

Lunds universitet
Sociologiska institutionen
MKV 203:3
Vt. 2002

Handledare: Peter Dahlgren &
Ingrid Höjerback
Examinator: Gunilla Jarlbro

Personval och medier

- en komparativ innehållsanalys av de svenska partiledarnas
framställning i Svenska Dagbladet och på Internet

Av: Pernilla Nordin &
Julia Wilson

Abstract

Uppsatsförfattare: Pernilla Nordin och Julia Wilson

Titel: Personval och medier – en komparativ innehållsanalys av de svenska partiledarnas framställning i Svenska Dagbladet och på Internet

Avdelning: Medie- och kommunikationsvetenskap, Lunds universitet

Syfte: Syftet med vår uppsats är att få en bild av hur partiledarnas personlighet beskrivs i medierna och hur de själva väljer att profilera sig. Detta gör vi genom en fallstudie där vi jämför en intervjuserie från Svenska Dagbladet med partiledarnas presentationer på respektive partis officiella hemsida. Därmed kommer vi att undersöka eventuella skillnader mellan partiledarnas image och profil. Syftet är även att se hur infotainment, den förändrade journalistrollen, PR och politisk reklam och könsroller inverkar på den svenska politiken, samt hur de eventuellt samspelar med varandra i detta sammanhang.

Frågeställning: Utifrån vårt syfte kommer våra frågeställningar att bli; Vilka teman ligger i fokus i artiklarna? Vad skiljer artiklarna åt? Vilka likheter finns det? Framställs de olika partiledarna på liknande sätt? Hur skiljer sig artiklarna från partiledarnas egna presentationer på respektive partis hemsida? Är imagen den samma som profilen? Finns det några tecken, i de valda fallen, på att infotainment, en förändrad journalistroll, PR och politisk reklam, samt könsroller inverkar på den svenska politiska kommunikationen?

Analys & resultat: När det gäller de analyserade fallen kom vi fram till att det bland annat förekommer skillnader mellan hur manliga respektive kvinnliga partiledare framställs. Både på hemsidorna och i Svenska Dagbladet tenderar de kvinnliga politikerna att framställas på ett varmare och mer känslomässigt vis, medan männen tillskrivs mer manligt stereotypa egenskaper som t.ex. ledarskapsegenskaper. Samtidigt finns det de fall som bryter mot detta stereotypiska tänkande. Vi ser även att våra teorier om en amerikansk influens i det svenska politiska samhället till viss del stämmer överens med de fall vi valt att analysera. Bland annat går det att se att underhållning och politik blir allt mer integrerat med varandra, men samtidigt är det upp till den enskilde individen att dela med sig av sin privata sfär, som i många ögon anses vara underhållande. Den individuella personen har även fått en mer central roll inom den svenska politiken, då man ofta talar om ”jag” och inte ”vi”. Även journalistiken har ändrats, anser vi, då en dagstidning som SvD gör ”hemma hos- reportage” med partiledarna. Partiledarna får då samtidigt en chans till extra PR. Utifrån våra valda fall kan vi även se att imagen och profilen på partiledarna stämmer relativt bra överens.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1		
1.1 Syfte	1		
1.2 Frågeställningar	2		
1.3 Disposition	2		
1.4 Metod	2		
1.4.1 Mediala sammanhang	2		
1.4.2 Textens intentioner	3		
1.4.3 Publiken	3		
1.4.4 Produktionsomständigheter	4		
1.4.5 Textens uppbyggnad	4		
1.4.5.1 Informativa innehållet	4		
1.4.5.2 Genrens traditioner	5		
1.4.5.3 Stilistiska attribut	5		
1.4.5.4 Tematiska fält	5		
1.4.5.5 Den narrativa dynamiken	6		
1.4.5.6 Retorisk infrastruktur	6		
1.4.6 Samhällssammanhang	6		
1.5 Material	6		
1.5.1 Svenska Dagbladet	7		
1.5.2 Internet som medium	7		
1.6 Urval	8		
2. Teori och resonemang	8		
2.1 Politisk kommunikation	8		
2.2 Den förändrade journalistiken	8		
2.3 Politiska personval sett ur ett PR-perspektiv	10		
2.4 Infotainment	11		
2.5 En föränderlig medievärld	13		
2.6 Image och profil	13		
2.7 Kön och politisk marknadsföring	14		
3. Resultat och analys	15		
3.1 Mediala sammanhang för intervjuerna	15		
3.2 Textens intentioner	16		
3.3 Publiken	16		
3.4 Göran Persson – intervju	16		
3.4.1 Publiken	16		
3.4.2 Textens uppbyggnad	17		
3.5 Göran Persson – Internet	18		
3.5.1 Mediala sammanhang	18		
3.5.2 Textens intentioner	19		
3.5.3 Publiken	19		
3.5.4 Textens uppbyggnad	19		
3.6 Jämförelse – Göran Persson	20		
3.7 Gudrun Schyman – intervju	22		
3.7.1 Publiken	22		
3.7.2 Textens uppbyggnad	22		
3.8 Gudrun Schyman – Internet	23		
3.8.1 Mediala sammanhang	23		
3.8.2 Textens intentioner	24		
3.8.3 Publiken	24		
3.8.4 Textens uppbyggnad	24		
3.8.5 Övrigt	25		
3.9 Jämförelse – Gudrun Schyman	24		
3.10 Maud Olofsson – intervju	25		
3.10.1 Publiken	25		
3.10.2 Textens uppbyggnad			
3.11 Maud Olofsson – Internet	1	26	
3.11.1 Mediala sammanhang		26	
3.11.2 Textens intentioner		27	
3.11.3 Publiken		27	
3.11.4 Textens uppbyggnad			
3.11.5 Övrigt		28	
3.12 Jämförelse – Maud Olofsson		28	
3.13 Alf Svensson – intervju		28	
3.13.1 Publiken		28	
3.13.2 Textens uppbyggnad			
3.14 Alf Svensson – Internet		30	
3.14.1 Mediala sammanhang		30	
3.14.2 Textens intentioner		30	
3.14.3 Publiken		30	
3.14.4 Textens uppbyggnad			
3.14.5 Övrigt		31	
3.15 Jämförelse – Alf Svensson		32	
3.16 Bo Lundgren – intervju		32	
3.16.1 Publiken		32	
3.16.2 Textens uppbyggnad			
3.17 Bo Lundgren – Internet		34	
3.17.1 Mediala sammanhang		34	
3.17.2 Textens intentioner		34	
3.17.3 Publiken		34	
3.17.4 Textens uppbyggnad			
3.17.5 Övrigt		35	
3.18 Jämförelse – Bo Lundgren		35	
3.19 Lars Leijonborg – intervju		36	
3.19.1 Publiken		36	
3.19.2 Textens uppbyggnad			
3.20 Lars Leijonborg – Internet		37	
3.20.1 Mediala sammanhang		37	
3.20.2 Textens intentioner		37	
3.20.3 Publiken		37	
3.20.4 Textens uppbyggnad			
3.20.5 Övrigt		38	
3.21 Jämförelse – Lars Leijonborg		38	
4. Generell analys och resultat	38		
4.1 Journalistik i förändring?		38	
4.2 Infotainment och politik		39	
4.3 Politiska personval och PR		40	
4.4 Image och profil		40	
4.5 Politik och könsstereotyper		41	
4.6 Förändringar i medievärlden?		41	
5. Avslutning	42		
Referenslitteratur	43		
Tidningar och magasin		43	
Internet		44	

1. Inledning

Det svenska medielandskapet genomgår vissa förändringar, exempelvis har vad man brukar kalla infotainment ökat i de svenska medierna. Idag ser vi allt som oftast våra politiker ställa upp i diverse underhållningsprogram. Under senare tid har bland annat Göran Persson varit med i *Sen kväll med Luuk*, Lars Leijonborg har besvarat intima frågor i *Silicon* och Alf Svensson har underhållit publiken i *Snacka om nyheter*. Det ser alltså ut som om det är en ny trend på gång, där PR:n blir allt viktigare i politiken och medierna är då naturligtvis en mycket viktig del i detta spel. I och med detta så håller kanske även gränsen mellan politikerna privata sfärer och den offentliga sfären att suddas ut. Det krävs en "lyckad" person för att numera lyckas i politiken. Detta har i förlängningen även påverkat journalistiken som har anpassat sig efter den nya tidens spelregler. Detta är en trend som länge har härskat i USA, där politik och PR hänger nära samman, och där personen tycks vara viktigare än vilken politik som förespråkas, och medierna är då en av de viktigaste instrumenten för att nå sitt mål.

I höstens riksdagsval räknar många med att de så kallade personvalen kommer att få genomslagskraft för första gången i svenska politik. Med anledning av detta bör politikerna profilera sig på ett annat sätt än de gjort tidigare. Numera gäller det inte bara att lansera sin politik, utan de måste även "marknadsföra" sig själva som personer. Därmed är det inte alltid politiken som står i fokus, vid exempelvis intervjuer i tidningar eller olika framträdande i TV, utan det är istället privatperson bakom partiledarrollen som står i centrum. Med anledning av det kommande valet har även de olika partierna tagit fram olika "handböcker" för hur deras politiker på effektivaste sätt ska kunna marknadsföra sig (Sydsvenska Dagbladet, 2002-05-04).

Anledningen till att vi valt att skriva om detta ämne är att vi tycker att det är intressant då denna lilla del kan tänkas vara en del av en större förändring i det svenska mediasamhället, där villkoren eventuellt håller på att förändras. Vi tycker även att det är intressant undersöka vilka eventuella problem och konsekvenser detta kan få. Det kanske bara är så att det är en tillfällig trend, men det kan också vara ett bestående fenomen. Vårt intresse för uppsatsen skapades på grund av de personval som kan väntas ha en betydande roll för den svenska demokratin. Personval kunde genomföras redan i förra valet 1998. Dock väntas personvalet först i år ha en betydande genomslagskraft. År 1997 fick vi en ny vallag som innehöll vissa nyheter. Den nya vallagen reglerar att väljarna ges möjlighet att inom ramen för listval avge en särskild personröst. Personröstning prövades dock i en del kommunval år 1994, samt i valet till Europaparlamentet år 1995 (Hjertén 2002-04-21, <http://www.riksdagen.se/debatt/9899/motioner/k/k204.asp>)

Så här inledningsvis vill vi passa på att påpeka att eventuella generaliseringar som kommer att göras i denna uppsats endast gäller de fall vi analyserat. Vi har alltså inte för avsikt att göra några allmänna, allmängiltiga generaliseringar som gäller i övriga fall.

1.1 Syfte

Syftet med vår uppsats är att få en bild av hur partiledarnas personlighet beskrivs i Svenska Dagbladet och hur de själva väljer att profilera sig på sina respektive hemsidor på Internet. Detta gör vi genom en fallstudie där vi jämför en intervjuserie från Svenska Dagbladet med

partiledarnas presentationer på respektive partis officiella hemsida. Därmed kommer vi att undersöka eventuella skillnader mellan partiledarnas image och profil. Syftet är även att se hur infotainment, den förändrade journalistrollen, PR och politisk reklam och könsroller inverkar på den svenska politiken, samt hur de eventuellt samspelar med varandra i detta sammanhang.

1.2 Frågeställningar

Utifrån vårt syfte kommer våra frågeställningar att bli; *Vilka teman ligger i fokus i artiklarna? Vad skiljer artiklarna åt? Vilka likheter finns det? Framställs de olika partiledarna på liknande sätt? Hur skiljer sig artiklarna från partiledarnas egna presentationer på respektive partis hemsida? Är imagen den samma som profilen? Finns det några tecken, i de valda fallen, på att infotainment, en förändrad journalistroll, PR och politisk reklam, samt könsroller inverkar på den svenska politiska kommunikationen?*

1.3 Disposition

Uppsatsen är disponerad som så att vi först presentera den metod vi valt att använda. Sedan kommer vi att presentera våra teorier och resonemang. Sedan kommer vi att presentera resultat, analys och komparation av de olika texterna vi arbetat med, nämligen Svenska Dagbladets intervjuserie och partiledarnas officiella presentation på Internet. Avslutningsvis följer en avslutning.

1.4 Metod

Då vi ska utföra vår kvalitativa innehållsanalys kommer vi att utgå från det de sex aspekter som Peter Dahlgren (2001) presenterar i sitt kapitel i *Vilken metod är bäst? De sex aspekterna är följande; mediala sammanhang, textens intentioner, den avsedda/tänkbara publiken, produktionsomständigheter, textens uppbyggnad och samhällssammanhang* (Dahlgren, 2001).

Anledningen till att vi valt just denna typ av innehållsanalys är att vi finner den relativt heltäckande och den tycks vara användbar på den typen av material och frågeställningar som vi arbetar med. Vi kommer att analyserat vissa aspekter på ett mer djupgående sätt, medan andra aspekter inte får en lika framträdande plats i uppsatsen. Denna typ av innehållsanalys fokuserar sig både på texterna i sig, men även på i vilken kontext de förekommer och hur de eventuellt samspelar i denna kontext. Eftersom vi i vår uppsats är intresserade både av texterna i sig men även av kontexten så anser vi att denna innehållsanalys är passande.

Vi kommer även att göra en komparativ innehållsanalys (Hellspång, 2001). Syftet med den komparativa analysen är att jämföra de olika medietexterna för att hitta likheter, skillnader eller påverkan mellan de olika texterna (Hellspång, 2001).

1.4.1 Mediala sammanhang

Vi inleder varje analys med att konstatera var i medieutbudet det specifika materialet förekommer, eftersom detta i förlängningen har betydelse för tolkningen av stoffet. Detta kan då kanske tyckas vara självklart, men materialets massmediala hemort kan exempelvis ha betydelse för publikens förförståelse. För att undersöka det mediala sammanhanget kommer vi göra några reflektioner över mediets villkor. En annan aspekt är att fastställa placeringen av artiklarna i det mediala utbudet. *Var i tidningen är intervjuerna placerade?* Då man

undersöker detta kan man få en fingervisning om vilken vikt sändaren själv tillskriver dessa artiklar. För att förstå det mediala sammanhanget kommer vi att göra en klassificering av materialet, då vi exempelvis fastställer vilken typ av medieutbud det handlar om (Dahlgren, 2001). *Är det journalistik/fakta eller nöje/underhållning eller åsikter, eller kanske en kombination?*

Vidare kommer vi att precisera eventuella genreaspekter hos medietexterna. I detta fall kan det handla om kåseri, ledare, nyhetsmagasin, reportage, m.m. Vi kommer även att precisera vilken enhet medietexterna utgör. Det vill säga om det är avsnitt i en serie, bilaga, inslag, etc. Dessa inledande deskriptiva aspekter syftar till ett första underlag, för de kommande och mer djupgående analyserna. Då man beskriver det mediala sammanhanget och specificerar typen av utbud får man även en fingervisning om förväntningshorisonterna hos publiken (Dahlgren, 2001).

1.4.2 Textens intentioner

Olika medietexter kan ha olika intentioner som ibland kan tyckas vara ganska självklara. En medietext kan exempelvis vara informativ, vilket innebär att stoffet vill förmedla något om världen, den informativa texten är ”refererande” i sina intentioner. En medietext kan även vara propositionell, då man vill framhålla något om hur saker och ting förhåller sig. Man vill exempelvis förmedla en tes eller en teori. Vidare kan en text vara övertalande, då texten vill få publiken att tycka och tänka på ett visst sätt. Exempel på övertalande texter är ledarsidorna eller inlägg i en debatt. En medietext kan också vara uppmanande, då den vill få oss att handla på ett visst sätt, exempelvis reklam eller valkampanjer. En expressiv medietext vill ge uttryck för ett inre tillstånd, såsom konstnärliga uppträdande. Slutligen kan medietexter ha underhållande intentioner (Dahlgren, 2001).

Gränserna mellan de olika intentionerna kan vara något flytande och en medietext kan ha flera intentioner samtidigt. I vårt material kommer vi att fastställa vilken eller vilka intentioner medietexterna har (Dahlgren, 2001). *Eftersom intervjuerna är utförda av olika journalister kanske intentionerna skiljer sig åt mellan de olika texterna? Vilka intentioner har partierna med sina partiledarpresentationer? Vilka likheter och skillnader finns det mellan texterna?*

1.4.3 Publiken

Då vi fastställt texternas intentioner kommer vi att gå över till att undersöka vilken publik dessa texter är avsedda för. Detta kan man göra dels utifrån själva texterna, men även genom att ta reda på Svenska Dagbadet själva anser att deras målgrupp eller målgrupper är. Då man ska studera den avsedda eller tänkbara publiken, menar Dahlgren att det är viktigt att man försöker vara så konkret som möjligt och att man bör gå från det allmänna till det specifika. För att få fram så noggrann beskrivning som möjligt av målgrupperna bör man exempelvis ta reda på levnadsvanor, åsikter och smak. Vi kommer dock inte att lägga tonvikten på publiken, därför kommer vi inte att fokusera alltför mycket på detta sociologiska porträtt, som skulle kunna bli en uppsats för sig (Dahlgren, 2001).

Vi har försökt nå Svenska Dagbladet upprepade gånger för att bland annat få svar på vilken målgrupp Svenska Dagbladet själva anser sig ha. Tyvärr har vi inte fått svar på dessa frågor och vi fann heller inga svar på tidningens hemsida. Vad vi däremot har gjort är att se till

medietexterna i sig och se vilka målgrupper de individuella texterna kan tänkas vända sig till, med andra ord analysera den publik som texten skapar. En text kan tendera att bidra till vissa förhållningssätt hos publiken, det vill säga man ser till publiken i "texten". För att analysera detta kan man ställa vissa frågor till texten (Dahlgren, 2001). De frågor vi kommer att ställa är bland annat; *främjar texten engagemang och deltagande? Vilka förkunskaper förutsätter texten att publiken har? Hur tilltalas publiken? Främjar texten närhet eller distans? På vilket sätt? Kan publiken identifiera sig med texten? I så fall vilken typ av målgrupp?*

1.4.4 Produktionsomständigheter

Enligt den innehållsanalys vi valt att använda oss av i denna uppsats bör man även ta upp den dimension som kallas produktionsomständigheter. Då man analyserar under vilka produktionsomständigheter en medietext uppkommit kan man få viss antydning om hur bland annat publiken kan tolka texten och man får möjlighet att kunna fördjupa sin förståelse för det material man arbetar med (Dahlgren, 2001).

Vi kommer inte att behandla denna dimension i vår analys, eftersom vi inte lyckats få kontakt med Svenska Dagbladet. De frågor som vi tänkt att få svar på då vi skulle analyserat denna dimension var bland annat *Vem har skrivit artiklarna? Vem har tagit initiativet till artiklarna? Återges partiledarnas egna ord i citat eller har journalisten sammanfattat intervjun? Har journalisten använt sig av källor? I så fall vilka? Kan vi misstänka att journalisten har varit partisk? Vilken typ av journalistik arbetar journalisten i huvudsak med?* Om journalisten även har använt sig av någon form av "källor" är även detta en aspekt som man skulle kunna ta med då vi analyserar produktionsomständigheterna. Vi vet att artiklarna är skrivna av ett flertal olika journalister, men ett namn säger inte så mycket då vi inte kan besvara övriga frågor.

Angående Internettexterna kan vi inte heller säga så mycket om produktionsomständigheterna, då vi inte har tillgång till produktionsvillkoren. Vad man kanske kan säga rent generellt är att förmodligen så har samtliga partier anlitat branschfolk till att sammanställa dessa texter, och ju större parti desto mer pengar har man till sitt förfogande att bekosta dessa texter. Vi kommer därför inte att ta upp produktionsomständigheterna i de kommande Internetanalyserna.

1.4.5 Textens uppbyggnad

Då vi analyserar textens uppbyggnad kommer vi att utgå från följande aspekter; *det informativa innehållet, genrens traditioner, stilistiska attribut, tematiska fält, narrativ dynamik, och retorisk infrastruktur.*

1.4.5.1 Informativa innehållet

Särskilt inom journalistiska genrer är det denna dimension som anses vara den mest centrala. Den centrala frågan till texten är *vilken information förmedlas i texten?* För att få riktigt grepp om denna dimension kommer vi även att ställa ett antal följdfrågor till sitt material. De frågor som vi bland annat kommer att ställa till medietexterna är *om vi anser att informationen är trovärdig? Förutsätter texten att publiken har någon form av förkunskaper för att förstå texten?* En av de mer intressanta följdfrågorna i det här fallet torde vara *hur och om informationen är vinklad och om de olika intervjuerna skiljer sig åt i det här avseendet.* Att

söka efter ”tystnader” i texten, kan också vara av intresse för vår uppsats. Med tystnader avser man om viss information uteslutits, men som kanske borde ha tagits upp (Dahlgren, 2001). Liksom tidigare är det eventuella skillnader som är av intresse.

1.4.5.2 Genrens traditioner

Enligt Dahlgren (2001) är det viktigt att ha förkunskaper om genrens egenskaper, eftersom det kan utgöra ett förråd av insikter om textens uppbyggnad och hur texten fungerar. Vi menar att vi i Sverige inte har någon direkt tradition beträffande denna typ av genre, eftersom personvalen inte har funnits någon längre tid inom svensk politik. Denna typ av intervjuer har mer florerat i skvallerpressen i form av ”hemma hos” reportage. I och med detta finns det inte heller någon direkt forskning på området i Sverige, om man exempelvis jämför med den amerikanska forskningen. Därför kommer vi inte att ta upp denna aspekt i de kommande analyserna.

1.4.5.3 Stilistiska attribut

Denna dimension hänger samman med genre, men den är något mer detaljerad (Dahlgren, 2001). Då man analyserar medietexters bild- och språkbruk kan man få en fingervisning om textens exempelvis bör bedömas som;

- Enkel eller komplex?
- Abstrakt eller konkret?
- Engagerad eller distanserad?
- Formell eller informell?
- Subtil eller självklar?
- Rationell eller känslomässig?
- Opersonlig eller personlig? (Dahlgren, 2001)

Om vi kan definiera dessa attribut kommer det att bidra till den deskriptiva kartläggningen av texterna. De frågor vi kommer att behandla i fråga om stil är bland annat; *hur kan man beskriva de olika stilarna i texterna? Finns det någon skillnad i stil mellan de olika intervjuerna? Används olika stilar då man beskriver en kvinnlig partiledare respektive en manlig partiledare? Skiljer sig stilen åt mellan journalistens stil och partiledarens stil då han/ hon presenterar sig själv?*

1.4.5.4 Tematiska fält

Denna dimension är knuten till det informativa innehållet, då de tematiska fälten bygger vidare på det informativa innehållet. Båda dimensioner avser att svara på frågan om *vad en medietext handlar om*. I det konkreta innehållet ska vi försöka hitta kategorier som är av en mer allmän karaktär, vilka fångar upp innehållet så att det får en återklang i vår föreställningsvärld. De tematiska fälten finns i alla berättande texter och är oftast verksamma under ytan i berättelsen. De tematiska fälten anses vara förankrade i den aktuella kulturen och hänсыftar till våra referensramar, vilka tas för givet utan att vi alltid lägger märke till dem (Dahlgren, 2001).

1.4.5.5 Narrativ dynamik

Då vi ska analysera den narrativa dynamiken kommer vi både att fokusera på själva händelseförloppet och beståndsdelarna i texterna. De frågor som kommer att ställa i samband

med denna dimension är; *vilka är aktörerna och de övriga figurerna? Hur kan man beskriva och klassificera dessa? I vilket sammanhang utspelas berättelsen? Utspelas det några konflikter? Vem står för det onda respektive det goda?* I denna dimension tror vi även att det är av intresse att ta reda på vilka värderingar och normer som främjas i berättelsen (Dahlgren, 2001).

1.4.5.6 Retorisk infrastruktur

Den retoriska aspekten kan delas in i tre delar, varav den första är argumentation. Intervjuer är en vanlig typ av medieform där argumentation förekommer. I detta sammanhang är det viktigt att fastställa *vems röst det är man analyserar*. Den andra delen av den retoriska infrastrukturen bygger på intryck och känslomässig laddning. Denna variant lär ha blivit alltmer framträdande inom politiken. Troper är ett annat sätt att studera den retoriska infrastrukturen, då man gör detta kan man klargöra vissa viktiga dimensioner om hur texten kommunicerar betydelser. Exempel på troper är allegori, metaforer, metonymier, m.fl. rent praktiskt får vi gå igenom de olika texterna i jakt på dessa troper och se om det finns eventuella skillnader mellan materialen (Dahlgren, 2001).

Vi har valt att inte lägga särskilt stor vikt på denna aspekt i vår uppsats. Detta på grund av att vi inte har en semiotisk inriktning på uppsatsen och vi finner inte den retoriska infrastrukturen särskilt relevant med tanke på de teorier och resonemang vi valt att använda oss av.

1.4.6 Samhällssammanhang

Den hermeneutiska analysen brukar vanligen inledas och avslutas med en diskussion kring medietexternas samhällssammanhang (Dahlgren, 2001). Till höstens riksdagsval väntas personvalen få genomslagskraft för första gången och det är i detta samhällssammanhang som vi ser våra medietexter, vilka ligger till grund för vår uppsats. I och med personvalen ”tvingas” kanske nu politikerna att presentera sig på ett annorlunda sätt än de gjort tidigare. Personen kan tänkas få en mer framträdande roll än politiken. Vi menar att de teorier och resonemang vi valt att arbeta med till stor del utgör själva samhällssammanhanget. Där vi då bland annat eventuellt ser förändringen i det svenska medielandskapet och de ”amerikanska influenserna” där politik och underhållning går hand i hand. Då vi menar att uppsatsen som helhet bland annat handlar om samhällssammanhang, kommer denna dimension inte att behandlas för sig i analyserna.

1.5 Material

I vår uppsats har vi använt oss av två olika typer av material som ska analyseras och sedan kompareras. Vi har använt oss av en intervjuserie som publicerats både i Svenska Dagbladets pappersversion och på Svenska Dagbladets hemsida på Internet, där den första intervjun publicerades den 30 mars 2002 och den sista publicerades sex veckor senare. Innehållsmässigt är pappersversionen och Internetversionen identiska med varandra. Det är även samma bilder som publiceras. Det som skiljer dem åt är då själva placeringen av exempelvis bilderna. Vi har valt att främst arbeta med Internetversionen på grund av den förenklade tillgången. Vi har även använt oss av pappersversionen för att kunna fastställa vissa dimensioner, såsom textens placering, m.m. Vi tycker inte att detta bör ha någon betydelse för uppsatsen i sig, eftersom vi inte har för avsikt att t. ex. analysera hur bild och text samspelar med varandra.

Enligt Svenska Dagbladet ska artiklarna vara personliga intervjuer som presenterar personerna bakom partiledarrollerna. Eftersom vi valt denna intervjuiserie, som beskrivs som personlig, så förväntar vi oss att partiledarna kommer att framställas på ett personligt vis och ta upp egenskaper som inte nämns i traditionella politiska artiklar. Vi har även använt oss av material som vi hämtat från Internet. Detta material består av partiledarnas egna presentationer av sig själva på respektive partis officiella hemsida. Anledningen till att vi använt oss av detta material beror på att vi ska jämföra dem med intervjuerna för att se om bilden stämmer överens med profilen.

Beträffande materialet vi har hämtat från Internet, har vi upptäckt att detta material har uppdaterats, ändrats, tagits bort, utvecklats, m.m. När vi hämtade hem materialet så gjorde vi det vid samma tidpunkt för samtliga partier. För att begränsa oss har vi valt att inte använda oss av senare material.

1.5.1 Svenska Dagbladet

I början av år 2002 har Svenska Dagbladet ca 183 000 prenumeranter, varav ca 116 000 i Stockholm, den totala upplagan är för tillfället cirka 188 800 i hela landet varav 126 600 säljs i Stockholm. Idag har SvD cirka 370 anställda, varav drygt 200 är journalister (http://www.svd.se/dynamisk/OmSvD/did_2132106.asp).

Svenska Dagbladet anser själva att de är en politisk självständig tidning. Tidningens beteckning är ”obunden moderat”, vilket innebär en blandning mellan liberalkonservativa idéer i marknadsekonomisk riktning. Från tidningens sida hävdar man att SvD:s politiska inställning endast ska avspeglas på ledarsidan. För övrigt är tidningens journalistik fri och obunden och man slår vakt om de demokratiska värdena. Tidningen anser att de inte tar ställning för de enskilda partierna eller åskådningarna, utan menar att de låter många röster komma till tals och skildrar skeenden så opartiskt som möjligt (http://www.svd.se/dynamisk/OmSvD/did_2132071.asp).

1.5.2 Internet som medium

Då vi avser att analysera de svenska partiledarnas personliga presentationer på respektive partis officiella hemsida, kommer följande text behandla Internet som medium. Dock kommer endast de delar av mediets egenskaper som är relevanta för vår uppsats att tas upp.

Internet är ett komplext medium med multipla funktioner som ”... möjliggör kommunikation och informationsbyte som präglas av interaktivitet, och som inte begränsas av tid och rum” (Åkerström, 1999). Internets användningsområde är omfattande och mediet nyttjas bland annat som kunskapskälla och marknadsplats för diverse intressenter. De fyra funktioner som i störst utsträckning används till kommunikation över nätet idag är e-mail, websidor, diskussionsgrupper och chatrum. Dessa funktioner är alla textbaserade och likaså vårt analysunderlag på Internet som utgörs av just websidor (Åkerström, 1999). Därmed kommer vi främst att avse textbaserad kommunikation då vi i denna uppsats talar om Internet.

1.6 Urval

I intervjuerien som Svenska Dagbladet har publicerat har inte Miljöpartiet varit representerat. Vi antar att detta beror på att Miljöpartiets språkrör i skrivande stund ska avgå och en eller två

nya språkrör ska tillsättas vid kommande partikongress. Vi har därför bestämt oss för att inte ta med Miljöpartiet överhuvudtaget, eftersom detta inte skulle ge något särskilt intressant resultat då vi inte har något material att komparera med. Detta är givetvis inte helt lyckat eftersom vi får ett bortfall, och vi tycker att det hade varit intressant och se om det finns några skillnader mellan den traditionella modellen med en partiledare och den modell som Miljöpartiet använder sig av med två språkrör.

2 Teori och resonemang

I detta kapitel kommer vi att presentera de teorier och resonemang som vi kommer att använda oss av för att utföra analysen.

2.1 Politisk kommunikation

Jesper Strömbäck menar i sin bok *Makten och medierna* (2000) att det inte finns någon ledande, auktoritativ definition av politisk kommunikation. Det finns ett flertal förslag på vad politisk kommunikation är och dessa bär vissa gemensamma drag. De komponenter som ingår i de flesta definitioner är de politiska makthavarna, medierna och medborgarna. Med de politiska makthavarna menar man främst de politiska partierna och de personer som är aktiva i dessa. Då man talar om medier syftar man dels på medier i allmänhet, men även på de personer som kan tänkas ha inflytande över mediernas politiska innehåll, såsom journalister, chefredaktörer, ägare, m.m. När man talar om medborgare menar man just vad man säger – medborgare.

De senaste åren har det svenska medieutbudet ökat drastiskt med nya reklamfinansierade radiostationer tillkommit, utbudet av kabel- och satellit-TV har ökat och Internets frammarsch (Nord, 1997). Gemensamt för dessa mediers politiska bevakning för framförallt deras betoning av underhållning och förströelse istället för ”seriös politisk journalistik”. De nya medierna väljer att framhålla det mjuka och personliga framför det hårda och sakliga. Jakten på det kommersiellt gångbara gör att formen ofta blir viktigare än innehållet. Detta kan då leda till att kampen om väljarnas uppmärksamhet ändrar karaktär (Nord, 1997). De traditionella mediernas gate-keepers håller på att tappa sin nyckelroll, då de nya mediernas publiksiffror blir allt viktigare för partiernas valstrategier.

Liksom i många andra länder blir politikernas personlighet allt viktigare i valrörelserna. Tendensen visar på att de politiska PR-konsulterna främst vill framhålla bilden av en ”vanlig människa”. Politikerna tycks numera ha en vilja att framträda i nyare och mjukare medieformer. Exempel på detta är deltagande i SVT:s ”Hur gör djur” (Söndagsöppet) och ”Snacka om nyheter”. Det är sällan man hör en politiker framhålla sina akademiska meriter, men däremot talar de gärna exempelvis om intresset för svamplockning (Nord, 1997).

2.2 Den förändrade journalistiken

Vissa medieforskare, exempelvis Daniel Hallin (2000), menar att den grundläggande journalistprofessionalismen är på väg att försvagas, men den är dock för djupt rotad för att den helt ska kunna försvinna. Vad Hallin i detta fall menar med journalistprofessionalism är att journalistkåren har, liksom andra professioner, utvecklat en etik för ”public service”. Journalisten bör vända sig till hela allmänheten och inte bara till vissa delar. Den har sin grund i *the Commission on Freedom of the Press*, som i slutet av 40-talet uttryckte sin oro för

den ökande ägarkoncentrationen, att medieägarna skulle exkludera politiska värderingar som inte överensstämde med deras egna och att rädslan för att det kommersiella skulle underminera ansvarsfull rapportering. Enligt Hallin så finns det två orsaker till denna försvagning. Dels så har balansen mellan ekonomin och journalistiken förändrats, dels har det uppstått politiska och kulturella förändringar (Hallin, 2000). I och med att man inte tar lika allvarligt på professionen längre, så blir detta i förlängningen ett hinder för en vital demokrati. Journalisterna känner inte längre samma ansvar, enligt Hallin (2000), vilket innebär att utbudet påverkas och medborgarna har kanske inte längre tillgång till hela sanningen. Det som styr är ekonomin.

Det finns tendenser som visar på att journalistens villkor har förändrats med tiden. En av trenderna är att journalistiken har blivit alltmer marknadsorienterad. Trycket mot en kommersialisering lär vara starkast på televisionen, men de tryckta medierna påverkas också av denna utveckling (Hallin, 2000). Att journalistik och affärer bör vara separerade är något som den ”traditionella” journalisten brukar värna om, men detta koncept har ofta fått ge vika för vad som ibland kallas för ”total newspapering”. Denna idé innebär att cirkulationen, försäljning och redaktionella ansträngningar måste integreras, för att kunna få fram en marknadsorienterad nyhetsinformation (Hallin, 2000). En annan förändring inom journalistiken är att man numera kräver att redaktörerna måste ha någon form av ekonomisk kunskap. Dessa förändringar lär märkas i tidningarna då nyheterna blir allt kortare, färg och grafik blir alltmer framträdande och nyhetsagendan har förändrats då inrikes- och utrikesnyheterna får stå tillbaka till förmån för livsstilsrapportering och nyheter ”man kan se”.

En annan förändring i tidningsvärlden är att den ”rapporterande rösten” har förändrats, från *the voice of God* till *the voice of the people*, vilken karaktäriseras av tabloidnyheter och en mer subjektiv röst (Hallin, 2000).

Inom journalistiken finns problemet med hur mycket journalisten ska rapportera om politiker, och andra offentliga personers, privatliv. Gränserna mellan den privata och den offentliga sfären har börjat suddas ut. Åsikten om att det privata är politiskt har växt sig allt starkare (Hallin, 2000). Detta har även lett till att skillnaderna mellan de seriösa medierna och tabloidpressen inte längre är lika stora som de har varit. Journalisten roll som gatekeeper har även börjat minska. Många väljer att istället vända sig till andra former av medier, såsom talk shows och liknande. Trenden mot live rapportering tenderar att avlägsna journalisten från dess roll som gatekeeper (Hallin, 2000).

Man ser även en förändring då det gäller relationen mellan televisionen och politikerna. Det blir exempelvis allt vanligare att de svenska politikerna ställer upp i diverse underhållningsprogram i TV, där inte politiken ligger i fokus utan personligheten. En del forskare, såsom Hallin, menar att detta faktiskt kan vara en positiv utveckling då politikerna interageras med vanliga medborgare. Hallin menar även att, ur ett amerikanskt perspektiv, så har inte de ”vanliga” medierna varit särskilt framgångsrika med att inkludera den vanlige medborgaren i representationen i det politiska livet (Hallin, 2000).

Det strategiska blir manipulativt på grund av journalisternas tidsbrist, vilket leder till att den undersökande och granskande journalistiken blir lidande. Det populära och lättillgängliga

ökar eftersom det når fler människor. Tidigare privata frågor är idag offentliga, vilket har lett till att gränsen mellan det politiska och icke-politiska har suddats ut (Hallin, 2000).

Två andra forskare som diskuterar journalisternas förändrade situation är Blumer och Gurevitch (2000). De menar att de politiska journalisternas status har minskat, vilket har att göra med att de inte längre når nationen genom bara ett fåtal kanaler. Dessutom måste politiken numera konkurrera med det ökande utbudet av underhållning och sport, som många finner mer givande än politik. De politiska journalisterna måste även konkurrera med andra specialiserade journalister, såsom ekonomijournalister, modejournalister, m.fl., om tiden och resurserna. Minskar utrymmer för de politiska journalisterna kan detta få negativa konsekvenser för demokratin, då medborgarna kanske hellre diskuterar det senaste modet, landsmännens framgångar i OS, etc. De politiska journalisternas rapportering från politikens värld ger medborgarna uppslag till politiska diskussioner med sin omgivning och journalisterna håller medborgarna uppdaterade om den politiska agendan så att de har en möjlighet att bilda sig en uppfattning om var de står i den aktuella frågan.

Den politiska journaliseringen i Sverige anses kännetecknas av professionalism, då det journalistiska förhållningssättet till makten präglas av en oberoende ställning, rationell nyhetsvärdering och kritisk granskning (Nord, 1997). Nord menar att de positiva sidorna med journalistens professionalisering är strävan efter objektivitet, integritet och självständig granskning, medan den negativa sidan representeras av tendens till mer påtaglig likriktning av journalisternas arbetsmetoder.

2.3 Politiska personval sett ur ett PR-perspektiv

Möjligheten till personval har funnits sedan 1998, men det är först vid årets val som det väntas få genomslagskraft för första gången. Därmed satsar bland socialdemokraterna och moderaterna hårt på kandidaternas enskilda kampanjer. Partierna har tagit fram planer för hur deras kandidater ska bli så kända som möjligt inför det kommande valet. En viktig del av detta är en effektiv lansering i medierna och för detta har partierna tagit fram särskilda handböcker (Sydsvenska Dagbladet 2002-02-03).

Med hjälp av konstruerade nyhetstips och rapporter ska medierna lockas att skriva om de enskilda kandidaternas politiska budskap. Nyhetstips ska ges så att kandidaten får möjlighet att kommentera, ge kritik och förslag i samband med nyheten. Exempelvis menar Socialdemokraterna att väljarna vill se personligheter och profiler i politiken. De värderingar som kandidaterna framför ska vara i jag-form (Sydsvenska Dagbladet 2002-02-03).

En kandidatplan ska upprättas för varje s-politiker, där det framgår vilken målgrupp varje kandidat har och hur budskapet ska nå fram. Presentationspaket med personliga visitkort, brevpapper och trycksaker tas fram, vilka sedan ska delas ut t.ex. vid torgmöten och vid dörrknackning. Varje kandidat ska även bilda en särskild kampanjkommitté, som ska sköta allt det praktiska så att kandidaten kan fokusera helt på väljarna och medierna. Vidare uppmanas kandidaterna att skriva debattartiklar, annonser, ta fram rapporter som kan användas i medierna för att främja deras åsikt. Exempelvis på hur illa det var ställt med arbetslösheten under den borgerliga regeringen (Sydsvenska Dagbladet 2002-02-03).

Moderaterna anser att det är viktigt att deras kandidater syns och hörs på rätt sätt. De satsar bland annat på att i gymnasieskolorna framträda inför mindre grupper, och inte inför en fullsatt aula, för att skapa en mer personlig relation. Moderaterna uppmanar också sina kandidater att ta fram rapporter om hur ”illa det är ställt i det socialdemokratiskt styrda Sverige”. Moderaterna ska även upprätta register över de journalister som de kan ha nytta av, eftersom de anser att det är journalisterna som har den verkliga makten (Sydsvenska Dagbladet 2002-02-03).

2.4 Infotainment

De flesta medietexter har oftast flera intentioner även om de exempelvis klassificeras som fakta. En faktatext kan till exempel även upplevas som underhållande. På begreppet infotainment finns det förmodligen i rad olika definitioner. När vi talar om infotainment menar vi texter som har starkt utpräglade intentioner att både underhålla och informera publiken. Det vill säga en hybrid mellan fakta och underhållning. Vi menar att ett exempel på en sådan hybrid är *Sen kväll med Luuk*, som sänds i TV4. Där programledaren intervjuar sina gäster på mindre seriöst sätt, än vad vi är vana vid att se i ett mer renodlat faktaprogram såsom nyheter i SVT. Skillnaden mellan de mer renodlade faktaprogrammen och infotainmentprogrammen är bland annat inriktningen på de teman som tas upp i intervjuerna. I faktaprogrammen intervjuas gästen oftast om ”hårda fakta” (skatter, arbetslöshet, m.m.) medan man inom infotainment intervjuar gästen om ”mjuka fakta” (familjeliv, fritidintresse, m.m.). Rent generellt kan man säga att man inom infotainment inte skiljer mellan den offentliga och den privata sfären.

Eftersom infotainment och utsuddningen mellan det privata och det offentliga inom politiken är ett relativt nytt fenomen i Sverige, kommer vi att använda oss av amerikanska perspektiv på detta. Vi hävdar att i USA är detta tillstånd mer eller mindre konsoliderat, men i Sverige ligger denna utveckling fortfarande i sin vagg. Att använda sig av ett amerikanskt perspektiv har givetvis både sina för- och nackdelar. Det finns inget som säger att vi nödvändigtvis kommer att se samma utveckling i Sverige som i USA, men å andra sidan kan man se vilka konsekvenser denna utveckling kan få.

Vad som idag räknas som politik har blivit alltmer oklart. En av orsakerna till detta är populärkulturens inträde i politiken. Ur ett amerikanskt perspektiv har vi exempelvis hört både Jay Leno och David Letterman skämta om de amerikanska presidenternas privata förhållanden. Dessutom har underhållning blivit en viktig källa för publikens uppfattning om politik. En del av denna utveckling är att allt fler delar av det privata livet anses vara offentligt – exempelvis familjerelationer, sex, kön, m.m. (Blumer & Gurevich, 2000).

Den nya teknologin som växt fram har lett till att det nya mediasystemet har blivit mer fragmenterat, konkurrensinriktat och kommersiellt. Blumer och Gurevitch (2000) menar att detta påverkar politiken på så sätt att det har blivit svårare att nå ut med de politiska budskapen. Det nya mediasystemet har även lett till att den politiska publiken har blivit alltmer fragmenterad. Med det ökande antalet kanaler har den masspublik som följer de politiska nyheterna minskat. Blumer och Gurevitch (2000) menar att politiker och andra talesmän idag måste kämpa om tillgången till de större kommunikationsmedierna. Å andra

sidan har partierna blivit alltmer professionaliserade och man anlitar professionella konsulter som har hand om kampanjer, m.m.

Då kommunikationen har blivit allt viktigare och troligtvis allt dyrare, innebär detta att de partier och organisationer med små ekonomiska resurser inte har samma förutsättningar att komma till tals. Detta leder i förlängningen till att det kan ske en stagnation inom politiken, eftersom det är de största partierna som har de ekonomiska resurserna och kan därmed föra ut sitt buskap, medan de mindre partierna inte har så stor chans att komma upp i samma division.

Hallin menar att den differentiering som skett på nyhetsmarknaden kan ha en positiv inverkan på demokratin. Nyhetsmarknaden kommer aldrig att kunna behandla alla lika eller på ett tillfredsställande sätt, eftersom olika delar av samhället har olika angelägenheter (concerns). Däremot kan differentieringen förstärka de sociala hindren, vilket kommer att utesluta publiken, som tillhör arbetarklassen, från information om statens förehavanden (Hallin, 2000).

Det nya mediasystem som uppkommit representerar mer en demokratisering, än vad det tidigare gjorde, enligt Hallin. I USA har det skett en förskjutning mot "Talk Show demokrati", vilket innebär att exempelvis politiker undviker den traditionella pressen och vänder sig till diverse "talk shows". Hallin menar att det finns flera problem med talk shows som politiska forum, men det har även sina fördelar. Exempelvis så interagerar kandidaterna med vanliga medborgare, där masspubliken kan se att vanliga medborgare kan göra sin röst hörd. Hallin tror att detta kan öka det politiska intresset, eftersom det sker i ett forum där den vanlige medborgaren känner sig hemma. På senare år så har inte *mainstream* media varit särskilt framgångsrik med att försöka inkludera den vanlige medborgaren i det politiska livet (Hallin, 2000).

Hallin ser fördelar med att journalistiken har blivit mer marknadsorienterad och att gränserna mellan nyheter och underhållning suddas ut. Underhållning och nyheter har aldrig varit och kommer aldrig att bli absolut separerade. Den bästa journalisten har alltid varit "a good story-teller" (Hallin, 2000). Historieberättande är av vikt för journalisten, eftersom det genererar populära intressen och skapar förutsättningar för dialog om värderingar och den allmänna identiteten (Hallin, 2000). De gamla mediasystemet var starkt fokuserad på elitens aktiviteter, som hade föga relevans för den breda allmänheten. 1968 började *60 Minutes* sändas i USA. Detta är en typ av hybrid, där man blandar nyheter med underhållning. Inom några år var detta en av de mest populära programmen och det lär vara den mest vinstgivande televisionproduktionen hittills (Hallin, 2000).

2.5 En föränderlig medievärld

En politisk rörelse som eftersträvar makt och inflytande kräver ett bärande budskap och politiker som förmår att föra ut detta budskap till en lyssnande omvärld. Personligheternas roll har tidigare tonas ner och partierna och det gemensamma målet har genomgående framställts som viktigare än de enskilda politikerna och av tradition har det varit brukligt att tala om "vi" och inte "jag" inom den svenska politiken. Dessa traditioner kan nu tänkas vara på väg att inta en mer undanskymd roll då personligheterna och individerna tycks bli allt viktigare. Trots detta har de stora politiska ledarna betytt oerhört mycket i svensk politik, då ledarna förvandlas till något mer symboliskt (Åsard, 1996). Dagens politiska ledare är synliga

i dagens mediesamhälle, då de framträder inför offentligheten i skilda sammanhang. Murray Edelman menar att ledarna: "exist to be noticed and to symbolize the actions of governmental bodies, their antecedents and their results" (Åsard, 1996).

Idag kräver vi av våra ledare att de ska uttrycka en bestämd mening i alla frågor och helst inte ge intryck av vacklan eller av att det kan finnas utrymme för alternativa synsätt. Att inte uttala sig har blivit ett tecken på svaghet (Åsard, 1996). Så har det inte alltid varit och för att illustrera hur förhållandet mellan politiker och journalister har utvecklats i vårt land ska vi presentera två empiriskt exempel:

"Den 1 oktober 1937 hade radions Dagens Eko sin premiärsändning som toppades med en intervju med utrikesministern Rickard Sandler. I påannonserna sades att herr Sandler "älskvärt" hade ställt sig till förfogande för ett uttalande. Sandler höll ett kort föredrag på fri hand varpå reportern tackade för vänligheten. Inga frågor eller kommentarer förekom. Drygt fyrtio år senare, 1978, höll de tre partiledarna i den borgerliga koalitionsregeringen en presskonferens i kanslihuset med anledning av den överenskommelse i kärnkraftsfrågan som just hade slutits. Uppgårelsen beskrevs allmänt som ett nederlag för statsminister Thorbjörn Fälldin, vilken länge varit motståndare till laddning av nya kärnkraftsaggregat. I den överfyllda lokalen trängdes journalister. En pressad Fälldin försökte värja sig mot en skur av kritiska frågor från den församlade journalistkåren. Svetten pärlade i hans panna, och dagen efter var tidningarna fyllda av jätterubriker som *Fälldin förloraren* och *Sveket*" (Åsard, 1996:17f).

Granskningen av det politiska livet och dess ledande gestalter har med åren blivit betydligt mer närgången och kritisk. Minst var fjärde inlägg om politik och samhälle i etermedierna innehåller numera kritik av någon aktör. Journalister tävlar numera om att ställa politikern mot väggen, placera dem i "heta stolen" eller, helst av allt, gräva fram uppgifter som kan bringa dem på fall (Åsard, 1996).

2.6 Image och profil

Då man talar om vilken bild eller föreställning som förmedlas till intressenter (i detta fall röstberättiga medborgare) utanför organisationen (partiet) använder man sig ofta av begreppen *image* och *profil*. Även om partiet strävar efter att ge en enhetlig bild, rör det sig i realiteten ofta om flera bilder. *Image* kallas den bild eller bilder som omvärlden har av organisationen, medan *profil* är den bild som organisationen vill sända. Ofta stämmer dessa inte riktigt överens, även om organisationen hade önskat så (Falkheimer, 2001). Som en följd av detta satsar partierna på att profilera sig starkare genom exempelvis en kampanj. Det gäller att vara försiktig med sin profil och att den bild man kommunicerar måste ha täckning i verkligheten. Dessutom är det mycket svårare att genomföra en profil- och imageförändring av en okontroversiell konsumtionsprodukt än av kontroversiella organisationer, så som t.ex. politiska partier (Falkheimer, 2001). Det är viktigt att en organisation kommunicerar via en standardiserad form, där allt från varumärke till typsnitt i brev, foldrar och kampanjer följer samma stil (Falkheimer, 2001). Varumärken kan jämföras med partiernas logotyper, dvs. Socialdemokraternas röda ros, Moderaternas blå "M", osv.

Förutsättningarna för de olika partiledarna tycks vara olika för att lyckas i det kommande valet. Alf Svensson väcker starkt förtroende hos över femtio procent av väljarna och Gudrun

Schymman hos över fyrtio procent (Månadsjournalen, mars 2001). Hur kommer det sig då att det är så populära? Enligt en undersökning av Göran Rosenberg beror detta på att de båda har en tendens att i kraft av sina personligheter göra politiken en smula enkel, en tendens att utnyttja förtroendet för sig själva till att skapa förtroende för inte lika förtroendeingivande politiska visioner. De använder sina personligheter till en fördel, istället för en nackdel. Exempelvis gav Gudruns Schymans öppenhet om sina alkoholproblem ökat förtroende för henne. Dessutom har de båda en egenskap av "den gode läraren". För att använda Rosenbergs egna ord: "Båda är pedagogiskt begåvade, personligen besjälade och naturligt auktoritativa ledargestalter som skulle göra succé i vilket klassrum som helst. Få vilken problemklass som helst att känna sig sedd, upplyft och upplyst" (Månadsjournalen, mars 2001).

2.7 Kön och politisk marknadsföring

Det finns studier som visar att väljare på basis av könsstereotyper tenderar att skilja på kvinnliga och manliga politiker. Män och kvinnor ses lämpade för olika politiska sakområden. De manliga politikerna är ofta relaterade till "hårda" områden, såsom utrikespolitik, försvar och ekonomi, medan de kvinnliga politikerna ofta förknippas med "mjuka" områden, till exempel välfärd, utbildning, miljö och hälsovård. Även när det gäller personliga egenskaper, tillskriver väljarna politikerna olika egenskaper beroende på kön. Kvinnliga kandidater anses besitta mindre tuffhet, styrka, ledarskapsförmåga, kunnande och erfarenhet än manliga kandidater. Å andra sidan upplevs de kvinnliga politikernas vara mer ärliga, pålitliga, varma, expressiva och empatiska än de manliga (Carlson, 2000).

Tidigare studier kring könsskillnader i politisk TV-reklam är framför allt amerikansk och inte speciellt omfattande, då de kvinnliga kandidaterna i USA är lästräknade. Det är dock ett faktum att de kvinnliga kandidaterna måste beakta könsrollförväntningarna på väljar- och massmediearenan i sina kampanjbudskap. Kim Fridkin Kahn menar att kvinnliga kandidater, i högre grad än manliga, väljer så kallade mjuka frågor och därigenom utnyttjar sina stereotypiska styrkor, medan studier av Dianne Bystrom visar att kvinnliga och manliga kandidater betonar samma slags sakfrågor (Carlson, 2000). Då det gäller personframtoningen, dvs. image, i reklambudskapen framhåller Benze och Declerq att de flesta kvinnliga kandidater väljer att framhäva de drag som anses kvinnliga istället för att motarbeta stereotypiseringen genom att betona manliga egenskaper (Carlson, 2000). Den som istället väljer att betona manliga egenskaper kan lätt uppfattas som väldigt hård och "bitchy". Ett exempel på detta är Margret Thatcher, även kallad "järnlady".

Med hänsyn till föregående studier, kan man då fråga sig om de kvinnliga politikerna i Sverige strategiskt måste beakta könsstereotypiseringen vid planering av sina kampanjbudskap. Dahlerup menar att en moderniseringsprocess i synen på samhälliga könsroller överlag i Norden, samt att det har kommit allt fler kvinnliga politiker i Norden, har lett till en minskning av könsstereotypifieringen. Dock förekommer könsstereotypisering fortfarande i viss mån i de nordiska väljarkårerna. Esaiasson har genom empiriska studier visat att svenska väljare värderar kvinnliga och manliga politiker utifrån delvis olika kriterier. Kvinnliga väljare ser mer positivt än manliga väljare på kvinnliga politiker. Även de personliga egenskaperna tycks väga tyngre vid värderingen av kvinnliga politiker och därför framstår som viktigare för kvinnliga politikernas popularitet än för manliga politiker. Kvinnliga

politiker förefaller därtill vara mer beroende av hur väljare värderar deras personliga egenskaper, än deras manliga kollegor (Carlson, 2000).

3 Resultat och analys

I detta kapitel kommer vi att presentera våra innehållsanalyser, komparationerna och resultaten av dessa. Vi kommer att inleda med att redogöra för de aspekter som är gemensamt för samtliga intervjuer. Därefter kommer vi att presentera varje enskild intervjuanalys för sig, vilken kommer att följas av tillhörande Internetpresentation och därefter en jämförelse mellan de båda texterna för att utröna huruvida image och profil stämmer överens eller inte. När vi presenterat samtliga texter kommer vi avslutningsvis att göra en mer generell analys av texterna och då kommer vi även att tillämpa de teorier och resonemang vi valt att arbeta med.

3.1 Mediala sammanhang för intervjuerna

Samtliga intervjuer är placerade i den del av tidningen som kallas nyheter och detta är den första delen av Svenska Dagbladets tre olika delar (nyheter, näringsliv och kultur). Att SvD valt att placera intervjun i den del som kallas nyheter tycker vi faller sig ganska naturligt, med tanke på att det hade verkat underligt att placera den i de andra två delarna (kultur eller näringsliv). Då intervjuerna tar relativt stor plats, cirka tre sidor, antar vi att SvD lägger en relativt stor vikt vid dessa intervjuer. Antagligen eftersom det är valår, men å andra sidan tror vi att en stor del av det svenska folket alltid är intresserade av hur partiledarna är privat. Abstraktionsnivån på de olika texterna skiljer sig inte nämnvärt åt och vi menar att dessa texter varken har en låg eller hög abstraktionsnivå. Intervjuerna är en kombination av framförallt underhållning och fakta, dvs. infotainment.

Utifrån detta kan vi se att Svenska Dagbladet själva klassificerat intervjun som en nyhet. Det är en aning svårt att klassificera materialet, då det inte riktigt stämmer överens med den bild man vanligtvis har av en nyhet. Hadenius och Weibull (2000) anser att en nationell nyhet oftast behandlar politik, vilket denna intervjuserie delvis gör. Vi kan därmed fastställa att det rör sig om en personinriktad intervju med politiska inslag och därför även betraktad som en nationell nyhet. Hadenius och Weibull (2000) menar även att i de fall det finns klara och allmänt accepterade normer för nyhetsvärderingen blir utrymmet för enskilda journalister eller redaktioner mindre. Är däremot nyhetsbegreppet vagt, som i detta fall, är möjligheten att komma med egna personliga värderingar större. I vårt fall stämmer detta överens med texterna. Mer om detta kan du läsa under textens intentioner och textens uppbyggnad.

Efter en första klassificering skulle man kunna se intervjuerna som en blandning mellan journalistik/fakta och underhållning, om man ser det ur journalistens och tidningens sida. Ur partiledarnas synvinkel, är detta en tänkbar möjlighet till bra PR, men även ett sätt att kunna föra ut sina åsikter.

Olika medium har olika villkor och förutsättningar. Tryckta medier har exempelvis oftast bättre möjligheter att förmedla faktainformation, än exempelvis TV och radio, och använder sig därmed oftast av en högre abstraktionsnivå (Dahlgren, 2001).

3.2 Textens intentioner

Textens intentioner är i första hand av informativ karaktär, då den vill ge oss ett hum av hur våra partiledare är privat. Detta kan i sin tur påverka hur vi röstar. Samtidigt har texten en vilja att underhålla sina läsare. Generellt sett anses det underhållande att läsa om kända personers privatliv. Detta går att jämföra med exempelvis ”skvallertidningar” som är väldigt stora på marknaden.

3.3 Publiken

Även om artiklarna ger sig ut för att fokusera sig på personerna och inte på politiken, så anser vi nog inte riktigt att alla artiklarna lever upp till detta. Mycket handlar om deras väg fram till partiledarrollen, och denna väg är kantad av olika politiska uppdrag. De ”hårda” fakta man får reda på om personerna skulle man kunnat delgivit läsarna via en betydligt kortare presentation i form av ”namn: ålder: familj: politisk bakgrund”.

Vad vi däremot anser är att intervjuerna försöker förmedla en sorts känsla inför de olika partiledarna hos publiken. Vissa beskrivs som gedigna, jordnära glesortsbor, med allt vad det innebär, andra är inbitna storstadsbor, där stressen är en naturlig del av vardagen.

3.4 Göran Persson - intervju

I och med att artikeln beskriver Perssons egenskaper, till viss del utseende, och den omgivning där intervjun ägde rum, skapas automatiskt vissa känslor inför personen ifråga (Dahlgren, 2001). Skribenten har i detta fall försökt återge Perssons olika sidor, som exempelvis mysfarbror och hård politiker. Man har även beskrivit den personliga utveckling som Persson har genomgått under sina år vid makten, från riksbuffel till mysfarbror.

3.4.1 Publiken

Denna artikel inleds med en ganska ingående miljöbeskrivning, vilket skapar en känsla av närhet och deltagande, det vill säga på ett sådant vis att det känns som om man var där när intervjun genomfördes. I intervjun har skribenten lyckats skapa en engagerande och deltagande känsla, exempelvis då man bland annat beskriver det pris som Persson får betala som offentligperson där bland annat familjelivet har blivit lidande. Vi tycker däremot inte att man lyckats skapa någon nämnvärd identifikation, då beskrivningen av hans vardag och liv skiljer sig avsevärt från de flesta andra svenskars vardag. De som möjligen kan känna en identifikation är andra offentliga personer som fått utstå mycket kritik i medierna och möjligen andra medelålders män som arbetar för mycket. Vidare anser vi inte att det krävs några direkta förkunskaper eller erfarenheter hos publiken för att förstå texten, då artikeln inte har någon nämnvärd politisk inriktning.

3.4.2 Textens uppbyggnad

Det informativa innehållet är trovärdigt och texten förutsätter inga direkta förkunskaper hos publiken. Vi menar att tystnader, det vill säga information som uteslutits, i texter mer eller mindre alltid finns. Vad dessa tystnader består i anser vi bero på den individuella läsaren. Exempelvis anser kanske somliga att det finns tystnader beträffande Perssons familjeliv, om man nu är intresserad av detta.

Artikeln innehåller många beskrivande adjektiv som förskönar och förlänger framställningen, till exempel "det sprakar en brasa", "sörmländska idyllen", "mysfarbror", m.m. Det går även att hitta stilfigurer i texten, såsom liknelserna "... där herrgårdarna ligger lika tätt som t-banestationerna i Stockholm", "fingertopparna mot varandra likt en katedral", "... heter den största fienden självgodhet". "Godsherre". Därmed utgår vi ifrån att denna text är utsmyckad. Denna text handlar om Göran Persson, dennes utveckling som person, och rollen som en offentlig person. Därmed drar vi slutsatsen att det rör sig om en konkret text.

Formalitetsgraden visar sig i den sociala ram som texten konstruerar och framgår av sådant som vilka språkhandlingar texten rymmer (t.ex. ett påbud eller en komplimang) och hur den utför dem (t.ex. med förtroliga eller försiktiga strategier). Den sociala ramen får också sin prägel av ord och grammatiska konstruktioner som vi normalt förknippar med formella eller informella situationer (Hellspong & Ledin, 1997). Vidare anser vi att texten är informell. Exempel på formella ord i texten anser vi oftast är av politisk karaktär, så som "valrörelse", "statsminister", "politiker" och "finansminister". Texten lägger fokus på Persson som person, och det finns en del informella ord, så som till exempel "danskavaljer", "tölp", "arbetarson". Därmed anser vi att texten är mer informell än formell.

Om en text är personlig ska skribenten framträda som en unik individ. Denna stil kräver vi av våra umgängesvännar, medan den opersonliga stilen känns igen från till exempel den statliga och kommunala förvaltningens språk (Hellspong & Ledin, 1997). I denna text framträder inte skribenten över huvudtaget. Denne håller en anonym nivå och därför klassificeras texten som opersonlig.

Vi har tidigare nämnt att texten är ganska engagerande. Texten är varken rationell eller känslomässig utan ligger någonstans emellan dessa. Bland annat beroende på att texten behandlar ämne som presenteras och beskrivs på ett rationellt sätt, men texten behandlar även ämnen som beskrivs på ett mer känslomässigt sätt. För att sammanfatta ovanstående kan vi nu säga att texten är utsmyckad, konkret, informell, opersonlig, engagerande och både rationell och känslomässig.

Ett av de tematiska fälten som tas upp i denna text kretsar kring den personliga utvecklingen, som i texten bland annat beskrivs som "från riksbuffel till mysfarbror". I samband med detta talar man även om vad Persson möjligen ångrar under tiden då han inte ansågs vara lika sympatisk. Vidare talar man om vilka människor som var viktiga för honom under denna utveckling och vilka konsekvenser utvecklingen och därmed framgångarna har fått för honom. Detta leder in på ett annat tematiskt fält, nämligen priset för offentligheten. Ett tredje tematiskt fält som behandlas i texten är livsstil. Här behandlas Göran Perssons inställning till privatekonomin, shopping, uteliv, inställning till arbete, m.m.

Denna intervju äger rum en vårvinterdag på Harpsund. Huvudaktören och de övriga figurerna i denna text är Persson och till viss del hans familj. Skribenten har beskrivit Göran Persson som en mysfarbror, som tidigare var en okänslig tölp och riksbuffel. Persson beskriver sig själv som en medelålders, överviktig man som arbetar för mycket. De konflikter man kan uttyda i denna text är mellan det offentliga och det privata, då Persson anser att den privata sfären ska förbli privat. I förlängningen blir detta även en konflikt mellan arbetet, fritiden och

familjen. I många texter kan man även finna något som står för det onda respektive det goda. I denna text anser vi att riksbuffeln står för det onda och Persson som mysfarbror för det goda.

3.5 Göran Persson – Internet

I det här fallet menar vi att man försöker framhäva Persson som en duktig, ambitiös, och erfaren politiker, och därmed skapa känslan av att detta är en politiker man bör rösta på för han kan sin sak.

3.5.1 Mediala sammanhang

Det var relativt svårt att hitta presentationen av Göran Persson på Socialdemokraternas officiella hemsida. Genom att klicka på länken ”politiker” på huvudsidan. Därefter får du klicka på länken ”(s) i regeringen” på kommande sida. Då hamnar du på en sida, varav första länken heter ”Göran Persson”. Genom att klicka på denna hamnar du på regeringens sida om Göran Persson. Med andra ord har Socialdemokratiska partiet ingen egen presentation av partiledaren.

Denna text har en betydligt högre abstraktionsnivå än en del av de andra Internettexterna (exempelvis Schyman och Olofsson), då denna text till stor del handlar om politik. Även denna text försöker skapa vissa känslor inför personen ifråga (Dahlgren, 2001).

I och med att det inte var helt lätt att hitta presentationen av Persson menar vi visar på att Socialdemokraterna och Göran Persson inte tillskriver denna text någon större vikt. Vi klassificerar denna text som fakta, åsikter och PR, eftersom texten förutom fakta även tar Perssons åsikter och kan därför även fungera som PR.

3.5.2 Textens intentioner

Intentionen med denna text är att ”informera” läsarna om Perssons och Socialdemokraternas dåvarande, nuvarande och framtida politik. Textens främsta intention är inte att presentera Persson som person, utan texten är mer av den informativa karaktären, även om informationen kan anses vara vinklad. Texten är således väldigt informativ och väcker inga känslor.

3.5.3 Publiken

Den avsedda målgruppen i detta fall är klart eventuella väljare, eftersom texten till största delen inriktar på politiken och vad Persson har gjort och vill göra för Sverige. I och med att texten är så pass inriktad på politiken, även om den beskriver Perssons bakgrund, anser vi att det krävs någon form av förkunskap om politik och det politiska systemet i Sverige (Dahlgren, 2001). Då det informativa innehållet ”glorifierar” Perssons tidigare och kommande politik, menar vi att målgruppen är väljare i det kommande valet. Det kan vara både osäkra väljare, första gångsväljare (då man informerar om tidigare politiska framgångar), men man kan även förstärka trogna socialdemokratiska väljare. Däremot tror vi att målgruppen bör ha något grundläggande politisk intresse för att man ska fångas av denna text. Är man inte politiskt intresserad är man kanske heller inte så intresserad av närmre information om skolpolitik, underskott i de offentliga finanserna, m.m.

De ämnen som tas upp i texten kan även ge en fingervisning om smalare målgrupper som texten vänder sig till. Då texten informerar om arbetslösheten vänder man sig till arbetslösa,

för att värva röster. Texten informerar även om Perssons syn på miljön, vilket förmodligen är ett försök att värva miljövänner till Socialdemokraterna. Diskussionen om ett aktivt medlemskap visar på att det inte bara är de mer högerinriktade partierna som talar sig varm för det svenska EU-medlemskapet, och man vänder sig då till den målgruppen som anser att Sveriges roll i Europa är en viktig fråga.

Om man tittar på ”publiken i texten”, menar vi att texten möjligen inbjuder till engagemang för den sittande regeringen och socialdemokratin (Dahlgren, 2001). Någon snävare identifikation ser vi inte i denna text. Man försöker möjligen uppnå en identifikation mellan socialdemokratin och de som vill ha ”hela paketet”.

3.5.4 Textens uppbyggnad

Det informativa innehållet består av regeringens politik, exempelvis finanserna, arbetslösheten, Europapolitiken och miljöpolitiken. Texten beskriver även kort Perssons familjeliv i Malmö och hans politiska karriär.

Informationen i texten är till synes trovärdig, men man kan ju välja ut viss information för att förstärka intrycket av personen i fråga. Eftersom texten handlar mycket om politik går säkerligen åsikterna isär om det är Persson och Socialdemokraterna allena som exempelvis sett till att arbetslösheten har sjunkit till fyra procent. Vissa ämnen som tas upp, men i stort anser vi inte att det skulle finnas någon anledning till att informationen inte skulle vara trovärdig. För att kunna avgöra om informationen är trovärdig eller ej krävs det att publiken är någorlunda insatt i politiken och besitter den kunskap som krävs för att avgöra detta. Vidare krävs det även att publiken har dessa förkunskaper för att kunna tillgodogöra sig informationen (Dahlgren, 2001).

Till skillnad från en del av de övriga texterna använder man sig inte direkt av några emotionella grepp för att vinkla texten till Perssons fördel. Däremot är texten skriven i *jag-form* vilket ger texten en personlig prägel. Texten är även undertecknad med *Göran Persson – statsminister*, vilket ger texten en ”brevform”.

Om man ska jämföra de stilistiska attributen i texten med en del av de andra texterna så använder man sig här av ett mer komplicerat språk, vilket gör att texten blir mer komplex än enkel. Vidare är texten till större del saklig eftersom den till stor del handlar om politik och inte Persson som person, som då skulle ha gett texten en mer känslomässig prägel. Den aktuella texten är både abstrakt och konkret i vår mening och detta grundar vi på det politiska innehållet som stundtals är abstrakt för den icke-politiskt insatte, men texten är konkret i det avseende då den beskriver Perssons familjeliv och tidigare politiska befattningar.

Vi finner att texten skapar en något informell känsla då texten tycks vara skrivet i brev-form och dessutom i är den skriven i *jag-form*. De ämnen som behandlas i texten tror vi kan skapa engagemang (för eller emot Perssons politik) för den som är politiskt intresserad. Vi tror även att den kan skapa en distans till den som inte på förhand har ett intresse, då politik kan upplevas som något alltför abstrakt och komplicerat (Dahlgren, 2001). Sammanfattningsvis kan man alltså säga att texten är komplex, saklig, både abstrakt och konkret, samt kan skapa både engagemang och distans.

Vi finner att de tematiskafälten i texten är Perssons tidigare politiska befattningar och karriär, den politik som Socialdemokraterna har fört och den politik de vill föra i framtiden, samt Perssons familjeliv (Dahlgren, 2001).

Den narrativa dynamiken består av Persson, regeringen och möjligen Socialdemokraterna som aktören i denna text. Perssons fru och barn nämns mycket kortfattat. Den konflikt som utspelas i texten är, om man läser mellan raderna, om Socialdemokraterna med Persson i spetsen inte får fortsätta att regera. Eftersom i den perfekta världen regerar Socialdemokraterna med stor framgång i Sverige. Utfallet i det kommande valet representerar det onda respektive det goda i denna text (Dahlgren, 2001).

3.5.5 Övrigt

Ingen bild finns med i anslutning till texten.

3.6 Jämförelse – Göran Persson

Vi kommer nu att göra vissa jämförelser mellan intervjun och Internetpresentationen för att se om det finns några likheter och skillnader, det vill säga se huruvida profil och image stämmer överens med varandra.

Om man jämför intervjun med Internetpresentationen av Göran Persson så tycker vi att intervjun har en lägre abstraktionsnivå i och med att artikeln fokuserar mer på Persson som person och inte på dennes politik. Känslorna inför Persson skiljer sig åt mellan Internetpresentationen och intervjun. Intervjun förmedlar känslan av en person som varvat ner och blivit en hyfsat sympatisk människa. Medan Internetpresentationen å andra sidan framställer en ambitiös, duktig och erfaren politiker som vet vad som är bäst för Sverige. Som vi nämnde tidigare verkar inte Internetpresentationen vara av särskilt stor vikt för Socialdemokraterna då den inte var helt lätt att hitta.

Till skillnad från Internetpresentationerna tror vi att intervjuserien har en betydligt bredare målgrupp, det vill säga SvD:s läsare. Om man jämför med andra ”politiska artiklar”, som kanske bara de politiskt intresserade läser, tror vi att intervjun kan locka en bredare läsgrupp eftersom den har personen i fokus och inte politiken.

Om man jämför med Internetartikeln så menar vi att man i intervjun har lyckats skapa en mer engagerande och deltagande känsla. En annan skillnad mellan de två texterna är att intervjun inte kräver några förkunskaper, medan Internettextern kräver förkunskaper. För att fångas av Internettextern tror vi att det krävs ett grundläggande politiskt intresse, medan vem som helst kan tänkas läsa intervjun av intresse eller bara ”slöläsning”. Ingen av texterna skapar däremot någon direkt identifikation.

De tematiskafälten i texterna skiljer relativt mycket åt, men de har några få gemensamma teman. Exempelvis tar båda texterna kortfattat upp Perssons familjeliv. Den största skillnaden är att Internettextern fokuserar nästan uteslutande på politik i någon form, antingen Perssons tidigare politiska karriär, den framtida politiken, etc, medan intervjun kretsar kring Persson som person och dennes ”inre kvalitéer och utveckling”.

Intervjun är opersonlig på så sätt att skribenten inte framträder, medan Internettextern å andra sidan är personlig i och med att den är skriven i ”jag-form”. Vidare är intervjun konkret och utsmyckad med många beskrivande adjektiv. Internettextern å andra sidan är abstrakt.

Intervjun anser vi vara informell och Internettextern anser vi vara varken eller. Vi fann att båda texterna vara engagerande, men vi menar att Internettextern är mer engagerande på form av uppmananden. Internettextern fann vi inte särskilt känslomässig vilket intervjun däremot kan uppfattas som. Vi menar att Internettextern var komplex, saklig, abstrakt, och hade distans. Man använder inte heller några direkta emotionella grepp för att vinkla texten till Perssons fördel.

Angående texternas trovärdighet så menar vi att det inte finns så mycket att ifrågasätta i intervjun. Internetpresentationen å andra sidan kan uppfattas som mindre trovärdig, beroende på vem som läser det och vilken inställning denne har till Socialdemokraternas bedrifter. Vi anser att det mer eller mindre alltid finns tystnader i texter. I Internettextern nämns inte mycket om Socialdemokraternas eventuella misslyckande och somliga kan kanske uppfatta intervjun som bristfällig beträffande Perssons familjeliv.

Vad gäller den narrativa dynamiken anser vi att det även här finns en del skillnader. Intervjun utspelar sig på Harpsund, Internettextern å andra sidan är skriven i brev-form. Aktörerna i intervjun är nästan uteslutande Persson. Aktörerna i Internettexterna består av Persson, regeringen och Socialdemokraterna. Konflikten i intervjun består av den offentliga sfären kontra den privata sfären, i den andra texten utgörs konflikten av ett Sverige utan Socialdemokraterna vid makten. Det goda i intervjun utgörs av mysfarbrorn och det onda av riksbuffeln. I Internettextern anser vi att en förlust för Socialdemokraterna i det kommande valet står för det onda medan en seger står för det goda.

3.7 Gudrun Schyman – intervju

I Svenska Dagbladet profileras Gudrun Schyman som en nöjd, orädd, nykär, öppenhjärtig, numera nykter, stabil och Österlenälskande kvinna. Som läsare får man bilden av en varm och glad feminist som kämpar mot de patriarkala samhället.

3.7.1 Publiken

Eftersom vi inte fått kontakt med SvD har vi inte lyckats fastställa hur tidningen ser på sin målgrupp. Vi tror dock att dessa intervjuer skapar en egen publik. Då det gäller intervjun med Gudrun Schyman framställs denne på ett väldigt personligt vis, där det är journalisten som är betraktaren. Man får känslan av att journalisten hade ett trevligt möte med Gudrun, som dessutom verkade vara på ett strålande humör då intervjun genomfördes. Artikeln är skriven på ett vis som främjar deltagande och närhet, dvs. på ett sådant vis att det känns som om man var där när intervjun genomfördes. Exempelvis beskrivs miljön på ett ingående vis och präglas av många adjektiv och beskrivande substantiv så som ”vårlyst lantkök” och ”bastanta bondväggar”. Några direkta förkunskaper krävs inte då intervjun riktar in sig på personen och inte politiken. Dock tror vi att man utgår man ifrån att läsaren vet att Gudrun är Vänsterpartiets partiledare, även om en kort historik om Gudruns politiska bakgrund medföljer intervjun. Man får även en känsla av att läsaren bör känna till Vänsterpartiets feministiska grundsyn och Gudruns talibantal på Västeråskongressen där hon pratade om de

patriarkala strukturerna som ett hot. Utifrån detta kan den tänkbara publiken vara röstberättigade svenska medborgare som har en allmän uppfattning om Vänsterpartiets ideologi och som dessutom är nyfiken på Gudruns privatliv.

Svenska Dagbladet tjänar ekonomiskt på artiklarna då de säljer. Vad vinner då egentligen läsarna på att läsa artiklarna? Kanske får de en ny relation till respektive partiledare som kan leda till att de även betraktar de som personer och inte endast politiker. Journalisten har valt att citera de flesta av Gudruns svar, vilket ytterligare bidrar till opartiskhet. Dock bör man ha i åtanke att det är någon som valt vilka citat som ska användas.

3.7.2 Textens uppbyggnad

Vi menar att informationen är trovärdig och det krävs inte några förkunskaper för att förstå texten. Vi hävdar att det finns tystnader i mer eller mindre alla texter. Dock anser vi att tystnaderna inte är särskilt uppenbara i denna text eftersom vi får intrycket av en öppenhjärtlig intervju där Schyman bjuder på sig själv och vi finner inga uppenbara "luckor" i informationen.

Då det gäller *Stilistiska attribut* ska vi försöka att bedöma om texten anses vara enkel eller utsmyckad, abstrakt eller konkret, engagerad eller distanserad, formell eller informell, subtil eller självklar, rationell eller känslomässig, opersonlig eller personlig (Dahlgren, 2001).

Inom den klassiska stilläran är den enkla stilen ett språk som återger sakers tillstånd så direkt och naturligt som möjligt. Den utsmyckade stilen förskönar och förlänger framställningen med olika konstgrepp, som omskrivningar, upprepningar, omkastningar och andra språkliga utsirningar och dekorationer och har ofta en förkärlek för stilfigurer (Hellspong & Ledin, 1997). Artikeln innehåller många beskrivande adjektiv som förskönar och förlänger framställningen, till exempel "Vi sitter i ett rustikt, vårlyst lantkök, inkapslat mellan bastanta bondväggar, tegeltak och trägolv mitt på en åker en våreftermiddag" och "På gården står en gulvit skåpbil, hyrd i Frankrike med priset 29 euro par jour målat på sidan". Det går även att hitta stilfigurer i texten, till exempel metaforerna i dessa meningar: "Därför är mitt förhållningssätt att inte ha några *ridåer*", "Däremot vill han inte *släppa henne över tröskeln* till Rosenbad." Därmed utgår vi ifrån att texten är utsmyckad. Denna text behandlar Gudrun, Klockaregården och hennes nyblivne partner Jacques Öhlund. Därmed drar vi slutsatsen att det rör sig om en konkret text.

Formalitetens graden visar sig i den sociala ram som texten konstruerar och framgår av sådant som vilka språkhandlingar texten rymmer (t.ex. ett påbud eller en komplimang) och hur den utför dem (t.ex. med förtroliga eller försiktiga strategier). Den sociala ramen får också sin prägel av ord och grammatiska konstruktioner som vi normalt förknippar med formella eller informella situationer (Hellspong & Ledin, 1997). Exempel på formella ord i texten anser vi oftast är av politisk karaktär, så som "valrörelse", "partiledare", "politiker" och "Västeråskongress". Då denna text lägger större tyngd på Gudrun som person, finner vi flera informella ord, så som till exempel "nykär", "fnissar", "hjärtligt", "jättebra" och "jäklar". Därmed anser vi att texten är mer informell än formell. I denna text framträder inte skribenten mer än en gång i samband med att han skriver "Vi sitter i ett...". Han håller en relativt anonym nivå och därför klassificeras texten som opersonlig.

Med tanke på de teman som behandlas i texten anser vi att texten är engagerande och känslomässig, snarare än distanserade och rationell. För att sammanfatta ovanstående kan vi nu säga att texten är utsmyckad, konkret, informell, opersonlig, engagerande och känslomässig.

De tematiskafälten i denna text är Gudruns öppenhet, den nya kärleken, den nyförvärvade gården, alkoholen, talibantalet och framtiden.

Aktörerna i denna text är Schyman, Jaques och Klockaregården. Det onda i denna text representeras av alkoholen och Schyman representerar den goda. Konflikten består i Gudrun vs. alkoholen och de patriarkala strukturerna i samhället.

3.8. Gudrun Schyman - Internet

Schyman beskrivs som en spontan kvinna med snabba repliker. Hon profileras även som en partiledare med erfarenhet av ekonomiska svårigheter som lågavlönad ensamstående kvinna med familjeproblem.

3.8.1 Mediala sammanhang

Schyman partiledarpresentation fann vi på Vänsterpartiets startsida på Internet. Den var med andra ord väldigt lätt att hitta. Där fanns en tydlig rubrik med foto ungefär mitt på sidan.

Denna text har inte en särskilt hög abstraktionsnivå. Däremot anser vi att texten uttrycker sådant som är mer vanligt att finna hos televisionen, nämligen att tala till våra känslor (Dahlgren, 2001). Exempelvis så kan man läsa i texten om att Schyman har upplevt ekonomiska svårigheter, har haft familjeproblem, och vet vad det innebär att vara lågavlönad ensamstående kvinna, vilket skapar känslor hos publiken.

Med tanke på att texten var lätt att hitta kan man anta att partiet tillskriver denna presentation en ganska stor vikt. Vänsterpartiet har dock tagit bort denna presentation och i skrivande stund har de ingen presentation av partiledaren, därmed kan man anta att de inte anser denna vara av större vikt. Man skulle kunna klassificera denna text som en blandning mellan journalistik/fakta, åsikter och PR.

3.8.2 Textens intentioner

Utifrån den information som ges kan det tänkas att texten har för avsikt att informera läsaren om vem Schyman är som person och på vilka personliga erfarenheter som hennes politiska åsikter grundar sig.

3.8.3 Publiken

Den avsedda målgruppen anser vi vara eventuella blivande väljare, eftersom det är en väldigt grundläggande fakta som presenteras om Schyman som person. Det krävs inte heller någon direkt förkunskap från publikens sida i och med det grundläggande informativa innehåll som ges i texten (Dahlgren, 2001). Texten förmedlar information om Schyman som person och är något känslomässigt laddad vilket får oss att tänka på att texten kanske riktar sig mer till kvinnor, än till män. Texten är dessutom skriven på ett väldigt enkelt sätt, vilket kan ha att

göra med att man vänder sig till unga som gamla, lågutbildade, som högutbildade. Om man tittar på ”publiken i texten”, menar vi att texten inbjuder till engagemang och deltagande då den beskriver partiledarens erfarenhet att ekonomisk knaperhet, den lågavlönade ensamstående kvinnan och familjeproblem (Dahlgren, 2001). En tänkbar målgrupp blir då just ensamstående lågavlönade kvinnor, men även män och familjer som kämpar mot olika typer av familjeproblem och dålig ekonomi då dessa känner en identifikation med Gudrun Schyman som varit i en liknande situation och som nu ska föra dessa människors talan i de politiska sammanhangen. Texten inbjuder till att dels känna empati för de som inte har det så förspänt i livet, dels inbjuder texten till att adressera potentiella väljare som befinner sig i den situation som partiledaren tidigare befann sig i.

3.8.4 Textens uppbyggnad

Det informativa innehållet består av en allmän redogörelse om Schyman som person. Exempel på ämne som berörs i texten är uppväxt, utbildning, tidigare arbete och den politiska karriären. I texten beskriver man även Schyman som en politiker med en annorlunda bakgrund än andra partiledare, då hon vet hur det är att ha det ekonomiskt knapert, vara lågavlönad, ensamstående kvinna. Schyman vill även förändra partiet till ett modernt feministiskt parti. Hon beskrivs som en spontan kvinna med snabba repliker. Hon vill förändra den traditionella partiledarrollen genom att vara ärlig och personlig. Till sist ges en kort redogörelse av vad Schyman sysselsätter sig med på fritiden, vilket är att cykla, promenera, umgås med vännerna och barnen och läsa böcker.

Informationen i texten är till synes trovärdig, däremot kan man välja att kanske överdriva något för att förstärka vissa ämnen som tas upp, men i stort anser vi inte att det skulle finnas någon anledning till att informationen inte skulle vara trovärdig. Det krävs inte någon nämnbar förkunskap för att publiken ska kunna tillgodogöra sig informationen (Dahlgren, 2001). Som övriga texter är även denna text vinklad till Schymans fördel, då man bland annat använder emotionella grepp. Det är svårt att tolka från vilket perspektiv eller med vems röst som framför informationen, den är dock inte skriven i jag-form och man får känslan av att det är någon som känner Schyman väldigt väl och har gjort det länge som har skrivit texten.

I texten använder man ett väldigt okomplicerat språk vilket gör att texten blir enkel snarare än komplex. Texten är konkret, med tanke på vilka ämnen man tar upp. Vidare anser vi att texten är skriven på ett relativt informellt sätt. Med tanke på de ämnen och val av språk som används i texten menar vi att texten blir engagerande snarare än distanserad. Detta kan dock bero på vem som läser texten och vilka eventuella åsikter man har om personen i fråga på förhand. Texten är både saklig, då den förmedlar ”hårdfakta”, såsom utbildning, och känslomässig, då den beskriver Schymans personliga bakgrund (Dahlgren, 2001). Då skribenten inte framgår i texten blir texten opersonlig. Sammanfattningsvis kan man säga att denna text är enkel, både konkret, informell, engagerande, och både saklig och känslomässig och opersonlig.

De tematiskafälten i texten är uppväxt/utbildning, den politiska karriären, motgångarna i livet, önskan att förändra partiet och fritiden. Texten beskriver på nåt sätt de orättvisor i samhället som Vänsterpartiet hävdar att de vill bekämpa (Dahlgren, 2001).

Schyman är den enda aktören i denna text. Den konflikt som utspelas är den mellan den lilla människan och det orättvisa samhället. Det är en orättvis värld som underförstått beskrivs, då det i den perfekta världen är lika lön för lika arbete mellan män och kvinnor. Vidare är skillnaderna mellan låg- och högavlönade utsuddade, eller åtminstone betydligt mindre än vad de är idag. Underförstått så är det väl samhället/övriga politikerna/rådande system som står för det onda och Schyman och Vänsterpartiet står för det goda (Dahlgren, 2001). De normer och värderingar som främjas i texten är dem om solidaritet med sina medmänniskor och att sociala orättvisor ska bekämpas.

3.8.5 Övrigt

Bild finns med i anslutning till texten. Bilden har ett format typ passfoto i färg. Texten är inte undertecknad av vare sig Schyman eller någon annan författare.

3.9 Jämförelse – Gudrun Schyman

Abstraktionsnivå skiljer sig inte nämnvärt mellan de två olika texterna. Båda texterna skapar även en känsla av engagemang och närhet hos läsaren. Vi tror att många kan känna någon form av identifikation med Schyman, vare sig det är personer som kämpar mot sin alkoholism, lågavlönade mammor, osv. Ingen av texterna kräver någon nämnvärd förkunskap för att man som läsare ska kunna tillgodogöra sig texterna. Däremot så skiljer sig de tematiska fälten åt. I intervjun anser vi att Schyman var mer ”allmänt” öppen och talade bland annat om sin nya kärlek. I Internettexten skrivs det bara allmänt om familjen.

Vidare är båda texterna konkreta och fokuserar sig på ämnen som vi inte klassificerar som abstrakta. Båda texterna är tillsynes trovärdiga och det finns inte några uppenbara tystnader. Vi menar att ett typexempel skulle kunna vara att inte tala om de privata problemen.

De största skillnaderna mellan dessa två texterna, menar vi är, den narrativa dynamiken. Konflikten i intervjun består i Schyman vs. alkoholen, där alkoholen står för det onda och Schymans seger över missbruket står för det goda. Med andra ord är den narrativa dynamiken av mer personlig karaktär. I Internetpresentationen å andra sidan består konflikten i den lilla människan mot det orättvisa samhället. Vänsterpartiet står för det goda och samhället och det rådande systemet och strukturerna står för det onda. Denna text är alltså av mer ideologisk karaktär.

3.10 Maud Olofsson - intervju

Maud Olofsson beskrivs i denna artikel som en rak, spontan och okomplicerad person. Artikeln citerar bland annat Olofssons dialekt, beskriver omgivning där intervjun ägde rum vilket skapar vissa känslor inför personen ifråga (Dahlgren, 2001).

3.10.1 Publiken

Intervjun med Maud Olofsson har en väldigt personlig prägel, där det är journalisten som är betraktaren. Intervjun framställs som ett gemytligt möte mellan journalisten och Olofsson, som serverar soppa i blommiga tallrikar. Artikeln är skriven på ett vis som främjar deltagande och närhet, dvs. på ett sådant vis att det känns som om man var där när intervjun genomfördes. Den omgivande miljön beskrivs på ett ganska ingående sätt och präglas av många adjektiv och beskrivande substantiv så som ”klockan tickar i det stora köket med

furumöbler och randiga trasmattor”. Det krävs inga förkunskaper eftersom intervjun främst riktar in sig på Maud Olofsson som person och inte på hennes politik.

3.10.2 Textens uppbyggnad

Informationen är trovärdig och texten förutsätter inga direkta förkunskaper. I denna text kan vi inte finna några uppenbara tystnader eftersom Olofsson är öppen och bjuder på sig själv som privat person (Dahlgren, 2001).

Denna text är enkel och konkret i den bemärkelsen att skribenten använder ett enkelt språk och man behandlar konkreta ämnen i intervjun. Vidare menar vi att medietexten är engagerande snarare än distanserande, även detta beroende på de ämnen och teman som behandlas i texten. Texten upplever vi som informell eftersom man får intrycket av Olofsson bjuder på sig själv och mötet mellan Olofsson och journalisten verkar skett under avslappnade förhållanden. Texten är självklar och både rationell och känslomässig. Detta eftersom man delvis behandlar några politiska ämnen, men samtidigt blir texten känslomässigt engagerande eftersom texten skapar en sympatisk känsla inför Olofsson. Liksom de övriga intervjuerna är denna text opersonlig, då journalisten inte framträder mer än en gång i texten i samband med att hon skriver ”Vi sitter i ett...”. Hon håller en relativt anonym nivå och därför klassificeras texten som opersonlig (Dahlgren, 2001).

Intervjun innehåller många beskrivande adjektiv som förskönar och förlänger framställningen. Exempel på detta är ”sommarens förråd av torkad svamp vilar i höga glasburkar i köket, senaste Morsdags presenten var en svampstork. ”Ett par sparkar står parkerade bredvid två bilar, en med dekalen: ”Vi stödjer Robertfors fotboll”. Därmed utgår vi ifrån att texten är utsmyckad. För att sammanfatta de stilistiska attributen så är alltså denna text enkel, konkret, engagerande, informell, självklar, både rationell och känslomässig, opersonlig samt utsmyckad.

De tematiska fält som vi finner i denna text behandlar statsministerposten, miljöbeskrivning/intresse och den politiska karriären.

Olofsson är i princip den enda aktören i denna text. Olofssons familj beskrivs kortfattat. Maud Olofsson beskrivs som en spontan naturälskare med båda fötterna på jorden och med starka band till den norrländska glesbygden. Intervjun utspelas en vinterdag i Olofssons hem i en liten by i Västerbotten. Den konflikt som utspelas i texten är den mellan landsbygd och storstad där landsbygden står för det goda och storstaden för det onda.

3.11 Maud Olofsson - Internet

Man målar upp bilden om en jordnära person som gärna promenerar i skogen och plockar svamp, umgås med nära och kära, och man framhäver även Olofssons fasta förankring i den norrländska glesbygden. Vidare finns det en länk till Olofssons favoritrecept. Detta anser vi skapar en viss känsla hos publiken, nämligen den om en jordnära person. Man har försökt att visa på vilket typ av person Olofsson är genom att rada upp tolv av Olofssons favoritlänkar, vilka bland annat är SIDA, olika ”norrländska” länkar, hushållningssällskap, lokal sportklubb, m.fl.

3.11.1 Mediala sammanhang

När man ”klickar” in på Maud Olofsson får man en mycket kort presentation av partiledaren därefter har man två olika möjligheter. Antingen kan man välja att läsa *mer om Maud* eller att läsa mer om hennes politik, men man har som användare även möjlighet till Web-tv där man kan se och höra Olofsson. Eftersom vi i denna uppsats har valt att fokusera oss på personer har vi valt att titta närmare på *mer om Maud*, vilket för övrigt är en väldigt kort presentation. Innan man väljer att ta sig vidare till *mer om Maud* får man informationen att damen ifråga heter Maud Olofsson och att hon är partiledare för Centerpartiet., Man får även ta del av vissa politiska budskap där partiet vill utmana regeringen. Överlag fann vi denna text relativt svåranalyserad på grund av att den var väldigt kort och utformad som en ”intervju” – det vill säga en fråga, ett svar.

Även denna text, vilken är utformad som en intervju, har en väldigt låg abstraktionsnivå, då texten handlar om vad Olofsson helst skulle vilja göra om hon fick en ledig dag. Liksom i texten om Schyman, om än inte lika tydligt, finns det antydningar om att försöka skapa en känsla (Dahlgren, 2001). Även denna text kan ses som en blandning eller hybrid mellan journalistik/fakta, åsikter och PR?

3.11.2 Textens intentioner

Denna text anser vi ha som intention att upplysa läsaren om personen bakom partiledarrollen. Hur Olofsson är privat och vad hon sysslar med när hon inte är upptagen med politiska åtaganden.

3.11.3 Publiken

Den avsedda målgruppen anser vi vara ganska oklar på grund av det relativt fattiga innehållet. Man får känslan av att Maud som person inte är särskilt viktig, utan det är politiken man ska koncentrera sig på. Hur som helst så krävs det inga förkunskaper från publikens sida, då informationen inte bygger på några tidigare förkunskaper (Dahlgren, 2001). Texten förmedlar inte direkt någon känslomässigt laddad information, vilket gör att vi upplever texten som ganska neutral. Texten är skriven på ett enkelt sätt, vilket gör att den vänder sig till ung som gammal, lågutbildad, som högutbildad. Någon uppenbar ”publik i texten”, finner vi inte, det skulle i så fall vara den svenska befolkningen som är bosatt i Norrland och/eller delar Olofssons intresse (Dahlgren, 2001). Det är även dessa som vi kan tänkas känna en identifikation med Maud Olofsson. Texten inbjuder till att känna ett visst engagemang eller väcka nyfikenhet för de norra delarna av Sverige.

3.11.4 Textens uppbyggnad

Det informativa innehållet i denna text består av vad Olofsson helst skulle göra en ledig dag och vi får förmoda att informationen är trovärdig. Man skulle kunna tänka sig att även denna text är vinklad för att framhäva Olofssons person på bästa sätt. Även om den upptagne partiledaren kanske helst skulle vilja ligga på soffan och slappa en ledig dag så hade de nog valt att inte skriva det, eftersom det förmodligen inte skulle ge den bild man vill förmedla.

I denna text har man använt sig av Olofssons röst direkt eftersom texten är uppbyggd som en fråga och svar och det är även tydligt utskrivet vem som ställer frågan – webbredaktionen.

Man har använt sig av ett okomplicerat språk i texten vilket gör att texten blir enkel snarare och inte komplex. Texten anses vara konkret, med tanke på vilka ämnen som behandlas. Texten känns relativt informell, då den är skriven i jag-form. Personligen anser vi att texten varken är engagerande eller distansnerande då den känns ganska ”platt”. Givetvis kan detta bero på vem som läser texten och vilka intressen man har och till vilken grad man kan identifiera sig med personen i fråga. Texten är varken saklig eller känslomässig. Detta beroende på att texten inte direkt förmedlar några ”hårdfakta”, såsom utbildning, familj, eller känslomässig ”fakta”, som exempelvis uppväxt (Dahlgren, 2001). Denna text är alltså enkel, informell, varken engagerande eller distansnerande, samt varken saklig eller känslomässig. Det tematiska fältet i denna text är Maud Olofssons fritidsintressen. Olofsson är den enda aktören i denna text. Det utspelas inga konflikter i texten och vi finner heller inga representanter för det onda eller det goda (Dahlgren, 2001).

3.12 Jämförelse – Maud Olofsson

På grund av det tunna material som Centern presenterar på sin hemsida kommer även jämförelsen mellan intervjun och Internetpresentationen att blir relativt tunn.

Intervjun har varken en låg eller hög abstraktionsnivå, medan Internettextern har en mycket låg abstraktionsnivå. Båda texterna skapar en viss känsla inför Olofsson och det är samma typ av känsla man förmedlar. Vi anser dock att intervjun lyckats något bättre, men detta kan bero på att Internettextern var väldigt tunn. Internettextern har däremot indirekt lyckats förmedla vissa känslor i och med att man i samband med texten presenterar Mauds favoritlänkar, vilket kan säga en del om en person och dennes intresse.

Vilken målgrupp man vänder sig till i Internetpresentationen anser vi vara ganska oklart, åtminstone i jämförelse med SvD:s intervju. Ingen av texterna kräver några förkunskaper från publikens sida för att förstå innehållet. Intervjun främjar deltagande och närhet, vilket Internettextern i och för sig också gör men inte i samma utsträckning eftersom den inte är lika utvecklande. Internettextern känns med andra ord mer neutral.

Båda texterna känns trovärdiga och båda texterna är informella. Texterna är även enkla och konkreta med tanke på det enkla språket och de ämnen som texterna behandlar. Dock anser vi att Internettextern är något enklare och konkret. Internettextern är något ”platt”, vilket gör att den varken känns engagerande eller distansnerande. Intervjun är däremot engagerande, samtidigt som den är både rationell och känslomässig. Beroende på att Internettextern är så tunn menar vi att den inte lyckas särskilt känslomässig eller saklig. Båda texterna har fritidsintressen som tematiskt fält. Intervjun tar även upp statsministerposten och den politiska karriären som tematiska fält.

Vidare är Olofsson den enda aktören i båda texterna. I Internettextern utspelas inga konflikter, och det finns heller ingen representant för det onda och det goda. I intervjun å andra sidan menar vi att det finns en konflikt mellan storstaden och landsbygden/glesbygden. Där storstaden står för det onda och glesbygden för det goda.

3.13 Alf Svensson – Intervju

Svensson profileras som en något gammalmodig, religiös, litterär, familjekär och nyfiken politiker som lyssnar på klassisk musik och gärna ser på fotboll, ishockey och boxning om tiden tillåter. Att vi ser honom som något gammalmodig beror bland annat på den stora tron på familjen och på de ordval han väljer att använda som t.ex. ”bedårande”.

3.13.1 Publiken

Denna text skapar deltagande och närhet, då författaren med sina beskrivningar av miljön skapar en känsla av att man befinner sig på platsen. Exempelvis inleds texten med: ”Ena minuten regn mot fönsterrutorna, andra minuten sol över Vättern.” Några direkta förkunskaper krävs inte då det främst rör Svenssons privata liv. Liksom i de andra intervjuerna tilltalas läsarna på ett berättande vis då beskrivningar blandas med frågor och citat från Svensson. Den tänkbara publiken kan vara röstberättigade medborgare som är intresserade av personen bakom politikern.

3.13.2 Textens uppbyggnad

Intervjun tar upp Svenssons liv, främst i Gränna, hans familj, hans uppväxt och hans intressen. Informationen som ges är till synes trovärdig då det handlar om ganska vardagliga ting. Som vi tidigare nämnde behövs inga direkta förkunskaper för att förstå texten. Möjligtvis bör man känna till att ”Blott en dag, ett ögonblick i sänder” är en psalm för att inte missa en del av underhållningen.

Denna text är jämförelsevis enkel. Den innehåller inga utsmyckningar i den grad som i exempelvis intervjun med Gudrun Schyman. Däremot förekommer en del upprepningar. Texten är även relativt konkret då den ingående behandlar Svensson med familj Svenssons intresse för bland annat politik, musik, kyrkan och boxning. Dock beskrivs miljön på ett sätt som skapar en känsla av närhet. Då denna text lägger större tyngd på Svensson som person, finner vi flera informella ord och fraser, så som till exempel ”min signal på mobiltelefonen, ”Blott en dag, ett ögonblick i sänder”? ” , ” Lättpratad”, ”zappa”, ”sjåpa”, ”brandsläckarvisan”. Därmed anser vi att texten är mer informell än formell. Detta gör även texten något mer känsloladdad, även om det inte förekommer överdrivet mycket patos. Vi får dock inte reda på någonting om skribenten och därmed är den opersonlig, eftersom man utgår från denne. Sammanfattningsvis är alltså denna text konkret, har inga utsmyckningar, informell, opersonlig, samt skapar en känsla av närhet.

Då vi ska beskriva de tematiskafälten inleds texten med Svenssons boende i Gränna. Därefter tas familjeförhållandena upp som följs av Svenssons frikyrkliga uppväxt, hans intresse för böcker, intresset för musik och intresset för sport (fotboll, ishockey, boxning). Texten avslutas med hans tankar kring att snart bli pensionär.

De aktörer som tas upp i texten är Alf Svensson, hustrun Sonja som ej är boxningsintresserad, de stark religiösa och bortgångna föräldrarna Emmy och Robert, Svenssons tre barn som alla har flyttat hemifrån och slutligen Gränna, den stora sjö-, hamn- och stapelstaden. Svensson själv beskrivs som en lättpratad, lugn och religiös person som brinner strakt för politiken, men även gillar musik, sport, lugna promenader och långa samtal. Intervjun utspelar sig för övrigt en vanlig helg i Gränna med Svensson och hustrun. Några konflikter är svåra att utläsa.

Möjligtvis kan man ana en konflikt mellan politiken och musikintresset. Det är självklart Svensson med familj som står för det goda i texten. De onda representeras av nyfikna medborgare som tror att Svensson kan lösa världsproblem.

3.14 Alf Svensson - Internet

Genom presentationen profileras Svensson som en politiskt aktiv, kristen, utbildad, framgångsrik, naturälskande, bandyintresserad och litterär person som värnar om familjen.

3.14.1 Mediala sammanhang

På kristdemokraternas officiella hemsida, hittar man på förstasidan, index, en länk som heter Alf Svensson. Trycker man på denna länk, får man se ett kort utdrag ur presentationen, och är man intresserad av att läsa mer, klickar man helt enkelt på länken "läs mer". På så vis länkas man vidare till hela presentationen. Dock har de bifogat en länk till Alf Svenssons privata hemsida, som sannolikt bygger på mer patos. Vi har dock valt att begränsa oss till partisidans presentation av Alf Svensson. Med tanke på att länken "Alf Svensson" var lättillgänglig och med det faktum att länken fanns på förstasidan, går det att tolka att partiledaren är en viktig del som partiet lägger stor vikt vid (Dahlgren, 2001).

Merparten av presentationen anser vi vara information, men med en svag underton av underhållning då den trots allt handlar om Alf Svensson. Vi anar att tanken med presentationen är att den ska finnas tillgänglig under hela Svenssons tid som partiledare, med undantag av uppdateringar.

3.14.2 Textens intentioner

Innehållet av presentationen är informativt, då den i stort sett bara tar upp grundläggande fakta om Svensson (Dahlgren, 2001). Texten beskriver Svenssons bakgrund som politiker, samt får man ett hum om vad han sysselsätter sig med på fritiden. Avsikten är sannolikt att förmedla denna information om Svensson, och med sina goda meriter vinna respekt och eventuella röster av medborgarna.

3.14.3 Publiken

Alf Svenssons presentation behandlar inte politik i den bemärkelsen, utan beskriver mer Svenssons väg till partiledare för Kristdemokraterna. Vi menar därför denna text främst vänder sig till de som är nyfikna på Alf Svenssons utbildning och politiska bakgrund. Någon förkunskap krävs inte, då texten bygger på grundläggande fakta om detta (Dahlgren, 2001). Texten saknar patos och kan med sina korta meningar och enkla språk ses som en relativt lättförståelig text. Vi tror att detta beror på att så många som möjligt ska kunna ta till sig texten, oberoende av ålder eller utbildning. Dock skapar den inte något större engagemang och därmed känns den även något distanserad (Dahlgren, 2001).

Då han inleder texten med en kort presentation av familjen anser vi tyder på att familjen kommer i första hand. Texten behandlar även hans positioner som partiledare för kristdemokraterna samt vice ordförandena i EUCD (European Union of Christian Democrats, en samarbetsorganisation mellan de kristdemokratiska partierna) kan kopplas till en stark kristen tro. Utifrån detta kan kärnan av målgruppen tänkas vara kristna religiösa barnfamiljer.

Han berättar även om sitt intresse för friluftsliv, prosa och poesi, samt bandy ("förstås"). Det kan tänkas att han nämnt detta för att visa sina olika sidor. Dels som den naturälskande och djupa personen som själv författat tre böcker, men även som den tävlingsinriktade sportfanatikern. Det framgår dock inte i texten om han utövar sporten själv, eller om han endast tittar på spelet.

3.14.4 Textens uppbyggnad

Det informativa i texten består i allmänhet av en redogörelse för Svenssons utbildning och politiska bakgrund. En kort redogörelse av familjemedlemmarna i Gränna och intressena så som friluftsliv, prosa, poesi och bandy görs även i texten. Svensson nämner även sitt medlemskap i Allmänna försvarsföreningen och i European Union of Christian Democrats samt information om titlar på de litterära verk som Svensson framställt.

Informationen i texten är till synes trovärdig, däremot kan man välja att kanske överdriva något för att förstärka vissa ämnen som tas upp, men i stort anser vi inte att det skulle finnas någon anledning till att informationen inte skulle vara trovärdig. Som vi nämnt tidigare i texten så anser vi inte att det krävs någon nämnbar förkunskap för att publiken ska kunna tillgodogöra sig informationen (Dahlgren, 2001). Innehållet beskriver Svenssons politiska meriter. Då Svensson är författaren och texten skriven i jagform, kan man säga att texten är skriven utifrån Svenssons perspektiv. Vi båda föreställde oss även Svenssons röst, då vi läste presentationen.

Språket är relativt enkelt, vilket även gör texten enkel. Den kan även ses som konkret då den innehåller mycket konkret fakta, trots de många begrepp som rör utbildning och politik. Texten känns relativt informell med tanke på att han skriver i jagform, vilket ger en känsla av att han talar till *mig*. Hade det inte varit för jagformen, hade vi valt att kalla texten för formell, då den nästan känns som en arbetsansökan. Dock tycker vi att presentationen är distanserad och saknar engagemang, då det "rapas" upp fakta på fakta. Därmed uppfattas även texten som väldigt saklig (Dahlgren, 2001).

De övergripande tematiskafälten i texten är relativt få. Texten inleds med "familjen Svensson". Därefter följer "utbildning och politisk bakgrund" som följs av "fritidsintressen". Texten avslutas sedan med "Svenssons egna böcker" (Dahlgren, 2001.)

Förutom Svensson själv, medverkar familjemedlemmarna som aktörer i texten. Någon konflikt i texten kan vi inte finna (Dahlgren, 2001). Texten kan dock tyckas främja höga värderingar av familj, politik och friluftsliv. Någon känslomässig laddning kan vi inte finna i texten. Inte heller några framträdande troper, som kan påverka uppfattningen av texten, utan texten ger ett enkelt och sakligt intryck (Dahlgren, 2001).

3.14.5 Övrigt

Till texten finns ett medföljande porträtt på Svensson. Det föreställer en leende Svensson, som befinner sig framför någon stor byggnad och ett grönskande träd. Bilden ger ett positivt intryck av personen i fråga. Självklart är detta till fördel för Svensson.

3.15 Jämförelse – Alf Svensson

Genom Internetpresentationen profileras Svensson som en politiskt aktiv, kristen, utbildad, framgångsrik, naturälskande, bandyintresserad och litterär person som värnar om familjen. Däremot i Svenska Dagbladet profileras han som en något gammalmodig, kristen, litterär, familjekär och nyfiken politiker som lyssnar på klassisk musik och gärna ser på fotboll, ishockey och boxning om tiden tillåter. Det skiljer sig inte speciellt mycket då politiken, familjen, de litterära och sporten tas upp i båda fallen. När det gäller sport är det förvisso olika aktiviteter som tas upp, men vi kan i alla fall utgå från att Svensson gillar att se på sport. Vi kan även ana att både Svenska Dagbladet och Kristdemokraternas officiella hemsida lägger relativt stor vikt på vardera texter. Båda texter är även det vi kallar infotainment, en kombination av fakta och nöje. Dock drar Internetpresentationen mest åt faktahållet, medan Svenska Dagbladets artikel främst är underhållande.

Svenska Dagbladets artikel skapar deltagande och närhet, då författaren med sina beskrivningar av miljön skapar en känsla av att man befinner sig på platsen. Detta saknas i Internetpresentationen som istället ger en känsla av distans. Några direkta förkunskaper krävs inte i någon av texterna då det främst rör Svenssons privata liv. Den tänkbara publiken kan i båda fallen vara röstberättigade medborgare som är intresserade av personen bakom politikern. Båda texter har vi även klassificerat som relativt enkla och konkreta texter.

I artikeln blandas journalistens ord med citat från Svensson, medan det är Svensson själv som har skrivit presentationen på Internet. Därmed känns presentationen mer personlig än artikeln. Artikel skapar dock en större känsla av närhet då den beskriver miljön och känns även mer informell, då presentationen på Internet mer liknar en meritlista. Detta gör även Svenska Dagbladets artikel något mer känsloladdad, även om det inte förekommer överdrivet mycket patos.

De tematiskafälten skiljer sig inte så väldigt mycket då båda texterna börjar familjen och fortsätter med fritidsintressen som i båda texterna tar stor plats. I båda texter är Svensson med familj de aktörer som tas upp. Dock betonar artikeln Gränna något mer än Internetpresentationen. För övrigt uppfattar vi artikeln något mer som en berättelse om Svenssons privata liv, medan Internetpresentationen känns något mer enkel och saklig.

3.16 Bo Lundgren - Intervju

Lundgren profileras som en noggrann, påläst, energisk, stridslysten och fokuserad politiker och arbetsnarkoman som föredrar kan själv -filosofin och som ser sig själv som en vinnare. Han är även en småbarnspappa som lyssnar på dansband, men älskar musikalerna.

3.16.1 Publiken

Till skillnad från exempelvis intervjun med Gudrun Schyman så känns inte intervjun med moderatledaren lika personlig och inte heller särskilt engagerad. Denna känsla av distans kan dock ha att göra med att platserna för intervjuerna skiljer sig åt (Dahlgren, 2001). Bo Lundgren intervjuas under två timmar på en kvarterskrog i Stockholm och han beställer isterband till lunch. Detta är den enda information som ges kring själva intervjun.

Det krävs inte några direkta förkunskaper eftersom intervjun har för avsikt att fokusera sig på personen och inte på politiken. Som i alla de andra intervjuerna ges en kort historik om Bo Lundgrens politiska bakgrund, ålder, familj, bostad, m.m. Den tänkbara publiken kan vara röstberättigade medborgare som är intresserad av mannen bakom politiken.

3.16.2 Textens uppbyggnad

Då vi ser till *det informativa innehållet* i den här texten finns det några centrala frågor man kan undersöka trovärdigheten av texten och om det krävs några förkunskaper för att förstå den (Dahlgren, 2001). Vi ser ingen anledning att tro att texten inte skulle vara trovärdig, då den berör ganska vardagliga saker. Som vi tidigare nämnde krävs inte heller några förkunskaper.

Artikeln innehåller många beskrivande adjektiv av den moderate ledaren. Dock anser vi inte att de direkt förskönar eller förlänger framställningen. Å andra sidan är det adjektiv som ”passar” en man då Lundgren beskrivs bland annat som stridslysten, fokuserad, och som en vinnare.

Denna text behandlar Bo Lundgren som person, barnen och familjen, och Lundgrens arbete. Vi drar därför slutsatsen även denna text är en så kallad konkret text. Texten har för avsikt att fokusera på Bo Lundgren som person, vilket gör att den känns något mer informell än formell. Till skillnad från vissa av de andra intervjuerna så handlar denna text väldigt mycket om politik, på ett eller annat sätt även om det för det mest ligger på ett mer idémässigt/filosofiskt plan. Texten är informell, men jämförelsevis känns denna text mer formell än de övriga i Svenska Dagbladets reportageserie. Dock känns den engagerad och känslomässig, då man kan känna av Lundgrens aggression mot Socialdemokraterna.

I denna text framträder skribenten endast en gång då han skriver ”ändå har jag fått en två timmar lång arbetslunch med honom...”. Skribenten håller alltså en relativt anonym nivå och därmed klassificeras texten som opersonlig. Avslutningsvis kan vi sammanfatta texten som konkret, informell, opersonlig, engagerad och känslomässig.

De tematiska fälten i denna text är Lundgren, småbarnspappa och politiker, Lundgrens uppväxt i Kristianstad, från lokförare till politiker, första valrörelsen som partiordföranden, fritidsintressen och Lundgrens förebilder.

De aktörer som tas upp i intervjun är framför allt Lundgren, Göran Persson, och Lundgrens barn. Lundgren beskrivs som en noggrann, påläst, energisk och fokuserad politiker. Barnen är hans inspirationskälla och glädje. De har förändrat hans syn på livet. De är en tillgång för honom i jobbet. I texten är Persson är maktfullkomlig, han ska INTE bestämma, och Lundgren ger många ”hästsparkar” mot regeringen. De konflikter man kan utläsa rör framför allt Lundgren vs. Persson, där Lundgren står för det goda och Persson med regeringen, för det onda, enligt Lundgren själv. Däremot verkar skribenten måttligt intresserad av denna konflikt. Exempelvis så avbryter han Lundgren vid ett tillfälle då denne bland annat talar om att Person inte dragit sig mot mitten.

3.17 Bo Lundgren – Internet

Lundgren profileras som en saklig, framgångsrik, temperamentsfull, musikalintresserad politiker som även är en bolltokig småbarnspappa.

3.17.1 Mediala sammanhang

Presentationen av Lundgren hittar man på Moderaternas officiella hemsida. På huvudsidan, index, finns överst länkar, varav den fjärde länken heter ”Bo Lundgren”. Genom att klicka på denna hamnar man på en ”Bo Lundgrensida”. På denna sida är kallas första länken under överrubriker för ”Detta är Bo Lundgren”. Det är under denna länk vi finner presentationen.

Till skillnad från exempelvis folkpartiet, läggs inte samma vikt på partiledaren, då det är något svårare att hitta denna presentation. Men under det faktum att den finns, anser vi att de ändå läggs en relativt vikt på Lundgren. Denna presentation innehåller relativt mycket politik och vi ser det som en kombination av åsikter, journalistik och fakta och är skriven på ett vis som för tankarna till reportage (Dahlgren, 2001).

3.17.2 Textens intentioner

Denna text har klara intentioner att få läsaren att fördöma Göran Persson och den nuvarande regeringen. Istället lyfts Lundgren upp till skyarna och genom att rösta på honom och en borgerlig regering ska Sverige få ett bättre och tryggare samhälle med fler valmöjligheter. Texten är därmed i första hand övertalande, då den vill få publiken att tycka och tänka på ett visst sätt. Till viss del är den även propositionell, då Lundgren försöker framhålla hur saker och ting förhåller sig (Dahlgren, 2001).

3.17.3 Publiken

Vi tror att denna text främst vänder sig till medborgare som är besvikna på hur vårt samhälle ser ut idag. Genom att baktala den nuvarande regeringen kan man på så vis fånga upp potentiella väljare. Texten talar inte till själva läsaren, utan är uppbyggd som en intervju. Genom att texten är skriven som en intervju med politiska frågor, skapas ett stort engagemang som uppmuntrar till ett deltagande. Som läsare känner man sig som en engagerad åskådare. I och med att man trots allt fortfarande är åskådare, kan man även uppleva en viss distans (Dahlgren, 2001). Texten kräver inte heller några direkta förkunskaper, då de saker som tas upp förklaras. Möjligtvis kan det tänkas att man bör veta Moderaterna tillhör det borgerliga blocket. Å andra sidan har vi svårt att tänka oss att de personer som inte känner till detta (som vi anser vara allmänbildning), skulle besöka denna sida.

3.17.4 Textens uppbyggnad

Den information som förmedlas i texten bygger på en kort presentation av Lundgren, samt hans åsikter om den nuvarande regeringen, valet 2002, välfärd, skolan och den svenska säkerheten. Som vi tidigare nämnde kräver inte texten speciellt mycket förkunskaper, då det som tas upp även förklaras. Då denna text är väldigt subjektiv och mycket kritik läggs på socialdemokraterna, anser vi att det är svårt att avgöra om texten verkligen är trovärdig. Objektiva texter upplevs i regel mer trovärdiga (Dahlgren, 2001). Bland annat säger Lundgren i texten att: ”Människors bristande förtroende för Göran Persson beror inte alls på, som han själv och hans medarbetare hävdar, att han uppfattas som symbolen för en politik som varit jobbig för många. Det är helt enkelt så att människor har genomskådat att socialdemokraterna

är tomma på idéer för framtiden, och att de inte klarar av att hantera de problem Sverige har idag”. Kanske hade texten upplevts mer trovärdig om han hade lagt in ett ”jag tror”. Hela texten är vinklad till Lundgrens fördel, då han sannolikt vill få läsaren att rösta på honom och Moderaterna.

Hela texten berör politik, bortsett från några rader i inledningen som tar upp att Lundgren även är en småbarnsfar som är galen i bollsport och lyssnar på dansband, men föredrar att se på musikalerna. Då texten främst behandlar politik anser vi att texten kan bedömas som relativt komplex med abstrakta begrepp och idéer. Lundgren talar mycket om vad han tycker, och inte partiet, vilket gör att den känns något mer personlig. Han försöker även skapa känslor då han engagerat bland annat berättar om hur dålig den svenska skolpolitiken är trots de höga skatterna och om unga flickor som inte vågar gå ut efter mörkrets infall. Framför allt försöker han skapa negativa känslor för Göran Persson och socialdemokraterna, som förstört det moderaterna lyckades åstadkomma under sin tid 1991-1994. Lundgren uttrycker även ett stort intresse för Europasamarbetet, vilket även bidrar till textens engagemang. Med tanke på textens politiska innehåll, klassificerar vi den som formell. Texten är sammanfattningsvis komplex, personlig, engagerad, känsloladdad och formell.

Då det gäller de tematiska fälten inleds texten med en beskrivning av Lundgren som person och politiker. Därefter talar man om valet 2002 och en borgerlig seger. Moderaternas tre krav tas sedan upp som rör välfärd, skolan och säkerheten i samhället, och följs därefter med moderaternas åtgärder under den borgliga regeringen 91-94. Följande tema i texten är Europasamarbetet och presentationen avslutas sedan med Lundgrens politiska bakgrund och engagemang.

Huvudaktörerna i denna text är Bo Lundgren och Göran Persson. Några övriga aktörer nämns inte. Det är lätt att uttyda Lundgrens negativa känslor om socialdemokraterna, vilket upplevs som en konflikt. I texten framställs Lundgren med sitt parti som de goda och Persson med sitt de onda. Vårt intryck av texten är att den tar upp Lundgrens och moderaternas åsikter, men man saknar trovärdig argumentation för åsikterna och använder sig snarare av en ”vi är i alla fall bättre än socialdemokraterna”- mentalitet.

3.17.5 Övrigt

Bredvid texten finns ett porträtt på en småleende Lundgren framför öppna landskap, som dom valt att lägga in på sniskan. Detta ger sidan en mer personlig prägel.

3.18 Jämförelse – Bo Lundgren

Även om Lundgrens kängor till regeringen och Persson förekommer i Svenska Dagbladets artikel, blir de ännu mer tydliga i presentationen på Internet där även Lundgrens åsikter får en större plats. Presentationen behandlar dessutom området politik mycket mer ingående, där Lundgren framför partiets åtgärder som ska göras NÄR moderaterna efter valet i år hamnar i regeringen. Profilen av Lundgren i de båda texterna stämmer bra överens med varandra, en stridslysten, energisk vinnarpolitiker som lyssnar på dansband, men föredrar musikalerna. Båda texterna är komplexa, men den på Internet känns något mer personlig och engagerad då Lundgren talar ingående om sina personliga åsikter. Denna text skapar även en större känsla

av närhet, då man som läsare kan följa presentationen som ett samtal mellan intervjuaren och Lundgren.

3.19 Lars Leijonborg – intervju

Leijonborg profileras som en uthållig, envis, slitstark, tålig, religiös, jämställd politiker och småbarnspappa som har stark plikt-moral, är något trögstartad och som är väldigt mån om sin integritet. Det tas även upp att han av andra har fått kommentarer som t.ex. ”ingen folkförförare”, ”saknar karisma” och ”allt för trög för att gå hem i stugorna”. Leijonborg menar dock på att ”jag är som jag är”.

3.19.1 Publiken

Denna intervju är betydligt mer personlig om man exempelvis jämför med Lundgren, trots att intervjun liksom med Lundgren sker på en offentlig plats, i detta fallet på ett fik på Djurgården. Detta kan tänkas vara faktorn som gör att intervjun känns något distanserad.

Det krävs inte några direkta förkunskaper eftersom intervjun har för avsikt att fokusera sig på personen och inte på politiken. Som i alla de andra intervjuerna ges en kort historik om Leijonborgs uppväxt, familj och vardag. Den tänkbara publiken kan vara röstberättigade medborgare som är intresserad av mannen bakom politiken.

3.19.2 Textens uppbyggnad

Innehållet i denna text är till synes trovärdigt och som vi tidigare nämnde krävs inte heller några direkta förkunskaper. Man kan tycka att det finns teman som man skulle vilja ha med i intervjun, beroende på vad man personligen är intresserad av att veta. Intervjuerna skiljer sig åt en del beträffande vad som finns med och inte finns med. Men detta kan bero på att det är olika individer som intervjuas och de har olika syn på vad de vill diskutera och berätta för en journalist och därmed svenska folket.

Artikeln innehåller en del beskrivande adjektiv av Leijonborg. Bland annat nämns det att Leijonborg ”synar omsorgsfullt kakkbordet”, ”berättar förtjust”, ”är betagen” och ”är slitstark och tålig”. Vi klassificerar denna text som utsmyckad men ändå relativt enkel då det används ett vardagligt språk. Därför känns den även mer informell, än formell. Denna text behandlar folkpartiledaren som person, barnen och familjen, och dennes arbete. Vi drar därför slutsatsen även denna text är en så kallad konkret text. I denna text framträder skribenten i princip inte alls. Skribenten håller alltså en relativt anonym nivå och därmed klassificeras texten som opersonlig. Dock framträder Leijonborg på ett relativt personligt vis. Sammanfattningsvis är texten utsmyckad, enkel, informell, konkret, och opersonlig.

De tematiska fält som tas upp i texten är Leijonborgs integritet, Leijonborgs intresse för barn, Leijonborgs som partiledare, sonen Axel, suget efter skogen, och tron på Gud.

De aktörer som tas upp i texten är Leijonborg, sonen Axel och hustrun Lotta. Det sägs egentligen inte så mycket om dem. Leijonborg, den envisa, tåliga och religiösa politikern, försöker tillbringa så mycket tid som möjligt med sonen. Hustrun Lotta, som är inte troende, sköter den mesta markservicen. Möjligen kan man utläsa en konflikt mellan Leijonborg och

de dåliga opinionssiffrorna och den svidande kritiken från journalister och partivänner, men enligt honom själv tar han inte åt sig. Ingen aktör i texten står för det onda.

3.19.3 Övrigt

Texten är något ironisk och sarkastisk emellan åt. Exempelvis så inleds texten med att berätta att Leijonborg minns sin första kyss, men han vill inte berätta om den. Men han kan däremot ställa upp i *Silicon* och besvara intima sexfrågor. I slutet av texten finns ett citat om hur han förstår sig Gud, vilket vi uppfattar som något naivt och barnligt ”en kärleksfull och förlåtande fader”.

3.20 Lars Leijonborg – Internet

Leijonborg profileras som en aktiv, initiativrik politiker med bred bakgrund.

3.20.1 Mediala sammanhang

På folkpartiets förstasida finns överst till höger en länk som käckt nog endast heter Lars. Antagligen för att skapa en mer personlig och familjär bild av partiledaren. Under denna länk hittar vi presentationen. Med tanke på hur lättillgänglig presentationen är, anser vi att folkpartiet lägger en stor vikt på att framhålla sin partiledare. I det här fallet rör det sig framförallt om fakta, men med ett visst inslag av underhållning, då det trots allt rör en partiledare.

3.20.2 Textens intentioner

Denna presentation tar upp fakta om Leijonborg, hans familj, utbildning, arbeten och hans politiska bakgrund. Intentionerna är således att informera om detta samt ge ett gott intryck av honom som person och politiker. Texten är väldigt informativ och väcker inga känslor. Det är även få adjektiv i texten, som annars hade kunnat skapa en större inlevelse.

3.20.3 Publiken

Den tänkbara publiken till texten är sannolikt de personer som är nyfikna på Leijonborg och hans bakgrund. Då texten är enkel och inte kräver några förkunskaper, tror vi att den vänder sig till en stor målgrupp, oberoende av kön, ålder eller utbildning. Det kan dock tänkas att de försöker nå potentiella väljare. Texten är inte skriven i jagform, utan kan betraktas som en presentation gjord av en vän eller kollega. Detta eftersom den skapar en känsla av att skribenten känner Leijonborg väl. Något deltagande och engagemang upplever vi inte utan texten känns snarare distanserad, då fakta följs efter fakta och kan liknas vid en meritlista .

3.20.4 Textens uppbyggnad

Presentationen bygger på information om Leijonborg, hans familj, utbildning, tidigare arbeten, men framför allt hans politiska bakgrund. Som vi tidigare nämnde kräver den inte heller några förkunskaper. Därmed ser vi ingen anledning att tro att informationen inte skulle vara trovärdig (Dahlgren, 2001).

Texten är kortfattad, enkel och konkret, då den har korta meningar och stycken och bygger på hård fakta om Leijonborg. Därmed skapar den inte heller något större patos och känns jämförelsevis opersonlig och formell. Att den inte heller skrivs i jagform bidrar även till

distans mellan läsaren och Leijonborg (Dahlgren, 2001). Texten är med andra ord enkel, konkret, rationell, opersonlig, distanserad och formell.

Då vi ser till de tematiskafälten inleds presentationen med kort fakta om Leijonborgs ålder och bostad. Vi kan sedan följa Leijonborgs politiska bakgrund fram till idag. Sedan följer ett stycke om Leijonborgs tidigare yrken samt åtgärder i yrkeslivet. Avslutningsvis tas familjemedlemmarna upp.

Leijonborg är den centrala aktören i presentationen och representerar det goda. Övriga aktörer som tas upp är hustrun Lotta Edholm och sönerna Pontus och Axel. Några konflikter kan vi inte finna i texten, då den som sagt endast bygger på fakta (Dahlgren, 2001). I texten finner vi inte heller någon retorisk infrastruktur, så som t.ex. argument och troper. Presentationen ger snarare ett intrycket att vara Leijonborgs meritlista.

3.20.5 Övrigt

Till denna presentation finns tre fotografier på Leijonborg. Den första bilden är Leijonborg i stickad polo och med ett nöjsamt leende tittande bort från kameran. I bakgrunden skimtar man kala träd som för tankarna till skogsnatur. Bild två är i svart/vitt och föreställer en ung Leijonborg, fundersamt sittande med händerna hopsatta. Slutligen visas ett fotografi i färg på Leijonborg med händerna upp över huvudet småhängande i någon balk, eller liknande. De blå skjortärmarna är ledigt upprullade och han ler glatt in mot kameran.

3.21 Jämförelse – Lars Leijonborg

Det är stor skillnad i berättandet i de två olika texterna. Internettextern är väldigt kortfattad, saklig och konkret, menad artikeln känns något mer ingående, engagerad och komplex. I artikeln profileras han genom flera mestadels positiva egenskaper, så som envis, slitstark och jämställd. Dock tas tidigare sagda mer negativa egenskaper upp som t.ex. att han saknar karisma. En stor del av reportaget rör även hans tro på Gud. Denna bit tas inte upp i Internetpresentationen. Där profileras han som en aktiv, initiativrik politiker med bred bakgrund. Självklart tas inga negativa sidor upp i Internetpresentationen.

4 Generell analys och resultat

I denna analys kommer vi att fokusera oss på en övergripande analys och jämförelse mellan de olika texterna. Vi har även för avsikt att ställa analysen i relation till den bakgrund, teorier och begrepp som vi presenterat tidigare.

4.1 Journalistik i förändring?

I teorikapitlet skrev vi om Hallin, som menar att journalistkåren, liksom andra professioner, har utvecklat en etik för "public service" och att journalisten bör vända sig till hela allmänheten och inte bara till vissa delar. Med tanke på den relativt låga abstraktionsnivån menar vi att intervjuerna vänder sig till en bredare allmänhet än vad politiska artiklar i allmänhet gör. Intervjuerna är lättförståeliga för gemene man och det krävs inga direkta förkunskaper för att förstå dessa texter. Å andra sidan så är kanske inte den här typen av intervjuer det man främst förknippar med en public serviceanda, då de snarare för våra tankar till "hemma hos reportage" som man inte vanligtvis finner i svenska dagstidningar.

Inom journalistiken finns även problemet med hur långt en journalist kan gå i rapporteringen av politiker, och andra offentliga personers, privatliv. Gränserna mellan den privata och den offentliga sfären har börjat suddats ut. Åsikten om att det privata är politiskt har växt sig allt starkare (Hallin, 2000). Detta har lett till att skillnaderna mellan de seriösa medierna och tabloidpressen inte längre är lika stora som de har varit. Vi menar att denna intervjuiserie är ett exempel på detta, då en seriös tidning publicerar intervjuer som kanske tidigare var vanligare i just tabloidpressen i form av "hemma hos reportage". Dessa reportage brukar vanligtvis fokusera på någon känd person och dennes personlighet och inte dennes arbete, oberoende om personen exempelvis är politiker eller arbetar i musikbranschen. En del forskare, exempelvis Hallin, menar att detta faktiskt kan vara en positiv utveckling då politiker ställer upp i mindre traditionella intervjuer där personen ligger i fokus och inte politiken. Den positiva effekten med detta är att politikerna interagerar med vanliga medborgare.

En konsekvens av journalisternas tidsbrist är att den undersökande och granskande journalistiken blir lidande, vilket leder till att det populära och lättillgängliga ökar eftersom det når fler människor. Vi menar att detta fall kan vara ett tecken på denna tendens då vi klassificerar dessa texter som lättillgängliga och att de även är populärt inriktade, åtminstone om man jämför med de mer traditionella politiska artiklarna. Detta har då även lett till att tidigare privata frågor är idag offentliga, vilket i sin tur leder till att gränsen mellan det politiska och icke-politiska har suddats ut (Hallin, 2000).

Två andra forskare som diskuterar journalisternas förändrade situation är Blumer och Gurevitch (2000). De menar att de politiska journalisternas status har minskat och att politiken numera måste konkurrera med det ökande utbudet av underhållning och sport, som många finner mer givande än politik. En konsekvens av detta kan då vara att man försöker skapa en "hybrid" mellan underhållning och politik för att kunna konkurrera med det övriga utbudet och de andra journalisterna.

4.2 Infotainment och politik

Infotainment är en hybrid och är en blandning mellan information och underhållningen. Många har kritiskt ifrågasatt hur denna blandning av nyheter och underhållning påverkar kvalitén på informationen. Andra förväntar sig att den nya marknadsdrivna genren kommer att ge relevant information om den värld vi lever i mer tillgänglig och förståelig för större grupper i samhället (Wieten, 2000). I och med den ökande konkurrensen i mediavärlden kan det vara lönsamt att popularisera nyheter och utveckla format i vilka information blir mer underhållande.

Vad som idag räknas som politik har blivit alltmer oklart. En av orsakerna till detta är populärkulturens inträde i politiken. Dessutom har underhållning blivit en viktig källa för publikens uppfattning om politik. En del av denna utveckling är att allt fler delar av det privata livet anses vara offentligt – exempelvis familjerelationer, sex, kön, m.m. (Blumer & Gurevich, 2000).

4.3 Politiska personval och PR

Möjligheten till personval har funnits sedan 1998, men det är först vid årets val som det väntas få genomslagskraft för första gången. Därmed satsar bland socialdemokraterna och

moderaterna hårt på kandidaternas enskilda kampanjer. Partierna har tagit fram planer för hur deras kandidater ska bli så kända som möjligt inför det kommande valet. En viktig del av detta är en effektiv lansering i medierna, för detta har de tagit fram särskilda handböcker (Sydsvenska Dagbladet 2002-02-03).

Moderaterna anser att det är viktigt att deras kandidater syns och hörs på rätt sätt. De satsar bland annat på att i gymnasieskolorna framträda inför mindre grupper, och inte inför en fullsatt aula, för att skapa en mer personlig relation. Moderaterna uppmanar också sina kandidater att ta fram rapporter om hur ”illa det är ställt i det socialdemokratiskt styrda Sverige”. Detta ser man tydligt i den intervju som SvD har gjort med Bo Lundgren, där han allt som ofta attackerar socialdemokraterna och försöker framföra Moderaternas politiska budskap, oftast i form av att framföra begreppet skatter.

Vi tror inte att man kan se detta som ett isolerat problem eller förändring och att det enbart beror på den förändrade journalistiken, eller enbart på att vi numera har personval i Sverige. Vi tror snarare att det är många olika faktorer som påverkar och bidrar till denna eventuella utveckling som vi kanske i dagens läge främst ser inom televisionen (*Sen kväll med Luuk*, etc).

4.4 Image och profil

Imagen (den bild som omvärlden har) och profilen (den bild som man vill sända ut) stämmer relativt bra överens, i dessa fall, då vi talar om de kvinnliga partiledarna. Utifrån de texter som vi valt att analysera så förmedlas publiken ungefär samma typ av känsla inför dessa personer. Vidare stämmer den förmedlade informationen hyfsat bra överens mellan de olika texterna (Falkheimer, 2001). I fallet Göran Persson anser vi oss egentligen inte kunna säga så mycket om image och profil, då Persson tycks tala för Socialdemokraterna och inte för sig själv. I texten görs inte heller någon direkt personlig profilering.

I avseende Alf Svensson så anser vi, i detta fall, att image och profil stämde väldigt bra överens. Även angående Bo Lundgren stämde image och profil bra överens. Liksom med Svensson var det samma typ av information om personen som förmedlades. Huvudteman i båda texterna var dels skatter, dels kritik mot Göran Persson och socialdemokraterna. Beträffande Lars Leijonborg, anser vi att image och profil stämmer överens till viss del. Dock profileras han något mer positivt i den egna presentationen, då SvD emellanåt hade en något ironisk ton. Vidare tar SvD även upp Leijonborgs ”tidigare” image, där han bland annat anses saknar karisma. Detta gör att man som läsare får en något tvetydig bild av Leijonborg.

Svenska Dagbladets intervjuer tror vi att en del av de skillnader som vi ser i texterna kan bero på att en rad olika faktorer. Intervjuerna har inte utförts av samma journalist, vilket kan påverka ”utfallet”. En del av intervjuerna har skett i hemmet, medan andra intervjuer har ägt rum på offentliga platser, exempelvis restaurang och café. Detta tror vi kan bidra till att intervjuerna får en annan prägel och intervjupersonerna kanske inte heller känner sig lika ”bekväma” i denna miljö. Det finns exempelvis störande moment i omgivningen, såsom andra restauranggäster som kan tänkas känna igen dessa välkända ansikten. I intervjun med Leijonborg är det även uttalat att intervjun blev avbruten av en annan cafégäst, som vill fotografera sin baby i Leijonborgs knä.

4.5 Politik och könsstereotyper

Män och kvinnor anses av vissa lämpade för olika politiska sakområden. De manliga politikerna är ofta relaterade till ”hårda” områden, så som utrikespolitik, försvar och ekonomi, medan de kvinnliga politikerna ofta förknippas med ”mjuka” områden, till exempel välfärd, utbildning, miljö och hälsovård. Detta ser vi ett tydligt exempel på i Bo Lundgren som, så ofta han får chansen, tycks använda begreppet skatter. Vilket kan anses vara könsstereotypiskt manligt.

Däremot tycker vi att Maud Olofsson bryter denna trend något då hon talar om statsministerposten, som hon anser vara lockande. Statsministerposten kan väl anses vara den ”ultimata chefsposten” för en politiker och känns i våra öron stereotypiskt manligt och inte kvinnligt, då kvinnor anses besitta mindre ledarskapsförmåga. Däremot anser vi att de båda kvinnliga partiledarna lever upp till att, stereotypiskt, vara mer varma, empatiska och expressiva än de manliga partiledarna (Carlson, 2000).

Beträffande intervjuerna kan man fråga sig *vem* det är som eventuellt plockar fram dessa könsstereotyper. Partiledaren kan ju själv framställa sig efter vissa könsstereotypiska mönster. Journalisten, å sin sida, kan välja frågor och vinkling på intervjun som stämmer in på stereotyperna. Som journalist kanske man, medvetet eller omedvetet, intervjuer män och kvinnor på olika sätt. Journalisten kanske väljer helt andra typer av frågor när han/hon intervjuar en kvinna, än när han/hon intervjuar en man.

4.6 Förändringar i medievärlden?

Tidigare har personligheternas roll tonas ner och partierna har ofta talat om ”vi” och inte ”jag”. När personvalen fördes in i svensk politik, fick även den enskilda individen en mer central roll. Detta framträder i en del av de texter vi analyserat, då flera av partiledarna talade om ”jag” och inte ”vi”. Exempelvis talade Bo Lundgren mycket om sina personliga åsikter, medan Göran Persson talade relativt mycket om ”vi”, dvs. socialdemokraternas åsikter. Vidare har det gemensamma målet för de enskilda partierna genomgående framställts som viktigare än de enskilda politikerna. Schymans Internetpresentation bryter dock mot denna tradition då hennes personliga mål och politiska metoder beskrivs, men man nämner inget om partiets gemensamma mål. Perssons presentation å andra sidan håller kvar vid de ”gamla” traditionerna där det är partiets gemensamma mål som framförs (Åsard, 1996).

5. Avslutning

Eftersom vi gjort en fallstudie kan vi inte uttala oss om huruvida det verkligen sker en bredare generell förändring då det gäller förhållandet mellan medierna och politiken. I vissa av de fall vi analyserat ser vi en förändring, medan andra fall tycks vara oförändrade.

Huruvida det ovan beskrivna bara är en tillfällig trend eller en bestående utveckling är svårt att säga. I princip ser vi tre möjliga utvecklingar. Dels kan utvecklingen gå tillbaka då man värnar om den privata sfären, dels kan utvecklingen stagnera. Dels kan den rådande situationen utvecklas och ett ömsesidigt ”utnyttjande” av politiker och media fortsätta. Personligen tror vi att mycket beror på personvalets framgångar i det kommande valet. Om personvalet får en större genomslagskraft då många väljare väljer att utnyttja denna möjlighet,

så kanske detta inte bara är en tillfällig trend, utan ett fenomen som kommer att utvecklas med tiden. Om personvalet å andra sidan inte får den genomslagskraft som många tror och kanske hoppas på, så finns möjligheten att det bara är en tillfällig trend som inte passar in i den svenska politiska kulturen.

Referenslitteratur

Blumer, J.G, Gurevitch, M (2000) *Rethinking the Study of Political Communication*. I Curran, J, Gurevitch, M (2000). *Mass Media and Society*. Tredje upplagan. London: Arnold

Curran, J, Gurevitch, M (2000) *Mass Media and Society*. Tredje upplagan. London: Arnold

Carlson, T (2000) *Partier och kandidater på väljarmarknaden*. Åbo: Åbo akademis förlag

Dahlgren, P (2001) *Vad säger medierna och vad betyder de?* I Jarlbro, Gunilla (2001). *Vilken metod är bäst – ingen eller alla?* Lund: Studentlitteratur.

Deacon, D, Pickering, M, Golding, M, Murdock, G. (1999) *Researching Communications. A Practical guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. London: Arnold.

Falkheimer, J (2001) *Medier och kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.

Hadenius, S. & Weibull, L. (1999) *Massmedier*. Falun: Bonniers förlag.

Hallin, C.D (2000) *Commercialism and Professionalism in the American News Media*. I Curran, J, Gurevitch, M (2000) *Mass Media and Society*. Tredje upplagan. London: Arnold

Hellspong, L, Ledin, P (1997) *Vägar genom texten*. Lund: Studentlitteratur.

Hellspong, L (2001) *Metoder för brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Jarlbro, G (2001) *Vilken metod är bäst – ingen eller alla?* Lund: Studentlitteratur.

Nord, Lars (1997) *Spelet om opinionen – möten mellan makthavare, medier och medborgare*. Lund: Studentlitteratur.

Strömbäck, Jesper (2000) *Makt och medier – en bok om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Lund: Studentlitteratur.

Wieten, J, Murdock, G, Dahlgren, P (2000). *Television across Europe*. London: SAGE Publications.

Åkerström, M (1999) *Internet och demokratin*. Lund: Serviceenheten, Sociologiska institutionen.

Åsard, E (1996) *Makten, medierna och myterna*. Malmö: Daleke Grafiska AB

Tidningar och magasin

Månadsjournalen (mars 2001).

Sydsvenska Dagbladet (2002-02-03)

Svenska Dagbladet (2002-03-30)

Svenska Dagbladet (2002-04-06)

Svenska Dagbladet (2002-04-13)

Svenska Dagbladet (2002-04-20)

Svenska Dagbladet (2002-04-27)

Svenska Dagbladet (2002-05-04)

Internet

Hjertén, Lars (2002-04-21)

<http://www.riksdagen.se/debatt/9899/motioner/k/k204.asp>

Leijonborg, Lars (2002-04-10)

<http://www.folkpartiet.se/fp/lars.shtml>

Lundgren, Bo (2002-04-10)

<http://www.moderat.se/index.asp?mainid=4&subid=64>

Olofsson, Maud (2002-04-10)

http://www.centerpartiet.se/templates/InfosidaLocal____10796.asp

Persson, Göran (2002-04-10)

<http://www.statsradsberedningen.regeringen.se/persson/personligt.htm>

Schyman, Gudrun (2002-04-10)

<http://www.vansterpartiet.se/vp.cs>

Svenska Dagbladet (020421)

http://www.svd.se/dynamisk/OmSvD/did_2132106.asp

http://www.svd.se/dynamisk/OmSvD/did_2132071.asp

Svensson, Alf (2002-04-10)

http://www.kristdemokrat.se/article.asp?Article_Id=574

