

# TWITTER, TRUMP OG POLITISK KOMMUNIKASJON I DEN ROMERSKE REPUBLIKK

*Per Bjarne Ravnå*

## Abstract

This article discusses the possibility of popular participation in Roman Republican politics by comparing informal political communication in ancient Rome with political use of Twitter in the 2016 presidential election in the U.S. Donald Trump's use of Twitter has become known for savage and offensive attacks on political opponents, but political use of offensive one-liners is nothing new. Trump's tweets have much in common with the offensive jokes Roman politicians used to ridicule their political enemies, and they were spread in much the same way – through informal networks that are extremely difficult to control but which can reach both high and low social layers. The effect of Trump's acidic tweets may have been to rally support from groups of voters who are not normally viewed as politically active, and this may also be the case with the offensive one-liners that Roman politicians were so fond of slinging at their adversaries. At the very least, the fact that Roman politicians made efforts to spread jokes about their enemies shows that they thought that such jokes spread through social networks could have real political effects. Modern scholars have been reluctant to view ordinary Roman citizens as an active and independent element in Roman Republic politics. This article argues that one of the take-home lessons from Trump's victory in the 2016 elections is that the political interests and powers of ordinary people should never be overlooked, and the same may very well hold true for the role of ordinary citizens in ancient Roman politics.

Donald Trumps uvørne bruk av Twitter ble oppfattet som et nytt og kraftfullt virkemiddel i presidentvalget i USA i 2016. Når lamslåtte politiske kommentatorer skulle forklare hvordan en figur som Donald Trump kunne vinne valget, var den særegne måten han brukte Twitter på en av faktorene som ble trukket fram (Galdieri mfl., 2018; Hixson, 2018). Trumps Twitter-meldinger framstod som hensynsløse og respektløse, men også som umiddelbare, enkle og folkelige. Det har vært en vanlig oppfatning at denne måten å kommunisere på var viktig for den sterke støtten Trump hadde i mange velgergrupper (Enli, 2017; Ott, 2017; Francia og Baumgartner, 2018; Bryden og Silverman, 2019).

Bruk av sosiale medier i amerikansk politikk var ikke nytt i 2016. Effektiv bruk av sosiale medier var en viktig del av Barack Obamas presidentkampanje i 2008, og Trump var langt fra den eneste som brukte Twitter og andre sosiale medier i 2016 (Buccoliero mfl., 2018). Likevel ble Trumps, til tider febrilske og ofte sjikanerende, bruk av Twitter oppfattet som en ny utvikling innenfor politisk kommunikasjon (Ott, 2017). Hvis man ser historisk på politikeres kommunikasjon med store folkegrupper, ser man imidlertid at det er lite ved bruken av Twitter i amerikanske valgkamper som er nytt. Bevisst bruk av korte og provoserende formuleringer for å fremme sin egen sak eller skade konkurrenter og motstandere, har vært anvendt i politikken til alle tider. Slike likheter i politisk liv på tvers av tidsaldre gir noen interessante perspektiver på hvordan makt skapes og brukes i forskjellige historiske situasjoner. Bruken av Twitter i moderne politiske sammenhenger gir oss muligheten til å studere hvordan politiske spissformuleringer formidlet gjennom sosiale nettverker virker, og lærdommen vi trekker fra slike studier kan gi oss nye innsikter om hva vi bør se etter når vi studerer virkningene av politiske spissformuleringer i andre historiske sammenhenger.

I denne artikkelen vil jeg sammenligne bruken av Twitter i valgkampen før presidentvalget i USA i 2016 med bruken av det vi her kan kalle politiske spissformuleringer i Den romerske republikk i det siste århundret før vår tidsregning. Romerske politikere hadde ikke moderne kommunikasjonsteknologi, men de benyttet seg ofte av den tids sosiale nettverker – folkesnakk og ryktespredning – for å spre spissformuleringer som stilte politiske motstandere i et dårlig lys. Spissformuleringene kan minne om Twitter-meldinger både i form og innhold, og måten de ble spredd på – fra munn til øre gjennom sosiale nettverk rundt om på

romerske gater og torg – har mye til felles med dagens digitale sosiale medier. Hensikten med å sammenligne gammel og ny politisk kommunikasjon på denne måten er å diskutere om vi kan lære noe nytt om politisk deltakelse i romersk politikk ved å bruke politisk kommunikasjon i amerikanske presidentvalgkampanjer som modell for forholdet mellom media, meningsdanning og politisk deltakelse. Hvis politikernes måter å kommunisere med offentligheten på har tydelige likhetstrekk, kan vi kanskje gå ut fra at mottakerne – den allmenne offentligheten – også har spilt en lignende rolle i de to systemene?

Artikkelen vil starte med en kort gjennomgang av fagdebatten om hvilke deler av befolkningen som var i stand til å delta i politisk liv i Den romerske republikk, og en diskusjon om forutsetningene for å sammenligne politikk i Den romerske republikk med dagens USA. Deretter vil den gi en oversikt over den rollen sosiologer og medieforskere har tilskrevet Twitter i nyere forskning, inspirert av Donald Trumps seier i presidentvalget i USA i 2016. Oversikten vil danne grunnlaget for en sammenligning mellom bruken av Twitter i amerikanske valgkamper og bruken av politiske spissformuleringer i romersk politikk. Sammenligningen vil så være utgangspunkt for en diskusjon om muligheten av å ta i bruk perspektivene fra forskningen på bruken av Twitter, og folkelig meningsdanning og politisk deltakelse, til å se også romersk politikk fra nye vinkler.

## Politisk deltakelse i Den romerske republikk

Spørsmålet om hvor bred deltakelsen i de politiske prosessene i Den romerske republikk var, har vært flittig diskutert innen historieforskningen på romerske forhold i snart 40 år. Roma hadde et republikansk politisk system fram til Augustus opparbeidet seg eneveldig makt etter de romerske borgerkrigene gjennom 40- og 30-tallet før vår tidsregning. I det republikanske systemet måtte alle lover vedtas ved avstemning i folkeforsamlinger som var åpne for alle borgere, og de militære og politiske lederne ble utpekt ved valg i de samme folkeforsamlingene.<sup>1</sup> Til

---

<sup>1</sup> I romersk sammenheng vil «borgere» si mannlige, frie innbyggere med romersk borgerrett. Kvinner var utelukket fra alle offisielle politiske sammenhenger, og Roma hadde en stor slavebefolkning som ikke hadde noen som helst rettigheter – verken politiske, sosiale eller økonomiske. Dette var vanlig for bystatene i antikken. Når vi diskuterer graden av demokrati i disse samfunnene, dreier diskusjonen seg vanligvis om hvordan makt og muligheter var fordelt innenfor den delen av befolkningen som ble regnet som borgere.

tross for disse tilsynelatende demokratiske innslagene har Den romerske republikk blitt oppfattet som strengt elitestyrte. Forskerne har vært tilbakeholdne med å tillegge vanlige borgere noen som helst politisk evne. Det går tilbake til en modell av romersk politikk som ble etablert av Matthias Gelzer i boken *Der Römische Nobilität* i 1913. Ifølge Gelzer var det romerske samfunnet fra øverst til nederst gjennomsyret av patron/klient-forhold, hvor fattige borgere, i egenskap av å være klienter, ga sine patroner i eliten politisk støtte i bytte mot hjelp og beskyttelse. I henhold til denne modellen, som man kan kalle *oligarki-modellen* etter *oligarki*, som betyr fåmannsvelde, gjorde disse nettverkene av personlige bindinger det mulig for en liten håndfull framstående menn å dominere alt politisk liv. Vanlige borgere hadde ingen egne politiske agendaer, og ved valg og avstemninger stemte de slik patronene ga beskjed om (Jehne, 2006).

Oppfatningen om romersk politikk som et elitestyrte spill der vanlige borgeres ønsker og behov ikke spilte noen rolle, var nesten enerådende fram til 1980-tallet. I 1984 publiserte Fergus Millar den første av en serie artikler hvor han gikk til frontalangrep på oligarki-modellen. Millar argumenterte for at den romerske elitens makt var begrenset, og at Den romerske republikk må betraktes som en form for demokrati (Millar, 1984; 1986; 1989; 1994). Millars argumenter fikk nok oppslutning til at man på begynnelsen av 1990-tallet snakket om en *demokrati-modell* som «the new orthodoxy» (Gruen, 1991, s. 254). Etter dette har imidlertid pendelen svingt tilbake, og i dag er romersk politisk historie preget av hva man kan kalle en revidert oligarki-modell. Dagens forskere legger ikke så stor vekt på patron/klient-forhold som modellen etter Matthias Gelzer, men elitens politiske dominans oppfattes fremdeles som nesten total (Yakobson, 2007). I stedet for kontroll gjennom personlige patron/klient-forhold snakker man nå om «kulturelt hegemoni» (Hölkeskamp, 2010). Hele det romerske samfunnet skal ha vært gjennomsyret av en idé om at politiske posisjoner var noe man fikk som belønning for tjenester til samfunnet som kun de rikeste kunne tilby. Denne ideen skal ha hatt så stort gjennomslag at alle frivillig overlot all politisk innflytelse til en eksklusiv elite. Samtidig er det en utbredt oppfatning at vanlige romerske borgere manglet evner og ressurser til å engasjere seg politisk. Til sammen gir dette et bilde av romersk politikk som et system der man aldri behøvde å ta hensyn til vanlige borgere som

politisk interesserte og kompetente. Politikk var et spill drevet av eliten etter elitens interesser, og vanlige romerske borgere ble oppfattet som politisk uinteresserte, inkompetente og irrelevante.<sup>2</sup>

Som en motvekt til dette synet har det de siste årene blitt publisert en del arbeider som nyanserer bildet, og antyder at den vanlige romerske befolkningen også kunne ha en viss politisk betydning. Denne forskningen framstår imidlertid som svært forsiktig. Det er ingen av forskerne som direkte hevder at det romerske folk var en aktiv og selvstendig faktor i republikkens politiske liv. Forsiktigheten er en naturlig og nødvendig følge av kildesituasjonen. De romerske kildeskribentene tilhørte selv eliten, og ideen om at det var de selv som styrte og kontrollerte staten var en viktig del av selvbildet deres. Selvstendige politiske initiativ fra folket ville ha blitt oppfattet som et brudd med både deres selvbilde og virkelighetsbilde, og det er grunn til å tro at de systematisk overså og underrapporterte den betydningen romerske borgere utenfor eliten kan ha spilt. De eneste sporene etter folkelig politisk aktivitet er små og løsrevne hint i kildene som kan vise sprekker i det polerte bildet av et elitekontrollert politisk liv. Hvis vi skal forstå hva slags rolle vanlige borgere spilte, må vi lete aktivt etter slike hint og bruke gjennomtenkte modeller for å kjede sammen de løsrevne glimtene til mer eller mindre sannsynlige forestillinger om vanlige romeres betydning for Den romerske republikkens politiske utvikling.

Den forskning som de siste årene har bidratt til å nyansere og modifisere det dominerende eliteperspektivet, har trukket slike hint om politikk utenom elitens fulle kontroll fram i lyset. Et av de mest interessante bidragene er Rosillo-López' forskning (2017) om rykter og meningsdanning i den romerske offentligheten. Rosillo-López diskuterer hva som var den politiske betydningen av en offentlig opinion skapt og styrt av rykter og sladder spredt gjennom uoversiktlig og vanskelig kontrollerbar sosial kontakt på gater og torg, og gjennom personlige nettverker. En av hennes påstander er at den folkelige interessen for politisk sladder tyder på en uavhengig, folkelig politisk kultur (Rosillo-López, 2016). Denne artikkelen bygger på det bildet av romersk offentlighet som Rosillo-López har lagt grunnlaget for, og vil prøve å utvikle forståelsen ved å sammenligne politisk kommunikasjon i Den romerske republikk med den i presidentvalgkampene i USA. For at dette skal være

---

<sup>2</sup> For et ekstremt eksempel på dette, se Mouritsen (2017).

mulig, er det en forutsetning at det finnes felles trekk ved den politiske situasjonen i Den romerske republikk og i dagens USA.

## Amerikansk og romersk politikk

Det er en kjent sak at romersk politisk litteratur var del av den kulturelle bakgrunnen til «the founding fathers» som utformet USAs konstitusjon (Pauley, 2014; Glickstein, 1995). Den romerske republikken fungerte som en referanseramme for utformingen av den amerikanske konstitusjonen. Dette har gitt noen likheter mellom de to politiske systemene, selv om forskjellene nok er større. Mens romerne praktiserte et system med direkte avstemning i folkeforsamlingene, har USA – som så å si alle moderne demokratier – et representativt system. Det er heller ikke mange likheter mellom organiseringen av den utøvende makten og embetsverket i de to statene. På ett spesielt område er det imidlertid mulig å se klare paralleller. Presidentembetet i USA har trekk som kan sammenlignes med de øverste embedene i romernes system. De amerikanske presidentene har vidtrekkende politiske fullmakter både på det sivile og militære området, på samme måte som de romerske konsulene hadde. Presidentene sitter, som konsulene i sin tid, ved makten for en begrenset periode, og begge embedene blir besatt ved valg hvor alle med borgerrett har adgang til å avgi stemme.

Disse rent formelle likhetene har gitt opphav til flere likheter rundt valgene av konsul og presidenter. Lange og intense valgkamper har vært vanlig både i Den romerske republikk og i USA, og under disse valgkampene har det vært stort fokus på det man i vår tid kaller personlig egnethet. For å drive effektive valgkamper har det også i begge systemene vært nødvendig å ha tilgang til store økonomiske ressurser. En annen, og meget relevant, likhet, er at det i begge systemene har vært en forholdsvis liten del av de stemmeberettigede borgerne som har deltatt i valgene.<sup>3</sup> Det har igjen ført til at en viktig utfordring for kandidatene har vært det amerikanerne kaller for «getting out the vote». For en

---

<sup>3</sup> I presidentvalget i USA i 2016 deltok 58,9 prosent, se [https://snl.no/Presidentvalget\\_i\\_USA\\_2016](https://snl.no/Presidentvalget_i_USA_2016). I Norge har valgdeltakelsen ved stortingsvalg ligget rundt 80 prosent, se <https://snl.no/valgdeltakelse>. Valgdeltakelsen i Den romerske republikk er umulig å anslå med noen slags form for nøyaktighet, men den må ha ligget langt lavere enn i de moderne representative demokratiske systemene (Mouritsen, 2001).

amerikansk presidentkandidat har det ofte stor betydning å overbevise de velgerne som ellers ikke ville ha brukt stemmeretten sin (Blodgett mfl., 2008). Dette fenomenet må ha vært enda mer framtreddende i Den romerske republikk. Siden alle avstemninger foregikk i Roma, var det kun en meget liten del av den samlede borgermassen som kunne motiveres til å delta ved valgene. Det må alltid ha vært et stort potensial av «sovende borgere» som en kandidat til de politiske embetene kunne ha håp om å appellere til.

Det sterke fokuset på kandidatenes personlige egenskaper, og mulighetene som lå i å vekke og engasjere større grupper av velgere, gjør at det blir interessant å se på eventuelle likheter og forskjeller i kandidatenes kommunikasjon med det vi kan kalle uspesifiserte deler av de potensielle velgermassene – eller, om man vil, massekommunikasjon. Mulighetene for massekommunikasjon i Den romerske republikk og i dagens USA er selvsagt forskjellige, men utviklingen gjennom de siste tiårene har også gitt noen interessante paralleller. De digitale sosiale mediene har gitt politikere tilgang til en kommunikasjonsform som har slående likheter med det eldste av alle massemedier, nemlig det vi kan kalle folkesnakk, eller rett og slett bare sladder. På samme måte som sladder sprer digitale meldinger seg gjennom sosiale nettverker, og på samme måte som med sladder kan digitale ytringer være vanskelige å kontrollere når de først er sluppet løs – til slutt kan digitale meldinger i likhet med sladder få store konsekvenser for omdømmet til politikere og andre personer som er i offentlighetens søkelys. Disse parallellene ble ekstra sterke med innføringen av Twitter, som legger usedvanlig godt til rette nettopp for sladderlignende, korte og unyanserte meldinger med stort spredningspotensial. Twitters særtrekk som kommunikasjonsplattform, den begrensede lengden på meldingene og den enkle spredningen gjennom retvitring, gjør at amerikanske politikeres bruk av Twitter i valgkamper egner seg godt som sammenligning med romerske politikeres bruk av sladder. Hvordan har sladder, eller uformell politisk kommunikasjon, for å bruke en mer nøytral betegnelse, blitt brukt i de to politiske systemene, og hva kan denne bruken si om politisk liv og politisk virksomhet utenfor eliten?

## Uformell politisk kommunikasjon i USA og Roma

For å kunne sammenligne politisk kommunikasjon i to så forskjellige samfunn er det nødvendig å bruke en vid definisjon av fenomenet. Her vil uformell politisk kommunikasjon bli forstått som ytringer med et gjenkjennelig politisk innhold eller en politisk hensikt som blir satt fram i uformelle sammenhenger. Det kan dreie seg om utsagn som argumenter for eller mot spesielle politiske holdninger, eller det kan være utsagn som støtter eller skader politisk sentrale personer eller grupperinger. Et særtrekk ved uformell politisk kommunikasjon er at den ytres og spres på måter som ikke kontrolleres av organisasjoner eller maktapparater. Dette innebærer både utfordringer og muligheter for kommunikasjonsformen. Utfordringen er at ytringene er avhengige av å bli oppfattet som interessante av mottakerne for å bli spredt videre. Det er ikke alle uformelle politiske ytringer som lykkes med det. Til gjengjeld vil ytringer som lykkes kunne spres meget effektivt, også til grupper i befolkningen som mer formell politisk kommunikasjon ikke når fram til. Uformell politisk kommunikasjon kan ta mange forskjellige former. De to formene vi skal se nærmere på, Twitter og politiske spissformuleringer, har så mange felles trekk at de lett kan sammenlignes, selv om eksemplene vi skal se på befinner seg hele 2000 år fra hverandre i tid.

Twitter som kommunikasjonsform har blitt beskrevet som enkel, umiddelbar og usivilisert (Ott, 2017). Da Twitter ble etablert i 2006, var grensen for antall tegn i meldingene 140. Fra en omlegging i 2017 har grensen vært 280. Dermed er det klare begrensninger for hvor kompleks en ytring på Twitter kan være. 140 eller 280 tegn gir plass til ett poeng, og kun ett. En tvitring kan ikke veie flere muligheter opp mot hverandre, eller vise noen form for refleksjon. Twitter legger dermed til rette for påstander, men sperrer for diskusjoner. Det fører automatisk til at denne formen for kommunikasjon blir enkel og ensidig. Siden formen er enkel, og siden det rent teknisk er enkelt og raskt å skrive en tvitring på mobiltelefonen sin, er Twitter også en av de mest umiddelbare formene for massekommunikasjon. Å sende ut en melding til millioner av følgere krever hverken planlegging eller omtanke, og nettopp det vises av og til på meldingene. Der Twitter-meldinger ofte virker personlige og inkluderende, kan de på den andre siden virke lite



gjennomtenkte og direkte hensynsløse (Ott, 2017). Det er lett å få seg til å si uakseptable ting om en annen person når vedkommende ikke er til stede, og når oppmerksomheten til millioner av tilhørere er kun et lett tastetrykk unna, kan det som ellers oppfattes som alminnelig folkeskikk fort bli glemt. Dermed kan det umiddelbare preget ved disse meldingene bidra til å gjøre dem usiviliserte – eller rett og slett ondsinnede. Det ser også ut til at måten meldingene spres på belønner negative og aggressive meldinger framfor saklighet.

Følelsesmessig ladete meldinger, og spesielt meldinger ladet med negative følelser, har større sjanse for å bli retvitret og effektivt spredd i nettverkene enn saklige og nøytrale meldinger (Jungherr, 2016; Buccoliero mfl., 2018; Stieglitz og Dang-Xuan, 2013; Ott, 2017; Marietta mfl., 2018; Jacobson, 2017). Spredningen gjennom sosiale nettverker er i seg selv et trekk ved kommunikasjonsformen. Det gir både uanede muligheter til å nå fram til mange mottakere, og det gir avsenderen manglende kontroll over hvor meldingene havner. Ingen kan kontrollere hvem som kjenner hvem, eller hvilke mottakere og nettverker de direkte følgerne av en Twitter-bruker sender meldingene videre til.<sup>4</sup> Dette gir Twitter, og andre sosiale nettverker, en nesten skremmende evne til å overraske og overvelde. Når et emne først *trender* i sosiale medier, kan det nå ut til svært mange, men det er vanskelig å forutsi hva som vil *trende* og ikke. Twitter er en kraftfull og ukontrollerbar kommunikasjonsform som vil være godt for noen og dårlig for andre. Dette vises tydelig i de amerikanske valgkampene. Noen kandidater har aldri fått gjennomslag for sine meldinger, mens andre – med Donald Trump som det beste eksempelet – har fått gjennomslag av dimensjoner ingen hadde kunnet forestille seg (Galdieri mfl., 2018).

Hvis vi sammenligner disse trekkene ved Twitter med den type rykter og folkesnakk som romerske politikere kunne benytte seg av, ser vi noen tydelige likheter. Politiske spissformuleringer brukt i det sosiale miljøet i Roma, hadde alle de samme spesielle trekkene som Twitter – muligens med unntak av umiddelbarheten. Twitter-brukere kan unne seg å skrive raskt uten å bruke tid på å finne perfekte formuleringer, fordi de digitale systemene sørger for at meldingen når fram til følgerne uansett. Romerske politikere kunne ikke tillate seg slike lettvintheter,

---

<sup>4</sup> Det finnes mange teknikker for å utnytte de digitale algoritmene som styrer flommen av innhold til forskjellige brukere, men det vil også alltid være en menneskelig faktor som det er umulig å beregne 100 prosent sikkert. For eksempler på hvordan algoritmene kan brukes, se McIntire med flere (2019).

ettersom det å formulere utsagn som skal spre seg i *muntlige* sosiale nettverker var og er en kunst. Spissformuleringene måtte være poengterte, elegante og lette å huske. Noen av de formuleringene vi har bevart er utformet med en spesiell setningsstruktur eller spesielle ordspill, som for eksempel Curio den Eldres karakteristikkk av Julius Caesar som «Alle kvinners mann og alle menns kvinne» (Sue.Div.Iul.52.3.). Uten språklige og innholdsmessige trekk som hjelper på hukommelsen, ville en muntlig formulering bli så fordreid gjennom de mange overføringene fra munn til øre at de ville miste både betydning og virkning. Ser vi imidlertid bort fra denne forskjellen, som stammer fra at romernes formuleringer ble spredt muntlig, mens Twitter-meldinger spres i et mer stabilt skriftlig format, så er likhetene mellom Twitter og romersk folkesnakk store.

Med bakgrunn i eksemplene i kildene kan romernes politiske spissformuleringer kalles både enkle og usiviliserte. Som alle andre korte utsagn hadde ikke formuleringene plass til mer enn ett poeng, og svært mange av spissformuleringene i kildene må sies å være temmelig ond-sinnede. Dette ser ut til å ha vært en av forutsetningene for at de skulle bli spredt i det hele tatt. De aller fleste av formuleringene vi kjenner til må karakteriseres som rene personangrep, og mange av dem må ha blitt ansett som langt utenfor akseptabel folkeskikk også i sin samtid. Mange av dem spilte på det vi kan kalle lytehumor og hengte ut politiske motstandere for deres utseende eller fysiske mangler. Publius Vatinius kan ha lidd av struma, og Marcus Tullius Cicero lot ham få gjennomgå for sine utstående øyne og oppsvulmete hals (Plu.Cic.26.1.; Cic.Vat.2.). Favorittmetoden ser imidlertid ut til å ha vært å beskyldte motstandere for å hengi seg til uakseptable eller degraderende seksuelle praksiser. Julius Caesars motstandere spant stadig på rykter om at han som ung mann hadde hatt et seksuelt forhold til kongen av Bithynia. Caesar skulle ha spilt rollen som «den feminine part», noe som ble sett på som nedverdiggende for romerske menn. Blant formuleringene som ble brukt var at Caesar «lå innerst i den kongelige sengen», eller rett og slett bare betegnelsen «dronningen av Bithynia» (Sue.Div.Iul.49.1–2.).

Også måten spissformuleringene i Roma ble spredt på, har mange likheter med Twitter. Det romerske samfunnet var gjennomsyret av et aktivt og intenst sosialt liv. Folk brukte mye tid på å spasere i spesielt trafikkerte områder for å treffe folk og utveksle nyheter og sladder. Dette

var en yndet aktivitet for både høy og lav. Forum Romanum og forretningsstrøkene rundt var hyppig frekventert, men spredning av rykter har også foregått på utallige andre steder – både i Roma og utover i Italia og resten av imperiet. Folk møttes i badene til avslapning og snikksnakk flere ganger i uken, hvert nabolag hadde sine møtepunkter i veikryssene eller på og utenfor serveringsstedene – og når folk reiste ut av byen, var vertshus og havner nødvendige stoppesteder for å oppdatere seg på utviklingen andre steder. Det romerske samfunnet hadde også et utvalg av personer og profesjoner med spesielle muligheter til å både spore og spre siste nytt av skandaler og fornærmelser. Et typisk eksempel er barberere, som fungerte som vandrende barbersalonger og hadde tid til å snakke med kundene mens barberingen foregikk (Rosillo-López, 2017). Kombinasjonen av romernes sosiale vaner og de romerske politikernes forkjærlighet for fornærmelser pakket inn i spenstige formuleringer, ga en uhyre effektiv ryktebørs. Kildene gir flere eksempler på at rykter om vesentlige hendelser ute i provinsene nådde folkemassene i Roma før de offisielle sendebudene nådde fram (Rosillo-López, 2017). Den samme spredningsstyrken må ha gjort seg gjeldende for de mest vellykkede politiske spissformuleringene. Hvis en romersk politiker greide å få en fornærmelse mot en av sine politiske motstandere til å *trende* i de romerske sosiale nettverkene, kunne han være sikker på at romere i alle lag av befolkningen ville humre fornøyd over de enkle og infame poengene i fornærmelsen i løpet av svært kort tid.

Oppsummert må man kunne si at Twitter i vår tids amerikanske presidentvalgkamper og politiske spissformuleringer i Den romerske republikk har overraskende mange likhetstrekk. Begge ytringsformene er direkte ved at det ikke finnes noen redigerende eller begrensende mellomledd mellom avsender og mottakere. En tvitring kan gå fra avsenderens private mobiltelefon til millioner av følgere uten noen vurdering av om innholdet er heldig eller ikke. På samme måte kunne et utsagn på Forum Romanum, eller et par velvalgte ord hvisket i øret til en bekjent i badeanlegget, gå viralt på folkemunne rundt om i Roma og langt ute i provinsene i løpet av noen få dager – uten at noen kunne kontrollere hverken utformingen eller spredningen. Formen på ytringene er også forholdsvis lik. Kort, poengtert, ensidig og enkel – med den mulige forskjellen at romernes spissformuleringer nok var mer elegante enn dagens Twitter-meldinger. Skadefryden har likevel vært den

samme. Jo mer infame og sjokkerende, jo bedre spredning har meldingene oppnådd. Personangrep ser ut til å ha vært en virkningsfull strategi i begge sammenhenger, og når meldinger og formuleringer først har hatt gjennomslagskraft, er det et felles trekk at de har nådd fram til alle lag av befolkningen. Hva kan vi så bruke alle disse likhetene til? For å svare på dette spørsmålet må vi se nærmere på hva slags politiske virkninger de to kommunikasjonsformene har hatt. Hva har Twitter blitt brukt til i amerikanske valgkamper, og hva ble politiske spissformuleringer brukt til i Den romerske republikken?

## Enkel, ensidig og usivilisert kommunikasjon i praksis

Da Trump kunngjorde at han ville stille som presidentkandidat, nektet mange kommentatorer å ta ham på alvor (Francia og Baumgartner, 2018; Silver, 2016). I de mange forsøkene på å forklare hvordan en slik figur kunne vinne et presidentvalg blir bruken av Twitter trukket fram som en viktig faktor (Francia og Baumgartner, 2018; Perry og Joyce, 2018). Trumps retorikk passer til de formkravene Twitter stiller, og Trump har brukt plattformen i større utstrekning og på andre måter enn de andre kandidatene (Ott, 2017; Tsur mfl., 2016). En sammenligning av Twitter-bruken til de 16 kandidatene som deltok i det republikanske primærvalget, viser at Trump var den kandidaten som brukte Twitter mest – og at han var den kandidaten som fokuserte mest på sin egen kampanje og brukte flest meldinger til å kritisere sine motstandere og skryte av seg selv (Walter og Ophir, 2019). Han var med andre ord den kandidaten som brukte flest Twitter-meldinger med fokus på motsetninger mellom ham selv og andre politiske aktører.

Et sterkt fokus på konkurranse og konflikt framgår av de spesielle språklige trekkene Trumps meldinger har. Tvitringene hans inneholder uvanlig mange navn, og det er svært ofte navnene til personer han kritiserer eller driver regelrett hets mot. Han bruker flere adjektiver enn andre, og han bruker disse adjektivene i sammenheng med navn – ofte på rent sjikanerende måter. Kjente eksempler er «Lightweight Jeb Bush», «Little Marco Rubio» og «Crooked Hilary». Bruken av pronomener er også spesiell. Trump har, ikke overraskende, brukt «I» og «me» i langt større grad enn andre kandidater, mens han nesten ikke bruker pronomenet

«us» (Tsur mfl., 2016). I oktober 2016 publiserte The New York Times en liste på 282 personer, grupper og steder som Trump hadde fornærmet på Twitter. Et typisk eksempel er utfallet mot Arianna Huffington, grunnleggeren av den Trump-kritiske nettavisen The Huffington Post:

Ariannahuff is unattractive both inside and out. I fully understand why her former husband left her for a man – he made a good decision (Ott, 2017).

En slik formulering har alle de trekkene som skal til for å bli spredd på Twitter. Den er enkel, direkte og ondskapsfull. Den spiller på utseende og har klare seksuelle overtoner. Formuleringen minner så mye om noen av de mest vellykkede romerske spissformuleringene at man skulle tro den hadde oppstått under nøyaktig samme forhold.

For å oppsummere innholdet i Trumps tvittringer så kjennetegnes de av å være innrettet mot konflikt, og av å sjikanere enkeltpersoner og grupper Trump har et dårlig forhold til. Mange av meldingene er kvinnefiendtlige, de er ufine mot afroamerikanere og amerikanere med latinamerikansk bakgrunn, og de mistenkeliggjør muslimer og innvandrere (Hixson, 2018). Både form og innhold er ofte langt over grensen for akseptabel folkeskikk. Denne ekstreme formen for kommunikasjon har vakt undring og forskrekkelse hos politiske kommentatorer (Hixson, 2018). Hvordan kan slik oppførsel gjøre en mann *mer* populær? Hvordan kan en person som ikke en gang behersker grunnleggende høflighet bli president i USA? Dette reiser et spørsmål som er sentralt også for det faglige poenget i denne artikkelen: Kan vi være sikre på at Twitter-bruken bidro til at Trump vant valget? Kan det ikke tenkes at han vant valget av helt andre årsaker, og at valgseieren egentlig kom *på tross av* tvittringene?

Det faktum at Trump vant valget etter en kampanje med hektisk og sjokkerende bruk av Twitter, er interessant, men beviser ikke at Twitter var årsaken til valgseieren. Forklaringene på den overraskende valgseieren er sannsynligvis komplekse, og omfatter mange faktorer som ikke har noe med Twitter å gjøre (Farley, 2019; Campbell, 2018). Det er likevel en så klar sammenheng mellom de holdningene Trump gir uttrykk for på Twitter og de holdningene som er framtrædende blant dem som stemte på ham at det sannsynliggjør at Twitter spilte en positiv rolle for

valgresultatet.<sup>5</sup> Undersøkelser foretatt i forbindelse med valget viste at det mest framtreddende trekket ved velgerne som stemte på Trump var at de delte hans fordommer mot kvinner, afroamerikanere, muslimer og innvandrere. Andre trekk som har blitt forbundet med disse velgerne, som lav inntekt, lav utdanning og hvit arbeiderklassebakgrunn, var langt mindre signifikante enn disse fordommene (Smith og Hanley, 2018).

Et annet trekk som kjennetegner Trumps velgere, er at de forakter svake ledere som ikke er i stand til å treffe tiltak mot de samme gruppene som fordommene stempler som snyltere og unnalurere (Smith og Hanley, 2018). Sett i lys av dette, blir den uvørne og hensynsløse stilen i Trumps tvitringer en styrke. Kjernevelgerne hans vil heller ha en hensynsløs president enn en høflig og medmenneskelig president som er for svak til å ordne opp. Det er altså et tydelig sammenfall mellom de fordommene Trumps tvitring gir uttrykk for, og de politiske holdningene som finnes blant velgerne som stemte ham fram til seier i presidentvalget (Hixson, 2018). Dette er relevant for sammenhengen mellom politisk kommunikasjon og politisk deltakelse utenfor eliten på to måter. For det første forsterker det antakelsen om at den spesielle bruken av Twitter var en av faktorene som hjalp Trump til å vinne valget. Dette styrker igjen antakelsen om at uformell politisk kommunikasjon med massene har hatt betydelig innflytelse på utfallet av sentrale politiske prosesser i USA (Parmelee og Bichard, 2012). For det andre viser det at de usaklige og ondskapsfulle utfallene Trump foretok på Twitter faktisk hadde en politisk side. Det dreiet seg ikke om tomme klovnerier eller hensiktsløs skittkasting, det dreiet seg om politikk. Trumps skittkasting formidlet politiske holdninger som sentrale deler av velgermassene delte og satte pris på. Fornærmelsene Trump strødde om seg med signaliserte en hard holdning overfor grupper i samfunnet som velgerne oppfattet som skadelige, og den bøllete tonen i meldingene signaliserte at Trump var tøff nok til å ordne opp med disse gruppene. Selv om mange misliker disse holdningene, kan man ikke nekte for at det faktisk er politikk. Trump vant presidentvalget fordi han greide å mobilisere store velgergrupper som støttet hans politiske holdninger, og et av midlene han brukte for å nå fram til dem var uformell politisk kommunikasjon via Twitter.

---

<sup>5</sup> Dette later til å være en utbredt oppfatning både blant forskere og hos Trump selv (Perry og Joyce, 2018).

Kildesituasjonen for romernes bruk av politiske spissformuleringer er selvsagt helt annerledes enn for Trumps Twitter-bruk. Det lar seg likevel gjøre å få øye på så tydelige paralleller at man kan bruke eksemplet med Trumps tvitringer som utgangspunkt for å foreslå ideer om kommunikasjon, meningsdanning og politisk deltakelse i Den romerske republikk. De fleste av romernes politiske spissformuleringer gikk i glemmeboken for lenge siden, men noen spesielt infame eksempler har blitt bevart i kildene – særlig hvis de var ytret av, eller rettet mot, berømte personer som Marcus Tullius Cicero eller Julius Caesar. Av de eksemplene som er bevart, er det noen som er vanskelige for oss å forstå fullt ut, fordi vi ikke kjenner den sammenhengen de virket i. Av og til ser vi verken morsomhetene eller fornærmelsene, og vi er i alle fall ikke i stand til å vurdere om formuleringene kan ha hatt politiske virkninger i tillegg til å være personlige fornærmelser. Det finnes imidlertid bevart et eksempel som synliggjør alt dette, og som viser hvordan romerske politikere kunne ta i bruk politiske spissformuleringer. Det dreier seg om Marcus Calpurnius Bibulus' utspekulerte karakteristikk av Julius Caesar mens de to var konsul i år 59 f.Kr.

Julius Caesar hadde bygget sin politiske karriere på en retorikk som innebar store porsjoner av det vi ville kalle populistisk propaganda og politikerforakt. Det pådro ham bitter motstand fra innflytelsesrike krefter i senatseliten. Da det lå an til at Caesar ville bli valgt til konsul for året 59 f.Kr., gikk senatseliten sammen og sørget for å få valgt en av hans personlige erkefiender – Marcus Bibulus – som med-konsul, i håp om at han skulle nøytralisere ham. Etter harde konfrontasjoner rundt en lov om jordutdeling gikk Caesar til det skrittet å engasjere en gjeng bøller som banket opp Bibulus. Bibulus ble så skremt at han trakk seg tilbake fra det offentlige livet, men han fortsatte å delta i den politiske debatten ved å henge opp oppslag der han skjelte ut Julius Caesar og prøvde å få befolkningen til å gjøre motstand mot ham (Gelzer, 1968, s. 77). I et av disse oppslagene hadde han med følgende karakteristikk av Caesar:

Bithynicam reginam, eique antea regem fuisse cordi, nunc esse regnum (Sue.Div.Iul.49).

På norsk kan dette gjengis som

Dronningen av Bithynia, tidligere begjærte han en konge, nå  
begjærer han kongemakt.

Formuleringen «Dronningen av Bithynia» spiller, som nevnt, på de velkjente ryktene om Caesar og kong Nicomedes av Bithynia, og legger vekt på den feminine rollen Caesar skulle ha spilt i forholdet. Etter romernes tankegang burde menn være pågående og penetrerende og påtvinge andre sin seksualitet – det var et tegn på *virtus*, mandighet. Det å la seg «bestige» av en annen mann var et tegn på femininitet, og førte til tap av *virtus* og dermed også av ære og verdighet. Ifølge Cassius Dio var Caesar generelt overbærende overfor harselas med sin egen person, men ryktene om kongen av Bithynia protesterte han kraftig mot (Cas.Dio.43.20.2–4.).

Beskyldningene om forholdet til Nicomedes var, etter romernes oppfatning, svært grove, men de utgjorde bare den ene halvparten av spissformuleringen. I romernes sammenheng var det denne delen som skulle sørge for å fange interessen og spre formuleringen på ryktebørsen. I vår sammenheng er det imidlertid det siste leddet som er mest interessant. Caesar hadde altså en gang begjært en konge, men det viktigste var at han nå begjærte kongemakt. Med dette leddet hengte Bibulus et politisk poeng på en grov seksuell fornærmelse. Den seksuelle fornærmelsen sørget for at formuleringen ble spredd vidt og bredt, og det politiske poenget – at Caesar var en potensiell tyrann – skulle sørge for å skape politisk motstand mot ham. Det romerske republikanske systemet var basert på at den utøvende makten skulle sirkulere og fordeles mellom et stort antall menn i den øverste eliten, og fortellinger om rettmessige drap på tyranner sto sterkt i romernes politiske tradisjon. Bibulus' spissformulering kan oppfattes som et tiltak for å sende beskyldningen ut i de sosiale nettverkene og få så mange som mulig til å se at Julius Caesar var en fare for republikkens politiske system.

Enkelte spor i kildene tyder på at meldingen vakte oppsikt, og at meldinger av denne typen bidro til å skape hardere fronter i romersk politikk. Cicero fortalte at oppslagene til Bibulus var så populære at det oppstod trafikork i gatene der de var slått opp (Cic.Att.2.21.). Det viser at de vakte stor interesse, og det illustrerer hvordan politiske



spissformuleringer i slike oppslag ble spredd. Mange av innbyggerne i Roma kan ha hatt vanskelig for å lese kompliserte tekster, og noen har antagelig vært analfabeter (Rosillo-López, 2017). I menneskemengden som flokket seg rundt oppslagene, kan vi anta at det likevel alltid har vært noen som kunne lese – og de kunne lese opp teksten og referere de saftigste godbitene til alle som sto rundt. På den måten kunne Bibulus være sikker på at en spissformulering om at Caesar seksuelt sett var en «dronning», ville bli formidlet til interesserte og skadefro personer fra alle samfunnslag. Offentlige oppslag var en vanlig form for massekommunikasjon i Roma, men det er ikke ofte at kildene nevner at det oppstod trafikkork. Det gir grunn til å tro at akkurat denne svertekampanjen vekket ekstra stor oppmerksomhet.

Det er også andre forhold ved den politiske situasjonen dette året som kan tyde på at spissformuleringene virket slik Bibulus ønsket. Caesar gjorde et stort nummer av å tvinge gjennom lover om utdeling av jord til fattige borgere. Dette var en folkevennlig politikk som man må tro gjorde ham populær blant store deler av befolkningen. Cicero mente på tross av dette å se tegn til at Caesar ble mer og mer upopulær. Caesars samarbeidspartnere ble pepet ut når de gikk i teateret, og noen av motstanderne hans ble møtt med begeistring fra uspesifiserte menneskemengder når de viste seg på Forum eller i andre offentlige sammenhenger (Cic.Att.2.19.). Det ser i det store og hele ut til at Caesar ble utsatt for stadig hardere kritikk, og de politisk ladede spissformuleringene Bibulus sendte ut til massene var sannsynligvis en del av det totale bildet. Imidlertid er det ikke den direkte virkningen av spissformuleringene som er det viktigste. Poenget er at Bibulus tok seg bryet med å spre slike oppslag med slike spissformuleringer rundt om i Roma. Han må ha ment at det var bryet verdt.

Bibulus mente tydeligvis at en spissformulering med en seksuell fornærmelse og et politisk poeng, publisert på veggene rundt om i Romas gater, var et nyttig politisk virkemiddel. Det må bety at han trodde at personer også utenfor den politiske eliten var mottakelige for politisk propaganda. Bibulus' kommunikasjonsstrategi tyder på en oppfatning av at vanlige borgere som samlet seg på gater og torg kunne danne seg selvstendige meninger om Romas politikere – og at det var politisk gunstig å prøve å påvirke disse meningene. Dette kan vi også si om Trump. Han må ha hatt en oppfatning om å nå ut til viktige velgere med de

sjokkerende Twitter-meldingene han strødde om seg med. Resultatet av valget i 2016 tyder på at han hadde rett. Det kan være en viktig påminnelse for alle som studerer politisk deltakelse.

## Kommunikasjon og politisk deltakelse i Roma og USA

Resultatet av presidentvalget i 2016 kom som et sjokk på både politiske kommentatorer og samfunnsforskere rundt om i hele verden. Forsøkene på å forklare det som skjedde ved hjelp av forskjellige samfunnsvitenskapelige perspektiver foregår fremdeles (Jacobson, 2017; Jordan og Pennebaker, 2017). Det er ikke sikkert at vi noensinne vil finne overbevisende forklaringer som kan dekke hele fenomenet, men det er mulig å se en del ganske åpenbare sider ved det som skjedde. Trump var populær blant store deler av de amerikanske velgerne, og han nådde fram til velgere som andre politikere ikke greide å berøre med sine argumenter. Det har vært en tendens til å avskrive velgerne hans som uvitende og uopplyste. Mange har gått ut fra at det dreier seg om fattige amerikanere som stemte i desperasjon, eller uutdannede amerikanere som stemte ut fra uvitenhet og politisk uforstand. Analyser av velgernes holdninger viser at det ikke er tilfelle (Smith og Hanley, 2018). Trumps velgere skiller seg mer ut ved sine politiske holdninger enn ved sin økonomiske, sosiale eller kulturelle status. Det som gjør Trumps velgere til Trumpvelgere er først og fremst sterke fordommer mot grupper i det amerikanske samfunnet som de mener snylter på samfunnet og ødelegger sunne amerikanske verdier (Smith og Hanley, 2018). Selv samfunnsforskere som misliker disse holdningene, må erkjenne at de er et uttrykk for politisk bevissthet og engasjement. Det dreier seg om meningsdanning og politisk deltakelse. Trump har ikke lurt uvitende og politisk bevisstløse velgere til å støtte ham, men han har kommunisert med og knyttet til seg grupper som deler hans egne fordommer. Dette endrer også statusen til Trumps Twitter-meldinger fra hensynsløst sladder til politisk kommunikasjon.

Trumps Twitter-meldinger har blitt fanget opp av grupper i befolkningen som vanligvis ikke tas på alvor som politisk interesserte og selvstendig tenkende og handlende politiske aktører. Disse aktørene har, av egen fri vilje og ut fra sine egne vurderinger, handlet politisk ved å

videre-tvitre Trumps meldinger og slik spre holdninger som ga ytterligere støtte for Trump i deres nære sosiale miljøer. På bakgrunn av den lærdommen samfunnsforskere har trukket av Trumps presidentkampanje, kan det være grunn til å stille noen nye spørsmål ved de oppfatningene historikere som arbeider med romersk historie har om romersk politikk. Kan det ikke tenkes at meldingene de romerske politikerne sendte ut i form av politiske spissformuleringer fra talerstoler, i høylytte samtaler på torget eller som oppslag rundt om på husveggene har vært rettet mot samme type mottakere som Trumps tvitringer? Bibulus' spissformulering om «Dronningen av Bithynia» har ikke vært adressert til politiske ledere i Senatet, den har vært rettet mot de uspesifiserte massene – fordi Bibulus har visst at det rundt om i disse massene fantes personer som kunne utgjøre en politisk forskjell. Bibulus må ha ment at det var bryet verdt å henvende seg til massene, og han må ha ment at det var bryet verdt å gjøre massene oppmerksomme på at Caesar var ute etter kongemakt – at han var en potensiell tyrann. Dette gir indikasjoner om et par sentrale forhold ved disse massene. For det første kan vi anta at de har vært i stand til å danne sine egne politiske meninger, ettersom det ellers ikke ville ha hatt noen hensikt å prøve å påvirke dem. For det andre kan vi slutte at det faktisk hadde reell betydning i samfunnet hva medlemmene av disse massene mente om politikk. I motsatt fall kunne Bibulus ha spart seg de fornærmende oppslagene sine.

## Oppsummering

Den politiske bevisstheten blant de romerske massene, og påvirkningen politiske spissformuleringer kunne ha på dem, var neppe av den type bevissthet Cicero oppfattet som interessant eller aktverdig. Her hadde Cicero mye til felles med vår tids politiske kommentatorer og akademikere. Ingen fra de kulturelle og akademiske elitene ville ta Trump på alvor. Alle ristet på hodet av Twitter-meldingene hans og oppfattet tilhengerne hans som uskolerte og uvitende. Det viste seg imidlertid at de høyt utdannede og innflytelsesrike kommentatorene feilvurderte både Trump, meldingene og tilhengerne hans. Trump anvendte en bevisst og virkningsfull politisk strategi, meldingene hans var demonstrasjoner av politisk relevante fordommer, og tilhengerne hans støttet ham på grunn

av deres egne politiske meninger. Uansett hvor foraktelige politiske og akademiske eliter synes at Trumps tilhengere er, så kan ingen nekte for at de faktisk hadde makt til å innsette Trump som president og med det endre vesentlige politiske forhold i en av verdens mest betydningsfulle stater.

Den mest interessante lærdommen vi kan trekke fra eksemplet med Trumps bruk av Twitter, er at de kulturelle og akademiske elitene overhodet ikke skjønnte hva som foregikk. Det demonstrerer en av hindringene samfunnsforskere og historikere står overfor når de prøver å forstå hva slags rolle vanlige mennesker spiller politisk, nemlig deres egne fordommer mot de samme menneskenes selvstendige evne til meningsdanning og politisk deltakelse. Politiske kommentatorer og samfunnsforskere oppfattet ikke de politiske strømningene som skjedde rett for nesen på dem før Trump satt bak skrivebordet i Det hvite hus. Da er det kanskje heller ikke så rart at historikere som arbeider med romersk historie har vanskelig for å se at også vanlige romerske borgere utenfor eliten kan ha hatt politisk innflytelse. I tilfellet med Trump og tilhengerne hans kan førstnevnte tvittringer betraktes som signaler om at et betydelig antall vanlige amerikanske borgere hadde politiske meninger som gikk på tvers av interessene til eliten, og at de var i stand til å delta i det politiske systemet på en slik måte at disse meningene fikk reell politisk betydning.

Eksemplet med Trumps tvittringer i presidentkampanjen kan brukes som bakgrunn for å se med nye øyne på romersk politikk. Når usaklige og bøllete meldinger til uspesifiserte masser var del av kommunikasjonen hans med selvstendige og meningsdyktige amerikanske velgere, kan det godt tenkes at usaklige spissformuleringer fra romerske politikere spilte samme rolle blant de romerske massene. Bibulus' forsøk på å fornærme Julius Caesar kan betraktes som et tegn på at han mente at det fantes meningsdyktige borgere rundt om i de uspesifiserte romerske massene, og at det ville lønne seg å påvirke dem. Det fjerner ikke inntrykket kildene gir av at den romerske eliten hadde uforholdsmessig stor makt, men det bør gjøre oss mer oppmerksomme på mulige nyanser ved maktforholdene. Ved å undervurdere vanlige borgeres evner til meningsdanning og politisk deltakelse risikerer man å gå glipp av de kreftene som faktisk påvirker den politiske utviklingen. Det gjelder både i vår egen samtid og i studier av fortidige samfunn som den romerske republikk.

## Referanser

- Blodgett, J., Lofy, B. og Tejwani, S. (2008) *Winning Your Election the Wellstone Way : A Comprehensive Guide for Candidates and Campaign Workers*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bryden, J. og Silverman, E. (2019) Underlying socio-political processes behind the 2016 US election, *PLoS One*, 14(4), e0214854. DOI: [10.1371/journal.pone.0214854](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214854).
- Buccoliero, L., Bellio, E., Crestini, G. og Arkoudas, A. (2018) Twitter and politics: Evidence from the US presidential elections 2016. *Journal of Marketing Communications*, 26(1), s. 88–114. DOI: [10.1080/13527266.2018.1504228](https://doi.org/10.1080/13527266.2018.1504228).
- Campbell, J. (2018) Why did Donald Trump really get elected? *Zarządzanie Publiczne*, 46(4), s. 5-18. DOI: [10.15678/ZP.2018.46.4.01](https://doi.org/10.15678/ZP.2018.46.4.01).
- Cassius Dio. *Roman History*. (Redigert og oversatt) Cary, E. & Foster, H.B., (1914) Dio's Roman history : in nine volumes : 3, Loeb Classical Library 53.
- Cicero M.T. In Vatinius. (Redigert og oversatt) R. Gardner. (1984) Loeb Classical Library 309.
- Cicero M.T. Ad Atticum. (Redigert og oversatt) T. & Bailey, D.R.S., (1999) Cicero : in twenty-eight volumes : Vol. 22–24, 29 Vol. 1. Loeb Classical Library 7.
- Enli, G. (2017) Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication*, 32(1), s. 50–61. DOI: [10.1177/0267323116682802](https://doi.org/10.1177/0267323116682802).
- Farley, J. E. (2019) Five Decisive States: Examining How and Why Donald Trump Won the 2016 Election. *The Sociological Quarterly*, 60(3), s. 337–353. DOI: [10.1080/00380253.2019.1629847](https://doi.org/10.1080/00380253.2019.1629847).
- Francia, P. L. og Baumgartner, J. (2018) Free Media and Twitter in the 2016 Presidential Election: The Unconventional Campaign of Donald Trump. *Social Science Computer Review*, 36(4), s. 440–455. DOI: [10.1177/0894439317730302](https://doi.org/10.1177/0894439317730302).
- Galdieri, C. J., Lucas, J. C. og Sisco, T. S. (2018) *The Role of Twitter in the 2016 US election*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Gelzer, M. (1968) *Caesar : politician and statesman*. Oxford: Blackwell.

- Glickstein, J. A. (1995) American Republicanism: Roman Ideology in the United States Constitution (Book Review), *The Journal of American History*, 82 (3), s. 126–128. DOI: [10.2307/3124392](https://doi.org/10.2307/3124392).
- Gruen, E. S. (1991) The Exercise of Power in the Roman Republic, i Mohlo, A., Raaflaub, K. og Emlen, J. (red.) *City States in Classical Antiquity and Medieval Italy*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, s. 251–267.
- Hixson, K. (2018) Candidate Image: When Tweets Trump Tradition, i Galdieri, C. J., Lucas, J. C. og Sisco, T. S. (red.) *The Role of Twitter in the 2016 US Election*. Palgrave: Macmillan, s. 45–62.
- Hölkeskamp, K. J. (2010) *Reconstructing the Roman Republic: an ancient political culture and modern research*. Princeton: Princeton University Press.
- Jacobson, G. C. (2017) The Triumph of Polarized Partisanship in 2016: Donald Trump's Improbable Victory, *Political Science Quarterly*, 132(1), s. 9–41. DOI: [10.1002/polq.12572](https://doi.org/10.1002/polq.12572).
- Jehne, M. (2006) Methods, Models and Historiography, i Morstein-Marx, R. & Rosenstein, N. (red.) *A Companion to the Roman Republic*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Jordan, K. N. og Pennebaker, J. W. (2017) The Exception or the Rule: Using Words to Assess Analytic Thinking, Donald Trump, and the American Presidency. *Translational Issues in Psychological Science*, 3(3), s. 312–316. DOI: [10.1037/tps0000125](https://doi.org/10.1037/tps0000125).
- Jungherr, A. (2016) Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. *Journal of Information Technology and Politics*, 13(1), s. 72–91. DOI: [10.1080/19331681.2015.1132401](https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1132401).
- Marietta, M., Cote, T., Farley, T. og Murphy, P. (2018) Less Is More Ideological: Conservative and Liberal Communication on Twitter in the 2016 Race, i Galdieri, C. J., Lucas, J. C. and Sisco, T. S. (red.) *The Role of Twitter in the 2016 US Election*. Palgrave: Macmillan, s. 7–20.
- McIntire, M., Yourish, K. og Buchanan, L. (2019) In Trump's Twitter Feed: Conspiracy-Mongers, Racists and Spies, *New York Times*, 02.11.2019. Tilgjengelig fra <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-disinformation.html?action=click&module=Top%20Stories&pgtype=Homepage>. (Hentet: 03. Februar 2020.)
- Millar, F. (1984) The Political Character of the Classical Roman Republic, 200–151 B.C.. *Journal of Roman Studies*, 74, s. 1–19.

- Millar, F. (1986) Politics, Persuasion and the People before the Social War (150–90 B.C.). *Journal of Roman Studies*, 76, s. 1–11.
- Millar, F. (1989) Political Power in Mid-Republican Rome: Curia or Comitium. *Journal of Roman Studies*, 79, s. 138–150.
- Millar, F. (1994) Popular politics at Rome in the Late Republic, i Malkin, I. og Rubinsohn, Z. W. (red.) *Leaders and masses in the roman world*. Leiden: Brill, s. 91–113.
- Mouritsen, H. (2001) *Plebs and Politics in the Late Roman Republic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mouritsen, H. (2017) *Politics in the Roman Republic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ott, B. L. (2017) The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*, 34(1), s. 59–68, DOI: [10.1080/15295036.2016.1266686](https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1266686).
- Parmelee, J. H. og Bichard, S. L. (2012) *Politics and the Twitter revolution : how tweets influence the relationship between political leaders and the public*. Lanham, Md.: Lexington Books.
- Pauley, M. A. (2014) *Athens, Rome, and England : America's constitutional heritage*. Wilmington, Delaware: Griffon House Publications.
- Perry, L. og Joyce, P. (2018) Tweeting on the Campaign Trail: The When, How, and What of Donald Trump's Tweets, i Galdieri, C. J., Lucas, J. C. og Sisco, T. S. (red.) *The role of Twitter in the 2016 US Election*. Manchester, New Hampshire: Palgrave Macmillan, s. 63–74.
- Plutarch. Cicero. (Redigert og oversatt) B. Perrin. (1994) Loeb Classical Library 99.
- Rosillo-López, C. (2016) Popular Public Opinion in a Nutshell: Nicknames and Non-Elite Political Culture in the Late Republic, i Grig, L. (red.) *Popular Culture in the Ancient World*. Cambridge: Cambridge University Press, s. 91–106.
- Rosillo-López, C. (2017) *Public opinion and politics in the late Roman republic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Silver, N. (2016) *Why Republican Voters Decided On Trump* [Online]. FiveThirtyEight: ABC News. Tilgjengelig fra: <https://fivethirtyeight.com/features/why-republican-voters-decided-on-trump/> (Lest: 04. november 2019).

- Smith, D. N. og Hanley, E. (2018) The Anger Games: Who Voted for Donald Trump in the 2016 Election, and Why? *Critical Sociology*, 44(2), s. 195–212, DOI: [10.1177/0896920517740615](https://doi.org/10.1177/0896920517740615).
- Stieglitz, S. og Dang-Xuan, L. (2013) Emotions and Information Diffusion in Social Media-Sentiment of Microblogs and Sharing Behavior. *Journal of Management Information Systems*, 29(4), s. 217–248, DOI: [10.2753/MIS0742-1222290408](https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222290408).
- Suetonius. De Vita Caesarum. Liber I. Divus Iulius. (Redigert og oversatt) J.C. Rolfe. (1989) Loeb Classical Library 32.
- Tsur, O., Ognyanova, K. og Lazer, D. (2016) *The Data Behind Trump's Twitter Takeover*. Politico Magazine. Tilgjengelig fra: <https://www.politico.com/magazine/story/2016/04/donald-trump-2016-twitter-takeover-213861>, (Lest: 9. oktober 2019).
- Walter, D. og Ophir, Y. (2019) The Elephant and the Bird: Republican Candidates' Use of Strategy and Issue Framing in Twitter During the 2016 Republican Presidential Primaries. *International Journal of Communication*, 13, s. 4960–4982.
- Yakobson, A. (2006) Popular Power in the Roman Republic, i Rosenstein, N. & Morstein-Marx, R. (red.) *A Companion to the Roman Republic*. Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell, s. 383–400.

---

**Per Bjarne Ravnå** er førsteamanuensis i historie ved Nord universitet. Han arbeider med eldre historie og har publisert arbeider om romersk politisk historie, romersk jernalder i Norge og historiefaglig Jesus-forskning.