

Smittar populistiska framgångar av sig?

MARTIN LJUNGE

är docent i national-ekonomi och forskare vid Institutet för Näringslivsforskning (IFN). En stor del av hans forskning är inom social ekonomi, t ex hur tillit påverkar beteenden.

Martin.Ljunge@ifn.se

Sprider sig en framgång för en populistisk politiker och ökar stödet för populistisk politik på andra håll? Eller leder en populistisk framgång till en motreaktion och minskat stöd för populistiska idéer? Jag studerar dessa grundfrågor i samband med Donald Trumps oväntade vinst i presidentvalet i USA den 9 november 2016. Jag finner inga belägg för att hans valvinst ökade stödet i Europa för hans icke-liberala idéer kring att begränsa invandring och globalisering. Tvärtom, stödet för invandring och globalisering ökade markant i Europa efter Trumps valvinst.

Sedan den globala finanskrisen år 2008 har en av de stora politiska trenderna varit framgångar för populistiska partier och politiker. I Sverige kom Sverigedemokraterna in i riksdagen i valet 2010 och har ökat sitt stöd sedan dess. I Tyskland växte Alternativ för Tyskland fram, i Frankrike såg Nationella Fronten nya framgångar. I USA samlades människor bakom devisen MAGA, om att göra Amerika storslaget igen.

Ett gemensamt drag hos de populistiska partierna har varit motstånd mot liberala ståndpunkter som stöd för invandring och globalisering. Dessa liberala ståndpunkter åtnjöt brett stöd bland politiska partier i Sverige. Opinionsbildare och individer som propagerade för en mindre liberal invandringspolitik kunde bli hårt kritiserade. I en sådan miljö kan individer som stöder en restriktiv invandringspolitik dels tro att de är väldigt få som delar den ståndpunkten, då etablerade politiker inte framför sådana ståndpunkter, dels inte vilja uttrycka den ståndpunkten själva då de kan vilja undvika att bli hårt kritiserade.

I en sådan miljö skulle framgångar för populisterna i andra länder, som kampanjat för mindre invandring, kunna fungera som en väckarklocka för inhemska individer som delar de populistiska ståndpunkterna. Om en populistisk politiker vinner ett val med en plattform som innefattar restriktiv invandringspolitik innebär det att det finns ett utbrett stöd i befolkningen för sådana ståndpunkter. Det är ett tecken på att det finns utbrett stöd för sådana ståndpunkter, i alla fall utomlands. Men det skulle kunna innebära att sådana sympatier också finns i Sverige men inte har uttryckts. Detta skulle kunna påverka svenska väljare med populistiska åsikter att också rösta i enlighet med dem i Sverige. Då skulle populistiska framgångar i ett annat land smitta av sig och bidra till populistiska framgångar även i Sverige. Denna effekt har kallats pluralistisk okunnighet (*pluralistic ignorance* på engelska) och innebär att individer inte uttrycker en viss åsikt då de felaktigt tror att andra i samhället inte delar åsikten.

Populistiska framgångar i andra länder skulle även kunna ha en annan och motsatt effekt. Framgångar för populisterna utomlands kan framhäva vikt av att kämpa för de åsikter som populisterna motsätter sig. Vänner av en liberal invandringspolitik och globalisering skulle kunna få energi att kämpa för och försvara sina åsikter om de ser ett hot i form av utländska populisterna. Liberala sympatisörer skulle kunna bli mer benägna att värdera de liberala värdena och även uttrycka sina liberala åsikter.

Populistiska framgångar utomlands kan ha två effekter på den inhemska opinionen. Dels skulle de kunna smitta av sig och väcka inhemska populisterna så de uttrycker sina åsikter, dels skulle de kunna engagera de som försvarar den västerländska liberala ordningen avseende invandring och globalisering. Båda effekterna är möjliga men de är svåra att särskilja. Vi kan undersöka vilken som är dominerande, smittan på populistiska åsikter eller motståndet från de som stöder den liberala ordningen.

1. Amerikanska presidentvalets effekter på européer

Jag studerar den här frågan, tillsammans med min medförfattare Joan Costa Fond vid London School of Economics, i kontexten av det amerikanska presidentvalet den 8 november 2016 (Costa Font och Ljunge 2023). Demokraternas kandidat var Hillary Rodham Clinton och republikanernas kandidat var Donald Trump. Vinnaren blev, till mångas stora förvåning, Donald Trump. Opinionsinstitut och tyckare hade haft Clinton som favorit. Tidigt i kampanjen var det en stor fördel som sedan krympte, men ända fram till dagen före valet var Clinton favorit.

Många i Europa var överraskade på morgonen den 9 november när de fick höra nyheten att Trump vunnit presidentvalet. Trump hade bedrivit en populistisk och nationalistisk kampanj. Den innefattade begränsad invandring, i synnerhet från muslimska länder, och byggandet av en mur vid gränsen mot Mexiko för att stoppa invandringen den vägen. Han kampanjade även på att dra sig ur internationella handels- och klimatavtal. Det var ett motstånd mot den västerländska liberala ordningen sedan Berlinmurens fall.

Vi studerar hur valet av Trump påverkade attityder kring invandring och globalisering i Västeuropa. Resulterade valet av Trump i USA i att européer blev mer populistiska eller förstärkte det europeiska liberala åsikter?

Vi fokuserar på västeuropeer eftersom Västeuropa har haft starka band med USA i många årtionden vad gäller kulturellt, politiskt, militärt och ekonomiskt samarbete. Vi har även en bra datakälla för dessa länder i form av Eurobarometern.

2. Data och metod

Eurobarometern är en enkätundersökning som görs två gånger om året (ibland ytterligare tillfällen), en på våren och en på hösten. Vi använder

Eurobarometer där enkäterna genomfördes mellan den 5 och 12 november 2016. Utmärkande för Eurobarometern är att den genomförs under ett ganska begränsat antal dagar, åtta i vårt fall, men att det varje dag genomförs en ganska stor mängd intervjuer.

Frågorna i enkäten vi studerar fokuserar på attityder kring invandring och globalisering. Det finns två frågor avseende invandring. Den första frågar hur individen känner kring invandring till individens land från andra EU-länder och den andra frågar hur individen känner kring invandring till individens land från länder utanför EU. Svaren avges på en fyrgradig skala med alternativen Våldigt negativt, Ganska negativt, Ganska positivt, och Våldigt positivt. Den tredje frågan ställer påståendet 'Invandrare bidrar mycket', vilket individen får relatera till. Alternativen för svaren är Håller inte alls med, Håller delvis inte med, Håller delvis med, och Håller helt med. Den fjärde frågan gäller globalisering. Där får individerna förhålla sig till påståendet 'Globalisering är en möjlighet till ekonomisk tillväxt'. Svarsalternativen är som i den föregående frågan Håller inte alls med, Håller delvis inte med, Håller delvis med, och Håller helt med.

Vår metod är att jämföra svaren på dessa frågor som gjordes dagarna före det amerikanska presidentvalet med svaren som gavs dagarna efter valet. Vi använder valet som en brytpunkt. Det är viktigt att valet var en överraskning då det dagarna före valet var osannolikt att Trump skulle vinna, men dagarna efter valet var det känt att han vunnit. De som besvarade enkäten innan valdagen hade annorlunda information än de som besvarade den dagarna efter valet. Själva valdagen den 8 november är inte med i analysen då intervjuerna den dagen skulle kunna påverkas av valdagsprognoser eller valbeteenden.

Intervjudag är således vår underliggande variabel där vi har en brytpunkt valdagen den 8 november. Vi har data på intervjuer tre dagar före valdagen och fyra dagar efter. Då intervjudag är en diskret variabel använder vi en metod som utgår från en diskret underliggande variabel (Cattaneo m fl 2018b).

Metod med diskret underliggande variabel

Den diskreta metoden skiljer sig på avgörande punkter från de diskontinuitetsmetoder som utgår från en kontinuerlig underliggande variabel. Den diskreta metoden utgår från antaganden i hela det fönster som studeras, i vårt fall dagarna innan och efter valdagen. Den diskreta metoden antar här att det inte finns några andra faktorer som systematiskt påverkar hur individerna besvarar enkäten före och efter brytpunkten, i vårt fall valdagen. Man antar att det är slumpmässigt om en individ intervjuas dagarna före eller efter valdagen. Det innebär att man antar att det inte finns någon trend i intervju svaren inom fönstret som studeras.

Det skiljer sig från kontinuerliga diskontinuitetsmetoder som tillåter en trend på var sida av brytpunkten, samt ett antagande om att det är slumpmässigt vem som är på vilken sida av brytpunkten i ett litet område runt

brytpunkten (inte i hela fönstret). Den kontinuerliga metoden uppnår detta genom att utgå från att den underliggande variabeln är kontinuerlig och att utfallsvariabeln är en kontinuerlig funktion av den underliggande variabeln. I vårt fall är intervjudatum den underliggande variabeln, vilken är diskret, så attityderna kan inte uttryckas som en kontinuerlig variabel över intervjudatum. Vi har en genomsnittlig attityd för varje datum.

Den diskreta metoden är sedan att jämföra de genomsnittliga attityderna dagarna innan valdagen med de genomsnittliga attityderna efter valdagen. Sedan testar man om det är en skillnad i attityderna dagarna efter valet jämfört med dagarna före valet. Det finns två sorters test, ett som utgår från det specifika antalet observationer man har och är lämpligt om man har få observationer och ett som utgår från att man har ett stort antal observationer.

Data från Eurobarometer passar utmärkt för den diskreta diskontinuitetsmetoden. Det finns intervjudatum både före och efter valet. Varje datum finns en stor mängd intervjuer. Dessutom finns det inga uppenbara andra stora händelser som tydligt skulle kunna påverka individens attityder gentemot invandring och globalisering. Vår huvudanalys utgår från dessa data och den diskreta metoden.

Vi använder även en annan enkät, European Social Survey (ESS). Enkäten har flera frågor kring attityder gentemot invandring och invandrare vilka passar i vår frågeställning. ESS genomfördes också under hösten 2016 i flera västeuropeiska länder. Enkäterna i varje land tenderade dock att genomföras över ett par, tre månader, så de är mycket mer utspridda vad gäller intervjudatum. Å andra sidan är det inte alls lika många intervjuer per datum jämfört med Eurobarometer. Det innebär att vi behöver använda lite bredare fönster med dessa data. Vi använder här fönster på tre respektive fem dagar före och efter valdagen.

Kontinuerlig metod

Då användandet av den kontinuerliga diskontinuitetsmetoden är utbredd kommer vi som en jämförelse också använda den (Cattaneo m fl 2018a). Vi kan då inte använda data från Eurobarometer eftersom den kontinuerliga metoden kräver mycket bredare fönster runt brytpunkten för att skatta de kontinuerliga funktionerna för attityder på var sida brytpunkten. Det räcker inte med tre intervjudagar innan valdagen, i princip tre observationer, för att skatta en linje där. För analysen med den kontinuerliga metoden använder vi oss av ESS.

I den kontinuerliga metoden behandlar vi den underliggande variabeln intervjudatum som en kontinuerlig variabel, fast den är diskret. Vi använder fönster på fyra och två veckor före och efter brytpunkten, valdagen. För att metoden ska vara korrekt behöver vi anta att vi kan extrapolera funktionen för attityder mellan de diskreta intervjudagarna, och i synnerhet, från intervjudagen närmast brytpunkten till brytpunkten, på respektive sida brytpunkten.

Experimentets giltighet

Innan vi ger oss in i analysen vill vi undersöka om experimentet verkar stödjas av data, eller snarare om det finns något i data som talar emot att experimentet är giltigt. Det gör vi genom att undersöka om det finns skillnader mellan de individer som besvarar enkäten före respektive efter valdagen. Med den diskreta metoden och data från Eurobarometer jämför vi karaktäristika hos de individer som intervjuades dagarna före och efter valet.

Vi finner inga signifikanta skillnader i karaktäristika hos de som besvarar enkäten dagarna innan jämfört med de som besvarar den dagarna efter valdagen. Vi studerar faktorer som ålder, kön, anställningsförhållande, äktenskapsstatus samt boendeort. Vi använder fönster på två respektive tre dagar på var sida valdagen.

Vi genomför en motsvarande analys där vi använder data från ESS både med den diskreta och den kontinuerliga metoden. Med den kontinuerliga metoden använder vi fönster på fyra och två veckor på var sida av valdagen. Inte heller här finner vi några signifikanta skillnader i karaktäristika bland de som intervjuades före respektive efter valdagen. Vi ser inte heller att det finns tecken på att antalet intervjuer skiljer sig på olika sidor av brytpunkten.

Den initiala analysen finner alltså ingen anledning att ifrågasätta experimentets giltighet. De som svarar på enkäterna innan valdagen liknar de som besvarar den efter. Det verkar följaktligen meningsfullt att studera hur attityderna skiljer sig mellan de som intervjuades före respektive efter den amerikanska valdagen.

3. Resultat

Vad var då effekten av att populisterna Trump vann det amerikanska presidentvalet på européers attityder kring invandring och globalisering? Vi finner att européer blev mer positivt inställda till invandring, invandrare och globalisering efter Trumps överraskande valvinst.

Attityderna blev mer positiva till invandring både från EU-länder och från länder utanför EU. Effekten är starkare för stödet för invandring från länder utanför EU. Européer blev även mer positivt inställda till invandrare då fler efter valet höll med om att invandrare bidrar mycket. Även globaliseringen fick ett uppsving då fler höll med om att globalisering är en möjlighet till tillväxt efter Trumps valvinst. Dessa resultat är alla från Eurobarometer och där vi använt den diskreta metoden för att jämföra attityderna dagarna före valet med dagarna efter valet. Resultaten gäller både när vi använder fönster på två respektive tre dagar före och efter valet.

Vi finner liknande resultat när vi studerar ESS med både den diskreta och den kontinuerliga metoden. Stödet för invandring och invandrare ökar efter att Trump vann presidentvalet. I ESS gäller frågorna om invandring attityder avseende invandrare från samma etniska grupp respektive från en annan etnisk grupp. Båda frågorna uppvisar positiva effekter av Trumps vinst och även här är effekten lite större för invandring från andra etniska

grupper. Det finns också en positiv effekt på stödet för att invandrare ska ha rätt till sociala tjänster och bidrag.

Skiljer sig effekterna mellan olika typer av individer? Ja, de är starkast bland kvinnor och yngre (under 50 års ålder). För män och de över 50 års ålder är effekterna fortfarande positiva men storleken är mindre än för kvinnor och yngre. Det finns dock inga markanta skillnader i Trump-effekten mellan de med hög utbildning och de som inte har det.

Social media lyfts ofta fram som en faktor bakom politisk polarisering och användning av social media kan indikera att individen förlitar sig mindre på traditionell media som TV och dagstidningar. Mot denna bakgrund undersöker vi om Trump-effekten skiljer sig mellan de som använder sociala medier ofta jämfört med de som inte använder dem ofta. Vi skiljer här mellan individer som använder sociala medier varje vecka eller oftare och de som använder sociala medier mer sällan än så. Vi baserar detta på mediananvändning som mäts kring vår brytpunkt valdagen. Vi finner en positiv Trump-effekt i båda grupperna men vad gäller attityderna kring invandrare verkar effekten vara större bland de som använder sociala medier ofta. Det ger en indikation om att sociala medier kan vara en kanal som förstärker effekten av politiska överraskningar.

Vi argumenterar för att effekten vi skattar är resultat av att just Donald Trump vann presidentvalet i USA. Det skulle kunna vara så att det är en allmän effekt av presidentval i USA. För att undersöka den saken studerar vi ett annat presidentval som genomfördes under samma tid som en Eurobarometer-enkät (Eurobarometer är inte schemalagd för att ligga runt det amerikanska presidentvalet, men det händer ibland att de genomförs runt valet). Vi studerar President Barak Obamas återval år 2012. Vi genomför en motsvarande analys kring det valet men finner inte signifikanta effekter då. Det finns således inte belägg för effekt av Obamas återval eller en allmän effekt på européers attityder av amerikanska presidentval. Det pekar på att det är en specifik Trump-effekt.

Vi studerar även om det finns några effekter av stora händelser då Donald Trump blir president och hans första tid vid presidentämbetet. Vi studerar om det finns en effekt av att Trump svärs in som president den 20 januari 2017, men vi finner ingen sådan effekt.

President Trump hade en aktiv första vecka som president där han ville infria flera stora vallöften från kampanjen. Det innefattade deklARATIONER att USA skulle dra sig ur handels- och klimatavtal samt ett inreseförbud från flera länder med en befolkning där muslimer var i majoritet den 27 januari 2017. Vi studerar dels första veckan som president som brytpunkt, dvs före den 20 januari jämfört med efter den 27 januari, dels den 27 januari som brytpunkt. Vi finner inte några starka effekter här heller. Det innebär att den starka effekten var från vinsten av presidentvalet. Givet det så verkar de senare händelserna vara del av individers förväntningar och de händelserna påverkade inte attityderna avseende invandring och globalisering mätbart.

4. Diskussion

Ett nytt presidentval i USA närmar sig. Hösten 2023 verkar Donald Trump vara favorit att vinna republikanernas nominering till presidentkandidat. Men han verkar inte vara favorit att vinna presidentvalet den 5 november 2024. På så sätt liknar det kommande valet det år 2016 som vi studerat.

Lärdomen från vår studie är att Trumps valvinst inte spred sig som ringar över Atlanten till Europa, då attityderna i Europa inte rörde sig i populistisk riktning. Vi finner tvärtom en motreaktion där attityderna till invandring och globalisering blev mer positiva. Den populistiska valvinsten i USA aktiverade en opposition mot de populistiska åsikterna kring minskad invandring och mindre internationella samarbeten.

Vår studie på européers attityder kontrasterar med en studie på amerikaners attityder och uttryck. Bursztyn m fl (2020) finner att amerikaner blev mer benägna att uttrycka sig främlingsfientligt allteftersom Trump ökade i opinionsundersökningarna och till slut säkrade nominering som republikanernas presidentkandidat. Där verkar det som om normerna kring acceptabelt beteende försköts till följd av Trumps framgångar. Så effekterna av interna populister kan skilja sig från externa populister.

Hur kan effekten av Trump skilja sig så mycket mellan Amerika och Europa? Man kan ju tänka sig att många amerikaner kan identifiera sig med och relatera till Trumps narrativ. De känner igen sig i Trumps världsbeskrivning. Då kan Trumps främlingsfientliga retorik sprida sig till sympatiserande amerikaner.

På den här sidan Atlanten är det troligen relativt få som känner igen sig i Trumps världsbild och relaterar till hans narrativ på samma sätt som i USA. Det kan dels bero på att Trumps ståndpunkter i många fall är specifika för USA, t ex muren mot Mexiko och att dra sig ur NAFTA, dels kan det vara svårt att som europé relatera till hur Trump uttrycker sig. Då är det svårare för Trumps budskap att få fäste i Europa.

Kontexten spelar roll. En politiker som individer kan relatera till kan påverka attityder i sin riktning. Men om få relaterar till politikern kan effekten bli att motståndet stärks. Det är troligen inte bara relevant för populistiska politiker, utan även för politiker från andra delar av spektrumet.

REFERENSER

Bursztyn, L, G Egorov och S Fiorin (2020), "From Extreme to Mainstream: The Erosion of Social Norms", *American Economic Review*, vol 110, s 3522–3548.

Cattaneo, M D, N Idrobo och R Titiunik (2018a), *A Practical Introduction to Regression Discontinuity Designs: Volume I*, Cambridge Elements: Quantitative and Computational Methods for Social Science, Cambridge University Press, Cambridge.

Cattaneo, M D, N Idrobo och R Titiunik (2018b), *A Practical Introduction to Regression*

Discontinuity Designs: Volume II, Cambridge Elements: Quantitative and Computational Methods for Social Science, Cambridge University Press, Cambridge.

Costa-Font, J och MLJunge (2023). "Ideological Spillovers across the Atlantic? Evidence from Trump's Presidential Election", *European Journal of Political Economy*, vol 76, 102231, doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2022.102231 Preprint (open access): <https://www.ifn.se/media/21qj1s5s/wp1423.pdf>.