

# BCR3101

## Bacheloroppgave

### Donald Trump – rett mann til rett tid?



Ord: 16155

**Vår 2016**

“Denne oppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen Kristiania er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.”

## Innholdsfortegnelse

<b>1.0</b>	<b>Innledning.....</b>	<b>3</b>
<b>2.0</b>	<b>Donald Trump .....</b>	<b>5</b>
2.1	Hva har Trump gjort så langt under valgkampen? .....	5
2.2	Hva står Trump for? .....	6
<b>3.0</b>	<b>Metode og datainnsamling .....</b>	<b>6</b>
<b>4.0</b>	<b>Retorikk .....</b>	<b>8</b>
4.1	Pentaden .....	8
4.2	Den neoaristoteliske trappen.....	9
4.3	Metaforer og ordvalg .....	11
<b>5.0</b>	<b>Hitlers retorikk og valgkamp .....</b>	<b>12</b>
<b>6.0</b>	<b>Tendenser og typiske trekk .....</b>	<b>14</b>
<b>7.0</b>	<b>Habermas og Bourdieu.....</b>	<b>15</b>
7.1	Habermas .....	15
7.2	Bourdieu .....	16
<b>8.0</b>	<b>Analyser.....</b>	<b>16</b>
8.1	Twitter.....	17
8.2	Tale.....	20
8.3	Facebook .....	24
<b>9.0</b>	<b>Funn i analysene .....</b>	<b>27</b>
<b>10.0</b>	<b>Paralleller mellom Hitler og Trumps valgkampstrategi og retorikk .....</b>	<b>31</b>
<b>11.0</b>	<b>Paralleller mellom Habermas, Bourdieu og Trump .....</b>	<b>34</b>
11.1	Habermas og Trump.....	34
11.2	Bourdieu og Trump .....	35
<b>12.0</b>	<b>Oppsummering og konklusjon.....</b>	<b>36</b>
12.1	Oppsummering .....	36
12.2	Konklusjon .....	38
12.3	Videre forskning og gap .....	39

<b>12.4</b>	<b>Forslag til veien videre og fremtidig fokus .....</b>	<b>39</b>
<b>13.0</b>	<b>Kilder .....</b>	<b>40</b>

## 1.0 Innledning

Vi har valgt å fokusere på Donald Trump som presidentkandidat og hans retorikk i denne bacheloroppgaven. Etersom USA er en stormakt, er presidentvalget av stor internasjonal interesse. Dette ser vi i Norge, gjennom at presidentkampanjene nesten daglig blir skrevet om i media. Det er altså et høyaktuelt tema, som tidlig fanget vår interesse. At Norge faktisk kan påvirkes av hvilken president som styrer USA, gjør at dette er et tema som er viktig for oss. Norge har heller aldri opplevd så kontroversielle politikere som Trump, hvilket også gjør at vi synes det er veldig spennende. Hvordan kan en mann med så ekstreme meninger og en så lite politisk fremtoning, få en så stor tilhengerskare? Hva er det som får amerikanere til å stemme på ham? Flere fagfolk har trukket paralleller mellom Trump og Hitler. Vi ønsker å undersøke dette nærmere, men fra et utelukkende kulturpolitisk og retorisk perspektiv. Kan det ligge en historisk bakteppe her som kan være med på å forklare Trumps høye oppslutning? Som det gamle uttrykket sier; historien gjentar seg selv, og er det slik at holdningene Trump uttrykker og følelsene han spiller på er et resultat av en politisk og kulturell situasjon verden har sett tidligere? Når det kommer til bakgrunnen for valg av tema, stammer dette fra vår felles interesse for retorikk. At Trump lanserte sitt kandidatur i perioden vi skulle skrive bacheloroppgave, ga oss muligheten til å utforske retorikkfaget videre rundt et høyaktuelt tema. Vi lot oss fascinere av at en mann med en så useriøs framtoning og utallige krenkende uttalelser, fikk så høy oppslutning. Hans spesielle karakter oppfattet vi som oppsiktsvekkende å se i politikerrollen.

Basert på det ovennevnte landet vi på følgende problemstilling; hva er det med Donald Trump og hans retorikk som appellerer til elektoratet? Et underliggende spørsmål her er hvorfor han får så høy oppslutning. Det er nødvendig å definere hva vi legger i begrepet ”elektoratet”. Med elektoratet mener vi den velgergruppen som har mulighet til å stemme ved et politisk valg, og bruker begrepet om de velgerne som støtter Trump. (Cambridge Dictionaries Online). Det er også nødvendig å definere hva vi legger i begrepet ”appellerer”. Dette begrepet innebærer hva det er med Trump og hans retorikk som tiltaler elektoratet. (Bokmålsordboka).

Videre vil oppgaven bygges opp ved å først redegjøre for hvem Donald Trump er, hva han har gjort under valgkampen så langt og hva han står for politisk. Deretter vil valg av metode og datainnsamling redegjøres for, før teori forklares. Teorien vil omfatte viktige elementer innen retorikk, som vil brukes i senere kvalitative analyser av tre ytringer Trump har kommunisert

under valgkampen. Dernest vil det gis et historisk innblikk i Hitlers retorikk og valgkamp, som senere vil brukes til å trekke paralleller mellom de to som politikere og retorer. Etter dette historiske innblikket vil vi forklare typiske trekk ved majoriteten av Trumps tilhengere, samt tendenser som preger den amerikanske kulturen i dag. Dette forklares da vi mener det kan være en medvirkende faktor til Trumps høye oppslutning. Etter tendensene og trekk ved tilhengerne er forklart, vil deler av kommunikasjonsteoriene til Jürgen Habermas og Pierre Bourdieu redegjøres for. Alt det førnevnte utgjør det teoretiske og historiske grunnlaget for oppgaven, som Trump og hans retorikk vil drøftes ut i fra. Oppgaven vil så analysere tre av Trumps politiske ytringer, i tre ulike kanaler; Twitter, politisk appell og Facebook. Disse analysene vil etterfølges av funn i analysene, som er med på å definere Trump som retor. Disse funnene vil trekkes opp mot de typiske trekkene ved velgerne og tendenser i den amerikanske kulturen, for å se om Trump treffer disse nervene spesielt godt med sin retorikk. Etter dette vil det trekkes paralleller mellom Hitler og Trumps valgkamp og retorikk. Det samme vil gjøres med Trump og teoriene til Habermas og Bourdieu. Avslutningsvis vil det følge en oppsummering av oppgavens viktigste hovedmomenter, før vi setter dette inn i en større sammenheng som også fungerer som vår konklusjon og svar på problemstillingen. Dernest følger forslag til videre forskning og fokus, før kilder og vedlegg kommer helt sist. Kildene som er tatt i bruk er bøker om retorikk og andre relevante fag, rapporter, statistikk, og nettsider vi anser som legitime.

Når det kommer til oppgavens avgrensninger og forutsetninger, vil vi utelukkende fokusere på Trump. Vi vil også kun analysere tre av hans politiske ytringer for å heller kunne gå i dybden av få, framfor i overflaten på mange. Grunnet begrenset plass, er en forutsetning for oppgaven at vi kun fokuserer på det vi anser som mest interessant for problemstillingen. Det kunne derfor vært med flere elementer som kunne ha belyst vår problemstilling ytterligere, om man ikke hadde slike begrensninger. En annen forutsetning for oppgaven er at den vil skrives fra et norsk perspektiv. Denne bakgrunnen kan prege oppgavens vinkling og tolkninger. Vi innser at vi som utenforstående ikke fullstendig kan forstå det politiske og kulturelle landskapet i USA, og med det kanskje mangler en viss innsikt som kunne vært fordelaktig for oppgaven. En siste forutsetning omhandler påvirkningen fra media, hvilket kan ha bidratt til et noe negativt inntrykk av Trump. Dette kan trolig gi oppgaven en mer negativ tone, enn om vi hadde en positiv oppfatning av Trump.

## 2.0 Donald Trump

Donald John Trump, født 1946 i New York, er en amerikansk forretningsmann og mediepersonlighet. (SNL 2015a). I følge hans egen nettside, er Trump et forretningsikon og selve definisjonen på "the American Dream". (Trump). Trump startet sin karriere ved å jobbe for sin far, og i løpet av 1980-tallet bygget han opp et enormt eiendomsimperium. (SNL 2015a). Han er kjent for å overdrive og lyve om sin formue, samt komme med ekstreme uttalelser. (Lane 2015). Han har gitt ut flere bøker, og er også kjent fra reality-serien *The Apprentice*. (SNL 2015a).

### 2.1 Hva har Trump gjort så langt under valgkampen?

16. juni 2015 ble Trumps kandidatur for det republikanske partiet lansert under slagordet "Make America Great Again!", og han tok raskt ledelsen på meningsmålingene. (Diamond 2015; SNL 2016). Trumps siste republikanske rivaler trakk seg i mai 2016, og han kjemper nå mot demokratene Hillary Clinton og Bernie Sanders om presidenttittelen. Trump har per 20. mai en oppslutning på 46,5%, vunnet i 26 delstater, og fått støtte av 1161 ut av 1237 delegater. (Kirk & Raziye 2016; Real Clear Politics 2016). Hans valgmøter har tiltrukket seg enorme folkemengder og mye medieoppmerksomhet. (Nguyen 2016). Trumps kampanje står for mer enn en fjerdedel av mediedekningen av valgkampen, og han har finansiert store deler av kampanjen sin selv. (Confessore & Yourish 2015; Carroll, 2016). Det er blitt avdekket at Trump også kommer med svært mange usannheter under valgkampen. (Ytterstad 2016).

Til tross for enorm mediedekning har Trump hatt et overraskende lavt kampanjebudsjett, og brukt langt mindre penger på TV-reklame enn andre kandidatene. (Confessore & Yourish 2016). Han drar fordel av fortjent oppmerksomhet, som vil si omtale man ikke har betalt for, men som man får gjennom nyheter og kommentarer blant annet på TV og i aviser. (Bonvik 2012, 17). US News skriver at Trump endrer måten valgkampanjer fungerer på, da han ikke baserer seg på betalt reklame, men gratis oppmerksomhet han gjør seg fortjent til. Store folkemengder, vold på valgmøtene og hans bruk av sosiale medier, har hatt mye å si for den fortjente oppmerksomheten. Ytringene hans på sosiale medier blir raskt til nyhetssaker som spres videre, noe som kalles delt oppmerksomhet. (Walsh 2015; Bonvik 2012, 17). Slik settes han på dagsorden, som i kombinasjon med et enormt antall følgere på sosiale medier gjør at hans budskap når ut til svært mange. (Walsh 2015). Trump drar også fordel av sitt kjente navn gjennom "name recognition". I politikken omhandler dette hvor mange som vet om en

politiker og kjenner igjen hans eller hennes navn, hvilket er en svært viktig faktor i valgkampanjer. (Kam & Zeichmeister 2011, 5-7).

## 2.2 Hva står Trump for?

Innvandring, terrorisme og handlekraft har vært blant hovedsakene som har preget republikanernes valgkamp i 2016. (SNL 2016). Trump mener han er bedre skikket til å styre landet enn yrkespolitikere, som ikke klarer å skape endringer. Han ønsker blant annet å bedre økonomien, styrke USAs internasjonale posisjon, bygge opp militæret og begrense innvandring. (Taksdal 2015). Han er kritisk til USAs militære allianser, som han synes er for kostbare og fører til at USA blir utnyttet av sine allierte. (Wright 2016). Han mener også at fri handel ikke gagnar USA, og ønsker derfor å ”ta tilbake” arbeidsplasser fra Mexico og Kina for å bedre økonomien og bygge en sterk nasjon. (Snoen 2015). Trump har blitt beskyldt for spille på fremmedfrykt og rasisme for å vinne stemmer, og har blant annet uttalt i en pressemelding at han ønsker å stenge grensene for muslimer. (Snoen 2016; Trump 2015). Trass sterke meninger fremstår det som utydelig hva Trump faktisk står for politisk. (Basevich 2016). Han har et stort fokus på seg selv og sin evne til å være en sterk leder for USA, men har vage planer når det kommer til spesifikke endringer. (Snoen 2015). Trump og det han står for blir beskrevet som et fenomen; ”Trumpism”. Dette innebærer en forakt for og mistillit til politikere, misnøye til institusjoner i det amerikanske samfunnet, og at velgerne føler de ikke blir hørt. Trumpism handler også om en frustrasjon over etablisementets manglende evne til å gjøre endringer for å bedre situasjonen i landet. Etablisementet vil si de politikere, institusjoner, selskaper og partier som utgjør et maktsentrum i USA. Dette er definisjonen som legges til grunn for videre bruk av begrepet. (Shafer 2016). Folket er misfornøyd med situasjonen i USA, og sitter med en sterk følelse av at alt var bedre før. (Ornstein 2016). Disse holdningene stikker dypt hos svært mange amerikanere, spesielt på den republikanske siden. (Thompson 2016).

## 3.0 Metode og datainnsamling

Videre i oppgaven vil tre av Trumps ytringer under valgkampen analyseres. Problemstillingen lyder som følger; Hva er det med Donald Trump og hans retorikk som appellerer til elektoratet? Det vil brukes kvalitativ metode for å besvare denne. Det vil ikke foretas noen kvalitativ undersøkelse, da de aktuelle respondenter befinner seg i Amerika og ikke Norge. I stedet vil det foretas kvalitative analyser basert på gyldige teorier på de områdene vi tar for

oss. Ved å se nærmere på eksisterende informasjon og data, både på nettet og i bøker, mener vi det vil være mulig å besvare problemstillingen. De tre ytringene som skal analyseres er valgt ut på bakgrunn av hvilke temaer han snakker om, samt hvorvidt de oppleves som fruktbare for oppgaven. Dette er vanlig i kvalitativ metode og kalles strategisk utvalg gjennom ikke-sannsynlighetsutvalg. Dette gjøres da man ønsker mest mulig informasjon om et spesifikt fenomen. (Johannessen, Tuft og Christoffersen 2010, 244).

Kvalitativ metode er en form for intensiv informasjonshenting, altså gjelder det få enheter. (Ringdal 2013, 104; Jacobsen 2015, 145). ”I kvalitative undersøkelser kan vi for eksempel få frem meninger, holdninger, ønsker eller synspunkter.” (NDLA). Denne metoden brukes for å oppnå mest mulig utfyllende svar på problemstillingen, og for å kunne gå i dybden av et tema. (Johannesen, Christoffersen og Tuft 2004, 144). For vår oppgave oppleves det som nødvendig å gå i dybden av få enheter, i dette tilfellet tre politiske ytringer, da vi ønsker mest mulig informasjon om Trump og hans retorikk. Samtidig er hans meninger, holdninger, ønsker og synspunkter relevant i forhold til problemstillingen. Det vil derfor være fordelaktig å bruke kvalitativ metode i vår oppgave. En annen fordel, og kanskje den vi anser som den viktigste er følgende at; ”...kvalitative tilnærminger ofte vil ha høy relevans.” (Jacobsen 2015, 129). I dette ligger det at den ”riktige” forståelsen av en situasjon kommer fram. Eksempelvis fordi personen som undersøkes selv kan velge hva den ønsker å si eller snakke om, lage sine egne formuleringer samt har muligheten til å eventuelt rette opp i ting som han eller hun føler kom ut feil. (129). Trump velger selv hva han ønsker å si og hvordan, og det er tenkelig godt planlagt da det faktisk står om en mulig presidenttittel. Derfor anses det også som innhold av høy relevans.

Når det kommer til ulemper, inkluderer vi kun de vi anser som mest relevante for vår oppgave. Ved bruk av kvalitativ metode er det ofte snakk om rik informasjon. Et problem ved dette kan være hvorvidt undersøger klarer å forholde seg til kompleksiteten og rikdommen ved informasjonen som foreligger. Altså ”...om undersøkere i det hele tatt klarer å være helt åpne for alle detaljer og nyanser. Mennesker er lært opp til å se noe og overse noe annet.” (131-132). Derfor foreligger det en viss fare for at man som undersøger av informasjonen foretar ”...en ubevisst siling av informasjon.” (132). Denne ulempen kan påvirke oppgaven, ettersom det er det som oppleves som mest interessant som tas med i analysene. Her kan det altså ubevisst ha blitt silt bort informasjon, eller neglisjert detaljer og nyanser som egentlig kunne vært relevant. Dette kan føre til at vår forståelse av visse ytringer vil være noe



annerledes enn hva som egentlig var intensjonen. Vi håper å ha minimert denne risikoen ved å sammen diskutere og analysere ytringene. Vi har hatt relativt like oppfatninger og tolkninger av hva som blir sagt, som forhåpentligvis styrker reliabiliteten, troverdigheten, til analysene og eventuelle funn. (166). Det skal også nevnes at kvalitative metoder bygger på hermeneutikk, som gjør at vurderingen av innholdet i kvalitative analyser avhenger av undersøkerens oppfattelse av fenomenet eller enhetene. Dette kan gå utover reliabiliteten til resultatene og dermed være en svakhet. (Etikkom 2010). Det må derfor påpekes at vi har en noe negativ oppfatning av Trump, som trolig har gitt oppgaven en mer negativ klang enn den ville hatt hvis undersøkerne var av positiv oppfatning.

## 4.0 Retorikk

Det vil nå følge teori om pentaden, den neoaristoteliske trappen og metaforer og ordvalg. Dette er teori som analysene senere i oppgaven vil basere seg på. Teksten er hentet fra en tidligere oppgave skrevet av to av studentene ansvarlig for denne oppgaven.<sup>1</sup>

### 4.1 Pentaden

Kenneth Burke, som blant annet var autonom forsker i retorikk og litteratur, har utviklet en pentadisk teori tilnærmet Cicero sin. Burkes modell brukes for å beskrive og tillegge motiver hos retorer, samt avdekke hvordan de "...søker å forme tilhørernes oppfatning av virkeligheten." (Kjeldsen 2013, 230-236). For å forstå Burkes pentadiske teori er det nødvendig å forklare noen av hans grunnleggende forståelser av retorikk. Burke beskrev retorikk som "...menneskelige aktørers bruk av ord for å skape holdninger eller forårsake handling hos andre menneskelige aktører." (231). Burke anså språket i retorikk som både verbalt og ikke-verbalt. En annen retorisk grunnleggende forståelse Burke hadde, sirkulerte rundt det han kalte identifikasjon. For å kunne overtale gjelder det å finne en felles plattform hvor man kan identifisere seg med den andre. Om det være seg kjønn, alder, bakgrunn, religion eller yrke spiller ingen rolle - det vil uansett skape et slags bånd mellom taler og lytter. Ifølge Burke gjør det å føle at man kan identifisere seg med en annen, at man automatisk deler motiver og interesser med denne personen. Har man samme motiver ønsker man og oppnå det samme, hvilket skaper et grunnlag for handling. Burkes forklaring av identifikasjon er til sammenligning med topikken. Altså, de argumentative fellessteder

---

<sup>1</sup> Oppgaven teksten er hentet fra er levert i forbindelse med en hjemmeeksamen i faget RET3100. Den er skrevet av student 983785 og 986047 i 2015. Teksten består utelukkende av teori, men er kortet ned og endret noe.

mellom taler og mottaker som inngår i retorikkens lære. (232-233). Dette da en retoriker bare kan "...endre tilhørernes holdninger hvis han eller hun deler andre holdninger med tilhørerne." (233). Basert på dette kan identifikasjon og topikk ses på som midler som kan brukes for å nå et mål, altså å overbevise personen til å handle på ønskelig måte.

Burkes pentade kan brukes for å "...avdekke menneskelig motivasjon." (Kjeldsen 2013, 234). Dette vil si at den kan brukes for å avdekke retorers motiver bak en tale. Den har fem elementer; handling, aktør, scene, middel og hensikt. Handling er det mest sentrale begrepet og er også det de fire andre etableres ut i fra. Hvis det finnes handling, finnes det også en aktør som handler. En handling må ha hensikt, og aktøren kan være alt fra et menneske til en gruppe mennesker. Aktøren er hovedpersonen i fortellingen, mens retoren kan både være forteller og hovedperson. Videre beskriver middel hva handlingen gjøres ved hjelp av, eksempelvis et redskap eller en tanke. Scene er rammene eller omstendighetene som handlingen preges av, eksempelvis en bestemt situasjon eller område. Sist kommer hensikt, hvilket er det formålet aktøren har med sin handling. (Kjeldsen 2013, 235). Denne dramatiske pentaden og analysen hjelper til med å finne ut av motivet: handling finner svar på hva som ble gjort, scene svarer på når og hvor dette ble gjort, aktør svarer til hvem som gjorde det, middel finner svar på hvordan det ble gjort og hensikt finner ut hvorfor. Man kan vinkle en dramatisering på ulike måter ved å forankre forklaringene i et eller flere av elementene. Forholdet mellom disse eller dramatiseringen av dette kan kalles for *ratio*. Eksempelvis kan man gi omstendighetene skylden for noe i en ratio i stedet for aktøren i dramaet. Man kan også snu på det og tillegge aktør skyld, framfor omstendighet. Pentaden vil trekkes inn i analysene senere i oppgaven.

## 4.2 Den neoaristoteliske trappen

Den vanligste modellen i retorisk analyse er den neoaristoteliske trappen, eller *partes* som den kalles på latin, hvilket tilsier at den består av flere deler. En slik analyse er både empirisk og deskriptiv, samt tolkende og vurderende. Trappen består av seks trappetrinn. Ved å gå fra nederste trinn til øverste så skaper man budskap, man går fra tanke til handling. Men ved å bruke den ovenfra og ned kan man analysere budskap i tekst og gå fra handling til tanke. (Andersson 2009, 109-114).

Første trappetrinn kalles *intellectio*, og omfavner hva som er hensikten med talen. Her skal retorikeren intellektualisere og problematisere budskapet og konteksten. Eksempelvis hvem

som er publikum og hva budskapet er. Det er spesielt tre grunnleggende elementer og krav som må være oppfylt for å overbevise i den klassiske retorikken; *etos*, *patos* og *logos*. Disse vil nå utdypes, før vi går videre på trappen. (Andersson 2009, 110).

Appellformen *etos* er det viktigste retoriske verktøyet for å overbevise, hvor taleren selv fungerer som argument. Taleren må ha troverdighet; politisk troverdighet avhenger av at man må mene det man sier. (Johansen 2008, 71). Hvis ikke publikum har tillit til taleren tar de heller ikke til seg hans argumenter. Talerens *etos* har altså som formål å vekke tillit og sympati hos publikum, eller å underholde eller behage. I retorikken kalles dette *delectare*. (Andersson 2009, 110). Aristoteles delte *etos* inn i tre dimensjoner. Den første går på talerens klokskap og dømmekraft, den andre handler om talerens moralske karakter og den tredje dreier seg om talerens velvilje mot publikum. Taleren må altså oppleves som en person med god moral, som er smart og har god dømmekraft og som vil sitt publikum det beste. Kjeldsen mener at siden taleren appellerer til tilhørerne gjennom egen troverdighet, burde autentisitet legges til som en fjerde dimensjon. For å oppleves som autentisk må man må virke spontan og ekte; talen må ikke virke innøvd. Man må også fremstå personlig og engasjert, og være konsekvent i denne fremstillingen over tid. I politikken er det spesielt viktig å fremstå som autentisk, da engasjement og hvor ekte man virker er spesielt synlig i media. (115-116).

*Patos* handler om å appellere til publikums følelser. I tillegg til de andre appellformene, skjer overbevisning når talen vekker sterke følelser og setter publikum i en spesiell sinnsstemning. (Kjeldsen 2014, 33). *Patos* brukes altså når man prøver å bevege, vekke eller engasjere tilhørerne. (35). Dette kalles *movere*. (Andersson 2009, 110). For å *movere* publikum, kreves innsikt om dem og deres følelser. Aristoteles mente at folks følelser har mye å si for bedømmelsen av talens budskap og innhold. Han mente også at man må ha innsikt om publikums alder og livsbetingelser, da deres erfaringer og opplevelser påvirker hvordan de mottar retoriske ytringer. Det er også viktig å finne noe man har til felles med de man ønsker å overtale, ellers kan man verken snakke med dem eller overtale dem. (308-309).

Den tredje appellformen *logos*, er de fakta og logiske bevis taleren bruker som argumenter for å overbevise, og har som formål å undervise, opplyse eller informere publikum, hvilket kalles *docere*. (Andersson 2009, 110). *Logos* omhandler altså å appellere til publikums rasjonalitet og fornuft. (Kjeldsen 2014, 68).

Andersson poengterer at overbevisning er en kombinasjon av de tre appellformene logos, patos og etos. (2009, 110). Hun sammenlikner overbevisning som en krakk med tre ben, hvor hvert av den symboliserer en appellform. Fjernes et av bena, altså en appellform, faller hele krakken sammen, altså budskapet. (110).

Videre i det første trappetrinnet, skal også retoren bestemme seg for hva slags tale han ønsker å holde. Man kan velge mellom tre type taler; en rådgivende tale som vil si en politisk tale, en juridisk tale som veier argumenter for og imot eller en hyllesttale, som vil si en festtale. Det er også nødvendig å ta hensyn til den retoriske situasjonen, *kairos*. Retorikk er situasjonsbetinget og det rette øyeblikket er derfor helt avgjørende. Det handler altså om å si rett ord til rett tid. (Kjeldsen 2014, 69). Andersson sier at retorikk alltid vil påvirkes av situasjonen, som for eksempel av mennesker, hendelser, holdninger og relasjoner. (Andersson 2009, 111). Kjeldsen sier at kairos kan være en ressurs ved at taleren utnytter mulighetene i en situasjon. En god taler vet hva og hvordan noe bør sies, og vet hva som passer seg i situasjonen han befinner seg i. Dette kalles *aptum*. (Kjeldsen 2014, 69-70). Andre trappetrinn heter *inventio*, hvor tilgjengelige kilder innenfor emnet samt informasjon skal oppdrives. (Andersson 2009, 111). Tredje trappetrinn er *disposito*. Her skal retoren finne ut hvordan budskapet skal bygges opp, hva som skal tas med og i hvilken rekkefølge. Fjerde trappetrinn kalles *elocutio*, og omhandler språkbruk. Man skal her finne ut av hvilket nivå man skal legge språket på. Det finnes tre språkstiler: høy, middels og lav. Den høye stilen kjennetegnes av en formell og pompøs språkbruk, samt mange verbale utsmykninger i form av metaforer. Metaforer og ordvalg utdypes nedenfor. Den lave stilen er kjent for en uformell og enkel språkbruk. Middels språkstil er en mellomting mellom lav og høy. (112). Det femte trappetrinnet, *memoria*, omhandler retorens måte å presentere stoffet på. Man kan gjøre alt fra å improvisere til å memorere teksten. Dette vil ha en innvirkning på hvordan det tas imot, og på hvor autentisk retorikeren oppleves. (112). Siste og sjette trappetrinn kalles *actio*, og omhandler det ikke-verbale i en tale og viktigheten av det. Dette strekker seg fra kroppsspråk til toneleie og pauser. (113).

### 4.3 Metaforer og ordvalg

Innen retorikken finnes noe som kalles troper og figurer, altså *tropologi*. Tropologi brukes til å variere språket på en kunstnerisk måte for å gjøre det mer effektivt og virkningsfullt. Det gir også ny form til det som uttrykkes, eksempelvis gjennom metaforer. En metafor er en slags sammenlikning basert på likheter. (Kjeldsen 2014, 195-198). Man snakker metaforisk hvis

man sier at ”Rune er en ensom ulv”, når man mener at Rune liker seg best i sitt eget selskap. Å snakke metaforisk vil altså si at man uttrykker to tanker eller forestillinger samtidig. (246).

Metaforer er så vanlig at vi ikke lenger tenker over det når vi snakker metaforisk. I følge Lakoff og Johnson er vårt begrepssystem, som vi handler og tenker ut i fra, metaforisk. Dette betyr at menneskets tankeprosesser i stor grad er strukturert rundt metaforer, og at vi lever etter dem. (2003, 7). Det finnes flere typer metaforer, men kun strukturelle metaforer og ontologiske metaforer vil utdypes, da det kun er disse som anses som relevante for vår oppgave. Den strukturelle metaforen strukturerer et begrep ut i fra et annet. Eksempelvis forstår vi diskusjon gjennom strukturene som kjennetegner krig. (Kjeldsen 2014, 257). Å si at en diskusjon er som en krig, peker på hvordan metaforene vi bruker strukturerer hvordan vi tenker og handler når vi diskuterer. Vi ser på den vi diskuterer med som en motstander, en diskusjon kan vinnes og tapes, man forsvarer sine egne synspunkter, og angriper motstanderens. Disse eksemplene viser hvordan typiske krigsbegreper brukes like naturlig når man snakker om en diskusjon, som en krig. (Lakoff & Johnson 2003, 7-9). Den ontologiske metaforen er når noe som ikke er håndfast, som tanker, følelser og aktiviteter, blir beskrevet som ting eller enheter. For eksempel kan man si at man vil sikre seg en fremtid, eller at man vil gripe dagen. (Kjeldsen 2014, 257).

## 5.0 Hitlers retorikk og valgkamp

Det vil nå redegjøres kort for Hitlers valgkampstrategi og retorikk. Dette for senere å kunne trekke paralleller opp mot Trump og hans valgkampstrategi og retorikk. Kun det som anses som relevant for oppgaven vil utdypes. Det er nødvendig å påpeke at vi på ingen måte trekker paralleller mellom Hitler og Trump som personer, men utelukkende ser på likheter fra et kulturpolitisk ståsted.

Adolf Hitler var leder for det politiske partiet ”Det nasjonalsosialistiske tyske arbeiderparti”, som regjerte i Tyskland fra 1933 til 1945. (SNL 2015b). Hitlers ”...store styrke var evnene som taler og hans voldsomme appell til massene.” (SNL 2015c). Han appellerte til massene ved å blant annet spille på velgernes raseri og frykt knyttet til økonomisk usikkerhet. (TV2 2016). Denne usikkerheten stammet fra den økonomiske krisen som hadde rammet Tyskland noen år tilbake, som blant annet hadde bragt med seg deflasjon og arbeidsløshet. Landet var i 1928 på vei ut av denne krisen, men fortsatt følte mange tyskere seg etterlatt, var arbeidsløse

og levde i økonomisk usikkerhet. (SNL 2015d). Valgkampstrategien bunnet i en form for utmerket massepropaganda, doble budskap og en situasjonsbeskrivelse av landet, en såkalt elendighetsbeskrivelse, hvor han pekte ut syndebukker. Et eksempel på slike dobbelutsagn kan være hans fokus på fred, samtidig som han ønsket å ta tilbake land fra Versailles-traktaten. Dette ønsket om å bryte med Versailles-traktaten, vitner om en isolasjonistisk holdning. Isolasjonisme er en tenkemåte som går ut på at et land ønsker å unngå allianser og innblanding med andre land, og dermed isolere seg fra internasjonal medvirkning. (SNL 2009). Videre gikk denne elendighetsbeskrivelsen ut på at det var to type fiender som var skyld i elendigheten, de indre og de ytre. Jødene var Tysklands indre fiender, mens de ytre fiendene var de utenlandske stormaktene som blant annet stod bak Versailles-traktaten. (TV2 2016). Dette brukte Hitler aktivt under sin valgkamp, og det var på denne måten han appellerte til massene. Hans ønske om å løfte Tyskland ut av elendigheten og gjøre det stort og mektig igjen stod sentralt. (SNL 2015c).

Som nevnt innebar Hitlers retorikk å spille på folkets frykt og raseri grunnet økonomisk usikkerhet og arbeidsledighet. Han appellerte til den alminnelige tysker, og spilte "...aktivt på tysk nasjonalisme, på skadet selvfølelse og opplevelsen av å ha blitt ydmyket". (Forlagsliv 2015). Nasjonalisme var en viktig del av Hitlers ideologi, og handler om å bygge opp og bevare hva som er spesielt for landet, samt fremme tilhørigheten til det. (SNL 2015e). Videre er Hitler kjent for å ha basert sin virkelighetsoppfatning på ting han utelukkende følte. Han forankret den ikke i bevis, og følte han noe så var det også slik verdenssannheten var. Lytterne ble ofte påvirket til å lage sine egne bevis basert på følelsene sine, altså trakk de paralleller mellom bevis og følelser. (Media-Studies 2016). Når det kommer til Hitlers fremføring av taler, var de som oftest preget av få notater, gjentakelser av hovedpoenger, kraftige utrop, mye gestikulering og utallige kunstpauser. (Forlagsliv 2015; NDLA). Et annet interessant aspekt vedrørende Hitlers retorikk er påstandene om at timingen var helt avgjørende for utfallet; han kommuniserte det riktige til rett tid, altså mestret han kairos. Etter den økonomiske krisen følte, som tidligere nevnt, mange tyskere seg etterlatt og derfor også ydmyket. De slet økonomisk, var usikre på framtiden og ønsket en vei ut av problemene sine. Hitler ga dem muligheten til nettopp dette; han ønsket å styrke nasjonalismen og det ødelagte Tyskland. I følge historikeren Frank McDonough var denne timingen avgjørende for at Hitlers budskap ble slukt; hadde ikke Tyskland vært i nedgangstider ville heller ikke hans taler hatt samme effekt. (McDonough 2003, 15-16).

## 6.0 Tendenser og typiske trekk

I denne delen av oppgaven skal vi trekke frem visse tendenser i den amerikanske kulturen samt litt om det typiske ved majoriteten av tilhengerne til Trump. Dette gjøres for å senere kunne drøfte hvorvidt Trump treffer noen av disse nervene i sine politiske ytringer, som dermed kan ha sammenheng med hans høye oppslutning.

En svakere og mer usikker økonomisk situasjon er en tendens som preger USA. Det viser seg at 33% av den amerikanske befolkningen er det de kaller "low-income", hvilket defineres som inntekt under det dobbelte av fattigdomsgrensen. Det finnes også mennesker som lever under fattigdomsgrensen, og siden 2008 har disse steget med over åtte millioner. Det vil si at 14,5% av den amerikanske befolkningen i dag lever under grensen. I følge Kairos Center kan man legge sammen disse prosentene, hvilket viser at nesten halvparten av USA lever som det man kan kalle fattig. (Vedlegg I).

En annen tendens i det amerikanske samfunnet er en sviktende tro på the American Dream. Drømmen ble først skrevet om i boken "The Epic of American" av James Truslow Adams i 1931. Han beskrev den amerikanske drømmen som en drøm som var ment for alle, der alle hadde mulighet til å bruke sine talenter og få fullt utbytte av de, uansett kjønn eller herkomst. (Historienet). En undersøkelse fra Public Religion Research Institute, viser nå at 55% av amerikanere sier at drømmen aldri har eksistert eller at den var sann før, men ikke gjelder lenger. (Blake 2014).

Økende rasisme er også en tendens som preger USA i dag. I følge en undersøkelse utført av Pew Research Center sier halvparten av den amerikanske befolkningen at rasisme er et stort problem. Dette er en økning på 33% siden 2011. 75% av de svarte respondentene og 58% av latinamerikanere mener at rasisme er et stort problem, mens bare 44% av de hvite mener det samme. Videre ser man en stor økning i antall republikanere om samme tema. I 2010 mente 17% av dem at rasisme var et stort problem, mens det i dag gjelder 41% av dem. (Drake 2016).

Majoriteten av tilhengerne til Trump lever i middelklassen, er middelaldrende, verken rike eller fattige og de fleste er uten høyere utdanning. De er ikke nødvendigvis konservative, og de tenker som oftest ikke ideologisk. Det er stort sett disse menneskene som viser mistillit til

etablissementet. Da Trump startet sin valgkamp var det de samme som sa: "That's my guy". De føler at USA var bedre for mennesker som dem før i tiden og de vil ha landet tilbake til slik det var før. (Frum 2016). Som tidligere nevnt i oppgaven kalles disse holdningene blant velgerne for Trumpism.

## 7.0 Habermas og Bourdieu

Det vil nå følge forklaringer av teoriene til Jürgen Habermas og Pierre Bourdieu som omhandler kommunikasjon. Dette for senere å kunne trekke paralleller mellom disse og Trumps kommunikasjon. Kun de delene som anses som relevante i forhold til oppgaven vil inkluderes.

### 7.1 Habermas

Jürgen Habermas er en tysk filosof og sosiolog. Han mener at all handling gjøres for å oppnå et spesifikt mål, som for eksempel å dusje for og bli ren. Habermas bruker flere begreper i sine kommunikasjonsteorier, blant dem sosial-handling, som vil si at man må kommunisere for å oppnå det man ønsker. Innenfor sosial-handling foreligger noe han kaller strategisk handling. Dette omhandler at man bruker straff eller belønning som motivasjon for å oppnå det man ønsker. (Aakvaag 2010, 175). Et eksempel på dette er hvis en mor ber sin datter gå på butikken for henne, og lokker henne med en belønning i form av en kinotur om hun gjør det, og truer henne med null kinotur om hun ikke gjør det. Denne typen kommunikasjon mener Habermas at man bør unngå for å oppnå konsensus, altså enighet.

Videre under sosial handling faller også kommunikativ handling: "...sosial samhandling hvor to eller flere tale- og handlingskompetente aktører koordinerer sine individuelle handlingsplaner gjennom en felles framforhandlet språklig enighet." (Aakvaag 2010, 175). I dette ligger det at språklig enighet kan føre til at man får oppnådd det man ønsker, ved at enighet fungerer som motivasjon på lik linje som belønning og straff. Det handler om kraften i det bedre argument, som Habermas kaller det. Denne språklige enigheten oppstår ved at noe som kalles kritiserbare gyldighetskrav oppfylles. Her foreligger det tre krav som er avgjørende. Er det som sies sant, er det riktig og er det sannferdig? Hvis vi trekker videre på det ovennevnte eksempelet om en mor som ber sin datter gå på butikken, blir da kravene til det moren kommuniserer slik; finnes det en butikk i nærheten hvor hun kan handle (sant), tillater mor-datter forholdet at en mor kan be sin datter om den type tjeneste (riktig) og er det



faktisk handling av mat moren ønsker, eller har hun et annet motiv? (sannferdig). Hvis disse kravene blir akseptert av datteren, vil dette kunne fungere som motivasjon for henne, fordi det da foreligger gode grunner til å gjøre slik moren ønsker. En fordel ved denne typen handling er at motparten kan gjøre som aktøren ønsker, uavhengig av om konsensus er tilstede. Så selv om datteren ikke er enig med moren, så kan datteren føle at argumentene for å gjøre som moren ønsker er så gode at hun vil gjøre det uansett. Datteren kan rett og slett føle et press til å gjøre slik moren vil, hvilket fungerer som en slags frivillig tvang. (Aakvaag 2010, 175-6).

## 7.2 Bourdieu

Den franske sosiologen Pierre Bourdieu (1930-2002) beskriver samfunnet som et sosialt rom, delt inn i ulike felt. De som lever i samfunnet er delt inn i klasser, og besitter forskjellige mengder økonomisk, kulturell og sosial kapital. (Aakvaag 2010, 150-151). Kort oppsummert er det et hierarki i Bourdieus oppfatning av samfunnet, hvor en aktørs sosiale posisjon i en klasse er basert på kapitalen aktøren besitter.

Videre mener Bourdieu at forholdet mellom klassene er konfliktfylt, og at det er en skjevfordeling i samfunnet. Dette fordi mennesker med mye kapital ofte tilhører overklassen, hvor man finner personene som dominerer i offentligheten. (Aakvaag 2010, 153).

Skjevfordelingen handler derfor om at de gruppene med mindre kapital, også har mindre påvirkningskraft enn de med mye kapital. Bourdieu snakker også om naturalisering, som handler om å få noe til å fremstå som helt normalt og naturlig, til tross for at det kanskje ikke er så naturlig sett fra en utenforstående sitt perspektiv. Han mener at gruppene i samfunnet som dominerer, altså overklassen, kommuniserer det de ønsker av normer og spilleregler til de mindre dominerende gruppene og klassene i samfunnet. (Aakvaag 2010, 158).

## 8.0 Analyser

Det vil nå følge tre retoriske analyser basert på tidligere nevnt teori om pentaden, den neoaristoteliske trappen, metaforer og ordvalg. Det vil tas utgangspunkt i den neoaristoteliske trappen ovenfra og ned, ettersom man da har mulighet til å gå fra handling til tanke. Pentaden, metaforer og ordvalg er knyttet inn i denne og vil påpekes fortløpende. De tre analysene baserer seg på politiske ytringer Trump har kommet med under valgkampen, og gjelder først en Twitter-melding, deretter en tale og avslutningsvis et Facebook-innlegg. Det er nødvendig

å påpeke at noen av trinnene i den neoaristoteliske trappen vil være fraværende i visse analyser, da de oppleves som vanskelige å drøfte grunnet fraværet av det ikke-verbale.

## 8.1 Twitter

I en Twitter-melding fra 16.april 2016 skriver Trump følgende; ”Just arrived in Syracuse, NY. Big crowd, great place! We will bring back the desperately needed jobs. #NYPrimary”. (Vedlegg II).

Først vil trappetrinn fire, *elocutio*, tas til vurdering. Dette trinnet omhandler språkbruk og språknivå. Språkstilen til Trump i Twitter-meldingen er relativt enkel og uformell. Den er altså av lav språkstil, noe som kanskje er under hva som forventes av en politisk ytring. Det er da nødvendig å påpeke at denne politiske ytringen finner sted på et sosialt medium, hvilket krever enkel formidling av budskap da man har lett for å raskt ”scrolle” seg videre. En tanke er iallfall at et enkelt språk med et tydelig budskap på slike plattformer er fordelaktig, da man ikke vet hvor lenge man har leserens oppmerksomhet. De verbale utsmykningene i Twitter-meldingen reflekterer den lave språkstilen og det er derfor mangel på eksempler på ordvalg og metaforer. Det ses likevel et eksempel på metafor i form av ontologi. Trump skriver at de skal ”...bring back the desperately needed jobs” til byen Syracuse. I dette tilfellet blir jobb, som ikke er noe håndfast, beskrevet som en ting ved at det skal *bringes* tilbake. Bruken av kraftuttrykk er også tilstede og kan være med på å nansere språket ytterligere, samt gi budskapet en sterkere følelsesappell og effekt. Dette ses gjennom formuleringen om at jobbene er ”...desperately needed”.

Videre kommer *dispositio*, tredje trappetrinn, hvilket omhandler budskapets oppbygning. Til tross for at meldingen er kort, ser det ut til at den er bygget opp ved å først presentere hvor Trump befinner seg, hva han synes om stedet og hva han er kapabel til å gjøre for det. Sett på denne måten er den røde tråden tydelig – Syracuse og Trump selv. Pentaden kan inkluderes her for å få en bredere forståelse av budskapets oppbygning, da den er ment for å avdekke retorens motiver. Pentaden innehar fem elementer; handling, aktør, scene, middel og hensikt. Det ser ut til at Trump og hans elektorat er aktøren i ”fortellingen”; det er de sammen som skal bringe tilbake jobbene til Syracuse, som også er handlingen. Middelet handlingen skal utføres ved hjelp av oppleves indirekte som Trump. Derfor virker det som at det å stemme ham fram som president er avgjørende for at handlingen skal bli realisert. Hensikten er å

hjelpe innbyggerne i Syracuse som er i ”nød”. Motivet derimot, oppleves som et ønske om å sanke stemmer; Trumps mål er jo å bli president.

Deretter kommer det andre trappetrinnet, inventio, som dreier seg om tilgjengelig informasjon og kilder. Informasjonen som sannsynligvis er hentet ut i forkant av Twitter-meldingen, omhandler Syracuse og arbeidsledigheten. Finanskrisen i 2008, samt deindustrialiseringen som har pågått noen tiår har rammet Syracuse spesielt hardt. Tidligere var Syracuse en by hvor jobbene var mange, blant annet takket være store selskaper som General Electrics, General Motors og Chrysler. Disse selskapene har i senere tid trukket seg ut av byen eller blitt lagt ned, grunnet deindustrialiseringen og finanskrisen, og forårsaket et ”fallende” Syracuse med økt arbeidsledighet og fattigdom. Dette har igjen ført til et skrantende skolesystem som igjen har økt kriminaliteten i byen. (WSWS 2015). Denne kunnskapen om byens situasjon antas å brukes strategisk i meldingen og treffer trolig en nerve hos innbyggerne i Syracuse.

Til slutt følger trappetrinnet intellectio. Her skal talens hensikt defineres, samt budskap og kontekst problematiseres og intellektualiseres. Som nevnt er det spesielt tre grunnleggende krav som må være oppfylt i den klassiske retorikken for å kunne overbevise; etos, patos og logos. Etos vil si at taleren fungerer som et argument i seg selv. Talerens etos skal gi et inntrykk av en smart person med god dømmekraft og moral, som er troverdig og autentisk. Dette er et noe vanskelig punkt å drøfte da man mister effekten det ikke-verbale kan ha på etos i Twitter-meldingen. Likevel oppleves og fremstilles Trump ellers som en person som kan få ting til å skje. Han har i manges øyne bygd opp et imperium fra ingenting og kan forstås som en ressurssterk karakter. Derfor kan det også tenkes at han ses på som kapabel til å gjøre noe med arbeidsledigheten i Syracuse, altså troverdig. Det er også god moral å ønske og skape jobber til de som trenger det, men hvorvidt Trump har et oppriktig ønske om å hjelpe kun for å hjelpe kan diskuteres. Det er her nødvendig å påpeke at han har blitt beskyldt fra flere hold for å ha en egoistisk grunn til å bli president. Han har også selv sagt at han ønsker å bli president for sin egen del og for egen forretningsvirksomhet. (Politico 2015). Så om man ser utelukkende på Twitter-meldingen kan han nok oppleves som en person med god moral, men hvorvidt alle opplever dette som troverdig er mer usikkert. På en annen side igjen ønsker han å stanse innvandring delvis grunnet at de ”tar” jobbene ”deres”, og sånn sett kan det oppleves troverdig og autentisk at han ønsker å gi Syracuses borgere jobbene sine tilbake. Men om det hele er basert på god moral kan ikke sies med sikkerhet.

Videre gjelder appellformen patos, som skal appellere til publikums følelser. For å kunne move, altså engasjere publikum, så er det viktig å finne noe som kan knytte et bånd mellom taler og lytter. Denne fellesnevneren er nødvendig for å kunne påvirke til handling.

Fellesnevneren mellom Trump og innbyggerne i Syracuse kan vise seg gjennom frustrasjonen over arbeidsledigheten. Begge parter ønsker flere jobber til amerikanske borgere, og ved å anerkjenne at jobbene er "...desperately needed" kan lytterne trolig føle en slags tilknytning til Trump; han ser dem, forstår dem og ønsker det samme som dem. Ellers kan Trumps utspill om at Syracuse er et "...great place!" være en måte å forsøke å knytte seg til innbyggerne på. Han anerkjenner Syracuse for det flotte stedet det er, men også at det trenger arbeidsmuligheter. Det er lett å anta at innbyggerne av byen føler det relativt likt, og kan derfor fungere som enda en fellesnevner mellom Trump og innbyggerne i Syracuse. Det at Trump og eventuelle lesere av Twitter-meldingen kanskje deler motiver kan påvirke til handling; hjelp Trump med å bli president, slik at han kan hjelpe dere.

Sist kommer appellformen logos, som skal appellere til publikums fornuft gjennom bruk av logiske bevis og fakta, altså docere. I Twitter-meldingen ser det ut til at Trump anerkjenner de fakta at Syracuse sliter med arbeidsledighet og på den måten docerer. Ettersom meldingen er kort, er det ikke mye å si om dette punktet.

Når det kommer til budskapet og konteksten i form av både den retoriske situasjonen, kairos, og hva som passer seg i situasjonen, aptum, ser det ut til at Trump utnytter mulighetene som foreligger. På tidspunktet han tvitrer meldingen er det valg i New York, hvor Syracuse ligger. Samtidig er det å fokusere på arbeidsledighet trolig hyperaktuelt, da det er et tema som preger mange av delstatens borgere og er en faktor til misnøye. Det kan også se ut til at han utnytter muligheten av å bruke Syracuse som et symbol på the American Dream, om man skal trekke tolkningen av budskapet hans enda lenger. Som nevnt var Syracuse tidligere en "mulighetens by", mens stedet nå er "for fall". Slik kan han også portrettere sitt ønske om å bygge opp igjen den knuste American Dream gjennom Syracuse. Ellers skriver han meldingen på den sosiale plattformen Twitter, hvor blant annet bruk av emneknagger er en naturlig del av språket. Dette ser man at Trump bruker i sin melding, hvilket viser at han behersker de sosiale normene som råder i den nevnte kanalen. Attpå til bruker han emneknaggen "NYPrimary", som er aktuell i forhold til situasjonen og det forestående valget i byen.

## 8.2 Tale

Talen som analyseres, er talen Trump holdt da han annonserte sitt presidentkandidatur den 16. juni 2015. Trump åpner talen med å erklære at USA er i store vanskeligheter, ikke lenger nyter internasjonal respekt, og taper globalt i konkurranse mot andre land. "...We as a country are getting weaker", sier han innledningsvis, og skisserer et endret maktforhold hvor USA er svekket som stormakt. Kina og Japan nevnes i forbindelse med handel, mens Mexico brukes som eksempel på feilende grensepolitikk. Politikerne blir beskrevet som "...all talk, no action", og deres mangel på handlekraft er det som motiverer Trump til å stille som presidentkandidat. Han mener de ikke kan handle selvstendig, ettersom de er styrt av lobbyister og interessegrupper. Han fremhever sin rikdom som en fordel, da han ikke er "eid" som de andre kandidatene. Han lister opp USAs utfordringer, blant dem økende gjeld, usikre grenser og stor arbeidsledighet. Trump belyser sine bekymringer til Iran og kjernevåpen, Kinas militærmakt og et ønske om å bekjempe IS i samme kontekst. Han vektlegger viktigheten av grensekontroll, og vil forsterke murene mellom Mexico og USA. Han ser på immigrasjonen fra Mexico som en byrde for USA; "...they're bringing drugs. They're bringing crime. They're rapists". Trump stiller seg solidarisk med middelklassen, som han beskriver som forsømt. Avslutningsvis understreker Trump sin handlekraft, og sier "...I will be the greatest president that God ever created. I'll bring back our jobs, and I'll bring back our money". Slik lover han å "Make America Great Again". (YouTube 2015).

Analysen av denne talen starter på det sjette trappetrinnet *actio*, som beskriver det ikke-verbale i talen. Trumps visuelle og auditive fremtoning oppleves som frustrert. Han fremstår som sint over situasjonen i USA, blant annet fordi det er høy arbeidsløshet og svak økonomi, som et resultat av handlingslammede politikere og mye immigrasjon. Han oppleves som selvsikker på sine standpunkt og sin evne til å skape endringer. Han lar blikket vandre rolig rundt i salen mens han prater, som gir inntrykk av at han er trygg på seg selv og oppmerksom overfor alle som har møtt opp. Trumps kroppsspråk oppleves som aggressivt, da han ofte gestikulerer voldsomt, spesielt i takt med stavelser eller for å understreke negative ord. Han viser også sin misnøye ved å lage grimaser. Han peker ofte ut i salen når han adresserer publikum, og snakker i et rolig tempo, med klar diksjon og en tydelig opprørt stemme. Etter å ha fremlagt et viktig poeng tar Trump ofte kunstpauser.

Videre i analysen kommer det femte trappetrinnet, *memoria*, som omhandler hvordan talen blir presentert. Trump ser ut til å ha et manus på talerstolen, men dette ser han såpass sjeldent

ned på at det oppleves som han snakker fritt. Deler av talen virker improvisert, da han ofte avbryter seg selv og kommer med innskytelser. Eksempelvis da han snakker om bilprodusenten Ford, avbryter han seg selv og sier at han kjenner de beste forhandlerne i verden. Dette gir inntrykk av at han reflekterer rundt emnet mens han snakker, og derfor kommer på noe han vil legge til underveis. Følelsesmessig fremstår Trump som engasjert, for eksempel når han snakker oppgitt om økonomien. Han er en vellykket forretningsmann med erfaring i å forvalte penger, og oppleves som troverdig når han uttrykker sin frustrasjon over hva som er gått galt i landets økonomi. Trumps bakgrunn fra næringslivet og hans sterke følelser knyttet til blant annet økonomien, gjør at han fremstår som autentisk når han taler.

Det fjerde trappetrinnet, *elocutio*, tar for seg språkbruk. Trump snakker enkelt og uformelt, og har derfor en lav språkstil med få språklige utsmykninger. Dette er kanskje en lavere språkstil enn det som forventes av en politisk tale. Det er rimelig å anta at dette er gjort med vilje for at alle tilhørerne skal forstå innholdet, da politikk er en arena som alle bør få kunne ta del i uavhengig av sitt forståelsesnivå, spesielt i et demokrati. Til tross for at han holder en politisk tale snakker ikke Trump med politisk sjargong, og bruker enkle ord og korte setninger. Eksempelvis sier han følgende; "...I have so many websites. I have them all over the place.". Han repeterer ofte hele setninger, og det viser seg at språkbruken til Trump er på et nivå som kan forstås av en fjerdeklassing. (Viser 2015). Dette enkle språknivået kan understreke et poeng Trump trekker frem i talen; at han, i motsetning til yrkespolitikere, sier ting som de er. Trump bruker ofte imperativ, en kommanderende måte å formulere seg på som kan gjøre at han fremstår som autoritær; "... believe me". Han bruker ofte forsterkende ord og kraftuttrykk, for eksempel er Obamacare en "...disaster" og Trump selv er "...really rich". Som nevnt er talen av lav språkstil, men det forekommer likevel noen språklige utsmykninger. Eksempelvis sier han at amerikanere trenger noen som kan "...take the brand of the United States and make it great again". Dette er en strukturell metafor, hvor man forstår noe ut i fra noe annet. Trump forstår her USA ut i fra forretnings- og markedsføringsperspektiv, og beskriver landet som en merkevare. Man får inntrykk av at han ønsker å styre USA som en bedrift.

Det tredje trappetrinnet, *dispositio*, tar for seg oppbygningen av budskapet i talen. Trump innleder talen med å påpeke at USA har seriøse problemer som svak økonomi, usikre grenser, et svakt militære og ugunstige internasjonale allianser og handelsavtaler. I hoveddelen går han dypere inn på hvorfor USA har disse problemene. Talen avsluttes med at Trump lister opp

hvilke endringer han ønsker å gjøre for å bedre situasjonen. Han leverer så budskapet om at hvis han blir valgt som president, vil USA bli en sterk nasjon igjen. Ved å bruke Burkes pentade kan man avdekke Trumps motiver og se hvordan han prøver å forme publikums virkelighetsoppfatning. Dramatiseringen av de fem elementene handling, aktør, middel, scene og hensikt kalles for ratio. Det later til at Trump selv er hovedpersonen og dermed aktøren i sin ratio. Trump er også forteller, og prøver å forme publikums virkelighetsoppfatning til at amerikanere og USA er ofre for eksempelvis inkompetente politikere som lar andre land utnytte dem, og for land som Kina og Mexico som “tar” jobbene deres. Slik lager Trump sin egen narrativ, og peker ut hvem han mener er USAs fiender. Handlingen i talen er at Trump skal gjøre “America Great Again” om han blir valgt til president. Han mener at politikere før han har ført det amerikanske folket bak lyset, blant annet fordi de er ”kjøpt” av lobbyister og derfor ikke representerer folket. Middelet handlingen skal utføres ved hjelp av, er Trumps politikk og alle hans ideer. Omstendighetene rundt talen er lanseringen av Trumps presidentkandidatur, og Trump Towers er scenen for talen. Det Trump ønsker å oppnå med sin handling, altså hensikten, er et sterkere USA med økonomisk vekst. Motivet oppleves som ønsket om å bli president.

Det andre trappetrinnet, inventio, omhandler tilgjengelige kilder og informasjon. Flere steder i talen refererer Trump til tall. Eksempelvis sier han at USA skylder Kina 1,3 billioner dollar, og at den reelle arbeidsledigheten er mellom 18-20%. Anekdoter fra forretningsverden brukes også aktivt som kilde til det han sier. Denne bruken av tall og personlig erfaring når det kommer til for eksempel gjeld og fri handel, understreker trolig poenget hans om at USA er i en økonomisk krise. Som nevnt tidligere sier Trump ofte ting som er usant eller feilaktig, så man må være kritisk til om “påstandene” i denne talen faktisk stemmer. Samtidig kan måten Trump legger frem informasjon på ved å henvise til statistikk, prosenter og seg selv, fortsatt gjøre at han fremstår som smart og kompetent av mange.

Det første trappetrinnet er det siste steget i analysen og heter intellectio. Hensikten med talen, budskapet og konteksten skal her diskuteres. Trump holder en politisk, rådgivende tale. Situasjonen oppleves som noe lystbetont, siden Trump går inn i politikken. Den virker likevel alvorspreget, da det er viktige og såre emner han tar opp. Han later til å vite hva og hvordan noe bør sies for å få frem poenget sitt, eksempelvis bruker han det kjente uttrykket “...all talk, no action” om det han mener er udugelige politikere. På et tidspunkt begynner publikum å messe “We need Trump” under talen. Trump unytter her situasjonen, altså kairos, og svarer;

”Well, you need *somebody*”. Dette passer i situasjonen, og slik mestrer han aptum. Når det kommer til hans evne til å overbevise, ser vi til hans bruk av appellformene etos, patos og logos.

Når det kommer til Trumps etos og moral, kan den ses på fra flere sider. Noen kan oppleve at Trump har god moral da han ønsker å hjelpe USA, og han sier også selv at han er en snill person som gir bort mye penger til veldedighet. Andre kan derimot føle at han har dårlig moral, da han tidvis snakker nedsettende om de andre kandidatene, og kaller alle meksikanere for voldtektsmenn. At Trump ønsker å trekke USA ut av militære allianser kan noen kanskje oppleve som dobbeltmoralisk; han ønsker å hjelpe sine egne, men ikke andre. Trump kan av noen fremstå som smart da han ofte refererer til konkrete tall og statistikk, og sin egen suksess. På den annen side lover han enkle og vage løsninger på kompliserte problemer, som at USAs infrastruktur skal bygges opp raskt og langt under budsjett. Dette kan andre oppleve som tom prat, og lite reflektert. Siden Trump er en kjent forretningsmann, er han vant til å forholde seg til økonomiske beslutninger som gir avkastning. Dette kan oppfattes som at han har god dømmekraft, og at disse egenskapene kan overføres til beslutningstaking for USA. Når det kommer til Trumps autentisitet, vektlegger han sine forretningsferdigheter som et fortrinn som kan overføres til presidentrollen. Trump følger ikke de samme spillereglene som de andre kandidatene når han taler, og peker på hvordan han skiller seg fra dem blant annet ved å ikke bruke lobbyister eller andres penger. Dette kan gjøre at han fremstår som ekte og autentisk, og som en person som er skikket til å styre USA. Politisk troverdighet avhenger av at man må mene det man sier, noe Trump viser med sitt kroppsspråk og følelsesmessige engasjement i sakene han tar opp. Han oppleves som troverdig da han later til å ha en genuin interesse i å styrke USA. Det at han sier at han har ansatt titusener av mennesker i sitt imperie, kan gjøre at det oppleves som troverdig at han også kan klare å skape arbeidsplasser i USA. Det høres av publikums jubel og tilrop at Trump behager dem med sitt vesen, og han mestrer derfor delectare.

Appellformen patos skal appellere til publikums følelser og engasjere dem. Man hører av publikums jubel og utrop at Trump klarer å vekke sterke følelser hos dem, og sette dem i en spesiell sinnsstemning. For å movere må man ha noe til felles med de man vil overtale. Det later til at en fellesnevner mellom Trump og hans publikum er frustrasjonen over situasjonen i landet som er blitt påført dem av politikerne. Trump sympatiserer eksempelvis med amerikanernes frustrasjon over at USA har dyre internasjonale forpliktelser, i stedet for å



fikse sine egne problemer på hjemmebane. Dette kan vekke en følelse av avmakt og urettferdighet blant publikum. Disse forpliktelsene ”...has to stop now”, sier Trump. Dette kan appellere til publikums frykt for hvilken retning USA er på vei. Det kan vekke en følelse av at det haster å skape endringer og det kan påvirke publikum til å stemme på Trump.

Den siste appellformen, logos, gjelder fakta og logiske bevis som appellerer til tilhørernes fornuft og rasjonalitet. Trump refererer til sin egen erfaring, statistikk og tall for å appellere til publikums fornuft. Et eksempel på dette er når Trump trekker frem en BNP under null og høy landsgjeld, for å understreke hvor dårlig det går med USAs økonomi. Dette kan appellere til tilhørernes fornuft over hvilken krise landet faktisk er i. Det må likevel kommenteres at Trump kommer med mange påstander uten henvisning. Måten han bruker ”fakta” på fremstår kanskje som saklig, men det er ikke dermed sagt at det er noe reelt saklig innhold. Han sier dermed ikke nødvendigvis noe fornuftig, men det måten han presenterer informasjon på kan likevel oppleves som rasjonelt av tilhørerne.

### 8.3 Facebook

30. april 2016 skrev Trump følgende i en Facebook-status: “Another American- who wants to MAKE AMERICA GREAT AGAIN! I see you! Rest assured, we will- begin in 2017. Thank you for your support of my candidacy. I love you all- and I love the United States of America.”. Sammen med statusen postet Trump et bilde av en eldre kvinne ikledd en kappe med slagordet “Make America Great Again”. Hun har også på en skjorte med amerikanske flagg, og ser ut som hun ber da hun har bøyd hodet og foldet hendene. (Vedlegg III)

Først kommer det sjette trappetrinnet, actio. Trump er ikke fysisk tilstede, men ettersom han skriver såpass muntlig kan dette gjøre at man ser han for seg når man leser. Når han skriver ”MAKE AMERICA GREAT AGAIN!” i store bokstaver, kan man formelig se for seg at Trump skriker ut sitt slagord, gestikulerende og insisterende.

Neste steg i denne analysen er det fjerde trappetrinnet, elocutio. Språkstilen til Trump i denne Facebook-statusen kan ses på som enkel og uformell, altså av lav språkstil. Han bruker korte setninger og enkle ord; “...I love you all- and I love the United States of America.” At ytringen er på et sosialt medium gjør trolig at Trump holder språket på et lettlest nivå, slik at det er lett å få med seg. At slagordet er skrevet med store bokstaver kan være effektivt, da det kan ha en viss stopp-effekt og gjøre det lettere å legge merke til når man ”scroller” seg

nedover Facebook. Av språklige utsmykninger kan selve slagordet være en ontologisk metafor. Hvis man i stedet for å se på Amerika som et håndfast, avgrenset geografisk område, heller forstår land som en nasjon, en kultur og et sett med lover og regler, blir land noe ikke håndfast. At Trump da sier at han skal "Make America Great Again", vil si at han tar noe ikke håndfast, en nasjon, og beskriver det som en ting han skal *ta* og *bedre*. Ordlyden av slagordet må også kommenteres; "Make America Great *Again*" gir inntrykk av at Trump mener at situasjonen i USA en gang har vært bra, og at han ønsker dette tilbake igjen.

Videre i analysen kommer det tredje trappetrinnet, *dispositio*. Budskapet i Facebook-statusen er bygget opp ved å først påpeke at det på bildet er nok en amerikaner som støtter han, og som også ønsker å "Make America Great Again". Deretter påpeker han at han ser henne; "...I see you", som også kan tolkes som at han ser alle amerikanere da "you" på engelsk betyr både deg og dere. Han avslutter med å takke for støtten til sitt kandidatur, og erklærer sin kjærlighet til amerikanere og USA. Neste steg i det tredje trappetrinnet er å se til pentaden for å avdekke Trumps motiver. Handlingen i Facebook-statusen er Trumps forsikring til amerikanske velgere om at han ser dem og er der for dem, og aktøren i fortellingen er Trump selv. Det er Trump som ser velgeren, som takker for støtten og som elsker Amerika. Facebook-statusen i seg selv er middelet han bruker; det er gjennom denne han viser sin støtte og takknemlighet, og får spredt sitt slagord. Omstendighetene til handlingen er den pågående valgkampen, som blir scenen i fortellingen, og ytringen finner sted på Facebook. Gjennom å vise at han ser den enkelte velger og takker for deres støtte, kan han kanskje overbevise flere om at han er det riktige valget, noe som oppfattes som hensikten med statusen.

Det nest siste steget i analysen er det andre trappetrinnet, *inventio*. Bildet av kvinnen kan ses på som et visuelt bevis på at Trump har støtte fra folket. Det er kanskje også det viktigste innholdsmomentet som underbygger Trumps påstand i statusen; han ser dem og er der for dem. Bruken av bildet som viser "enda en" amerikaner som stemmer på Trump, kan kanskje føre til at flere blir påvirket til å stemme på han ved at man ser at allerede mange gjør det. Robert Cialdini kaller dette for sosiale bevis; "...prinsippet sier at vi avgjør hva som er riktig, gjennom å finne ut hva andre mennesker synes er riktig" (Cialdini 2011, 141).

Avslutningsvis skal det første trappetrinnet, *intellectio*, analyseres. Her skal hensikten med talen og publikum beskrives. Som nevnt i pentaden, er trolig hensikten med Facebook-statusen til Trump å vise at han ser velgerne sine, og overbevise flere til å stemme på han.

Ettersom statusen er lagt ut på Trumps Facebook-side kan man anta at mange vil få denne opp på sin Facebook. Dette både gjennom å enten selv ha likt siden eller fordi man kan få opp hva venner og venners venner har likt på sin egen ”feed”. Dette kalles som nevnt delt oppmerksomhet, altså historier som deles og spres gjennom eksempelvis sosiale medier. Basert på dette er det vanskelig å si noe spesifikt om publikumet i forhold til denne ytringen, da det kan ha nådd alt fra de som har likt siden, til venner av de som har likt den osv.

Det skal nå redegjøres for Trumps bruk av de tre appellformene etos, patos og logos. Trumps etos kommer ikke sterkt til uttrykk i denne ytringen, men det kan oppfattes som god moral å verdsette sine velgere, og å elske sitt land og dets innbyggere. Som tidligere nevnt kan folk ha ulike oppfatninger av Trumps moral, men ved å utelukkende ta denne Facebook-meldingen i betraktning oppleves han som en person med god moral. De som også føler at han er troverdig i forhold til å elske sitt land og ville Amerika det beste, vil sannsynligvis oppleve han som autentisk og moralsk gjennom denne meldingen.

Videre skal Trumps følelsesappell til publikum drøftes, altså patos. For å kunne move publikum, må taleren finne en felles plattform mellom seg selv og tilhørerne. Den første setningen i Facebook-statusen er “Another american- who wants to MAKE AMERICA GREAT AGAIN!”. Dette kan skape en følelse av at det er mange som ønsker et bedre Amerika tilbake, og som støtter Trump på hans vei mot å bli president. Ordlyden av “another” kan også gi inntrykk av et fellesskap; her er enda en som ønsker det samme som Trump. Han sier også “... I see you”, som kan gi inntrykk av at Trump er opptatt av å se hver enkelt velger. Han ”ser” dem og forstår deres behov. At Trump ”ser” velgerne sine kan skape en følelse av håp ved å endelig bli hørt, da de lenge har følt seg oversett av politikerne som styrer landet deres. Frustrasjonen over avstanden mellom velgerne og politikerne, og ønsket om å “MAKE AMERICA GREAT AGAIN!”, er noe Trump deler med elektoratet, og han finner her en felles plattform med publikum. Videre sier han “Rest assured...”, en formulering som kan oppfattes som betryggende og forsikrende for velgerne om at bedre tider er i vente med Trump som president. Dette er med på å skape en følelse av at han er den som skal redde USA, noe velgerne, som ovennevnt, føler de trenger. Han fortsetter videre med “We will- begin in 2017”. Det er altså snakk om et “vi”; et samhold av mennesker, som skal begynne opprydningen av landet i fellesskap. “I love you all, and I love the United States”, sier han patriotisk om sitt land og sine velgere. Dette gir et inntrykk av at Trump har sterke, varme følelser for både landet sitt og befolkningen. Å appellere til patriotisme kan skape en

fellesnevner mellom Trump og amerikanerne; på tross av sine ulikheter, har de kjærligheten for sitt land til felles. Også bildebruken i Trumps Facebook-status kan trekkes opp mot patriotismen, som er en viktig del av amerikansk kultur. Flaggene på kvinnens bluse kan vekke en følelse av stolthet, da flagget kan ses på som et symbol på et “Great America”. Hendene som er foldet i en bønn er et religiøst uttrykk, som kan spille på mange velgeres sterke følelser knyttet til kristendom. Dette kan også skape en fellesnevner mellom den troende delen av publikum og Trump, som selv er kristen. I tillegg til å be, er kvinnen ikledd en kops med Trumps slagord på. Derfor kan man kanskje se på bønningen som en bønn til Gud om at Trump skal vinne, eller som en bønn til Trump om å bedre landet hun bor i. Kanskje det også kan være en bønn til folket om å stemme på Trump?

Når det kommer til hvorvidt Trump appellerer til publikums fornuft og rasjonelle tanke, logos, er det få fakta og logiske bevis i denne ytringen. Likevel fremmer han sitt slagord “Make America Great Again” i statusen, som kan være et forsøk på å appellere til publikums fornuft, da det virker fornuftig og riktig å ønske et bedre Amerika. Det ser også ut til at opplysningen om at enda en amerikaner som ønsker det samme som han, kan appellere til publikums fornuft. Det foreligger både et ”bildebevis” og en faktasetning om at slik er det, hvilket kan gi folk ett inntrykk av at det er mange som stemmer på han.

Avslutningsvis skal budskapet og konteksten drøftes ut i fra kairos og aptum. Det kan virke som at Trump utnytter bildet til sin fordel, ved å legge det ut samme dagen som det var store protester mot ham på et av hans valgmøter. (Lawler 2016). Dette viser at Trump utnytter situasjonen, altså kairos. Man kan dermed tenke seg til at statusen blir brukt som motvekt til protesten og kan understreke budskapet; det er mange som støtter han, selv om flere protesterer. Det kan nesten virke som han møter det onde med det gode. I stedet for å skrive noe som “Det er en skam at man ikke kan ha et politisk ståsted uten å få en mobb etter seg!”, har han valgt å utnytte situasjonen til det bedre. Han snur dermed oppmerksomheten mot sine støttespillere i stedet for mot sine fiender. Det kan passe seg i denne situasjonen å vise at man er god, når andre mener man ikke er det. Basert på dette mestrer Trump aptum.

## 9.0 Funn i analysene

Etter å ha analysert en tale, en Twitter-melding og en Facebook-status, vil nå likhetene i analysene trekkes fram for å få oversikt over hva som definerer Trump som retor. Dette

trekkes opp mot tendenser i den amerikanske kulturen og typiske trekk blant Trumps tilhengere, for å få innsikt i hva det er med Trump og hans retorikk som appellerer spesielt godt til dem.

For det første ser man gjennom analysene at Trump ikke er den typiske politiker. Hans talestil og lave språkstil er et godt eksempel på dette. Han gjør et poeng ut av at han er den ærlige kandidaten som “sier det som det er”. Han ”gjemmer” seg ikke bak politisk sjargong, store ord og mange verbale utsmykninger, men er brutalt ærlig om hva han mener. Dette, sammen med hans elendighetsbeskrivelser av landet om at USA er i nedgangstider, kan trolig være noe som appellerer til elektoratet. Spesielt da en tendens blant majoriteten av hans velgere er at de har lav eller ingen utdannelse. Man kan dermed anta at et enkelt språk om vanskelige temaer kan være fordelaktig, fordi de kan oppleve at han gjør politikk enklere å forstå. Han sympatiserer med middelklassen, da mange av dem føler seg oversett etter finanskrisen og deindustrialiseringen. Flere er arbeidsløse og er derfor kanskje av samme oppfatning som Trump; USA er i ”krise” og noe må gjøres for at landet skal bli ”great again”.

Politikerforakten står også sterkt blant både Trump og hans velgere, og er beskrevet i fenomenet Trumpism. Velgerne føler seg etterlatt og mener politikere ikke tjener folket, men heller lobbyister og store selskaper. Dette er en holdning Trump deler med velgerne, og i alle tre ytringene kommer det frem at Trump faktisk “ser” velgerne sine og taler deres sak. At han sympatiserer med deres håpløshet og frustrasjoner, kan gjøre at velgerne føler at dette endelig er en politiker som faktisk representerer amerikanere og tar USAs situasjon på alvor. At han i tillegg finansierer mye av sin egen valgkamp, kan gi en følelse av at han ikke er “eid” av noen andre. Slik kan han oppleves som et friskt pust og som en som skiller seg ut fra andre politikere. Kanskje er han endelig en som faktisk kan ta tak i de problemene som sårt trengs å ryddes opp i? Hans bruk av kraftuttrykk og imperativ kan være med på å forsterke dette inntrykket ved at det trolig signaliserer en sterk, målrettet og autoritær leder.

Videre er bruken av slagordet “Make America Great Again” noe som går igjen i analysene og som også kan underbygge det ovennevnte om en som endelig deler velgernes frustrasjoner. Slagordet kan gi velgerne følelsen av at Trump ønsker det samme som dem, nemlig å bygge opp USA til slik det en gang var; en mektig stormakt hvor the American Dream var en virkelighet. Som nevnt tidligere er en tendens i den amerikanske kulturen at mange føler at the American Dream er død, noe de er frustrerte over og ønsker tilbake. Siden folk ikke har

jobb og har følt seg systematisk oversett av politikere over lengre tid, kan det hende de føler de har nådd et bristepunkt. Det å være arbeidsløs er sårt og skambelagt for mange, og det kan hende de responderer best til en mann som viser at han virkelig forstår usikkerheten og desperasjonen deres. "...I just want a job. Just get me a job" sier Trump om middelklassen i talen, og han beskriver jobbene i Syracuse som "...desperately needed". Med dette viser han en sympati som trolig appellerer til elektoratet, da de i hovedsak er mennesker i middelklassen, hvor mange står uten arbeid.

I alle ytringene spiller Trump på forkjærligheten for USA og patriotisme, gjennom blant annet sitt slagord. Patriotisme er en midlere versjon av nasjonalisme, som omhandler å bygge opp å bevare hva som er spesielt for landet, samt fremme tilhørigheten til det. (SNL 2015e). Dette kan appellere til tendensen blant velgerne som omhandler en forelskelse i det gamle, gode USA, samt den generelle patriotiske holdningen blant mange amerikanere.

Videre i alle analyser bruker Trump logos, altså fakta og informasjon, på en måte som trolig fyrer opp under velgernes følelse av desperasjon og håpløshet. Eksempelvis stadfester han at jobbene i Syracuse er "desperately needed" på Twitter, kvinnen i Facebook-statusen er *enda en* amerikaner som støtter han, og arbeidsløsheten har ikke vært så høy siden 1978, som han sier i talen. Trumps fakta og logiske bevis er sterkt knyttet til hans følelser om emnet han snakker om. Han trekker paralleller mellom følelser og bevis, og informasjonen han bruker ikke nødvendigvis fakta. På denne måten oppleves det som at Trumps logos har *formen* av saklighet, men uten noe reelt, saklig innhold. Denne måten å basere fakta på følelser på, kan trolig appellere til velgerne hans, da en tendens blant mange av dem er at de har lav eller ingen utdanning. Det kan derfor antas at mange av dem ikke heller er spesielt kildekritiske, da dette er en egenskap man ofte tilegner seg gjennom utdanning og studier. Trump sier også at alle meksikanere er voldtektsmenn i sammenheng med en feilende immigrasjonspolitik, hvilket derfor kanskje ikke blir vurdert som feil eller ulogisk. Dette kan snarere appellere til mange velgeres allerede negative holdning til innvandring, da mange av dem er arbeidsløse og føler at det er nettopp meksikanerne som har "tatt" jobbene deres. Dette, sammen med Trumps ytringer om at alle muslimer utgjør en terrortrussel for USA og at det skal bygges en mur som skiller Mexico fra USA, kan appellere til velgerne da økende rasisme er en tendens som preger USA i dag.

I alle ytringene fremstår Trump som følelsesmessig engasjert. Han får det til å virke som han har et genuint ønske om å hjelpe amerikanerne, og at han virkelig ønsker å få Amerika på bena igjen. Dette kan gi en følelse av håp blant velgerne, da mange føler at de har blitt oversett av politikerne; endelig blir de sett og deres frustrasjoner blir tatt på alvor. At forretningsmannen Trump fremmer slagordet “Make America Great Again” i sin tale og Facebook-status, appellerer trolig til velgerne. En svak økonomi er som nevnt en tendens som preger USA, og velgerne føler kanskje at om det er en som kan bygge opp USA igjen, så er det nettopp Trump. Han har gitt inntrykk av at han har bygget opp et imperie fra så å si ingenting, og det kan derfor oppleves som troverdig at han vet hva han gjør når det kommer til å bygge opp USA igjen også. Hans suksesshistorie kan gjøre at han blir som et slags symbol på gjenreisningen av the American Dream, og viser med dette velgerne at det faktisk finnes håp. Dette kan også appellere til velgerne, da en tendens blant dem er at de føler at denne drømmen er død. Dette kan også være med på å glorifisere ham og gjøre ham til en slags helt, som de derfor ser opp til. Som igjen kan styrke hans ethos og autensitet i forhold til å ”Make America Great Again”.

Trump snakker så og si fritt fra manus i talen som er analysert, samt i de andre talene brukt i researchprosessen. (C-Span 2015; BBC News 2015). Dette kan gjøre at velgerne opplever at det han sier faktisk er hans egne tanker og meninger; han trenger ikke å se ned på et manus skrevet av en politisk rådgiver. Han mener det han sier og er tydelig frustrert, noe han også viser blant annet med sitt følelsesmessig engasjerte kroppsspråk og stemme. Dette bygger opp under opplevelsen av at han er autentisk. Han bruker også et personlig språk i alle de tre ytringene, noe som kan gjøre avstanden mellom politiker og velger mindre, da språkbruken hans kan minne om slik man snakker med sine venner. Denne måten å formulere seg på vises også i sosiale medier, som han bruker aktivt under sin valgkamp. Dette kan appellere til en følelse blant velgerne at han er der for dem ved at han kommuniserer med dem på et personlig nivå gjennom mer personlige kanaler enn utelukkende politiske taler. Velgerne kan oppleve at han snakker direkte til dem. Da ethos, patos og logos er en svært viktig del for å overbevise i den klassiske retorikken, er det kanskje ikke så vanskelig å forstå hvorfor Trump appellerer til elektoratet; hans ethos, patos og logos står trolig sterkt blant velgerne, da de treffer tendensene typiske trekk ved dem spesielt godt.

## 10.0 Paralleller mellom Hitler og Trumps valgkampstrategi og retorikk

Det vil nå trekkes paralleller mellom Hitler og Trumps valgkampstrategi og retorikkbruk. Det sies jo at retorikk er situasjonsbetinget og at det å si rett ord til rett tid er avgjørende. Men hva hvis både situasjonen og det som sies i den er likt nok, vil ikke da historien kunne gjenta seg selv?

Først vil det trekkes fram viktigheten av kairos og aptum i både Trump og Hitlers valgkamp, altså situasjonen og hva som passer seg å si i den. Som under Hitlers valgkamp er også USA i dag preget av økonomisk usikkerhet og arbeidsløshet. Under begge valgkampene har følelser av raseri, frykt, og følelsen av å bli oversett og etterlatt av landets ledere vært knyttet til disse problemene. I begge valgkamper har disse følelsene blitt brukt aktivt for å appellere til den gjengse innbygger. Både Trump og Hitler viser en enorm frustrasjon og aggresjon over situasjonen, og kan med dette vise til en delt sympati med velgerne sine. Det ser ut til at de begge utnytter mulighetene som foreligger i situasjonen og sier hva som passer seg i den: de ser at mange er sinte og redde og bruker dette til å appellere til dem. Trump viser blant annet dette gjennom sin Facebook-melding og ”I see you”-budskapet; han ser dem i motsetning til de andre politiske lederne som overser dem og neglisjerer deres behov. I Twitter-meldingen anerkjenner han Syracuse-folkets desperate behov for arbeidsmuligheter, og i talen konstaterer han det den alminnelige amerikaner allerede føler; ”Sadly, the American Dream is dead”. I alle analysene anerkjenner Trump, i likhet med Hitler, den gjengse innbyggers frustrasjon rundt dagens situasjon og strekker ut en hjelpende hånd.

Videre ses det likheter i forhold til situasjonsbeskrivelsene av landene og utpekingen av syndebukker. Både Trump og Hitler har under sine valgkamper beskrevet et dystopisk hjemland, og brukt det som kalles elendighetsbeskrivelser. Dette ses blant annet i Trumps følgende utsagn fra talen; ”Our enemies are getting stronger and stronger by the way, and we as a country are getting weaker”. De har også begge gitt indre og ytre fiender skylden for all elendigheten. I Tyskland var det jødene og de utenlandske stormaktene bak Versailles-traktaten som var de indre og ytre fiendene. I Trumps tilfelle peker han blant annet en finger på politikere som er ”kjøpt” av lobbyister og store selskaper, og som representerer dem i stedet for folket. Dette ses blant annet i hans tale hvor han omtaler de andre politikerne og hvordan de har skakkjørt landet på følgende måte; “How stupid are our leaders? How stupid



are our leaders to allow this to happen? How stupid are they?“. Videre er også muslimene syndebukker som utgjør en stor terrortrussel, i følge ham selv. Dette er Trumps og USAs indre fiender. Det ses også her en tydelig parallell mellom de to politikerne og deres ønske om å merke de indre fiendene. I Hitlers tilfelle ønsket han å merke jødene og i Trumps tilfelle er det muslimene som skal merkes. Videre er USAs ytre fiender land som de er i militære allianser og handelsavtaler med og som utnytter dem, og også meksikanere som kommer inn i landet og ”tar” jobbene fra amerikanerne. I sin politikk og retorikk spiller både Trump og Hitler på elendighetsbeskrivelser av landene, med fokus på syndebukker og hvem som ødelegger for dem. Det er også her viktig å nevne at begge to fremstiller seg selv som et slags lysglimt og håp i all elendigheten, et poeng som nå vil utdypes videre.

En tredje likhet mellom Trump og Hitlers valgkamp omhandler det ovennevnte om hvordan de fremstiller seg som et håpet i all elendigheten. De ytrer begge et sterkt ønske om å løfte sine land ut av elendigheten og gjøre nasjonene mektige igjen. Dette fokuset på nasjonalisme, og å styrke denne ses hos begge kandidatene. Eksempelvis ses Trumps bruk av dette gjennom hans slagord ”Make America Great Again”, og også gjennom et sitat fra talen hans; ”But if I get elected president, I will bring it back bigger and better and stronger than ever before, and we will make America great again”. Nasjonalismen og patriotismen står altså sterkt i retorikken og strategiene deres. Men der hvor Hitler aktivt spilte på en ekstrem form for nasjonalisme, spiller Trump mer på patriotisme, som som nevnt er en mildere form for nasjonalisme. Videre skildrer de begge muligheter og håp; en bedre økonomi, flere jobber og et sterkere land generelt. Som tidligere nevnt appellerte Hitler til den alminnelige tysker blant annet gjennom å aktivt spille på skadet selvfølelse og på opplevelsen av å ha blitt ydmyket. Dette gjør også Trump gjør i sin valgkamp. Et eksempel på dette er hans beskrivelse av et USA som i følge ham ikke lenger nyter internasjonal respekt; ”When do we beat Mexico at the border? They’re laughing at us, at our stupidity”. I likhet med Hitler, fremstiller Trump seg som løsningen på å få USA ut av ydmykelsen landet er utsatt for og som et håp for velgerne med skadet selvfølelse grunnet arbeidsløshet. Gjennom å spille på et ønske om å styrke nasjonalismen, kan kanskje folket oppleve dette om en indirekte styrkning av deres skadete selvfølelse. Hitler og Trump fremstiller seg selv likt; ingen andre enn dem er kapable til å styrke sitt land.

Videre er det viktig å trekke fram både Hitler og Trumps virkelighetsoppfatning og likhetene mellom dem. Som tidligere nevnt var Hitler kjent for å basere sin virkelighetsoppfatning

utelukkende på ting han følte framfor logiske bevis. Følte han noe, så var dette en verdenssannhet, og lytterne ble ofte påvirket til å gjøre det samme; å trekke paralleller mellom følelser og bevis. Dette ser det ut til at Trump også gjør. Et eksempel på dette ses gjennom hans virkelighetsoppfatning av meksikanske immigranter, som han føler utelukkende skaper problemer. Han lager sin egen sannhet der alle meksikanere som kommer til USA ”...bringing drugs. They’re bringing crime. They’re rapists”. Dette er en grov generalisering av en etnisk gruppe som utgjør en stor del av USAs befolkning, men han legger det fram som bevis ved å si at sånn er det. Han liker dem ikke, og trekker derfor slutninger basert på denne følelsen. Videre mener Trump at Kina og Mexico ”tar” jobbene til amerikanerne. Dette handler vel heller om hvordan global økonomi fungerer. Det er ingen som har ”tatt” noens jobber, men det er ofte man outsourcer jobber og produksjon til utlandet for å effektivisere produksjonen samt gjøre den billigere. (SNL 2012). Så fordi Trump føler at jobber blir tatt fra amerikanerne, så fremfører han dette som fakta. Slik lager han sin egen narrativ basert på følelser som fremføres som sannheten, i likhet med Hitler. Akkurat i dette eksempelet ser man også bruken av doble budskap, hvilket Hitler brukte i sin valgkamp. Trump ønsker at all produksjon skal legges til USA, og at man ikke skal outsource slike jobber. I praksis ville dette ført til eksempelvis lavere lønn til arbeiderne eller dyrere produkter, da selve produksjonen ville kostet mer. Samtidig ytrer Trump et ønske om å skape økonomisk vekst og øke levestandarden, som ikke samsvarer med hva som hadde vært realiteten hvis alt skulle blitt produsert i USA. Dette kan også ses på som en isolasjonistisk holdning, ved at Trump ønsker å isolere USA fra den globale handelen og økonomien, og at amerikansk produksjon bare skal gagne USA økonomisk. Det kan også ses på som en form for økonomisk nasjonalisme; økonomien knyttet til produksjon av amerikanske varer skal holdes innad landegrensene. Dette er i likhet med Hitler hvor, som ovennevnt, isolasjonisme og nasjonalisme stod sterkt i hans ideologi.

En femte parallell ses gjennom Trump og Hitlers politiske og retoriske talestil. Som tidligere nevnt var Hitlers fremføring av taler preget av få notater, kraftige utrop, gjentakelser av hovedpoenger, utallige kunstpauser og mye gestikulering. Her stemmer alle elementene overens med Trumps talestil. Han hever ofte stemmen sin når han skal presisere et viktig poeng og gjentar det gjerne. Han tar ofte kunstpauser etter viktige poenger og snakker så og si fritt fra manus. Han gestikulerer aktivt i takt med stavelser og for å understreke negative ord. Trump gjør dog disse tingene i en mildere versjon enn hva Hitler gjorde.

## 11.0 Paralleller mellom Habermas, Bourdieu og Trump

Det vil nå trekkes paralleller mellom Trump og teoriene til Habermas Bourdieu. Dette for å se hvorvidt deler av disse kan gi innsikt i hvorfor Trump får så høy oppslutning.

### 11.1 Habermas og Trump

Det vil nå trekkes paralleller mellom de ovennevnte teoriene til Habermas og Trump. For det første ser man at Trump oppfyller Habermas' gyldighetskrav i flere tilfeller, eksempelvis når han snakker om å bedre den økonomiske situasjonen til USA; er den økonomiske situasjonen i USA for mange dårlig (sant), tillater en presidentrolle muligheten til å gjøre noe med den (riktig) og ønsker Trump faktisk å bedre økonomien eller har han et annet motiv? (sannferdig). Trump viser en stor frustrasjon over den økonomiske situasjonen, og kan derfor oppleves som sannferdig i forhold til å ønske å gjøre noe med den. Det foreligger selvfølgelig en viss fare for at noen tenker at han kun ytrer dette for å sanke stemmer, men samtidig kan mange også akseptere de foreliggende gyldighetskravene. Aksepterer de dem vil det foreligge gode grunner for å stemme på Trump, hvilket kan bidra til hans høye oppslutning. Dette med å bedre den økonomiske situasjonen appellerer også godt til velgerne, da mange av dem sliter med å skaffe seg et levebrød.

For det andre kan det se ut til at Trump bruker strategisk handling i sin kommunikasjon. Han bruker altså belønning og straff i sine taler og et eksempel på dette er når han oppfordrer til å holde produksjonen, arbeidsplasser og hele næringen innad i USA. Han ønsker å "straffe" de som produserer ting utenfor landet ved å ilegge dem en avgift: "Every car and every truck and every part manufactured in this plant that comes across the border, we're going to charge you a 35-percent tax". Mange kan da motiveres til å stemme på han, ved at de kan føle en belønning i det at produksjonen vil av mange holdes innenlands for å unngå straff. De som arbeidsløse ønsker jo nettopp flere jobber, hvilket produksjon innad i landet vil kunne bidra til.

For det tredje ser det ut til at Trump anvender seg av kommunikativ handling og kraften i det bedre argument, når han snakker om eksempelvis terroren som for tiden preger verdensbildet. Trump har et fiendebilde som er helt unyansert, og snakker om terror og immigrasjon i samme åndedrag. Han bruker terroren i Midtøsten og IS som argumenter for ikke å slippe inn meksikanere og muslimer, da han mener immigranter bringer med seg problemer. Igjen

kommer dette med Habermas gyldighetskrav inn i bildet; er det mye terror for tiden (sant), tillater en presidentrolle å gjøre noe med dette eksempelvis gjennom å passe på hvem som slipper inn i landet (riktig), og ønsker faktisk Trump å stoppe terror eller har han et annet motiv (sannferdig)? Trump med sin virkelighetsoppfatning mener faktisk at han kan gjøre noe med terroren ved å begrense blant annet immigrasjonen til landet, og det oppleves også som viktig for ham. Hvis da mange aksepterer gyldighetskravene vil det fungere som motivasjon til å stemme på han. Det trenger heller ikke foreligge konsensus mellom de potensielle velgerne og Trump. De kan eksempelvis føle at dette er rasistisk, men om de er spesielt redde for terror og ønsker å føle seg trygge, kan dette være gode nok grunner til å stemme på ham likevel. Argumentene hans for å stoppe immigrasjon og merke muslimer kan være så gode at folk stemmer på ham, til tross for at konsensus ikke foreligger.

## 11.2 Bourdieu og Trump

Det vil nå trekkes paralleller mellom de ovennevnte teoriene til Bourdieu og Trump. Bourdieu mener at mye kapital henger sammen med mye makt. Hvis man har mye av det ene, har man ofte mye av det andre. Trump har mye økonomisk kapital og tilhører overklassen. Dette gjør han til en person som kan bruke sin makt til å kommunisere en ønsket standard til klasser eller grupper med mindre kapital enn han selv. Bourdieu mener at menneskene som lever i klasser med mindre kapital mangler midler til å innse sin reelle situasjon. Trump er oppvokst i overklassen, og har vokst opp i en annen ”verden” enn de i klassene under ham. Selv om han sympatiserer med, og representerer middelklassen, er han ikke middelklasse selv. Likevel er det slik at siden han tilhører den dominerende gruppen i samfunnet, kan han derfor påvirke middelklassens virkelighetsoppfatning. Et eksempel på dette kan være når han sier at han er “en av dem”. Selv om han egentlig ikke er det, kan dette likevel virke overbevisende. Dette kan forklare hvorfor mange stemmer på en mann som er vokst opp i en helt annen klasse enn dem selv, og som i lengden trolig vil endre ting som ikke de nødvendigvis drar fordel av. De forstår ikke at han påvirker dem, ei heller at han trolig vil ta valg som de ikke vil trives med.

Man kan argumentere for at Trump er med på å naturalisere dårlige holdninger i den amerikanske kulturen, eksempelvis gjennom sine rasistiske uttalelser. Det kan tenkes at når en mann med så mye makt og status som Trump kommer med rasistiske ytringer, kan dette oppfattes som at han legitimerer disse holdningene, og at det å ha rasistiske holdninger blir oppfattet som mer akseptert. Det er også slik at man vil se opp til de menneskene som har mye kapital og er i klassene over en selv. Derfor er det også lettere å si seg enig i det disse

menneskene sier, spesielt når man ønsker det samme som dem. Dette kan forklare at så mange ser opp til han, da han er i en klasse over dem. Spesielt fordi rasisme er en økende tendens i den amerikanske kulturen, kan disse standpunktene att på til appellerer til velgerne.

## 12.0 Oppsummering og konklusjon

Vi vil nå oppsummere oppgavens hovedmomenter for å svare på problemstillingen som lyder som følger; Hva er det med Donald Trump og hans retorikk som appellerer til elektoratet?

### 12.1 Oppsummering

Når det kommer til Trumps etos oppleves han som troverdig i forhold til de standpunktene han har. Han fremmer sin uavhengighet da han finansierer store deler av sin egen valgkamp, og er ikke ”kjøpt og betalt”, som man kan ha inntrykk av at andre politikere er. Dette appellerer til velgernes politikerforakt. Han snakker fritt fra manus, og har et enkelt og upolitisk språk, som samsvarer med tilhengernes lave utdanningsnivå. Dette gjør også at det virker som det han sier faktisk er hans egne meninger. Han er engasjert og deler velgernes frustrasjoner rundt situasjonen i dagens Amerika. Han er personlig; han ser dem og kommuniserer med dem på sosiale medier. Dette appellerer til velgernes følelse av at tidligere politikere har oversett dem. Store deler av hans valgkamp baserer seg på nettopp dette; aktivitet på sosiale medier, ikke dyre reklamebudsjett. Han anerkjenner og deler velgernes frustrasjoner og er ”en av dem”. Hans synspunkter samsvarer med ønskene til velgerne; mer arbeidsplasser, mindre innvandring og et sterkere USA hvor the American Dream igjen er en virkelighet. Han er troverdig når det kommer til å skape disse endringene, da hans egenskaper som forretningsmann er noe han ønsker å overføre til en presidentrolle. Han er ressurssterk, og mange tror han kan klare å bygge opp USA slik han har bygget opp sitt imperie.

Når det kommer til Trumps bruk av patos, er dette tydelig tilstedeværende. Han spiller mye på velgernes allerede eksisterende følelser, og viser en innsikt i deres livssituasjon. De føler seg oversett av andre politikere, ydmyket grunnet arbeidsløshet, de har mistet troen på the American Dream og de trenger en som kan skape endring. Trump treffer disse nervene gjennom sin følelsesappell. Han peker på såre ting som angår velgerne direkte, som arbeidsledighet og økonomisk usikkerhet. Han skaper også felles plattformer mellom lytter og ham selv, hvilket er avgjørende for å overtale. Han ønsker det samme som dem, han ser dem, og i likhet med dem misliker han politikere og etablissementet.

Trumps bruk av logos er derimot noe mer innviklet. Han appellerer til tilhengernes fornuft gjennom å trekke paralleller mellom følelser og bevis. Han bruker ikke tunge og kompliserte fakta, men finner logiske bevis blant allerede eksisterende følelser hos velgerne, og tendenser i USA. Dette, sammen med hva han selv føler, danner de ”faktaene” han lager sin egen narrativ ut fra. Denne narrativen appellerer til det velgerne fra før føler og frykter, og kan oppleves som en korrekt virkelighetsoppfatning. Trumps ”fakta” oppleves som fakta, men er uten noe reelt innhold. Han er enkel i språket og er ikke redd for å ”si ting som de er” gjennom kraftuttrykk og nedsettende språk. Dette appellerer til velgerne, da deres lave utdanningsnivå gjør at deres evne til å forstå vanskelige politiske temaer og tunge fakta, trolig er noe lavere. Han appellerer til deres fornuft gjennom å bygge den det de allerede føler, og på den måten informerer han og opplyser han dem.

I følge den klassiske retorikken er elementene etos, patos og logos avgjørende for at overbevisning kan skje. Det er her nødvendig å påpeke at det ikke alltid er et klart skille mellom Trumps patos og logos, da han ofte trekker paralleller mellom følelser og bevis. Basert på det overnevnte ser det uansett ut til at Trump mestrer bruken av disse tre appellformene, og derfor trolig overbeviser sine potensielle velgere.

Videre trakk vi paralleller mellom Hitler og Trumps valgkampstrategi og retorikk. Her fant vi flere likheter; forholdene i landene, usikkerheten og lik bruk av retorikk. Man ser også at Hitler og Trump begge har en måte å bruke logos på som har formen av saklighet, men uten noe reelt innhold. De logiske bevisene er ofte basert på hva de føler, men kan oppleves som fakta av tilhørerne. Det som utpeker seg her er at de begge skaper sin egen følelsesbaserte narrativ, som samsvarer godt med velgernes eksisterende følelser. Så hvis det er slik at retorikk er situasjonsbetinget og historien kan gjenta seg selv, er det kanskje ikke så rart at Trump gjør det så bra som han gjør akkurat nå. Forholdene under både Hitlers og Trumps valgkamp ser ut til å være veldig like, og deres retorikk og strategi appellerer til de samme følelsene av frykt, sinne og usikkerhet. De utnytter begge mulighetene som foreligger i situasjonene og retter seg mot de som trenger et håp. De fremstiller begge seg selv som den eneste muligheten til å skape endringer. Videre fremstår både Trump og Hitler som isolasjonistiske, da de ikke ønsker noe særlig innblanding med andre land. De spiller også begge på forkjærligheten til eget land og nasjonalisme. Dette kan danne et historisk bakteppe og øke forståelsen av hvorfor Trump får så høy oppslutning.

Deretter satt vi Trump i sammenheng med Habermas' teorier om kommunikasjon, og så at Trump bruker kraften i det bedre argument, som er en kommunikativ handling hvor man kan oppnå språklig enighet. I følge Habermas må ikke konsensus være oppfylt for å få oppnådd sitt mål. Det er nok mange som ikke er enige det Trump sier, men når han kommer med det som oppfattes som gode argumenter, kan folk føle et press og stemme på han likevel. Eksempelvis er nok ikke alle enige i at muslimer bør stenges ute fra USA, da det kan virke rasistisk. Men når Trump fremlegger gode argumenter for utestengingen basert på frykt for terror, kan folk føle et press til å stemme på ham for å føle seg trygge.

Videre satte vi Trump opp mot Bourdieus kommunikasjonsteorier. Bourdieu snakker om naturalisering, som er å få noe til å fremstå som normalt, til tross for at det egentlig ikke er det. På mange måter naturaliserer Trump rasisme gjennom sine uttalelser. Han tilhører en dominerende gruppe i samfunnet, og folk kan oppfatte det som mer akseptert å åpent ha rasistiske holdninger, når en politiker med mye makt kommer med rasistiske utsagn offentlig. Dette henger sammen med Cialdinis prinsipp om sosiale bevis; vi avgjør hva som er riktig, gjennom å se hva andre mener er riktig. Bourdieu sier også at det er de med mye kapital som dominerer i samfunnet, og kommuniserer det de ønsker av normer og spilleregler til de mindre dominerende gruppene. Mange i en mindre dominerende gruppe enn Trump, kan se opp til han da han har mye kapital, og se på ham som selve symbolet på the American Dream. Velgerne med mindre kapital som ønsker det samme som Trump og ser opp til han, kan dermed si seg enig i mye av det andre han sier også.

## 12.2 Konklusjon

Vi vil nå sette de ovennevnte momentene inn i en større sammenheng. Basert på disse mener vi at folk ikke nødvendigvis stemmer *på* Trump, men heller *mot* etablissementet. Trump trekker ofte fram at han er uavhengig, ærlig og en ikke-politiker. Han viser en tydelig politikerforakt og fungerer som en motsetning til de andre kandidatene. Han blir på mange måter antitesen til yrkespolitikerne. Videre mener vi at når folk stemmer på Trump, så stemmer de indirekte på grenreisningen av the American Dream. De stemmer på håpet om en lysere framtid og tanken om at alt var bedre før.

### 12.3 Videre forskning og gap

For å forske videre på oppgavens problemstilling, hadde det vært gunstig å reise til USA for å foreta både kvalitative og kvantitative undersøkelser. Dette for å grundigere avdekke hvem som er Trumps velgere, og hvorfor de stemmer på han. Slik kunne vi ytterligere fått validert hvorvidt de faktisk føler at de stemmer mot etablissementet, og på gjenreisningen av the American Dream.

Når det kommer til gap i oppgaven, er vi klar over at vårt allerede negative inntrykk av Trump kan ha hatt innvirkning på våre tolkninger og analyser i denne oppgaven. Vi befinner oss heller ikke i USA, som kan ha en virkning på den nødvendige innsikten som trengs for å virkelig forstå hans høye oppslutning. At vi befinner oss langt unna der valgkampen foregår, gjør også at vi ikke har fått foretatt undersøkelser som kunne vært gunstig for å se ting fra et amerikansk perspektiv.

### 12.4 Forslag til veien videre og fremtidig fokus

Uavhengig om Trump blir valgt eller ikke, tror vi at hans kandidatur kan ha satt i gang en endring i samfunnet. Hans tydelige uttalte avsmak for etablissementet er det vi mener kan ha startet en gnist som potensielt kan få følger for samfunnet, tilliten til Washington og demokratiet. Det har også fra flere hold blitt påstått at han har endret spillereglene for hvordan valgkamp fungerer, og videre og fremtidig forskning kunne undersøkt hvilke følger Trumps kandidatur har hatt for senere valgkamper og politikk i USA.

På grunn av Trumps enkle språk, kan det hende at flere føler de forstår politikk og at flere dermed blir motivert til å stemme. Det er mange som har sagt at de for første gang stemmer ved dette valget, grunnet Trumps deltakelse. Et fremtidig fokus kunne dermed undersøkt om disse velgerne fortsatte å bruke stemmeretten sin, eller om de mistet interessen da Trump ikke lenger var aktuell. Da hadde det også vært interessant å spørre hans velgere ett års tid etter valget, om de hadde stemt på ham igjen. Et annet forslag til fremtidig fokus kunne vært å stille spørsmål vedrørende Trumps oppslutning. Hadde den vært like høy om dette var eksempelvis åtte år fram eller tilbake i tid, eller er timing alt?



## 13.0 Kilder

- Aakvaag, Gunnar C. 2010. *Moderne sosiologisk teori*. 1. utg. Oslo: Abstrakt forlag.
- Andersson, Lena Lid. 2009. Lederskapande retorikk. Ekonomiska Forskningsinstitutet, Kapittel 4 "Retorik" og kapittel 4 "Dygder".
- Bacevich, Andrew. 2016. "What Trumpism means for democracy". *The Guardian*. 02. Mars. Lesedato 30. mars 2016:  
<http://www.theguardian.com/us-news/2016/mar/02/donald-trump-means-for-democracy-trumpism-super-tuesday>
- Blake, Aaron 2014. "The American Dream is hurting". *The Washington Post*. 24. september. Lesedato 21 april 2016:  
<https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2014/09/24/the-american-dream-is-hurting/>
- Bokmålsordboka. "Appellere". *Språkrådet*. Lesedato 12. mars 2016:  
<http://www.nob-ordbok.uio.no/APPELLERE>
- Bonvik, Øystein. 2012. *Få som fortjent*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Cambridge Dictionaries. "Electorate". Lesedato 12. mars 2016:  
<http://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/electorate>
- Carroll, Lauren. 2016. "Is Donald Trump self-funding his campaign? Sort of". *Politifact*. 10. februar. Lesedato 09. mars 2016:  
<http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2016/feb/10/donald-trump/donald-trump-self-funding-his-campaign-sort/>
- Cialdini, Robert. 2011. *Påvirkning, teori og praksis*. 2. utg. Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Confessore, Nicholas og Karen Yourish. 2016. "2\$ Billion Worth of Free Media for Donald Trump". *New York Times*. 15. mars. Lesedato 20 mars 2016:  
[http://www.nytimes.com/2016/03/16/upshot/measuring-donald-trumps-mammoth-advantage-in-free-media.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2016/03/16/upshot/measuring-donald-trumps-mammoth-advantage-in-free-media.html?_r=0)
- C-Span. 2015. "Donald Trump Remarks at 2015 Sunshine Summit". 13. november. Lesedato 29. april 2016:  
<http://www.c-span.org/video/?400325-10/donald-trump-remarks-2015-sunshine-summit>
- Diamond, Jeremy. 2015. "Donald Trump jumps in: The Donald's latest White House run is officially on". *CNN*. 17. juni. Lesedato 07. april 2016:  
<http://edition.cnn.com/2015/06/16/politics/donald-trump-2016-announcement-elections/>
- Drake, Bruce 2016. "5 facts about race in America". *Pew Research Center*. 18. januar.

- Lesedato 9. april 2016:  
<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/01/18/5-facts-about-race-in-america/>
- Etikkom. 2010. ”Kvalitative og kvantitative forskningsmetoder – likheter og forskjeller”. 15. januar. Lesedato 03. april 2016:  
<https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/medisin-og-helse/kvalitativ-forskning/1-kvalitative-og-kvantitative-forskningsmetoder--likheter-og-forskjeller/>
- Forlagsliv. 2015. ”TALENS MAKT: Adolf Hitler”. 14. april. Lesedato 04. april 2016:  
<http://www.forlagsliv.no/blog/2015/04/14/adolf-hitler-og-hans-taler/>
- Frum, David 2016. ”The Great Republican Revolt”. *The Atlantic*. Januar/Februar. Lesedato 15. april 2016:  
<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2016/01/the-great-republican-revolt/419118/>
- Johannesen, Asbjørn, Line Christoffersen og Per-Arne Tuft. 2004. *Forskningsmetode for økonomisk- administrative fag*. 2. utg. Oslo: Abstrakt forlag
- Johannesen, Asbjørn, Per Arne Tuft & Line Christoffersen. 2010. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Abstrakt forlag. 4. utg.
- Kam, Cindy D. og Elizabeth J. Zeichmeister. 2011. ”Name Recognition and Candidate Support”. *American Journal of Political Science*. Årgang 57, nummer 4. Oktober 2013, side 5-7.
- Kjeldsen, Jens E. 2013. *Retorikk i vår tid*. Oslo: Spartacus Forlag AS
- Kirk, Ashley & Akkoc, Raziye. 2016. ”US presidential elections 2016: State by state results tracker”. *Telegraph*. 19. mai. Lesedato 06. mai 2016:  
<http://www.telegraph.co.uk/news/2016/03/23/us-presidential-elections-2016-state-by-state-results-tracker/>
- Lane, Randall. 2015. ”Inside The Epic Fantasy That’s Driven Donald Trump for 33 years”. *Forbes*. 19. Oktober. Lesedato 06. mars 2016:  
<http://www.forbes.com/sites/randalllane/2015/09/29/inside-the-epic-fantasy-thats-driven-donald-trump-for-33-years/#45f4200b19ce>
- Lawler, David. 2016. ”Protests against Donald Trump in California sparks fears og tumultuous general election”. *Telegraph*. 30. april. Lesedato: 13. mai 2016:  
<http://www.telegraph.co.uk/news/2016/04/30/protests-against-donald-trump-in-california-spark-fears-of-tumul/>
- McDonough, Frank. 2003. ”Hitler and the Rise of the Nazi Party”. New York: Pearson Education
- Media-Studies. 2016. ”Fascism and the cult of the nation”. 19. mai. Lesedato 19. mai 2016:  
<http://www.media-studies.ca/articles/fascism.htm>

- NDLA. "Ulike talemåter". Lesedato 10. april 2016:  
<http://ndla.no/nb/node/63412>
- Nguyen, Tina. 2016. "Donald Trumps Rallies Are Becoming Increasingly Violent". *Vanity Fair*. 11. mars. Lesedato 10. mars 2016:  
<http://www.vanityfair.com/news/2016/03/donald-trump-protesters-rally-violence>
- Ornstein, Norman J. 2016. "The eight causes of Trumpism". *American Enterprise Institute*. 4. januar. Lesedato 30. mars 2016:  
<https://www.aei.org/publication/the-eight-causes-of-trumpism/>
- Politico. 2015. "Trump on why he's running: I did it for me". Lesedato 13. april 2016:  
<http://www.politico.com/story/2015/08/donald-trump-2016-why-is-he-running-121553>
- Real Clear Politics. 2015. "2016 Republican Presidential Nomination". 20. august. Lesedato 23. mai 2016:  
[http://www.realclearpolitics.com/epolls/2016/president/us/2016\\_republican\\_presidential\\_nomination-3823.html](http://www.realclearpolitics.com/epolls/2016/president/us/2016_republican_presidential_nomination-3823.html)
- Ringdal, Kristen. 2013. *Enhet og mangfold*. 3. utg. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørge AS
- Shafer, Jack. 2016. "What Is 'the Establishment' Now?". Politico. 26. januar. Lesedato: 17. april 2016:  
<http://www.politico.com/magazine/story/2016/01/what-is-the-establishment-now-213565>
- Snoen, Jan Arild. 2015. "Viljens Trump". *Minerva*. 24. november. Lesedato: 26. mars 2016:  
<http://www.minervanett.no/viljens-trump/>
- Snoen, Jan Arild. 2016. "Det mørkner i USA". *Minerva*. 01. mars. Lesedato: 26. mars 2016:  
<http://www.minervanett.no/det-morkner-i-usa/>
- Store Norske Leksikon (SNL). 2009. "Isolasjonisme". Lesedato 10. april 2016:  
<https://snl.no/isolasjonisme>
- Store Norske Leksikon (SNL). 2012. "Outsourcing". Lesedato 19. mai 2016:  
<https://snl.no/outsourcing>
- Store Norske Leksikon (SNL). 2015a. "Donald Trump". Lesedato 06. mars 2016:  
[https://snl.no/Donald\\_Trump](https://snl.no/Donald_Trump)
- Store Norske Leksikon (SNL). 2015b. "NSDAP". Lesedato 04. mars 2016:  
<https://snl.no/NSDAP>
- Store Norske Leksikon (SNL). 2015c. "Adolf Hitler". Lesedato 04. mars 2016:  
[https://snl.no/Adolf\\_Hitler](https://snl.no/Adolf_Hitler)
- Store Norske Leksikon (SNL). 2015d. "Tysklands historie". Lesedato 04. mars 2016:  
[https://snl.no/Tysklands\\_historie](https://snl.no/Tysklands_historie)

- Store Norske Leksikon (SNL). 2015e. "Nasjonalisme". Lesedato 10. april 2016:  
<https://snl.no/nasjonalisme>
- Store Norske Leksikon (SNL). 2016. "Presidentvalget i USA 2016". Lesedato 09 mars 2016:  
[https://snl.no/Presidentvalget\\_i\\_USA\\_2016](https://snl.no/Presidentvalget_i_USA_2016)
- "Norsk professor sammenligner Donald Trump med Hitler". Lesedato 04. mars 2016:  
<http://www.tv2.no/a/8129709/>
- Taksdal, Heidi. 2015. "Derfor elsker de Donald Trump". *Dagsavisen*. 14. november. Lesedato 20. mars 2016:  
<http://www.dagsavisen.no/verden/derfor-elsker-de-donald-trump-1.435297>
- Thompson, Derek. 2016. "Donald Trump and the Twilight of White America". *The Atlantic*. 13. mai. Lesedato 15. mai 2016:  
<http://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/05/donald-trump-and-the-twilight-of-white-america/482655/>
- Trump. "About Donald J Trump". Lesedato 25. mars 2016:  
<https://www.donaldjtrump.com/about>
- Trump. 2015. "Donald J. Trump Statement On Preventing Muslim Immigration". 07. Desember. Lesedato 30. mars:  
<https://www.donaldjtrump.com/press-releases/donald-j.-trump-statement-on-preventing-muslim-immigration>
- TV2. 2016. "Norsk professor sammenligner Donald Trump med Hitler". Lesedato 20. april 2016:  
<http://www.tv2.no/a/8129709/>
- Viser, Matt. 2015. "For presidential hopefuls, simpler language resonates". *Boston Globe*. 20. oktober. Lesedato 15. april:  
<http://www.bostonglobe.com/news/politics/2015/10/20/donald-trump-and-ben-carson-speak-grade-school-level-that-today-voters-can-quickly-grasp/LUCBY6uwQAxILvvXbVTSUN/story.html>
- Walsh, Kenneth T. 2015. "The New(s) Campaign". *US News*. 31. desember. Lesedato 20. mars 2016:  
<http://www.usnews.com/news/the-report/articles/2015/12/31/how-donald-trumps-media-dominance-is-changing-the-2016-campaign>
- Wright, Thomas. 2016. "Donald Trump wants America to withdraw from the world". *Brookings*. 24. mars. Lesedato 26. mars 2016:  
<http://www.brookings.edu/blogs/order-from-chaos/posts/2016/03/24-donald-trump-foreign-policy-wright>
- WSWS. 2015. "Syracuse, New York ravaged by unemployment, poverty and low wages". 8. august. Lesedato 13. april 2016:  
<https://www.wsws.org/en/articles/2015/08/08/syra-a08.html>

YouTube. 2015. "Donald Trump Presidential Announcement Full Speech". *YouTube*. 16. juni.  
Lesedato 07. april 2016:  
[https://www.youtube.com/watch?v=q\\_q61B-DyPk](https://www.youtube.com/watch?v=q_q61B-DyPk)

Ytterstad, Matias. 2016. "Han beskriver seg selv som "ærlig", men avisa avslører at han lyver  
hvert femte minutt". *Dagbladet*. 15. Mars. Lesedato 02. April 2016:  
[http://www.dagbladet.no/2016/03/15/nyheter/utenriks/politikk/usa/donald\\_trump/43530896/](http://www.dagbladet.no/2016/03/15/nyheter/utenriks/politikk/usa/donald_trump/43530896/)

Vedlegg:

Vedlegg I: Poverty Fact Sheet

Vedlegg II: Twitter-melding

Vedlegg III: Facebook-status

# Vedlegg I: Poverty Fact Sheet

## Current US Poverty Statistics

*Raising up generations of religious and community leaders committed to building a social movement to end poverty led by the poor*



### Income <sup>i</sup>

- The federal poverty line is \$11,892 for individuals and \$23,836 for a family of four.
- The official poverty rate is 14.5%, meaning 45.3 million people in the US live in poverty, up by over 8 million since 2008. An additional 97.3 million (33%) of people living in the United States are low-income, defined as incomes below twice the federal poverty line, or \$47,700 for a family of four. Taken together, this means that 48% of the US population is poor or low income, 1 in every 2 people.
- More than 1 in 5 children in America (21.8%) are living under the official poverty line. Half of all children will be on food stamps before they turn 20, including 9 out of 10 African American children.
- A study measuring "economic insecurity" found that 4 out of 5 (79%) of people in the US live in danger of poverty or unemployment at some point in their lifetime (defined as a year or more of periodic joblessness, reliance on government aid such as food stamps or income below 150 percent of the poverty line).
- Only 48% of people could handle a \$400 emergency expense without selling something or borrowing money.

### Wealth <sup>ii</sup>

- The top 1% of the US population owns 43% of wealth (\$24.4 trillion); the top 5% of the population owns 72% of wealth (\$40.8 trillion); the bottom 80% of the population owns 7% of wealth (\$3.9 trillion).
- Globally the richest 1% have seen their share of wealth increase from 44% in 2009 to 48% in 2014. If this trend continues, in 2016 they will own more wealth than the other 99% combined. The top 80 people have more wealth than 3.5 billion people (it was 388 people in 2010).

### Race and Gender <sup>iii</sup>

- Nearly 1 in 3 Native Americans (29.2%), over 1 in 4 African Americans (27.2%), 1 in 4 Hispanic/Latinos (23.5%), 1 in 10 Asians (10.5%) and 1 in 10 non-Hispanic whites (9.6%) live below the federal poverty line.
- Among foreign born, non-citizens the poverty rate is 22.8%.
- In absolute numbers there are more poor non-Hispanic whites than any other racial or ethnic group, 42% of the poor (18.8 million), although non-Hispanic whites make up 62.6% of the overall population.
- African Americans are incarcerated at a rate more than three times their 13.2% share of the overall population. If current trends continue 1 in 3 black men born in 2001 will go to jail or prison at some point in his lifetime.
- More than half of all children below the poverty line live in families headed by women. Two-thirds of minimum wage earners are women. One in seven women lives below the poverty line.

### Employment <sup>iv</sup>

- 60% of all jobs created between 2008 and 2012 paid the minimum wage. 25% of retail clerks have a college degree.
- For every 4 unemployed people there is 1 job available. 1 in 3 veterans (30.2%) ages 18 to 24 are unemployed.
- Since the 1960s the black unemployment rate has been about 2 to 2.5 times the white unemployment rate. In 2012, the black unemployment rate was 14.0 percent, 2.1 times the white unemployment rate (6.6 percent).
- The minimum wage today—\$7.25—is worth \$2.00 less than in 1968. In 2011, a full-time year-round worker needed to earn \$11.06 an hour to keep a family of four above the federal poverty line.
- Only 25% of lost manufacturing jobs went to workers overseas; most were replaced by new technology.

### Health Insurance, Food and Housing <sup>v</sup>

- 62.1% of all bankruptcies in 2007 were due to medical debt and three-quarters of them had health insurance
- 1 in 6 (47.5 million) people received food stamps in April 2013, while 30% of food in the US, worth about \$48.3 billion, is wasted each year.
- 51% of pre-k through 12<sup>th</sup> grade public school students last year were eligible for free or reduced-price lunches.
- 11 million or 23% of all residential mortgages are in a condition of negative equity, meaning they owe more on their mortgage than their property is worth. In Ferguson, MO the rate is 51%.
- The home foreclosure rate in 2009 was over 10,000 per day.
- A record 14 million (1 in 9) US homes are vacant, yet 3.5 million people experience homelessness each year and 39% of them are children.

- 
- <sup>i</sup> All measures are current from the most recent census unless otherwise noted. "Preliminary Estimate of Weighted Average Poverty Thresholds for 2013", US Census Bureau, <https://www.census.gov/hhes/www/poverty/data/threshld/>, and <http://quickfacts.census.gov/qfd/states/00000.html>; "Census Shows 1 in 2 Americans Poor or Low Income", USA Today, <http://usatoday30.usatoday.com/news/nation/story/2011-12-15/poor-census-low-income/51944034/1>; Tanner, Lindsey. Food Stamps Will Feed Half Of US Kids, Study Says. Associated Press, 11/2/09; 1. "AP: 4 in 5 Americans Live in Danger of Falling into Poverty, Joblessness," NBC News, 7/28/13, [http://usnews.nbcnews.com/\\_news/2013/07/28/19738595-ap-4-in-5-americans-live-in-danger-of-falling-into-poverty-joblessness](http://usnews.nbcnews.com/_news/2013/07/28/19738595-ap-4-in-5-americans-live-in-danger-of-falling-into-poverty-joblessness); US Federal Reserve "Report on the Economic Well-Being of U.S. Households in 2013" 7/2014. <http://www.federalreserve.gov/econresdata/2013-report-economic-well-being-us-households-201407.pdf>.
- ii Donhoff, G. William, "Wealth, Income, and Power". 1/2011. Accessed at [www.commonblog.com/2011/03/21/wealth-income-and-power](http://www.commonblog.com/2011/03/21/wealth-income-and-power); Slater, John, "Richest 1% will own more than all the rest by 2016". 1/2015. Accessed at <http://www.oxfam.org.uk/blogs/2015/01/richest-1-per-cent-will-own-more-than-all-the-rest-by-2016>.
- iii "Preliminary Estimate of Weighted Average Poverty Thresholds for 2013", US Census Bureau, <https://www.census.gov/hhes/www/poverty/data/threshld/>, and <http://quickfacts.census.gov/qfd/states/00000.html>; "National Snapshot", National Women's Law Center, 9/13, <http://www.nwlc.org/sites/default/files/pdfs/povertysnapshot2012.pdf>; "8 facts: US Incarceration", The Globalist, 8/14, <http://www.theglobalist.com/u-s-incarceration-still-a-very-unequal-nation/>
- iv "Veteran Poverty by the Numbers", Kevin Hawryluk and Abigail Ridley-Kerr, 3/6/12, <http://americanprogress.org/issues/military/news/2012/03/06/11201/veteran-poverty-by-the-numbers/>; David Van Arsdale, "The Temporary Work Revolution: The Shift from Jobs That Solve Poverty to Jobs That Make Poverty," WorkingUSA, 3/13; Peter Brown, "The Digital Disruption - Technology & Economics for the 99%", <https://www.youtube.com/watch?v=aJnF8URsFus>; "The Unfinished March: An Overview." Economic Policy Institute, <http://www.epi.org>.
- v David U. Himmelstein et al., "Medical Bankruptcy in the United States, 2007: Results of a National Study," The American Journal of Medicine 122, no. 8 (August 2009): 741–746, doi:10.1016/j.amjmed.2009.04.012; Phil Izzo, "Nearly 1 in 6 Americans Receives Food Stamps," WSJ Blogs, 7/8/13, <http://blogs.wsj.com/economics/2013/07/08/nearly-1-in-6-americans-receive-food-stamps>; [www.livescience.com/2520-staggering-amount-food-wasted.html](http://www.livescience.com/2520-staggering-amount-food-wasted.html); "Half of public school students in poverty", Washington Post, 1/16/15; Foreclosures Grind On, New York Times, August 19, 2010; U.S. Foreclosure Filings Jump 23% to Record in Third, Bloomberg, October 15, 2009; New CoreLogic Data Shows Second Consecutive Quarterly Decline in Negative Equity, AOL DailyFinance, 08/26/10; No one home: 1 in 9 housing units vacant, USA Today, 2/13/09; 1. "How Many People Experience Homelessness?," National Coalition for the Homeless, July 2009, [http://www.nationalhomeless.org/factsheets/How\\_Many.html](http://www.nationalhomeless.org/factsheets/How_Many.html); "Over Half of Ferguson Homeowners have Negative Equity", Dennis Norman, 10/23/14, <http://stlouisrealestatenews.com/st-louis-real-estate-market/half-ferguson-homeowners-negative-equity/>



## Vedlegg II: Twitter-melding



**Donald J. Trump** ✓  
@realDonaldTrump

+ Følg

Just arrived in Syracuse, NY. Big crowd, great place! We will bring back the desperately needed jobs. #NYPrimary



RETWEETS

4 228

LIKER

16 352



09.16 - 16. apr. 2016





### Vedlegg III: Facebook-status



**Donald J. Trump** ✓

30 April at 00:44 · 🌐

👍 Like Page



Another American- who wants to MAKE AMERICA GREAT AGAIN! I see you! Rest assured, we will- begin in 2017. Thank you for your support of my candidacy. I love you all- and I love the United States of America.



👍 Like

💬 Comment

➦ Share

