

Nationalistiska symboler i finländsk valreklam –  
En undersökning av fyra partiers budskapsaffischer i riksdagsvalen  
1919–2019 i Finland.

Egil Mattsson 27736

Pro gradu-avhandling i statsvetenskap

Handledare: Henrik Serup Christensen

Fakulteten för samhällsvetenskaper

och ekonomi

Åbo Akademi 2020

Ämne: Statskunskap

Författare: Egil Mattsson

Arbetets titel: Nationalistiska symboler i finländsk valreklam –  
En undersökning av fyra partiers budskapsaffischer i riksdagsvalen 1919–2019 i Finland.

Handledare: Henrik Serup Christensen

Handledare:

**Abstrakt:**

Pro gradu-avhandlingen är en longitudinell granskning av graden av nationalism i den finländska valreklamen mellan åren 1919 och 2019. Studien görs genom att granska material/valaffischer från fyra partier under hela den avgränsade tidsperioden. Dessa partier är Samlingspartiet, Centern, Socialdemokraterna och Svenska folkpartiet. Avhandlingen granskar partiernas allmänna budskapsvalaffischer inför riksdagsvalen. Analysen granskar förekomsten av nationalistiska symboler på valaffischerna, partierna emellan och förändring över tid.

Ett delsyfte med studien var att sammanställa en första heltäckande affischsammanställning av Finlands politiska partiers budskapsaffischer från riksdagsvalen. Materialinsamlingen resulterade i bilagan ”Hundra år av valaffischer – Finlands politiska partiers budskapsaffischer i riksdagsvalen 1919–2019”. Materialsammanställningen utgör grundforskning och är ett konkret forskningsbidrag.

Det teoretiska ramverket som ligger till grund för avhandlingen är Roland Ingleharts moderniseringsteori och Pippa Norris ”Evolution av valkampanjer” som även den utgår från moderniseringsteorin. Moderniseringsteorin påvisar att moderniseringen åtföljs av sekularisering i de västerländska samhällena och därmed kan förklara symbolernas sjunkande betydelsegrad över tid. Norris påvisar skillnader i kampanjbudskapet mellan partierna och hur budskapet har ändrat över tid.

Avhandlingens beroende variabel är graden av nationalism på valaffischerna. Den beroende variabeln jämförs i analysen med de oberoende variablerna parti och tidsperiod. Partierna granskas utifrån sin placering på den politiska skalan från höger till vänster. Förändringen över tid granskas utifrån tre tidsperioder som är 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019.

Graden av nationalism på affischerna operationaliseras genom en kvantitativ innehållsanalys av analysenheterna. Innehållsanalysen granskar förekomsten av fyra nationalistiska symboler som är Finlands flagga, vapen, mö och karta, på analysenheterna.

Analysens resultat är att högerpartierna Samlingspartiet och Svenska folkpartiet i högre grad har använt sig av nationalistiska symboler på sina valaffischer. Den högsta användningsgraden är under den första tidsperioden 1919–1945 och under första hälften av den andra tidsperioden 1946–1989. Under den andra hälften av tidsperioden 1946–1989 och hela den tredje tidsperioden 1990–2019 förekommer nationalistiska symboler i låg utsträckning och sporadiskt utan större koppling till höger- eller vänsterparti.

Det mest signifikanta i analysen är hur lite de nationalistiska symbolerna användes, sett till hela materialet, under hela tidsperioden 1919–2019.

Materialet till avhandlingen, affischsammanställningen, kan ge möjligheter till andra jämförande studier. Det ger även en överskådlig inblick i olika tidsepoker och kan stå som kompletterande material till fortsatta studier i samhällsforskning, politisk kommunikation och politisk historia.

Nyckelord: Riksdagsval, politisk reklam, kvantitativ innehållsanalys, Finland, valkampanj, valaffisch, valaffischer, budskapsaffischer, Samlingspartiet, Centern, Socialdemokraterna, Svenska folkpartiet, nationalism, symbol, nationalistiska symboler, Finlands flagga, Finlands vapen, Finlands mö, Finlands karta, 1919–2019.

Datum: 24.1.2020

Sidoantal: 74

# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b><u>INLEDNING</u></b> .....	<b>1</b>
1.1	SYFTE OCH FORSKNINGSFRÅGA .....	2
1.2	UPPSATSENS UPPLÄGG .....	3
<b>2</b>	<b><u>TEORI</u></b> .....	<b>5</b>
2.1	TIDIGARE FORSKNING.....	5
2.2	BEROENDE OCH OBEROENDE VARIABEL .....	7
2.3	TEORETISKA RAMVERKET .....	8
2.4	DEN POLITISKA REKLAMEN I FINLAND .....	13
2.5	NATIONALISM .....	14
2.5.1	NATIONALISMEN ENLIGT MODERNISMEN .....	14
2.6	NATIONALISTISKA SYMBOLER.....	16
2.7	UTMANING GÄLLANDE MATERIALET NATIONALISTISKA SYMBOLER.....	17
<b>3</b>	<b><u>FORSKNINGSDESIGN</u></b> .....	<b>18</b>
3.1	KVANTITATIV INNEHÅLLSANALYS.....	18
3.1.1	FÖR OCH NACKDELARNA MED KVANTITATIV INNEHÅLLSANALYS OCH MÖJLIGA FELKÄLLOR	20
3.2	INNEHÅLLSANALYSENS I FYRA STEG.....	20
3.2.1	1. VAL AV BILD.....	20
3.2.2	2. UTFORMANDET AV KATEGORIER FÖR KODNINGEN .....	22
3.2.3	3. KODNING AV BILDEN.....	23
3.2.4	4. ANALYS AV MATERIALET .....	24
3.3	VALIDITET OCH RELIABILITET I INNEHÅLLSANALYS .....	24
3.4	UTMANINGAR MED MATERIALET .....	25
3.5	UTMANINGAR MED SLUTSATSER AV ANALYSEN .....	25
3.6	OPERATIONALISERING AV BEROENDE VARIABELN .....	26
3.6.1	TECKEN OCH SEMIOTIK .....	26
3.6.2	VARFÖR BILDER? .....	26
3.6.3	MÖTTAGAREN AV BUDSKAPET.....	27
3.6.4	FINLANDS NATIONALISTISKA SYMBOLER .....	28
3.6.5	FLAGGAN.....	30
3.6.6	FINLANDS VAPEN .....	31
3.6.7	FINLANDS MÖ .....	32
3.6.8	KARTAN .....	35
3.7	VAL AV ANALYSENHETER, AVGRÄNSNINGAR.....	36
3.7.1	AVGRÄNSNING AV PARTIERNAS VALMATERIAL .....	37
3.7.2	UNDANTAG.....	38
3.7.3	SPRÅKLIG AVGRÄNSNING .....	39
3.7.4	PARTIERNA .....	39
3.7.5	TIDSINDELNING.....	40
3.8	KODVERKTYG.....	40
3.8.1	KODVÄRDEN OCH EXEMPEL PÅ AVVÄGNINGAR.....	40
3.8.2	FÖRTYDLIGANDEN OCH DISKUSSION KRING OKLARA FALL .....	43
3.8.3	KONKLUSION KRING LINJEDRAGNINGARNA .....	47

<b>3.9</b>	<b>MATERIALINSAMLINGEN .....</b>	<b>47</b>
3.9.1	NATIONALBIBLIOTEKET .....	48
3.9.2	ABETARARKIVET, SDP.....	48
3.9.3	BORGERLIGA ARBETETS ARKIV, SAMLINGSPARTIET .....	49
3.9.4	CENTERNS OCH LANDSBYGDENS ARKIV, CENTERN OCH AGRARFÖRBUNDET .....	49
3.9.5	SVENSKA CENTRALARKIVET, SFP .....	49
3.9.6	RIKSDAGENS BIBLIOTEK .....	49
3.9.7	ÅBO UNIVERSITETS BIBLIOTEK (TURUN YLIOPISTON KIRJASTON SANOMALEHTI- JA PIENPAINATEPALVELUT) .....	50
3.9.8	MATERIAL FRÅN PARTIKANSLIerna .....	50
<b>3.10</b>	<b>ÖVRIGT.....</b>	<b>50</b>
3.10.1	LAHTIS AFFISCHMUSEUM.....	50
3.10.2	PÄIVÄLEHTIARKIVET (PÄIVÄLEHDEN ARKISTO).....	51
3.10.3	AFFISCHÅRTAL.....	51
3.10.4	ARKIVBESÖK.....	52
<b>4</b>	<b><u>ANALYS.....</u></b>	<b>53</b>
<b>4.1</b>	<b>KODNINGEN .....</b>	<b>53</b>
<b>4.2</b>	<b>AFFISCHERNA .....</b>	<b>53</b>
<b>4.3</b>	<b>SYMBOLERNAS FÖREKOMST PÅ VALAFFISCHERNA .....</b>	<b>55</b>
4.3.1	FINLANDS FLAGGAN.....	56
4.3.2	FINLANDS VAPEN / LEJONET.....	58
4.3.3	FINLANDS MÖ .....	59
4.3.4	FINLANDS KARTAN .....	60
<b>4.4</b>	<b>GRADEN AV NATIONALISM PÅ VALAFFISCHERNA.....</b>	<b>62</b>
<b>5</b>	<b><u>SAMMANFATTNING OCH KONKLUSIONER .....</u></b>	<b>66</b>
<b>5.1</b>	<b>MATERIALET .....</b>	<b>70</b>
<b>6</b>	<b><u>REFERENSER .....</u></b>	<b>71</b>
<b>6.1</b>	<b>LITTERATURLISTA .....</b>	<b>71</b>
<b>6.2</b>	<b>INTERNET REFERENSER .....</b>	<b>73</b>

Alla bilder i avhandlingen tillhör arkiven, biblioteken, partiarkiven eller partikanslierna varifrån de härstammar. De är upphovsrättsligt skyddade och få därmed inte kopieras, dupliceras eller i annan form spridas.

## Tabeller

TABELL 2.1. TYPOLOGI AV DEN POLITISKA KAMPANJKOMMUNIKATIONENS UTVECKLING.....	11
TABELL 3.1. ANALYSSHEMA.....	24
TABELL 3.2. BESÖK PÅ ARKIVEN, PARTIARKIVEN BIBLIOTEKEN OCH PARTIKANSLIERNA. ....	52
TABELL 4.1. DEN PROCENTUELLA FÖREKOMSTEN AV SYMBOLERNA, FLAGGAN, VAPNET, MÖN OCH KARTAN PÅ PARTIERNAS (C, SAML, SDP OCH SFP) VALAFFISCHER UNDER TIDSPERIODERNA 1919–1945, 1946–1989 OCH 1990–2019. ....	62

## Figurer

FIGUR 4.1. FLAGGAN, AVSAKNAD ELLER FÖREKOMST PÅ PARTIERNAS (C, SAML, SDP OCH SFP) VALAFFISCHER UNDER TIDSPERIODERNA 1919–1945, 1946–1989 OCH 1990–2019. ....	56
FIGUR 4.2. VAPNET / LEJONET, AVSAKNAD ELLER FÖREKOMST PÅ PARTIERNAS (C, SAML, SDP OCH SFP) VALAFFISCHER UNDER TIDSPERIODERNA 1919–1945, 1946–1989 OCH 1990–2019. ....	58
FIGUR 4.3. FINLANDS MÖ, AVSAKNAD ELLER FÖREKOMST PÅ PARTIERNAS (C, SAML, SDP OCH SFP) VALAFFISCHER UNDER TIDSPERIODERNA 1919–1945, 1946–1989 OCH 1990–2019. ....	59
FIGUR 4.4. KARTAN, AVSAKNAD ELLER FÖREKOMST PÅ PARTIERNAS (C, SAML, SDP, SFP) VALAFFISCHER UNDER TIDSPERIODERNA 1919–1945, 1946–1989 OCH 1990–2019. ....	60
FIGUR 4.5. ALLA SYMBOLERNA FLAGGAN, VAPNET, MÖN OCH KARTANS SAMMANLAGDA PROCENTUELLA FÖREKOMST PÅ PARTIERNAS (C, SAML, SDP, SFP) VALAFFISCHER UNDER TIDSPERIODERNA 1919–1945, 1946–1989 OCH 1990–2019. ....	63

## Diagram

DIAGRAM 4.1. PARTIERNAS (C, SAML, SDP OCH SFP) SAMMANLAGDA ANTAL OLIKA BUDSKAPSAFFISCHER I VALEN 1919–2019, FÖRE OCH EFTER AVLÄGSNANDE AV SPRÅKDUBBLETTER. ....	54
DIAGRAM 4.2. PARTIERNAS (C, SAML, SDP OCH SFP) ANTAL OLIKA AFFISCHER PER VAL, 1919–2019.....	55
DIAGRAM 4.3 FÖREKOMSTEN AV SYMBOLERNA FLAGGAN, VAPNET, MÖN OCH KARTANS PÅ ALLA FYRA PARTIERS (C, SAML, SDP, SFP) SAMMANLAGDA ANTAL AFFISCHER 1919–2019. ....	65

## Bilder / valaffischer

RKP_Ekv_1930_1 RKP_Ekv_1945_3.....	38
KESK_EKV_1970_1 KESK_EKV_1970_2 .....	39
SDP_Ekv_1927_4 RKP_Ekv_1962_1 .....	41
KOK_Ekv_1930_2 KOK_Ekv_1954_6 .....	42
RKP_Ekv_1927_1 ML_Ekv_1962_2.....	42
KESK_EKV_1995_1.....	43
RKP_Ekv_1945_1 SDP_Ekv_1958_1 .....	44
SDP_Ekv_1991_1.....	45
SDP_Ekv_1979_1 SDP_Ekv_1979_4 .....	45
KOK_Ekv_1933_1 KOK_Ekv_1933_2.....	46
ML_Ekv_1958_3.....	47
ML_Ekv_1922_1 SFP_1907_1 SDP_Ekv_1919_1 .....	51

## **Förkortningar och partinamn**

<b>AF</b>	<b>Agrarförbundet</b>
<b>C</b>	<b>Centern i Finland</b>
<b>DFFF</b>	<b>Demokratiska förbundet för Finlands folk</b>
<b>Gröna</b>	<b>Gröna förbundet</b>
<b>Lib</b>	<b>Liberalerna (Innefattar Nationella Framstegspartiet, Finska Folkpartiet och Liberala folkpartiet)</b>
<b>Sannf</b>	<b>Sannfinländarna</b>
<b>Saml</b>	<b>Samlingspartiet</b>
<b>SDP</b>	<b>Finlands Socialdemokratiska Parti</b>
<b>SFP</b>	<b>Svenska folkpartiet i Finland</b>
<b>VF</b>	<b>Vänsterförbundet</b>

# 1 Inledning

Idén till pro gradu-avhandlingen kommer från riksdagsvalet och valkampanjen våren 2011. Valresultatet kallades i media och bland statsvetare för en milstolpe i finländsk politik i efterkrigstid mycket p.g.a. Sannfinländarnas valframgång. Ett intressant fenomen var hur en del partier använde sig av nationalistiska symboler i sitt valmaterial under valkampanjen, däribland det finska lejonet. De Gröna kom starkt ut med ett grafiskt budskap som använde sig av det finska lejonet från Finlands vapen. Samlingspartiet använde sig av lejonet på kandidatvalsaffischer under 2000-talet. Likaså har Sannfinländarna använt sig av lejonet i sina valkampanjer. Denna mycket tydliga användning av nationalistiska symboler väcker frågor kring varför och framförallt när ett parti väljer att använda dessa symboler. I valet 2011 väcks frågan om det var det den allt hetare debatten om invandring och det i viss mån hätska tongångarna mot minoriteter som drev fram detta? Eller hade det att göra med det för stunden rådande ekonomiska läget? Eller är det enbart allmän förekommande grafik i valkampanjer?

Varför använder partier överhuvudtaget nationalistiska symboler då Finland som en del av EU och i och med globaliseringen är så mycket mer än den homogena nationstanken? Man kan fråga sig om det fortfarande har ett mervärde att använda nationalistiska symboler i valreklam och varför?

Frågorna är många och därför kommer denna avhandling att fokusera på att ge en överblick av symbolernas användning på riksdagsvalsvalaffischer för att kunna dra slutsatser utgående från dem.

Det finns från tidigare två omfattande studier av finländsk valreklam. En är Päivi Hovi-Wasastjernas ”Politiikan kasvot – Poliittisen mainonnan kehityksestä Suomessa sadan vuoden ajalta ja vaalimainonnan tarkastelu vuosina 1907–1999.” från år 1999. Detta är en omfattande studie av det visuella budskapet i den finländska valreklamen. Den andra studien är Tom Carlsons ”Partier och kandidater på väljarmarknaden: Studie i finländsk politisk reklam.” som i sin första delstudie granskar valaffischer. Gemensamt för dessa och andra studier på området är att de är kvalitativt deskriptiva studier. Jag vill med min avhandling närma mig materialet från en annan synvinkel och applicera en kvantitativ innehållsanalys på valaffischer. Ett tillvägagångssätt jag inte funnit att någon annan skulle ha gjort tidigare.



Användningen av nationalistiska symboler i finländsk valreklam har inte undersökts tidigare och därmed finns en lucka i forskningen. Att studera förekomsten av nationalistiska symboler ger även en konkret avgränsning för analysen. Utgående från de ovannämnda studierna av finländsk valreklam framkommer att olika symboler använts i viss utsträckning av olika partier och att bland annat flaggan är en välanvänd nationalistisk ”kliché” som använts av högerpartier. Jag vill utgående från ett helhetsperspektiv av materialet konkret granska förekomstfrekvensen av dessa symboler.

Ingleharts moderniseringsteori utgör en del av det teoretiska ramverket för denna avhandling. Hittills finns ingen forskning om hur den påverkar utformningen av material till valkampanjer. Detta trots att kampanjerna är den synligaste delen av partiernas verksamhet för den vanliga medborgaren.

## ***1.1 Syfte och forskningsfråga***

Avhandlingens syfte är att granska användningen av nationalistiska symboler i finländsk valreklam. Vilka partier är det konkret som använder nationalistiska symboler och hur frekvent används de om de används. Hur ser förhållandet ut i användningen av nationalistiska symboler kopplad till moderniseringsteorin och den historiska förändringen i valkommunikationen. Används dessa symboler mycket eller lite. Finns det skillnader över tid i användningen av nationalistiska symboler. Konkret kommer jag att granska valaffischer från riksdagsvalen 1919–2019. Det material jag använder är partiernas allmänna budskapsaffischer.

Grovarbetet, grundforskningen, och mitt akademiska bidrag är att söka reda på och organisera samt sammanställa analysenheterna som är partiernas allmänna officiella budskapsvalaffischer under de avgränsade hundra åren. Det jag därefter kommer att undersöka är graden av nationalism som förekommer på affischerna genom att granska förekomsten av nationalistiska symboler på dem. Detta gör jag med en kvantitativ innehållsanalys av affischerna. Därefter jämför jag graden av nationalism på affischerna med de utvalda partierna Centerpartiet, Samlingspartiet, Socialdemokraterna och Svenska folkpartiet. Vidare jämför jag förekomsten av nationalistiska symboler med tre tidsperioder som är 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019 för att kunna se förändring över tid. Mina förväntningar är att analysen visar att symbolförekomsten är högre på högerpartierna (Samlingspartiet och Svenska folkpartiet)

affischer än på vänsterpartiaffischer (Socialdemokraterna). I förändringen över tid förräntar jag mig se en avtagande trend i användningen av nationalistiska symboler. Där användningen är högst under den första tidsperioden men avtar därefter. Förväntningarna stöds på de tidigare studierna av Hovi-Wasastjernas (1999) och Carlsons (2000). Men jag vill med ett mer heltäckande material få en bättre helhetsyn och konkreta kvantitativa data.

Mitt mål med denna studie är att sammanställa ett koherent material av valaffischer eftersom en liknande sammanställning inte tidigare gjorts. Därefter gör jag en kvantitativ innehållsanalys av materialet och kan därefter dra slutsatser utgående från den kvantitativa datan och kan diskutera dessa i förhållande till teorin.

## ***1.2 Uppsatsens upplägg***

I teorikapitlet behandlar jag det teoretiska ramverket för avhandlingen. Det baserar sig på Ingleharts moderniseringsteori. Teorin säger att socioekonomiska förändringar följer relativt förutsägbara mönster som kan förklara variationer över tid. Partiernas marknadsföring och förändringen i den tar avspark i Norris (2004) artikel ”The evolution of election campaigns: Eroding political engagement”. Som också utgår från moderniseringsteorin men förklarar skillnaderna i marknadsföringen partierna emellan. I kapitlet behandlas också nationalism utgående från Ernst Gellners teorier och en beskrivning av nationalistiska symboler.

I forskningsdesign kapitlet kommer jag att redogöra för metoden och tillvägagångssättet som jag valt för avhandlingen. Metoden jag kommer att använda är kvantitativ innehållsanalys. Den är vald eftersom mitt antagande är att det insamlade materialet är så stort att jag kan göra en kvantitativ analys av materialet. Alternativet var att göra en kvalitativ studie av ett mindre sampel. I kapitlet redogörs också för materialet och hur det kommer att avgränsas. Även utmaningar med själva materialet och metoden presenteras. Vidare presenteras operationaliseringen av den beroende variabeln. Därtill beskrivs kodverktyget som kommer att appliceras på analysenheterna. Den sista stora delen av kapitlet ägnas åt materialinsamlingen. Orsaken är att denna del av avhandlingen, som helhet, är den största och mest tidskrävande delen. Materialinsamlingen är mitt konkreta forskningsbidrag. En liknande insamling har inte gjorts tidigare och därav är sammanställningen nytt forskningsmaterial. Arkiven, biblioteken och partikanslierna varifrån materialet är insamlat presenteras här.

I analyskapitlet analyseras materialet. Först presenteras kodningen av affischerna, det praktiska genomförandet av innehållsanalysen. Därefter presenteras och analyseras erhållna data från innehållsanalysen. Först jämförs siffrorna utgående från parti och därefter görs en jämförelse mellan de tre tidsperioderna.

Avslutningsvis görs en sammanfattning utgående från analysen. I den avslutande diskussionen diskuteras hur analysresultatet sammanfaller eller strider mot teorin och tidigare forskning. Diskussionen behandlar också valen av analysenheter och valen av symboler. Till sist diskuteras också fortsatta möjligheter som det sammanställda materialet ger för vidare forskning.

## 2 Teori

I detta kapitel presenteras tidigare forskning på området, förklaras variablerna i avhandlingen, det teoretiska ramverket, den politiska reklamen, nationalism och de nationalistiska symbolerna.

### 2.1 Tidigare forskning

I detta stycke presenteras tidigare forskning på området och var denna studie kommer in i helheten.

Päivi Hovi-Wasastjerna (1999) gör i boken ”Politiikan kasvot” en omfattande studie av den finländska valreklamens utveckling mellan åren 1907–1999. Hon tar fasta på det visuella budskapet och dess utformning och användning. Studien är heltäckande och ser på alla olika slags val- och reklamformer. Studien behandlar valreklamens särdrag och den politiska reklamens utveckling i Finland. Valaffischer och deras visuella budskap utgör en stor del av studien. Intressant med tanke på min egen studie är att Hovi-Wasastjerna konstaterar att flaggan som visuell symbol är en av de mest använda symbolerna i valreklamen. Hon kallar symboler som flaggan visuella klichéer. (Hovi-Wasastjerna, 1999, s. 128) Hovi-Wasastjerna omfattar alla typers flaggor blåvita korsflaggan, röda flaggor, partiflaggor och den rödgula lejonflaggan när hon analyserar den allmänna förekomsten av flaggan som symbol. Här konstateras också att visuella klichéer har återkommit i årtionden utan stora förändringar. Det är högerpartierna som har använt sig av de fosterländska klichéerna Finlands flagga, vapen, riksdagshuset, lagen och bibeln. Vänstern har använt sig av den internationella vänsterns bildspråk och grovt generaliserat använt mer figurkompositioner i sitt bildspråk. (Hovi-Wasastjerna, 1999, s. 129)

Sedan 70-talet har det tydliga bildspråket som tidigare skilt partierna åt minskat. Också det tydliga färgspråket har mattats ut. Valreklamen är ingen skapare av trender den återspeglar istället vad som ligger i tiden. Eftersom det inte finns en mätare för hur valreklamen inverkar finns inte en entydig korrelation mellan valreklam och valresultat. Valresultaten påverkas av en mångfald faktorer och händelser som råkar ligga i tiden. Hovi-Wasastjerna sammanfattar med att konstatera att samma klichémässiga bildspråk hänger med ännu idag trots att det finns nya former och nya media för att skapa reklam. Betraktat longitudinellt finner man nyanser i

bildspråket som återspeglar samhällsutvecklingen under olika tidsperioder. Det konstateras att både partier och kandidater nästan slavmässigt håller sig fast vid traditionella metoder för valreklam. (Hovi-Wasastjerna, 1999, s. 141)

Tom Carlson (2000) gör även han en omfattande analys av finländsk valreklam i sin doktorsavhandling ”Partier och kandidater på väljarmarknaden”. I avhandlingens första delstudie analyserar han longitudinellt den finländska politiska reklamen. Detta genom att analysera fyra partiers (DFFF, SDP, AF/C och Saml.) budskapsvalaffischer under två tidsperioder 1958–1962 och 1987–1991. Carlsons konklusioner är att det i den första tidsperioden finns dragen till gruppen och klasstillhörigheten, som partiet representerar, ännu kvar. Partierna uttalar också vad som är viktigt för dem. Denna klasstillhörighet samt dess klara budskap har sedan försvunnit under den andra tidsperioden. Budskapen är istället positiva sloganer och mer inriktade på en ”catch-all” mentalitet. Vad som är gemensamt för de båda tidsperioderna är att bildbudskapet varit viktigt. (Carlson, 2000, s. 85–86)

Carlson skriver att en analys av valaffischer kräver en kvalitativt inriktad metod. Han framhåller två argument för detta. Det första är att det finns en samverkan mellan de visuella och verbala elementen som kommunicerar något mer än de kvantifierbara delarna separat. Därtill är antalet kommunikationselement i en affisch i regel så pass få att en kvantitativ analys skulle te sig meningslös enligt honom. Det andra argumentet är att den traditionella kvantitativa innehållsanalysen ser på budskapets manifesta innehåll medan det som finns mellan raderna, det latenta innehållet, förbigås. (Carlson, 2000, s.46) Min analys kommer att utmana detta då jag går in för att göra en kvantitativ analys av valaffischerna. Ett antagande är att en studie av ett heltäckande material ger en bättre helhetsbild än utvalt material enbart från specifika tidsperioder.

I den lilla skriften ”Svenska Valaffischer” från 1979 gör Lars Nittve och Bengt Lindahl en omfattande undersökning av Sveriges valaffischerna mellan åren 1920 och 1976. Författarna konstaterar sammanfattningsvis att budskapet gått från ett så att säga enkelt och tydligt bildspråk i en vänster höger uppdelning, till ett mer kommersiellt budskap för en viss ”produkt”. Produkten är det budskap partiet valt att satsa på just inför det kommande valet. (Nitteve & Lindahl, 1979)

I boken "Politik i det offentliga rummet – Svenska valaffischer 1910–2010" analyserar författarna Sveriges valaffischer mellan åren 1910 och 2010. Analysen, skärskådningen av affischerna som författarna själva använder som term, görs från olika infallsvinklar men boken handlar i första hand om att visa upp den dittills mest heltäckande materialinsamling av Sveriges valaffischer. Materialet är omfattande och metoden är deskriptiv. (Håkansson, Johansson & Vigsø, 2014)

Tuomo Siivinen (2014) analyserar Socialdemokraternas och Samlingspartiets valaffischer åren 1919–1939 i sin pro gradu-avhandling "Punavalkoinen propaganda: Vaalistrategiat Kansallisen Kokoomuspuolueen ja Suomen Sosialidemokraattisen Puolueen eduskuntavaalijulisteissa 1919–1939". Tillvägagångsättet är liknande som i Carlsons undersökning. Johanna Sjöström (2003) analyserar också kvalitativt Svenska folkpartiets valaffischer i avhandlingen Svenska Folkpartiets valaffischer under lupp.

Det framgår i sökningar att valmaterial i avhandlingar har undersökts som kvalitativa undersökningar som utgår från specifika val. Utrymmet för denna avhandling finns för det första i försöket att analysera ett helhetsmaterial som spänner över tid. Utgångspunkten är att analysera ett helhetsmaterial av valaffischer inte enbart en utvald del. Ett liknade angreppssätt har inte använts tidigare. Det nyinsamlade materialet kan också ge upphov till nya forskningsfrågor då man har tillgång till en bättre helhetsöverblick. För det andra är ambitionen att granska materialet med en kvantitativ innehållsanalys också ett nytt angreppssätt som därtill utmanar Carlsons (2000) tes om att ett sådant tillvägagångssätt skulle vara meningslöst.

## ***2.2 Beroende och oberoende variabel***

Min beroende variabel, det vill säga den variabel som jag undersöker och vill förklara, är graden av nationalism på de finländska partiernas valaffischer. Operationaliserat kommer jag att undersöka förekomsten av nationalistiska symboler på valaffischerna. När detta är gjort kommer graden av nationalism att jämföras med de oberoende variablerna 1. parti och 2. tidsperiod. Ambitionen är att undersöka om det finns ett samband mellan dessa oberoende variabler och förekomsten av symbolerna, graden av nationalism på valaffischerna.

Förväntningen som är grundad i moderniseringsteorin och ovanom nämnda studier är att symbolerna förekommer i den första tidsperioden av de tre tidsperioderna (1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019) men att de därefter avtar när partierna kring sent 60-tal går in för ”catch-all” strategier. Utgående från den tidigare forskningen av finländskt valmaterial förväntas också de nationalistiska symbolerna framträda mer eller uteslutande på högerpartiernas (Saml. och SFP) affischer. Vänsterns affischer (SDP) förväntas istället för nationalistiska symboler ha framträdande röda färger på flaggor och som bakgrund.

### ***2.3 Teoretiska ramverket***

Det teoretiska ramverket kommer i denna avhandling att utgå ifrån Roland Ingleharts och Pippa Norris. Ingleharts moderniseringsteori ligger som grund för att förklara förändringen över tid. Inglehart drar sina slutsatser på basis av World Value survey som innefattar data från över 40 länder. Norris utgår också från moderniseringsteorin när hon förklarar partiernas kommunikationsutveckling, som här ligger till grund för att förklara skillnaden mellan partierna.

Moderniseringsteorin uppgörs av två skolor, en Marxistisk och en Webersk. Den Marxistiska skolan hävdar att ekonomi, politik och kultur är sammanlänkade p.g.a. att ekonomisk utveckling bestämmer de politiska och kulturella dragen för samhället. Den Weberska skolan hävdar att det är kulturen som formar det ekonomiska och politiska livet. Trots debatten mellan dessa två skolor är de båda eniga om att socioekonomiska förändringar följer relativt förutsägbara mönster. (Inglehart, 1997, s. 67)

Moderniseringsteorin är baserade på två antaganden. Det första är att flera kulturella faktorer tenderar att vara lika. Detta kan exemplifieras med samhällen som lägger stor vikt vid religion. Dessa samhällen tenderar också att värdesätta familjen och respekten för auktoriteter. Argumentet är att det inte skulle finnas sådana likartade mönster om kulturer helt skulle gå sin egen väg. Det andra antagandet är att sammanhängande kulturella mönster existerar och de är kopplade till teknologiska och ekonomiska framsteg. Exempel på detta är att industrialiseringen följdes av sekularisering i den västerländska historien. (Inglehart, 1997, s. 69)

Inglehart och Welzel (2010) konstaterar att det i retroperspektiv är klart att det fanns många fel i de tidiga versionerna av moderniseringsteorin. Ingen förväntar sig idag en arbetarnas revolution som skulle omkullkasta det privata ägandet och ge en era fri från konflikt och exploatering. Likväl bidrar inte industrialisering automatiskt till demokratiska institutioner, kommunismen och fascismen följde också ur industrialiseringen. Industrialiseringen gav upphov till en följd av förändringar som byråkratisering, hierarki, centralisering av makt, sekularisering och skiftning från traditionella värderingar till sekulära rationella värderingar. Framväxten av postindustriella samhällen ger sedan en annan sorts kulturell förändring i en annan riktning. Här går trenden mot större fokus på individuell autonomi och självuttryckta värderingar som leder till större frigörelse från auktoriteter. (Inglehart & Welzel, 2010)

Med stöd av moderniseringsteorin är mitt antagande att användningen av nationalistiska symboler är högst under den första tidsperioden och att den därefter minskar i användning som en följd av moderniseringen av samhället och att symbolerna tappar sitt värde i.o.m. samhällets sekularisering och att de traditionella värderingarna minskar i värde.

Hanneberg (2002) skriver att välgrundad forskning om politisk reklam (political marketing) är oroväckande liten. Forskningen kretsar kring två områden där det ena perspektivet fokuserat på administration (teory of political marketing management) och det andra perspektivet på marknadsföring.

Det är idag normalt att tala om politisk marknadsföring och många tänker på detta som varumarknadsföring applicerad på politiken. Detta stämmer för visso men det finns signifikanta skillnader mellan traditionell varu- och servicemarkandföring och politisk marknadsföring. (Lock & Harris, 1996)

Det råder ett allmänt samförstånd kring att det under de senaste decennierna har rått en Amerikanisering av valkampanjer. (Norris, 2004) Tydligast är att valkampanjerna blivit personfixerade med fokus på ledare och enskilda kandidater. Det har också blivit vetenskapliga genom användningen av gallupar. Vidare har de blivit avskilda från kontakten mellan parti och väljare p.g.a. att partierna förlitar sig på gallupar framom direkt kontakt med väljarna och gräsrotsnivån. Därtill utgör framväxandet av en autonom kommunikationsentitet, den nya median, en ny spelare som sätter de egna intressena före politikernas behov. (Norris, 2004)



Norris (2004) ville ändå förklara förändringen i valkampanjer utgående från moderniseringsprocessen där tre distinkta skeden kan identifieras i utvecklingen av kommunikationen i valkampanjerna. Dessa är skiften från pre-modern till modern och vidare till post-modern. Dessa skiften har samtidigt förändrat väljarkåren, kampanjorganisationerna och median. Nedan presenteras dessa förändringar i tabell 2.1.

	<b>Pre-modern</b>	<b>Modern</b>	<b>Post-modern</b>
<b>Dominerande era</b>	<b>1850–1950</b>	<b>Tidigt 1960-tal – sent 1980-tal</b>	<b>1990–</b>
<i>Kampanjorganisation</i>	Lokala och decentraliserade parivolontärer	Nationell koordinering med högre professionalitet	Nationell koordinering men decentraliserat genomförande
<i>Förberedelse</i>	Kortsiktigt, ad-hoc	Lång kampanj	Permanent kampanj
<i>Central koordinering</i>	Partiledningen	Partikanslierna, mer specialistrådgivare	Specifika kampanjgrupper inom partiet och mer professionella konsulter
<i>Återkoppling</i>	Lokal röstvärkning och partimöten	Gallupar ibland	Reguljära gallupar plus fokusgrupper och interaktiva websidor
<i>Media</i>	Partisk press, lokala affischer och broschyrer, radiosändningar	TV sändningar via kvällens huvudnyheter, riktade direkta brev	TV snävsändning, direkt och modererade websidor, epost, diskussionsgrupper på nätet, Intranät
<i>Kampanj tillfällen</i>	Lokala allmänna möten, järnvägskampanj-	Nyhetsadministration, dagliga presskonferenser,	Utökad nyhetsadministration till dagspolitiken

	turné med partiledaren	kontrollerade fototillfällen	
<i>Kostnad</i>	Låg budget	Moderat	Högre kostnader för professionella konsulter
<i>Väljare</i>	Stabil social och partisk gruppering	Social och partisk upplösning	Social och partisk upplösning

**Tabell 2.1. Typologi av den politiska kampanjkommunikationens utveckling**

*Källa och översatt från: Table 1: Typology of the Evolution of the Campaigning Communication*

*(The evolution of election campaigns – Pippa Norris 2004)*

Pre-moderna kampanjer har sitt ursprung i 1800-talets demokratier och kampanjernas utformning fortsätter i liknade och expanderande form fram till 1950-talet då TV:n och gallupar gör intrång i kampanjerna. Här är det partiledaren med några nära rådgivare som för en kort ad-hoc kampanj inför valet. Den politiska organisationen och partibasen var ett löst nätverk av volontärer på det lokala planet. Organisationen var lokalt orienterad där politiker volontärer och andra inblandade möttes i personliga möten som på stadens hus, röstvärvingstillfällen och partimöten. Partierna förlitade sig mycket på tidningar som stödde det egna partiets åsikter. Tidningar var ägda eller understödda av partiet eller tidningar som gav sitt stöd till partiet. På 1920-talet började radio och film komplettera tidningarnas spridning av kampanjbudskap, dessa var nya viktiga former av media under mellankrigstiden. Via radio och film togs de första stegen mot en nationalisering av kampanjerna. (Norris, 2004)

De klassiska röstningsteorierna betonar stabiliteten i väljarkåren under denna tid som är förankrad i politisk och social tillhörighet och lojalitet. Lipset och Rokkan betonar att partiernas solida väljarkår i de europeiska länderna grundade sig i en skarp klyfta i väljarkåren. Klyftan går mellan klass, religion och region. På grund av en stabil väljarkår blev partiets främsta uppgift att uppmuntra eller uppvigla sin väljargrupp att rösta på sitt parti. (Norris 2004)

Den moderna kampanjen som utvecklas mellan åren 1950 till 1980 i etablerade demokratier kännetecknas av flera relaterade utvecklingar. En tydlig skiftning sker från spridda lokala kampanjer till en nationellt styrd och koordinerad kampanj. Det sker också en skiftning från att volontärer och partianställda skött kampanjen till en professionalisering med betalda konsulter. Vidare ändrar kommunikationen från partiet nära belägna tidningar till TV och främst nyheterna

som utvecklar en mer lösgjord och instrumentell väljarkår som är mindre förankrad i sociala klyftor och partitillhörighet. Den förlängda kampanjen, som börjar betydligt tidigare än den officiella korta slutkampanjen, blir strategiskt allt mer viktig. De två största förändringarna är dock TV:ns inträde på kampanjscenen och användningen av gallupar. Detta utgjorde en skiftning i var den politiska kommunikationen utspelades, från de skrivna medierna till TV:n och främst till nyheterna. Det har även argumenterats att TV:ns del i kampanjerna har satt focus på partiledaren och att frågorna skiftat från frågor om klyftor och sakfrågor till en personifieringspolitik. (Norria 2004)

Den moderna kampanjen har också gett upphov till förändringar i väljarkåren. Den har eroderat den klassiska väljarkårens uppdelning i klass och religion som långt förankrat den europeiska väljarkåren. Partierna har antagit "catch-all" strategier för att nå väljare utanför den egna väljarkåren. (Norris 2004)

Den post-moderna kampanjen är inte den linjära fortsatta utvecklingen av den moderna kampanjen utan mer en tillbakagång till en del lokala och interaktiva former av kommunikation som fanns under den pre-moderna kampanjen. Digitaliseringen har gjort kampanjkommunikationen till en mellanform mellan den pre-moderna lokala kampanjen och den moderna passiva TV-kampanjen. Partier har varit snabba med att ta till sig av denna nya form av interaktion som internet givit upphov till i form av intranät, diskussionsgrupper, gallupgrupper, epostlistor (och nu också sociala medier). Kampanjen har nu blivit fortlöpande och pågår således under hela valperioden. (Norris 2004)

Med stöd i Norris framställning av partikommunikationens utveckling är mitt antagande att nationalistiska symboler i högre utsträckning förekommer på högerpartiernas valaffischer. Detta på grund av att högerpartier och konservativa partier i högre grad värnat och värnar tradition, familj, kyrka och fosterland. Symbolerna har fungerat som en del i att stärka den egna gruppidentiteten och därmed i den pre-moderna kampanjen handlat om symboler för gruppen. Det handlar således om symboler som kopplats till gruppen och förstärker gruppidentiteten.

## ***2.4 Den politiska reklamen i Finland***

En viktig del av den politiska reklamen är visuell. (Hovi-Wasastjerna, 1999, s. 4) Partiernas storlek har haft en avgörande betydelse för i vilken utsträckning de kunnat marknadsföra sig. De stora partierna har haft mera resurser rent ekonomiskt och de har därmed kunnat trycka upp visuellt valmaterial. (Hovi-Wasastjerna, 1999, s. 13)

Under början av 1900-talet livnärde sig många konstnärer på att måla bruksgrafik som illustrationer, reklam och även valreklam. Konstnärerna ifrågasatte inte nämnvärt för vilket parti reklamen gjordes under den tiden och det kunde t.o.m. hända att samma konstnär gjorde valreklam för såväl högerpartier som vänsterpartier. Mycket av bildspråket upprepades i reklamen och utan desto mer koppling till själva partiet. Därav kunde samma bildspråk förekomma på såväl vänsterns som högerens affischer. (Hovi-Wasastjerna, 1999, s. 14–17)

Under förryskningstiden fanns ett brett motstånd mot förryskningen, bland konstnärer. Detta ledde till att så gott som all reklam kunde klassas som propaganda. Bland de aktivaste konstnärerna kan nämnas Akseli Gallen-Kallela och Alexander Federley. (Hovi-Wasastjerna, 1999, s. 14).

Ett särdrag för politisk reklam är att den är enkel och försöker vara så tydlig som möjlig för mottagaren. Avsändaren vill att mottagaren uppfattar budskapet så som avsändaren avser det. Därav undviker man utsvävningar och för många visuella element som kan utestänga och missgynna någon väljare. Samtidigt ska budskapet snabbt nå mottagaren och väcka dennes intresse. Därtill ska det visuella upprepas i annat material så att bildspråket upprepas för mottagaren. Hovi-Wasastjerna talar om politiska visuella klichéer som upprepas och blir bekanta för mottagaren. (Hovi-Wasastjerna, P. 1999, s. 19)

Bildspråket i finländsk politik hänför sig till förryskningstiden mellan februarimanifestet och storstrejken 1899–1905. På grund av att text censurerades blev bildspråket viktigare men även bilder kunde censurerades. Satirbilder var vanliga i skämttidningar som de finska Kurikkala och Tulispää och den svenspråkiga Fyren. Bilderna tog starkt avstamp i förvissningen om att väcka fosterländska känslor. Dessa hämtades ur Fänrik Ståhls sägner, speciellt Edelfelts illustrationer till texten. Dessa bilder blev kända och populära bland befolkningen då de trycktes och spreds som bl.a. postkort. (Hovi-Wasastjerna, 1999, s. 26–27)

## 2.5 Nationalism

*” Nationalism is a doctrine invented in Europe at the beginning of the nineteenth century.”*

*Elie Kedourie*

För att förstå användningen av nationalistiska symboler och framför allt varför dessa symboler används krävs en närmare granskning av själva ismen och fenomenet kring denna ism. Därav följer här en redogörelse för ideologin.

Grundtanken i nationalismen är att individen blir ”fri” när hon inordnar sig den gemensamma organiseringen, i detta fall staten, och tjänar ett högre mål som är att tjäna folket och den nationella staten. (Larsson, 1994, s. 152) Detta drivet till sin spets skulle på ett filosofiskt plan kunna betyda att man bör hjälpa andra framom att hjälpa sig själv. Ur detta perspektiv kunde den nationalistiska tanken ses i ett någorlunda positivt ljus. Paradoxen är dock att nationalismen samtidigt är exkluderande, den nationalistiska attityden definierar inte enbart enhetens (nationens) gränser utan förutsätter att enheten har ett maktcentrum (staten) som enbart kan utgöras av personer som kan definieras av den nationella kulturen. Förenklat kan det uttryckas som att ”inga utlänningar får regera oss!”. (Gellner, 1997, s. 24)

Det finns till synes två läger kring forskningen av nationalism. Det ena lägret representeras här av Anthony D. Smith och framför en idé om att det finns ett historiskt långtgående etniskt perspektiv som en förklaring till nationalism. Det andra lägret här representerat av Ernst Gellner, förklarar nationalismen utgående från moderniseringen och ser nationalismen som den sammanbindande ideologin för att samordna vid övergången från den agrara samhällsformen till industrisamhället. Till näst presenteras nationalismen enligt modernismen.

### 2.5.1 Nationalismen enligt modernismen

Nationalismen definieras av Gellner (1997) som, ”en politisk princip som hävdar att de kulturella gränserna skall sammanfalla med de politiska. Kort sagt att de skall bo samma folk av ”samma slag” i ett land”. Både nationalismen som rörelse och sinnesstämning kan enklast definieras enligt ovanstående princip. En nationalistisk rörelse initieras av sinnesstämningen av

att principen ”samma folk av samma slag...” uppfylls och därmed är en positiv sinnesstämning eller så kan den kränkas och blir då en negativ sinnesstämning. (Gellner, 1983, s. 11)

Oftast är det frågan om kränkande av den nationalistiska sinnesstämningen som är drivkraften i själva nationalismen. Den ovanstående nationalistiska principen kan kränkas och försummas på många olika sätt. En stats gränser kan enligt principen försumma att omfatta alla som ”borde” höra till samma nation eller å andra sidan kan gränserna omfatta alla medlemmar men därtill även främlingar som enligt principen inte bör omfattas av staten. Staten kan också enligt principen göra ett dubbelmisslyckande genom att omfatta främlingar men samtidigt försumma att omfatta medlemmar som ”rättfärdigt” borde höra till nationen. (Gellner, 1983, s. 11) Den största kränkningen för nationalisterna är om den styrande enheten utgörs av främlingar. Ett tillstånd som kan uppstå genom främmande gruppers lokala herravälde eller då ett territorium upptas i ett större imperium till följd av t.ex. krig. (Gellner, 1983, s. 11) Nationalismen tar således sin politiska legitimitet ur resonemanget att etniska gränser inte får korsa politiska gränser och därtill får det absolut inte gå en etnisk gräns som skiljer de styrande från de styrda. (Gellner, 1983, s. 12)

Gellner tar starkt fasta på utbildningssystemet som formare av det moderna samhället och därmed även som formare av nationalismens tanke. Detta kan illustreras med en pyramid där det lägsta skiktet utgörs av dem som fått tillägnat sig den lägsta möjliga nivån av utbildningssystemet. Här blir det legitima utbildningsmonopolet viktigare än det legitima våldsmonopolet. De som inte har denna lägsta nivå av utbildning faller utanför det moderna samhället och kommer inte att kunna existera innanför dess ramar. (Gellner, 1983, s. 46-53) Utgående från sin utbildning erhåller människan sin självuppfattning med allt vad det innefattar, bl.a. självrespekt. Gellner konstaterar att ”en människas utbildning är avgjort hennes värdefullaste investering och bestämmer i själva verket hennes identitet. Den moderna människan är inte lojal mot ett land, en kung eller en tro, vad än hon själv må påstå, utan mot en kultur.” (Gellner, 1983, s. 54)

Kulturen blir ”den politiska legitimitetens naturliga förvaringsplats”. Utmanas denna kulturens gränser kommer detta att väcka anstöt. (Gellner, 1983, s. 77-78) ”Det är nationalism som föder nationer och inte tvärtom”. Nationalismen använder dock gamla nedärvda ”frukter” som den blåser liv i. Men detta görs selektivt och vad som används har inte så stor skillnad och kan lika

gärna ersättas av någon annan gammal historisk artefakt som passar sammanhanget. (Gellner, 1983, s. 78)

Nationalism och dess koppling till att hysa antipatier mot andra grupper inom staten illustrerar Gellner med att tänka sig ett samhälle där en del av den kulturella gruppen, en så kallad sub-befolkning, är blå till sin hudfärg. Gruppen kan både utgöra en elit-grupp som råkar besitta fler attraktiva samhällspositioner än den kulturella gruppen i stort men den kan likväl utgöra bottendelen av den sociala hierarkin. Om gruppen framstår som högstående i den sociala hierarkin kommer blåhet, att av kulturen i stort, anses som något eftersträvansvärt. Råkar den blåa gruppen utgöra botten i den sociala hierarkin kommer blåhet att oundvikligt betraktas som något negativt. När associationen till blåhet är samhällets botten skapas en fördom mot blåhet. När det lägsta samhällsskiktet utgörs av ett stickprov av befolkningen kommer inte fördomen att utvecklas, eftersom positionen inte är förknippad med någon viss egenskap. Men fördomen mot blåhet föds då en oproportionellt stor del av det lägsta samhällsgruppen utgörs av blåa och därmed kan egenskapen blå förknippas med det lägsta samhällsskiktet. Fördomen som föds bland högre sociala skikt mot lägstående kommer nu konkret att förknippas med blåhet. Fördomen i sig är egentligen grundad i den föraktade tanken om att själv hamna i samma skikt, således falla på den sociala stegen. Fördomen kommer därtill att accentueras i icke-blåa grupper lågt nere på den sociala skalan. Detta till följd av att det blir något konkret att ta fasta på och kunna vara stolt över i en verklighet där den lågt nere stående icke blåa gruppen inte har någonting att i övrigt vara stolt över. (Gellner, 1983, s. 92–93)

Blåheten är i exemplet ovan enbart ett förtydligande av genetiska egenskaper som trots att de är genetiska inte har en konkret social betydelse även om de kan tillskrivas sådana. Exempel på egenskaper som inte utgör sociala skillnader är hudfärg, hårfärg och längd. (Gellner, 1997 s. 96)

## ***2.6 Nationalistiska symboler***

Detta stycke går närmre in på nationalistiska symboler. Nationalistiska eller nationssymboler är symboler som t.ex. flaggan, vapnet, nationalsången, nationaleposet och nationalblomman. Symboler som hos majoriteten av befolkningen väcker en känsla av samhörighet. Symbolerna

påvisar, formar och sammanför nationalkänsla och likhetens enande under dessa symboler. (Klinge, 1981, s. 280)

På liknande vis kan andra symboler för organisationer och sammanslutningar, som t.ex. arbetarföreningar och idrottsklubbar, då de iakttas skänka en känsla av gemenskap men de kan likaså bidra till en känsla av utanförskap och även rentav föraktande känslor. En organisation sammanbinder och förtydligar sin existens för sig själv och andra genom sina symboler. Symbolerna är för det mesta en självklarhet för de som hör till organisationen. Det samma gäller för medborgare i en nation. Det finns även andra symboler som inte behöver vara en symbol i form av en bild eller ett ting. Det kan vara en företeelse eller en tanke. Sport och utövande av sport har varit en enande symbol för både landsbyggs och stadsbefolkning. Den finska identiteten har sportsligt förkroppsligats i bl.a. skidning och spjutkastning på samma sätt som cykling förkroppsligar sporten hos fransmannen. (Klinge, 1981, s. 288)

## ***2.7 Utmaning gällande materialet nationalistiska symboler***

Det finns en utmaning i användandet av nationalistiska bilder i valreklam som förekommit under Finlands självständighetstid. Detta är om det uppstår ett cirkelargument där man kan påstå att symboler som är av nationalistisk karaktär har använts specifikt i valreklam. Leder då detta till att bilderna blir institutionaliserat nationalistiska p.g.a. att de just återkommande används i denna form av reklam. Bilderna matar sin egen nationalism. Här kan konstateras att de symboler som tas med i analysen är betydligt äldre än själva valreklamen.



### 3 Forskningsdesign

I detta kapitel presenteras den kvantitativ innehållsanalysen, utmaningar med materialet och slutsatserna, operationalisering av den beroende variabeln, val och avgränsningar av analysenheterna, kodverktyget och materialinsamlingen.

Avhandlingen kommer att analysera de finländska partiernas valaffischer i riksdagsvalen mellan åren 1919 och 2019. Ursprungstanken var att analysen skulle börja vid landtagsvalet 1907. Detta visade sig vara problematiskt med tillgång av material. Därav har tiden begränsats till 1919–2019. Detta ger även en jämn siffra på hundra år. För att materialet ska vara så enhetligt som möjligt och med beaktande av dess tillgänglighet kommer en del avgränsningar att göras. Avgränsningarna beskrivs närmare i stycket för avgränsningar.

Avhandlingen kommer att ha en longitudinell karaktär, det iakttagna materialet sträcker sig över en historiskt sett lång tidsperiod 1919–2019. Tidsperioden är 100 år och innefattar 30 riksdagsval. Analysenheten i denna studie utgörs av sociala artefakter (Ruane 2006, s. 124), dvs. de finländska partiernas valaffischer. Dessa bilder är så kallade hittade bilder, de existerar färdigt och har framtagits av de politiska partierna inför varje val.

Analysmetoden, kvantitativ innehållsanalys och användningen av bildbaserat data hör inte till de vanligaste metoderna i samhällsvetenskapen (Denscombe, 2009, s. 116). Detta till trots är metoden vald för att explicit kunna framställa kvantitativa data. Ett annat tillvägagångssätt vore att göra en kvalitativ bildanalys, men enbart materialvolymen dokumenten (valaffischer) som ska granskas och som deskriptivt ska beskrivas i en kvalitativ analys gör själva genomförandet ohållbart. Genom att applicera ett analysverktyg med klara avgränsningar och klart definierade enheter på materialet kan analysmaterialet däremot effektivt analyseras.

#### 3.1 *Kvantitativ innehållsanalys*

I denna avhandling används kvantitativ innehållsanalys för att bestämma graden av nationalism på valaffischerna. Fokus ligger på att fastställa mängden av förekommen enhet. Förekommen enhet mäts endera som ”avsaknad” eller ”förekomst”. Enheten utgörs av nationalistiska symboler. Nationalistiska symboler och de i avhandlingen medtagna symbolerna diskuteras

längre fram i detta kapitel. Materialet som granskas är de finländska politiska partiernas riksdagsvals valaffischer. Specifikt är det partiernas allmänna budskaps valaffisch eller valaffischer i de fall flera olika affischer använts i samma val. Härefter omtalas dessa som budskapsaffischer.

Kvantitativ innehållsanalys kan beskrivas i två delar. Innehållsanalysen syftar till att undersöka innehållet i ett muntligt, skriftligt eller bildmässigt material. Med kvantitativ menas att materialet är så stort att det kan analyseras i siffror samt att det utgörs av likvärdiga och därmed jämförbara uppgifter. (Esaiasson, Giljam, Oscarsson, & Wängnerud, 2010, s. 223)

Innehållsanalys framtog som analysmetod under mellankrigstiden, 1 och 2 världskriget (VK), främst för att kunna bestämma noggrannheten (accuracy) i den nya tidens massmedia. Tanken var att kunna analysera kulturell text genom att göra materialet kvantitativt och därmed kunna applicera naturvetenskaplig metod på insamlade data. Analysmetoden kom att få ett uppsving i.o.m. 2 VK då den användas för att spåra meddelanden från Tysklands allmänna radiosändningar. Metodens förespråkare hävdade att analysen av kulturellt materialet inte i fortsättningen skulle vara luddigt utan rigoröst, reliabelt och objektivt med stöd av att de tidigare svårtolkbara texterna nu kunde brytas ner från text till kvantitativa data. (Rose, 2001, s. 54)

Innehållsanalys behöver inte enbart behandla textmaterial utan kan även tillämpas på bildmaterial. Innehållsanalys applicerad på visuella bilder fungerar således genom att räkna frekvensen av förekomsten av, på förhand väl definierade, visuella element i ett klart avgränsat antal bilder. Eller med andra ord det som Gillian Rose beskriver som:

*"The method of content analysis is based on counting the frequency of certain visual elements in a clearly defined sample of images, and then analysing those frequencies. Each aspect of this process has certain requirements in order to achieve replicable and valid results."*

(Rose, 2001, s. 56)

I samhällsvetenskaperna förekommer kvantitativ innehållsanalys som metod inom kommunikationsforskning, som inriktar sig på media och den politiska kommunikationen i media. Då är materialet som analyseras oftast den politiska rapporteringen. Men metoden används också i t.ex. analys av partiprogram och valmanifest. Innehållsanalysen erbjuder

forskaren en möjlighet att processa stora volymer data på relativt kort tid. (Esaiasson et al., 2007, s. 224–225)

### **3.1.1 För och nackdelarna med kvantitativ innehållsanalys och möjliga felkällor**

En stor fördel med forskning upplagd och baserad på dokument som finns är precis det att dokumenten existerar och är så kallade beständiga dokument. Dokumenten är beständiga och kan således kontrolleras av vem som helst. Därmed är de också tillgängliga för offentlig granskning. (Denscombe, 2009, s. 316)

Kritiker till innehållsanalysen som forskningsmetod är bl.a. Ball och Smith (1992) och Slater (1998). Dessa hävdar bl.a. att faktumet att olika människor tolkar texter, i detta fall bilder, på olika sätt måste ignoreras för att reproducerbarheten ska uppnås. (Rose, 2001, s 56)

## ***3.2 Innehållsanalysens i fyra steg.***

Härnäst kommer innehållsanalysen att presenteras enligt Gillian Roses fyra steg i fullföljandet av metoden. Hennes fyra steg av bildanalys har byggts upp kring en fallstudie av Lutz, C.A och Collin J.L studie ”Reading National Geographic” (1993). Studien är en innehållsanalys av närmare 600 bilder publicerade i tidningen National Geographic under tre decennier. I samband med kriterierna presenteras den kommande analysens kriterier och förklaringar under de fyra stegen.

### **3.2.1 1. Val av bild**

Varje undersökning kräver ett relevant material att analysera. Som vid användningen av metod som metod ska materialet, i detta fall bilderna som väljs för innehållsanalysen, vara relevanta i förhållande till frågan som ska besvaras (Rose, 2001, s. 56).

Materialet för analysen i denna avhandling är de finländska partiernas riksdagsvalsaffischer mellan åren 1919 och 2019. Materialet är lämpligt för analysen eftersom det är den form av valmaterial som under hela tidsperioden utgjort en central del av partiernas reklam. De har inte heller till fysiken nämnvärt ändrats under tidsperioden. Därtill är de en av de äldsta formerna

av valreklam som fortsättningsvis är central och gångbar reklam för de politiska partierna. Materialet är också en form av valreklam som alla partier har använt. Något som framgår ur materialbilagan. Materialet existerar i bemärkelsen att analysenheterna, de enskilda valaffischer som ska granskas, faktiskt existerar. Konkret är det enbart de affischer som existerar och har hittats under materialinsamlingen som kommer att tas med i analysen. Materialsammanställningen som resulterat i materialbilagan ”Hundra år av valaffischer – Finlands politiska partiers budskapsaffischer i riksdagsvalen 1919–2019” är den första sammanställningen i sitt slag och försöker att ge en första heltäckande bild av materialet. Insamlingen har möjliggjorts tack vara de finländska arkiven, riksbiblioteken, partiarkiven och partikanslierna. Avsikten med sammanställningen är att den ska vara så komplett som möjligt. Här skall dock beaktas att det alltid kan finnas luckor när det handlar om historiskt material. De luckor som finns i sammanställningen beror på att materialet inte funnits på ifrågakvarande arkiv eller andra kompletterande arkiv. Därmed har det saknats alternativa sätt att hitta materialet. Det bör nämnas att också gammalt material kan komma arkiven tillhanda framöver vilket självfallet skulle ändra sammanställningen av min materialinsamling. Men för stunden och som första heltäckande material fungerar nu materialbilagan. Alla bilder i bilagan har fått en egen kod så de enkelt ska kunna införas i en kodtabell samt kunna urskiljas i samband med kodningen.

Materialets fulla existens är ett kriterium för själva utförande av innehållsanalysen (Rose, 2001, s. 57). Analysens tillförlitlighet vilar på att ingen del av materialet lämnas utanför. Den föreliggande analysen kan inte sägas vara reliabel om materialet från något av de utvalda partierna under flera val saknas och inte vore möjligt att tillhandahålla. Detta resulterade i att jag sist och slutligen valde ut enbart fyra partier till analysen. Analysen görs på det material som funnits tillhanda då insamlingen gjorts, hösten 2018 och våren-sommaren 2019.

En fördel med materialet i denna avhandling är att ingen form av urvalsteknik för materialvolymen behöver göras på materialet. Något som vore ett måste om materialet utgjordes av t.ex. de politiska partiernas tidningar under samma tidsperiod. Materialvolymen skulle då göra en helhetspopulationsundersökning närapå omöjlig. För att kunna genomföra en tidningsundersökning skulle det krävas att enbart ett visst antal tidningar beaktades enligt en fastställd frekvens som kunde vara, på måfå, stratifierad, systematisk eller cluster. (Rose, 2001, s. 57). Trots att materialvolymen blir stor i denna avhandling utgår jag från att kunna göra en helhetspopulationsundersökning. Alla affischer som hittats för partierna som utvalts till

analysen kommer att tas med i analysen. De utvalda partierna är Samlingspartiet, Centern (som innefattar Agrarförbundet), Socialdemokraterna (SDP) och Svenska folkpartiet (SFP).

### **3.2.2 2. Utformandet av kategorier för kodningen**

För att kunna genomföra innehållsanalysen ska ett regelverk för kategorisering och kodning framtas som kan appliceras på bilderna som utvalts. Detta är något av det viktigaste i själva innehållsanalysen. Rose (2011) hänvisar till Slater som anser att striktheten i själva kodningen i klassisk innehållsanalys är avgörande för analysen. Kategorierna borde vara objektiva i relation till varandra för att kunna beskriva enbart det som på riktigt finns i texten eller på bilden. (Rose, 2001, s. 59)

Kategorierna skall vara:

1. Uttömmande (exhaustive). Alla aspekter av bilden som undersökningen är intresserad av måste täckas av en kategori.
2. Uteslutande (exclusive). Kategorierna får inte överlappa varandra.
3. Upplysande (enlightening). Kategorierna måste göra en nerbrytning av bildspråket till någonting analytiskt och sammanhängande.

(Rose, 2001, s. 60)

Detta betyder att bilderna får en eller flera beskrivande element kopplade till sig. Lutz och Collins (1993) hade 22 kodkategorier i sin undersökning av National Geographic. T.ex. lokalisering i världen, fokus på ritual, gruppstorlek, hudfärg, manlig nakenhet och kvinnlig nakenhet.

Att uppnå kategorier som uppfyller kriterierna ovanom kan vara svårt. Men huvuduppgiften är att kunna omvandla bilden till kategorier som kan numreras och således mätas mot varandra. Här spelar den teoretiska delen in som avgörande för själva kodningen. (Rose, 2001, s. 60)

Målet med denna avhandling är att granska förekomsten av nationalistiska symboler på valaffischerna. Vad som föreligger är att granska förekomst eller avsaknad av nationalistiska symboler. Därav ska begreppet nationalistisk symbol bestämmas samt vad som ska tas med som nationalistisk symbol. Helt i likhet med Lutz och Collins ligger den avgörande delen av

kodningen i hur begreppen definieras samt vilka symboler som medtas och vilka som lämnas utanför. Längre ner i kapitlet fördjupas definitionerna och linjedragningarna till kodningsverktyget.

### **3.2.3 3. Kodning av bilden**

Kodningen av bilderna kan föregås av en testkodning. Detta görs för att undvika den kanske största enskilda svagheten i själva analysmetoden att kodningen blir olika. Olikheter i kodningen kan ha sin förklaring i att bilder kan tolkas olika av olika personer. Därav är det otroligt viktigt för innehållsanalysen att kodningens kategorier är entydiga. Det får således inte råda någon form av otydlighet i kategorierna. (Rose, 2001, 62)

Målet är att vem som helst som granskar samma material utgående från de uppställda kodkategorierna ska få samma resultat. I denna undersökning är det således viktigt att de symboler som betecknas som nationalistiska klart är förankrade.

Jag kommer att göra ett intrakodarreliabilitetstest. Detta gör jag genom att själv koda bilderna först en gång och därefter koda bilderna på nytt efter en tid. Testresultatet kallas för intrakodarreliabilitet. (Esaiasson et al., 2007, s. 70–71)

Själva sättet att koda bildmaterialet kan ske på olika sätt. Med en fysisk poäng-tabell kan kodaren fylla i de olika värdena för hand eller så kan siffrorna föras in i elektronisk form direkt i en Excel-tabell eller i ett statistikprogram. (Rose, 2001, s. 63) Jag kommer att göra kodningen i ett Excel-formulär där alla för analysen medtagna affischer är inskrivna i en kolumn under varandra. Varje affisch har tilldelats en egen kod, affisch och kod kan hittas i materialbilagan. De följande kolumnerna i Excel-formuläret är avsedda för de symboler som utvalts för analysen. Dessa är: Finlands flagga, vapen, mö och karta. Nedanom en bild av kodformuläret där de fyra första affischernas affischkoder syns.

Analys schema					
Affisch	Affischkod	Flaggan	Finlands vapen / lejon	Finlands mö	Kartan
		Kodning 0=ingen förekomst / 1=förekommer mindre tydligt / 2=förekommer tydligt	Kodning 0=ingen förekomst / 1=förekommer mindre tydligt / 2=förekommer tydligt	Kodning 0=ingen förekomst / 1=förekommer mindre tydligt / 2=förekommer tydligt	Kodning 0=ingen förekomst / 1=förekommer mindre tydligt / 2=förekommer tydligt
	Kok_Ekv_1919_1		0	0	0
	Kok_Ekv_1919_2		0	0	0
	Kok_Ekv_1922_1		0	0	0
	Kok_Ekv_1924_1		0	0	0

**Tabell 3.1. Analysschema**

Varje affisch får vid kodningen egna värden för förekomst eller avsaknad av ifrågasvarande symboler. Kodvärdena utgörs av siffror som är:

0 = ingen förekomst

1= förekommer mindre tydligt

2 = förekommer tydligt

Själva kodningen ska utföras mycket systematiskt och med stor noggrannhet. Varje bild granskas noggrant och de relevanta kodvärdena förs in i kodformuläret. I detta skede av undersökningen finns potential för misstag som kan ha avgörande inverknings på slutresultatet. Därav får inget slarv eller andra misstag förekomma under denna del av studien. (Rose, 2001, s. 63)

### 3.2.4 4. Analys av materialet

Analys av materialet följer när varje affisch har genomgått kodningen. Då är det dags att räkna ihop antalet koder för att få fram kvantitativa data. Rose (2001) menar att det enklaste tillvägagångssättet är att göra frekvenstabeller, som kan vara absoluta eller relativa. Frekvensen jämförs sedan med en eller flera variabler. I denna undersökning jämförs frekvenserna med variablerna parti och tre tidsperioder. Målet är således att fylla en datamatrix med information. Denna information kan sedan jämföras med olika variabler. (Esaiasson et al., 2007, s. 227)

### 3.3 Validitet och reliabilitet i innehållsanalys

Beslut om mening och signifikans är något som genomsyrar innehållsanalysen som metod. Från formulering av frågeställning till val av bildmaterial samt utvecklandet av kodningskategorier handlar det om att göra avväganden. Kritikerna Ball och Smith (1992) hävdar att dessa

avväganden leder till att kvantitativ innehållsanalys därav inte kan ge förklaringar till det kulturella innehållet i det visuella materialet. Men Rose (2001) hävdar utgående från Lutz och Collins studie att bara koderna är välformulerade och tydliga, kan innehållsanalysen användas för att analysera det kulturella innehållet i bilder. Men hon konstaterar samtidigt att denna form av metod balanserar på gränsen mellan kvantitativ och kvalitativ metod. (Rose, 2001, s. 66)

### ***3.4 Utmaningar med materialet***

Enligt Barthes (Carlson, 2000, s. 50) ska valaffischernas budskap analyseras holistiskt som en helhet där bild och text samverkar. Här kan konstateras, att en sådan studie, med den mängd affischer som här ska granskas, får bli en annan studie i framtiden. För att kunna genomföra den analysen krävs att även textdelen kodas. Detta vore mycket intressant men inte genomförbart inom ramen för denna studie. En undersökning som beaktar både text och bild ligger närmare en kvalitativ analys. Min tanke är explicit att kunna göra en kvantitativ analys av materialet.

### ***3.5 Utmaningar med slutsatser av analysen***

En utmaning som föreligger när man vill dra slutsatser av analysen är det som kallas ekologiskt felslut. Analysen har för avsikt att granska politiska valaffischer som därmed utgör analysenheten. Dock vill jag på basen av resultatet av analysen i mån och möjlighet kunna dra slutsatser om organisationerna som finns bakom valaffischerna. Eftersom det rör sig om valaffischer som en organisation står bakom skulle det kunna vara naturligt att säga att individerna i organisationen har denna åsikt, men detta skulle vara ett ekologiskt felslut. Analysen kommer dock förhoppningsvis kunna dra slutsatser om gruppen som generaliserad. (Ruane, 2006, s. 125–127)

Det är inte organisationen som utsätts för granskning utan dess kommunikation. Här ska dock nämnas att partierna i större utsträckning nuförtiden använder sig av utomstående reklambolag vid framställningen av sitt valmaterial (Hovi-Wasastjerna 1999). Därav är det korrekt att ifrågasätta vem som sist och slutligen står för kommunikationen. Dock ska det understrykas att partiernas ledande organ är de som i sista hand godkänner valmaterialet före det trycks och



lanseras. Därmed bör också allmänheten kunna dra slutsatsen att en valaffisch uttrycker ett partis politiska ståndpunkt.

### ***3.6 Operationalisering av beroende variabeln***

#### **3.6.1 Tecken och semiotik**

För att vi människor ska kunna tolka komplexiteten i världen behöver vi tecken, som utgör den minsta beståndsdel i alla språk. Sedan krävs en kod som utgör ett regelverk för att vi ska kunna tolka tecknen. Utan det här regelverket har vi inga tecken och allt blir obegripligt. (Hansson, Karlsson & Nordström, 2006 s. 9)

Ordet semiotik kommer från grekiskans semeion som betyder tecken. Semiotik är vetenskapen som undersöker det människan producerar i vidaste utsträckning och som utgör grunden för vår kommunikation samt dess samband och lagbundenhet med hela samhället. (Hansson, et al., 2006 s. 9) Med andra ord innefattar semiotiken all sorts kommunikation inklusive bilder, eller i det här fallet valaffischer, vilket gör teorin applicerbar i det här sammanhanget.

#### **3.6.2 Varför bilder?**

”Det betydelsefulla med fotografiet är alltså inte enbart att det alltid är en människas skapelse, utan också och i synnerhet att det är ett av de mest effektiva medlen att forma våra idéer och att påverka vårt beteende.” (Freund, 1977, s. 15) Utgående från Freunds argument om att fotografiet är ett medel för att forma idéer och beteende kan man argumentera att det samma är giltigt för den skapade bilden. Dock är Freundes tanke att bilden är en direkt avbild av verkligheten och därav uppstår intensiteten i påverkan av tankar och beteende. Genom att manipulera denna avbild av vad någon tror att är verkligheten kan således beteende och tankar manipuleras.

En del bilder som från början varit avsedda att användas till en sak kan komma att kopplas ihop med andra bilder på grund av någonting som ligger i tiden. Ett tydligt exempel på detta är Simpsons kandalen 1936 som utlöstes när brittiska kung Edvard ville gifta sig med den fränskilde amerikanskan Simpson, som då skulle ha blivit drottning. Detta tålde inte den

brittiska viktorianska moralen. Händelsen resulterade i att Edvard abdikerade för att kunna gifta sig med henne. Simpson-skandalen 1936 fick den amerikanska tidningen Life att ändra sitt uppslag (Freund, 1977, s. 175) om misären i England för att ”ge igen” för den i amerikanska ögon sårade Simpson. Skandalen ledde till en så kallad pseudohändelse, då man skapar en sensationshändelse med bild och text för ett specifikt syfte. Uttrycket är av Daniel J. Boorstin. Med stöd av exemplet kan man argumentera för att vissa sorters bilder plockas in av politiska partier i valkampanjer för att uppvigla vissa känslor eller sinnesstämningar.

### **3.6.3 Mottagaren av budskapet**

Inom sociologin gjordes det på 1980-talet omfattande undersökningar av mottagare av reklam och kategoriseringar av dessa mottagargrupper. Undersökningen gick under namnet ”Values and life style” (Hansson, et al., 2006 s. 97). Mottagarna för reklamen delades upp i grupper beroende av deras samhälleliga och ekonomiska position. Grupperna var ”tillhörarna”, ”efterliknarna”, ”efterliknarna som lyckats”, ”samhällsmedvetna som lyckats” och ”behövande”. (Hansson, et al., 2006, s. 97) Dessa grupper är framtagna utifrån hur de responderar till reklam utgående från sin ekonomiska och sociala samhällsposition.

”Tillhörarna” kan liknas vid en konservativ medelklass. De trivs bäst så som det är och vill inte ha förändringar. De finner sin trygghet och mening i familjen, närsamhället och det stabila livet. Stora livsförändringar som arbetsplatsnerläggningar och skilsmässor skapar stor oro för dem. Reklamen som riktas till denna grupp ska vara harmoniskt med ett idealiserande budskap som skänker känslor av lugn och trygghet. Familjen som innefattar flera generationer placerad i en idyllisk omgivning, trädgården eller hemmet, är bildbudskap som går hem hos denna kategori.

”Efterliknarna” är oftast unga osäkra personer som söker sin identitet. De iakttar vad andra har speciellt vad kändisar och andra förebilder har och gör och försöker efterlikna det. Denna grupp utnyttjas ordentligt av marknadsföringen. Den typiska reklamen riktad till denna grupp är en ung kändis som använder ett specifikt märke.

”Efterliknarna som lyckas” är materialister. De har de ”rätta” sakerna med de rätta märkena. De responderar till reklamen, förverkligar och blir en del av den genom sin konsumtion. En viktig faktor är att de har ekonomiska förutsättningar att göra det. De har den senaste tekniken,

de rätta klädesmärkena, det rätta bilmärket och den senaste frisyren. De utgör en enkel grupp att nå för marknadsföraren. Marknadsföraren kan ofta själv känna sig hemma i denna grupp.

”Samhällsmedvetna som lyckas” är däremot en svår grupp att nå. Enligt dem ger inte konsumtionen lycka. De är miljömedvetna och lever okonstlat. De är medvetna och pålästa i samhällsfrågor och speciellt i förhållande till konsumtion. De är svåra att nå om det alls kan nås av reklam. Bästa sättet att nå dem är rationella argument som förklaras varsamt och försiktigt.

”De behövande” är fattiga och lever på existensminimum. För normal marknadsföring är dessa personer inte intressanta. De konsumerar helt enkelt inte nytt.

(Hansson, et al., 2006 s. 97–102)

Dessa mottagargrupper finns också för den politiska reklamen med den stora skillnaden att politiken gäller alla och ingen grupp kan välja bort den på samma sätt som ”den samhällsmedvetna som lyckas” skulle göra med konsumtionsvaror. De behövande är också en grupp som inom politiken inte faller utanför den politiska kommunikationen utan responderar till den vad gäller en del partier.

### **3.6.4 Finlands nationalistiska symboler**

*Där någonting självständigt har tagit form, strävar detta också att ikläda sig en karakteristisk dräkt. Även sina idéer är människan böjd att förse med yttre kännetecken. Det är visserligen sant, att då utvecklingen går framåt, förlorar de yttre symbolerna i betydelse efterhand som uppfattningarna om symbolens innehåll blir klarare; skalets värde minskar vid sidan av innehållet. Men man kan absolut inte säga att dylikt utmärkande av idéer och intressesfär vore utan värde. I allmänhet har hela folk och även stater besuttit olika slags symboler för att beteckna sin självständighet, sitt väsen - de har sina egna färger, sin flagga. Förslag till Finlands färger har även framförts, den himmelsblå speglingen i våra sjöar och våra vintrars snövita renhet har redan vunnit en viss hävd, men tillsvidare har detta skett i alltför liten utsträckning.” (K. J. Ståhlberg 9.11.1889) (Klinge, 1988, s. 57–58)*

Nationella symboler är kollektiva och berör hela samhället. Det nationella minnet, kulturen och identiteten bygger på symboler. De relaterar till nationens förflutna. Symboler både uppkommer

och förändras i samspel med den kollektiva mentaliteten. De finländska symbolerna förenar finländare med varandra genom att berätta för finländare om omständigheter, mentaliteter, känslor och föreställningar i vardagen, i hemmet och i det förgångna. (Halonen & Aro, 2005 s. 202)

Anttila skriver i boken "Mitä on suomalaisuus" att finländskhet inte existerar i verkligheten. Finländskhet är något som vi finländare socialiseras in i av vad som under historians gång bestäms att utgöra finländskhet. (Anttila, 1993 s. 108). Känslan för Finland lever i finländarens föreställning om att vara finländsk. Detta är social representation och det är människans tolkning av världen. Finländskhet är bron mellan kollektivet och individen. Med den sociala representationen kan vi klassificera och förklara saker samtidigt som vi förankrar nya och okända saker till denna tankevärld. Därtill objektifieras den sociala representationen tanken eller saken till visuella bilder. Metaforen Finlands mö är en sådan objektifiering av Finland. (Anttila, 1993 s. 109)

Vilka är då Finlands symboler, nationella symboler, nationalistiska symboler? Eller korrekt vilka symboler tillskriver finländare finländskhet till?

Reitala skriver i boken Suomi-Neito att världsutställningen i New York 1939 var exceptionell för Finland. Detta eftersom det på fasaden till den finska avdelningen fanns alla Finlands visuella symboler. Dessa var flaggan med vapnet, kartan och diktens personifiering i Finlands mö. (Reitala, 1983, s. 139)

Ser vi till republikens president kan vi på presidentens hemsida läsa att de finländska symbolerna är:

**Flaggan**, statsflaggan med blått kors på vit bakgrund med vapnet i mitten av korset. Alla de övriga flaggvarianterna utgår från denna flagga.

**Finlands vapen** som beskrivs i lagen om Finlands vapen,

*"I rött fält ett krönt lejon som trampar på en sabel och vars högra arm ersatts med en harnesklädd arm svingande ett svärd; lejonet, dess krona och beväring, armharneskets ledplåt och vapnens fästen av guld, vapnens klingor och harnesket av silver; fältet bestrött med nio rosor av silver."*

**Utmärkelsetecknen**, Frihetskorsets orden, Finlands Vita Ros' orden och Finlands Lejons orden.

**Björneborgarnas marsch**, försvarsmaktens honnörsmarsch.

(Republikens presidents, 2019)

I boken "Suomalaisten symbolit" beskrivs över 60 finländska symboler allt från melankoli till självständighetsfesten på presidentens slott. Bokens redaktörer konstaterar inledningsvis att det finns betydligt fler symboler men att det inte var möjligt att ta med alla i boken. (Halonen & Aro, 2005, s. 10)

Var går då gränsen, vilka symboler ska tas med som Finlands nationella symboler och vilka ska lämnas utanför? Enklast vore att enbart ta med de bildmässiga symbolerna från republikens presidents hemsida. Men utmärkelsetecknen passar inte riktigt in i undersökningen och på samma sätt som rågrödet kan ses som en nationell symbol gör det sig inte heller riktigt rätt som val av symbol för denna avhandling.

Jag har valt att ta Reitalas (1983) avgränsning eller egentligen Finlands fasads symbolbudskap på världsutställningen i New York 1939. Dessa är fyra stycken, flaggan, vapnet eller lejonet, mön och kartan. Flaggan var statsflaggan med vapnet i mitten av korset. Jag separerar de två symbolerna till två självständiga symboler flaggan och vapnet. Nedanom presenteras de utvalda symbolerna skilt för sig.

### **3.6.5 Flaggan**

Enligt Nationalencyklopedin (2019) är nationsflaggan en flagga med funktion att vara symbol för en suverän stat. Finlands flagga beskrivs i Lagen om Finlands flagga §1 "Finlands flagga har ett blått kors på vit botten. Flaggan är antingen nationalflagga eller statsflagga." (FinLex 26.5.1978/380).

Flaggan är en, om inte den allra främsta symbolen och sinnebild för Finland. Flaggan som sinnebild för nationen gäller inte bara Finland. Varje självständig nation på jorden har beklätt

sig i färger så som Stålberg lade orden ovanom. Flaggan och vapnet innefattar den självständiga nationen i dagens värld. Vid sekelskiftet 1800-talet och 1900-talet var det ännu vapnet och regenten som präglade den nationalistiska bilden, dessa förekom bl.a. på pengar och frimärken.

Finlands flaggan är blå och vit. Detta förefaller idag självklart men så var inte fallet för 100 år sedan. Flaggan kunde då likväl ha varit röd med det gyllene finska lejonet på mitten. Att de flesta idag kan känna att en rödgul flagga inte skulle representera Finland lika bra som den blåvita utgör hela essensen i nationalistiska symboler. Sammanträffanden som att Topelius i mitten av 1800-talet såg den röda färgen som upprorisk och revolutionär, en tillskrivelse som färgen fått i Europa under denna tid, gav upphov till hans ställningstaganden för en blåvit flagga. Ställningstagande som kom att uppföljas av fennomanerna fram till självständigheten. Finlands blåvita flagga som många finländare tar som självklar är egentligen en vinst för den ena sidan i en polemik som pågick i nästan 60 år före landets självständighet. (Klinge, 1988) Det är dock viktigt att komma ihåg att 1800-talets flaggdebatt skall ses som ett ganska snävt fenomen. Som Klinge uttrycker det bör flaggan som den diskuterades då, ses på liknande sätt som vi idag ser på landskapsvimplar. Inte som en fana som betecknar en självständig nation. (Klinge, 1988, s. 72–73)

Den blåvita flaggan har sitt historiska ursprung i ryska sjöfartsvimplar och de finska segelsällskapens vimplar. Dessa har stått som modell för den blåvita korsflaggan i slutet av 1800-talet. (Klinge, 1988) Marsrevolutionen i Ryssland 1917 satte igång politiska oroligheter som också frammanade behov av symboler. Nationssymbolerna i Finland trängde undan färgerna och lejonfanan blev den flagga som officiella byggnader flaggade med. I praktiken blev det den officiella flaggan. Inget officiellt beslut fattades om de nationella symbolerna år 1917. Däremot fördes en häftig flaggdebatt i tidningarna under hela året. Beslutet om att flaggan skulle bli blåvit fattades i maj 1918. (Klinge, 1988)

### **3.6.6 Finlands vapen**

Finlands vapen är landets äldsta och värdefullaste symbol. Även om Topelius skrev om landets blåvita färger är Finlands historiska färg röd och Sveriges historiska färg blå (Halonen & Aro, 2005, s. 190)

Finlands vapen beskrivs i Lagen om Finlands vapen; §1 ”Finlands vapen är Finlands historiska vapen, som beskrives på följande sätt: I rött fält ett krönt lejon som trampar på en sabel och vars högra arm ersatts med en harnesklädd arm svingande ett svärd; lejonet, dess krona och bevärning, armharneskets ledplåt och vapnens fästen av guld, vapnens klingor och harnesket av silver; fältet bestrött med nio rosor av silver.” (FinLex 26.5.1978/381)

Bruket av vapen som symboliska sköldar började på 1100-talet som igenkänningsmärken för riddare och går under benämningen heraldik. Dessa heraldiska vapnen blev ett viktigt befästande och synliggörande av makten hos kungahuset. Dessa blev senare även symboler för staten. Heraldiken hade genom sitt bildspråk en central roll i formandet av det vi kallar stat idag. Lejonet som heraldisk symbol är ingen ovanlig symbol. Lejonet och leoparden är och har varit vanliga heraldiska motiv i Nordeuropa. (Halonen & Aro, 2005, s. 190)

Det råder oklarhet kring hur Finlands vapnen kom till men den äldsta avbildningen finns på Gustav Vasas gravmonument från 1580-talet i Uppsala domkyrka. Under den svenska tiden fram till 1809 användes vapnet som symbol för det svenska området på östra sidan av Bottenviken. Under den ryska tiden 1809–1917 var vapnet symbol för storfurstendömet Finland. I samband med självständigheten blev vapnet Finlands stats vapen. (Halonen & Aro, 2005, s. 190)

Vapnet används idag i praktiken av statliga myndigheter som certifikat på handlingar. (Inrikesministeriet, 2019)

### **3.6.7 Finlands mö**

*Den nationella självbilden och fosterlandskänslan förkroppsligas och dokumenterar nationens tillkomst och sökandet efter den nationella identiteten.* (Reitala, 1983, s. 11)

Stater har ofta en förkroppsligad bild av sig själv i form av en ”helig” kvinnogestalt. Så har även Finland i Finlands mö. Finlands mö har omnämnts redan på 1700-talet men gjordes känd via tidningar under nationaltankens uppväxttid på 1800-talet. Motsvarigheter till Finlands mö finner vi i Moder Ryssland, Frankrikes Marianne, Moder Svea i Sverige och Grand Old Dame Britannia. (Halonen & Aro, 2005, s. 168)

Den hittills äldsta kända avbildningen av Finlands mö finns på en medaljillustration till minnet av Kung Karl III:s besök i Finland 1775. (Reitala, 1983, s. 20–23) Avbildningen har inget namn, men i slutet av 1700-talet och början av 1800-talet kommer namnet Aura som kopplar till Åbo att framträda i skrift och i bild. Personligheten Aura framträder även i Sverige i poesi efter att den östra rikshalvan införlivats med Ryssland. Diktmön Auras tid utgår med flytten av universitet från Åbo till Helsingfors. Men det är denna personifierade poetiska person Aura som kommer att stå som sinnebild för vad som ska komma att bli Finlands mö. (Reitala, 1983, s. 25–30)

Finlands mö har beklätts på många olika sätt och det har funnits stridigheter om hur hon ska bekläs. Valter Runebergs Patria staty klär henne i björnpäls något som inte var helt entydigt. Detta var igen en politisk stridslinje mellan svekomaner och fennomoner. På samma sätt som med flaggan. Fennomonerna ville se Finlands mö iklädd folkdräkt (Reitala, 1983 s. 86).

Den kanske kändaste framställningen av Finlands mö jämsides med Walter Runebergs Patria staty är Anfallet (Hyökkäys 1899) av Eetu Isto. Tavlan är ett svar på de rådande politiska stämningarna i Finland efter februarimanifestet 1899. Manifestet degraderade Lantdagen till rådgivande framom lagstiftande organ och bidrog till en hel del politiska konstverk i Finland. Anfallet avbildar Finlands mö i vitt som håller i lagboken som den tvehövdade ryska örnen försöker sätta klorna i. Anfallet kom att bli det verk som omfamnades av folket (Reitala, 1983 s. 94–99). Tavlan som målning har däremot inte ansetts vara något mästerverk. Men det är det politiska budskapet som tydligt framkommer i tavlan som gjort den känd. Som opinionsbildare anses tavlan ha haft en stor inverkan i både Finland och Sverige (Reitala, 1983 s. 101). Föregångaren och inspirationen till Anfallet torde Isto ha fått från Pierre Puvis de Chavannes två målningar från Tysk-franska kriget 1870–1871. På den senare av målningarna håller kvinnan på målningen upp handen som skydd mot den tyska örnen, och omfamnar med den andra armen en vit brevduva (Reitala, 1983 s. 99).

Nationalistiska symboler blev allt vanligare i Finland vid 1900-taets början, detta som följd av ”förryskningspolitiken”. Dock inte som stora monument eller tavlor som Patria eller Anfallet men i form av mindre verk som medaljer, satirteckningar och postkort. (Reitala, 1983 s. 106). Finlands mö hade redan vid ingången av 1900-talet en befäst plats som nationssymbol men det rådde som redan nämnts en skiljelinje och fejd i hur hon skulle vara klädd. (Reitala, 1983 s.107)



Den stora vågen av visuella framställningar av Finlands mö kom efter storstrejken 1905. Det var inte bara Finlands mö utan alla sorters framställningar med nationalistiska motiv. (Reitala, s. 109–111) Kulmen för användningen av symbolen var 1910 i samband med striden för grundlagsrättigheterna. (Reitala, 1983, s. 116) Första världskriget och dess krigscensur tystade användningen av Finlands mö bland satirbilder men i och med självständigheten 1917 blev hon högaktuell igen. (Reitala, 1983, s 120)

Under 20-talet blev det populärt att avbilda Finlands mö iklädd mössa och näverskor i skämttidningar (patalakki och virsut). (Reitala, 1983, s 130) I slutet på 20-talet och på 30-talet framställs hon som smäcker iklädd nationaldräkt. I satirenteckningarna förstärktes rasdragen mellan väst och öst. Finland som smäcker i väst och Sovjet som klumpig med sneda ögon i öst. Finlands mö blev även populär som symbol inom sportjournalistiken och inom resereklamen. Det är under 30-talet som bilden av Finlands mö formas till den rådande framställningen, den vi är vana vid än idag. (Reitala, 1983, s 134–136) En ny höjdpunkt i avbildningen av Finlands mö kom 1939 i Wäinö Aaltonens skulptur Suomen neito som prydde fasaden till Finlands avdelning på världsutställningen i New York. (Reitala, 1983, s 139)

Under kriget återvände avbildningarna av Finlands mö som hotas av yttre inkräktare. Dock inte som satirmotiv då det inte ansågs passade för tidens allvar. (Reitala, 1983, s. 144) Det gjordes även konstnärliga arbeten som avbildade moder Finland före och under kriget. Moder Finland fick däremot aldrig genomslag i samma utsträckning som Finlands mö. (Reitala, 1983, s. 142)

Efter kriget återvände Finlands mö iklädd folkdräkt och stilen standardiserades. Olavi Vepsäläinens affisch Finland, 1948, gjord för Suomen Matkailuyhdistyksen innefattade allt i Finlands mö, hon är blond, fager och iklädd folkdräkt. Konturerna av Finlands karta i bakgrunden samt Kolis naturlandskap gör planschen till rena sinnesbilen för Finland och Finlands mö. (Reitala, 1983, s. 147).

Det är uppenbart att den oförändrade avbildningen av Finlands mö och hennes fortsatta popularitet, hänger samman med den finländska uppfattningen och självidentiteten. Den har bevarats oförändrad (Reitala, 1983, s. 154) och är därmed en klar symbol för nationen.

Den kändaste avbildningen av Finlands mö är Partia statyn skulpterad av Walter Runeberg som tillhör statyhelheten som omger Alexander II:s staty på Senatstorget i Helsingfors. Här avbildas

Finlands mö iklädd ett björnskinn hängande från huvudet över axlarna med en sköld med ordet LEX på i vänster hand, ett svärd i höger hand och med ett lejon bakom sig. Statyn har kopierats och finns även på presidentens slott och i Ständerhuset. (Halonen & Aro, 2005, s. 168)

### 3.6.8 Kartan

År 1494 förekommer Finland första gången utskrivet på en karta. Det är i Hartmann Schedels Liber Cronicarums där namnet är utskrivet på en karta över Europa. Namnet är dock utskrivet på Sveriges sida av Bottenviken. Landområdet öster om Bottenviken är namngett Gravnland och öster om det Rvssia. (Fredriksson, 1994, s. 13)

Fundamentet för vetenskapen om de nordiska länderna i kartväg läggs av Olaus Magnus Carta Marina 1539. Kartan sträcker sig från Nord Atlanten i väster till Finska vikens botten i öster. Olaus syfte med kartan var att visa på det viktiga område som den Katolska kyrkan förlorat till Lutheranerna i samband Reformationen. Kartan är idag mer känd som väggplansch. Trots sina brister hade kartan många nedtecknade landmärken och den hade inflytande över kartor över området Finland i hundra år framöver. (Fredriksson, 1994, s. 24)

Vid sekelskiftet 1500-talet och 1600-talet var det finska området på en karta över Europa ännu långt ute i kanten vad beträffar tydlighet. En jämförelse med området kring medelhavet är i iögonfallande eftersom det området är väldigt noggrant och korrekt avbildat. Mot slutet av 1600-talet börjar även det nordeuropeiska området få sin form. Samtidigt blev kartböcker allt vanligare och spreds blad de bildade klasserna. Vilket stärkte vetenskapen och den geografiska bilden av länderna. (Fredriksson, 1994, s. 43–45) På det österländska kartorna under samma tid är området Finland bara en del i kanten av Ryssland.

Det var Andreas Buraeus Sveriges kartografifaders karta över Lapponia som skulle ge den nya bilden av det nordiska området. Kartan färdigställdes 1610 och trycktes 1626. På kartan framkommer tydliga konturerna av vad vi idag känner till som de nordiska länderna. (Fredriksson, 1994, s. 65–66) Vad gäller Finlands område är det den tydliga profilen av kusten som framkommer på denna karta. Härefter går det nästan tvåhundra år före en ny förnyelse kommer i Geografiska Kartor öfwer Sverige som publiceras 1796–1812. Ny mätteknik

användes och det resulterade i skarpare linjer som anger den övre delen och rikshalvans östra gräns med tydliga linjer. (Fredriksson. 1994. s. 98)

Den första generalkartan över Finland kom 1840. Sinnebilden av kartan befästs 1893 då Gustaf Wilhelm Edlunds skolkarta över Finland kommer. Kartan visar typografin, berg, sjöar och städer men samtidigt ett tydligt avgränsat område, Finland. Detta är den geografiska sinnebilden för Finland. (Fredriksson. 1994. s. 107-108)

I bildframställningar har den geografiska kartan ibland sammankopplats med Finlands mö. Som karta hade mön ingen större genomslagning under den autonoma tiden. Avbildningen fick efter självständigheten ett större lyft. Onni Muusari klädde moder Finland i en karta i ”Suomi-äidin kosijoita ” 1908. Denna framställning fick ingen större uppmärksamhet. (Reitala, 1983, s. 67) 1936 använde Suomen-Matkat Aarne Nopsanens resereklamsbild, Finlande, där Finlands mö avbildas med konturerna av Finlands karta. (Reitala, 1983, s. 136)

### ***3.7 Val av analysenheter, avgränsningar***

Analysenheterna i denna avhandling utgörs av de finländska politiska partiernas budskapsaffischer i riksdagsvalen mellan åren 1919 och 2019. Tidsramen innefattar 30 riksdagsval. Med budskapsaffisch avses den eller de budskapsaffischer partiet använt i sin valreklam. Detta exkluderar affischer som partiernas närstående organisationer använt vid valen t.ex. ungdoms- och kvinnoorganisationers affischer. Detta exkluderar också partiernas kandidataffischer och enskilda kandidaters affischer.

Alla partier som har haft verksamhet under tidsperioden 1919–2019 kommer inte att medtas. Materialbilagan innefattar 11 partier och några affischer från kommunistpartierna men i avhandlingen medtas enbart fyra partier, Samlingspartiet, Centern, Socialdemokraterna och Svenska folkpartiet. Avgränsningen beror på att dessa partier har haft verksamhet under hela tidsperiodens. Avgränsningen beror också på att ett någorlunda jämt material finns av dessa fyra partier. Partierna har egna arkiv där valaffischerna bevarats under åren. Mindre partiernas valmaterial finns i viss mån bevarade på de nationella arkiven, men i varierande utsträckning. Även en ekonomisk aspekt finns i och med att tryckande av valaffischer inte är gratis. Därav finns det också minde material från de mindre partierna.

Valet av analysenheten har gjorts på basen av det material, de affischer, som varit möjliga att hitta. Jag bestämde först att avgränsa materialet till enbart partiernas allmänna budskapsaffischer och lade fokus på att samla in alla affischer som var möjliga att få tag på. Först när sammanställningen var färdig avgränsade jag vilka partier som togs med i analysen.

### **3.7.1 Avgränsning av partiernas valmaterial**

Det här stycket specificerar avgränsningar i partiernas valmaterial. Materialet utgörs av de politiska partiernas valaffischer. Detta betyder valaffischer avsedda för utomhusbruk som partier har använt sig av inför val. De affischer som medtas är det enskilda partiets, gemensamma för hela partiet, budskapsvalaffischer. Således utelämnas partiernas kandidataffischer och enskilda kandidaters egna affischer. Därtill utelämnas all annan form av valmaterial som t.ex. broschyrer, flygblad, banderoller, roll-ups, vimplor, valfilmer, Tv-reklam, webbsidor och internet reklam.

Avgränsningen till enbart partiernas valaffischer kan anses vara snäv med tanke på den mängd valmaterial som framställs inför valen. Vid en kortsiktig tillbakablick kan svaret vara att avgränsningen är för snäv men tidsramen spänner trots allt över 100 år. Valreklam och kampanjer har inte alltid sett ut som de gjort de senaste 30 åren med marknadsföringskanaler som TV och internet erbjuder. Däremot har det tryckta materialet trots allt inte ändrat speciellt mycket till utformning och karaktär under de hundra åren. Kontentan är att materialet är väldigt intressant ur många olika perspektiv. Bara fenomenet att det kontinuerligt framställts under hundra års tid ger konkreta grafiska titthål in i Finlands politiska historia.

Det intressanta med partiernas valaffischer är att de trots ett rådande överutbud av valmaterial, står sig ännu idag. Valaffischen i sig är till fysiska mått nästan identisk med den som användes redan 1919. Således är den största orsaken till att göra avgränsningen så att den enbart innefattar partiernas budskapsaffischer just detta rigida fasthållande vid själva konceptet valaffisch. De politiska partiernas valaffischer kan sägas vara en långt institutionaliserad del av politiska kampanjer. De är även den form av reklam som allmänt sett får den största exponeringen i fråga om konkreta betraktare av materialet. Även det en orsak till att enbart välja valaffischerna i analysen.

### 3.7.2 Undantag

Svenska folkpartiet utgör ett särfall vad gäller partiets tidiga affischer. Ovanom fastslogs att det är budskapsaffischerna som valts ut till studien, inte partiernas kandidataffischer. Här utgör SFP:s grafik ”Mannen vid flaggan” ett undantag. Nedanom illustrerat med två affischer, RKP\_Ekv\_1930\_1 och RKP\_Ekv\_1945\_3, från åren 1930 respektive 1945.



RKP\_Ekv\_1930\_1  
*Svenska centralarkivet*



RKP\_Ekv\_1945\_3  
*Svenska centralarkivet*

Mannen vid flaggan har använts i olika utformningar som partiets grafiska kännetecken från 1907 till 1966. I de tidiga valen fanns grafiken med på partiets valmanifest och senare på partiets kandidataffischer. Mannen vid flaggan är ofta en tredjedel av kandidataffischerna och samtidigt den symbol som kopplats till SFP:s valkampanj. Därav medtas dessa kandidataffischer i analysen.

Sjöström (2003) som granskat SFP:s valaffischer i sin avhandling ”Svenska Folkpartiets valaffischer under lupp” konstaterar att Svenska folkpartiet använde endast ett motiv ”Mannen vid flaggan” från lantdagsvalet 1907 till riksdagsvalet 1936. Efter 1936 använde SFP även andra budskapsaffischer men kvarhöll Mannen vid flaggan på kandidataffischen. Sjöström valde för sin avhandling slumpmässigt ut år 1936 års valaffisch. Jag kommer däremot att ta med alla

affischerna från 1919 till 1966 eftersom "Mannen vid flaggan" kan jämföras med de andra partiernas budskapsaffischer.

### 3.7.3 Språklig avgränsning

När partierna publicerat valaffischer på båda inhemska språken där enbart texten skiljer sig och affischen är endera på finska eller svenska räknas affischen enbart en gång. Ett exempel på detta är Centerpartiets affischer från år 1970, affischerna Kesk\_Ekv\_1970\_1 och Kesk\_Ekv\_1970\_2.



Kesk\_Ekv\_1970\_1  
*Centerns och landsbygdens arkiv*



Kesk\_Ekv\_1970\_2  
*Centerns och landsbygdens arkiv*

### 3.7.4 Partierna

Den ena oberoende variabel i avhandlingen är parti. Således om partiet förklarar graden av nationalism på valaffischen. Partierna som tas med och således utgör oberoende variabeln parti är Samlingspartiet, Centern, SDP och SFP. Centern innefattar i denna avhandling också Agrarförbundet. I denna avhandling placeras de fyra partierna in på en klassisk höger-vänsterskala enligt följande. Samlingspartiet och SFP är tydliga högerpartier. Centern är ett mittenparti och SDP är ett vänsterparti.

### 3.7.5 Tidsindelning

Den andra oberoende variabeln i avhandlingen är tidsperiod som kan visa på förändring över tid. Tidsperioden 1919–2019 delas in i tre perioder. Indelningen är tiden före och under 2 VK, tiden efter 2 VK, dvs kalla kriget och tiden efter Berlinmurens fall.

1. 1919–1945
2. 1946–1989
3. 1990–2019

### 3.8 Kodverktyg

För att genomföra innehållsanalysen var jag tvungen att skapa ett kodverktyg (även kallat kodformulär). Det är kodverktyget som står för reliabiliteten i analysen. Kodningen sker som ovan beskrivits i ett kodformulär uppgjort i Excel. Kodformuläret listar alla utvalda affischer. Sammanlagt 317 affischer togs med i analysen. De utvalda symbolerna har egna kolumner i formuläret. Symbolerna är Finlands flagga, vapen, mö och karta.

#### 3.8.1 Kodvärden och exempel på avvägningar

I kodformuläret under symbolerna framgår kodningssiffrorna för förekommen frekvens. Dessa är noll (0), ett (1) eller två (2). Nedanom beskrivs några exempel på affischer och vilket värde det fått för ifrågavarande symboler och varför de fått ett visst värde.

##### **0 ingen förekomst**

På valaffischen förekommer inte den ifrågavarande symbolen. Detta kodas med siffran 0.

Kodningen illustreras här med två affischer ur materialbilagan SDP\_Ekv\_1927\_4 och RKP\_Ekv\_1962\_1. Den första affischen är en av SDP:s affischer från år 1927 och den andra är en av SFP:s affischer från år 1962. Båda affischerna får värdet 0 för alla fyra symboler. Ingen av symbolerna förekommer på någondera av affischerna.



SDP\_Ekv\_1927\_4  
*Arbetsarkivet*



RKP\_Ekv\_1962\_1  
*Svenska centralarkivet*

### 1 Förekommer mindre tydligt

På valaffischen finns symbolen men den är endera väldigt liten eller otydlig. Det är således inte uppenbart att betraktaren ser eller uppfattar symbolen. Detta kodas med siffran 1. Under denna kategori kommer också de fall där symbolen finns med men strikt taget är det inte symbolen. Således manipuleringar av symbolen.

Kodningen illustreras med två affischer ur materialbilagan Kok\_Ekv\_1930\_2 och Kok\_Ekv\_1954\_6. Båda affischerna är Samlingspartiets affischer den första affischen från år 1930 och den andra är från år 1945. På den första affischen finns flaggan som en mycket liten symbol nere till vänster på affischen. Den är inte tydlig vid en första anblick och får därav värde 1 för flaggan. På den andra affischen är det avbildade mynten 5 mark årgång 1928–1952. Dessa mynt har Finlands vapen på ena sidan. Detta syns inte speciellt tydligt och därav får affischen värdet 1 för vapnet.





Kok\_Ekv\_1930\_2  
 Borgerliga Arbetets Arkiv



Kok\_Ekv\_1954\_6  
 Borgerliga Arbetets Arkiv

## 2 Förekommer tydligt

På valaffischen förekommer tydligt den ifrågavarande symbolen. Detta kodas med siffran 2. Kodningen illustreras med affischerna RKP\_Ekv\_1927\_1 och ML\_Ekv\_1962\_2 från materialbilagan. Den första är SFP:s affisch från 1927 och den andra Agrarförbundets affisch från 1962. På den första affischen syns tydligt Finlands vapen. Affischen kodas med värde 2 för Finlands vapen / lejonet. På den andra affischen syns tydligt konturerna av Finlands karta denna affisch kodas med värde 2 för kartan.



RKP\_Ekv\_1927\_1  
 Svenska centralarkivet



ML\_Ekv\_1962\_2  
 Centerns och landsbygdens arkiv

## Kodningen

När kodningen görs granskas varje utvald bild från bilagan var för sig och tilldelas ett av de tre värdena för varje symbol. Sammanlagt utdelas 1268 kodvärden. Även tid och datum antecknas i formuläret när kodningen görs. Detta har relevans för när omkodningen görs, det så kallade interkodarreliabilitetstest. (Esaiasson et al., 2007, s. 235)

### 3.8.2 Förtydliganden och diskussion kring oklara fall

#### Symbolen förekommer mer än en gång på samma affisch.

När symbolen förekommer fler än en gång på samma affisch räknas den endast en gång. Detta illustreras med Centerns affisch från år 1995, Kesk\_Ekv\_1995\_1. Flaggan förekommer på affischen tydligt nio gånger. Symbolen räknas en gång och får värdet 2; tydligt förekommande.



**Kesk\_Ekv\_1995\_1**

*Centerns och landsbygdens arkiv*

#### Symboler som delvis syns

På en del affischer finns symboler som tydligt syns men grafiskt bara är med till hälften på affischen. Exempel på sådana affischer är SFP:s affisch från år 1945, RKP\_Ekv\_1945\_1, och SDP:s affisch, SDP\_Ekv\_1958\_1, från år 1958. På SFP:s affisch syns vapnet tydligt men enbart halva den bakre delen. På SDP:s affisch syns övre delen av Finlands karta på mer än hava affischen. I båda fallen är symbolerna stora och tydliga därav har båda affischerna fått värdet 2 tydligt förekommande för ifrågavarande symbol.



RKP\_Ekv\_1945\_1

*Svenska centralarkivet*



SDP\_Ekv\_1958\_1

*Arbetararkivet*

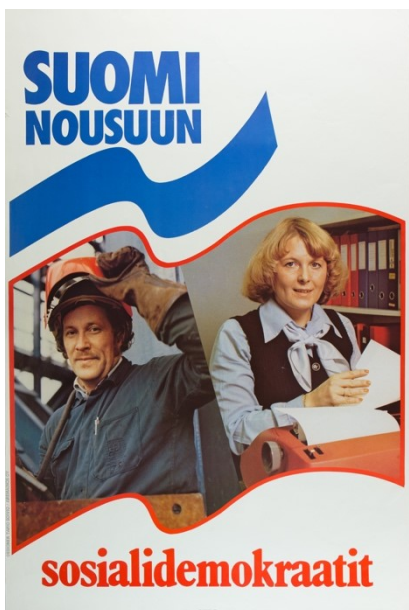
### Otydliga fall

Otydliga fall gäller främst fall där ifrågavarande symbol är grafiskt manipulerad. Av sammanhanget kan iakttagaren förstå att den grafiska bilden syftar på symbolen men strikt taget är det inte symbolen i fråga. Exempel på detta är SDP:s affisch från år 1991, SDP\_Ekv\_1991\_1. Iakttagaren förstår att bakgrunden syftar på flaggorna i de europeiska länderna men symbolerna är inte flaggor utan vågformade sträck. Vid en närmare granskning finns ej heller en blåvit vågformation. Av sammanhanget och vid en snabb titt på affischen kan finländare ändå läsa in att det ljusblåa vågstrecket symboliserar den finska flaggan som en del av sammanhanget. I detta fall är granskningen strikt och affischen får värdet 0 för flaggan.



**SDP\_Ekv\_1991\_1**  
*Arbetararkivet*

Två andra affischer som inte heller är helt entydiga är SDP:s affischer från år 1979, SDP\_Ekv\_1979\_1 och SDP\_Ekv\_1979\_4. Här är det också en vågformation som är blåvit och upptar en ganska stor del av affischens yta. Grafiken är en tydlig avspegling på flaggan även om korset saknas. Dessa affischer fick värde 1 eftersom avspeglingen är så tydlig men grafiskt är flaggan som symbol inte korrekt. Grafiken under vågformationen är också till konturen en flagga vilket ytterligare förstärker avspeglingen.



**SDP\_Ekv\_1979\_1**  
*Arbetararkivet*



**SDP\_Ekv\_1979\_4**  
*Arbetararkivet*

## Storleken

Symbolens storlek kan också utgöra en källa till oklarheter vid kodningen. Exempel på detta är Samlingspartiets affisch från år 1930 Kok\_Ekv\_1930\_2 som visades ovanom och affischerna Kok\_Ekv\_1933\_1 och Kok\_Ekv\_1933\_2 från år 1933. På den första affischen Kok\_Ekv\_1930\_2 syns flaggan som en liten grafisk symbol på en övrigt mycket grafiskt händelserik affisch. Flaggan i sig är inte uppenbar men hittas om iakttagaren betraktar affischen noggrant. Denna affisch fick värdet 1 för flaggan, den förekommer mindre tydligt. Det som kan ifrågasättas är om affisch Kok\_Ekv\_1933\_1 också borde kodas för flaggan med värde 1 eftersom flaggan på den affischen inte är nämnvärt större än på affischen Kok\_Ekv\_1930\_2. Men skillnaden är att flaggan på affisch Kok\_Ekv\_1933\_1 är mitt på affischen och helt iögonfallande för betraktaren. Affischen fick värde 2 förekommer tydligt. Orsaken till att kodningen för affischen Kok\_Ekv\_1933\_1 kan ifrågasättas är när man betraktar affischen jämsides med affischen Kok\_Ekv\_1933\_2. På den senare affischen utgör flaggan nästan hälften av affischen. Här har jag enbart hållit mig till striktheten i om symbolen i fråga förekommer tydligt eller ej. På båda affischerna förekommer symbolen, flaggan, tydligt. Detta trots att storleken varierar betydligt.



**Kok\_Ekv\_1933\_1**  
*Borgerliga Arbetets Arkiv*



**Kok\_Ekv\_1933\_2**  
*Borgerliga Arbetets Arkiv*

Ett annat fall där linjedragningen kan ifrågasättas är Agrarförbundets affisch från år 1958 ML\_Ekv\_1958\_3. På affischen syns en stor jordglob och Finlands område är utmärkt på kartan i gult. Symbolen är väldigt liten men på grund av sammanhanget och grafiken är det symbolen

Finlands karta som är iögonfallande för betraktaren. Affischen kodades med värde 2; förekommer tydligt för kartsymbolen.



**ML\_Ekv\_1958\_3**

*Centerns och landsbygdens arkiv*

### **3.8.3 Konklusion kring linjedragningarna**

Exemplen ovanom visar att det finns fall som ger utrymme för tolkning. Fallen visar att det inte alltid är helt entydigt vilket värde en symbol ska få. De uppsatta kriterierna är strikta och till synes enkla att följa men trots det kom tolkningsbara fall emot. De tolkningsbara fallen var dock få till antalet inte nämnvärt fler än de som presenterats här ovanom. Därav kan jag konstatera att denna tolkningsbarhet är en brist men inget som fäller själva analysen eftersom fallen är så få.

### **3.9 Materialinsamlingen**

Till näst presenteras insamlingen av valaffischerna som var en förutsättning för att genomföra själva avhandlingen. Materialinsamlingen genomfördes hösten 2018 och våren samt sommaren 2019. Det sammanställda resultatet blev bilagan ”Hundra år av valaffischer – Finlands politiska partiers budskapsaffischer i riksdagsvalen 1919–2019”. Sammanställningen är den hittills mest heltäckande samling av de finländska partiernas valaffischer på ett och samma ställe. De partier vars affischer jag tog med i avhandlingen avgränsades först då materialet var sammanställt.

I de kommande styckena beskrivs varifrån materialet är insamlat. Vilka arkiv, bibliotek, partiarkiv och partikanslier jag kontaktat och besökt för att göra sammanställningen av det material som ingår i denna avhandling.

### **3.9.1 Nationalbiblioteket**

Nationalbiblioteket hade den största samlingen affischer som jag kom i kontakt med under insamlingen. Den innefattar affischer från hela det politiska spektrumet och går tillbaka till de allra tidigaste valen.

I Nationalbibliotekets material fanns det ganska stora luckor i affischernas årtal. Även om materialet var mycket välorganiserat tidsmässigt.

Nationalbiblioteket är ett friexemplarsbibliotek som sak få ett friexemplar av alla tryckalster i Finland i enlighet med lagen om deponering och förvaring av kulturmaterial (FinLex 28.12.2007/1433) men det kan konstateras att det finns ganska stora luckor i materialet.

Fotograferingen och datainsamlingen på Nationalbiblioteket blev en mycket bra grund för hela materialinsamlingen. Trots att det fanns luckor i materialet har jag under hela insamlingens gång gått tillbaka till fotografierna för att kunna jämföra med annat insamlingsmaterial. Bilderna har både kunnat bekräfta årtal, fastställa årtal och ge årtal från och till materialet.

### **3.9.2 Abetararkivet, SDP**

SDP:s valaffischer finns samlade i Arbetararkivet, beläget i Sörnäs i Helsingfors. Affischerna är digitaliserade och finns tillgängliga till påseende på portalen finna.fi ([www.finna.fi](http://www.finna.fi)). Detta gjorde insamlingen av dessa affischer väldigt enkel. Jag ombads av arkivet att söka på portalen och skicka in en lista på de affischer jag behövde till min insamling. Jag fick därefter bilderna i digitalt format. Materialet kompletterades endast lite med affischer från de senaste valen som jag fick från partikansliet samt någon enstaka äldre affisch.

### **3.9.3 Borgerliga Arbetets Arkiv, Samlingspartiet**

Samlingspartiets valaffischer finns samlade i Borgerliga Arbetets Arkiv beläget nära Alberga i Esbo. Arkivet har sina valaffischer exemplariskt digitaliserade och till påseende på arkivet. Digitaliseringen är gjord med mycket inskrivna metadata vilket gör sökningar i materialet väldigt enkelt och smidigt. Affischmaterialet är enbart kompletterat med ett fåtal affischer från Nationalbiblioteket och Riksdagens bibliotek.

### **3.9.4 Centerns och landsbygdens arkiv, Centern och Agrarförbundet**

Centern och Agrarförbundets valaffischer finns samlade i Centerns och landsbygdens arkiv beläget i Centerpartiets partikansli i Tölö i Helsingfors. På arkivet var det möjligt att bläddra i en mapp med Centerns valaffischer i postkortsstorlek. Detta var väldigt enkelt och gav en mycket överskådlig bild av materialet. Därefter hade jag möjligheten att beställa de affischer jag behövde i digitalt format. De senaste valens affischer var ännu inte digitaliserade, dessa fotograferade jag på plats. Några affischer kompletterades från Nationalbiblioteket, både riktigt gamla och nya. En affisch kompletterades från Åbo universitetsbibliotek och 2019:s affischer fick jag digitalt från partikansliet.

### **3.9.5 Svenska Centralarkivet, SFP**

Svenska Folkpartiets valaffischer finns samlade i Svenska Centralarkivet beläget i Kampen i Helsingfors. Majoriteten av materialet jag sökte fanns digitaliserat och jag hade möjligt att få tillgång till det på arkivet. En del affischer saknades bland det digitala materialet. Dessa affischer sökte vi fram från arkivets samlingar och fotograferade på ställe. Valaffischerna från år 2015 och 2019 fick jag digitalt från SFP:s partikansli. Helheten kompletterades med några affischer från Nationalbiblioteket och Åbo universitetsbibliotek.

### **3.9.6 Riksdagens bibliotek**

Riksdagens bibliotek beläget i Riksdagens första tillbyggnad har också en ansenlig samling valmaterial. Jag hade på förhand fått en lista över arkivmappar och vilket material de innehöll och kunde beställa fram ett antal mappar åt gången. Materialet är från tiden efter 2 VK och



framåt. Materialet var väldigt systematiskt arkiverat i arkivmappar med årtal vilket var synnerligen välkommet med tanke på årtalsbestämningar. Materialet kompletterande många årtal som inte framgick ur Nationalbibliotekets material. Också här fanns stor variation på bevarat material från de olika valen och också många luckor i materialet. Ett intressant tillägg var alla de val-”attiraljer” som kom emot bland materialet, t.ex. tändsticksaskar, plastpåsar och musikskivor.

### **3.9.7 Åbo universitets bibliotek (Turun yliopiston kirjaston sanomalehti- ja pienpainatepalvelut)**

Turun yliopiston kirjaston sanomalehti- ja pienpainatepalvelut finns i Reso. Materialmässigt fanns det en hel del affischer och årtal som bidrog till att jag kunde bestämma årtal för en del affischer samt en del helt nya affischer.

För att få tillgång till materialet var jag i kontakt med arkivet och beställde fram materialet till en viss dag. Allt material var framlockat och utrymme tillställt för genomgång och fotografering när jag besökte arkivet.

### **3.9.8 Material från partikanslierna**

Centern och SDP har jag varit i kontakt med respektive partikansli för att få de senaste valets affischer. Alla affischer har varit i digitalt format och har därmed kunnat skickas digitalt. SFP:s partikansli besökte jag samtidigt som Svenska Centralarkivet eftersom det ligger i samma byggnad. Där fick jag partiets valaffischer från valen 2019 och 2015 digitalt.

## **3.10 Övrigt**

### **3.10.1 Lahtis affischarmuseum**

Ett arkiv som blev utanför materialinsamlingen är Lahtis affischarmuseum. Detta på grund av att materialet skulle ha kostat att beställa fram. Min devis under hela insamlingen har trots allt varit att jag gör denna sammanställning pro bono, som en form av grundforskning, och jag har därmed inte satt ut pengar för att få tillgång till material. Därav lämnades affischarmuseets

samlingar utanför. Det ska dock nämnas att jag också här fick mycket bra hjälp och bemötande samt fick möjligheten att kolla igenom deras register.

### 3.10.2 Päivälehtiarkivet (Päivälehdien arkisto)

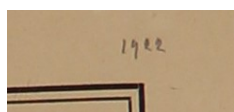
Päivälehtiarkivet som finns på Högbergsgatan i centrala Helsingfors samlar Sanoma koncernernas tidningar. Arkivet upprätthålls av Helsingin Sanomats Stiftelse. Besökaren kan söka fram relevanta artiklar på kunddatorerna och därefter beställa fram inbundna årtal av t.ex. Helsingin Sanomat. Jag besökte arkivet i syfte att kunna fastställa årtal. Konkret genom att söka efter tidningsbilder där affischerna förekom. Besöken på arkivet gav i viss mån resultat med en del nya årtalsbestämningar.

Men här kom också emot huvudbry som en artikel från 21.9.1975 med bilder på 18 affischer var man som forskare först blir glad men vid en närmare anblick fick konstatera att utgående från det egna material hade artikelns affischer flera årtalsfel samt bilder på kommunalvalsaffischer i en artikel för riksdagsvalet. Bilderna i artikel framstod i ljuset av detta som enbart på måfå inkastade.

### 3.10.3 Affischårtal

En utmaning under insamlingen och sammanställningen av materialet var den konkreta avsaknaden av årtal. Enklarest var det när materialet var färdigt digitaliserat och årtalen klart inskrivna. Det var även enkelt att bestämma årtal på affischer när årtalet var inskrivits för hand på själva affischen. Ett annat sätt det absolut mest tillförlitligt var om årtalet fanns tryckt på själva affischen. Årtalet kunde ingå i budskapstexten eller finnas småstilt tryckt i något hörn av affischen oftast sammanhängande med namnet på tryckeriet.

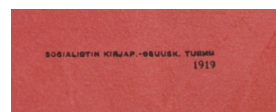
Här är tre exempel på årtalsbestämningen tagna från bilagan.



ML\_Ekv\_1922\_1



SFP\_1907\_1



SDP\_Ekv\_1919\_1

### 3.10.4 Arkivbesök

Besök på arkiven, partiarkiven biblioteken och partikanslierna		
	2018	2019
Riksarkivet	10.10, 15.10, 23.10, 24.10, 27.11	6.3, 7.3, 12.3 15.3, 18.3
Nationalbiblioteket	22.10, 9.11, 16.11, 20.11, 23.11, 27.11, 29.11, 4.12	
Riksdagens bibliotek		8.3, 3.4, 4.4, 5.4 8.4
Åbo universitetsbibliotek (Turun yliopiston kirjaston sanomalehti- ja pienpainatepalvelut)	19.12	
Partiarkiven		
Borgerliga Arbetets Arkiv, Samlingspartiet	25.10,	9.8, 20.8
Centerns och landsbygdens arkiv, Agrarförbundet och Centern	26.10, 12.12	
Folkets Arkiv, Demokratiska Förbundet För Finlands Folk och Vänsterförbundet		15.2, 19.3, 26.3
Svenska Centralarkivet, SFP	29.10, 30.10	24.5, 6.9
Partikanslierna och deras arkiv		
Kristdemokraterna	31.10	25.4
SFP		24.5
Päivälehdten arkisto HS		10.9, 11.9

**Tabell 3.2. Besök på arkiven, partiarkiven biblioteken och partikanslierna.**

## 4 Analys

Analysdelen av min avhandling är genomförd efter insamlingen och sammanställningen av affischerna. Det var förts i detta skede som jag valde ut vilka partier jag tog med i analysen. Ursprungstanken var att alla partier som jag hittat material av skulle tas med i analysen men när materialet var sammanställt blev urvalet trots allt väldigt strikt. Jag valde att enbart inkludera de partier som varit aktivt med under hela tidsperioden 1919–2019. Detta för att få ett så koherent material som möjligt. Partierna som togs med i analysen är Centern (inkluderat Agrarförbundet), Samlingspartiet, SDP och SFP.

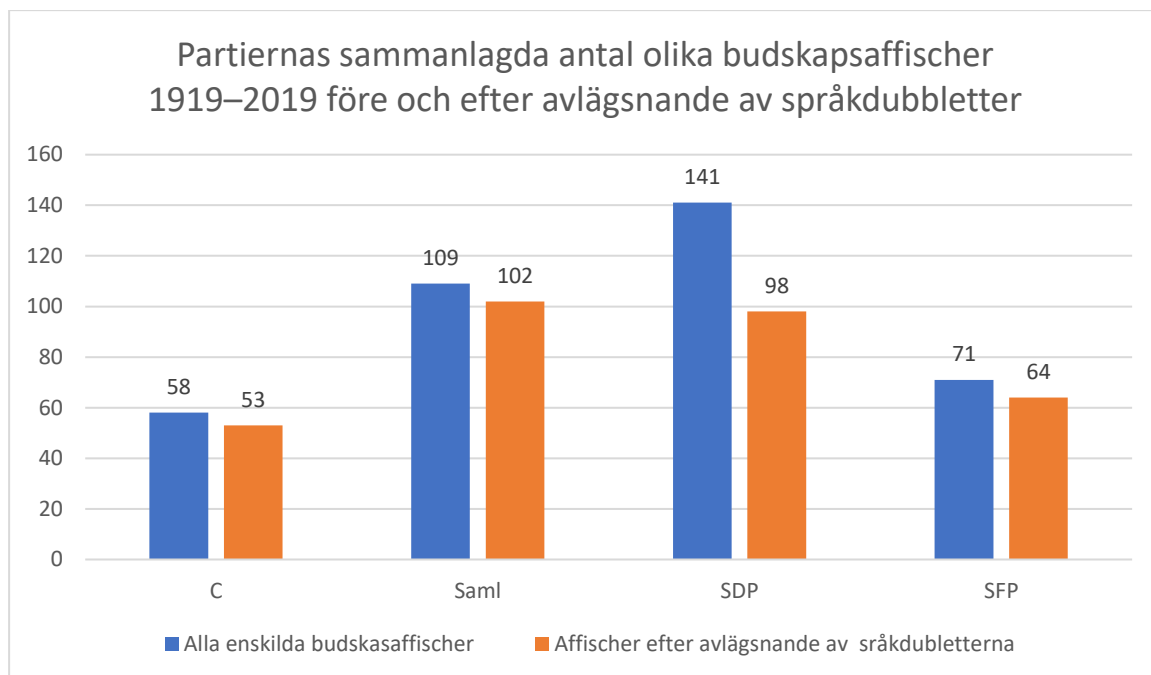
För tre av partierna, Samlingspartiet, SDP och SFP återfinns material från 1919–2019. Centerns material återfinns från år 1922–2019. Därtill finns det några luckor i materialet där en del affischer saknas.

### 4.1 Kodningen

Kodningen av affischerna genomfördes 21.10.2019 och kontrollkodningen gjordes 30.10.2019. I enlighet med beskrivningen av kodningen i forskningsdesignkapitlet gavs varje symbol ett värde för varje affisch. Symbolerna var Finlands flagga, vapnen, mö och kartan. Kodvärdena var 0 för ingen förekomst, 1 för förekommer mindre tydligt och 2 för förekommer tydligt. Totalt fastslogs 1268 enskilda värden.

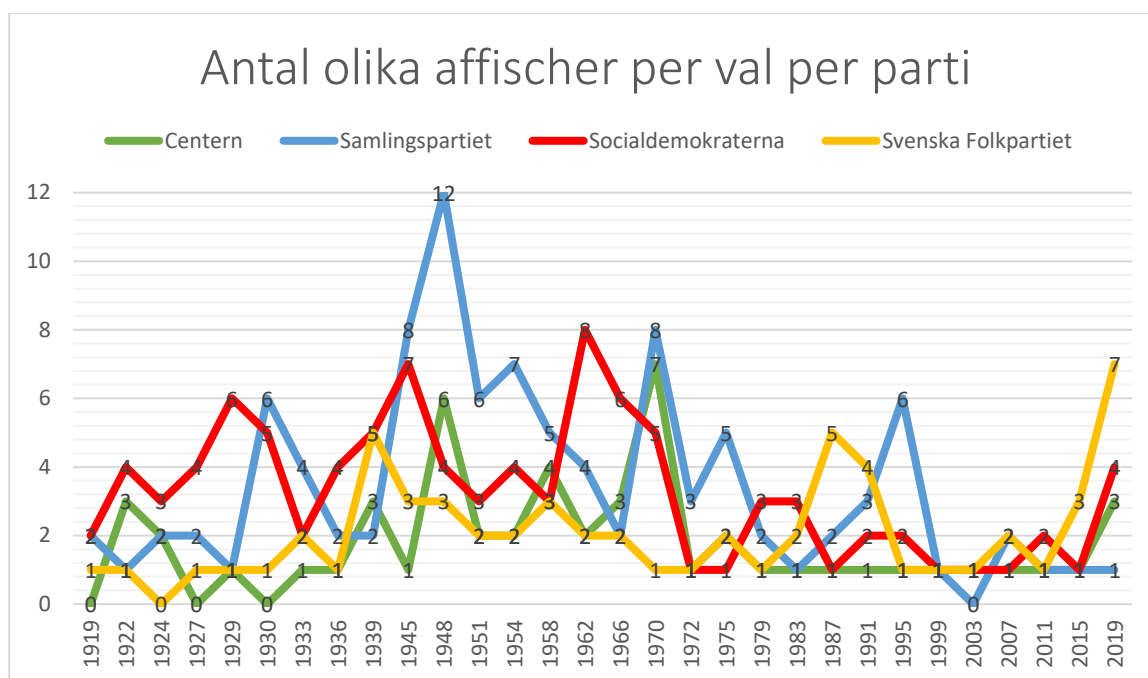
### 4.2 Affischerna

I detta kapitel presenteras affischernas övergripande siffror. Det sammanlagda antalet affischer för de fyra partierna blev 379. Därefter togs språkdubbletterna bort vilket gav ett slutligt antal affischer på 317. De enskilda partiernas antal affischer framgår i diagrammet nedan.



**Diagram 4.1. Partiernas (C, Saml, SDP och SFP) sammanlagda antal olika budskapsaffischer i valen 1919–2019, före och efter avlägsnande av språkdubbletter.**

Siffrorna visar att SDP klart har använt flest olika affischer av alla partierna efterföljt av Samlingspartiet. Center och SFP och har haft ungefär jämbredd i sitt urval, dock så att SFP haft lite fler affischer. Den främsta orsaken till att SDP har den största bredden av valaffischer är att partiet under hela tidsperioden haft en tvåspråkig linje. Valmaterial har funnits på både finska och svenska. Detta syns tydligt då språkdubbletterna plockats bort från materialet. Endast i enstaka val har svenskspråkigt material inte återfunnits för SDP:s del. Utgående från materialet kan konstateras att SDP tryckt majoriteten av affischerna på finska och en tredjedel eller mindre av samma material har tryckts på svenska.



**Diagram 4.2. Partiernas (C, Saml, SDP och SFP) antal olika affischer per val, 1919–2019.**

Diagram 4.2 ger en bild över bredden på affischer som partierna har använt vid de olika valen under hela tidsperioden. Detta belyser också i vilken utsträckning partierna haft resurser att trycka upp affischer. Här bör de luckor som finns i materialet självfallet beaktas och som i diagrammet fått siffran 0, t.ex. Samlingspartiets avsaknad av affisch 2003. Det som är iögonfallande är Samlingspartiets tolv olika affischer år 1948. I övrigt kan konstateras att antalet olika affischer var högre före 70-talet. Ett intressant fenomen är djupdykningen vid förtidsvalet 1972. Således var förekomsten av olika valaffischer liten inför valet 1972. En allmän minskning i variationen ses under 2000-talet för att igen få ett uppsving under de sist valet under hela tidsperioden. En allmän trend är också att partierna vid 70-talet började gå in för några standardiserade affischer framom många olika.

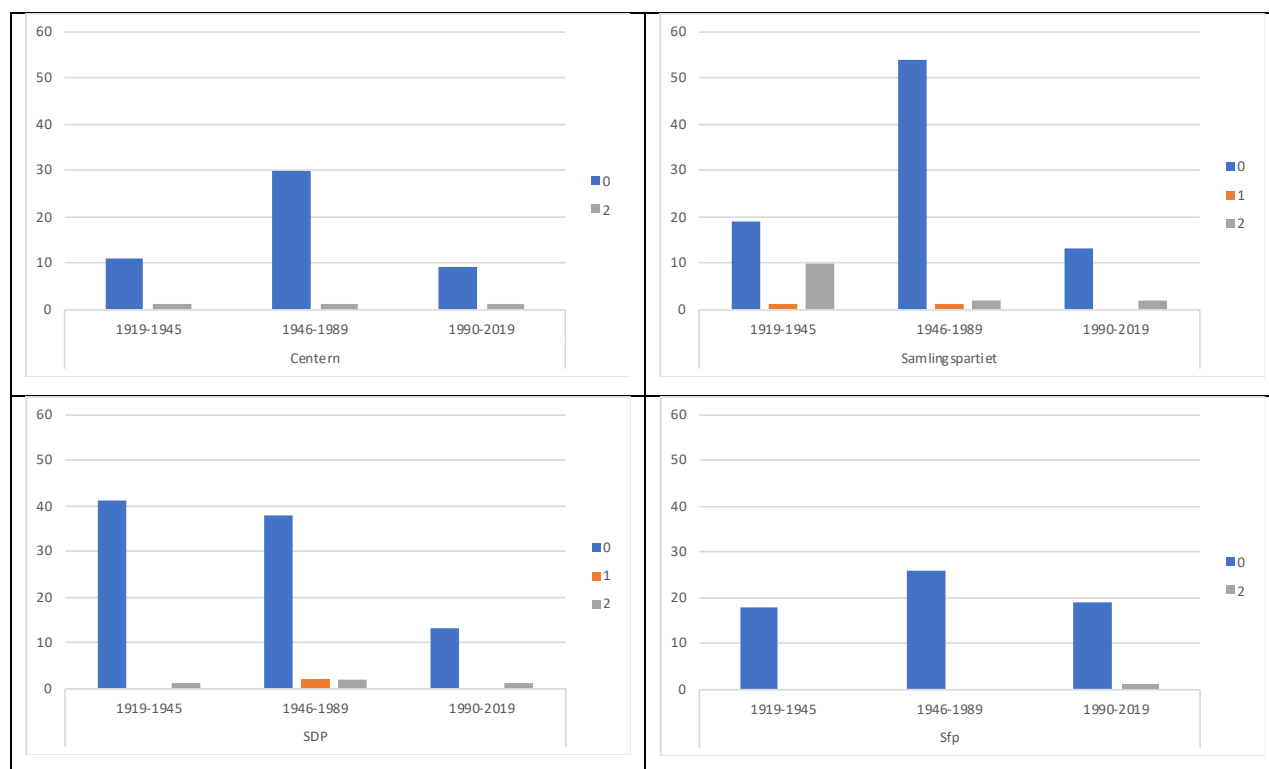
### **4.3 Symbolernas förekomst på valaffischerna**

I detta stycket redogörs för förekomsten av symbolerna på valaffischerna. Först redogörs för symbolerna enskilt för sig och sedan granskas alla symbolerna som en helhet. Presentationen illustreras med stapeldiagram. Diagrammen följer alla samma mönster. På x-axeln visa parti och tidsperiod och på y-axeln visas mängden av det sammanlagda antalet affischer. Staplarna i

diagrammet är färgkodade enligt symbolens förekomst, blå för ingen förekomst, orange för förekommer mindre tydligt och grå för förekommer tydligt.

### 4.3.1 Finlands flaggan

Flaggan som symbol har använts av de fyra partierna i 18 av 30 riksdagsval. Samlingspartiet är klart det parti som sticker ut i användningsgraden. Partiet har använt flaggan i 12 av de 30 valen. Från 1924 till 1936 förekom symbolen på åtminstone en av partiets valaffischer varje val. Därefter förekom symbolen med början år 1945 till 1966 vartannat val på åtminstone en av partiets valaffischer. Efter valet 1966 har partiet enbart använt symbolen två gånger, åren 1995 och 1999.



**Figur 4.1. Flaggan, avsaknad eller förekomst på partiernas (C, Saml, SDP och SFP) valaffischer under tidsperioderna 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019.**

*X-axeln visar parti och tidsperiod medan y-axeln anger antal affischer. Färgerna är blå för 0 ingen förekomst, orange för 1 förekommer mindre tydligt och grått för 2 tydlig förekomst.*

SDP använde flaggan i fyra val 1939, 1979, 1983 och 2003. Centern har använt flaggan i tre val 1939, 1962 och 1995. SFP har bara använt flaggan en enda gång år 1991, intressant nog på en av de finskspråkiga valaffischerna.

Granskat utgående från de tre tidsperioderna är det tydligt att flaggan användes under den första tidsperioden 1919–1945 och att det är Samlingspartiet som använt symbolen. Vad som också är intressant är att SDP och Centern båda använde flaggan år 1939, i ett val som hölls 1 och 2 juli vilket var fem månader före Vinterkrigets utbrott.

Under den andra tidsperioden 1946–1989 är det återigen Samlingspartiet som använt flaggan i flest val, 1951, 1958 och 1966 men med en klart fallande användningsgrad jämfört med den första tidsperioden. SDP har i jämförelse använt flaggan på fler affischer men i enbart två val. Centern använde symbolen i ett val 1962.

Under tidsperioden 1990–2019 är det återigen Samlingspartiet som använt flaggan flest gånger i två val, 1995 och 1999. Symbolen förekom också på Centerns valaffisch 1995. SFP och SDP använde vardera symbolen en gång under tidsperioden, valen 1991 respektive 2003.

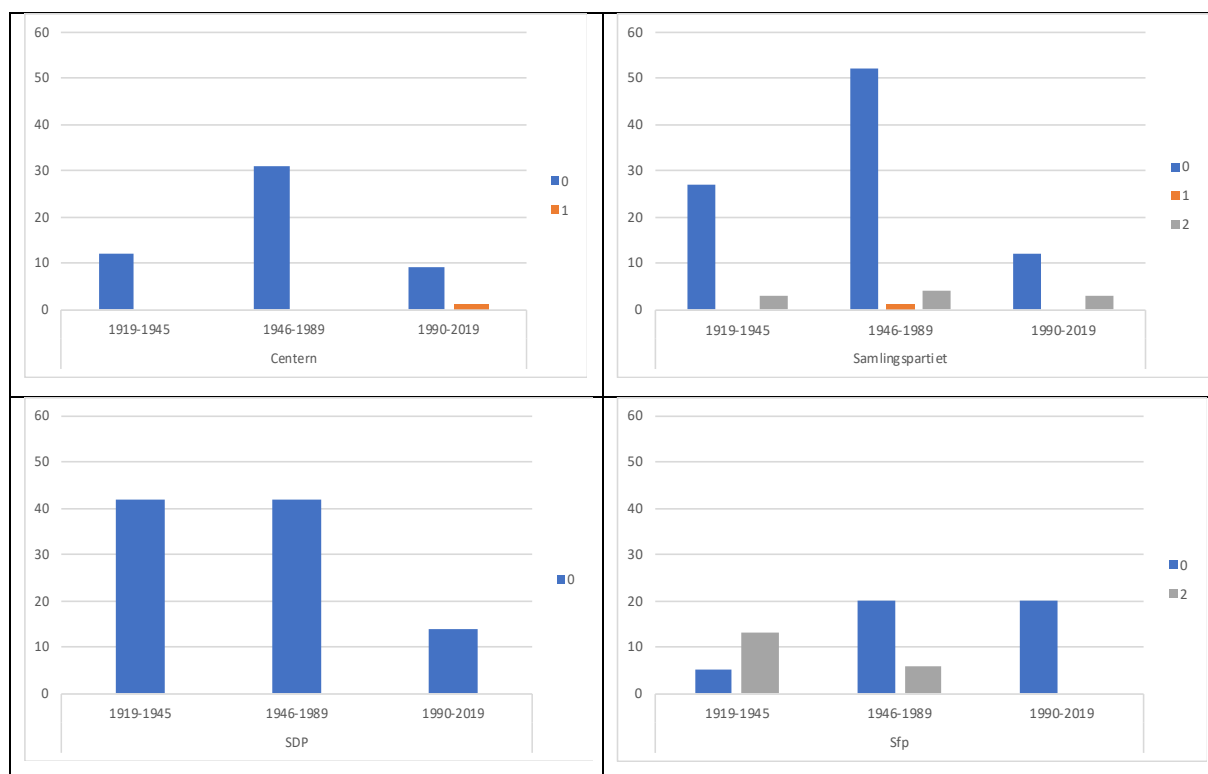
Utgående från materialet är det tydligt Samlingspartiet som har använt flaggan som symbol. Det gäller under hela tidsserien men med tonvikt på den förts tidsperioden och i nedtrappande grad 20 år efter kriget. SFP har däremot undvikit att använda den blåvita korsflaggan. En förklaring till detta är polemiken kring nationsflaggan som beskrevs i forskningsdesignkapitlet. Samlingspartiet har sitt ursprung i fennomanerna som var pådrivande för den blåvita korsflaggan. SFP har i sin tur sitt ursprung i svekomanerna som pådrev att den röda lejonflaggan skulle bli nationsflagga. Detta återspeglas i SFP:s valaffischer med ”Mannen vid flaggan”, som användes 1919–1966. Flaggan är genomgående den röda lejonflaggan. Ett intressant sammanträffande är att både Samlingspartiet och SFP slutade använda respektive flagga samma år, 1966. För att sedan använda flaggsymbolen (korsflaggan) de få gångerna på 1990-talet.

Kontentan är att Samlingspartiet är klart i särklass när det kommer till användningsgraden under den första tidsperioden. På hälften av partiets affischer ingår flaggan. Utöver detta är det mest signifikanta att flaggan inte använts i någon större utsträckning. Varken av de andra partierna under den första tidsperioden eller av alla partierna under de två följande tidsperioderna. Förekomsten under de två senare tidsperioderna har framförallt varit sporadisk och i den senare delen av hela tidsperioden utan tydlig koppling till parti.



### 4.3.2 Finlands vapen / lejonet

Finlands vapen eller lejonet har förekommit som symbol på valaffischer i 18 av 30 riksdagsval. SFP är det partiet som sticker ut i användningsgården av symbolen. Partiet har använt symbolen i 16 val. Förklaring till detta är att partiet använde ”Mannen vid flaggan” i alla val mellan år 1919 och 1966. Flaggan på bilden är den röda lejonflaggan. Mannen vid flaggan användes även före 1919. Efter 1966 har partiet inte använt symbolen en enda gång.



**Figur 4.2. Vapnet / lejonet, avsaknad eller förekomst på partiernas (C, Saml, SDP och SFP) valaffischer under tidsperioderna 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019.**

*X-axeln visar parti och tidsperiod medan y-axeln anger antal affischer. Färgerna är blå för 0 ingen förekomst, orange för 1 förekommer mindre tydligt och grått för 2 tydlig förekomst.*

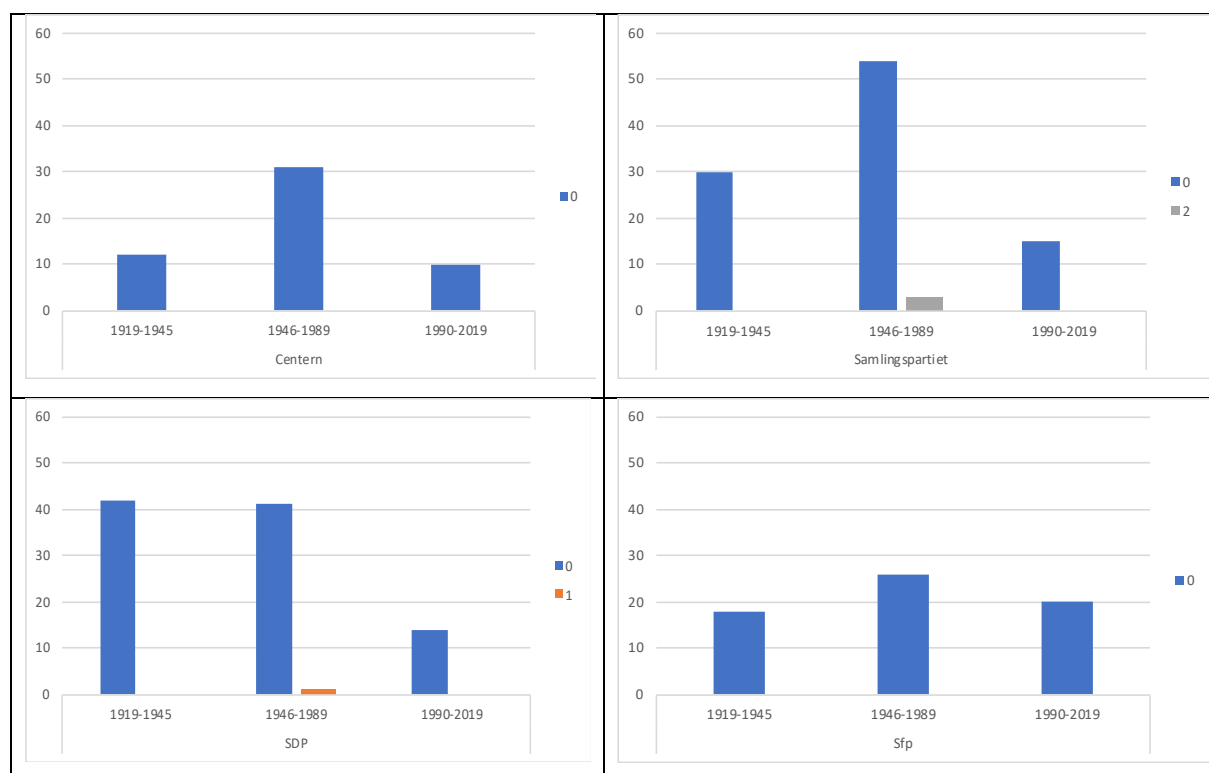
Samlingspartiet har använt symbolen i sju val 1930, 1936, 1945, 1948, 1954, 1985 och 1991. Centern använde symbolen en gång 1995. SDP har inte använt symbolen en enda gång under tidsperioden.

Utgående från tidsperioderna har symbolen använts flitigast under den första tidsperioden 1919–1945 och under första hälften av andra tidsperioden 1946–1989. Det står också klart att det är SFP och Samlingspartiet som använt sig av symbolen. För Samlingspartiets del kommer lejonsymbolen starkt fram i valet 1991 där symbolen utgör en grafisk del av partiets namn. Det

bör nämnas att lejonsymbolen är ett av Samlingspartiets grafiska element. Trots detta har partiet enbart använts symbolen på budskapsaffischerna under ett val under den sista tidsperioden 1990–2019.

### 4.3.3 Finlands mö

Finlands mö förekommer som symbol enbart i två val under hela tidsperioden 1919–2019. År 1948 förekommer hon en gång på Samlingspartiets affisch. Därefter förekommer hon på två av Samlingspartiets affischer och en av SDP:s affischer 1954. Det bör poängteras att avbildningarna är totalt olika till sin karaktär, partierna emellan. På Samlingspartiets affischer är Finlands mö avbildad som en grafisk version av Patria statyn medan SDP:s avbildning är skämtsam och därtill inte en tydligt förekommande symbol på affischen. Centern och SFP har inte använt symbolen en enda gång under de hundra åren.



**Figur 4.3. Finlands mö, avsaknad eller förekomst på partiernas (C, Saml, SDP och SFP) valaffischer under tidsperioderna 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019.**

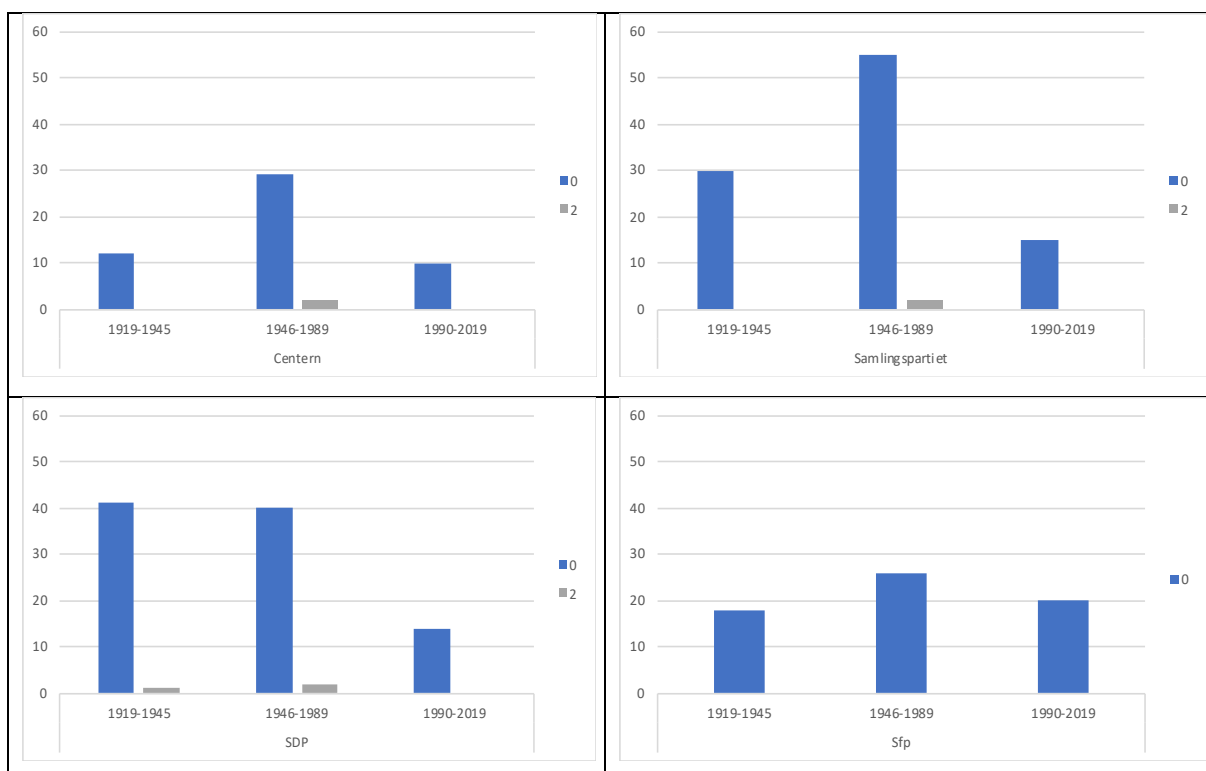
*X-axeln visar parti och tidsperiod medan y-axeln anger antal affischer. Färgerna är blå för 0 ingen förekomst, orange för 1 förekommer mindre tydligt och grått för 2 tydlig förekomst.*

Tidsmässigt infaller användningen av symbolen under början av andra tidsperioden 1946–1989. Det kan konstateras att samplet för förekomsten är för liten för att dra några konkreta slutsatser. Vad detta däremot konkret påvisar är att Finlands mö inte har använts som symbol av partierna.

#### 4.3.4 Finlands Kartan

Kartan som symbol har använts i fyra val under hela tidsperioden 1919–2019. SDP är det parti som använt symbolen flest gånger, 1939, 1948 och 1958. Samlingspartiet och Centern använde båda symbolen 1958 och 1962. SFP använde inte symbolen en enda gång under tidsserien.

Tidsmässigt förekom kartan en gång under den första tidsperioden 1919–1945. Därefter tre gånger under första delen av den andra tidsperioden 1946–1989, för att därefter inte användas alls under resten av tidsperioden och ej heller under den sista tidsperioden. Slutsatsen blir den samma som för Finlands mö att det signifikanta är hur lite symbolen använts.



**Figur 4.4. Kartan, avsaknad eller förekomst på partiernas (C, Saml, SDP, SFP) valaffischer under tidsperioderna 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019.**

*X-axeln visar parti och tidsperiod medan y-axeln anger antal affischer. Färgerna är blå för 0 ingen förekomst och grått för 2 tydlig förekomst.*

Före vi går över till att granska symbolerna som helhet presenteras ännu de enskilda symbolernas procentuella fördelning i tabellen nedan. Tabellen ger en överskådlig bild av symbolernas förekomst i procent enligt förekomstvärde. Siffrorna förtydligar bilden av att de nationalistiska symbolerna har förekommit på högerpartierna Samlingspartiet och SFP:s valaffischer under den första tidsperioden 1919–1945 och i fallande grad under den andra tidsperioden.

Tabellen visar varje parti enskilt varefter de tre tidsperioderna 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019 är insatta. Varje tidsperiod är uppdelad i de tre värdena som affischerna kan anta som är ingen förekomst, förekommer minde tydligt och tydlig förekomst. Därefter visas den procentuella fördelningen av förekomsten av symbolen utgående från alla partiets affischer för ifrågavarande tidsperiod.

Parti	Årtal	Graden av förekomst	flagga	vapen	mö	karta
Samlingspartiet	1919-1945	ingen förekomst	63 %	90 %	100 %	100 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	3 %	0 %	0	0
		tydlig förekomst	33 %	10 %	0	0
	1946-1989	ingen förekomst	95 %	91 %	95 %	96 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	2 %	2 %	0 %	0 %
		tydlig förekomst	4 %	7 %	5 %	4 %
	1990-2019	ingen förekomst	87 %	80 %	100 %	100 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	0 %	0 %	0 %	0 %
		tydlig förekomst	13 %	20 %	0 %	0 %
Centern	1919-1945	ingen förekomst	92 %	100 %	100 %	100 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	0 %	0 %	0	0
		tydlig förekomst	8 %	0 %	0	0
	1946-1989	ingen förekomst	97 %	100 %	100 %	94 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	0 %	0 %	0 %	0 %
		tydlig förekomst	3 %	0 %	0 %	6 %
	1990-2019	ingen förekomst	90 %	90 %	100 %	100 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	0 %	10 %	0 %	0 %
		tydlig förekomst	10 %	0 %	0 %	0 %
SDP	1919-1945	ingen förekomst	98 %	100 %	100 %	95 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	0 %	0 %	0 %	0 %
		tydlig förekomst	2 %	0 %	0 %	5 %
	1946-1989	ingen förekomst	90 %	100 %	98 %	95 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	5 %	0 %	2 %	0 %
		tydlig förekomst	5 %	0 %	0 %	5 %
	1990-2019	ingen förekomst	93 %	100 %	100 %	100 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	0 %	0 %	0 %	0 %
		tydlig förekomst	7 %	0 %	0 %	0 %
Sfp	1919-1945	ingen förekomst	100 %	28 %	100 %	100 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	0 %	0 %	0 %	0 %
		tydlig förekomst	0 %	72 %	0 %	0 %
	1946-1989	ingen förekomst	100 %	77 %	100 %	100 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	0 %	0 %	0 %	0 %
		tydlig förekomst	0 %	23 %	0 %	0 %
	1990-2019	ingen förekomst	95 %	100 %	100 %	100 %
		förekommer mindre tydlig förekomst	0 %	0 %	0 %	0 %
		tydlig förekomst	5 %	0 %	0 %	0 %

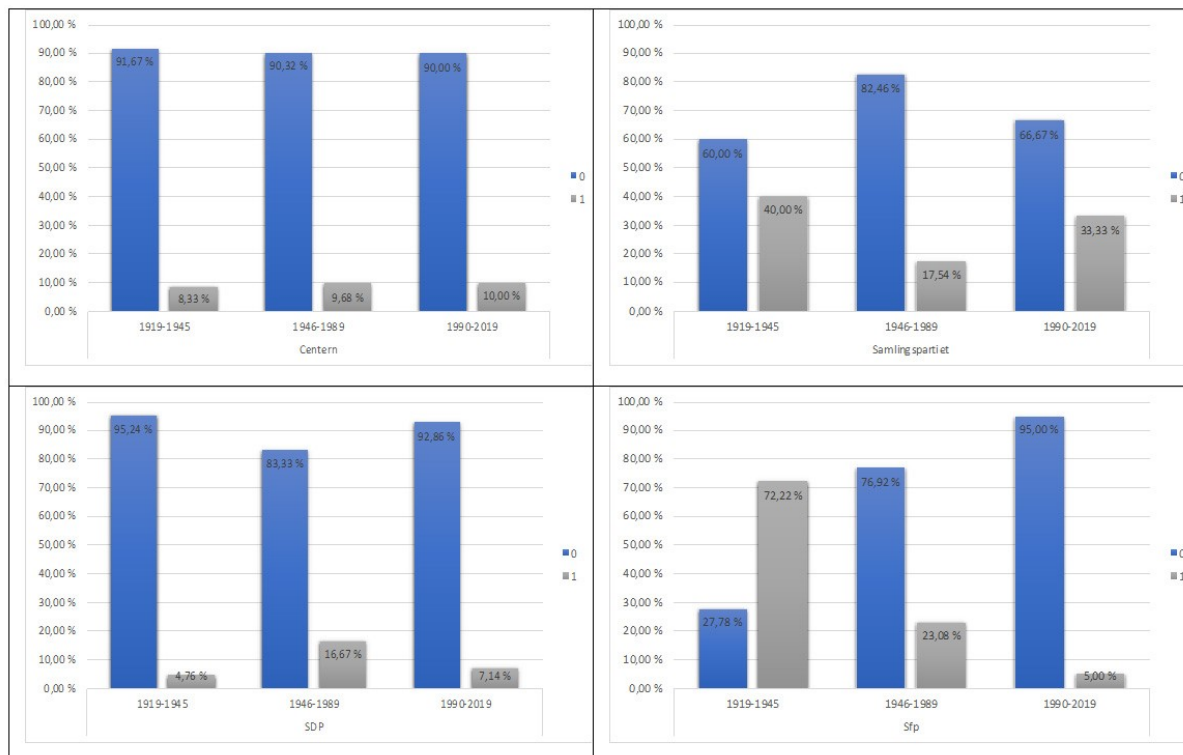
**Tabell 4.1. Den procentuella förekomsten av symbolerna, flaggan, vapnet, mön och kartan på partiernas (C, Saml, SDP och SFP) valaffischer under tidsperioderna 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019.**

#### **4.4 Graden av nationalism på valaffischerna**

Detta stycket ser på graden av nationalism på valaffischerna. Här analyseras alla symboler som helhet och deras förekomst på de fyra partiernas budskapsaffischer som helhet under de tre tidsperioderna.

I figur 4.5 har de tidigare använda kodningsvärdena förekommer mindre tydligt och förekommer tydligt slagits samman under samma kategori ett (1) som betecknar förekomst.

Materialet granskas utifrån om någon av de fyra symbolerna förekommer eller inte förekommer på affischerna under de tre tidsperioderna. Diagrammen visar fördelningen i procent. Värdet noll (0) ”ingen förekomst” visas som blåa staplar och värdet ett (1) ”förekomst” visas som gråa staplar”.



**Figur 4.5. Alla symbolerna flaggan, vapnet, mön och kartans sammanlagda procentuella förekomst på partiernas (C, Saml, SDP, SFP) valaffischer under tidsperioderna 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019.**

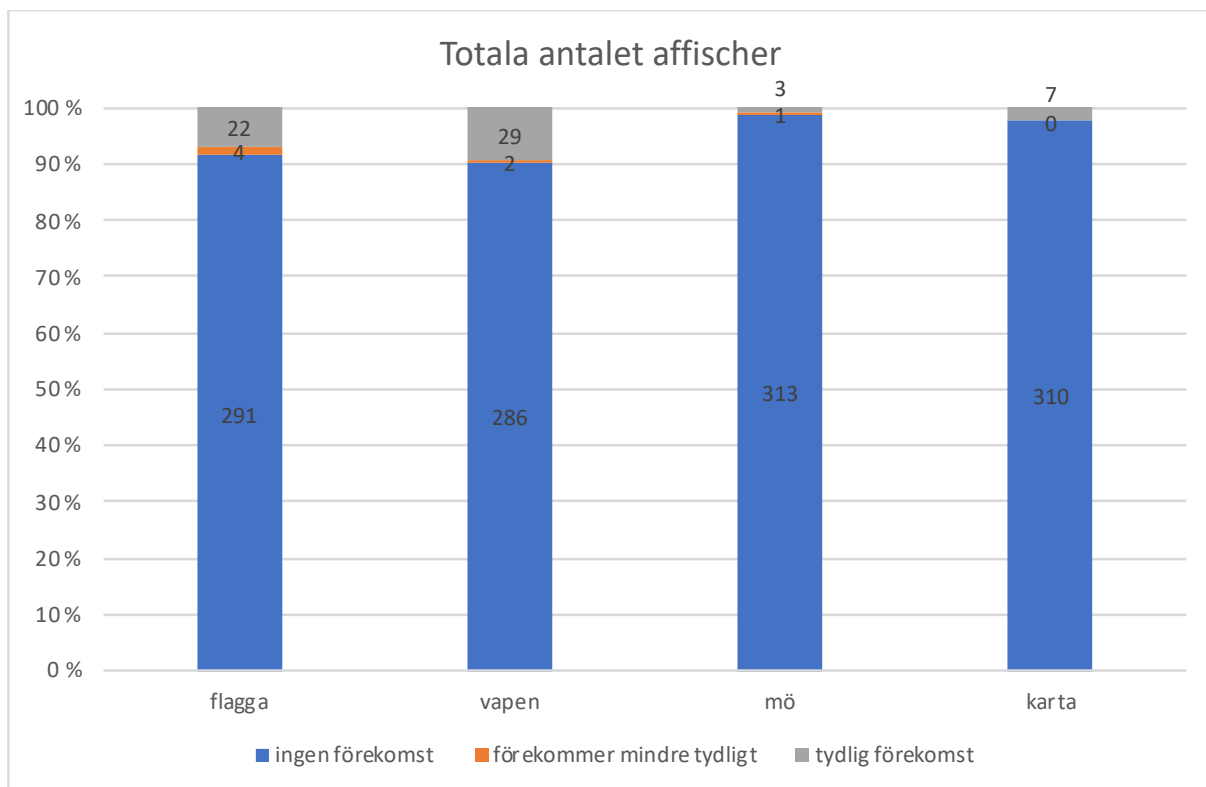
*Staplarnas färgkodning är blå för 0 ingen förekomst och grå för 1 förekomst.*

Siffrorna i diagrammen förstärker det som redan kom fram ovanom att det är högerpartierna Samlingspartiet och SFP som sticker ut i graden av använda symbolerna. Under den första tidsperioden förekom någon av symbolerna på 72% av SFP:s affischer och på 40 % av Samlingspartiets affischer. För SFP var det lejonet som förekom och för Samlingspartiet var det flaggan och lejonet. SFP:s 28% ingen förekomst under den första tidsperioden utgörs av de affischer som hade andra motiv än ”Mannen vid flaggan”. Graden av förekomst på Centerns affischer under den första tidsperioden är 8 % och för SDP 5%. För SDP handlar det om två affischer från 1939, på en är det flaggan och på den andra är det kartan. Dessa affischer är överlag partiets mest nationalistiska affischer genom tiderna.

Under den andra tidsperioden är det igen SFP och Samlingspartiet som har den högsta procentuella förekomsten av symboler på sina affischer. SFP kommer upp till 23% åter igen beroende av att ”Mannen vid flaggan” användes fram till 1966. Samlingspartiet kommer upp till 18 %. Partiet använde under tidsperioden alla de fyra symbolerna. Intressant är att SDP kommer upp till 17% under tidsperioden. Centern stannar på 10%.

Under den tredje tidsperioden är det Samlingspartiet som har den högsta förekomsten på 33%. Centern landar på 10 % och SDP på 7%. SFP som tidigare hade hög förekomst är nu nere på 5%, vilket utgör förekomst på en affisch.

Till sist, för att ge en helhetsbild av användningen av nationalistiska symboler på valaffischer ser vi på diagram 4.3. Diagrammet visar den procentuella fördelningen mellan de tre värden ingen förekomst, förekommer mindre tydligt och tydlig förekomst av de enskilda symbolerna för alla fyra partiernas affischer sammantaget för hela tidsperioden 1919–2019. Antalet affischer för de olika värdena kan ses i stapeldiagrammen.



**Diagram 4.3 Förekomsten av symbolerna flaggan, vapnet, mön och kartans på alla fyra partierna (C, Saml, SDP, SFP) sammanlagda antal affischer 1919–2019.**

*Staplarnas färgkodning är blå för 0 ingen förekomst, orange för 1 förekommer mindre tydligt och grå för 2 förekommer tydligt.*

Diagrammet illustrerar tydligt att förekomsten av nationalistiska symboler på det hela taget under de 100 åren inte använts i någon stor utsträckning. Symbolerna användes under den första tidsperioden och början av den andra av högerpartierna Samlingspartiet och SFP. Beaktat hela materialet är användningen nästan förvånansvärt liten. Det är helt klart andra motiv än nationalistiska symboler som fyllt majoriteten av valaffischerna under de senaste hundra åren.



## 5 Sammanfattning och konklusioner

Avhandlingens syfte var att granska förekomsten av nationalistiska symboler i den finländska valreklamerna. Möjligheterna för genomförandet och materialurvalet är stort. Jag valde att göra en longitudinell kvantitativ innehållsanalys för att erhålla siffror som jag skulle kunna jämföra med oberoende variabler. Konkret har jag granskat förekomsten av nationalistiska symboler på fyra partiernas budskapsvalaffischer i riksdagsvalen mellan åren 1919 och 2019. Innehållsanslynsens resultat jämfördes sedan med variablerna parti, där Centern, Samlingspartiet, Socialdemokraterna och Svenska folkpartiet ingår samt tre tidsperioder, som är 1919–1945, 1946–1989 och 1990–2019.

Den kvantitativa innehållsanalysen av materialet genomfördes när materialet fanns insamlat. Symbolerna som granskades för förekomst på affischerna i innehållsanalysen var Finlands flagga, vapen/lejon, mö och karta. Varje affisch i undersökningen fick ett eget värde för förekomsten eller avsaknaden av nationalistiska symboler.

I analysen framkom några tydliga mönster. Samlingspartiet är det parti som använt flaggan mest på sina affischer. Partiet använde flaggan under den första tidsperioden och därefter under den första hälften av den andra tidsperioden i nedtrappande mån. Ett val som sticker ut gällande användningen av flaggan är år 1939. Då användes symbolen av Centern och SDP, dock inte av Samlingspartiet. Här kan tilläggas att också partierna Nationella Framstegspartiet (Liberalerna) och Fosterländska Folk rörelsen använde flaggan på sina affischer år 1939. Detta kan betraktas i ljuset av att valet hölls fem månader före Vinterkriget utbrott. SFP är det parti som använt flaggan minst. Partiet har använt flaggan en gång på en finskspråkig valaffisch år 1991. SFP har däremot använt vapnet, i form av den röda lejonflaggan, mest av de fyra partierna. Förklaringen till detta ligger i att partiet använde samma grafiska motiv ”Mannen vid flaggan” i omarbetade former i alla val mellan åren 1919 och 1966. Flaggan på ”Mannen vid flaggan” är den röda lejonflaggan.

Att Samlingspartiet och SFP båda använde sig av flaggor men av olika flaggor har sin historiska förklaring i den polemik kring nationsflaggan som pågick under 60 år före självständigheten. Samlingspartiet har sitt ursprung i fennomanerna som var pådrivande för den blåvita korsflaggan. SFP har sitt ursprung i svekomanerna som pådrev att den röda lejonflaggan skulle

bli nationsflagga. Att båda partierna upphörde att använda respektive flagga efter valet 1966 är ett intressant sammanträffande. Kopplat till teorin, både Ingleharts moderniseringsteori och Norris typologi av den politiska kampanjkommunikationens utveckling, förefaller det nästan skrämmande exakt att dessa partierna just det året lämnar sina faggor bakom sig som symbol. Trots att användningen av korsflaggan ännu skulle förekomma ett fåtal gånger efter detta. Tidpunkten är exakt överensstämmande med övergångsfasen där den politiska gruppidentiteten luckras upp och ”catch-all” strategier tar form.

Samlingspartiet har också använt lejonet på sina valaffischer. En förklaring till detta är att lejonet är ett av partiets äldsta grafiska element. Därav var det nästan förvånansvärt att inte symbolen förekom i större utsträckning på partiets budskapsaffischer överlag.

De två andra granskade symbolerna, Finlands mö och kartan, har förekommit väldigt sporadiskt och få gånger under tidperioden 1919–2019. Detta gäller för alla fyra partiers affischer. Finlands mö har förekommit som en del av Patria statyns bildmässiga komposition och har då varit en symbol använd av högern.

Betraktas användningen av nationalistiska symboler som helhet och jämförs med partierna är det tydligt högerpartierna Samlingspartiet och SFP som har använt nationalistiska symboler på sina affischer. Den intensivaste användningen är tydligt under den första tidsperioden 1919–1945, varefter användningen trappas ner under den andra tidsperioden 1946–1989, för att sedan enbart återkomma några sporadiska gånger under den sista tidsperioden 1990–2019. Denna förändring stämmer väl i tid med Ingleharts moderniseringsteori. Teorin uttrycker att moderniseringen efterföljs av sekularisering, vilket i sin tur förklarar att dessa symboler tappas i betydelse när samhället moderniserats. Detta sammanfaller även väl med tidsperioderna. Kraftig förekomst av nationalistiska symboler bland högerpartierna under den första tidsperioden. Därefter avtagande förekomst under den andra tidsperioden då samhället moderniserades som ett led i uppbyggnaden efter kriget. Den sista tidsperioden illustrerar sedan det sekulariserade samhället där symbolerna tappat sitt värde och därmed inte aktivt används utan istället förekommer de sporadiskt och utan tydlig koppling till höger eller vänsterparti.

Centerns användning av symbolerna sticker i viss mån ut eftersom partiet inte nämnvärt använt sig av dem. Resultatet uppvisar enbart sporadisk användning av de undersökta symbolerna. SDP är det partiet som i helhet använt sig minst av nationalistiska symboler. Partiet är i analysen

det tydliga vänsterpartiet. En symbol som däremot förekom på SDP:s affischer under den första tidsperioden är den röda flaggan. Men trots det inte i samma utsträckning som den blåvita förekom på Samlingspartiets affischer eller som lejonflaggan förekom på SFP:s affischer under samma tidsperiod. Intressant är att SDP har använt den blåvita korsflaggan under slutet på den andra tidsperioden och under den tredje tidsperioden. Jag drar slutsatsen att detta är ett uttryck för ”catch-all” strategi från partiets sida.

Analysen bekräftar det som Hovi-Wasastjerna (1999) konstaterat att det är högerpartierna som använt sig av de fosterländska klichéerna som bl.a. Finlands flagga och vapen. Vänsterpartierna har å sin sida använt sig av den internationella vänsterns bildspråk vilket stämmer överens med analysen. Hovi-Wasastjerna (1999) skriver också att det tydliga bildspråket som tidigare skilt partierna åt minskat sedan 70-talet och även det så tydliga färgspråket mattas ut. Med stöd av bildmaterialet från de fyra partierna kan det specifika valåret när övergången skett tydligt identifieras, för de fyra partierna. Först ut är Centern (då Agrarförbundet) med en av sina affischer 1962 som är en konkret brytning från partiets tidigare linjen mot en tydlig allmän ”catch-all” affisch. Landsbygden hålls kvar på 1966 års affisch men 1970 går partiet fullt ut gällande ”catch-all” med enbart partinamnet och en kompassros. Därtill görs affischen första gången på både finska och svenska. SDP ändrar sitt bildspråk år 1966. SFP gör sin stora förändring 1970 när partiet inte längre använder ”Mannen vid flaggan” och dessutom bara använder sig av kandidataffischer. Samlingspartiet ändrar också mycket tydligt sitt bildspråk år 1970. Om detta kopplas till avhandlingens analys över tid ses den tydliga förändringen i den andra tidsperiodens mitt när partierna lämnar sitt tidigare så tydliga bildspråk bakom sig.

Analysen stärker och bekräftar Norris (2004) teori om valkampanjernas utveckling. Symbolerna som partierna har använt har varit för att bestyrka och bekräfta den egna gruppens identitet. I ljuset av detta är det symbolen som representerar partiet. Samlingspartiet representeras och synliggörs visuellt med den blåvita korsflaggan. Flaggan är inte något som enbart klistrats på partiets första valaffischer, utan den är i själva verket en symbol för gruppidentiteten, fennomanerna, och har sitt ursprung i en flaggpolemik som påbörjats 60 år tidigare. Det samma gäller SFP:s användning av lejonflaggan i ”Mannen vid flaggan”. Symbolen är svekomanernas symbol som stod jämsides fennomanerna under samma tid. Symbolerna stärker gruppidentiteten, eller är i själva verket symbolen som gör själva gruppen. Kontexten under den pre-moderna kampanjen var att partiets uppgift var att ”uppvigla den egna väljarkåren” till att rösta för det egna lägret i ett samhälle där djupa sociala klyftor skilde de

olika väljarlägren åt. På samma vis som den blåvita flaggan och lejonflaggan finns på Samlingspartiets respektive SFP:s affischer finns den röda flaggan eller mer specifikt den röda färgen med på SDP:s affischer. Något som förenar, signalerar och förstärker gruppidentiteten och gruppen.

När jag ser på materialet som helhet och vilka siffror innehållsanalysen genererade är det främst avsaknaden av nationalistiska symboler som är iögonfallande. Det är också det mest signifikanta för själva analysen. Även om vi ser en tydlig användning av flaggan av Samlingspartiet och vapnet av SFP i början av tidserien 1919–2020 så avtar användningen drastiskt. Jämförs förekomsten med alla affischer under hela tidserien är förekomsten försvinnande liten. Både flaggan och vapnet stannar på under 10% i förekomst på alla fyra partiers sammanlagda affischantal. Finlands mö och kartans förekomst på det sammanlagda affischantalet stannar på 1% respektive 2% procent.

En högre grad av förekomst skulle eventuellt ha uppnåtts om fler än enbart de fyra nu utvalda symbolerna skulle ha tagits med. Som framgår i forskningsdesignkapitlet kunde dessa ha varit 60 stycken eller ännu fler. Även om alla tänkbara nationalistiska symboler helt klart inte skulle passa att ta med fanns det trots allt några symboler som är värda att nämna. Dessa är nationallandskapet, riksdagen och LEX eller lagen. Nationallandskapet som symbol skulle helt enkelt varit för svår att avgränsa. Men det ska nämnas att just landskapet är den starka symbolen för Centerpartiet. Riksdagen och lagen är symboler som också har använts och kunde gå under det som Hovi-Wasastjärnä kallar poliska klichéer.

Med facit på hand kan jag konstatera att studien bar frukt. Trots snäva avgränsningar i innehållsanalysen, var metoden rätt för att undersöka det stora antalet affischer. Ett deskriptivt angreppssätt skulle inte ha varit möjligt för alla de 317 affischerna. I analysen framkom att förekomsten av de nationalistiska symbolerna trots allt, över hela tidsperioden 1919–2019, är väldigt liten. Baserat på denna kunskap kunde fortsatta studier kvalitativt granska de specifika affischer där symbolerna förekommer.

Framtida studier får jämföra fler variabler som kan inverka på användningsgraden av nationalistiska symboler.

## ***5.1 Materialet***

Materialet och tillgången till materialet var en viktig om inte den viktigaste förutsättning för hela avhandlingen. Det kom dock att visa sig att det insamlade materialet inte helt kom till sin fulla användning med just min frågeställning och efterföljande analys. Ambitionen med arbetet var hög, att sammanställa den hittills mest omfattande materialinsamlingen av valaffischer i Finland. Samt att därefter kunna erhålla relevant kvantitativa data ur materialet. Efter avgränsningarna minskade dock antalet affischer drastiskt. Likväl skulle materialet blivit för stort att hantera om en kvalitativ analys applicerats på det.

Materialet, som nu finns sammanställt som en helhet utgör ett signifikant och konkret akademiskt bidrag av denna avhandling. Även om det fortfarande finns luckor i materialet är sammanställningen den mest kompletta helhet som existerar för närvarande. Förhoppningsvis bidrar det i framtiden till fler analyser av materialet.

## 6 Referenser

### 6.1 Litteraturlista

Anttila, J. (1993). *Käsitykset suomalaisuudesta – traditionaalisuus ja modernisuus*. I T. Korhonen (Red.), *Mitä on suomalaisuus* (s. 108–134) Helsinki: Suomen antropologinen seura ry.

Ball, M. S., & Smith, G. W. H. (1992). *Analyzing Visual Data*. London: Sage.

Carlson, T. (2000). *Partier och kandidater på väljarmarknaden: Studie i finländsk politisk reklam*. Åbo: Åbo Akademis förlag.

Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur.

Esaiasson, P., Giljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2010). *Metodpraktikan konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridiska AB.

Fredrikson, E. (1994). *Finland defined, a nation takes shape on the map*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Freund, G. (1977). *Fotografi och samhället*. Stockholm: P A Norstedt & Söners förlag.

Gellner, E. (1997). *Nationalism*. Nora: Bokförlaget Nya Doxa.

Gellner, E. (1983). *Stat, nation, nationalism*. Nora: Bokförlaget Nya Doxa.

Halonen, T. & Aro, L. (Red.). (2005). *Suomalaisten symbolit*. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Hansson, H., Karlsson, S-G. & Nordström, G. Z. (2006). *Seendets språk - exempel från konst, reklam, nyhetsförmedling och semiotisk teori*. Lund: Studentlitteratur.

Henneberg, C. S. (2002). *Understanding political marketing*. I O'Shaughnessy, N. J. (Red.), *The idea of political marketing* (s. 93-170). Westport, CT: Praeger Publishers.

Håkansson, N., Johansson, B., & Vigsø, O. (2014). *Politik i det offentliga rummet – Svenska valaffischer 1911-2010*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.

Hovi-Wasastjerna, P. (1999). *Politiikan kasvot – Poliittisen mainonnan kehityksestä Suomessa sadan vuoden ajalta ja vaalimainonnan tarkastelu vuosina 1907-1999*. Helsinki: Oulurepro Oy.

Inglehart, R. (1997). *Modernization and Postmodernization, Cultural, economic and political changes in 43 societies*. Princeton: Princeton University Press.

Inglehart, R. & C. Welzel (2010). "What Do we Know About Modernization Today?". *Foreign Affairs* 88 (2): 33–48.

Klinge, M. (1988). *Finlands blåvita färger*. Helsingfors: Holger Schildts förlagsaktiebolag.

Klinge, M. (1981). *Suomen sinivalkoiset värit: kansallisten ja muidenkin symbolien vaiheista ja merkityksestä*. Helsinki: Otava.

Larsson, R. (1994). *Politiska ideologier i vår tid*. Lund: Studentlitteratur.

Lock, A., & Harris, P. (1996). *Political Marketing—Vive La Difference*. *European Journal of Marketing*. 30, 28-90. <http://dx.doi.org/10.1108/03090569610149764>

Lutz, C., & Collins, J. (1993). *Reading National Geographic*. Chicago: The University of Chicago Press.

Nitteve, L., & Lindahl, B. (1979). *Svenska Valaffischer: En studie av perioden 1920–1976*. Stockholm: Akademilitteratur.

Norris, P. (2004). *The evolution of election campaigns: Eroding political engagement? Paper for the conference on Political Communications in the 21st Century*. St Margaret's College, University of Otago, New Zealand, January 2004.

Reitala, A., (1983). *Suomi-Neito – Suomen kuvallisen henkilöitymä vaiheet*. Helsinki: OTAVA.

Rose, G. (2001). *Visual Methodologies - An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London: SAGE Publications Ltd.

Ruane, J. M. (2006). *A och O i samhällsvetenskaplig forskning*. Lund Studentlitteratur.

Siivinen, T. (2014). *Punavalkoinen propaganda: Vaalistrategiat Kansallisen Kokoomuspuolueen ja Suomen Sosialidemokraattisen Puolueen eduskuntavaalijulisteissa 1919-1939*. (Pro gradu – tutkielma). Jyväskylä: Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos, Jyväskylän yliopisto. Tillgänglig: <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/44407>

Sjöström, J. (2003). *Svenska Folkpartiets valaffischer under lupp: en analys av valreklamens visuella utveckling från och med lantdagsvalet 1907 till riksdagsvalet 2003*. (YH-examensarbete) Esbo: Mediekultur, Arcada.

## 6.2 Internet referenser

FinLex. (2019). 28.12.2007/1433 Lag om deponering och förvaring av kulturmaterial. Hämtad: 2020-01-21, från <https://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2007/20071433>

FinLex. (2019). 26.5.1978/380 Lag om Finlands flagga. Hämtad 2020-01-21, från <https://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1978/19780380>

FinLex. (2019) 26.5.1978/381 Lag om Finlands vapen. Tillgänglig: 2020-01-21, från <https://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1978/19780381>

Finna.fi. (2018). *SDP, juliste, eduskuntavaali*. Hämtad 2018-12-12, från <https://www.finna.fi/Search/Results?sort=relevance&bool0%5B%5D=AND&lookfor0%5B%5D=SDP&type0%5B%5D=AllFields&lookfor0%5B%5D=juliste&type0%5B%5D=AllFields&lookfor0%5B%5D=eduskuntavaali&type0%5B%5D=AllFields&join=AND&limit=20>



Inrikesministeriet. (2019). *Finlands-vapen*. Hämtad 2019-10-17, från <https://intermin.fi/sv/flagga-och-vapen/finlands-vapen>

Nationalencyklopedin [NE]. (2019). Nationalflagga. Tillgänglig: <https://www-ne-se.ezproxy.vasa.abo.fi/uppslagsverk/encyklopedi/lång/nationalflagga>

Nationalencyklopedin [NE]. (2019). *Nationalism*. Tillgänglig: <http://www.ne.se.ezproxy.vasa.abo.fi/uppslagsverk/encyklopedi/lång/nationalism>

Republikens president. (2019). *Symboler*. Hämtad 2019-10-10, från <https://www.presidentti.fi/sv/presidentinstitutionen/symbolerna/>

Uppslagsverket Finland. (2019). *Fennomani*. Tillgänglig: <https://www.uppslagsverket.fi/sv/sok/view-103684-Fennomani>

Uppslagsverket Finland. (2019). *Svekoman*. Tillgänglig: <https://www.uppslagsverket.fi/sv/sok/view-103684-Svekoman>