hele min uddannelse, at vi altid har lært om, at man ikke kan stole på det, man ser på nettet. At man lige skal sådan faktatjekke det og alt det der. (Bilag 10, citat 47).

Således indgår deltagerne i forhandling om, hvorvidt unge er i stand til at forholde sig kritisk til det indhold, de eksponeres for på sociale medier såsom TikTok. Vi vil i den forbindelse argumentere for, at den kritiske udlægning i høj grad relaterer sig til konstruktionen af den ideelle form for politisk deltagelse. Det fremgår ved, at indholdet på TikTok konstrueres som indhold, man som vælger ikke nødvendigvis kan stole på. Denne udlægning kan relateres til det faktum, at sociale medier giver politikere mulighed for at kommunikere direkte ud til befolkningen og undvige pressens kritiske funktion (jf. Lindholm et al., 2021). Dette forhold italesættes også af en af deltagerne, der påpeger, at der ikke er en moderator på sociale medier (Bilag 10, citat 44 & 45). Således skaber deltagerne et skel mellem den traditionelle og mere seriøse form for politisk indhold over for politisk indhold på TikTok, der potentielt kan manipulere unge mennesker. Deltagernes egen italesættelse af at unge bør forholde sig kritisk over for politisk indhold på sociale medier, indikerer dog også, at de selv som unge vælgere er opmærksomme på, at man ikke nødvendigvis kan stole på det indhold, man ser på sociale medier.

6.2.4 Delkonklusion

Ud fra ovenstående analyse kan vi konkludere, at deltagerne oplever LA's indhold og kommunikationsstil som humoristisk gennem deres italesættelse af indholdet som sjovt og underholdende. Det udleder vi på baggrund af, at deltagerne taler ind i LA's subjektposition af Vanopslagh som sjov og provokerende, der ved brug af humor distancerer sig til Frederiksen og den daværende regering. Dermed oplever deltagerne Vanopslagh som autentisk, idet de køber ind på den humoristiske kommunikationsstil, som er gennemgående for partiets TikTok-videoer. Udover at humoren er fremtrædende i deltagerne oplevelse af indholdet og Vanopslaghs autenticitet, er den ligeledes karakteristisk for deltagerne forhandling af LA's antagonistiske diskurs. Her kan vi

konkludere, at deltagerne taler ind i det antagonistiske forhold mellem LA og Frederiksen. Det skyldes, at de unge italesætter LA's karikerede fremstilling af Frederiksen og gennemgående kritik af hendes handlinger som humoristisk. Vores analyse viser dog også, at flere af deltagerne udfordrer LA's sociale grænsedragning. Det kommer til udtryk ved, at de artikulerer LA's humoristiske kommunikationsstil som noget, der kan have en forsimpelende effekt på indholdet og dermed bidrage til polarisering. Dette kritiske aspekt relaterer sig særligt til, at der blandt deltagerne hersker en dominerende forståelse af, at politik er et komplekst felt, som vælgere bør tilegne sig viden om gennem traditionelle og informationsrige medier. Yderligere viste vores analyse, at deltagerne forudgående opfattelse af TikTok som medie har indflydelse på, hvorvidt deltagerne forholder sig kritiske over for LA's indhold. Det fremgik ved, at LA's diskurs i flere tilfælde udfordres af deltagerne som følge af, at TikTok konstrueres som et seriøst medie og dermed som uforeneligt med politik. Sammenfattende kan det konkluderes, at de unge vælgere forhandler LA's indhold og kommunikationsstil ud fra humor som et gennemgående element, der både influerer deres oplevelse af Vanopslags og LA's autenticitet samt den antagonistiske grænsedragning til Frederiksen.

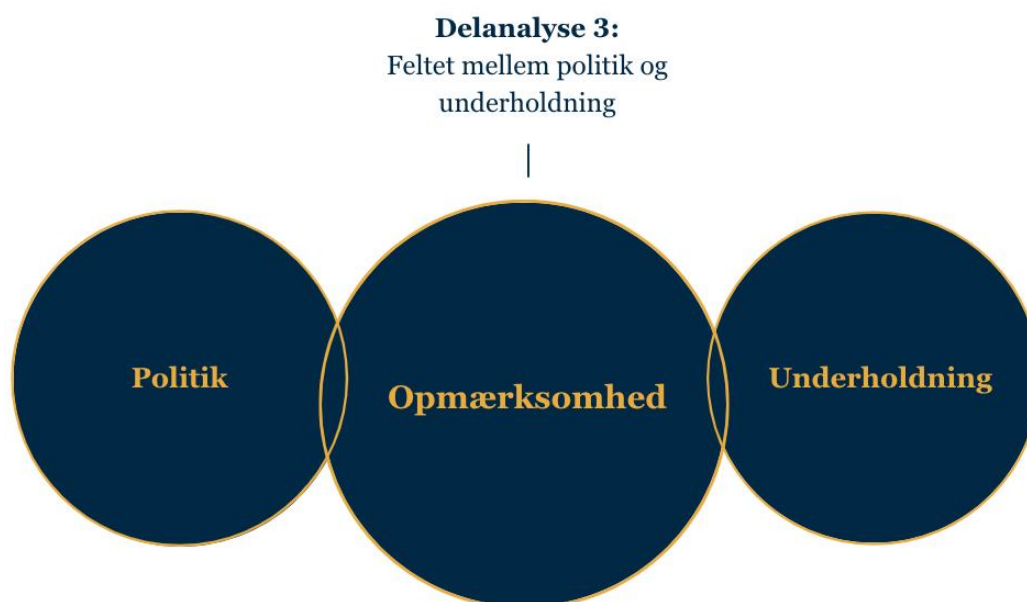
6.3 Analysedel 3

I analysedel 1 og 2 undersøgte vi LA's indhold og kommunikationsstil på TikTok samt deltagerne oplevelse heraf. Her fremgik det, at LA formidler en liberalistisk diskurs om et frit dansk samfund baseret på partikulære momenter som eksempelvis 'Ansvarlige borgere' og 'Lav skat'. Selvom det var gennemgående for LA's indhold på TikTok, at den liberalistiske diskurs blev artikuleret gennem humor i form af memes og sketches, fremgik det af analysedel 2, at deltagerne i høj grad skelner mellem politisk indhold og underholdning (jf. analysedel 2). Det kommer også til udtryk i følgende udtalelser fra deltagerne Freja og Camilla:

FR: Politik skal jo ikke være underholdning, det skal jo være noget seriøst. (Bilag 10, citat 16).

CA: Jeg tror også, at jeg synes, at det er lidt sørgeligt, hvis der er nogen, der vælger på baggrund af det her. (...) Du skal jo kunne noget politisk. (Bilag 10, citat 118).

Med afsæt i deltagernes skelnen mellem politik og underholdning har indeværende analytiske diskussion til hensigt at bygge videre på vores fund fra de to forrige analyser. I nedenstående model har vi skitseret, hvordan vi undersøger spændingsfeltet mellem politik og underholdning gennem opmærksomhed:



Model 4: Visualisering af analysedel 3

Som modellen illustrerer, vil vi i denne analysedel undersøge, hvordan unges opmærksomhed konstitueres i spændingsfeltet mellem politik og underholdning på TikTok. Vi tager afsæt i deltagernes opmærksomhed, eftersom Warner (2002) påpeger, at offentligheder opstår på baggrund af diskurser, der tilegnes opmærksomhed (s. 50; s. 60). Hertil inddrager vi deltagernes diskursive forhandlinger om politik og underholdning, eftersom Fraser (1990) påpeger, at diskursiv interaktion i en offentlighed, uagtet dens karakter, fordrer en udbredelse af diskursen i større og bredere arenaer (jf. Fraser, 1990). Således er de unges artikulationer på TikTok, hvad enten de ser LA's indhold som underholdning eller politik, med til at udvide den diskursive arena, som danner grundlaget for partiets offentlighed. Analysedelens fokus på offentligheder som rum for diskursive cirkulationer afspejler dermed også vores poststrukturalistiske afsæt. Det fremgår ved, at vi anser offentligheder som selvorganiserede sociale rum, hvor flertydighed og interne kampe eksisterer, og grænserne er flydende.

Med afsæt i vores analytiske fund fra analysedel 1 og 2 vil vi diskutere, hvordan unges opmærksomhed konstituerer LA's digitale offentlighed, hvor politik og underholdning indvæves i hinanden. For at undersøge hvordan deltagerne tillægger LA's indhold opmærksomhed, og hvorledes dette konstituerer en digital offentlighed, vil vi trække på vores tidligere konklusioner om de unges forhandling af LA's diskurs og Vanopslaghs autenticitet. Det gør vi for at analysere, hvordan affektive følelser som humor og den antagonistiske diskurs påvirker grundlaget for LA's digitale offentlighed. Til at undersøge det affektive aspekt af LA's diskurs og offentlighed vil vi trække på Papacharissis (2014) forståelse af affektive offentligheder som formationer, der dannes på baggrund af følelser. I forhold til den antagonistiske diskurs vil vi tage afsæt i Fraser (1990), der argumenterer, at offentligheder er diskursive arenaer skabt på baggrund af konflikt og forskelligheder (s. 61). Eftersom diskurser ikke kun er betinget af tekster, men også præges af mediers teknologiske indretning (Blaagaard & Roslyng, 2022, s. 216), vil vi hertil analysere, hvordan TikTok som platform udøver indflydelse på den digitale offentlighed. Her vil vi inddrage van Dijck (2013) til at analysere, hvordan TikToks teknologiske indretning og format har indflydelse på skabelsen af LA's offentlighed og hertil, hvordan deltagerne italesætter deres brug af platformen. Samlet set skal dette tilvejebringe viden om, hvordan LA konstituerer en digital offentlighed, og på hvilken måde denne påvirkes af TikToks format og teknologiske indretning.

6.3.1 Opmærksomhed som grundlag for LA's offentlighed

I diskussionen af hvordan en digital offentlighed konstitueres blandt LA's følgere på TikTok, er det essentielt først at analysere, hvordan unge vælgere tillægger LA's indhold opmærksomhed. Det skyldes, at offentligheder, ifølge Warner (2002), kun eksisterer i kraft af deres adressering og dermed i kraft af en vis grad opmærksomhed fra dens medlemmer (s. 60). I den forbindelse pointerer han, at den aktive tildeling af opmærksomhed er vigtigere end kvaliteten heraf (Warner, 2002, s. 61). I indeværende afsnit vil vi derfor undersøge, hvordan deltagerne tildeler LA's indhold opmærksomhed og hertil, hvilke aspekter af det politiske indhold, som deltagerne fremhæver. Dette skal føre til en diskussion af, hvordan de unges opmærksomhed er med til at konstituere LA's digitale offentlighed.

I analysedel 1 udledte vi, at LA artikulerer en liberalistisk diskurs om et frit dansk samfund gennem en subjektposition af Vanopslagh som en sjov og vovet politiker (jf. afsnit

6.1.8). Mere konkret fremgår det, at LA gennem visuelt forankrede meddelelser positionerer Vanopslagh som en kæk og humoristisk partiformand, der artikulerer Frederiksen som en passiv og uærlig repræsentant for den hegemoniske forståelse af velfærdssamfundet. Sætter vi dette i relation til vores fund i analysedel 2, er det interessant at fremhæve de unges oplevelse af Vanopslaghs autenticitet, og den opmærksomhed det herved fremkalder. Det skyldes, at deltagerne indgik i dialog om Vanopslaghs fremtræden som humoristisk og hertil oplevede LA's TikTok-videoer som sjove og bemærkelsesværdige grundet det korte format (jf. afsnit 6.3.4). På baggrund af dette anser vi deltagerne oplevelse af Vanopslaghs autenticitet som årsag til, at det særligt er humor, der er konstituerende for deltagerne opmærksomhed. I vores fokusgruppeinterview påpegede deltagerne dog, at det korte og humoristiske format ikke nødvendigvis opleves som foreneligt med politiske budskaber. Et eksempel på dette er følgende udtalelse fra Frederikke:

Det er jo også derfor, man er bare tilbøjelig til at se nogle af de korte, sjovere videoer, som den med Bamse og kylling og Leonardo DiCaprio, og den hvor han står i Folketingssalen, end dem hvor de rent faktisk svarer på et spørgsmål (...) Det er jo lidt, fordi TikTok måske bare ikke er platformen. Det er nok ikke det, folk kommer for at finde. (Bilag 10, citat 116).

I ovenstående citat stiller Frederikke sig kritisk over for, hvorvidt TikTok er en platform, hvor besvarelser på politiske problemstillinger er "det, folk kommer for at finde". Med afsæt i Frederikkens udtalelse vil vi argumentere for, at hun tildeler LA's videoer opmærksomhed, eftersom hun påpeger, at hun er tilbøjelig til at se partiets "korte, sjovere videoer". Dermed konstruerer hun en underliggende forestilling om, at disse videoer i højere grad er foreneligt med det typiske indhold på TikTok sammenlignet med det indhold, hvor Vanopslagh svarer på spørgsmål. Med afsæt i Warners (2002) teoretisering, anser vi Frederikke som et medlem af den digitale offentlighed, LA adresserer. Det skyldes, at den humoristiske kommunikationsstil får karakter af at være konstituerende for offentligheden, idet det er kilden til Frederikkens opmærksomhed. Dette understøttes ligeledes af, at denne humor opleves som et udtryk for Vanopslagh og LA's autenticitet på TikTok (jf. afsnit 6.2.1).

Med afsæt i Frederikkes udtalelse, vil vi argumentere for, at hendes opmærksomhed har karakter af at være flygtig, idet hun ikke ønsker at interagere med lange eller komplekse videoer. Det kan knyttes til Enli og Rosenbergs (2018) beskrivelse af, at de sociale medier har skabt et fragmenteret medie billede, hvor der er en overflod af information (s.1). Ud fra dette anskuer vi den flygtige opmærksomhed som et udtryk for, at LA konkurrerer med mange afsendere om de unges opmærksomhed på TikTok. Den flygtige opmærksomhed gør sig ligeledes gældende for deltageren Caroline L., der ikke engagerer sig i tekstbåret indhold på Facebook og Instagram: "(...) når jeg ser noget på Facebook eller Instagram, så magter jeg aldrig at læse det, fordi det er sådan 40 paragraffer langt." (Bilag 10, citat 24). På baggrund af dette standpunkt fra Caroline L. er det interessant at diskutere, hvorledes de visuelle aspekter af TikTok fordrer skabelsen af en digital offentlighed, hvor opmærksomheden er flygtig. Som Marchal et al. (2021) påpeger, gør visuel kommunikation på sociale medier det lettere for publikum at afkode billeder, og lettere for afsenderen at udtrykke følelser og fange modtagerens opmærksomhed (s. 159). Således vil vi argumentere for, at TikTok som visuelt medie fordrer skabelsen af en offentlighed, idet opmærksomheden fra brugerne ikke kun sker via tekst, men også ved, at der gennem visuelle elementer kommunikeres affektivt.

Når Frederikke og Caroline L. italesætter, at de i særdeleshed tildeler de "sjove" og "mindre seriøse" videoer opmærksomhed, er det hertil relevant at diskutere, hvorledes deres opmærksomhed skabes på baggrund af affekt. Ifølge Papacharissi (2014) er affektive offentligheder drevet af en affektiv fremstilling af holdninger, fakta eller en blanding heraf. Hun tilføjer, at disse offentligheder typisk er et udtryk for et opgør med dominerende narrativer i samfundet (Papacharissi, 2014, s. 129-131). Sætter man dette i relation til deltagerens udtalelser, vil vi argumentere for, at følelser som humor og provokation kan karakteriseres som en konstituerende kraft for LA's offentlighed. Det kommer til udtryk gennem deltagerens karakterisering af LA's videoer som "grineren" (Bilag 10, citat 13, 34 & 63), "bare god humor" (Bilag 10, citat 97) og pointen om, at "Daddy Vanopslagh, han er grineren" (Bilag 10, citat 12). Herudover understøttes det af, at LA's autenticitet består i Vanopslaghs humoristiske og provokerende kommunikationsstil (jf. afsnit 6.2.1). I relation til LA's diskurs, er det endvidere gennemgående, at LA indgår i et antagonistisk forhold til Frederiksen, der repræsenterer den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund (jf. afsnit 6.1.8). Ud fra dette anser vi humoren for at kunne sløre vreden i det antagonistiske forhold, der kommer til udtryk i diskursen. Humoren er dermed afgørende

for opgøret med den hegemoniske forståelse og Frederiksen, som står i modsætning til LA's liberalistiske diskurs. Dette bidrager således til at give LA's offentlighed karakter af at være et affektivt fællesskab, der samles gennem det kritiske forhold til Frederiksen, som formidles gennem provokation og humor. Dermed bliver oppositionen mod Frederiksen et billede på, at man kan indgå som medlem i LA's offentlighed, hvis man, ligesom LA, sætter spørgsmålstejn ved hendes handlinger (jf. afsnit 6.1.7) eller blot finder indholdet sjovt.

Udover at offentligheden kan kendetegnes ved flygtig opmærksomhed og affektivitet, giver Andreas ligeledes udtryk for, at hans opmærksomhed har rod i hans politiske overbevisninger:

(...) Hvis Enhedslisten kom ud med et eller andet latterligt forslag, så ville jeg jo nok også kigge lidt mere på det som komisk, fordi det er så latterligt, som det er, end Liberal Alliance eller Venstre kom med noget, hvor jeg ville se mere fornuften i det med nogle af de partier, som jeg måske hælder mere over imod frem for nogle, jeg overhovedet ikke hælder hen imod. (Bilag 10, citat 66).

Ud fra Andreas' udtalelse vil vi argumentere for, at hans opmærksomhed har en tosidet karakter. Det skyldes, at han udelukkende vil tildele Enhedslistens indhold opmærksomhed, fordi han anskuer partiets forslag som "latterlige" og "komiske". Samtidig påpeger Andreas, at han også tildeler borgerlige partier opmærksomhed på TikTok, men nærmere fordi han kan se "fornuften" i de budskaber, der artikuleres. Således tildeler han forskellige politiske standpunkter opmærksomhed, hvormed han potentielt kan indgå i flere digitale offentligheder. Opmærksomheden udmønter sig dog på forskellige måder ved henholdsvis at være funderet i affektivitet eller hans eget politiske standpunkt.

Sammenfatter man ovenstående analytiske pointer, vil vi argumentere for, at LA's offentlighed konstitueres på baggrund af forskellige former for opmærksomhed, der både er funderet i en underliggende kritik formidlet gennem humor samt LA's ideologiske standpunkter. Derudover har deltageres opmærksomhed karakter af at være flygtig, idet de drages af de "korte" og "sjove" videoer. Ud fra Warners (2002) teoretisering er graden af opmærksomhed dog ikke afgørende for, hvorvidt deltagerne indgår som en del af den digitale offentlighed, LA adresser. Det skyldes, at deltagerne, uagtet deres tidsmæssige investering i indholdet, tildeler LA's indhold opmærksomhed og dermed interagerer med offentlighedens diskursive grundlag.

6.3.2 Humors indvirkning på den politiske offentlighed

I forlængelse af ovenstående afsnit finder vi det interessant at diskutere, hvordan de unges opmærksomhed kan ses som et udtryk for, at de indgår i en offentlighed, der ikke udelukkende er humoristisk, men også politisk funderet. Ifølge Warner (2002) gør tekst og billeder krav på opmærksomhed. Det medfører, at individer ikke indgår i offentligheder som passive medlemmer, men nærmere som aktive medskabere (Warner, 2002, s. 62). Hertil betragter Fraser (1990) offentligheder som diskursive arenaer funderet i konflikt og forskelligheder (s. 61). Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at LA's offentlighed på TikTok kan karakteriseres som et politisk fællesskab, til trods for at deltagerne særligt tildeler det humoristiske indhold opmærksomhed. Det skyldes, at LA anvender humor til at artikulere en politisk diskurs om det frie danske samfund gennem en antagonistisk grænsedragning til den hegemoniske forståelse af velfærdssamfundet (jf. afsnit 6.1.8). Således skaber den antagonistiske grænsedragning, funderet i politiske forskelligheder, grundlaget for LA's diskurs, hvilket deltagerne aktivt er medskabere af. Et konkret eksempel på dette fremgik af vores analyse af momentet "Retten til selv at vælge gymnasium", hvor LA gennem en intertekstuel reference til børneprogrammet Bamse og Kylling artikulere et ønske om mere frihed til borgerne gennem et antagonistisk forhold til Frederiksen (jf. afsnit 6.1.5). Dette er interessant set i lyset af Frederikkens udtalelse om selvsamme video:

Du går jo ikke på TikTok for at blive konfronteret med, hvad de vil med deres SU-plan. (...) Altså jeg forstår også godt, at de har den med, fordi hvis man gerne vil gå lidt op i, hvad deres plan er, kan man måske tænke, er det virkelig bare et parti, der lægger Bamse og Kylling-videoer op, og som man har lyst til at stemme på. (Bilag 10, citat 110).

I citatet påpeger Frederikke, at LA kan fremstå som et parti, der "bare" lægger Bamse og Kylling-videoer op, såfremt de ikke også publicerer indhold, der belyser deres politiske mærkesager. Herved konstruerer Frederikke videoen med Bamse og Kylling som noget, der adskiller sig fra politisk indhold, hvormed hun taler ind i grænsedragningen mellem politik og humor (jf. afsnit 6.3). Det er dermed interessant, at videoen konstrueres som værende apolitisk, når vi i analysedel 1 netop konkluderede, at den antagonistiske og

politiske diskurs blev artikuleret gennem memes som Bamse og Kyllinge-videoen. Det tilføjer dermed et nyt aspekt til vores analyse af LA's offentlighed, idet offentligheden får karakter af at være politisk, til trods for at deltagerne italesætter indholdet som "bare" at være "sjovt".

Eftersom vi kan konkludere, at LA's offentlighed er politisk, vil vi argumentere for, at de unges opmærksomhed kan ses som valuta for politisk engagement. Det kan understøttes af van Dijcks (2018) teoretisering af logikken 'commodification', der indebærer, at platforme omsætter genstande, aktiviteter og følelser, der eksisterer online, til varer. Disse varer værdisættes blandt andet gennem opmærksomhed, penge og brugere (van Dijck, 2018, s. 37). Med udgangspunkt i ovenstående karakterisering af de unges opmærksomhed som værende flygtig og fragmenteret, vil vi argumentere for, at opmærksomheden er værdifuld for LA som politisk parti. Det skyldes, at LA herved kan opnå politisk engagement, såfremt de fanger og fastholder modtagernes opmærksomhed. I den forbindelse er det dog interessant, at de unge konstruerer deres adfærd på platformen som en afhængighedsrelation. Det fremgår af følgende citater:

AD: (...) Jeg bruger sjældent TikTok, og når det er, så er det ligesom en pose pistacienødder. Så er de væk med det samme. Altså det kører bare derud af, men det er sjældent, jeg åbner den. (Bilag 10, citat 1).

CA: Og jeg er ikke selv på appen, fordi jeg ved, at jeg ikke vil kunne styre det. Jeg bruger Reels på Instagram rimelig meget (...) (Bilag 10, citat 5).

Som ovenstående citater understreger, er det store tidsforbrug et gennemgående element, der kendetegner de unges oplevelse af TikTok. Det fremgår eksempelvis af udtalelsen fra Caroline J. om, at hun "ikke vil kunne styre det", såfremt hun downloadede appen. Således vil vi argumentere for, at de unge artikulerer deres forhold til TikTok som en afhængighedsrelation, da de oplever, at de ikke kan stoppe, såfremt de først er begyndt at interagere med indholdet. Kobles dette til vores tidligere analytiske fund angående de unges flygtige opmærksomhed, vil vi argumentere for, at LA opnår valuta gennem en humoristisk fremstilling af deres indhold, eftersom det resulterer i opmærksomhed fra de unge og dermed også en udbredelse af deres politiske diskurs. Dermed anser vi deltagerne opmærksomhed for at kunne omsættes til politisk engagement, da de unge kan anses som

medlemmer af den politiske offentlighed, såfremt de tildeler indholdet, og dermed den politiske diskurs, opmærksomhed. Med udgangspunkt i Sørensen (2016) kan man stille sig kritisk over for, hvorvidt opmærksomheden kan afføde politisk forandring, og dermed også om LA's digitale offentlighed reelt set kan påvirke det politiske landskab. I den forbindelse er det relevant at fremhæve begrebet clicktivism, der beskriver, hvordan politisk indhold på sociale medier i dag er præget af, at politiske grupper er mere optaget af at opnå interaktion frem for politisk forandring. Sørensen (2016) anser denne udvikling som en trussel mod politisk deltagelse, eftersom det mindsker muligheden for reel politisk forandring (s. 665). Med afsæt i dette og vores analytiske fund om opmærksomhed som valuta for politisk engagement finder vi det relevant at diskutere forholdet mellem interaktion og politisk forandring i relation til LA's digitale offentlighed.

6.3.3 TikToks indflydelse på LA's offentlighed

Som beskrevet i vores litteraturreview er der blandt forskere uenighed om det demokratisk potentiale ved brugen af sociale medier. Denne diskussion indebærer blandt andet spørgsmålet om, hvorvidt interaktion på sociale medier er overfladisk eller medfører en meningsfuld dialog og reel politisk forandring (jf. afsnit 2.4.2). Med afsæt i denne diskussion vil vi argumentere for, at de unges tildeling af opmærksomhed til LA's indhold på TikTok potentielt kan medføre politisk forandring. Det fremgår ved, at de unge artikulerer LA's indhold som noget, der kan vække interesse blandt unge vælgere, der ikke ellers interesserer sig for politik samt dets potentiale til at "educate unge" (jf. afsnit 6.2.3). Vi vil argumentere for, at deltagerne herved taler ind i en forståelse af, at de gennem interaktion med politisk indhold på TikTok kan opnå større viden om politik og de enkelte partiers budskaber. Ud fra det mere kritiske perspektiv kan man dog diskutere, hvorvidt LA's simple formater, som eksempelvis memes, kan rumme komplekse politiske budskaber. Således afhænger spørgsmålet om forholdet mellem interaktion og politisk forandring i LA's offentlighed af, hvorvidt man anskuer TikTok som en platform med potentiale til at danne rum for politiske samtaler.

Med afsæt i van Dijck (2013; 2018) styrkes argumentet om, at de unges interaktion kan medføre øget interaktion med LA's indhold og dermed potentielt politisk forandring. Hun påpeger, at platformssamfundet blandt andet er kendetegnet ved logikken 'datafication', som indebærer, at sociale medier indsamler og analyserer data i realtid. Denne data omsættes til værdifuld information om brugeradfærd for enkeltpersoner,

grupper og samfundet (van Dijck & Poell, 2013, s. 10). Dette kan intensivere logikken 'commodification', eftersom den indsamlede data fra brugerne giver indsigt i deres interesser og præferencer, hvilket præger det indhold, de eksponeres for (van Dijck, 2018c, s. 37). Ud fra dette vil LA's indhold – og dermed deres liberalistiske diskurs – eksponeres bredere og nå ud til flere potentielle medlemmer, når brugerne interagerer med indholdet. I den forbindelse kan Andreas og Caroline J. inddrages, som udtaler følgende:

Andreas: Jeg har det lidt på samme måde. Nu har jeg jo set lidt af de der Daddy Vanopslagh videoer på TikTok, som så mange andre også har (...) (Bilag 10, citat 17).

Caroline J.: Han har nok været en af de mest diskuterende politikere til det her valg. Altså det virker, jeg siger ikke, at det er det jeg vil stemme ud fra, men hans navn er da et, som alle nævner som det første. (Bilag 10, citat 36).

Som udtalelserne understreger, anerkender deltagerne, at LA har fanget deres opmærksomhed, hvad enten de er politisk enige med partiet eller ej. Således italesætter deltagerne, at LA har formået at skabe opmærksomhed og herved understøtte deres eksponering blandt unge på TikTok. Med udgangspunkt i dette vil vi argumentere for, at de unges interaktion med LA's humoristiske indhold resulterer i, at partiets politiske diskurs i højere grad vil cirkulere på platformen. Det betyder, at når den enkelte bruger interagerer med indholdet, vil deres algoritme påvirkes gennem data, hvormed de i højere grad vil være tilbøjelige til at blive eksponeret for den liberalistiske diskurs og dermed indgå som en del af LA's digitale offentlighed. I den forbindelse kan van Dijcks (2018) begreb 'personalization' inddrages, hvilket udgør en del af logikken 'selection' og indebærer, at det specifikke indhold udvælges og målrettes den enkelte bruger (s. 41). Vi vil argumentere for, at TikToks "for you page" er et eksempel på selection i form af personalization (jf. van Dijck, 2018). Med afsæt i dette har brugere, der i forvejen har vist interesse for LA's videoer gennem engagement og deling med deres netværk, større chance for at indgå i offentligheden, som LA adresserer. Vi anser dermed algoritmerne for have en indvirkning på, hvordan den flygtige opmærksomhed overgår til mere reel politisk involvering, idet de kan medvirke til, at unge kontinuerligt eksponeres for indholdet.

Yderligere er det relevant at kommentere på TikToks anbefalingsalgoritme, og hvordan denne har indvirkning på LA's offentlighed. På den ene side italesætter deltagerne

som nævnt et afhængighedsforhold til TikTok, som er påvirket af, at de hele tiden bliver eksponeret for opslugende og underholdende indhold. Vi vil argumentere for, at det potentielt har den betydning, at de unges opmærksomhed er rettet mod TikTok, idet de finder indholdet på platformen underholdende. På den anden side har de unges opmærksomhed som beskrevet karakter af at være flygtig. Dette kan blandt andet påvirkes af TikToks indretning, idet brugerne konstant eksponeres for korte videoer, som de hurtigt kan swipe væk fra, når de ikke længere ønsker at interagere med dem. Dermed er de unges brug af TikTok kendetegnet ved, at de har opmærksomheden rettet mod platformen, men at deres opmærksomhed på det konkrete indhold ikke nødvendigvis bevares i længere tid. I forhold til LA's offentlighed ser vi det som et udtryk for, at medlemskabet kan have en flygtig og kortvarig karakter. Med afsæt i diskussionen af opmærksomhed som valuta kan man dog også argumentere for, at selv kortvarig opmærksomhed er værdifuldt på sociale medier.

Med et kritisk blik på algoritmerne kan det hertil diskuteres, hvorledes de affektive og simple budskaber, der cirkulerer på platformen, bidrager til skabelsen af polarisering og potentielle ekkokamre. Det bunder i, at vi anser det korte, humoristiske format som noget, der sætter en naturlig begrænsning for, hvor komplekse og nuancerede budskaberne kan være. Ifølge McKay og Tenove (2021) opstår ekkokamre særligt på baggrund af algoritmer, som er med til at styre, hvilket indhold brugerne eksponeres for (s. 4). Ekkokamre er dermed digitale fællesskaber, hvor medlemmerne ikke udfordres af modsatrettede holdninger, argumenter og emner, men i stedet reproducerer samme diskurs (McKay & Tenove, 2021, s. 4; Kruse et al., 2018, s. 65). Eftersom vores analytiske fund indikerer, at deltagerne særligt tildeler de humoristiske og korte videoer opmærksomhed, vil vi argumentere for, at denne adfærd fremmer simplificerede budskaber på platformen. Det skyldes, at algoritmerne således belønner det korte indhold, hvori mulighederne for at uddybe eller nuancere budskaberne begrænses. Således kan LA's digitale offentlighed potentielt få karakter af at være et ekkokammer, idet medlemmerne ud fra deres algoritme vil blive eksponeret for de samme simplificerede budskaber. På den anden side er det dog vigtigt at pointere, at de simple og humoristiske budskaber ikke nødvendigvis udelukker et indblik i de politiske budskaber på platformen. Eksempelvis oplever Caroline, at man grundet det korte format hurtigere kan skabe et overblik over, hvad de forskellige danske partier går ind for: "Og det bliver måske på en eller anden måde lidt lettere at skelne

mellem, hvad partier synes. Også i forhold til dem, der minder om hinanden.” (Bilag 10, citat 25).

Som van Dijck (2018) påpeger, har de sociale mediers indsamling af data ikke kun betydning for, hvad den enkelte bruger eksponeres for, men også hvilket indhold der kan gå viralt. Dette beskriver hun ud fra logikken ‘selection’, og mere konkret ‘reputation og trends’, som dækker over, at populært indhold hyldes ved at blive eksponeret bredt ud til brugere af platformen (van Dijck, 2018, s. 42-43). Kobles dette til Warner (2002) har platformene således indflydelse på cirkulationen af diskurser og dermed også konstitueringen af digitale offentligheder. Når brugerne hertil interagerer med de cirkulerende diskurser, får diskurserne mulighed for at nå bredere ud. Det italesætter Nicholas ligeledes i følgende citat: “(...) Det er jo klart noget, det er jo sådan noget, man sender rundt. Og så er det jo klart, at man får noget mere omtale ved det, så det er jo superfedt for ham.” (Bilag 10, citat 103). Med afsæt i dette vil vi argumentere for, at den enkeltes opmærksomhed på LA’s indhold tilskynder flere visninger. Det skyldes, at de enkelte brugeres tildeling af opmærksomhed i sidste ende kan bidrage til, at indholdet tilgodeses af TikToks algoritmer, og at LA’s liberalistiske diskurs således når bredere ud i kraft af den øgede omtale. Ud fra dette vil vi argumentere for, at den liberalistiske diskurs, der konstituerer LA’s offentlighed på TikTok, har potentiale til at cirkulere ud over platformens grænser.

6.3.4 Delkonklusion

I ovenstående analytiske diskussion har vi sammenholdt vores fund fra analysedel 1 og 2 og undersøgt, hvordan unge tildeler LA’s indhold på TikTok opmærksomhed og herved konstituerer en digital offentlighed. Ud fra vores analyse kan vi konkludere, at LA’s offentlighed konstitueres gennem opmærksomhed fra unge vælgere. Denne opmærksomhed består særligt i, at de unge interagerer med LA’s indhold, idet de oplever det som humoristisk. Der er dog også enkelte, der italesætter ideologi som deres primære bevæggrund for at tildele LA’s indhold opmærksomhed, hvorfor opmærksomheden fra offentlighedens medlemmer kan siges at have en tosidet karakter, idet den ikke kun konstitueres ud fra humor, men også ideologi. Eftersom deltagerne særligt drages af de korte videoer med et humoristisk og simpelt budskab, får opmærksomheden karakter af at være flygtig. Det udleder vi på baggrund af deltagernes oplevelse af TikTok som et medie, hvor formatet ikke er velegnet til komplekse, politiske emner. Sammenholder man

deltagernes oplevelser med vores analytiske fund fra analysedel 1, kan det endvidere konkluderes, at offentligheden har politisk karakter. Det gør sig gældende ved, at de humoristiske formater, som memes og sketches, i særdeleshed fanger deltagernes opmærksomhed og samtidigt skildrer den antagonistiske grænsedragning til Frederiksen og den hegemoniske forståelse af velfærdssamfundet. Eftersom LA's digitale offentlighed er politisk, vil vi argumentere for, at de unges opmærksomhed kan betegnes som valuta for politisk engagement, der har potentiale til at udvide den liberalistiske diskurs. Det bunder blandt andet i platformens algoritmer, der baserer sig på en udvælgelsesmekanisme, som hylder det indhold, brugerne viser interesse for. Således kan platformens teknologiske aspekter influere hvilke diskurser, der cirkulerer, og dermed medvirke til at udbrede LA's offentlighed og politiske diskurs. Derudover kan den flygtige opmærksomhed blandt de unge på sigt overgå til politisk involvering gennem algoritmens indvirkning på kontinuerlig eksponering for det politiske indhold. Ud fra et kritisk perspektiv, kan dette dog også fordre skabelsen af ekkokamre og polarisering, idet de simple budskaber og korte formater særligt tiltrækker deltagernes opmærksomhed og herved potentielt prioriteres af platformens algoritmer.



KONKLUSION

7. Konklusion

Vi har i de forrige afsnit fremført vores analyser og undersøgt vores problemfelt. Med udgangspunkt i dette ønsker vi nu at besvare specialets problemformulering, som lyder:

Hvordan forhandler unge vælgere den politiske diskurs, Liberal Alliance artikulerer gennem deres indhold og kommunikationsstil på TikTok, og på hvilken måde er dette konstituerende for Liberal Alliances digitale offentlighed?

Vi kan konkludere, at unge vælgere særligt forhandler LA's liberalistiske diskurs om det frie danske samfund ud fra partiet og Vanopslaghs humoristiske kommunikationsstil. Dermed er humor konstituerende for LA's digitale offentlighed på TikTok, idet unge vælgere tildeler den politiske diskurs opmærksomhed på baggrund heraf. Dette vil vi nu udfolde.

Gennem vores poststrukturalistiske diskursanalyse af LA's indhold og kommunikationsstil på TikTok kom det frem, at LA konstruerer en liberalistisk diskurs om det frie danske samfund. Denne diskurs meningsudfyldes gennem partikulære momenter, der indgår i en ækvivalenskæde grundet deres fælles fokus på frihed. Diskursen tilskrives desuden mening ved at konstruere den hegemoniske forståelse af det danske velfærdssamfund, repræsenteret af Frederiksen og den daværende regering, som en trussel mod frihed. Dette antagonistiske forhold får betydning gennem memes og intertekstuelle referencer, hvor inkongruent humor i samspil med det simple format på én og samme tid forstærker det antagonistiske forhold og slører diskursens politiske islæt. I artikulationen af diskursen skabes der desuden en subjektposition af Vanopslagh som en sjov og vovet politiker over for Frederiksen og regeringen som passive og uærlige.

LA's gennemgående brug af humor har betydning for deltagernes forhandling af diskursen og Vanopslaghs autenticitet. Det udleder vi på baggrund af, at deltagerne taler ind i LA's subjektposition af Vanopslagh ved at italesætte ham som sjov og provokerende. I den forbindelse kan vi konkludere, at de unge positionerer Vanopslagh som repræsentant for partiet, og at de oplever samspillet mellem hans humoristiske fremtoning og transparens om sit politiske virke som et udtryk for, at han fremstår autentisk. Dette fund bygger således videre på den eksisterende forskning, der primært har belyst autenticitet ud fra politikerevne til at fremstille sig som almindelige borgere på sociale medier. Af de

unges forhandling fremgår det også, at der hersker forskellige opfattelser af, hvorvidt TikTok som medie er velegnet til at formidle politiske budskaber, og dermed også om Vanopslaghs humoristiske fremstilling er forenelig med hans politiske virke.

Gennem de unges forhandling af LA's diskurs kan vi konkludere, at humor er konstituerende for skabelsen af den digitale offentlighed. Det skyldes, at de unge tildeler den liberalistiske diskurs og grænsedragningen til Frederiksen opmærksomhed på baggrund af det humoristiske og korte format. Gennem tildelingen af opmærksomhed opstår LA's digitale offentlighed, som har karakter af at være affektiv og politisk. Det affektive opstår i kraft af, at de unge oplever formidlingen af den underliggende vrede som humoristisk. Det politiske fremgår ved, at der i indholdet artikuleres en liberalistisk diskurs gennem et fokus på frihed og et antagonistisk forhold til den dominerende politik. Selvom de unge ikke selv italesætter LA's indhold som politisk, konkluderer vi, at offentligheden er politisk funderet grundet den liberalistiske diskurs. Eftersom den digitale offentlighed er funderet i en liberalistisk diskurs, anser vi de unges opmærksomhed som valuta for politisk engagement. Det skyldes, at de unges opmærksomhed er flygtig og dermed værdifuld for politiske partier som LA, hvilket yderligere understøttes af TikToks teknologiske indretning og medielogikker. Gennem logikkerne kan partiets liberalistiske diskurs udbredes, hvilket både kan intensivere de eksisterende medlemmers tilknytning til LA's digitale offentlighed, men samtidig også have en polariserende effekt på det politiske landskab i kraft af indholdets affektive karakter. Derudover kan logikkerne medføre, at den digitale offentlighed udbredes på platformen, samt at partiets liberalistiske diskurs potentielt cirkulerer ud over mediets grænser.

Med afsæt i ovenstående udfoldelse af vores konklusion anser vi vores casestudie som et bidrag til forskningsfeltet om politisk kommunikation på sociale medier. Mere konkret har vi bidraget med ny viden om, hvordan politikere gennem et videobåret medie som TikTok kan konstituere en digital offentlighed, der befinder sig i spændingsfeltet mellem politik og underholdning. På baggrund af vores fund finder vi det dog nødvendigt at reflektere over, hvilke konsekvenser vores analytiske og teoretiske tilgang har for specialets udsigelseskraft. Ved at foretage en poststrukturalistisk diskursanalyse inspireret af Laclau og Mouffe (1985) har vi fået mulighed for at belyse, hvordan LA's politiske diskurs udfolder sig gennem deres indhold på TikTok. Herved har vi skabt blik for diskursens indholdsmæssige og stilistiske karakter, men har ikke kunnet udlede konklusioner om LA's intentioner og de strategiske overvejelser bag deres artikulationer.

Derudover har vores multimodale tilgang givet os mulighed for at undersøge, hvordan LA's diskurs påvirkes af, at den udspiller sig på det videobårne medie TikTok. Vi vil argumentere for, at vi gennem vores multimodale kodningstilgang bidrager til den eksisterende forskning ved at foreslå en operationel tilgang til at kode og analysere videobåret indhold i en diskursiv kontekst. På baggrund af vores diskursive fokus har vi endvidere valgt at foretage fokusgruppeinterviews, hvilket har givet os mulighed for at belyse unges vælgers forhandling af LA's diskurs. Denne tilgang er forenelig med vores poststrukturalistiske ståsted, idet vi herved har fået blik for uenigheder og modsatrettede artikulationer, der hersker blandt unge vælgere. Hvis vi i stedet havde valgt at foretage individuelle interviews, ville vi kunne have skabt en mere intim samtale, hvor deltagerne kunne udtrykke deres politiske overbevisninger uden at forholde sig til andre interviewdeltagere. Dermed ville vi i højere grad have mulighed for at inddrage de unges politiske overbevisninger og udvide vores undersøgelse af, hvordan de unges ideologiske standpunkter har indflydelse på deres medlemskab af den digitale offentlighed. Afslutningsvist er det relevant at reflektere over, at vi i vores analyse har anset opmærksomhed som konstituerende for LA's offentlighed blandt unge vælgere (jf. Warner, 2002). I en videre analyse vil det være relevant at udfolde, hvad denne opmærksomhed indebærer på en platform som TikTok, hvis eksistensberettigelse baserer sig på brugernes tildeling af opmærksomhed. I relation til vores case vil det derfor være interessant at undersøge forholdet mellem interaktion og opmærksomhed, og hvordan likes, delinger og kommentarer i højere grad er et udtryk for opmærksomhed end den blotte kendsgerning ved, at brugerne eksponeres for indholdet.



**PERS-
PEKTIVERING**

8. Perspektivering

“Hvordan er vores konklusion om LA’s tilstedeværelse på TikTok relevant, når danske politikere er blevet frarådet at bruge platformen?”. Netop det spørgsmål ser vi os nødsaget til at rejse, da Center for Cybersikkerhed i februar fik Folketinget til at fraråde politikere at bruge TikTok på deres arbejdstelefoner (Folketinget, 2023). Relevansen af vores speciale synes på et splitsekund at dale, efter Folketinget kom med denne udmelding. I takt med udarbejdelsen af specialet blev vi dog hurtigt opmærksomme på, at undersøgelsen er mere relevant end nogensinde før. Argumentet for dette kan findes i den udvikling, vi i dag ser, hvor andre sociale medier har tilegnet sig det korte videoformat i form af Instagram Reels, Instagram Stories, Snapchat Spotlight og Youtube Shorts. Instagram Reels beskrives eksempelvis som et sted, hvor brugerne kan lave og udforske “short, entertaining videos” (Instagram, 2020). Vi vil i den forbindelse argumentere for, at Instagram Reels har ligheder med TikToks korte videoformat, der kører i loop. Det understøttes blandt andet af deltagerne fremhæver, at de eksponeres for TikTok-videoer gennem Instagram Reels (Bilag 10, citat 72), samt at de “nok ikke er helt fri” for indholdet på TikTok gennem deres brug af Instagram Reels (Bilag 10, citat 76). I relation til vores speciale er det dermed interessant, at andre sociale medieplatforme har tilegnet sig et format, der minder om TikToks, og at disse medier også anvendes af politiske partier og frontfigurer. Af den grund vil vi argumentere for, at vi gennem vores undersøgelse er i stand til at sige noget mere generelt om politisk kommunikation på videobårne medier. Med andre ord anser vi vores speciale som et bidrag til forskningen om politikeres brug af sociale medier, og mere konkret hvordan det visuelle vinder frem i deres kommunikation til og med unge vælgere. Modsat vil vi dog også forholde os kritiske over for, at der kan være forskel på medier som Instagram og TikTok på baggrund af kommunikationsstilen, formatet samt målgruppen. Af den grund vil vi opfordre til, at ny forskning inden for feltet undersøger eventuelle forskelle og ligheder mellem de to medier. Herudover vil det være interessant at belyse, hvordan interaktionen mellem politikere og borgere på platformene spiller en rolle i konstitueringen af digitale offentligheder. Samlet set mener vi dog ikke, at omstændighederne for udarbejdelsen af undersøgelsen har større betydning for projektets udsigelseskraft. Det skyldes, at det videobårne format i høj grad vinder frem på digitale platforme, og at politikere fortsat bruger TikTok som en del af deres politiske kommunikation.



LITTERATUR- LISTE

9. Litteraturliste

- Barthes, R. (1964). Billedets retorik. I Fausing, B. & Larsen, P. (red.), *Visuel kommunikation* (s. 42-57). Hole: Meusa.
- Bjørnholt, B. & Jakobsen, M. L. (2020). Kvalitativ analyse: Kodning. I K. M. Hansen, L. B. Andersen, & S. W. Hansen (Red.), *Metoder i statskundskab* (3. udgave, s. 212-248). Hans Reitzels Forlag.
- Blach-Ørsten, M., Eberholst, M. K., & Burkal, R. (2017). From hybrid media system to hybrid-media politicians: Danish politicians and their cross-media presence in the 2015 national election campaign. *Journal of Information Technology & Politics*, 14(4), 334–347.
<https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1369917>
- Blaagaard, B. B. & Roslyng, M. M. (2022). The spatial, networked and embodied agency of social media: a critical discourse perspective on Banksy's political expression. *Critical Discourse Studies*, 19(2), 212-226
<https://doi.org/10.1080/17405904.2020.1829665>
- Bronstein, J., Aharony, N., & Bar-Ilan, J. (2018). Politicians' use of Facebook during elections: Use of emotionally-based discourse, personalization, social media engagement and vividness. *Aslib Journal of Information Management*, 70(5), 551-572. <https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2018-0067>
- Bruns, A. & Highfield, T (2016). Is Habermas on Twitter?. I Bruns, A. Enli, G., Skogerbo, E. Larsson, A. O. & Christensen, C. (Red.), *The Routledge Companion to Social Media and Politics* (s. 56-73).
<https://doi.org/10.4324/9781315716299>
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. (5. udgave) (s. 39-72 & s. 372-376). Oxford University Press.

- Bosetta, M. (2018). The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election. *Journalism & mass communication quarterly*, 95(2), 471-496
<https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- Cronin, P., Ryan, F., & Coughlan, M. (2008). Undertaking a literature review: A step-by-step approach. *British Journal of Nursing*, 17(1), 38-43.
<https://doi.org/10.12968/bjon.2008.17.1.28059>
- Danmarkshistorien (u.å.). Folketingsvalget 2022.
<https://danmarkshistorien.dk/vis/materiale/folketingsvalget-2022>
- Davis, J. L., Love, T. P. & Killen, G. (2018). Seriously funny: The political work of humor on social media. *New media & society*, 20(10), 3898-3916.
<https://doi.org/10.1177/1461444818762602>
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (1998). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3. udgave, s. 195-220). Sage Publications.
- Dvir-Gvirsman, S., Tsurriel, K., Sheaffer, T., Shenhav, S., Zoizner, A., Lavi, L., Shamir, M. & Waismel-Manor, I. (2022). Mediated Representation in the Age of Social Media: How Connection with Politicians Contributes to Citizens' Feelings of Representation. Evidence from a Longitudinal Study. *Political Communication*, 39(6), 779-800. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2124335>
- Enli, G., & Rosenberg, L. T. (2018). Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians Seem More Authentic. *Social Media & Society*, 4(1), 1-11.
<https://doi.org/10.1177/2056305118764430>
- Eskjær, M. F. & Helles, R. (2015). *Kvantitativ indholdsanalyse* (s. 9-27). Samfundslitteratur.
- Esmark, A., Laustsen, C. B. & Andersen, N. Å. (2005a). *Poststrukturalistiske*

analysestrategier - en introduktion (s. 7-43). Roskilde Universitetsforlag.

Esmark, A., Laustsen, C. B. & Andersen, N. Å. (2005b).

Socialkonstruktivistiske analysestrategier - en introduktion (s. 1-30).
Samfundslitteratur.

Esmark, A. & Laustsen, C. B. (2016). Strukturalisme og poststrukturalisme. I

Jacobsen, M. H., Lippert-Rasmussen K. & Nedergaard, P. (Red.), *Videnskabsteori - i statskundskab, sociologi og forvaltning* (3. udgave, s. 287-323). Hans Reitzels Forlag.

Fallentin, M. G., Kildegaard, K. & Domino, S. (2022, 20. oktober). *Han bliver kaldt*

»Kongen af TikTok« og har fat i de unge vælgere – nu stormer Alex Vanopslagh frem i ny Gallup. <https://www.berlingske.dk/politik/han-bliver-kaldt-kongen-af-tiktok-og-har-fat-i-de-unge-vaelgere-nu-stormer>

Farkas, X. & Bene, M. (2021). Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *The International Journal of Press/politics*, 26(1), 119–142.
<https://doi.org/10.1177/1940161220959553>

Flyvbjerg, B. (1991). *Rationalitet og magt: Et case-baseret studie af planlægning, politik og modernitet* (s. 137-158). Akademisk Forlag.

Fog, E. (u.å.). *TikTok*. <https://redbarnet.dk/foraelldre/leksikon/hvad-er-tiktok/>

Folketinget. (2023, 28. februar). *Folketinget fraråder brug af TikTok på udleverede mobile enheder*. <https://www.ft.dk/da/aktuelt/nyheder/2023/02/tiktok>

Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Duke University Press*, 25-26(1990), 56–80.
<https://doi.org/10.2307/466240>

- Fraser, N. (2007). Transnationalizing the Public Sphere: On the legitimacy and efficacy of public opinion in a post-westphalian world. *Theory, Culture & Society*, 24(4), 7-30. <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/0263276407080>
- Galipeau, T. (2022). The Impact of Political Memes: a Longitudinal Field Experiment. *Journal of Information Technology & Politics* (ahead of print), 1-17. <https://doi.org/10.1080/19331681.2022.2150737>
- Gamir-Ríos, J. & Sánchez-Castillo, S. (2022). The political irruption of short video: Is TikTok a new window for Spanish parties? *Communication & Society*, 35(2), 37-52. <https://doi.org/10.15581/003.35.2.37-52>
- Genstart (2022, 31. oktober). *PoliTikTok*. <https://www.dr.dk/lyd/special-radio/genstart/genstart-2022-01-01-00-00-100>
- Gerodimos, R. (2019). The Interdisciplinary Roots and Digital Branches of Visual Political Communication Research. I Veneti, A., Jackson, D. & Lilleker, D. G. (Red.), *Visual Political Communication* (s. 53-74). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-18729-3>
- Gripsrud, J. (2021). Offentlighed: Idealer og realiteter. I Eskjær, M. F. & Mortensen, M. (Red.), *Klassisk og moderne medieteorier* (s. 181-201). Hans Reitzels Forlag.
- Habermas, J. Lennox, S., & Lennox, F. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964). *New German Critique*, 1(3), 49-55 (Original work published in 1964). <https://doi.org/10.2307/487737>
- Habermas, J. (2009). *Borgerlig offentlighed* (Vansgaard, H., Trans.). Informations Forlag (s. 7-61) (Original work published in 1962).
- Halkier, B. (2016). *Fokusgrupper* (3. udgave, s. 1-115). Samfundslitteratur.
- Hastrup, K. (2007). Strukturalisme. I Andersen, R. & Kaspersen, L. B. (Red.).

Klassisk og moderne samfundsteori. Hans Reitzels Forlag.

Horsbøl, A. (2018). Diskursstudier og medier. I Eskjær & Mortensen (Red.), *Klassisk og moderne medieteori* (s. 299-324). Hans Reitzels Forlag.

Horup, J. (2022, 14. oktober). *Jeg fik alle mine politiske nyheder på TikTok i en uge - her er, hvad jeg lærte*. <https://soundvenue.com/internettet/2022/10/jeg-fik-alle-mine-politiske-nyheder-paa-tiktok-i-en-uge-her-er-hvad-jeg-laerte-494736>

Instagram (2020, 5. august). *Introducing Instagram Reels*.
<https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>

Jensen, M. S. (2021, 4. april). *Mette Frederiksens Instagram: Det er som Ude og Hjemme på Speed*.
<https://www.altinget.dk/artikel/mette-frederiksens-instagram-det-er-som-ude-og-hjemme-paa-speed>

Jensen, C. & Hansen, A. D. (2002). *Det radikale demokrati - diskursteoriens politiske perspektiv* (s. 9-34). Roskilde Universitetsforlag.

Jensen, J. & Schwartz, S. A. (2020). The 2019 Danish General Election Campaign: The “Normalisation” of Social Media Channels?. *Scandinavian Political Studies*, 43(2), 96–104. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12165>

Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Kelley School of Business*, 53(1), 59-68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Karlsen, R. & Enjolras, B. (2016). Styles of Social Media Campaigning and Influence in a Hybrid Political Communication System: Linking Candidate Survey Data with Twitter Data. *The International Journal of Press/politics*, 21(3), 338–357. <https://doi.org/10.1177/1940161216645335>

- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2021). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (3. udgave, s. 19-44). Routledge.
- Kristensen, N. N. & Mortensen, M. (2021). 'Don't panic people! Trump will tweet the virus away': memes contesting and confirming populist political leaders during the COVID-19 crisis. *Information, Communication & Society*, 24(16), 2442-2458. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1972127>
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Interview: Det kvalitative forskningsinterview som håndværk* (3. udgave, s. 19-45, 177-219 & 235-243). Hans Reitzel.
- Kruse, L. M., Norris, D. R. & Flinchum, J. R. (2018). Social Media as a Public Sphere? Politics on Social Media. *The Sociological Quarterly*, 59(1), 62-84. <https://doi.org/10.1080/00380253.2017.1383143>
- Laclau (1996). Deconstruction, Pragmatism and Hegemoni. I Mouffe, C., Critchley, S. Derrida, J. Laclau, E. & Rorty, R. (Red.), *Deconstruction and Pragmatism* (s. 47-68. Routledge.
- Laclau, E. (2007). On Populist Reason (s. 67-128). Verso.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy*. Verso.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (2002). Hinsides det sociales positivitet: antagonismer og hegemoni. I Jensen, C. & Hansen, A. D. (Red.), *Det radikale demokrati - diskursteoriens politiske perspektiv*. Roskilde Universitetsforlag.
- Langergaard, L. L. & Sørensen, A. (2016). Kritisk teori. I Jacobsen, M. H., Lippert-Rasmussen K. & Nedergaard, P. (Red.), *Videnskabsteori - i statskundskab og forvaltning* (3. udgave, s. 251-286). Hans Reitzels Forlag.
- Larsen, G. (2021). Semiotik, strukturalisme og poststrukturalisme. I Eskjær &

Mortensen (Red.), *Klassisk og moderne medieteorier* (s. 249-274). Hans Reitzels Forlag.

LeCompte, M. D. & Goetz, J. P. (1982). Problems of Reliability and Validity in Ethnographic Research. *Review of educational research*, 52(1), 31-60 <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.3102/00346543052001031>

Lilleker, D. G., Koc-Michalska, K., Negrine, R., Gibson, R., Vedel, T., & Strudel, S. (2017). Social media campaigning in Europe: Mapping the terrain. *Journal of Information Technology & Politics*, 14(4), 293–298. <https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1397239>

Lilleker, D. G., Veneti, A. & Jacksen (2019). Introduction: Visual Political Communication. I Veneti, A., Jackson, D. & Daren, G. (Red.), *Visual Political Communication*. Palgrave Macmillan.

Lindholm, J., Carlson, T., & Högväg, J. (2021). See Me, Like Me! Exploring Viewers' Visual Attention to and Trait Perceptions of Party Leaders on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 167–187. <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/1940161220937239>

Literat, I. & Kligler-Vilenchik, N. (2019). Youth collective political expression on social media: The role of affordances and memetic dimensions for voicing political views. *New Media & Society*, 21(9), 1988–2009. <https://doi.org/10.1177/1461444819837571>

Loader, B., Vromen, A. & Xenos, M. (2016). Performing for the young networked citizen? Celebrity politics, social networking and the political engagement of young people. *Media, Culture & Society*, 38(3), 400-419. <https://doi.org/10.1177/0163443715608261>

Lorensen, M. J. (2022, 14. oktober). *Alex Vanopslagh kaldes 'daddy' på Tiktok og tiltrækker unge vælgere*.

<https://nyheder.tv2.dk/politik/2022-10-14-alex-vanopslagh-kaldes-daddy-paa-tiktok-og-tiltraekker-unge-vaelgere>

- Lu, X., Lu, Z. & Liu, C. (2020). Exploring TikTok Use and Non-use Practices and Experiences in China. I Meiselwitz, G. (Red.), *Social Computing and Social Media. Participation, User Experience, Consumer Experience, and Applications of Social Computing* (s. 57-70). Springer International Publishing AG. https://doi.org/10.1007/978-3-030-49576-3_5
- Lyall, T. W. (2021, 11. juni). *Forstå ny aftale: Sådan skal gymnasieeleverne fordeles*. Altinget. <https://www.alinget.dk/artikel/forstaa-ny-aftale-saadan-skal-gymnasieeleverne-fordeles>
- Marchal, R. Neudert, L.-M., Kollanyi, B., & Howard, P. N. (2021). Investigating visual content shared over twitter during the 2019 eu parliamentary election campaign. *Media and Communication*, 9(1), 158–170. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3421>
- Metz, M., Kruikemeier, S. & Lecheler, S. (2020). Personalization of politics on Facebook: examining the content and effects of professional, emotional and private self-personalization. *Information, Communication & Society*, 23(10), 1481–1498. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1581244>
- McKay, S. & Tenove, C. (2021). Disinformation as a Threat to Deliberative Democracy. *Political Research Quarterly*, 74(3), 703-717. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>
- Mouffe, C. (1996). Deconstruction, Pragmatism and the Politics of democracy. I Mouffe, C., Critchley, S. Derrida, J. Laclau, E. & Rorty, R. (Red.), *Deconstruction and Pragmatism* (s. 1-13). Routledge.
- Negreira-Rey, M. C., Vázquez-Herrero, J. & López-García, X. (2021). Blurring

Boundaries Between Journalists and TikTokers: Journalistic Role Performance on TikTok. *Media & Communication*, 10(1), 146-156.
<https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4699>

Nielsen, K. (2005). *Institutionelle teorier og analysetilgange* (2. udgave, s. 11-44). Roskilde Universitetsforlag.

Novicell (2022, 20. januar). *TikTok annoncering for begyndere – klar, parat, start!*.
novicell.com/dk/viden/tiktok-annoncering-for-begyndere-klar-parat-start/

Nyeland, A. J. (2022, 11. oktober). *#Politiktok: Ungdomspolitikere rykker valgdebatten fra forsamlingshus til TikTok*.
<https://www.dr.dk/nyheder/politik/folketingsvalg/politiktok-ungdomspolitikere-rykker-valgdebatten-fra-forsamlingshus>

Obitsø, O. (2022a, 19. oktober). Politikerne har allerede nu brugt mere på Facebook-annoncer end ved sidste val.
<https://markedsforing.dk/artikler/nyheder/politikerne-har-allerede-nu-brugt-mere-paa-facebook-annoncer-end-ved-sidste-valg/>

Obitsø, O. (2022b, 20. oktober). *Specialister skoser politikernes indsats på TikTok: Dårligt og misforstået*.
<https://markedsforing.dk/artikler/nyheder/specialister-skoser-politikernes-indsats-paa-tiktok-daarligt-og-misforstaaet/>

Obitsø, O. (2022c, 20. oktober). *Her er partiernes tal på TikTok: Få klarer sig godt*.
<https://markedsforing.dk/artikler/nyheder/her-er-partiernes-tal-paa-tiktok-faa-klar-sig-godt/>

Obitsø, O. (2022d, 21. oktober). *Eksperimenter, fejl og selvironi: Sådan blev Alex Vanopslagh TikTok-stjerne*.
<https://markedsforing.dk/artikler/nyheder/eksperimenter-fejl-og-selvironi-saadan-blev-alex-vanopslagh-tiktok-stjerne/>

- Papacharissi, Z. (2014). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics* (s. 115-136). Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001>
- Ross, K. & Bürger, T. (2014). Face to face(book): Social media, political campaigning and the unbearable lightness of being there. *Political Science*, 66(1), 46–62.
<https://doi.org/10.1177/0032318714534106>
- Schellewald, A. (2021). Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography. *International Journal of Communication*, 15(2021), 1437-1457.
- Schjørring, E. (2022, 17. oktober). *Sjove videoklip på TikTok er Vanopslaghs udgave af en baby på armen*. <https://www.altinget.dk/artikel/sjove-videoklip-paa-tiktok-er-vanopslaghs-udgave-af-en-baby-paa-armen>
- Sobieraj, S., Masullo, G. M., Cohen, P. N., Gillespie, T. & Jackson, S. J. (2020). Politicians, Social Media, and Digital Publics: Old Rights, New Terrain. *American Behavioral Scientist*, 64(11), 1646-1669.
<https://doi.org/10.1177/0002764220945357>
- Sonnevend, J. & Steiert, O. (2022). The power of predictability: How Angela Merkel constructed her authenticity on Instagram. *New media & Society*. 1-23.
<https://doi.org/10.1177/14614448221138472>
- Stier, S., Bleier, A., Lietz, H. & Strohmaier, M. (2018). Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Mediation of Political Communication on Facebook and Twitter. *Political Communication*, 35(1), 50-74. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728>
- Svidronova, M. M., Kascakova, A., & Bambusekova, G. (2019). Social media in the presidential election campaign: Slovakia 2019. *Administratie Si Management Public*, (33), 181-195. <https://doi.org/10.24818/amp/2019.33-11>

- Sørensen, M. P. (2016). Political conversations on Facebook – the participation of politicians and citizens. *Media, Culture & Society*, 38(5), 664-685.
<https://doi.org/10.1177/0163443715620924>
- TikTok (u.å.). Liberal Alliance. <https://www.tiktok.com/@liberalalliance>
- Thuesen, F. (2010). Borgerlig Offentlighed - næsten 50 år og mange trilliarder bits efter. *Dansk sociologi*, 21(2), 103-109.
<https://doi.org/10.22439/dansoc.v21i2.3283>
- van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity* (s. 3-23). Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.003.0001>
- van Dijck, J. (2018a). Introduktion. I van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (Red.). *The Platform Society* (s. 1-6). Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.003.0001>
- van Dijck, J. (2018b). News. I van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (Red.). *The Platform Society* (s. 49-72). Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.003.0004>
- van Dijck, J. (2018c). Platform Mechanisms. I van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (Red.). *The Platform Society* (s. 31-48). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.003.0003>
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- Warner, M. (2002). Publics and Counterpublics. *Public Culture*, 14(1), 49–90.
<https://doi.org/10.1215/08992363-14-1-49>

10. Bilagsoversigt

Bilag 1) Søgelog

Bilag 2) Interviewguide til fokusgruppeinterviews

Bilag 3) Empirioversigt over LA's indhold på TikTok

Bilag 4) Transskribering af LA's videoer

Bilag 5) Transskribering af fokusgruppeinterview 1

Bilag 6) Transskribering af fokusgruppeinterview 2

Bilag 7) Kodeliste til kodning af LA's videoer

Bilag 8) Kodeliste til kodning af fokusgruppeinterviews

Bilag 9) Kodningsskema til LA's videoer

Bilag 10) Kodningsskema til fokusgruppeinterviews