

Kurskod: SKDK11 & SKOK11
Termin: Vårterminen 2020
Handledare: Asta Cepaite Nilsson
Examinator: Scott Burnett

Politik under personliga omständigheter

En kvalitativ studie av narrativen i partiledaren Ebba Buschs videobloggar

JOACIM BÖRJESSON & LISA-MARI GARDELIUS

Lunds universitet
Institutionen för strategisk kommunikation
Examensarbete för kandidatexamen



Vi vill rikta ett stort tack

till Institutionen för strategisk kommunikation vid Lunds universitet, vår handledningsgrupp och framförallt vår eminenta handledare Asta Cepaite Nilsson som väglett och stöttat oss under hela arbetets gång. Vi vill även understryka att denna uppsats har utformats till lika stor del av båda författarna och att det har varit ett sant nöje att arbeta tillsammans.

Abstract

Politics under personal circumstances

This study examines the personalization of politics and aims to investigate how personal and political narratives are constructed and related to each other on a politician's own communication channel. Previous research has tended to disregard these channels and mainly focused on personalization from a news media perspective. Whilst there is a lack of consensus regarding the spread of personalization, there is also a perception that social media is driving the phenomenon. Therefore, this study analyzes the Swedish party leader Ebba Busch's video blogging. Through a social-semiotic and narrative analysis, the results of the study show that Busch's vlogging constructs a favorable image of her as a person and politician. It can be concluded that personal themes are dominant in the vlogs, which proves how politics on a politician's social channel is personalized. Furthermore, the study shows that the mixing of political and personal narratives can be seen as a strategy for reaching out to less politically interested groups with political messages. This can be understood as a way to encourage a trivialized understanding of political issues but could also be seen as a progressive adaptation to the media landscape and the society's changing expectations of politicians. The study exemplifies how political communication is constructed on a platform where personal content is favored. In addition, the platform has not ever been used by a Swedish party leader before. Thus, the study deepens the knowledge of contemporary political communication and contributes to the research field of strategic communication and digital media.

Keywords: *personalization, political communication, personal narratives, political narratives, social semiotic, narrative analysis, social media, video blogs*

Number of characters including spaces: 91 513

Sammanfattning

Politik under personliga omständigheter

Denna studie undersöker personalisering av politik och syftar till att åskådliggöra hur personliga och politiska berättelser konstrueras och förhåller sig till varandra på en samtida politikers egen kommunikationskanal. Tidigare forskning har tenderat att bortse från dessa kanaler och har främst fokuserat på personalisering av politik utifrån ett nyhetsmediaperspektiv. Det råder en brist på konsensus gällande personaliseringens utbredning, samtidigt som det finns en uppfattning om att sociala medier driver fenomenet. Denna studie analyserar därför partiledaren Ebba Buschs videobloggande, vilket görs genom en socialsemiotisk och narrativ analys. Studiens resultat visar att Busch konstruerar en fördelaktig bild av sig själv som person och politiker. Det kan konstateras att personliga teman är dominerande i vloggarna, vilket kan ses som ett bevis på hur politik på en politikers egen sociala kanal är tydligt personaliserad. Vidare påvisar studien att blandandet av politiska och personliga berättelser kan ses som en strategi för att nå ut med politiska budskap till mindre politiskt intresserade grupper. Detta kan vidare uppmuntra till en yttlig förståelse av politiska frågor, men kan också ses som en progressiv anpassning till medielandskapet och samhällets förändrade krav på politiker. Studien exemplifierar hur politisk kommunikation konstrueras på en plattform där personligt innehåll gynnas - och som dessutom tidigare inte har använts av en svensk partiledare. Således tillför studien nya insikter om modern politisk kommunikation och bidrar därför till forskningsfältet strategisk kommunikation och digitala medier.

***Nyckelord:** personalisering, politisk kommunikation, personliga berättelser, politiska berättelser, socialsemiotik, narrativ analys, sociala medier, videoblogg*

***Antal tecken inklusive blanksteg:** 91 513*

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund och problemformulering	1
1.2 Syfte och frågeställningar	4
1.3 Avgränsingar	4
2. Tidigare forskning	5
2.1 Politisk kommunikation och sociala medier	5
2.2 Gränslös och porös politik	7
2.3 Personalisering av politik	8
3. Teoretisk referensam	11
3.1 Narrativ och berättelser	11
3.1.1 Politiska berättelser	12
3.1.2 Livsberättelser och personliga berättelser	12
3.2 Socialsemiotik	13
4. Metod	15
4.1 Vetenskapsteoretisk anasats	15
4.2 Metodval	16
4.3 Urval och begränsningar	17
4.4 Analysmetod	17
4.4.1 Analytiskt tillvägagångssätt	19
4.5 Metodreflektion	20
5. Analys	22
5.1 Tematisk analys	22
5.1.1 Politiska ställningstaganden	22
5.1.2 Personen Ebba	28
5.1.3 Sammanfattning av tematisk analys	36
5.2 Performativ analys	36

5.2.1 Berättelsernas kontext.....	37
5.2.2 Berättelsernas syfte	38
6. Diskussion och slutsatser	43
6.1 Förslag på framtida forskning.....	45
Referenser	46

1. Inledning

I följande avsnitt presenteras en introduktion till personalisering av politik. Fenomenet problematiseras och forskningsbrister identifieras. Därefter presenteras studiens syfte och frågeställningar följt av en redogörelse för studiens avgränsningar.

1.1 Bakgrund och problemformulering

Personalisering av politik anses vara en central utveckling i moderna demokratier (Bjerling, 2012). Att politik har blivit personaliserad innebär att fokus i allt högre grad riktas mot den enskilda politikern och dennes personliga drag på bekostnad av partiets, frågors och institutioners uppmärksamhet (Van Aelst, Sheaffer & Stanyer, 2011). Fenomenet i sig är inte nytt - i valkampanjer har fokus på partiledaren alltid varit viktigt (Bjerling, 2012). Det finns dock en allmän uppfattning om att personalisering av politiker har ökat i samband med uppkomsten av sociala medier eftersom dessa plattformar är konstruerade på ett sätt där personligt innehåll gynnas. Politiker får därmed tillgång till en plattform där de kan publicera personliga kampanjer och konstruera en bild av sig själva där deras individuella egenskaper kan betonas (Enli & Skogerbo, 2013; Ekman & Widholm, 2017; Kruike-meier, Van Noort, Vliengenthart & de Vreese, 2013).

Richards (2007) beskriver en liknande utveckling som han kallar en *emotionalisering* av samhället. Populärkulturen, som enligt Richards (2007) väsentligen handlar om att känna, har genomsyrat samhället på alla nivåer vilket gör att vi numera "söker efter vissa emotionella upplevelser av politik som vi tidigare inte har gjort" (Richards, 2004, s. 340). Kramer (2013) påstår att denna personalisering och emotionalisering av samhället har bidragit till en minskad kvalitet på den politiska diskursen eftersom fokus på känslor och underhållning gör att politiken i sig hamnar ur fokus. På liknande sätt menar Street (2001) att det dominerande formatet *politik som underhållning*, med fokus på karaktärer och

intriger, uppmuntrar en ytlig förståelse av politiska frågor vilket leder till att ”politiska argument blir trivialiserade; framställningen blir viktigare än verkligheten, personlighet väger mer än politiken i sig, och det ytliga mer än det djupa” (s. 185).

Samtidigt är stora delar av denna utveckling inbyggda i det rådande medielandskapet och därför svåra att påverka. Politiken har alltid influerats av och behövt anpassas till medielandskapet, men på sistone har denna politiska medialisering intensifierats (Strömbäck, 2011). Medialiseringen innebär att politiska aktörer måste anpassa sig efter massmedias arbetssätt, vilket i dagens fragmenterade medielandskap inte längre är dominerat av professionell nyhetsjournalism utan i hög grad av digitala och sociala medier. Den ökade vikten av digitala kanaler i politikens identitetsskapande har fått deras mediestrategier att likna “underhållnings-kändisars”, vilket Ekman och Widholm (2017) menar är ett exempel på hur medialiseringen har intensifierats tillsammans med personaliseringen och behovet att anpassa sig efter plattformar och format.

Personaliseringen och samhällets ökade behov av emotionella upplevelser har således förändrat förutsättningarna för politiker på ett grundläggande sätt. För att kunna bibehålla politisk makt måste politiska aktörer nu bemöta medborgare på ett mer personligt och emotionellt vis än tidigare (Bjerling, 2012). Enligt Bjerling (2012) finns det en pågående paradox där medborgare upplever en längre distans mellan sig själva och politiker i och med att de i media porträtteras likt kändisar, samtidigt som det finns ett ökat behov hos medborgare att politiker agerar och är som medborgarna själva. Av denna anledning finns det goda skäl för politiker att porträttera en aura av *ordinariness*, det vill säga en aura av att vara som vanliga medborgare. Politiker kommer alltid försöka utnyttja tillgängliga resurser på ett så effektivt sätt som möjligt för att uppnå politiska mål. Bjerling (2012) menar att personlighet och intimitet i allt högre utsträckning räknas som sådana resurser och att sociala medier ger helt nya förutsättningar för att skörda dessa. Politiker får numera möjlighet att konstruera sina egna politiska berättelser och i tider där personligt innehåll gynnas blir det intressant att studera hur de väljer att integrera politiska berättelser med personliga berättelser. Samtidigt som dessa medier ger politikerna möjlighet att möta medborgares krav på öppenhet och framstå som genuina, menar Brady, Wills, Burkart, Jost och Van Bavel (2018) att politiska budskap lätt kan i förkläs i denna typ av personligt innehåll.

Med det sagt är det intressant att studera vad politiker kan tänkas ha för strategiska syften med sin närvaro på dessa personliga plattformar.

Politikers ökade användande av sociala medier kunde ses tydligt under det svenska riksdagsvalet 2018 då samtliga partiledare i Sverige blev allt mer aktiva (Bäck, Bäck, Fredén & Gustafsson, 2018). Hittills har främst Instagram, Facebook och Twitter använts av svenska partiledare, men nyligen blev Kristdemokraternas partiledare Ebba Busch den första att videoblogga, förkortat vlogga, på en egen YouTube-kanal (Busch, 2020a; 2020b). Papacharissi (2010) menar att YouTube är ett tydligt exempel på hur nya digitala plattformar utmanar vad som traditionellt setts som privat respektive offentligt utrymme. Bloggar och vloggar frodas i skenet av personaliseringen och är ett resultat av en narcissistisk kultur, där innehåll görs av individers vardagsliv utan syfte att egentligen tillföra något för “the public good” (Papacharissi, 2010). Enligt Ekman och Widholm (2017) är det inte en fråga om huruvida personalisering förekommer på dessa typer av plattformar, utan snarare i vilken utsträckning.

I och med att sociala medier flyttar uppmärksamheten till personliga aspekter av politiker, menar Ekman och Widholm (2017) att det är intressant att undersöka hur politiska budskap blandas med personligt innehåll genom politikerns användande av sociala medier. Fenomenet personalisering inom politisk kommunikation är idag ett vedertaget begrepp, däremot finns det brist på konsensus gällande hur utbrett fenomenet är (Rahat & Sheaffer, 2007). Därför finns det ett uttryckt behov att studera fenomenet vidare, särskilt med fokus på de politiska aktörerna (Rahat & Sheaffer, 2007; Strömbäck, 2014; Bjerling, 2012). Vidare belyser Surdiazis och Eriyanto (2018) behovet av att undersöka modern politisk kommunikation på ett multimodalt sätt. Det innebär att studera samspelet mellan exempelvis bild, ljud och text, vilket utmärker moderna kommunikationskanaler (Siefkes, 2015). Dessutom efterfrågar Ekman och Widholm (2017) ytterligare forskning av just de visuella delarna av politikerns egna kommunikationskanaler, vilket även Bjerling (2012) menar är ett utforskat område i relation till fenomenet personalisering.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att studera modern politisk kommunikation utifrån begreppet personalisering. Genom att studera partiledaren Ebba Buschs videobloggande syftar studien mer konkret till att åskådliggöra hur personliga och politiska berättelser utformas och förhåller sig till varandra. För att möta studiens syfte ämnar vi att besvara följande två frågeställningar:

- *Hur används semiotiska resurser i Buschs vloggar för att konstruera berättelser?*
- *Hur samverkar personliga och politiska berättelser i Buschs vloggar för att uppnå olika syften?*

1.3 Avgränsningar

Denna studie har genomförts inom forskningsfältet strategisk kommunikation och digitala medier. Studien är därmed avgränsad från fördjupad kunskap för andra vetenskapsområden som hade kunnat ge en annan synvinkel. Vidare är studien avgränsad till resultat som kan uppnås genom en semiotisk och narrativ analys. Att använda en annan analysmetod, såsom diskursanalys eller retorisk analys, hade kunnat lyfta andra aspekter av modern politisk onlinekommunikation. Inom ramen för studiens tidsomfång och ämnesfält har uppsatsen vidare avgränsats till den sociala plattformen YouTube och formatet vlogg. Mer specifikt har studien avgränsats till att studera partiledaren Ebba Buschs vloggar och hur de används för att konstruera politiska och personliga berättelser. Eftersom detta är första gången en svensk partiledare producerar vloggar på en egen YouTube-kanal har materialet stor chans att berätta något nytt om hur politisk kommunikation kan förstås i dagens medielandskap.

2. Tidigare forskning

I detta avsnitt presenteras tidigare forskning inom politisk kommunikation och sociala medier, gränslös och porös politik, samt personalisering av politiker. Denna forskningsöversikt är relevant för studien eftersom den fördjupar och diskuterar det identifierade problemområdet som presenterades i avsnitt 1.

2.1 Politisk kommunikation och sociala medier

Inom den politiska världen har internet i allmänhet, och nyligen sociala medier i synnerhet, blivit en åtgärd för det tidigare upplevda avståndet mellan politiker och medborgare (Karlsson & Åström, 2018). Kommunikation via bloggar, sociala medier och elektroniska deltagande processer (såsom livesändningar och chattforum) har ökat både i kvantitet och betydelse inom den politiska världen. Sociala medier har hjälpt politiker att hantera tidigare problem med geografiskt avstånd och tidseffektivitet i kommunikationen, och möjliggör således en decentraliserad kommunikation med medborgarna. Karlsson och Åström (2018) menar att denna utveckling har resulterat i en ny förväntan av öppenhet från politikernas sida. Sociala medier har nämligen gjort det möjligt för politiker att upprätthålla en interaktiv dialog med väljarna där de kan utbyta perspektiv, idéer och politiska synpunkter. Interaktiv kommunikation kan även uppmuntra till anknytning mellan parterna och på så sätt främja förtroende och en känsla av att vara representerad hos medborgarna (Coleman & Blumler, 2009).

På liknande sätt förklarar Karlsson och Åström (2018) att väljare även föredrar att det finns en känsla av igenkänning i politikernas onlinekommunikation. Himmelboim, Lariscy, Tinkham och Sweetser (2012) understryker hur kravet på transparens, öppenhet och tillit är lättare att bemöta genom sociala medier än fysisk interaktion, vilket politiker kan använda till sin fördel. På liknande sätt visar Brady et al.:s (2018) forskning att politikernas användande av moraliskt och känslomässigt språkbruk på sociala medier gör att

väljare i större utsträckning tar till sig budskap. Dessutom har det känslomässiga språkbruket visat sig vara starkt relaterat till ökade interaktioner. Samtidigt som sociala medier gör det enklare för politiker att förmedla känslor och därmed uppfattas som genuina, understryker Brady et al. (2018) hur denna typ av innehåll lätt kan förkläs i underliggande politiska budskap som nödvändigtvis inte är uppenbara för betraktaren.

Vidare diskuterar Enli och Rosenberg (2018) i vilken utsträckning väljare uppfattar politiker som ärliga i olika medier och kommunikationsformer. Deras studie visade att väljare betraktar politiker som ärligare i sociala medier jämfört med traditionella medier. Enli och Rosenberg (2018) menar att en anledning till detta är att sociala medier kan klassificeras som användargenererat då innehållet inte produceras av yrkesprofessionella medieproducenter utan av individer eller grupper. Trots att många politiker använder sig av rådgivare och kommunikatörer för innehållet på sina sociala mediekonton, kan innehållet ändå ge ett intryck av att vara producerat av politikerna själva. Till skillnad från medier såsom nyhetsintervjuer och talkshows ger sociala medier dessutom politikerna mer kontroll över vinkeln, inramningen och retoriken. Exempelvis är en nyhetsintervju mer konfronterande eftersom journalisterna ofta ställer kritiska frågor som politikerna måste försvara sig mot vilket kan få dem att verka oärliga. En annan möjlig förklaring är att sociala medier är en typ av nätverkskommunikation där användarna själva bidrar till inläggens trovärdighet genom feedback och kommentarer. Människor tenderar att lita på sina vänner och släktingar och därmed också deras onlinenätverk (Enli & Rosenberg, 2018).

Enli och Rosenbergs (2018) studie bekräftar hur sociala medier har blivit en kraftfull kanal för politiker eftersom de numera får möjlighet att kontrollera hur innehållet ramas in och presenteras. På så sätt kan politiker skapa en trovärdig och genuin bild av sig själva, samtidigt som de strategiskt kan förmedla underliggande politiska budskap till betraktarna (Brady et al., 2018). Detta kan även bekräftas av Guðmundssons och Sverrissons (2019), Dobkiewicz (2019) samt Pauls och Perreaults (2018) studier som alla konstaterar att sociala medier har blivit ett effektivt verktyg för politiker att porträttera önskvärda berättelser och därigenom även påverka attityder. Studierna var eniga om att politikernas inlägg på sociala medier var strategiska eftersom de återspeglade diskursiva teman som ansågs gå i linje med stereotypiska föreställningar och framgångsrika, maktfulla politiker

(Dobkiewicz, 2019; Paul & Perreault, 2018). Vidare underströk forskarna hur sociala medier kan ses som ett tillvägagångssätt för politiker att “förklä” strategiska budskap i dessa till synes “oskyldiga” inlägg tack vare mediets personliga karaktär (Dobkiewicz, 2019). På liknande sätt konstaterade Surdiasis och Eriyanto (2018) att sociala medier är effektiva för att bygga politiska berättelser vilket i sin tur kan stärka politikernas legitimitet. Med det sagt kan det antas föreligga ett stort intresse för politiker att använda sig av sociala medier för att porträttera sig själva och sin politik.

Sammanfattningsvis finns det en hel del tidigare forskning som diskuterar framväxten av politisk kommunikation på sociala medier. Det kan konstateras att sociala medier har blivit en trovärdig kanal för politisk kommunikation i jämförelse med andra medier (Enli & Rosenberg, 2018), vilket skapar en anledning att tro att politiker kan använda sitt inflytande via sociala medier för att forma politiska attityder hos allmänheten (Brady et al., 2018). Trots dessa insikter understryker ett flertal studier att det ännu råder en begränsad kunskap kring de processer som gör vissa politiker mer inflytelserika än andra när det gäller kommunikation via sociala medier (Brady et al., 2018; Karlsson & Åström, 2018; Guðmundsson & Sverrisson, 2019).

2.2 Gränslös och porös politik

Blumler och Gurevitch (2005) menar att den digitala utvecklingen av medielandskapet har förändrat hur man bör se på politisk kommunikation på ett fundamentalt sätt. De presenterar konceptet *porös politik* som skildrar hur populärkultur introducerats i politiken, genom talkshow-TV, politisk underhållning online och andra format där politik närmar sig områden de tidigare uteslutit sig från. Enli och Rosenberg (2018) menar att politikernas ökade närvaro i sådana områden har inneburit att de utvecklat roller som *kändispolitiker*, där de kan agera mer informellt och dela med sig av privata historier med målet att tilltala medborgare som är mindre politiskt intresserade. Centralt för porös politik menar Blumler och Gurevitch (2005) vara att politiska diskussioner blir mer fragmenterade, där politiker i allt högre grad bedöms på personliga aspekter, såsom socialt liv, sexualitet och familjerelationer.

Vidare skiljer Blumler och Gurevitch (2005) på *gränslös politik* och *begränsad politik*. I gränslös politik kan praktiskt sett allt inkluderas i politisk diskurs, inte minst underhållning, medan begränsad politik tar plats genom konventionella statliga institutioner och nyhetsmedier. Ekman och Widholm (2017) menar att både porös och gränslös politik är kärnelement inom politisk kommunikation online. Även i kanaler där politikerna själva är ansvariga för konstruktionen av olika budskap kommer därför dessa element ständigt vara närvarande.

2.3 Personalisering av politik

Som tidigare nämnt kan personalisering av politik ses som en central utveckling i moderna demokratier (Bjerling, 2012). Vidare kan personalisering studeras och förstås utifrån tre perspektiv; väljarna, media och de politiska aktörerna. Mer konkret innebär detta att personalisering kan undersökas antingen genom att se huruvida väljare i allt högre grad röstar baserat på politikernas personliga egenskaper; huruvida media fokuserar allt mer på den enskilda politikern snarare än partier och institutioner, eller slutligen; om de politiska aktörerna kommunicerar sig själva och sina personlighetsdrag istället för partiet och dess ideologier (Rahat & Sheaffer, 2007). Det finns ett relativt brett utbud av tidigare forskning om personalisering av politik utifrån mediaperspektivet, men desto mindre från politiska aktörers synvinkel (Rahat & Sheaffer, 2007; Hermans & Vergeer, 2012).

Några exempel på studier som har utforskat personalisering av politik utifrån mediaperspektivet är Langer (2010) samt Reinemann och Wilke (2007). Langer (2010) studerade mediabevakning av de brittiska premiärministrarna och fann ett ökat fokus på ministrarnas personliga egenskaper och karaktärsdrag, ökat fokus på ledarskap, och slutligen en ökad synlighet av dem i allmänhet kontra partierna. Reinemann och Wilke (2007) studerade mediebevakningen inför presidentvalet i Tyskland och fann att kandidaternas personliga framförande och utseende var betydligt mer avgörande än tidigare.

Det finns emellertid exempel på studier som presenterar mer blandade resultat av utbredningen av personalisering inom politik. Exempelvis har Bjerling (2012) genomfört en omfattande studie om personalisering i ett svenskt nyhetsmediesammanhang beträffande samtliga valkampanjer från 1979 till 2010. Studien visade att det inte råkade någon större skillnad gällande hur ofta partiledare nämndes i nyhetsmedierna, däremot har partiledarnas personliga egenskaper och karaktärsdrag betonats i allt större utsträckning på sistone. Bjerling (2012) konkretiserar detta i en analytisk modell som skildrar tre dimensioner av personalisering; personifiering, orientering mot persona och intimisering. Personifiering handlar om den enskilde politikern i allt högre grad får representera hela partiet, vilket är en utveckling som inte kunde påvisas i Bjerlings (2012) resultat. Orientering mot persona innebär däremot ökad uppmärksamhet på politikerns inre karaktärsdrag och egenskaper medan intimisering innebär ökad uppmärksamhet på politikerns yttre attribut såsom utseende, kläder, fritidsaktiviteter och intressen. Med andra ord visar studiens fynd att just dessa två sistnämnda dimensioner, orientering mot persona och intimisering, har börjat spela allt större roll i svenska mediasammanhang, vilket pekar på en trend mot mer *personlighetsbaserad politik* (Bjerling, 2012).

Två studier som istället ifrågasätter ökningen av personalisering inom politik är Kriesis (2011) samt Asp och Johanssons (1999). Kriesi (2011) studerade mediebevakningen inför riksdagsval i sex europeiska länder och fann att det varken förekom en generell trend mot ökad personalisering i mediebevakningen av valkampanjer eller en trend mot ökad koncentration av mediebevakningen av politiska ledare. Asp och Johansson (1999) hittade liknande resultat och avvisar därför ökningen av personalisering av politiker i ett svenskt sammanhang.

Med andra ord är resultaten från tidigare studier inom personalisering av politik utifrån nyhetsmediaperspektivet blandade, vilket både Rahat och Sheaffer (2007) samt Strömbäck (2014) förklarar kan bero på att olika forskare definierar personalisering på olika sätt. Dessutom saknas ett enhetligt tillvägagångssätt för att studera fenomenet. Därtill menar Bjerling (2012) att få studier har undersökt ”den mjukare sidan av konceptet” (s.75), med fokus på personliga egenskaper och attribut, utan istället fokuserat på frågan om politiker som enskilda aktörer har ökat i mediasammanhang över tid. Dessutom har tidigare forskning tenderat att

bortse från vikten av visuella uttryck inom fenomenet personalisering (Bjerling, 2012).

Samtidigt finns det en allmän uppfattning om att personalisering av politiker har ökat i samband med uppkomsten av sociala medier eftersom dessa plattformar är konstruerade på ett sätt där personligt innehåll gynnas (Enli & Skogerbo, 2013). Bjerling (2012) menar även att ökningen telekommunikation har gjort det möjligt för politiker att ha mer personliga relationer med sin publik. I enlighet med tidigare forskning inom politisk kommunikation och sociala medier (se avsnitt 2.1) finns det ett intresse och behov att studera personalisering av politik på nya, tidigare utforskade sociala medieplattformar (Brady et al., 2018; Karlsson & Åström, 2018).

Sammanfattningsvis har mycket tidigare forskning inom personalisering av politik utgått från nyhetsmedias perspektiv och inte hur politiker själva konstruerar fenomenet (Bjerling, 2012; Hermans & Vergeer, 2012). I de nämnda studierna har resultaten varit blandade, vilket skulle kunna bekräfta bristen på konsensus inom personalisering. Med det sagt finns det ett uttryckt behov att studera fenomenet vidare, särskilt med fokus på de politiska aktörerna (Rahat & Sheaffer, 2007; Strömbäck, 2014; Bjerling, 2012). Vidare finns det empiriska bevis som menar att sociala medier driver personalisering (Brady et al., 2018; Karlsson & Åström, 2018), vilket motiverar att studera fenomenet från en tidigare utforskad social medieplattform.

3. Teoretisk referensram

Iföljande avsnitt introduceras relevanta teorier inom narrativ och berättelser som senare kommer tillämpas i studiens analys. Den teoretiska referensramen presenterar även teoribildning inom socialsemiotik.

3.1 Narrativ och berättelser

Narrativ och berättelser har blivit mycket populära koncept inom humaniora-och samhällsvetenskaplig forskning på grund av en växande övertygelse om att människor har en naturlig tendens att tänka i berättande form (Shenhav, 2006). Grunden för detta antagande kan hittas i psykologisk forskning med syfte att studera hur människor tänker, förstår, föreställer sig och genomför moraliska beslut med hjälp av berättande strukturer. Denna logik har också tillämpats på den kollektiva nivån av mänskligt beteende, vilket har lett till erkännande av berättelsens viktiga roll i att forma och uttrycka politiska identiteter, perspektiv och ideologier (Shenhav, 2006).

Berättelser uppstår när en talare gör händelser betydelsefulla för en viss poäng som framförs till åhörare genom att knyta ihop olika händelserna till ett förlopp (Rennstam & Wästerfors, 2015). De används bland annat för att konstruera mening och övertyga andra och sig själv. Vidare befäster berättelser identiteter och uppfattningar genom att berättaren drar in lyssnaren i en framberättad värld för att få denne att begripa en erfarenhet eller världsbild. Ur ett performativt perspektiv ses berättelser som sociala skapelser utformade för utvalda publik. I detta perspektiv uppmärksammas därför när, för vem och varför en berättelse formuleras. Från teoretiseringen kring berättelser och narrativ kan analytiska begrepp, så som tema och struktur, användas för att skapa förståelse för hur någon konstruerar sin berättelse (Rennstam & Wästerfors, 2015).

En av berättelsens definierade beståndsdelar är att den alltid är en produkt av ett specifikt perspektiv. Även om en berättelse berättas precis och så verklighetstroget som möjligt inkluderar berättandet att just vissa händelser väljs ut. Vid en given tidpunkt pågår ett oräkneligt antal händelser samtidigt, vilket gör att en berättare alltid antar ett subjektivt perspektiv vid skapandet av en berättelse (Shenhav, 2006).

3.1.1 Politiska berättelser

Politiska diskurser har i allmänhet påvisats förlita sig till stor del på narrativa mönster. Berättande har länge varit centralt för politiker som effektiva medel att forma och vidhålla världsbilder och förenkla komplexa situationer till greppbara händelsekedjor. Att lyckas förmedla bra historier och trovärdiga återberättelser av händelser är centralt för politiker och just därför har narrativet fått en bärande funktion i den politiska diskursen (Shenhav, 2006).

Utöver komplexiteten i att definiera begreppet berättelse menar Shenhav (2006) att det finns en extra utmaning med definitionen av politik. Han skiljer vidare på *formell politisk berättelse* och *informell politisk berättelse*. Som formell politisk berättelse räknas berättelser som är skapta inom ett officiellt politiskt forum såsom ett partimöte, en politisk demonstration, samt narrativ formulerade av politiker eller andra offentliga representanter i sina uppdrag eller plikter. Den informella politiska berättelsen har en bredare omfattning och berör berättande som inkluderar ämnen och teman som vi skulle definiera som ”politiska”, men som framträder i icke-politiska sammanhang (Shenhav, 2006).

3.1.2 Livsberättelser och personliga berättelser

Inom narrativ terminologi används begreppet *livsberättelser* för de berättelser som en person berättar om sitt liv eller rättare sagt utvalda delar av sitt liv (Johansson, 2005). Forskningen som använder sig av begreppet undersöker ofta hur personer ger mening till sina liv och skapar identitet. Langellier (1989) diskuterar *personliga berättelser* och menar att personliga narrativ kan ses som framträdanden, framförda av en berättare för en publik. Detta framträdande ger chans för berättaren att redogöra för ett händelseförlopp med berättaren själv som subjekt och med sina egna upplevelser i fokus. Precis som i alla berättelser är

narrativet påverkat av den kontext den framförs i, av genre, talsituation och delade sociala och kulturella attribut inom gruppen. Inom dessa ramar kan personliga berättelser sedan ses som uppträdanden som låter berättaren uttrycka, övertyga eller utmana personliga och traditionella värderingar (Langellier, 1989).

Johansson (2005) diskuterar vidare att berättelser kan ses som medel för individer för att presentera sig själva och framstå som godtagbara aktörer i sociala sammanhang. Detta perspektiv beskriver berättelser som uppträdanden, där individen i sitt berättande framträder i roller. Berättaren arbetar för att lyssnarna ska tro på den karaktär de ser och att denna karaktär har de egenskaper personen hävdar att den har. På så sätt använder den som genomför detta framträdande sig av olika medel såsom kläder, kroppsspråk och berättelser för att skapa vissa intryck (Johansson, 2005).

3.2 Socialsemiotik

I jämförelse med den traditionella semiotiken skiljer sig socialsemiotiken framförallt i synen på tecken; semiotikens mest grundläggande begrepp (Rasmussen, 2014). Socialsemiotiken menar att mellan objekt och mening är betydelsen aldrig godtycklig, och att människan alltid väljer ett formspråk i sin kommunikation som anses lämpligt och motiverat för det som vill uttryckas. Semiotiska resurser är en grundläggande term inom socialsemiotik. Ursprungligen kom termen från Halliday som argumenterade för att språkets grammatik snarare är resurser för meningsskapande än koder och regler för korrekt meningsbyggnad (van Leeuwen, 2005). Van Leeuwen (2005) expanderar idén om grammatik till att även inkludera andra semiotiska lägen, så kallade *modes*, vilket enligt Siefkes (2015) kan vara exempelvis språk, bilder, gester, typografi, ljud och ikoner. Van Leeuwen (2005) definierar semiotiska resurser på följande sätt;

“... the actions and artefacts we use to communicate, whether they are produced physiologically - with our vocal apparatus; through the muscles we use to create facial expressions and gestures etc. - or by means of technologies - with pen, ink and paper; with computer hardware and software; with fabrics, scissors and sewing machines, etc.” (s. 3).

Citatet skildrar semiotiska resursers breda definition och hur termen inkluderar i stort sett alla handlingar och artefakter vi utför eller använder oss av. Van Leeuwen (2005) menar att i princip allt vi gör kan utföras på olika sätt och att sättet vi väljer att utföra handlingar på, via allt från gångstil till ordval, därför kan tolkas som uttryck för sociala och kulturella betydelser och därmed semiotiska resurser. I traditionell semiotik är den motsvarande termen tecken, där till exempel en färg eller ett ansiktsuttryck ses som tecken för en viss beteckning, alltså en betydelse. Ett klassiskt exempel är färgen röd som tecken för ilska eller fara. I socialsemiotik ställer man sig kritisk till tanken att ett teckens innebörd är så pass statisk och att det kan avgöras i förväg. Termen semiotisk resurs föredras därför av socialsemiotiken, och har som utgångspunkt att ett teckens betydelse aldrig kan skiljas från dess sociala sammanhang och därför alltid påverkas av hur det används (van Leeuwen, 2005).

Resurserna är observerbara handlingar och objekt, där varje resurs har en så kallad semiotisk potential. Den semiotiska potentialen består av resursens alla tidigare användningar och därmed alla möjliga användningsområden för resursen. All användning av semiotiska resurser tar plats i en social kontext som inkluderar regler, eller praxis, som bestämmer hur specifika resurser brukar eller bör användas. Deras semiotiska potential kan därför avtäcka användarens intressen och behov. Så snart något identifierats som en semiotisk resurs uppstår möjligheten att undersöka dess semiotiska potential, alltså dess potentiella meningsskapande. Undersökandet av potentialen innebär att studera hur resursen används, genom att se hur den har och kan användas för kommunikativa ändamål (van Leeuwen, 2015).

4. Metod

Följande avsnitt presenterar studiens vetenskapsteoretiska utgångspunkt följt av en redogörelse av metodval, val av empiri, samt den tillämpade analysmetoden. Avsnittet avslutas med en metodreflektion.

4.1 Vetenskapsteoretisk utgångspunkt

Denna kandidatuppsats är skriven inom ramen för forskningsfältet strategisk kommunikation och digitala medier, med syfte att åskådliggöra hur personliga och politiska berättelser konstrueras och förhåller sig till varandra i modern politisk kommunikation. För att uppnå studiens syfte har en kvalitativ metod tillämpats eftersom kvalitativ forskning är passande för att analysera pågående samhällsförändringar och utforska hur ett visst fenomen "görs" (Rennstam & Wästerfors, 2015). Denna studie har således en induktiv utgångspunkt då den hjälper oss att förstå och förklara ett fenomen och därmed utveckla teori, snarare än att kvantifiera och bevisa den (Perri 6 & Bellamy, 2011). Vidare är den ontologiska och den epistemologiska ansatsen i denna studie socialkonstruktivistisk, vilket innebär att verkligheten ses som socialt konstruerad genom kommunikativa processer där mening förhandlas (Bryman, 2016). Denna meningsskapande syn på kommunikation utgör studiens grund eftersom vi har analyserat det empiriska materialet, det vill säga vloggarna, utifrån att de bär på meningar och symboler som konstruerar berättelser och verklighetsuppfattningar. Den socialkonstruktivistiska ansatsen motiverar även valet av en socialsemiotisk och narrativ analysmetod eftersom den socialsemiotiska analysen kartlägger semiotiska resurser som meningsskapande kommunikativa element från avsändaren (Rasmussen, 2014). På liknande grunder utgår den narrativa analysen från att berättelser konstruerar mening och världsuppfattningar, och fokuserar bland annat på hur narrativ är organiserade för att uppfylla berättarens strategiska avsikter (Riessman, 2008).

4.2 Metodval

För att analysera Buschs vlogg-serie och svara på studiens syfte har vi arbetat multimodalt och använt en socialsemiotisk och narrativ analysmetod. Att arbeta multimodalt är mycket användbart för att besvara hur olika kommunikationsformer skapas och förmedlar betydelser i samhället (Rasmussen, 2014). I studiens analys innebar det att flera olika kommunikationsformer beaktades i vloggarna, såsom tal, bild och musik. Surdiasis och Eriyanto (2018) argumenterar för vikten av att studera multimodalt material för att skapa förståelse för modern politisk kommunikation, på samma grunder som Siefkes (2015) argumenterar för behovet av multimodal analys eftersom multimodala texter snarare är norm än undantag i moderna kulturer.

Multimodalitet kan definieras som användandet av flera olika semiotiska lägen i kommunikation (Kress & van Leeuwen, 2001). I och med att socialsemiotiken intresserar sig för hur olika semiotiska lägen och resurser används och integreras (van Leeuwen, 2005), är socialsemiotisk analys väl passande för multimodalt material. En socialsemiotisk analys har således tillämpats i denna studie för att undersöka hur Busch använder sig av tal, text, bild och ljud i sina vloggar och vad detta användande kan ha för potentiella meningsskapande funktioner.

Vid socialsemiotisk analys av visuellt material menar van Leeuwen (2005) att det är lämpligt att applicera ytterligare perspektiv för att kunna utnyttja och förstå de semiotiska tecknens potential. För att fördjupa analysen av hur semiotiska resurser används i vlogg-serien har därför en narrativ analys med tillhörande teoribildning och perspektiv tillämpats. Med andra ord har socialsemiotiken använts som ett verktyg för att förstå det multimodala materialet vilket möjliggjorde en mer djupgående narrativ analys. Johansson (2005) beskriver att narrativ analys inte uppfattas som en särskild disciplin, utan snarare ett specifikt problemområde inom ett vidare forskningsfält, och därför bör bedrivas från olika perspektiv. I denna studie kan därför den narrativa analysen med fördel kombineras med den semiotiska analysen, och således utgöra ett fördjupande steg. Som analysmetod kan denna kombination åskådliggöra och tolka hur semiotiska resurser används i Buschs vlogg-serie för att konstruera berättelser och vad dessa kan tänkas ha för strategiska syften.

4.3 Urval och begräsningar

Rose (2016) menar att semiotiska analyser inte kräver strikta urvalsprocesser, utan att val av empiri snarare kan grundas i det fenomen som studien intresserar sig för. Som tidigare nämnt har Buschs vlogg-serie valts som empiriskt material eftersom det är den första och enda vlogg-serien producerad av en svensk partiledare, och därför kan materialet anses utgöra ett exempel på modern politisk kommunikation. Av Buschs hittills åtta publicerade vloggar valdes två av dem ut som empiriskt material. Detta i linje med Pattons (2002) argumentation om att kvalitativ forskning ska använda sig av omfattande och innehållsrikt material som således bör väljas utifrån dess kvalitet snarare än kvantitet. Vidare följer studien Pattons (2002) resonemang om att urvalskriterier för materialval bör utgå från studiens syfte.

Efter att ha granskat samtliga åtta vloggar valdes de två videorna *“Så här kan en vecka också se ut | Partiledardebatt & Ellegalan | Vlogg 5”* (Busch, 2020a) och *“Jag träffar en sosse! | Födelsedag och miniturné | Vlogg 6”* (Busch, 2020b) som empiriskt material. Efter den inledande granskningen kunde dessa två vloggar konstateras utgöra goda exempel på innehåll som avhandlar såväl politiska som personliga ämnen. Dessutom var dessa två vloggar de som hade mest visningar på Buschs YouTube-kanal.

4.4 Analysmetod

Studien har utgjorts av en socialsemiotisk och narrativ analys. Den narrativa analysen skapade analytiska möjligheter att både identifiera berättelser och utforska dess funktioner och meningsskapande (Rennstam & Wästerfors, 2015). Det gjorde den narrativa metoden lämplig för att åskådliggöra hur personliga och politiska berättelser utformas och förhåller sig till varandra och således svara till studiens syfte. Då det empiriska materialet som studerats består av flera olika semiotiska lägen såsom bild och ljud, kompletterades analysen med socialsemiotik för att kunna ta samtliga lägen i beaktning och möjliggöra en mer djupgående narrativ analys.

Riessman (2008) presenterar olika narrativa analyser, där tematisk och performativ är två exempel. Då Riessman (2008) framhåller att samtliga narrativa

analyser har sina individuella fördelar och möjligheter och därför argumenterar för att förena olika analystyper, har denna studie använt sig av både en tematisk och performativ analys på ett kompletterande sätt. Den inledande tematiska analysen har fokuserat på berättelsens innehåll (Riessman, 2008). Här koncentrerades analysen kring vad en berättare inkluderar i sin berättelse, vad berättelsen beskriver och vad det kan antas ha för betydelser. Johansson (2005) beskriver hur delar av en berättelse kan ses som förbundna på en tematisk nivå, det vill säga genom yttranden som uttrycker generella kulturella teman eller värderingar. För att synliggöra teman har vi i den tematiska analysen identifierat hur semiotiska resurser har använts i vloggarna. Genom att analysera de använda resursernas semiotiska potential har vi identifierat återkommande teman i Buschs meningsskapande narrativ. På så sätt kan semiotiken ses som ett verktyg i den tematiska analysen och därigenom kan denna del av analysen besvara studiens första frågeställning om hur semiotiska resurser används för att konstruera berättelser.

Den performativa analysen ställer istället frågor om när, varför och för vem en berättelse formuleras (Rennstam & Wästerfors, 2015). I enlighet med Riessman (2008) har vi i den performativa analysen utgått från att en berättare alltid riktar sig till särskilda publikur och alltid vill uppnå något med sitt berättande. Den performativa analysen har använt sig av komponenter från den tematiska analysen, men analyserar dessa element på ett mer djupgående sätt. I den performativa analysen har vi flyttat fokus från detaljerna i berättelserna, det vill säga vad Busch inkluderar i dem, till kontexten eller miljön de berättas i. Istället för att ställa frågor om vad och hur en berättelse berättas, tar den performativa analysen utgångspunkt i detta och ställer sig frågan för vem, varför och för vilket syfte (Riessman, 2008). I denna studie kommer den performativa analysen därmed ses som en fördjupande och diskuterande del av det resultat som återfunnits i den tematiska analysdelen, och syftar således till att besvara studiens andra frågeställning. Socialsemiotiken har inte en lika framträdande roll i denna analysdel, men eftersom den performativa analysen har utgått från den tematiska analysen har de semiotiska resursernas potential indirekt även diskuterats i den performativa analysen.

Riessman (2008) förespråkar som tidigare nämnt en förening av olika narrativa analyser för att kunna uppnå en holistisk förståelse. De teman som

Busch har valt att inkludera i sin berättelse kan exempelvis vidga förståelsen för berättelsens syfte. På detta sätt menar Johansson (2005) att teman är särskilt intressant i studerandet av livsberättelser, eftersom de belyser hur människor skapar identitet och ger mening till sina liv. För denna studie har vi därför använt en kombination av de två olika narrativa analyserna med målsättningen att uppnå fördjupade insikter om materialet och Buschs berättande. Vidare belyser Riessman (2018) vikten av att ta berättandets kontext i allra största beaktning vilket studien har gjort, i synnerhet i den performativa delen, genom att kontinuerligt problematisera materialets sammanhang; en politiker i ett till synes personligt forum.

4.4.1 Analytiskt tillvägagångssätt

I denna studie har vi utgått från Eksell och Thelanders (2014) abstraktionssteg som beskriver ett systematiskt sätt att bearbeta kvalitativt material. Det första steget innebär att summera och förpacka empirin, där vi kodade materialet genom att identifiera och prova relevanta kodkategorier. För att kunna summera och förpacka materialet på detta sätt valdes en multimodal transkriberingsmetod där materialet segmenterades genom en uppdelning av vloggarna i olika sekvenser. I denna uppdelning identifierades och noterades användandet av resurser genom en transkribering av de semiotiska lägen som varje sekvens bestod av. Detta kunde sedan användas för att utprova kodkategorier genom att noga studera transkriberingarna. I enlighet med Eksell och Thelander (2014) var målet att hitta beskrivningar som kunde sammanfatta större delar av materialet. Arbetssättet var induktivt då vi lät det intressanta som återfanns i materialet utgöra utgångspunkt för kodkaterierna, vilket Eksell och Thelander (2014) kallar *in vivo-kodning*.

Nästa steg i den analytiska abstraktionsstegen innebär att återförpacka och aggregera empirin (Eksell & Thelander, 2014). Här utgick vi från de utvunna kodkategorierna för att identifiera och synliggöra teman och trender i vloggarna. De två första analytiska stegen lät oss identifiera och förstå materialets innehåll och var således grundläggande för den inledande delen av analysen, det vill säga den tematiska. Att analysera materialet semiotiskt tillät oss även att identifiera hur lägen som ljud och typografi bidrog till olika teman som närvarade i vloggarna.

Det sista steget i den analytiska abstraktionsstegen innebär utvecklingen av ett förklarande ramverk och handlar om att synliggöra djupstrukturer i materialet (Eksell & Thelander, 2014). För vår studie utgjordes detta steg av analysens andra del, det vill säga den performativa analysen. I den performativa analysen ställde vi frågor om varför vloggarna har de temana de har, och för att kunna svara på en sådan fråga behövde vi ställa den utförda studien i relation till de kunskaper vi redan hade om fenomenet. Detta blev således en fördjupande del av analysen där vi utgick från den tidigare analysens fynd. I denna avslutande del betonades, i enhetlighet med Eksell och Thelanders (2014) arbetsprocess, viktiga egenskaper i det empiriska materialet för att visa på poänger. Genom att även förklara detta i förhållande till tidigare vetanden om fenomenet som vi studerar, kunde kunskapsbidrag tydliggöras (Eksell & Thelander, 2014).

4.5 Metodreflektion

Kvalitativ forskning står inför en del begränsningar eftersom den inte kan analysera ett stort antal fall eller stora datamängder. Studier av denna karaktär är därför benägna att producera specifika insikter, vars relevans för andra sammanhang, i synnerhet allmän teori, kan bli något oklar (Perri 6 & Bellamy, 2011). För att säkra studiens validitet kommer vi därför sträva efter att de slutsatser som dras är rimliga i relation till empirins omfång. Samtidigt menar Riessman (2008) att de traditionella begreppen validitet och reliabilitet inte alltid är direkt applicerbara i samband med narrativ analys i och med att analysmetoden har en socialkonstruktivistisk utgångspunkt och är tolkande. På liknande sätt förklarar Johansson (2005) att livsberättelser inte skall läsas som exakta redogörelser av vad som hände i ett liv, utan att samma händelser kan representeras på en mängd olika sätt. Johansson (2005) menar dock att det är viktigt att kunna utgå från ett socialkonstruktivistiskt perspektiv utan att hamna i en total relativism där alla tolkningar är lika "goda". För att utvärdera och granska narrativa analyser föreslår därför Lincoln och Guba (1985) följande kvalitetskriterier: trovärdighet, överförbarhet, tillförlitlighet och bekräftelsebarhet. För att möta kriteriet om trovärdighet har vi studerat ett informationsrikt empiriskt material, vilket Lincoln och Guba (1985) menar är en central utgångspunkt för

trovärdiga kvalitativa studier. Aspekten överförbarhet har tagits i beaktning genom att dels bifoga och därmed synliggöra det empiriska materialet för läsaren som referenser, dels grundligt redogöra för vårt tillvägagångssätt och forskningsprocess här i metodavsnittet. De två sista kriterierna, tillförlitlighet och bekräftelsebarhet, menar Lincoln och Guba (1985) lättast uppfylls genom att låta de studerade personerna få ta del av analysen och bekräfta dess resultat. Dessa kriterier är alltså främst relevanta för studier som baseras på intervjuer snarare än de som endast studerar ett externt material - vilket denna studie gör. Dock har uppsatsen granskats av opponenter samt en examinator vid Institutionen för strategisk kommunikation vid Lunds universitet. Därmed kan de två sista kraven om tillförlitlighet och bekräftelsebarhet betraktas som uppfyllda.

5. Analys

Följande analysavsnitt är indelat i två delar. Den första delen består av den tematiska analysen som i sin tur är uppdelad utefter de teman som vi identifierat i det empiriska materialet. Därefter följer den performativa analysen som mer djupgående diskuterar berättelsernas kontext och syfte.

5.1 Tematisk analys

I den tematiska analysen presenteras de övergripande temana som identifierats i det empiriska materialet. Temana synliggjordes genom analys av hur de semiotiska resurserna har använts i vloggarna på ett återkommande sätt. Analysen följer van Leeuwens (2015) synsätt som menar att så fort en fysisk aktivitet eller materiell artefakt kan anses vara en semiotisk resurs kan dess semiotiska potential, alltså potentiella meningsskapande, diskuteras och beskrivas. Med andra ord syftar den tematiska analysen till att besvara studiens första frågeställning, det vill säga hur Busch använder semiotiska resurser i sina vloggar för att konstruera berättelser.

5.1.1 Politiska ställningstaganden

I Buschs vloggar är det möjligt att urskilja segment som kan räknas tillhöra ett återkommande tema där hon uttrycker politiska åsikter och tar politisk ställning. En stor del av vloggarnas innehåll syftar till att skildra hennes vardagliga arbete, och detta görs ofta utan några explicita politiska ställningstaganden. Däremot finns det flera tillfällen där Busch vänder sig rakt till kameran och tar tydlig politisk ställning.

I vlogg fem, "*Så här kan en vecka också se ut*" (Busch, 2020a), ser vi det först i en sekvens där Busch blir filmad när hon går genom riksdagens korridorer på väg mot kammaren. Hon berättar för kameran att det är ungefär ett år sedan

januariöverenskommelsen (JÖK:en) kom till.¹ Busch berättar under promenaden i korridoren varför hon tycker att överenskommelsen är så *“otroligt dålig”*, vilket hon förklarar genom att säga att det *“först och främst har att göra med att den inte löser Sveriges problem, helt enkelt”*. Hon menar att Sverige fortfarande har en *“kris inom vården”* och dessutom en *“trygghetskris”*. När hon nämner dessa kriser dyker det upp emojis, alltså känslolikoner och symboler, i bilden (se bild 1). Emojisarna består av en ambulans, en siren samt en gammal kvinna, och används för att sammanfatta och visualisera de kriser Busch påstår att Sverige har. I scenen dyker det även upp en text som lyder: *“JÖK:en fyller 1 år! Men ingen firar?”*. Denna text är ytterligare en semiotisk resurs som används för att förtydliga den politiska poäng som Busch framför via sin monolog, då det faktum att ingen firar jubileet förstärker hennes framställning av JÖK:en som ett misslyckande.



Bild 1 (Busch, 2020a)

Busch förklarar med en bekymrad min att JÖK:en inte klarar av att lösa de nämnda kriserna och vidare menar hon att överenskommelsen förenas mer utav vad partierna är emot än vad de är för, och att det är *“dåligt för Sverige”*. Genom

¹ Januariöverenskommelsen är en sakpolitisk överenskommelse mellan Socialdemokraterna, Liberalerna, Centerpartiet och Miljöpartiet som tillät Stefan Löfven (S) att tillträda som statsminister efter riksdagsvalet i Sverige 2018 (Regeringskansliet, 2019).

denna formulering symboliserar Busch att hon bryr sig om sitt land och indikerar att regeringen är negativ för Sverige. De ordvalen som Busch gör, exempelvis *“kris i vården”* och *“trygghetskris”*, är semiotiska resurser med potential att skapa bilden av att landet är i akut fara. Det kan ses som ett sätt att svartmåla sina motståndare och porträttera det egna partiet som hjältar. Andra ordval hon gör har samtidigt potential att måla upp problemet som okomplicerat och svartvitt. Hon säger exempelvis att JÖK:en *“helt enkelt”* inte löser *“Sveriges problem”* och avslutar senare sin argumentation mycket abrupt genom att säga *“Så, nu blir det debatt!”*. Språkbruket förstärker bilden av att problemet, som egentligen är mycket komplext, har en enkel och självklar lösning. Vidare förmedlas detta genom flera olika semiotiska resurser och lägen, bland annat det faktum att Busch kan redogöra för allt detta under en kort promenad genom korridoren med samlat kroppsspråk och självsäker ton. Detta symboliserar en trygghet hos Busch i vetskapen om att JÖK:en är ett misslyckande på alla plan. Utöver ordvalen förstärker även den energiska bakgrundsmusiken och emojisarna som sammanfattar landets så kallade kriser berättelsen om att problemet är okomplicerat och lätt att lösa. I sekvensen gör Busch alltså ett tydligt politiskt ställningstagande mot regeringen, och hennes resursanvändande har semiotisk potential att få tittare att uppfatta Busch som en okomplicerad, klarsynt och handlingskraftig politiker som är mån om Sveriges bästa.

I vlogg sex, *“Jag träffar en sosse”* (Busch, 2020b), gör Busch ett liknande politiskt ställningstagande mot regeringen när hon ska summera sina insikter efter en arbetsdag. Hon säger att *“svensk integrationspolitik verkligen har havererat fullkomligt”* och att *“notan”* för detta får många gånger tas av kommunerna. Busch tar kostnader för försörjningsstöd som exempel, som enligt henne *“skenar”* och därmed tar pengar ifrån barn- och äldreomsorg. Dessa ordval är än en gång semiotiska resurser som kan tolkas användas i berättelsen för att skildra ett samhälle i fara och kris, ett skenande haveri, med en regering som Busch vill rädda befolkningen ifrån. Resurserna har potential att illustrera att Busch står på kommunernas, barnfamiljernas och de äldres sida och indikerar på så sätt att hennes motståndare snarare bör vara fienden för dessa grupper. Att hon väljer att sammanfatta detta komplexa problem inom loppet av några sekunder, iklädd ytterkläder på väg hemåt i ljudet av trafikens höga brus, har dessutom semiotisk potential att återigen skapa bilden av att det politiska problemet har en

okomplicerad lösning - det vill säga hennes lösning - och bidrar till berättelsen om Busch som klarsynt med självklara svar på landets problem.

Ovanstående sekvenser kan ses som exempel på informella politiska berättelser, då Busch framför berättelserna direkt till kameran i situationer där hon tagit paus från sitt arbete för att prata med tittarna. Vloggarna innehåller dock några tydliga men få exempel på vad Shenhav (2006) skulle definierat som formella politiska berättelser, där berättelser om politiska ämnen berättas i officiella politiska sammanhang. Ett sådant exempel kan ses i vlogg fem där Busch deltar i en partiledardebatt i riksdagens kammare. I vloggen får vi följa Buschs promenad in i den fullsatta kammaren till ljudet av glad musik som sedan försvinner när videon övergår till ett klipp från Buschs framträdande i debatten. Detta klipp är av en mer professionell karaktär än tidigare scener eftersom bild- och ljudkvalitén är bättre, klippet är textat och i vänstra hörnet återfinns Sveriges riksdags logotyp. Videoklippen kan därför antas vara hämtat från riksdagens officiella inspelning av partiledardebatten. I klippet ser vi Busch hålla tal längst fram i kammaren och i bakgrunden kan vi se politiker från andra partier lyssna på Busch med allvarliga miner (se bild 2). Klippet är kort och det Busch hinner säga är “... därför att statsminister Stefan Löfven är den statsminister som gång på gång slagit rekord i vårköer. Rekord!” (se bild 2). Frasen börjar mitt i en mening och är lösryckt från sitt sammanhang då vi varken får ta del vad som sagts innan eller efteråt. Busch pratar dock med tydlig röst och använder självsäkra gester vilket möjliggör en uppfattning av henne som påläst och övertygad, vilket kan bidra till att göra hennes poäng trovärdig. Statsministern målas upp som inkompetent vilket Busch förstärker genom att särskilt betona ordet “rekord” med både röst och gestikuleringar, och dessutom upprepa ordet. Klippets resurser har således potential att förmedla Buschs politiska budskap, men även att bidra till berättelsen om hur Busch är som person och partiledare; inflytelserik och klarsynt där hon står längst fram i Sveriges mäktigaste rum inför en lyssnande publik.



Bild 2 (Busch 2020a)

Ett exempel på ett betydligt mindre formellt sammanhang där Busch väljer att ta upp politiska teman är en avslutande sekvens i samma vlogg där hon promenerar i en matbutik, iklädd luvtröja och kapp (se bild 3). Busch berättar att det nu förhoppningsvis blir helg, men att det pågår en del intensiva diskussioner på hennes jobb. Hon berättar att de ska se om Kristdemokraterna kan “... förhandla ihop sig med Vänsterpartiet och Moderaterna - kanske även med Sverigedemokraterna - om en tilläggsbudget som skulle kunna ge välfärden lite mer pengar”. Trots detta så hoppas hon att det “blir lite ledigt med barnen i helgen”. När hon sagt det tittar hon ner i vad som kan antas vara hennes kundkorg och säger skrattandes att det då gäller att åtminstone ha vällingen och nödprovianten hemma. Det politiska ämnet tas således upp mitt i en informell utläggning om Buschs helg, och kan ses som ett tydligt exempel på vad Shenhav (2006) definierar som en informell politisk berättelse. Samtidigt liknar användandet av semiotiska resurser i denna sekvens tidigare sekvenser med politiska teman, i det att en komplex fråga avhandlas snabbt av en självsäker Busch, där hon framhåller sin egen lösning som självklar och human. Vi får inte veta mer om tilläggsbudgeten förutom att den ska ge mer pengar till välfärden. Uttalandet skapar bilden av att regeringen inte satsar tillräckligt mycket pengar på välfärden vilket återigen förstärker berättelsen om hur Buschs politik kan rädda svenskarna från den illasinnade regeringen. Att hon dessutom tar med sig jobbet

in i helgen har semiotisk potential att påvisa hennes passion för den kristdemokratiska politiken.

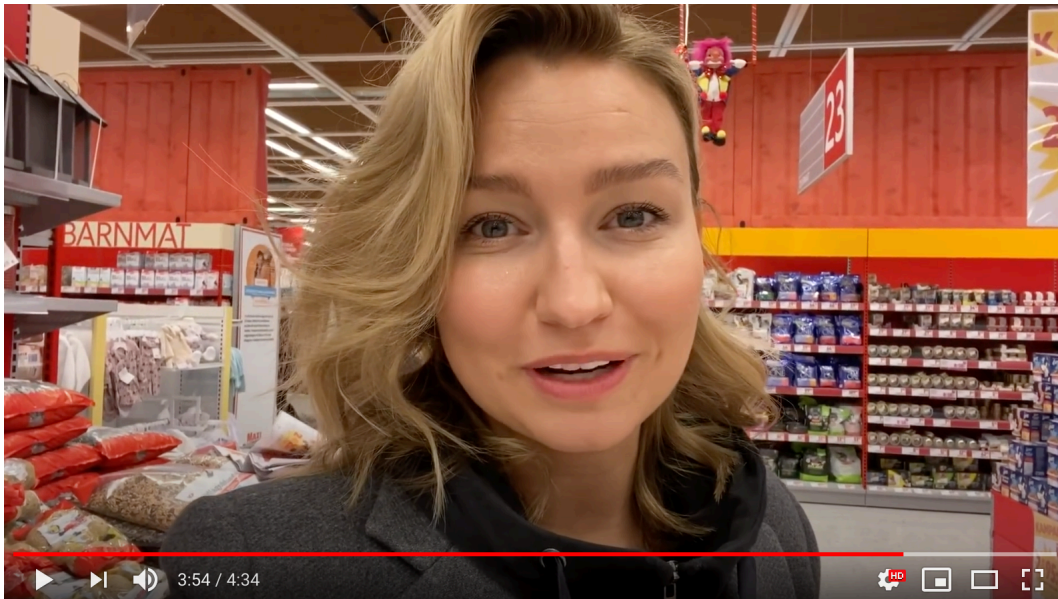


Bild 3 (Busch, 2020a)

Vidare exempel där Busch blandar in politiska ställningstaganden i berättelser om sitt vardagsliv är i vlogg sex inledande sekvens. Busch talar om dagens agenda och hur hon ska fika med Ulf Kristersson, som Busch med ett stort leende presenterar som “... Moderaternas partiledare och min absolut tightaste buddy inom svensk politik just nu”. Kameravinkeln för sekvensen tyder på att Busch filmar sig själv och i bakgrunden hörs ljudet av en trafikerad väg. De semiotiska lägena samspelar således för att skapa en uppfattning av ett ofiltrerat, intimt samtal med Busch, vilket förstärks av att hon delar med sig av personliga detaljer om hur hennes barn uppmärksammat hennes födelsedag denna morgon. Att hon delar med sig av att Kristersson är hennes “tightaste buddy” i detta sammanhang har därmed potential att uppfattas som en ärlig skildring av hennes personliga uppfattning om deras vänskapliga relation. Med tanke på att de båda två är partiledare för varsitt parti, i ett politiskt klimat där allianser är viktiga, kan det även förstås som ett politiskt ställningstagande av Busch att presentera Moderaternas ledare på det här sättet.

I följande sekvens får vi sedan se Busch när hon anländer till Kristerssons kontor. De kramas och kindpussas. Sekvensen är fylld av skratt, informellt prat och tittarna får veta att Kristersson minsann kommit ihåg Buschs födelsedag.

Kristersson bjuder på födelsedagstårta och Busch skämtar om Kristerssons diet. Tårtan äts till glad och energifylld bakgrundsmusik. Vi får inte veta något om vad mötet handlar om, utan det som sekvensen egentligen förmedlar är att de två partiledarna har en mycket god och vänskaplig relation. Dessa semiotiska resurser har potential att konstruera de två som lättsamma och humoristiska kompisar, med egen jargong och kontinuerlig kontakt. Även om det inte uttrycks explicit kan denna nära relation tolkas som att de två partiledarna arbetar mycket tillsammans, vilket i sin tur bidrar till berättandet om var Busch står politiskt och hur hon arbetar med sitt parti.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att även om politiska teman inte är dominerande i vloggarna så är de ett återkommande inslag. Vi kan dessutom se att semiotiska resurser används på några olika återkommande sätt i dessa sekvenser och utgör därmed ett flertal underteman. Ett tydligt sådant är då den nuvarande regeringen målas upp som inkompetent och ointresserad av svenskarnas bästa, i ett Sverige i kris. Som motpart till detta återfinns även resurser med semiotisk potential att konstruera Busch som human och passionerad för svenskarnas välmående. Ett annat återkommande undertema som kan identifieras i användandet av semiotiska resurser är potentialen att stärka bilden om Busch som klarsynt, okomplicerad och kompetent. Sekvenserna där Busch gör politiska ställningstaganden konstruerar således inte bara bilden av Buschs politiska åsikter utan även hur hon är som person och partiledare, vilket kommer diskuteras vidare i nästa avsnitt (se 5.1.2). Slutligen kan det konstateras att de delar av vloggens berättande som berör politiska ämnen ofta framförs i relativt informella sammanhang, och således kan räknas som informella politiska berättelser. De politiska ställningstagandena avhandlas dessutom väldigt snabbt, och temat berörs ofta utan fullständig kontext innan det snabbt övergår till ett annat ämne.

5.1.2 Personen Ebba

I det empiriska materialet återfinns en rad olika semiotiska resurser som har potential att konstruera berättelsen om Ebba Busch som person. Nedan följer en redogörelse för tre stycken identifierade underteman som alla bidrar till bilden och således även berättelsen om personen Busch.

Maskinen Ebba

I det empiriska materialet identifierades återkommande semiotiska resurser som hade potential att konstruera en bild av Busch som en mycket aktiv, nästintill omänskligt produktiv person. Detta undertema upplevdes vara det mest förekommande temat i det empiriska materialet. Det kan bland annat ses i början av vlogg fem, "*Så här kan en vecka också se ut*" (Busch, 2020a), där Busch är uppe tidigt på morgonen och har förberett frukost för familjen. Med hjälp av en ljud effekt av en hoande uggle samt en inklippt bild på en måne, förstärks bilden av hur Busch är uppe före alla andra. Därefter följer en sekvens där vi får se stressig morgontrafik i Stockholm följt av Busch som promenerar raskt i riksdagens korridorer iförd i kostym och högklackat. Tillsammans med glad upptempomusik och Busch som berättar om veckans agenda och hur hon måste "*...förbereda mig inför partiledardebatt och massa andra möten*", stärks bilden av hur Busch ständigt är på språng med ett fullspäckat schema. På liknande sätt inleds vlogg sex (Busch, 2020b) där Busch förklarar att hon under dagen ska hinna med "*...ett ton av möten*". Vi får därefter se hur Busch kliver ur en stor svart bil och promenerar mot riksdagen. Hon har kappa, handväska på axeln och en bunt med mappar under armen vilket bidrar till berättelsen om Busch som en viktig person som har mycket att göra.

Ytterligare videosekvenser i det empiriska materialet bidrar till denna berättelse med hjälp av diverse semiotiska resurser. I vlogg fem får vi bland annat se en snabb sekvens från en talträning där det står en halvdrucken smoothie på sidan om Buschs stora pappershög vilket tillsammans med den snabba musiken skapar en bild av hur Busch har en hektisk dag med få pauser. Vidare får vi se i all hast hur Busch håller i en personaldag för alla medarbetare. Under sekvensen fortsätter den snabba musiken att spelas och tillsammans med de hastigt klippta scenerna förstärks bilden av hur effektiv Busch är och hur mycket viktigt hon hinner med under sin dag. Även en kortare videohälsning från kontoret där hon pratar om hur tisdagar är "*extremt mötestunga*" och därefter talar glatt om morgondagens kommuntorné, indikerar på det fullspäckade schemat. Vidare får tittarna se förberedelserna av ELLE-galan där Busch blir sminkad och har ett papper i handen. Det kommer sedan upp en pil som pekar på pappret med den tillhörande texten "*Korrekturläsning av debattartikel*" (se bild 4). Användandet av dessa olika resurser har semiotisk potential att ytterligare stärka bilden av

Busch som en effektiv maskin; hon både läser, blir sminkad och diskuterar med sekreteraren på en och samma gång. Faktumet att hon ska gå på ELLE-galan kan också tänkas bidra till att porträttera Busch som en effektiv mångsysslare som hinner med både hårt arbete, tunga möten och dessutom att gå på en stor kändisgala. I vloggen konstrueras alltså inte enbart uppfattningen om att Busch har en mäktig arbetsroll; hon har även en eftersträvansvärd plats i Sveriges kändiskrets. Busch målas således dessutom upp som en kändispolitiker, vilket Ekman och Widholm (2017) menar är ett allt vanligare sätt för politiker att fånga intresse hos mindre politiskt intresserade grupper.

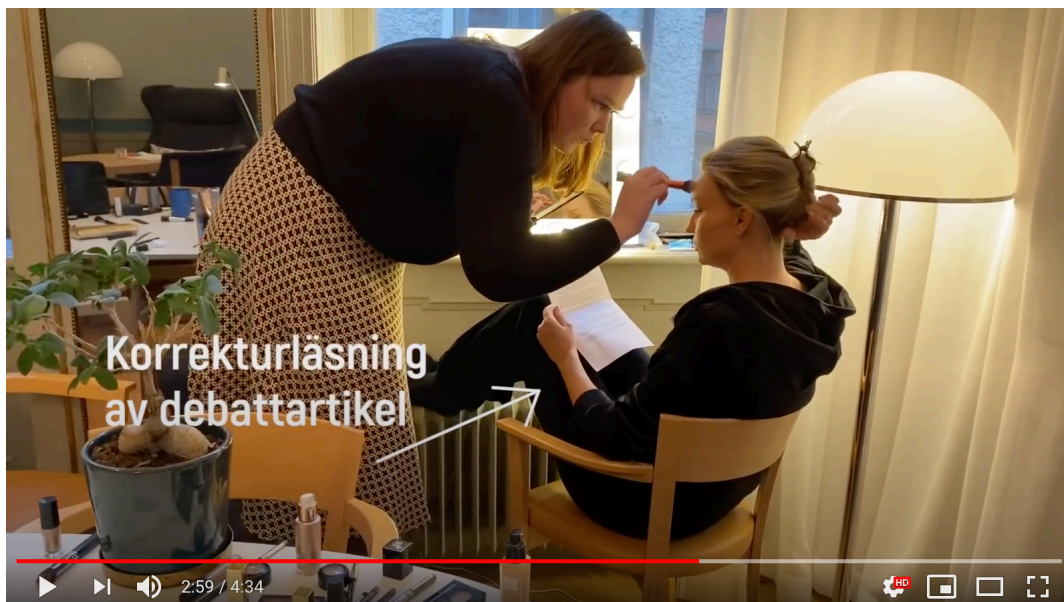


Bild 4 (Busch, 2020a)

Avslutningsvis finns det andra semiotiska resurser som stärker den produktiva bilden av Busch där hon utöver sitt fullspäckade jobb dessutom målas upp som någon form av ideal mamma. Detta tas bland annat i uttryck i inledningen av vlogg fem, där Busch är uppe och lagar frukost till barnen långt före gryningen. Dessutom avslutas vlogg fem med att Busch filmar kvällsfikan med barnen (se bild 5). Det framkommer att de har byggt en bilbana, bakat tillsammans och hur sonen Birger har varit med och bryggt kaffet. Busch har även tänt en brasa. I bakgrunden hörs akustisk gitarmusik som tillsammans med den dämpade belysningen skapar en bild av en väldigt mysig, fridfull stund. Att Busch delar med sig av denna rofyllda stund med barnen och sättet hon gör det på, stärker

bilden av hennes produktiva persona då hon efter en händelserik jobbvecka hinner med att umgås med barnen. På liknande sätt avslutas vlogg sex där Busch efter en lång dag i Eskilstuna går på museum med sonen. Museibesöket förstärker ytterligare berättelsen om Buschs fullspäckade agenda, men skildrar också hur hon utöver hårt arbete prioriterar kvalitetstid med sitt barn.



Bild 5 (Busch, 2020a)

Vanliga Ebba

Trots att det empiriska materialet innehåller en rad olika semiotiska resurser med potential att konstruera en bild av Busch som en produktiv mångsysslare, finns det andra resurser som istället kan måla upp Busch som en helt vanlig person. Detta kan bland annat ses i inledningen av vlogg fem då hon gäspandes mot kameran, osminkad i pyjamas berättar att det är måndagsmorgon och hur hon är "...inte ens lite vaken" (se bild 6). Samverkan av dessa semiotiska resurser porträtterar Busch som en relaterbar, vanlig människa; trött en måndagsmorgon precis som gemene man. Busch talar även ett flertal gånger i andra delar av vloggarna om hämtning och lämning av barnen på förskolan vilket också kan ha potential att forma bilden av Busch som en helt vanlig person med vardagliga sysslor.



Bild 6 (Busch, 2020a)

Vidare finns det många andra vardagliga inslag som Bush väljer att visa i sina vloggar. Bland annat delar hon med sig av sin kvällsträning där hon filmar sig själv efter en löprunda och förklarar att hon aldrig tränar länge, utan alltid kör “... korta pass, alltid korta pass. Och bara för att hantera stress”. Detta personliga uttalande i kombination med en osminkad, andfådd Busch i träningskläder stärker bilden av henne som en vanlig person ytterligare. Dessutom kan detta personliga erkännande konstruera en intimitet mellan tittarna och Busch.

Även i jobbsammanhang kan porträtteringen av Busch som en vanlig person återfinnas. Bland annat när Busch går in i riksdagens kammare och en pil med texten “*matsäck*” dyker upp och pekar på påsen som Busch håller i handen. Att Busch visar att hon tar med sig en egengjord matsäck skapar potential att illustrera henne som en helt vanlig person med ett helt vanligt jobb; trots att hon är på väg att hålla tal i Sveriges mäktigaste rum. Ett annat jobbsammanhang som bidrar till detta undertema är då Busch och Kristersson fikar på hennes födelsedag där de skämtar, skrattar och äter prinsesstårter som vilken annan födelsedagsfika som helst. I kombination med glad musik, skratt, informellt prat och en emoji på en tårta stärks den avslappnade, vanliga bilden av Busch ytterligare.

Som tidigare nämnt (se 5.1.1.) får även tittarna följa med Busch till mataffären där hon filmar sig själv (se bild 3). Hon har på sig en simpel huvtröja med en kappa över. I bakgrunden hörs vardagliga ljud såsom sorl av människor

och blippande från kassorna. Busch pratar om veckan som gått där hon berättar att ”... *det har varit mycket på mitt jobb*” samt hur hon hoppas att ska få lite ”*ledigt med barnen i helgen*” och hur hon handlat hem ”...*nödprovianten och vällingen*”. Busch vardagliga outfit, matinhandlingen, hennes sätt att tala om sitt arbete och sin helg, samt de vardagliga bakgrundsljuden kan ses som semiotiska resurser med potential att bidra till bilden av henne som en helt vanlig person med ett helt vanligt jobb. Med temat uttrycker Busch en slags ordinariness, alltså att hon är som vilken medborgare som helst (Bjerling, 2012). Vidare är undertemat väldigt personligt och kan uppfattas som vad Bjerling (2012) kallar orientering mot persona och intimisering då Buschs egna karaktärsdrag, egenskaper och attribut är i fokus.

Partiledaren Ebba

Utöver bilderna av Busch som en överproduktiv men samtidigt helt vanlig person, finns det dessutom ett återkommande användande av semiotiska resurser i materialet som har potential att konstruera hur Busch är som partiledare. Båda vloggarna har som uttryckt huvudsakligt syfte att skildra hur Buschs vardagliga arbete ser ut, och således blir skildringen av hur Busch praktiskt genomför sin uppgift som partiledare ett dominerande inslag i vloggarna. Hur hon använder semiotiska resurser för att berätta detta har emellertid potential att säga mer om hur hon faktiskt *är* som partiledare. Detta tas bland annat i uttryck då Busch kliver ur en stor svart bil och promenerar resolut mot riksdagen. Busch är klädd i högklackat och kappa samt filmas underifrån vilket gör att hon upplevs som stor och ståtlig. Tillsammans med den energiska musiken skapas en bild av Busch som en mäktig och inflytelserik partiledare. I vlogg fem visas liknande scenarion, bland annat när Busch kliver in i en stor sal där upplädda personer sitter samlade runt ett konferensbord. Vi får sedan se hur Busch talar inför resten av rummet som lyssnar, ler och nickar. Vidare visas en liknande sekvens där Busch står på ett podium och talar under en partiledardebatt (se bild 2). Hela salen lyssnar på Busch medan hon kritiserar statsministern. Det är bara Busch framträdande som filmas; tittarna får inte ta del av de andra partiledarnas insatser. Som tidigare nämnt gestikulerar Busch kraftigt och har ett allvarsamt ansiktsuttryck medan hon med en klar, tydlig stämma förklarar att ”*statsminister Stefan Löfven är den statsminister som gång på gång slagit rekord i vårköer. Rekord!*”. Buschs

självsäkra sätt att tala, gestikulera, samt det faktum att bara hennes röst hörs i en fullsatt sal, stärker bilden av Busch som en viktig och seriös partiledare som är påläst och insiktsfull. Som nämnt i avsnitt 5.1.1 finns det ytterligare exempel där dessa egenskaper uttrycks då Busch tar politisk ställning.

Efter partiledardebatten får tittarna se hur Busch blir intervjuad av flera stora dagstidningar. Busch är den enda som kommer till tals medan en stor grupp människor tränger sig fram med mikrofoner och lyssnar, tar anteckningar samt filmar. Bakgrundsmusiken höjs och tittarna får enbart höra lösryckta svar från Busch, exempelvis; “...*Ja, jag vill ge Sverige en ny regering, om de krävs ett nyval...*”. Tillsammans med kameravinkeln som är något underifrån stärks bilden av Busch som en viktig och mäktig ledare ytterligare.

Vidare finns det andra sekvenser som har semiotisk potential att bidra till berättelsen om hur Busch är som partiledare där hon framställs som en transparent och öppensinnad politiker. Bland annat berättar Busch för tittarna hur hon ska ut i landet på en kommunturné med tema “*samhällsgemenskap*” för att “*samla på mig mer intryck och idéer som jag sedan kan driva vidare i Riksdagen*”. Dessa uttalanden har potential att stärka bilden av Busch som en hårt arbetsam politiker som ger sig ut på fältet för att ta reda på saker som hon kan arbeta vidare med. Dessutom har uttalandet potential att framställa Busch som human. Att Busch filmar den sistnämnda sekvensen från sitt privata kontor i riksdagen stärker denna bild ytterligare då hon kan uppfattas som transparent och öppen med sitt politiska arbete eftersom hon låter tittarna komma nära. En annan nämnvärd sekvens där liknande egenskaper förmedlas är då Busch besöker den socialdemokratiska kommunpolitikern Jimmy Jansson i Eskilstuna. I bakgrunden hörs glad, nyfiken musik som stärker bilden av hur Busch är på jakt efter nya insikter. Tittarna får sedan se hur Busch och Jansson sitter runt ett stort bord. Jansson talar och gestikulerar medan Busch lyssnar allvarsamt. Tillsammans med det faktum att Busch träffar en politiker över partigränserna, konstrueras Busch som en öppensinnad partiledare som värderar olika perspektiv. Efter mötet filmas Busch i en till synes icke-iscensatt, vardaglig miljö; mitt ute på gatan bland bussar och bilar där hon dessutom själv understryker vikten av att “*ses över partigränser och faktiskt fokusera på de problem som behöver lösas*”. Dessa semiotiska resurser bidrar till berättelsen om Busch som en öppensinnad och transparent politiker ytterligare.

Avslutningsvis finns det flera videosekvenser där Busch målas upp som en mycket omtyckt och lättsam kollega. Bland annat får tittarna se hur Busch håller i en personaldag där hon talar glatt inför folksamlingen som sitter och ler brett mot henne. Efter Busch föredrag klipps en närbild in på när Busch omfamnas i en stor, kärleksfull kram av en kollega (se bild 7).



Bild 7 (Busch, 2020a)

Under andra sekvenser får tittaren se liknande händelser; bland annat när Busch skämtar med Moderaternas partiledare Ulf Kristersson, eller när hon med ett vänskapligt tilltal gestikulerar “tummen upp” till en kollega under en talträning. Dessa semiotiska resurser har potential att porträttera Busch som den goda och lättsamma kollegan; samarbetsvillig och omtyckt i teamet. På liknande sätt får tittarna se hur Busch kommer in i en stor sal där ett 20-tal personer reser sig upp och sjunger “*Ja må du leva*” på hennes födelsedag. Busch ler tacksamt och någon i folksamlingen säger sedan “*ett fyrfaldigt leve för Sveriges bästa partiledare!*” följt av hur hela rummet hurrar och applåderar. I bakgrunden hörs glad musik och kameran sveper över rummet för att visa hur många som är där och vill fira Busch. Dessa semiotiska resurser bidrar ytterligare till att stärka uppfattningen av hur Busch, både som person och partiledare, är hyllad och älskad. Dessutom

skapas en känsla av att Busch stöttas av ett stort team vilket återigen stärker bilden av henne som en viktig och mäktig partiledare.

För att summera finns det olika sekvenser i det empiriska materialet som har potential att konstruera hur Busch är som partiledare. Med diverse semiotiska resurser porträtteras Busch dels som en mäktig ledare, dels som en öppensinnad och transparent politiker - men också som en mycket omtyckt och lättsam kollega. Det kan vidare konstateras att de övriga teman semiotiska potential också är med och bidrar till denna konstruktion då hennes politiska ståndpunkter och personliga egenskaper bidrar till berättelsen om hur Busch är som partiledare.

5.1.3 Sammanfattning av tematisk analys

Sammanfattningsvis kan vi se en rad olika semiotiska resurser i Buschs vloggar som har potential att konstruera teman i hennes berättande. De teman som identifierats berör Buschs politiska ställningstaganden men framförallt Buschs persona som i sin tur kan delas in i tre stycken identifierade underteman; maskinen Ebba, vanliga Ebba och partiledaren Ebba. Det stora fokuset på Buschs personliga, både inre och yttre, attribut tyder på en orientering mot persona och intimisering. Det kan vidare konstateras att hur Busch målas upp som partiledare inte helt kan särskiljas från hur hon porträtteras som privatperson. Detta kan ses i analysen då flera sekvenser visat sig tillhöra flera av de olika identifierade temana, vilket kan bekräfta att de olika berättelserna förstärker och beror av varandra. Exempelvis konstruerar Buschs politiska ställningstaganden inte bara bilden av Buschs politiska åsikter utan även hur hon är som person och partiledare och vice versa. Hur de olika narrativen samspelar och vad de kan tänkas ha för bakomliggande syfte kommer analyseras mer djupgående i den performativa analysen här nedan (se avsnitt 5.2).

5.2 Performativ analys

I enlighet med Rennstam och Wästerfors (2015) kommer vi i den performativa analysen kommer utgå från att berättelser är sociala skapelser utformade för att konstruera mening och övertyga andra och sig själv. Vi kommer utgå från fynden i den tematiska analysen, det vill säga vad som tagits upp och kommunicerats i

vloggarnas narrativ, för att sedan diskutera berättelsernas syften med utgångspunkten att berättelser alltid är utformade för utvalda publik (Riessman, 2008). Med det sagt ämnar den performativa analysen till att besvara studiens andra frågeställning beträffande hur berättelserna samverkar för att uppnå olika syften.

5.2.1 Berättelsens kontext

För att kunna analysera berättandet i Buschs vloggar performativt och således undersöka narrativens syften flyttar vi, i enlighet med Riessmans (2008) resonering, fokus från enbart berättelsens innehåll till att även inkludera dess kontext. Vloggarna är producerade på Buschs egna YouTube-kanal, vilket är ett av flera sociala medier som Busch är aktiv på. Politikens sociala medier möjliggör en decentraliserad och mer interaktiv kommunikation med medborgarna vilket kan skapa känslor av anknytning och därmed förtroende (Coleman & Blumler, 2009). Dessutom löser politikens användande av sociala medier tidigare problem med geografiskt avstånd och tidseffektivitet (Karlström & Åkerström, 2018), vilket kan antas vara anledningar bakom Buschs närvaro på sociala medier.

Vlogg är i grunden ett format som inte ämnar att tillföra något till "the public good" (Papacharissi, 2010), utan främst syftar till att skildra individers vardagsliv. Busch förklarar detta själv som syftet med vloggarna då hon både i vlogg fem och sex inleder med att berätta att vi tittare ska få följa med på hennes kommande vardagar. Det finns ett ökat krav på politikens transparens och öppenhet (Himmelboim et al., 2012) och även på personligt innehåll och intimitet vilket sociala medier ger ökade möjligheter för att bemöta (Bjerling, 2012). Att Busch som första svensk partiledare valt att använda sig av just formatet vlogg kan således ses som ett sätt att försöka uppnå dessa åtråvärda resurser. I den tematiska analysen kan vi se flera exempel på hur semiotiska resurser används för att konstruera känslor av intimitet, transparens och öppenhet. Dessutom är det många sekvenser som berör ett flertal personliga element från Buschs liv.

Sammanfattningsvis kan kontexten för vloggarna uppfattas som en kanal där Busch vill nå ut till medborgare på ett tidseffektivt och geografiskt oberoende sätt. De berättelser som utformas genom vloggarna kan således antas vara utformade för svenska väljare. Grundläggande för situationen är förstås även att Busch är en kristdemokratisk politiker som leder ett parti i opposition. Själva

formatet vlogg påverkar även berättelsens kontext eftersom tittaren kan, såvitt vederbörande är bekant med formatet, ha en föreställning av att berättelsen kommer att vara en intim skildring av en individs vardag. Hur Busch använder sig av sitt berättande samt övriga fynd från den tematiska analysen kommer i följande avsnitt analyseras vidare med målet att synliggöra möjliga funktioner och syften med vloggarna.

5.2.2 Berättelsernas syfte

Ebbas livsberättelse

Då Busch i sina vloggar genomgående berättar om utvalda delar av sin vardag och sitt liv med sina egna upplevelser i fokus, kan de räknas till vad Johansson (2005) definierar som livsberättelser och även vad Langellier (1989) kallar personliga berättelser. Utifrån dessa begrepp kan vloggarna ses som uppträdanden där Busch försöker uttrycka och övertyga tittarna om personliga värderingar och karaktärsdrag. Som Johansson (2005) beskriver är teman speciellt intressant i livsberättelser då de belyser hur berättaren skapar sin identitet och ger mening till sitt liv. Att Busch valt att kommunicera just de temana vi kunnat identifiera kan således antas syfta till att skapa en eftersträvansvärd bild av Buschs persona, hennes liv och hur hon är som partiledare.

Det kanske mest framträdande temat som kunde identifieras i vloggarnas narrativ var det vi sammanfattat som *Maskinen Ebba* (se 5.1.2). Då det uttryckta syftet med vloggarna är att skildra Buschs vardag är det å ena sidan inte speciellt anmärkningsvärt att videorna skildrar hur fullspäckt ett schema är för en partiledare. Å andra sidan kan vi se i den tematiska analysen hur flera semiotiska resurser kontinuerligt samspelar för att ytterligare förstärka bilden av en överproduktiv och effektiv Busch med hjälp av exempelvis ordval, korta och snabbt klippta scener samt genomgående energisk musik. Att Busch själv har valt att dessa inslag ska utgöra en så pass stor del av vloggarna kan indikera att detta är ett karaktärsdrag hon gärna förmedlar om sig själv. Normen i dagens stressade samhälle belönar effektivitet vilket gör att dessa drag kan vara fördelaktiga för Busch att associeras med. Som politiker kan det dessutom antas vara extra viktigt att vara handlingskraftig och hårt arbetande vilket gör det fördelaktigt för Busch att förmedla denna typ av livsberättelse rent strategiskt.

I sitt livsberättande väljer Busch även att framföra andra, på ett sätt motsatta, karaktärsdrag som istället konstruerar bilden av henne som en helt vanlig person. Som diskuterats under temat *Vanliga Ebba* (se 5.1.2), kan valet av att inkludera dessa sekvenser och teman i vloggarna ses som ett sätt att porträttera en aura av ordinariness. Bjerling (2012) menar att detta kan vara mycket fördelaktigt för politiker, då medborgare idag allt mer föredrar politiker som är som medborgarna själva. Att Busch väljer att filma sig själv trött i en pyjamas, handlandes välling i mataffären eller bärandes på en egen medtagen matlåda till kammaren, kan således antas vara en lönsam strategi för henne. Karlsson och Åströms (2018) studie visar att dagens väljare efterfrågar en känsla av igenkänning i politikernas onlinekommunikation - vilket styrker detta ytterligare. Busch är dessutom mycket mer personlig i dessa sekvenser, då hon delar med sig av mer privata detaljer och känslor om exempelvis sina barn eller sitt mående. Detta kan öka chanserna för henne att förmedla en känsla av intimitet, genuinitet och öppenhet vilka alla, tillsammans med personligt innehåll överlag, visat sig vara mycket fördelaktiga resurser i dagens politiska landskap (Himmelboim et al, 2012; Bjerling, 2012). Utifrån detta kan Bushs vloggande ses som en strategi att bemöta de krav på emotionella upplevelser som kommit med den utvecklingen som Richards (2007) kallar emotionalisering av samhället.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att skildringen av Buschs liv och hennes personliga upplevelser utgör stora delar av vloggarna. Som tidigare nämnt är det explicit uttryckt att vi genom vloggarna får följa med Busch under hennes vardag och således kan hela vloggandet ses som ett livsberättande. Det kan vidare konstateras att de karaktärsdrag som Bush valt att framhäva i sin livsberättelse kan ha stora strategiska fördelar för Buschs politiska karriär, då de bevisats vara eftertraktade av väljare. Genom sitt personliga berättande lyckas Busch inte enbart konstruera denna fördelaktiga bild av sig själv som person och partiledare - dessutom kan vloggarna upplevas som en transparent kommunikationskanal med möjlighet att skapa en upplevd intimare relation mellan Busch och medborgarna.

Ebbas politiska budskap

Utifrån den tematiska analysen kan det konstateras att Busch blandar politiska och personliga berättelser frekvent. Som tidigare nämnt kan hela vloggandet ses som

ett livsberättande, vilket gör att då Busch uttrycker en politisk åsikt görs det även som en del i berättelsen om hennes liv. Majoriteten av de identifierade politiska berättelserna blir således så kallade informella politiska berättelser, det vill säga politiska ämnen som framträder i icke-politiska sammanhang (Shenhav, 2006). I vloggarna avhandlar nämligen Busch sina politiska ställningstaganden väldigt snabbt och endast som avbrott från andra personliga utläggningar (se bilderna 8 och 9). Dessutom är det enbart Buschs politiska ståndpunkt som uttrycks - vi får inte se någon motpart. Med det sagt finns det anledning att tro att Busch, medvetet eller omedvetet, förklarar politiska budskap i personligt innehåll. Detta kan stödjas i Brady et al.:s (2018) forskning som visar att politiker använder sociala medier för att konstruera berättelsen om sig själva, samtidigt som de strategiskt kan förmedla underliggande politiska budskap som nödvändigtvis inte är uppenbara för betraktaren. På liknande grunder argumenterar Dobkiewicz (2019) för hur enkelt det är att dölja underliggande budskap i dessa till synes ”oskyldiga” inlägg tack vare mediets personliga karaktär. Att Busch vloggar i sin lokala matvarubutik och pratar om budgetförhandlingar som kan *“ge välfärden mer pengar”* för att sedan snabbt övergå till att prata om helgens planer kan således betraktas som ett strategiskt tillvägagångssätt att förmedla ett underliggande politiskt budskap och därigenom påverka attityder. Att berättelsen återges i ett icke-politiskt sammanhang gör det dessutom lättare för betraktaren att ta till sig informationen (Brady et al., 2018).



Bild 8 och 9 (Busch, 2020b)

Även Buschs språkbruk har en betydande roll i förmedlingen av hennes politiska budskap. Busch beskriver exempelvis hur Sverige är i en *“trygghetskris”* och hur integrationspolitiken har *“havererat fullkomligt”*, vilket är uttalanden som kan väcka känslor och därför kan ses som exempel på moraliskt språkbruk. Brady et

al. (2018) påstår att moraliskt språkbruk har en betydande inverkan då väljare ska ta till sig politiska budskap. Med det sagt kan Buschs känslomässiga språkbruk antas vara ett tillvägagångssätt för att underlätta för väljare att ta till sig hennes politiska poänger.

En annan nämnvärd aspekt i Busch berättande om sig själv och sitt partiledarskap är hur hon, utöver sin partiledarroll, porträtteras som en kändis som går på Elle-galan och syns bland kända ansikten (se bild 10). Att Busch väljer att skildra närvaron och förberedelserna för Elle-galan i sin egenproducerade vlogg kan ses som ett exempel på Ekman och Widholms (2017) resonemang om att den ökade vikten av sociala medier i politikens identitetsskapande har fått deras mediestrategier att likna “underhållnings-kändisars”. Busch blir en så kallad kändispolitiker, vilket Enli och Rosenberg (2018) menar är en strategi för samtidens politiker att tilltala medborgare med begränsat politiskt intresse genom att framträda i nya, underhållande sammanhang där de kan agera mer informellt och dela privata berättelser. Med det sagt kan Busch vloggande i allmänhet, och kändisaspekten i synnerhet, ses som ett tillvägagångssätt för att locka även politiskt oengagerade grupper till att ta del av hennes politiska berättelse. Detta tillvägagångssätt kan vidare ses som en möjlig förklaring till varför Busch vloggar överhuvudtaget.

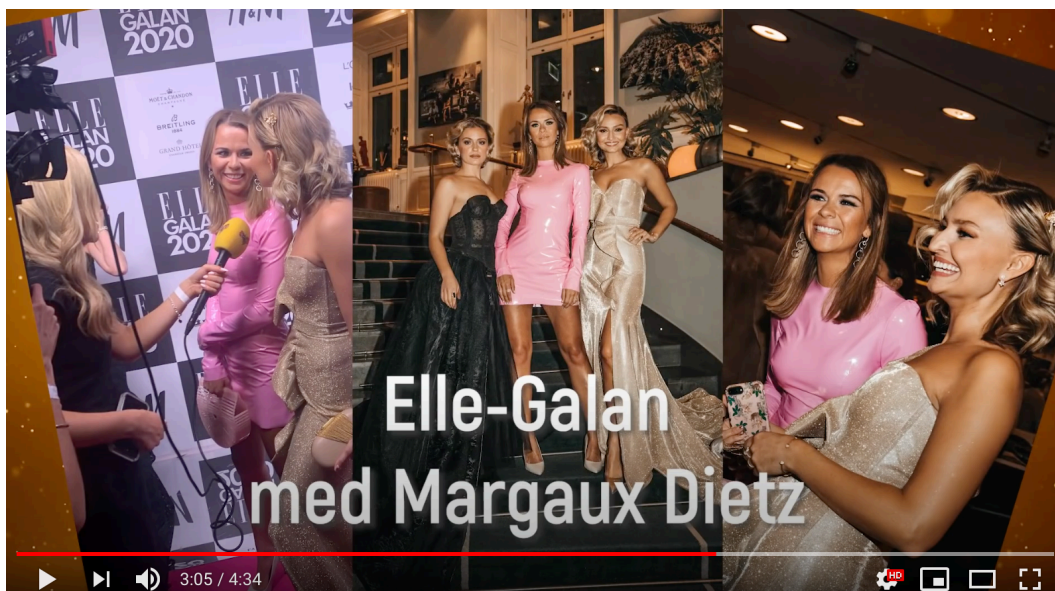


Bild 10 (Busch, 2020a)

Med tanke på hur Busch blandar sina personliga och politiska berättelser i vloggarna kan hon vidare påstås utöva en form av gränslös eller porös politik vilket innebär ett större fokus på politikernas personliga egenskaper och att praktiskt sett allt inkluderas i politisk diskurs - inte minst underhållning (Blumler & Gurevitch, 2005). I vloggarna blir alltså de politiska ställningstagandena porösa och närmar sig således underhållning, vilket Street (2001) kritiserar för att uppmuntra till en ytlig förståelse av politiska frågor då de blir trivialiserade. Vi kan se hur Busch uppmuntrar till en sådan ytlig förståelse när hon exempelvis upprepade gånger presenterar enkla lösningar som uppenbara svar på komplexa politiska problem.

Samtidigt har politik alltid varit påverkad av medielandskapet, vilket idag i hög grad domineras av sociala medier (Strömbäck, 2011). Med andra ord behöver Buschs vloggande inte enbart ses som ett exempel på trivialisering av politiska argument, utan kan även ses som en naturlig produkt av sin samtid. Exempelvis menar Bjerling (2012) att personaliseringen och samhällets ökade behov av emotionella upplevelser har lett till att politiska aktörer måste bemöta medborgare på ett mer personligt och emotionellt sätt för att bibehålla politisk makt (Bjerling, 2012). Med det sagt skulle syftet med Buschs vloggande kunna antas vara blott en anpassning till det nya medielandskapet och samhällets krav på politik och politiker.

Sammanfattningsvis kan syftet med att Busch inkluderar politiska teman i sina personliga vloggar antas vara ett tillvägagångssätt för att locka även politiskt oengagerade grupper att ta del av hennes politik. Med hjälp av att förklä politiska budskap i personligt innehåll, använda moraliskt språkbruk samt framställningen av Busch som en kändispolitiker, kan Busch vloggande ses som en ny arena för att tilltala medborgare med lågt eller begränsat intresse för politik. Detta kan i sin tur, tillsammans med möjligheten att konstruera en fördelaktig livsberättelse, antas vara en anledning till att Busch vloggar överhuvudtaget. Avslutningsvis kan sättet som Busch avhandlar politik i sitt berättande å ena sidan främja en ytlig förståelse av politiska frågor, samtidigt som det å andra sidan kan uppfattas som en naturlig anpassning till samhällets och medielandskapets utveckling.

6. Diskussion och slutsatser

Syftet med denna studie var att studera modern politisk kommunikation utifrån begreppet personalisering. Mer konkret syftade studien till att åskådliggöra hur personliga och politiska berättelser utformas och förhåller sig till varandra genom att studera partiledaren Ebba Buschs vloggar. Resultaten från analysen visade att Busch, med hjälp av diverse semiotiska resurser, konstruerade personliga berättelser men även politiska berättelser där informella politiska berättelser var dominerade. Användandet av semiotiska resurser bidrog även till att konstruera Buschs persona som i sin tur kunde delas in i tre stycken identifierade underteman; maskinen Ebba, vanliga Ebba och partiledaren Ebba. En slutsats är att hur Busch målas upp som partiledare inte helt kan särskiljas från hur hon porträtteras som privatperson. En annan slutsats är att de olika berättelserna förstärker och beror av varandra. Exempelvis konstruerar Buschs politiska ställningstaganden inte bara bilden av Buschs politiska ståndpunkt utan även hur hon är som person och partiledare och vice versa. Med andra ord samspelar de personliga och de politiska narrativen.

Vidare visade studiens resultat att Busch använder vloggarna för att konstruera livsberättelser där hon framhäver önskvärda karaktärsdrag, men också som ett tillvägagångssätt för att skapa en intim relation med tittarna. Busch vloggande kan därför tänkas syfta till att svara på samhällets nya krav på emotionella upplevelser och personliga inslag i dagens politik. Analysen fastställde även att Busch använder ett moraliskt språkbruk och att hon framställs som en så kallad kändispolitiker, vilket kan antas vara tillvägagångssätt för att tilltala medborgare med lågt eller begränsat intresse för politik. Att Busch dessutom blandar informella politiska berättelser med personliga berättelser leder till att hennes politiska åsikter förkläs i personligt innehåll, vilket gör att hennes politiska budskap inte nödvändigtvis är uppenbara för betraktaren. Således är en möjlig slutsats att Busch använder vloggarna för att konstruera en fördelaktig livsberättelse, skapa en personlig relation med medborgarna och för att förmedla

underliggande politiska budskap och därmed locka nya grupper att ta del av hennes politik. Detta kan i sin tur kan antas vara anledningen till varför Busch vloggar överhuvudtaget.

Buschs vloggande kan vidare anses förmedla en porös och gränslös politik, eftersom de politiska inslagen endast blir korta avbrott i vloggarnas dominerande personliga teman. I de korta avbrotten blir de politiska frågorna förenklade och trivaliserade, och Busch kan därför uppmuntra till en ytlig förståelse av politiska frågor. Å andra sidan har politik alltid varit påverkad av medielandskapet, och därför kan Buschs vloggande även ses som en progressiv anpassning till det sociala medielandskapet.

Avslutningsvis har denna studie bidragit med nya insikter om i vilken utsträckning personalisering av politik förekommer i ett modernt kommunikationsformat och har synliggjort hur personliga och politiska teman används för olika syften. Resultatet påvisar en tydlig personalisering av politik eftersom analysen fastställer att personligt innehåll är dominerande i Buschs vloggar och bekräftar därmed en distinkt orientering mot persona och intimisering. Från ett bredare perspektiv kan detta ses som ett exempel på hur politik har blivit allt mer personlighetsbaserad. Studien adderar kunskaper om personalisering från politiska aktörers perspektiv, vilket är efterfrågat då tidigare forskning främst fokuserat på personalisering av politik utifrån ett medieperspektiv (Bjerling, 2012).

I en större kontext utgör studien ett exempel på hur politiker kan anpassa sin kommunikation till en plattform där personligt innehåll gynnas och hur de kan bemöta de nya krav som uppstått på grund av emotionaliseringen av samhället. Analysen har synliggjort hur personligt och politiskt berättande kan blandas på en politikers egna sociala medier och dessutom vad detta kan ha för möjliga syften. Vidare bekräftar studien Ekman och Widholms (2017) argument om att politisk onlinekommunikation tenderar att främja en porös och gränslös politik. Dessutom bekräftar studien tendenser som tytt på att sociala medier driver personalisering. I och med att det råder en brist på fullständig konsensus inom personaliseringens utbredning kan dessa samtliga bekräftande insikter berika den allmänna kunskapen om personalisering av politik som fenomen. Dessutom bidrar studien till det uttryckta forskningsbehovet att studera modern politisk kommunikation multimodalt och visuellt samt att studera personalisering av politik på nya

utforskade medieplattformar. Busch är den första svenska partiledaren att använda sig av vloggande i sin politiska kommunikation och insikterna från denna studie kan således vara användbara för andra politiska aktörer i utformningen av deras kommande mediestrategier.

6.1 Förslag på framtida forskning

Eftersom denna studie har som utgångspunkt att diskutera personalisering av politik utifrån de politikerna aktörernas perspektiv är väljarnas perspektiv inte inkluderat. Därför skulle ett förslag på framtida forskning kunna vara att göra en kvantitativ undersökning av huruvida väljare uppfattar politik som personaliserad. Det hade även varit intressant att studera hur väljare tar till sig politiska budskap när de presenteras personligt. Detta hade bidragit med mer kunskap om huruvida blandningen av personligt och politiskt innehåll är en effektiv mediestrategi. Ett sista förslag är att göra kompletterande studier av andra partiledares sociala medier för att kunna dra bredare slutsatser gällande i vilken utsträckning personalisering förekommer i svensk, modern politisk kommunikation. Det skulle även vara intressant att göra en jämförande studie av Buschs övriga sociala medier kontra vloggarna för att undersöka graden av personalisering på olika medieplattformar. Att göra en liknande studie i andra världsdelar eller kulturella kontexter skulle också kunna bidra med intressanta insikter till forskningsfältet.

Referenser

- Asp, K. & Johansson, B. (1999). *Medierna och personvalet* (SOU 1999:92). Stockholm: Faktainfo.
- Bjerling, J. (2012). *The personalisation of Swedish politics: party leaders in the election coverage 1979-2010*. (Doktorsavhandling, Göteborgs universitet, Göteborg, 1101- 4652). Hämtad från <http://hdl.handle.net/2077/31451>
- Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (2005). Rethinking the study of political communication. I Curran, J., & Gurevitch, M. (eds), *Mass Media and Society*. New York: Oxford University Press: 104–21.
- Brady, W. J., Wills, J. A., Burkart, D., Jost, J. T., & Van Bavel, J. J. (2018). An ideological asymmetry in the diffusion of moralized content on social media among political leaders. *Journal of Experimental Psychology, Vol. 148, No. 10*, 1802–1813.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Busch, E. (2020a, 23e januari). *Så här kan en vecka också se ut | PARTILEDARDEBATT & ELLEGALAN | VLOGG 5*. [Videofil]. Hämtad från <https://www.youtube.com/watch?v=RRmuKx7aAMg>
- Busch, E. (2020b, 20e februari). *Jag träffar en sosse! | FÖDELSEDAG OCH MINITURNÉ | VLOGG 6*. [Videofil]. Hämtad från <https://www.youtube.com/watch?v=37Ov6maVDHM>
- Bäck, E., A., Bäck, H., Fredén, H., & Gustafsson, N. (2018). A social safety net? Rejection sensitivity and political opinion sharing among young people in social media. *New Media & Society*; 1-19.
- Coleman, S., & Blumler, J. G., (2009). *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dobkiewicz, P. (2019). Instagram narratives in Trump's America: Multimodal social media and mitigation of right-wing populism. *Journal of Language & Politics, Vol. 18, Issue 6 (2019)*, 826-847.

- Ekman, M., & Widholm, A. (2017). Political communication in an age of visual connectivity: Exploring Instagram practices among Swedish politicians. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 15(1), 15-32.
- Eksell, J. & Thelander, Å. (2014). *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Enli, G. & Rosenberg, L., T. (2018) Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians Seem More Authentic. *Social Media + Society*, January-March 2018: 1–11.
- Guðmundsson, B., & Sverrisson, B. (2019). Social Media – A Vehicle for Personalisation in Politics? Political communication before the 2017 parliamentary elections in Iceland. *Nordicum-Mediterraneum*, Vol 14, Iss 1, A1.
- Hermans, L., & Vergeer, M. (2012). Personalization in e-campaigning: A cross-national comparison of personalization strategies used on candidate websites of 17 countries in EP elections 2009. *New Media & Society*, 15(19), 72 - 92.
- Himmelboim, I., Lariscy, W.R., Tinkham, F. S., & Sweetser, D.K. (2012). Social Media and Online Political Communication: The Role of Interpersonal Informational Trust and Openness. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(1): 92 - 115.
- Johansson, A. (2005). *Narrativ teori och metod: Med livsberättelsen i fokus*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Karlsson, M., & Åström, J. (2018). Social media and political communication: Innovation and normalisation in parallel. *Journal of Language & Politics*, 17(2), 305–323.
- Kramer, E. (2013). When news becomes entertainment: Representations of corruption in Indonesia's media and the implication of scandal. *Media Asia*, 40:1, 60-72.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. New York: Oxford University Press Inc.
- Kriesi, H. (2011). Personalization of national election campaigns. *Party Politics*, 18(6), 825-844.

- Kruikemeier, S., Van Noort, G., Vliengenthart, R., & de Vreese, C. H. (2013). Getting closer: the effects of personalized and interactive online political communication. *European Journal of Communication*, 28(1), 53-66.
- Langellier, K. (1989) Personal narratives: Perspectives on theory and research. *Text and Performance Quarterly*, 9(4), 243-276.
- Langer, A. I. (2010). The Politicization of Private Persona: Exceptional Leaders or the New Rule? The Case of the United Kingdom and the Blair Effect. *The International Journal of Press/Politics* 15(1), 60-76.
- Lincoln, Y., & Guba, E. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills: Sage.
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: democracy in a digital age*. Cambridge: Polity.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*. London: Sage
- Paul, N., & Perreault, G. (2018). The first lady of social media: The visual rhetoric of Michelle Obama's Twitter images. *Atlantic Journal of Communication*, 26:3, 164-179.
- Perri 6 & Bellamy, C. (2011). *Principles of methodology: Research design in social science*. London: Sage.
- Rahat, G., & Sheafer, T. (2007). The personalization(s) of politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication*, 41(1), 65–80.
- Rasmussen, J. (2014). Multimodal analys - att förstå det visuella varumärket. I Eksell, J. & Thelander, Å. (Red./Ed.), *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Regeringskansliet. (2019). Delar av regeringens politik bygger på sakpolitisk överenskommelse. Hämtad 2020-05-08 från <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/regeringens-politik-bygger-pa-sakpolitisk-overenskommelse/>
- Reinemann, C., & Wilke, J. (2007). It's the debates, stupid! How the introduction of televised debates changed the portrayal of chancellor candidates in the German press, 1949-2005. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12(4), 99-111.
- Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie: Om analysarbete i kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur AB.

- Rheault, L., Rayment, E., & Musulan, A. (2019). Politicians in the line of fire: Incivility and the treatment of women on social media. *Research and Politics*, 6(1).
- Richards, B. (2004). The emotional deficit in political communication. *Political Communication*, Vol 21 (3).
- Richards, B. (2007). *Emotional governance. Politics, media and terror*. Basingstoke: Palgrave.
- Riessman, C., K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. Los Angeles: Sage.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. (4th edition). London: Sage.
- Shenhav, S., R. (2006). Political Narratives and Political Reality. *International Political Science Review*, Vol 27, No. 3, 245–262.
- Siefkes, M. (2015). How semiotic modes work together in multimodal texts: Defining and representing intermodal relations. *10plus1: Living Linguistics, Issue 1*, 113-131.
- Street, J. (2001). *Mass media, politics and democracy*. New York: Palgrave.
- Strömbäck, J. (2011). Mediatization and perceptions of the media's political influence. *Journalism Studies*, 12:4, 423–39.
- Surdiasis, F., Eriyanto, E. (2018). Narrative of politics in the era of social media: a multimodal analysis of president Joko Widodo's video blog. *E3S Web of Conferences* 74 (2018): 10012.
- Van Aelst, P., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2011). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Sage Publications of Journalism* 13 2, 203-220.
- Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing Social Semiotics*. New York: Routledge.