

Kurskod: SKDK11 & SKOK11
Termin: Vårterminen 2021
Handledare: Camilla Nothhaft
Examinator: Asta Cepaite Nilsson

När politikerna själva har ordet

En kvalitativ studie av retoriken i Miljöpartiets videobloggar direkt från Bryssel

SARA FREGERT & THERESE HERMELIN

Lunds universitet
Institutionen för strategisk kommunikation
Examensarbete för kandidatexamen



Abstract

When the politicians have the floor

This study examines what happens when political communication is shifted from the traditional news media to the political organization itself, and thus is no longer dependent on journalists and gatekeepers. As well as whether a political organisation, through its YouTube channel, can in fact claim to be equivalent to traditional journalism. Based on previous research, a knowledge gap was identified regarding how politicians, within the European Parliament, communicate on the media platform YouTube in order to convey news about their work in Brussels directly to Swedish citizens. The study examines the channel Twenty-Twenty-Two, featuring three MEPs in the Green Party. A rhetorical analysis has then been carried out on three selected video blogs in order to find out what happens when politicians take on journalistic reporting. The results showed that the Green Party to some extent used the channel to reach out with their political agenda, while partially meeting the requirements as a journalistic medium. Thus, the study concluded that the channel results in its own genre, which we named "dependent journalism". Furthermore, the study illustrates how a political party claims to replace traditional news media and conveys an insight into how communication is affected by the phenomenon of disintermediation. Consequently, the study adds new understanding of digital political communication in today's society and therefore contributes to the research field strategic communication and digital media.

Keywords: Political Communication, Journalism, Members of European Parliament (MEP), Rhetorical Analysis, Disintermediation, Political Agitation.

Number of characters including spaces: 98 451.

Sammanfattning

När politikerna själva har ordet

Denna studie undersöker vad som händer när den politiska kommunikationen förflyttas från de traditionella nyhetsmedierna till den politiska organisationen, och därmed inte är beroende av journalister och gatekeepers längre. Samt om en politisk organisation, genom sin Youtube-kanal, i själva verket kan göra anspråk på att likställas med traditionell journalistik. Utifrån den tidigare forskningen identifierades ett kunskapsgap i hur politiker inom Europaparlamentet kommunicerar på medieplattformen Youtube i syfte att förmedla nyheter om sitt arbete i Bryssel direkt till Sveriges medborgare. Studien har utgångspunkt i kanalen Tjugotjugotvå som drivs av Miljöpartiets tre europaparlamentariker. Varpå en retorisk analys har utförts på tre utvalda videobloggar i syfte att ta reda på vad som händer när politiken tar sig an journalistisk rapportering. Resultatet visade att Miljöpartiet delvis använder kanalen för att nå ut med partiets egen politiska agenda samtidigt som de delvis uppfyller kraven för att vara ett journalistiskt medie. Därmed kom studien fram till att kanalen resulterar i en egen genre, som vi har valt att kalla "beroende journalistik". Studien åskådliggör hur ett politiskt parti gör anspråk på att ersätta traditionell nyhetsmedia och förmedlar en insikt i hur kommunikationen påverkas av fenomenet *disintermediation*. Följaktligen tillför studien ny förståelse om digital politisk kommunikation i dagens samhälle och bidrar till forskningsfältet strategisk kommunikation och digitala medier.

Nyckelord: Politisk Kommunikation, Journalistik, Europaparlamentariker, Retorisk Analys, Disintermediation, Politisk Agitation.

Antal tecken inklusive blanksteg: 98 451.

Vi vill rikta ett stort tack till

vår eminenta handledare Camilla Nothhaft som med stort engagemang och värdefulla råd har gett oss vägledning under arbetets gång. Vidare vill vi även rikta ett tack till Institutionens för Strategisk Kommunikation för tre givande och lärorika år. Och sist men inte minst vill vi tacka våra respektive familjer samt våra pojkvänner Erik och Erik.

Vi vill även understryka att arbetet med uppsatsen har genomförts till lika stor del av båda författarna.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund.....	1
1.1.1 Miljöpartiet i EU.....	3
1.2 Problemformulering.....	3
1.3 Syfte och frågeställning.....	4
1.4 Avgränsningar.....	5
2. Tidigare forskning	6
2.1 Perspektiv inom tidigare forskning.....	6
2.2 Europaparlamentariker och digitala medier.....	7
3. Teoretisk referensram	11
3.1 Retorik.....	11
3.1.1 Retorikens kontext.....	11
3.1.2 Retorikens genrer.....	12
3.1.3 Retorikens appellformer.....	13
3.1.4 Retorikens troper.....	14
3.2 Mediering, medialisering och medielogik.....	14
3.3 Disintermediation.....	15
3.4 Journalistiska medier.....	15
3.5 Gestaltning och agitation.....	16
3.6 Den kommunikativa genren.....	17
4. Metod	18
4.1 Vetenskapsteoretisk ansats.....	18
4.2 Empiriskt material.....	19
4.3 Urval och begränsningar.....	19
4.4 Analysmetod.....	20
4.4.1 Analytisk tillvägagångssätt.....	20
4.5 Metodreflektion.....	22
4.6 Etiska överväganden.....	24
5. Retorisk analys	25
5.1 Tillförlitlighet.....	25
5.1.1 Att komma till tals.....	25

5.1.2 Den primära källan.....	27
5.1.3 Taktisk agenda	28
5.1.4 Partisympatisörer eller medborgare	29
5.1.5 Sammanfattning	31
5.2 Dramatisering.....	32
5.2.1 Den logiska och den känslolösa.....	32
5.2.2 Tecken och dess inverkan	35
5.2.3 Troper och dess inverkan	37
5.2.4 Sammanfattning	38
5.3 Stereotyper och fördomar	40
5.3.1 Sammanfattning	41
6. Diskussion och slutsats	42
6.1 Förslag på framtida forskning	44
Referenser.....	45
7. Bilagor.....	49
7.1 Schema över Tjugotjugotvås videobloggar (2021-04-19)	49
7.2 Transkribering “EU är sämst i världen” (Tjugotjugotvå, 2021)	49
7.3 Transkribering “Den svenska högern röstar nej till vår framtid” (Tjugotjugotvå, 2020b)	53
7.4 Transkribering “Vi kräver mer demokrati och mer klimat i Budgeten” (Tjugotjugotvå, 2020c)	58

1. Inledning

I studiens inledande avsnitt presenteras en introduktion till den alltmer ökande klyftan mellan EU och Sverige, följt av en bakgrund av Miljöpartiets roll inom institutionens väggar. Därefter följer problemformuleringen samt syfte och frågeställning. Slutligen redovisas studiens avgränsningar.

1.1 Bakgrund

“Klockan är 20:22 och det här är Tjugotjugotvå, programmet som från och med nu och varje vecka är er kanal in till Europaparlamentets stängda rum.”

(Tjugotjugotvå, 2020a)

Europeiska Unionen (EU) och i synnerhet Europaparlamentet är idag en viktig aktör i det samhälle och den värld vi lever i. Inte minst i Sverige där Europaparlamentet står för nästan hälften av de lagar som stiftas och styr såväl regering som regioner. Trots detta uppdagade *Institutet för mediastudier* i en nyligen publicerad granskning att rapporteringen från EU:s högkvarter i Bryssel har minskat stadigt under de 25 år som Sverige har varit medlem (Truedson, 2020). Melchior (2020) beskriver i sin studie att antalet korrespondenter som rapporterar från maktens centrum idag har reducerats med nästan två tredjedelar, ett problem som Melchior håller de svenska dagstidningarna ansvariga för. Enligt Strömbäck (2015) har traditionella massmedier länge varit den primära källan som människor vänder sig till i sökandet av information kring samhälle och politik. Följaktligen menar Strömbäck att detta främst beror på traditionella mediers förmåga att samla in, behandla och sprida nyheter om det som anses aktuellt i dagens samhälle. Strömbäck påpekar däremot att internets framfart har medfört att människor nu i allt större utsträckning vänder sig till digitala medier för information och primärt de traditionella nyhetsmediernas konton. Men hur ska konsumenterna nås av det som sker i Europaparlamentet om

traditionella medier rapporterar allt mindre om det som sker innanför institutionens väggar?

Alice Bah Kuhnke, Pär Holmgren och Jakop Dalunde har idag svaret på den frågan. Tillsammans driver de talkshowen Tjugotjugotvå på Youtube, med syftet att varje torsdag förmedla deras arbete i Europaparlamentet och rapportera om aktuella händelser (Miljöpartiet de gröna, u.å. c). I det första avsnittet tar Alice Bah Kuhnke och Pär Holmgren upp att “... i väntan på att det blir mer granskning och skrivelser om vad som händer i Europaparlamentet så tänker vi varje vecka, varje torsdag klockan 20.22 avlägga en rapport...” (Tjugotjugotvå, 2020a). Således ämnar kanalen till att ersätta den brist på rapportering som idag existerar i Bryssel. Barisione & Michailidou (2017) argumenterar för att politiker i allt större omfattning har börjat använda sociala medier för att sprida information, samt övertala och mobilisera väljare vilket i sin tur gör att de förbigår den professionella journalistiken. Något som talkshowen Tjugotjugotvå förverkligar i sin Youtube kanal.

I dagens kommunikationssamhälle blir anpassningen av sociala plattformar hos politiska partier allt vanligare, vilket i sin tur tillåter politikerna att själva publicera material som når ut direkt till publiken (Fisher et al., 2018). Sociala medieplattformar konkurrerar med de traditionella nyhetsmedierna både i inflytande och i räckvidd. Och efter nästan hundra år av ömsesidiga relationen mellan politiker och journalister möjliggör nu sociala medier för politiker att kringgå granskningen av gatekeepers (Fisher et al., 2018). Förmåga att undvika de traditionella nyhetsmedierna kallas *disintermediation*, ett begrepp som innebär att meddelanden undgår att utsättas för tolkning och editering av professionella nyhetsredaktörer (Fisher et al., 2018). Enligt Fisher et al. (2018) har den direkta kommunikationen genom medieplattformar potential att öka medborgarnas medverkan och delaktighet i de politiska processerna. Möjligheten att låta medborgare och politiker kommunicera med varandra online kan därmed även betraktas som en metod för att främja en demokrati med mer dialog (Fisher et al., 2018).

Politisk medialisering, beskrivs av Strömbäck (2014), som en process där de politiska systemen påverkas av och fogar sig till massmediernas krav. Inflytandet som medierna har i medialiseringen av politiken omfattar, enligt Strömbäck, hur individer, organisationer och sociala system anpassar sig för att kommunicera genom media samt de aktiviteter och processer som förändras, formateras och struktureras av media. Medielogik, menar Strömbäck, är i relation till medialisering ett

centralt begrepp vilket han beskriver som att “... ett mediums innehåll beror på vilket medieinnehåll som passar ett mediums format, organisation, yrkesmässiga normer och behov av uppmärksamhet.” (Strömbäck, 2014; s. 162). När medielogiken styr över politiken så anpassar sig politiska aktörer till mediets vilja, varpå de kommunicerar och agerar för att uppfylla mediets behov (Strömbäck, 2014).

Mot bakgrund av det alltmer vanliga fenomenet, *disintermediation* (Fisher et al., 2018), inom politiken och inte minst i EU väcks en nyfikenhet att ta reda på vad som händer med kommunikationen när gatekeepers och medielogiken från traditionell media inte längre är styrande och lämnar plats till nyhetsrapportering direkt från ett politiskt parti på sociala medier.

1.1.1 Miljöpartiet i EU

Miljöpartiet, även kallat det gröna partiet, vill föra en politik för att göra skillnad. Partiets ideologi är att sträva efter ett samhälle där människor lever i solidaritet med natur, djur, kommande generationer samt människor världen över. Miljöpartiet har fyra kärnfrågor som innefattar *klimat, miljö, migration* och *jämställdhet*. (Miljöpartiet de gröna, u.å. a). Efter EU-valet i maj 2019 har Miljöpartiet numera tre EU-parlamentariker, Alice Bah Kuhnke, Pär Holmgren och Jakop Dalunde. Varav både Alice och Pär sedan tidigare är kända personer inom public service, det vill säga TV och radio som inte drivs i kommersiellt syfte (Statens kulturråd, 1994). Tillsammans är parlamentarikerna inom EU aktiva inom frågor som rör migration, jämställdhet, klimat, miljöfrågor, transport och demokrati. Inom Europaparlamentet tillhör Miljöpartiet, tillsammans med 70 andra ledamöter från medlemsländerna, gruppen de gröna även kallat EFA (Miljöpartiet de gröna, u.å. b). Partigruppen är den femte största gruppen, baserat på antal ledamöter, av de totalt åtta som har plats i parlamentet (The Greens/EFA, u.å.). Tillsammans driver Alice, Pär och Jakop Youtube-kontot Tjugotjugotvå där de varje vecka publicerar en ny video som skildrar arbetet i EU (Miljöpartiet de gröna, u.å. c).

1.2 Problemformulering

Enligt Ekman och Widholm (2015) så har relationen mellan journalister och politiska aktörer i dagens samhälle blivit alltmer komplex. Politikernas nya digitala kommunikationsplattform, sociala medier, skapar en avgörande fördel för politiska

partier som är bekanta med plattformarna (Ernst et al., 2017). Enligt Fisher et al. (2018) erbjuder medierna en möjlighet för politikerna att själva publicera meddelanden, och öppnar därmed upp för medborgarna att få tillgång till direktförmedlad information från en rad källor utöver nyhetsmedia. Därmed är de politiska partierna inte i samma grad bundna till journalisterna för att nå ut med sitt budskap till publiken (Fisher et al., 2018).

Vidare menar Ekman och Widholm (2015) att politiker, som tidigare stod utanför mediernas institutioner, nu har anpassat sociala medier för att dagligen nå ut med kommunikativa strategier. Således argumenterar Ekman och Widholm för att journalister i allt högre grad har förlorat sitt tidigare monopol på information eftersom politiker nu kan producera sitt eget innehåll. Detta kan i sin tur kan leda till att politiker, via sociala medier, i allt större utsträckning tar kontroll över den publika diskursen eftersom de kan kringgå kritisk granskning och svåra frågor (Ekman & Widholm, 2015). Genom digitala medier får de politiska partierna ytterligare en kanal för att marknadsföra sig gentemot sina väljare och kan därmed personligen och enkelt kommunicera med den specifika publiken (Ernst et al., 2017).

Enligt Fisher et al. (2018) anpassade den före detta amerikanska presidenten Donald Trump, en välkänd kritiker till nyhetsmedia, Twitter för att nå ut till publiken. Den sociala plattformen möjliggjorde i sin tur för Trump att kringgå den kritiska rapporteringen som skildrades i traditionella nyhetsmedier, vilket Trump likställer med att äga en tidning utan att riskera att göra några förluster (Fisher et al., 2018). Likt Trumps anpassning av Twitter för att förmedla sitt budskap och således kringgå traditionell nyhetsmedia, har även Sverigedemokraterna startat upp nyhetskanalen Riks på Youtube med syftet att rapportera "*konservativa nyheter*" (Riks, 2020). Därmed anpassar politiker på både internationell och nationell nivå digitala kanaler för att nå ut och rapportera nyheter, ett fenomen som blir allt större.

1.3 Syfte och frågeställning

Syftet med studien är att ta reda på vad som sker när kommunikation förflyttas från journalistiska medier till den politiska organisationen, så kallad *disintermediation* (Fisher et al., 2018). Mer konkret så ämnar studien att åskådliggöra hur Miljöpartiets Youtube-kanal förhåller sig till den journalistiska genren, i syfte att förstå

vad som händer när politikerna själva har ordet. Genom att utföra en retorisk analys av materialet ämnar vi besvara följande frågeställning:

Vad händer och hur ser det ut när en politisk organisation gör anspråk på att vara ett journalistiskt medie och vad får det för konsekvenser?

För att få svar på den övergripande frågeställningen har följande två forskningsfrågor formulerats:

- På vilket sätt, om alls, uppfyller Tjugotjugotvå kraven för att räknas som ett journalistiskt medie?
- Hur förhåller sig Tjugotjugotvå till genrerna journalistik och agitation?

1.4 Avgränsningar

Studien genomförs inom ramen för strategisk kommunikation och digitala medier och är därmed avskild från andra forskningsfält som i sin tur hade kunnat förmedla andra insikter. Studien är vidare begränsad till resultat som kan uppnås genom en retorisk analys. Att utgå från en annan analysmetod, som exempelvis en diskursanalys, hade kunnat tillföra andra intressanta aspekter av politisk kommunikation i den digitala eran. Utifrån studiens tidsomfång har uppsatsen ytterligare avgränsats till den digitala kommunikationsplattformen Youtube, och mer specifikt Miljöpartiets videobloggar Tjugotjugotvå. Fortsatt har studien avgränsats till tre av parlamentarikernas videobloggar för att generera en djupare förståelse av fenomenet. Då kanalen är en av de första i sitt slag i Sverige att göra anspråk på att förmedla nyheter på Youtube, direkt från ett politiskt parti, tror vi att materialet har stor möjlighet att förmedla nya insikter om *disintermediation* (Fisher et al., 2018).

2. Tidigare forskning

I studiens andra avsnitt presenteras en överblick av tidigare forskning inom politisk kommunikation. Det första avsnittet beskriver tre identifierade perspektiv som skildrar den tidigare synen på relationen mellan journalister och politiker. Den andra delen tar upp forskning kring Europaparlamentarikers (MEPs) användning av sociala medier. Forskningsöversikten är av vikt för studien då den förmedlar en fördjupad förståelse för det identifierade forskningsområdet.

2.1 Perspektiv inom tidigare forskning

Politisk journalistik hade varit omöjlig utan en väletablerad relation mellan journalister och politiska institutioner eftersom en grundpelare inom journalistik är att etablera källor (Ekman & Widholm, 2015). Likväl är goda relationer minst lika viktig ur en politisk aktörs synvinkel då politikerns förmåga att kommunicera ut budskap, till stor del är beroende av journalister och olika medieinstitutioner. I tidigare forskning behandlas maktbalansen mellan journalister och deras källor utifrån tre olika perspektiv (Ekman & Widholm, 2015).

Det första perspektivet ser på relationen mellan journalister och dess källor utifrån att det, via förhandling, finns ett ömsesidigt samförstånd som båda parterna kan dra fördel av (Ekman & Widholm, 2015). På så vis har ingen av parterna mer makt över den andra och relationen präglas av interaktion. Det andra perspektivet utgår från att se journalisten i form av en oberoende part som kritiskt granskar olika sorters källor och på så vis agerar gatekeepers för vad som ska och inte ska förmedlas ut till den större publiken. Det tredje, och sista, perspektivet utgår ifrån att journalister har makten att bestämma vilket socialt fenomen som är av nyhetsvärde och hur fenomenet ska gestaltas. Således innehar journalisten en position i samhället som få andra kan nå upp till och som olika källor måste anpassa sig till (Ekman & Widholm, 2015). Samtliga perspektiv positionerar därmed journalisten i en fördelaktig position i relation till sina källor, vilket senare forskning har riktat kritik mot. Fisher et al. (2018) betonar i stället att massmedia och digitala medier i dagens

samhälle används parallellt och att politiker därmed inte enbart är beroende av journalister för att nå ut med sitt budskap. Likväl påpekar Fisher et al. (2018) att medborgarna har möjlighet att kringgå institutionella strukturer och därmed få information direkt från källan, i stället för, eller som ett komplement till nyhetsmedia. Vilket sammantaget innebär att maktbalansen har jämnats ut och lämnat plats för politiker som den primära källan till information.

2.2 Europaparlamentariker och digitala medier

Enligt Valera-Ordaz och Sørensen (2019) så är digital teknik grundläggande för att stärka bandet mellan EU och dess medborgare, på grund av den alltmer avtagande mediebevakningen från journalister. Trots sin erkända status kämpar EU för att kommunicera om sitt uppdrag och relevans till de europeiska medborgarna (Scherpereel et al., 2017). Men även om allt fler europaparlamentariker har implementerat sociala kanaler finns det, enligt Valera-Ordaz och Sørensen (2019), idag knapphändig kännedom om hur europeiska representanter använder sig av verktygen samt hur, om alls, dessa används för att kommunicera med medborgarna.

Lilleker och Koc-Michalska (2013) har i sin studie undersökt så kallad "*self-representation*" genom en innehållsanalys av 440 europaparlamentarikers personliga hemsidor i syfte att identifiera olika kommunikativa strategier. I sin artikel undersöker forskarna hur europaparlamentariker använder sig av internet för att kommunicera med sina väljare samt vad den valda metoden kan säga om deras kommunikationsprioriteringar. Analysen utvärderar tre kommunikationsstrategier, som inte utesluter varandra, och kallas; "*homestyle information provision (HIP)*", "*impression management strategy (IMS)*" och "*participatory communication strategy (PCS)*". Forskarna fann att europaparlamentariker främst applicerade strategin att representera sig som en professionell och proaktiv kommunikatör (HIP). Den dominerande strategin fokuserar på förmågan att driva en serviceinriktad informativ homestyle-modell där ledamöterna själva kommunicerar som lagstiftare. I praktiken innebär det att de på sina webbplatser informerar om deras arbete i Europaparlamentet och hur det tjänar landet eller regionen i fråga. Därefter, fann forskarna att den andra mest dominerande strategin är att framställa sig personligt (IMS) och tilltala publiken genom deras livsstil, kvalifikationer samt bakgrund. Slutligen fann Lilleker och Koc-Michalska att den interaktiva kommunikationen, det vill säga

uppmuntran till dialog (PCS), fortfarande var under utveckling i majoriteten av hemsidorna och främst drivs av de yngre parlamentsledamöterna. Utifrån dessa antaganden anser författarna att forskningen bör fokusera på två områden: bedömningar av de grundläggande strategiska målen för en onlinekommunikationsstrategi samt att undersöka effekterna av att delta i dialoger online (Lilleker & Koc-Michalska, 2013).

Roginsky (2016) har genom intervjuer och observationer undersökt hur europaparlamentariker föreställer sig sin publik på Facebook och Twitter för att synliggöra hur detta påverkar politikernas representation på mediet. Artikeln baseras på kvalitativ forskning genomförd mellan åren 2009 och 2014 med syfte att analysera parlamentarikernas framställning samt förstå hur dessa konstrueras. Studiens resultat visar att europaparlamentarikerna utgick från att publiken aktivt måste vara intresserad av politiska frågor för att vilja ta del av innehållet, varav en del av dessa främst består av professionella aktörer som journalister. Trots att Facebook verkar vara mindre begränsat anser parlamentsledamöterna att publiken som använder plattformen måste ha ett stort intresse för politik för att överväga att följa politikerna. Roginsky konstaterar att europaparlamentarikers uppfattning om publiken spelar roll, av den anledningen att innehållet i deras meddelanden avspeglar deras potentiella och förmodade publik och betonar det faktum att onlinekommunikationen och dess innehåll alltid är tänkt för en publik. Vidare understryker forskaren vikten av att veta mer om sin politiska publik samt förstå deras användning av Facebook och Twitter för att möjliggöra för partiet att producera tilltalande och omfattande innehåll på kanalerna. Därmed argumenterar Roginsky för att politikerna i parlamentet bör hitta en metod för att integrera dessa medieplattformar i vardagspolitiken. Mot bakgrund av detta drog Roginsky slutsatsen att digitala medier ur politikernas synvinkel kanske inte är den främsta lösningen till att laga klyftan mellan EU och invånarna, eftersom den politiska kommunikationen präglas av en diskurs som inte riktar sig till alla (Roginsky, 2016).

Scherpereel et al. (2017) har likt Roginsky undersökt europaparlamentarikers kommunikation och beteende på Twitter. Studien syftar till att söka förståelse för fem olika dimensioner av parlamentarikernas Twitter användning och utgår därmed från frågorna (1) Har europaparlamentarikernas konton på Twitter? (2) Är dem "early adopters" av mediet? (3) Hur ofta används Twitter? (4) Och hur används mediet? det vill säga interagerar de med andra användare genom att delta i direkta

konversationer eller hänvisar de sina följare till annat innehåll, exempelvis via retweets? Forskarna fann att det finns en betydande variation av parlamentsledamöternas användning av Twitter. Medieforumet används framför allt av två anledningar - för att sprida information och för att interagera och samtala med publiken, där forskarna främjar att den sistnämnda. Konversationen via Twitter är särskilt viktig som en metod att minska kommunikationsklyftan mellan europaparlamentarikerna och allmänheten. Däremot tyder analysen på att övervägande del av medlemmarna i Europaparlamentet föredrar att "sända" information framför att "chatta". Resultatet genererar en inblick i de olika mönster av politisk representation samt den förändrade karaktären av politisk kommunikation som existerar i dag. Analysen åskådliggör att trots att tre fjärdedelar av ledamöterna har etablerade Twitter-konton verkar medieforumet ännu inte ha revolutionerat deras politiska kommunikation (Scherpereel et al., 2017).

Slutligen har Valera-Ordaz och Sørensen (2019) jämfört i sin studie hur danska och spanska medlemmar i Europaparlamentet kommunicerar via Facebook under en månads tid. Studien syftar till att undersöka de dagliga aktiviteterna samt i vilken utsträckning det existerar en politisk konversation mellan europaparlamentariker och medborgarna. Det gör studien med utgångspunkt i att bidra med kunskap gällande användningen av Facebook i politiskt syfte av två länder, med väsentligt olika mönster för politiskt deltagande samt politiska kulturer. Forskningen utfördes under en icke-kampanjperiod genom en innehållsanalys. Resultatet visade att både danska och spanska medlemmar i stor utsträckning är aktiva och närvarande på Facebook, men att de trots sitt stora inflytande fortfarande ligger långt efter de respektive nationella parlamenten när det gäller popularitet samt mediatäckning. En annan aspekt som observerades var att de danska parlamentarikerna hade en mer dialoginriktad kommunikation jämfört med sina spanska kollegor som endast publicerade inlägg och undvek att svara på kommentarer. Vidare kom forskarna fram till att användningen av Facebook skiljer sig väsentligt både baserat på nationalitet och ideologi. Spanien visade sig vara relativt aktiva gällande publiceringar av uppdateringar medan Danmark ansågs ha mer aktiva följare, som genom likes och kommentarer, gav danska europaparlamentariker större uppmärksamhet och stöd. Oavsett nationalitet visade studien att ideologin var ett relevant begrepp då partierna från vänster visade sig vara betydligt mer aktiva på Facebook än partierna från höger. Sammanfattningsvis visar studien att Facebook främst används som en

envägskommunikationskanal och misslyckas således med att främja politiska samtal med medborgarna. Därmed tyder studien på att det finns utrymme för förbättring samt att medieplattformar kan användas i större utsträckning av de europeiska representanterna (Valera-Ordaz & Sørensen, 2019).

Mot bakgrund av ovanstående forskning kring europaparlamentariker och digitala medier uppdagas problematiken angående hur Europaparlamentet ska nå ut till allmänheten på bästa sätt till följd av det minskade intresse, valdeltagande och kommunikationsgap som existerar mellan Europaparlamentet och dess medborgare (Valera-Ordaz & Sørensen, 2019). Att sociala medieplattformar introduceras som en potentiell lösning till detta problem råder det inget tvivel om i tidigare forskning men hittills har, baserat på artiklarna, forskare främst undersökt parlamentarikers kommunikation på medierna Facebook och Twitter. Således identifieras ett kunskapsgap i studier kring europaparlamentarikers kommunikation via videobloggar och mer specifikt på forumet Youtube. Vidare råder det brist på forskning kring det relativt nya begreppet *disintermediation* och dess betydelse för europaparlamentarikers kommunikationsmöjligheter med sina medborgare. Vad är det egentligen som händer när gatekeepern försvinner och parlamentarikerna själva gör anspråk på att vara den främsta nyhetskällan från Europaparlamentet?

3. Teoretisk referensram

I studiens tredje avsnitt presenteras relevanta teorier inom retorik och maktskiftet från traditionell nyhetsmedia till sociala medier, med betoning på begreppen mediering, medialisering, medielogik och disintermediation. Vidare presenteras teorier inom journalistiska medier, gestaltning och agitation samt den kommunikativa genren.

3.1 Retorik

3.1.1 Retorikens kontext

“Retorik har många definitioner: talekonsten, konsten att övertyga, eller, med en mera allmän definition: alla de sätt som människor använder för att påverka varandras tänkande och beteende genom ett strategiskt utbud av symboler.”

(Mral, 2000; s. 151)

Oavsett hur många olika definitioner som finns kring retorik så finns idag ett visst samförstånd om att retorik som kritisk vetenskap främst handlar om att undersöka kommunikationens påverkan (Mral, 2000). Kommunikationen omfattar i sin tur i första hand den språkliga handlingen, men kan också innefatta ickeverbala budskap och bilder. Forskning inom den retoriska vetenskapen strävar inte endast efter att beskriva texterna i avseende av form och struktur, utan man är framför allt också intresserad av sändarens effektivitet. Det vill säga om sändaren når framgång med sina språkliga val, och om denne i sin tur har en påverkan på mottagaren av informationen. På så sätt är forskning inom retorik både kritisk och normativ, vilket innebär att värdet av texten ständigt bedöms mot bakgrund av ett områdes normer och värderingar (Mral, 2000).

Retorisk analys är i dagens samhälle variationsrik, men det finns vissa grundprinciper att utgå ifrån (Mral, 2000). Den främsta grundprincipen är att retoriken ständigt utgår ifrån att ha en helhetssyn på kommunikationen. Så till vida att den

intresserar sig för kommunikativa handlingar som behandlar både sinnen, känslor, önskningsar och förnuft. För att uppfylla grundprincipen, och komma åt en texts alla delar är det således meningsfullt att utgå från principerna som uppkom redan på Aristoteles tid. Vidare utgick Aristoteles alltid från att retoriken ska vara bunden till en viss kontext, vilket också är startpunkten för en klassisk retorisk analys. Kontexten kan i sin tur kopplas till tre olika sammanhang varav den första utgår från att identifiera den aktuella publiken som påverkas av och leds till handling, beslut eller nya insikter. Det andra sammanhanget handlar om att identifiera det påträngande problemet eller uppgiften bakom den kommunikativa handlingen. För det tredje så bör även begränsningar eller omständigheter som påverkar talaren identifieras. Till dessa begränsningar hör bland annat den retoriska textens genre som i sin tur ger en inblick i vilka särskilda regler som gäller för det specifika tillfället (Mral, 2000), samtidigt som det kan användas för att avgöra vilket retorisk övergripande syfte som en text har (Vigsø, 2010).

3.1.2 Retorikens genrer

Vigsø (2010) presenterar tre olika retoriska genrer som kan appliceras, dels för att analysera helheten av en text, men också för att analysera mer djupgående delar av en text och dess funktioner. Vigsøs tre genrer presenteras nedan:

Forensisk retorik har som syfte att anklaga eller försvara en person. Genren behandlar ofta frågor kring vad som anses rätt eller fel för att nå fram till en avgörande dom. Således berör forensisk retorik händelser i det förflutna och ett klassiskt textexempel är rättstal (Vigsø, 2010).

Deliberativ retorik har som syfte att argumentera för eller emot något med intentionen att nå fram till ett beslut kring vad som bör ske i framtiden. Således behandlar *deliberativ retorik* frågor angående det som anses nyttigt eller skadligt, där klassiska exempel kan hämtas från politiska tal (Vigsø, 2010).

Epideiktisk retorik syftar till att hylla eller klandra någon eller något. Genren går exempelvis att finna i hyllnings- eller klandertal, och har som mål att skapa en positiv eller negativ känsla. Dessutom behandlas ofta frågan om vad som är bra eller dåligt i en nulägeskontext (Vigsø, 2010).

3.1.3 Retorikens appellformer

Människor agerar ständigt utifrån olika motiv och övertygas därför av olika faktorer. Inom retorik brukar man därför ta upp tre appellformer, det vill säga tre olika sätt att övertyga; *ethos*, *logos* och *pathos* (Vigsø, 2010). *Logos* vädjar framför allt till läsarens förnuft och det rationella resonemanget medan *ethos* och *pathos* appellerar till känslor på olika sätt, *ethos* genom egenskaper hos avsändaren och *pathos* genom känslor hos läsaren. De tre appellformer är sammanflätade för att nå avsändarens mål att övertyga läsaren. I en retorisk analys handlar det om att notera när de olika appellformerna används och beroende på hur avsändaren balanserar dessa utläsa hur talaren ser på publiken och hur publiken ser på talaren (Vigsø, 2010). Mer specifikt karaktäriseras de tre appellformerna av följande:

Logos vädjar till läsarens rationella ställningstagande. Det kännetecknas av att en person håller sig till ämnet, har en tydlig strävan efter objektivitet, för en saklig bevisföring baserad på trovärdig fakta, samt ett ständigt neutralt ordval och behärskat framträdande. Styrkan hos övertalningsförmågan är dess klarhet, precision och logiska följdriktighet medan svagheten brukar vara dess pedantiska och tråkiga sida (Vigsø, 2010).

Ethos appellerar i kraft av personlighetsdrag och karaktär och bygger på publikens förtroende för avsändaren till följd av dennes kompetens, klokhet, moraliska karaktär eller vänliga inställning. *Ethos* utmärker sig genom att avsändaren inte är strikt bunden till situationen. Man brukar skilja på primär *ethos* och sekundär *ethos* beroende på om känslorna för avsändaren finns före kommunikationen, primär *ethos*, eller skapas som resultat av själva kommunikationen, sekundär *ethos* (Vigsø, 2010).

Pathos bygger på läsarens sinnestillstånd och känslor i kommunikationssituationen. Appellformen kan bygga på såväl positiva känslor, såsom glädje och medkänsla, som negativa känslor, såsom upprördhet, hat och ilska. *Pathos* som metod är mycket situationsbunden och kännetecknas av värdeladdat ordval och iögonfallande stil (Vigsø, 2010).

3.1.4 Retorikens troper

Inom den politiska retoriken används vanligtvis olika former av troper, även kallat bildspråk, för att övertyga åhörarna om ett budskap (Heradstveit och Bjørgo, 1996). Nedan följer ett urval av retoriska politiska troper:

Eufemismer innefattar ord som till synes är mindre "hårda" än de begrepp som de representerar (Hallahan, 2011) och kan därför beskrivas som att tala med goda eller snälla ord (Heradstveit & Bjørgo, 1996). Därmed menar Heradstveit och Bjørgo (1996) att eufemismer kan beskrivas som en språklig fasad på så vis att talaren manipulerar sina ord för att ställa en företeelse i fördelaktigt ljus. Vidare påpekar Heradstveit och Bjørgo att eufemisering är intressant att studera som process eftersom den tillåter observatören att identifiera hur aktörer, framför allt inom politiken, använder sig av troperna för att uppnå politiska och retoriska mål. Däremot påpekar också författarna till boken att manipulation av språk i politiska sammanhang kan orsaka stor skada.

Metaforen är inom den klassiska teorin, enligt Heradstveit och Bjørgo (1996), när en aktör byter ut en sats eller ett ord mot en annan term som inte har en naturlig tillhörighet i sammanhanget. Vidare menar Heradstveit och Bjørgo att metaforen inom den politiska kommunikationen med fördel kan användas i syfte att förklara saker som inte kan uttryckas genom det vanliga språket.

Ironi bygger enligt, Heradstveit och Bjørgo (1996), på opposition. Vidare beskriver Heradstveit och Bjørgo ironi som när ett uttalande i en viss situation är så pass absurd att mottagaren tolkar budskapet som motsats till innebörden. Vidare så menar författarna till boken att ironi är ett mycket effektivt verktyg inom politisk retorik då det är ett uttrycksmedel som kan försätta motståndare i en konstig situation.

3.2 Mediering, medialisering och medielogik

Medialisering definieras av Strömbäck (2009, s. 387) som "... en dynamisk process där medierna och deras format, krav och innehåll påverkar andra sfärer i samhället, inte minst politiken.". Mediering är i sin tur en förutsättning för att medialisering ska uppstå eftersom medierna har större inflytande över politiken ju mer medierad politiken är. Ekman och Widholm (2015) betonar i sin tur att när man talar om medialisering finns det flera tolkningar, men vanligtvis betonas,

exempelvis att, politiska institutioner behöver anpassa sina arbetsätt och strategier så att de passar medias logik. *Medielogik*, ett begrepp myntat av Altheide och Snow, skildrar det medieinnehåll som formas av ett mediums normer, organisation, format, invändiga arbetsvillkor och önskan om uppmärksamhet (Strömbäck, 2009). Mer specifikt innebär logiken att medierna styrs och struktureras baserat på teknologiska förutsättningar samt institutionella faktorer, i stället för att ledas av verklighetens efterfrågan på rapportering och form (Strömbäck, 2009).

3.3 Disintermediation

Möjligheten att kringgå traditionella nyhetsmedier kallas enligt Fisher et al. (2018) för *disintermediation*. Mer specifikt menar Fisher et al. att begreppet medför hur sändaren av ett budskap inte riskerar att få sitt meddelande omarbetat av nyhetsmedia. Fenomenet är även knutet till så kallat "*direct representation*" samt "*self representation*" vilket speglar politikernas möjlighet att kommunicera direkt med sin målgrupp, via plattformar online, utan inblandning av nyhetsmedia (Fisher et al., 2018; refererat till Coleman, 2005; Lilleker & Koc-Michalska, 2013).

Därtill menar Fisher et al. att politikernas förmåga att kringgå nyhetsmedia och publicera direkt till publiken har uppstått som en konsekvens av digitaliseringen och internets framväxt. Däremot har fenomenet stött på en del kritik eftersom avlägsnandet av gatekeepers kan resultera i en kvantitet snarare än kvalitet i den diskurs som förs på internet (Fisher et al., 2018).

3.4 Journalistiska medier

Enligt Nord & Strömbäck (2004) strävar journalistiken efter att informera på ett sätt så att människor fritt kan ta ställning i samhällsfrågor. För att möjliggöra detta krävs det därmed att journalistiken skildrar verkligheten så objektiv och verklighetstrogen som möjligt. Ljuslinder (2012) betonar däremot att det är omöjligt för nyhetsprogram att återge en exakt skildring av verkligheten eftersom vissa delar av innehållet alltid väljs ut och framställs på ett visst sätt, samtidigt som språket oundvikligt formas av kulturella värderingar och föreställningar. Vidare skiljer Nord och Strömbäck (2004) begreppen journalistik och medier, varpå författarna menar att journalistik är beroende av medier för att informationen ska kunna nå medborgare

till skillnad från medier som inte är beroende av journalistik. Medierna, i det här fallet exempelvis TV3 och kanal 5 kan också välja att distribuera underhållning och andra typer av budskap. Dessutom så betonar Nord och Strömbäck att internet, inte enbart klassificeras som ett medie likt traditionella massmediet utan snarare klassificeras som ett metamedie. Ett metamedie är i sin tur ett medium som innehåller många andra medier som exempelvis webbradio, webb TV och webbtidningar. Något som ytterligare särskiljer internetmedier från traditionella medier är att de möjliggör interaktion, kan framställas personligt och inte absolut behöver vara offentligt samtidigt som innehållet ständigt kan uppdateras (Nord & Strömbäck, 2004).

För att skapa rum för en välfungerande demokrati krävs det informationsutbyte mellan politiker och dess medborgare (Nord & Strömbäck, 2004). Mediernas huvudsakliga uppgift är således att förlänga den fungerande demokratin genom att informera, granska och agera plattform för olika debatter i syfte att underlätta för åsiktsbildning. Medierna har därmed moraliska krav som måste uppfyllas gentemot demokratin, vilket i huvudsak tillhandahålls genom journalistik (Nord & Strömbäck, 2004).

Enligt Nord och Strömbäck (2004, refererat till Nord & Strömbäck, 2002; Nord, Shehata & Strömbäck, 2003) finns det sju krav som är skäliga att efterfråga från medier som anser sig vara journalistiska med huvudsyftet att informera publiken. De bör 1) använda två källor som är oberoende av varandra, 2) främst vara beskrivande, men om tolkningar förekommer, 3) distinkt dra en skiljelinje på vad som är tolkning och spekulationer samt 4) betona när olika uppgifter är bekräftade eller obekräftade 5) och vara tydlig med vilka källor som anpassats 6) undvika att dramatisera på ett vis som otydliggör gränsen mellan vad som är fiktion och fakta, och slutligen 7) inte anspela på generella stereotyper och fördomar som förstärker och sprider dessa ytterligare (Nord & Strömbäck, 2004).

3.5 Gestaltning och agitation

Framing, översatt av Strömbäck (2014) till gestaltningsteorin, är ett vanligt fenomen inom samhällsvetenskapen som innebär att man betonar särskilda aspekter av den politiska eller sociala verkligheten (Hallahan, 2011). Att gestalta information kommer ursprungligen från människans behov av att förenkla meddelanden, varav vissa aspekter av en upplevd verklighet väljs ut och görs mer framträdande i

den kommunikativa handlingen. Gestaltning underlättar därmed för kommunikationens förmåga att forma uppfattningar och skapa ett sammanhang åt informationen. Vidare kan gestaltning både betona och utesluta aspekter vilket gör fenomenet vanligt förekommande inom den politiska kommunikationen. Politisk gestaltning kan därmed ses som en medveten process som partier anpassar för att konstruera, förmedla, tolka eller utvärdera information (Hallahan, 2011).

Likt gestaltning av politiska budskap kan man här även introducera begreppet agitation (Statens kulturråd, 1989). Agitation handlar om att en aktör, framför allt i relation till partier, försöker påverka den allmänna opinionen genom skrift eller tal. Således syftar begreppet till att via argumentation predika för det som aktören tror på enligt noga övervägda planer (Statens kulturråd, 1989). Vidare kan agitation liknas med det som Strömbäck (2014) idag definierar som strategisk politisk kommunikation, vilket beskriver hur ett parti strategiskt väljer att kommunicera för att i slutändan nå sina politiska mål.

3.6 Den kommunikativa genren

Swales (1990) definierar en genre som en egen kategori av särskild litterär komponering. Swales argumenterar vidare för att det viktigaste kriteriet, som förvandlar en samling kommunikativa handlingar till en genre, är att de olika handlingarna har ett gemensamt syfte. Exempelvis så kan ett politiskt tal sträva efter att övertyga sin publik, förlöjliga sina motståndare och få med sig anhängare. Till skillnad från en nyhetskanal som troligtvis strävar efter att främst förmedla aktuell information om omvärlden till publiken (Swales, 1990). Swales teori blir således aktuellt för analysen eftersom det möjliggör för studien att, genom identifiering av syften bakom den kommunikativa handlingen, förstå hur Miljöpartiets youtubekanal förhåller sig till journalistik och agitation.

4. Metod

I studiens fjärde avsnitt presenteras uppsatsens vetenskapliga ansats följt av en beskrivning av det empiriska materialet, urval och begränsningar samt den applicerade analysmetoden. Avsnittet avslutas därefter med en metodreflektion samt en diskussion om studiens etiska överväganden.

4.1 Vetenskapsteoretisk ansats

Studien är skriven inom ramen för forskningsfälten strategisk kommunikation och digitala medier, med syfte att undersöka hur Miljöpartiet förmedlar sitt budskap, genom sina videobloggar, samt om de kan göra anspråk på att vara en journalistiskt medie eller inte. För att uppnå studiens syfte har en kvalitativ metod tillämpats. Enligt Yin (2015) kan kvalitativ forskning med fördel appliceras för att studera verklighetens kontexter och skapa förståelse för nya koncept som kan förklara sociala förhållanden. Vidare följer studien en abduktiv arbetsprocess, som tillåter forskaren att pendla fram och tillbaka mellan befintlig teori och information som uppdagas vid analys av empiri (Kennedy, 2018). Ett abduktivt tillvägagångssätt bidrar, enligt Kennedy (2018), till att genom en selektiv och kreativ process undersöka om det framkomna dataunderlaget stödjer befintliga teorier eller om den kan bidra med ytterligare förståelse till den teorin som redan existerar. I vår studie möjliggjorde således arbetsprocessen för oss att dels vara öppna för ny information i materialet samtidigt som vi kunde utgå från befintliga teorier.

Den ontologiska ansatsen i studien, hur verkligheten är beskaffad (Björklund & Paulsson, 2014), följer ett socialkonstruktivistiskt synsätt vilket innebär att världen uppfattas som socialt konstruerad (Bryman, 2012). Vidare appliceras en hermeneutisk epistemologi vilket innebär att forskaren analyserar en text för att utläsa den egentliga meningen utifrån skaparens perspektiv (Bryman, 2011). Att anpassa en hermeneutisk epistemologi rättfärdigar även valet av metod eftersom den retoriska analysen kräver att forskaren når förståelse för både helheten och delarna i en text vilket kännetecknas av ett hermeneutiskt tillvägagångssätt (Mral, 2000).

4.2 Empiriskt material

Det empiriska materialet utgjordes av Miljöpartiets videobloggar på Youtube-kanalen Tjugotjugotvå. Det första avsnittet publicerades den 30 januari 2020 (Tjugotjugotvå, 2020a). Varje torsdag klockan 20:22 publiceras nya avsnitt som behandlar dagsaktuella teman i EU politiken (Miljöpartiet de gröna, u.å. c). Kanalen valdes som empiriskt material mot bakgrund av att den gör anspråk på att ersätta den journalistik som idag saknas i EU (Tjugotjugotvå, 2020a), vilket gör fallet relevant utifrån frågeställningen. För att nå kanalen så måste en aktör aktivt skriva in "Tjugotjugotvå" på Youtubes sökfunktion eller följa länken från Miljöpartiets hemsida.

4.3 Urval och begränsningar

Analysen påbörjades den 19 april 2021 genom att vi tillsammans gick igenom samtliga videobloggar på Youtube-kanalen. Därefter bedömde vi att samtliga var aktuella att analysera utifrån frågeställningen, eftersom studiens resultat inte påverkas av att olika teman behandlas i videobloggarna. Samma dag som analysen inleddes fanns det 75 avsnitt av Tjugotjugotvå som vi valde att dela upp i tre olika kategorier baserat på produktion, varpå en video i varje kategori valdes ut för analys (se 7.1). Den första kategorin döptes till "selfie" då dessa videobloggar filmades av parlamentarikerna själva. Den andra kategorin döptes, i sin tur, till "talkshow" och skildrade parlamentarikerna sittandes i en studio inne i Europaparlamentet. Slutligen döptes den tredje kategorin till "frilansare" varav dessa videobloggar filmades när parlamentarikerna befann sig i rörelse i olika miljöer. När indelningen var klar utfördes ett slumpmässigt urval genom att vi numrerade videorna, förde in siffrorna i Excel, och lät datorn välja videobloggarna för analys. Urvalet resulterade i materialet "Eu är sämst i världen!" (Tjugotjugotvå, 2021), "Den svenska högern röstar nej till vår framtid" (Tjugotjugotvå, 2020b) och "Vi kräver mer demokrati och mer klimat i budgeten" (Tjugotjugotvå, 2020c). Enligt Bryman (2012) bör urvalet inte vara så pass litet att det inte går att nå en mättnad i analysen. Däremot argumenterar Bryman också för att det inte bör vara ett så pass stort urval att forskaren inte kan nå en djupare analys i det studerade fallet. Mot bakgrund av detta valdes därmed tre avsnitt eftersom det möjliggjorde en djupare förståelse för materialet.

4.4 Analysmetod

Studien har utgått från en retorisk analys. Att anpassa retorik som metod gav oss möjlighet att analysera kommunikation utifrån påverkan (Mral, 2000). Som analys förmedlade retoriken ett ramverk i form av beprövade kategorier i syfte att förstå helheten, formen, argumentationen och stilen (Mral, 2000). Metoden var därmed lämplig för att svara på studiens syfte det vill säga att förstå vad som sker med kommunikationen när en politisk organisation gör anspråk på att ersätta journalistik.

Enligt Mral (2000) så är idag retoriken som analysverktyg variationsrik. Vidare menar Mral att en analys av samtliga detaljer som återfinns inom den retoriska verktygslådan inte är meningsfullt och att man som forskare därmed alltid bör anpassa analysen efter det som är relevant utifrån forskningsfrågan. Mot bakgrund av detta valde vi att utgå från delar av den klassiska retoriska analysen som återfinns i Mral i kombination med vissa verktyg från Vigsø (2010). Den inledande delen av analysen har främst fokuserat på att identifiera den situation som talaren befinner sig i eftersom Aristoteles alltid ansåg retoriken som situationsbunden (Mral, 2000). Därmed koncentrerades den första delen av analysen på att uppdaga den aktuella publiken, genren, eventuella begränsningar för talaren samt vilka eventuella påträngande problem som ligger bakom den kommunikativa handlingen (Mral, 2000). Genom att skapa frågor utifrån den retoriska kontexten och genren förmedlades ett ramverk som uppdagade aspekter i empirin, vilket främst kategorierna Tillförlitlighet (se 5.1) samt Stereotyper och fördomar (se 5.3) baseras på. Den klassiska retoriska analysen medför även, enligt Mral (2000), verktyg för att analysera hur talaren använder sig av appellformer och troper för att smycka talet och övertyga publiken. Likväl menar Vigsø (2010) att den retoriska analysen, förutom att analysera språk, med fördel kan appliceras för att identifiera hur bilder och ljud används för att övertyga mottagaren. Dessa verktyg har främst gett upphov till analysens andra del kallad dramatisering (se 5.2).

4.4.1 Analytisk tillvägagångssätt

Analysen har utförts utefter Eksell och Thelanders (2014) analytiska abstraktionsstege som skildrar ett systematiskt tillvägagångssätt för att arbeta med kvalitativt material. Abstraktionsstegen består av tre övergripande steg (1) *summera och*

förpacka empirin, (2) återförpacka och aggregera empirin och (3) utveckla ett förklarande ramverk.

Det första steget innefattar att summera och förpacka empirin och på så sätt skapa texter att arbeta med under analysen (Eksell & Thelander, 2014). Eftersom denna studie inriktas på att undersöka rörligt material på Youtube blev första steget att transkribera empirin, det vill säga det som sägs i de valda Youtube-klippen. I enlighet med Eksell och Thelander påbörjades sedan kodningsprocessen som i studiens utgång från a-priori kategorier, det vill säga utifrån bestämda frågor formulerade efter bestämda teorier och begrepp (Eksell & Thelander, 2014), som i vårt fall utgick från retoriken. Frågorna som ställdes baserades på en kombination av Mral (2000) och Vigsø (2010) retoriska analys:

- Vilken är den aktuella publiken som påverkas och leds till handling, beslut eller nya insikter?
- Finns det ett påträngande problem, och vad är uppgiften med den kommunikativa handlingen?
- Finns det några begränsningar för talaren? Vad kan sägas och vad kan inte sägas?
- Vilka genrer återfinns i texten?
- Vilka genrer är mest framstående i texten, forensisk, deliberativ eller epideiktisk? Hur skildras dessa?
- Hur används *ethos*, *pathos* och *logos*? Vad är mest framträdande?
- Hur, om alls, används troper?

I enlighet med Eksell och Thelander pendlade vi under det första steget i abstraktionsstegen mellan teori och empiri vilket tillät frågorna att behandlas som preliminära och gav oss möjlighet att öppna upp analysen för att finna andra relevanta strukturer och kategorier. Mot bakgrund av att den retoriska analysen som, enligt Mral (2000), till karaktären är hermeneutiskt tolkande, arbetade vi i materialet utifrån den hermeneutiska cirkeln (Kvale & Brinkmann, 2014). Den hermeneutiska cirkeln kännetecknas av att forskaren pendlar mellan tolkningen av delarna och tolkningen av helheten i syfte att erhålla en djupare förståelse av meningen (Kvale & Brinkmann, 2014).

I det andra steget i Eksell och Thelanders (2014) abstraktionsstege ska forskaren identifiera och lyfta fram trender och teman som uppdagas vid kodning av empirin. Utifrån frågorna i den retoriska analysen och mot bakgrund av Nord och Strömbäck (2004) sju krav för ett journalistiskt medie (se 3.4) skapades i denna del tre

kategorier som döptes till *Tillförlitlighet*, *Dramatisering* samt *Stereotyper och fördomar*. De tre kategorierna betonar, i enlighet med Eksell och Thelander, viktiga drag i det empiriska materialet för att presentera de poänger som har identifierats.

Det tredje och avslutande steget i den analytiska abstraktionsstegen innefattar utvecklingen av ett förklarande ramverk, i syfte att på ett djupare plan synliggöra strukturen i materialet (Eksell & Thelander, 2014). I vår analys utgörs steget av *Sammanfattningar* i slutet av varje kategori. I sammanfattningarna synliggjorde vi, utifrån vår egen förståelse för fenomenet och mot bakgrund av teorin, hur Miljöpartiets kommunikation ser ut i relation till genrerna journalistik och agitation. På så vis framhölls betydelsefulla egenskaper i det empiriska materialet för att belysa poänger i syfte att tydliggöra studiens kunskapsbidrag (Eksell & Thelander, 2014).

4.5 Metodreflektion

I kvalitativa metoder är man främst intresserad av att studera meningen i det empiriska materialet vilket involverar tolkning (Willig, 2008). För att kunna tolka så måste forskaren aktivt engagera sig i dataunderlaget vilket förutsätter att denne har en ståndpunkt att ta avstamp i. Därmed innebär kvalitativ forskning en subjektivitet som man måste förhålla sig till (Willig, 2008). För att motverka subjektivitet i den mån det går har vi under transkribering av materialet suttit åtskilda. Vilket möjliggjorde för oss att vid senare tillfälle jämföra transkriberingarna och belysa eventuella skillnader i materialet. Därmed resulterade den slutgiltiga transkriptionen i en text baserat på två personers tolkning. Vidare valde vi, under den inledande fasen av analysen, att individuellt reflektera över olika intressanta aspekter som vi fann i empirin innan vi tillsammans gick igenom materialet. På så sätt möjliggjorde vi för en bredare tolkning och motverkade att bli påverkade av varandras observationer.

Enligt Bryman (2012) anses kvalitativa metoder ofta vara begränsade i den mån att resultaten är omöjliga att generalisera till andra fall. Däremot argumenterar Bryman för att kvalitativa undersökningar kan generaliseras till teori och inte till populationen. Likväl menar Nothhaft (2017; refererat till Danermark, 2002) att generaliserbarhet inte enbart handlar om regelbundenhet som återfinns i empirin. Med det menar Nothhaft (refererat till Danermark, 2002) att det generella även går att finna i beståndsdelarna som utgör sociala relationer. Med utgångspunkt i idéerna kring

kritisk realism erkände Nothhaft vissa villkor för sitt studerade fenomen som kan identifieras och analyseras på olika analytiska nivåer. Vi tar, i motsats till Nothhaft, utgång i socialkonstruktivismen som vi menar har vissa likheter till kritisk realism. Socialkonstruktivism baseras på antagandet om att forskaren alltid presenterar en specifik version av den sociala verkligheten vilket gör att verkligheten inte kan ses som definitiv (Bryman, 2012). Vilket vi anser kan likställas med forskning som bedrivs utifrån den kritiska realismen, i vilken man accepterar att de kategorier som används för att förstå verkligheten med stor sannolikhet är tillfälliga (Bryman, 2012). Vid analys av vårt empiriska material uppdagades det ett villkor som vi anser är speciellt för vårt fall, nämligen att de politiska aktörerna som gör anspråk på att föra journalistik, agerar både källa och journalist (se 5.1.2). Vi argumenterar därmed för att detta villkor är generaliserbart. Vi vill däremot, likt Nothhaft, förtydliga att villkoret som vi anser är generaliserbart inte är fastställt, utan i vårt fall kan förändras beroende på vem som observerar händelsen.

Enligt Willig (2008) så är kvalitetskriterierna för kvantitativ forskning, det vill säga reliabilitet och validitet i den form de har, inte lika applicerbara i kvalitativ forskning. Bryman (2011; refererat till Lincoln & Guba, 1985; Guba & Lincoln, 1994) introducerar fyra kriterier som motsvarar kvantitativ forskning men som i sin nya form är applicerbara i kvalitativ. Det första kriteriet, pålitlighet, innebär att forskaren tydligt och ingående ska redogöra för alla delar i forskningsprocessen som sedan förslagsvis ska granskas av kollegor (Bryman, 2011). I vårt fall har vi i metoddelen redogjort för forskningens val och tillvägagångssätt för att uppfylla kriteriet, därtill har arbetet under projektets gång skickats till handledaren för återkoppling. Det andra kriteriet, möjlighet att styrka och konfirmera, innebär att det klart och tydligt bör redogöras för att arbetets utförande och slutsatser inte medvetet har påverkats av personliga värderingar (Bryman, 2011). Vilket vi har diskuterat och reflekterat över i etiska överväganden (se 4.6) samt i metodreflektionen (se 4.5). Det tredje kriteriet, överförbarhet, syftar till kvalitativa studiers förmåga att studera en specifik verklighet vilket väcker frågor kring huruvida resultaten håller i en annan kontext eller situation (Bryman, 2011). Bryman (2011; refererat till Guba & Lincoln, 1985) menar att forskaren därmed bör förmedla en omfattande beskrivning som hjälpmedel till att bedöma huruvida resultaten är applicerbara till en annan miljö. För att möta kriteriet har vi i analysdelen exemplifierat och beskrivit de olika situationerna ingående. Det fjärde kriteriet, trovärdighet, handlar om att forskaren

ska få sina resultat verifierade av de personer som har studerats i studien så att verkligheten är rättvist skildrad, så kallad respondentvalidering (Bryman, 2011). Men eftersom denna studie inte har baserats på intervjuer eller fokusgrupper är detta kriterium inte applicerbart i det här fallet.

4.6 Etiska överväganden

En viktig aspekt som har begrundats under arbetets gång är insikten om att vi som utfört studien sedan tidigare bär på politiska åsikter och ställningstaganden. Att utföra en analys med syftet att identifiera hur Miljöpartiets kommunikation ter sig i förhållande till agitation och journalistik kan därför anses problematiskt då våra åsikter kan påverka resultatet. Vi har under arbetet varit väl införstådda med problematiken och noga övervägt hur våra tidigare erfarenheter påverkar forskningen. Således har vi tillämpat det som Kvale och Brinkmann (2014) kallar “reflexiv objektivitet” vilket innebär att man som forskare reflekterar över det egna bidraget i kunskapsproduktionen. Vi ser det även som en värdefull tillgång att två personer har utfört arbetet eftersom det tillför två olika perspektiv till tolkningen av materialet.

Det bör även betonas att personerna som deltagit i undersökningsmaterialet inte har fått möjlighet att ge sitt medgivande till att vara med. Vilket från en etisk synvinkel skulle kunna ifrågasättas. I det här fallet så är videobloggarna publikt material utformade i en professionell Youtube-kanal och vi utgår således från att deltagarna är medvetna om att deras framförande har publicerats. Vidare uppdragar Bryman (2011) problematiken i att använda sig av material från internet eftersom samtyckesprincipen ofta inte är applicerbar i dessa fall. Däremot presenterar Bryman (refererat till Pace & Livingston, 2005) fyra villkor som bör uppfyllas för att elektronisk kommunikation ska kunna användas i forskningssyfte utan samtycke från deltagarna. Enligt dessa kriterier kan material från internet anses vara offentlig om informationen (1) arkiverats så den är lättillgänglig, (2) inte kräver lösenord för åtkomst, (3) inte är känsligt, (4) och inte har en policy som säger att materialet är förbjudet att använda (Bryman, 2011). Då Youtube uppfyller dessa kriterier anser vi att det empiriska materialet är offentligt och kan appliceras i studien. Vi har även valt att nämna parlamentarikerna vid namn eftersom dessa sedan tidigare är offentliga personer inom public service.

5. Retorisk analys

I studiens femte avsnitt skildras i tre rubriker temana som identifierats vid analys. Den första delen består av en analys av tillförlitlighet, därefter följer en analys av dramatisering och slutligen en analysdel om stereotyper och fördomar. Varje rubrik avslutas med en fördjupande sammanfattning.

Den retoriska analysen är uppdelad i tre rubriker; *Tillförlitlighet*, *Dramatisering* samt *Stereotyper och fördomar*. Varje rubrik är kategoriserad i olika teman som identifierades vid analys av materialet, i syfte att få svar på den första forskningsfrågan som lyder:

- På vilket sätt, om alls, uppfyller Tjugotjugotvå kraven för att räknas som ett journalistiskt medie?

Varje rubrik avslutas med en sammanfattning, för att på en djupare nivå få förståelse för hur kanalen förhåller sig till genrerna journalistik och agitation, i syfte att svara på den andra forskningsfrågan:

- Hur förhåller sig Tjugotjugotvå till genrerna journalistik och agitation?

5.1 Tillförlitlighet

5.1.1 Att komma till tals

Vid analys av Tjugotjugotvås videobloggar har det identifierats ett återkommande tema där Miljöpartiet argumenterar för sin egen politik i EU och ställer den i relation till sina motståndarpartier. Enligt Nord och Strömbäck (2004) bör ett medie för att räknas sig som journalistiskt basera sin information på två oberoende källor samt vara tydliga med vilka källor man hänvisar till. Således bör kanalen Tjugotjugotvå vid sin rapportering framställa att deras påståenden är baserad på en legitim och oberoende källa vilket vid analys kan ifrågasättas.

I videobloggarna förs ständigt en diskussion om å ena sidan Miljöpartiets politik i relation till partiets motståndare, med betoning på Moderaterna, Kristdemokraterna och Sverigedemokraterna. De utomstående källorna som nämns får inte komma till tals och argumentera för sina val och sin politik utan skildras endast utifrån Miljöpartiets perspektiv. Om Miljöpartiets videoblogg ska kunna likställas med journalistik, vilket de anspråkar på att göra, så borde Moderaterna, Kristdemokraterna och Sverigedemokraterna ha fått möjligheten att själva bjudas in till programmet för att försvara och argumentera för sina val. Enligt Nord och Strömbäck (2004) är en av journalistikens grunduppgifter att förmedla information så att människor utan begränsning kan forma sin egen åsikt i frågor som rör samhället. Därmed bör journalistiken sträva efter att förmedla en objektiv bild av verkligheten. Men eftersom vi enbart får ta del av Miljöpartiets åsikter och berättelser av det som sker i Europaparlamentet blir den verklighet som skildras i huvudsak subjektivt framställd. Kravet om att tydligt framställa olika perspektiv från oberoende källor är något som enkelt hade kunnat åtgärdas genom att bjuda in partikollegor till programmet eller påpeka att de har sökts för en kommentar. Videobloggarna tyder däremot på att Miljöpartiet har gjort ett aktivt val att utesluta en andra oberoende källa vilket medför att videobloggen inte strävar efter att skildra en så objektiv bild av verkligheten som möjligt. Ett exempel på detta skildras i videobloggen "EU är sämst i världen!" (Tjugotjugotvå, 2021) då Pär betonar att både miljöpartiet och andra i den gröna gruppen är för ett förslag om miljötullar och nämner sedan i relation till uttalandet att:

“Men det är inte Moderaterna, det är inte Kristdemokraterna, det är inte Sverigedemokraterna för de röstade nej till det här förslaget när vi hade omröstning förra veckan” (Tjugotjugotvå, 2021)

Citatet utelämnar dels en kommentar direkt från partierna, men också en återberättelse från miljöpartiet kring varför resultatet blev som det blev. I stället fortsätter Parlamentarikerna att föra ett resonemang om hur Moderaterna styr med sin "låtsasgröna politik" (Tjugotjugotvå, 2021) vilket i sin tur pekas ut som anledningen till utfallet i omröstningen. Genom att peka ut Moderaternas klimatpolitik som ohållbar stärker Miljöpartiet sin position som ett klimatfokuserat parti hos

mottagaren av budskapet. I ett försök att nå sina politiska mål, lyckas Miljöpartiet både svartmåla sina motståndarpartier samtidigt som de stärker sin egna politik.

Tjugotjugotvå är en kanal som enbart produceras och distribueras av Miljöpartiet via Youtube. Vilket kan vara en av anledningarna till att partiet vill framstå som det "rätta" partiet i förhållande till sina motståndare. Vilket i sin tur kan vara förklaringen till att publiken inte får ta del av resonemang och försvar direkt från Moderaterna, Kristdemokraterna och Sverigedemokraterna i videobloggen. Vilket, som tidigare nämnt, hade varit ett krav för att Tjugotjugotvå skulle få räkna sig som en journalistisk kanal. Men det är inte enbart i relation till andra partier som Miljöpartiet brister i att ta in fler oberoende källor. I videobloggen "Den svenska högern röstar nej till vår framtid" (Tjugotjugotvå, 2020b) poängterar Pär att "*Vi vet att det näringslivet vill det är tydliga signaler*". Således anges en aktör som inte är med i den politiska maktkampen, men som trots detta inte får komma till tals i frågan. Exemplet tyder ytterligare på att parlamentarikerna har gjort ett aktivt val att enbart utgå från sina egna subjektiva åsikter i den information som videobloggarna skildrar. Vilket förtydligar hur Tjugotjugotvå brister i att ta in oberoende källor och redovisa den grund som informationen baseras på och därmed inte uppfyller sitt anspråk om att verka journalistiskt.

5.1.2 Den primära källan

Mot bakgrund av resonemanget i "att komma till tals" kan det konstateras att samtliga videobloggar som analyserats har utgått från Pär, Alice och Jakob som den primära källan för information då ingen annan aktör har fått skildra sitt perspektiv. I egenskap av europaparlamentariker innehar samtliga tre politiker ethos, det vill säga förtroende från publiken, i att resonera och förmedla fakta om arbetet i EU. Likväl är både Alice och Pär kända i TV sammanhang sedan tidigare varav Pär dessutom har jobbat inom public service som meteorolog. Genom att skapa en kanal som gör anspråk på att agera nyhetsmedia har parlamentarikerna positionerat sig så att de både uppfyller rollen som legitim källa för att skildra det som händer i EU och reporter för att förmedla information till publiken. Enligt Nord och Strömbäck (2004) så måste ett medium för att få räknas som journalistiskt vara tydliga med vilka källor som anpassats. Mot bakgrund av detta kan man argumentera för att parlamentarikerna agerar förkroppsligade källor till att rapportera om EUs arbete

och således uppfyller kravet på att ses som ett journalistiskt medie. Som exempelvis när Pär säger “... därför finns det här förslaget då om att införa en klimattull...” (Tjugotjugotvå, 2021). Ett uttalande som publiken inte har anledning att tvivla på eftersom informationen kommer ifrån en källa som innehar förtroende att uttala sig om det som sker i EU. Däremot så uppstår ett annat problem när parlamentarikerna iklär sig rollen som både källa och journalist. Enligt Nord och Strömbäck (2004) ska nämligen två oberoende källor ställas mot varandra för att mediet ska anses vara journalistiskt. Men det kan också argumenteras för att journalisten i en idealsituation också är oberoende av sina båda källor vilket nu inte är fallet även om parlamentarikerna har viss auktoritet att göra sina uttalanden. Därmed kan Miljöpartiet inte verka som en oberoende källa eftersom de samtidigt agerar journalister. Dessutom saknar det som tidigare nämnt en andra oberoende källa vilket ytterligare tyder på att Miljöpartiet brister i att verka journalistiskt.

5.1.3 Taktisk agenda

I det politiska landskapet inom Europaparlamentets väggar cirkulerar många olika aktuella frågor som olika partier och parlamentariker engagerar sig i. Att därmed nå fram med sin politik inom parlamentet kan vara svårt eftersom parlamentariker i sina respektive partier helst av allt vill driva igenom sin egen politik. Miljöpartiet, som idag tillhör de gröna i EU parlamentet är inget undantag. I videobloggen “Den svenska högern röstar nej till vår framtid” (Tjugotjugotvå, 2020b) får vi höra Alice uttrycka “...Varför röstade Moderaternas Jessica Polfjärd och Kristdemokraternas Sara Skyttedal och förstås Sverigedemokraterna mot barnens framtid...” i relation till tidigare scenarion, då publiken endast har fått redogörelser för hur olika partier har röstat, sätts nu ett namn på personerna bakom besluten. Att personifiera och adressera sina politiska motståndare kan vara ett taktiskt drag av Miljöpartiet med förhoppningen om att väcka debatt i det digitala landskapet. Syftet med uttalandet kan således handla om att Miljöpartiet vill provocera fram ett svar från Moderaterna och Kristdemokraterna vilket i sin tur kan gynna deras politiska agenda eftersom deras hjärtefrågor har möjlighet att tas vidare i andra digitala forum. Tjugotjugotvå som medie används på så vis som ett taktiskt verktyg av Miljöpartiet för att få fram den egna politiken och på så sätt nå det partipolitiska målet i EU. En annan intressant aspekt som identifieras är att citatet även inkluderar

Sverigedemokraterna men utesluter att nämna några namn. Vilket kan ses som ett ytterligare tecken på att Miljöpartiet specifikt vänder sig till personerna Jessica Polfjärd och Sara Skyttedal av taktiskt politiska skäl i syfte att få gehör och skapa debatt. Resonemanget exemplifierar hur det politiska partiet distanserar sig från journalistikens strävan om att informera medborgare på så sätt att dessa kan forma egna och självständiga åsikter (Nord & Strömbäck, 2004).

5.1.4 Partisympatisörer eller medborgare

Enligt Nord och Strömbäck (2004) kräver demokratier kommunikation mellan politiker och dess medborgare vilket i huvudsak journalistiken ska förmedla. Vid analys av Tjugotjugotvås videobloggar framkommer det indikationer på att Miljöpartiet främst riktar sig mot specifika målgrupper, i stället för allmänheten i stort. I videobloggen “Den svenska högern röstar nej till vår framtid” (Tjugotjugotvå, 2020b) förmedlar Alice ett resonemang där hon betonar hur alla Miljöpartister som jobbar i EU självklart röstar för det mest ambitiösa klimatmålet. I relation till uttalandet likställer hon sedan deras ståndpunkt med högerns mindre ambitiösa klimatmål. Hon säger “*Men återigen! M och KD, vad är det som händer? Alltså dem röstade ju för ett alternativ som skulle innebära mindre än 55%. Det sämsta av det sämsta!*” (Tjugotjugotvå, 2020b). Således styrs budskapet till fördel för Miljöpartiet vilket kan ses som ett tecken på att de vill nå ut till sina egna väljare. Som publik får man inte heller ta del av något motargument, det vill säga varför Moderaterna och Kristdemokraterna röstade som de gjorde, vilket en journalist hade strävat efter att framställa för att bidra med en mer objektiv syn. De svenska väljarna som därmed röstade på Miljöpartiet till EU parlamentet får en uppmaning till att fortsätta stödja partiet och ett kvitto på att valet av parti var betydelsefullt för klimatet. Föregående citat pekar därmed på att Miljöpartiet, genom sina videobloggar, snarare riktar sig till en specifik målgrupp i form av partisympatisörer i motsats till att nå ut till och informera medborgarna, enligt journalistikens riktlinjer.

En annan aspekt som är framträdande i två av tre videobloggar, är att alla tre parlamentariker avstår från att nämna Vänsterpartiet, Centerpartiet och Socialdemokraterna. Dessa tre partier är de som befinner sig närmast Miljöpartiet på en partiskala, det vill säga åt vänster, och för därmed mer likasinnad politik i relation till högern. Att aktivt utesluta att nämna att dessa tre partier också röstade i enlighet

med Miljöpartiet kan därmed anses som ett taktiskt val för Miljöpartiet. Eftersom de vill framstå som den främsta förespråkaren, av alla vänsterpartier, för den aktuella frågan gentemot sina väljare. Detta då de trots relativt liknande åsikter ändå är konkurrenter. Med tanke på att partierna för liknande politik kan det diskuteras huruvida osäkra väljare som tillhör vänsterskalan går att övertala genom att taktiskt utesluta att nämna de andra partierna. Således kan de även strategiskt få med sig väljare som står och väger mellan att rösta på något av dessa partier men som absolut inte vill rösta höger.

En annan metod Miljöpartiet använder i sina videobloggar som tyder på att de snarare kommunicerar med sina väljare än med den bredare allmänheten är att de skildrar miljöpartiets egna politik som handlingskraftig i väljarnas ögon. Ett exempel på detta illustreras i videobloggen "Vi kräver mer demokrati och mer klimat i budgeten" (Tjugotjugotvå, 2020c) där Alice talar om en resolution som de gröna har drivit i Europaparlamentet i syfte att få igenom ståndpunkter till EU:s långtidsbudget. Alice betonar att det är "... *vi gröna...*" men också "... *Vi har fått med oss de konservativa, vi har fått med oss Socialdemokraterna, Vänstern och Liberalerna på att inte acceptera neddragningar...*" (Tjugotjugotvå, 2020c) som står bakom resolutionen. Därmed skildras miljöpartiets politik som kraftfull, med betoning på att de har makten att övertyga och få igenom sin politik i parlamentet. Alice citat visar på stolthet att de gröna/ europeiska fria alliansen, vilket är den grupp Miljöpartiet tillhör i Europaparlamentet, lyckades få igenom en resolution trots att de tillhör en av de mindre partigrupperna (The Greens/EFA, u.å.). I citatet nämns å andra sidan Socialdemokraterna, Vänstern och Liberalerna vilket går emot tidigare resonemang om att Miljöpartiet vill framstå som främsta förespråkare för att övertyga osäkra väljare. Däremot tyder citatet "... *vi har fått...*" (Tjugotjugotvå, 2020c) i sin tur på att det är Miljöpartiet, och de gröna, som går främst i ledet för att driva frågan framåt, vilket eventuella osäkra väljare kan se som en indikation på att Miljöpartiet får igenom sina frågor och således är rätt kandidat att välja om man inte vill rösta höger. Resonemanget förstärker även föregående exempel ytterligare då Miljöpartiet visar att de kan uppnå skillnad och därmed få osäkra väljare till att överväga Miljöpartiets politik. Sammanfattningsvis visar ovanstående redogörelser att Miljöpartiet främst vill nå ut till egna partisympatisörer eller osäkra väljare vilket därmed frångår formationen av ett budskap som riktar sig till samtliga medborgare.

Videobloggarna förs därmed snarare i ett politiskt syfte, i förmån för att kommunicera med specifika väljare, i stället för att nå ut till en bredare allmänhet.

5.1.5 Sammanfattning

Sammanfattningsvis, utifrån temat tillförlitlighet kan det resoneras huruvida Miljöpartiets videobloggar verkligen kan kategoriseras inom genren journalistik som partiet gör anspråk på att vara. I relation till journalistikens sju riktlinjer är det möjligt att applicera följande fem inom detta tema; (1) använda två källor som är oberoende av varandra, (2) främst vara beskrivande, (3) distinkt dra en skiljelinje på vad som är tolkning och spekulationer (4) betona när olika uppgifter är bekräftade eller obekräftade samt (5) vara tydlig med vilka källor som anpassats (Nord & Strömbäck, 2004). Ovanstående fem riktlinjer kan diskuteras utifrån följande aspekter.

Först och främst, som nämns ovan, möjliggör talarna i de tre valda videobloggarna aldrig för de omnämnda partierna eller organisationerna att komma till tals. Moderaterna, Kristdemokraterna och Sverigedemokraterna som vanligtvis är de partier som Miljöpartiet väljer att svartmåla i sina videobloggar och som aldrig själva får kommentera och försvara sitt agerande. Om europaparlamentarikerna i stället hade valt att bjuda in en av de omnämnda att själva bidra med sin syn och perspektiv på händelsen hade det resulterat i att videobloggarna till viss del hade kunnat uppfylla kravet för att vara ett journalistiskt medie i linje med den första riktlinjen. Som följd av detta kan det därav konstateras att Miljöpartiet inte uppfyller kravet om att använda två källor som är oberoende av varandra då de endast för fram sitt egna perspektiv och tolkningar. Likväl får tittarna ingen tydlig referens till vad informationen baseras på, det vill säga den femte riktlinjen uppfylls inte. Det enda som mottagaren kan vara säker på är den källan som förkroppsligas av parlamentarikerna. Publiken har således ingen anledning att ifrågasätta det som sägs om EU eftersom informationen levereras direkt från parlamentet. Däremot kan man inte frångå det faktum att det enbart är representanter från Miljöpartiet som levererar informationen vilket i sin tur inte uppfyller kravet om att två oberoende källor ska stå för informationen. Dessutom uttalas Miljöpartiet påståenden utifrån det egna vetande som exempelvis när de påstår att svenskt näringsliv vill ha tydliga signaler och framför allt betonar “...vi vet...” (Tjugotjugotvå, 2020b). I detta scenario får

mottagaren inte någon bekräftelse på att det verkligen är så och det framgår inte klart och tydligt att uppgifterna är obekräftade. Således upprätthåller inte kanalen det journalistiska kravet om att tydligt markera bekräftade eller obekräftade uppgifter, och mottagaren måste i stället lita på parlamentarikernas omdöme. Vidare väljer Miljöpartiet att rikta sina videor till sina väljare snarare än allmänheten genom att tydligt rikta sin kommunikation till sin egen publik till deras egen förtjänst. Detta kan enligt den andra riktlinjen tolkas som att videobloggarna inte enbart är beskrivande utan även innehåller en del tolkningar och spekulationer. Om videobloggarna främst hade varit beskrivande hade parlamentarikerna behövt beskriva och förmedla opartisk information, och därmed inte föra fram sina egna åsikter, för att budskapet ska förbli objektivt. Med det sagt hade det varit till fördel för parlamentarikerna att bidra med flera perspektiv samt flera källor för att uppfattas som mer trovärdiga. Enligt Swales (1990) så skapas en genre utifrån att flertalet kommunikativa handlingar har en sak gemensamt, att de har samma syfte. Av de teman som uppdragades i ovanstående kategori indikerar fynden att Miljöpartiets Youtube-kanal frångår den journalistiska genren eftersom de implicita avsikterna som kommunikationen har inte kan likställas med de syften som journalistiken strävar efter. I fallet om tillförlitlighet tyder analysen på att Miljöpartiets kanal, trots sitt anspråk på att ersätta journalistik, går mer åt att föra kommunikation som lutar åt genren agitation.

5.2 Dramatisering

5.2.1 Den logiska och den känslamma

Enligt Strömbäck (2014) så ska journalistik för att räknas som journalistik vara faktabaserad, möjlig att kontrollera och spegla en verklighet. I Miljöpartiets videobloggar har det vid analys identifierats att samtliga parlamentariker vid redovisning av bakgrund eller vid argumentation för sin ståndpunkt baserar påståendena på uppgifter som kan kontrolleras. På så sätt förmedlar Miljöpartiet både information och påståenden som grundas på fakta vilket i sin tur gör att kanalen antar ett mer journalistiskt perspektiv. Exempelvis när Pär i videobloggen "Den svenska högern röstar nej till vår framtid" (Tjugotjugotvå, 2020b) redovisa siffror om klimatlagen.

Följande citat skildrar således hur Miljöpartiet framför information som utgår ifrån faktabaserad data, det vill säga data som en extern part kan kontrollera.

”...och jämfört med de tidigare ambitionsnivåerna då för EU så låg dem på att vi skulle minska utsläppen med 40 procent till 2030 jämfört med utsläppsnivåerna 1990. Och då ska man ha klart för sig att vi redan har sänkt dem med 23 procent ungefär...” (Tjugotjugotvå, 2020b)

Likt ovanstående citat som skildrar faktabaserad information kan man även identifiera faktabaserade påståenden i Tjugotjugotvås kanal. Som när Pär i videobloggen “EU är sämst i världen” (Tjugotjugotvå, 2021) presenterar Miljöpartiets lösning på den globala klimatfrågan:

”Alltså det här med klimattullar är så genialiskt av så många skäl. Dels kommer det tvinga Kina och andra länder i världen att höja sina klimatambitioner, men dessutom så kommer det ju att ge företag i eh Sverige och andra delar av Europa en mycket mycket schysstare konkurrenssituation. Dem som tar sitt ansvar kommer därmed kunna konkurrera och sälja sina produkter.” (Tjugotjugotvå, 2021)

Citatet skildrar det logiska resonemang som Miljöpartiet bygger sitt förslag på. Vidare anspelar argumentet på påståendena att (a) utomeuropeiska länder släpper ut mer koldioxid och att (b) företag som producerar i europeiska länder i nuläget har svårt att sälja sina produkter vilket kan lösas genom (c) en klimattull. Påstående (a) och (b) är till synes faktabaserade påståenden som kan uppfattas som journalistiska eftersom de skulle kunna verifieras genom undersökningar eller statistik om dagens situation. Men slutsatsen (c) är däremot en politisk vilja, något som parlamentarikerna vill övertyga publiken om. På så vis skildrar citatet implicit en politisk fråga förklädd i det logiska resonemanget.

Men Miljöpartiet använder sig inte enbart av logiska resonemang i sina videobloggar. Vid analys identifieras även värdeladdat språkbruk vilket går emot Nord och Strömbäcks (2004) journalistiska krav om att informera objektiv information för att underlätta medborgares egna åsiktsbildning. Därtill ska ett journalistiskt medie, enligt Nord och Strömbäck, inte heller dramatisera på ett vis som otydliggör vad som är fakta och vad som är fiktion. Genom att förmedla subjektiva känslor i förhållande till den information som ges gestaltar parlamentarikerna

kommunikationen. Vilket är vanligt inom politiken när man vill belysa en viss aspekt och utesluta en annan (Hallahan, 2011). I videobloggen “Vi kräver mer demokrati och mer klimat i budgeten” (Tjugotjugotvå, 2020c) tar Alice med sig kameran ut på fjällen under en sekvens. Hon berättar om den långtidsbudget som förhandlats fram där hon i stället väljer att poängtera “...vad som har förhandlats bort...” i hennes mening. Vidare säger Alice att hon ska:

“... ta några timmar på fjället åt att reflektera över detta faktum. Sörja lite men sedan framför allt ladda om. Kampen fortsätter!” (Tjugotjugotvå, 2020c)

Vilket urskiljs som ett känsloladdat uttryck då vi får ta del av Alices personliga besvikelse över det som inträffat. Alice väljer att spela in videobloggen ute i naturen och prata om hur “*djupt besviken*” (Tjugotjugotvå, 2020c) hon är över förhandlingar som tyder på att klimatet kommer att gå miste om flera miljarder kronor. Hon poängterar att hon är besviken och “*sörjer*” (Tjugotjugotvå, 2020c) samtidigt som hon inte har gett upp hoppet på att de folkvalda i parlamentet ska kunna stoppa förslaget genom sin resolution. Dessutom använder hon sig av stämmingsfull musik i bakgrunden när hon går runt bland växter, berg och bäckar som förtydligar budskapet ytterligare att naturen och klimatet är värt att kämpa för.

Vidare använder sig parlamentarikerna av känsloladdade argument i videobloggen “EU är sämst i världen” (Tjugotjugotvå, 2021). Där får vi se Alice, Pär och Jakob sitta vid ett bord inne i parlamentet. De pratar om problematiken i att EU importerar mycket varor som resulterar i ett stort klimatavtryck. Vid argumentation runt Miljöpartiets egna politik får vi höra ord som bland annat “*väldigt bra!*”, “*Jag älskar din glädje...*”, “*genialt*” och “*underbart*” (Tjugotjugotvå, 2021). Uttrycken tar form i relation till glada uttryck, skratt och en lättsam stämning som när exempelvis Jakob säger “mm tre önskningar i en” (Tjugotjugotvå, 2021) varpå Alice skrattar till hans liknelse. Språkbruket i kombination med kroppsspråket appellerar således till att skapa en positiv känsla hos mottagaren av budskapet. På ett liknande vis framkallar videobloggen känslor när Miljöpartiet går in på ämnen som inte stämmer överens med deras politik. I en tvär vändning får vi sedan höra Alice, rakt in i kameran, säga “... *Det är jättefint, det som däremot inte alls är fint det är den politik som Moderaterna för på EU nivå*” (Tjugotjugotvå, 2021) samtidigt blir ansiktsuttrycken mer allvarliga och stämningen blir lite mer intensiv, på så vis att

parlamentarikerna pratar mer i mun på varandra samtidigt som de allvarligt blickar in i kameran. Därmed genererar både språkbruk och tonläge en negativ känsla hos mottagaren till budskapet. Exemplet skildrar hur parlamentarikerna i sin kommunikation uttrycker känslor för att påverka publiken. Vi får därmed inte enbart ta del av en objektiv och saklig framställning av verkligheten vilket borde vara fallet om Tjugotjugotvå avser att verka som ett journalistiskt medie.

5.2.2 Tecken och dess inverkan

Utifrån det empiriska materialet framkommer det att talarna tillämpar flertalet tecken, så kallad icke-verbal kommunikation. Inom retoriken omfattar kommunikation i första hand den språkliga handlingen men innefattar även icke-verbala budskap och bilder (Mral, 2000). I studiens empiriska material syns den icke-verbala kommunikationen främst i form av olika tecken och symboler, såsom ljud, bilder och text, för att förstärka de budskap och begrepp som talaren för fram. De tillämpade tecknen kan därmed betraktas bidra med en dramatiserande effekt till videorna. Resurserna har identifierats i förhållande till två olika syften. Det ena syftar till att förstärka det som sägs medan det andra syftar till att tydliggöra det som sägs.

Det första syftet skildras i videobloggen "EU är sämst i världen" (Tjugotjugotvå, 2021) då flertalet svenska flaggor dyker upp i bild när talarna diskuterar "*The Swedish Proposal*". Symbolerna förstärker parlamentarikernas stolthet och glädje över att ha "*fixat*" (Tjugotjugotvå, 2021) förslaget som nu också har fått genomslag (se bild 1).



Bild 1: Skärmsklipp från avsnittet "EU är sämst i världen!" (Tjugotjugotvå, 2021).

Å andra sidan kan vi i videobloggen “EU är sämst i världen” (Tjugotjugotvå, 2021) även identifiera tecken som används för att förstärka det som är negativt i Miljöpartiets mening. Exempelvis så skildras ett stort och tydligt “*MEN*”, samtidigt som Alice säger ordet, (se bild 2) i färgen röd, vilket ofta är en färg som används i syfte att förstärka något negativt som exempelvis stoppsignal vid ett trafikljus. Ordet används tillsammans med ett starkt nekande ljud som drar associationer till scenarion då människor svarar fel i frågesportsprogram. Dessutom artikulerar Alice och lägger extra betoning på ordet “*som*” (Tjugotjugotvå, 2021), vilket från mottagarens synvinkel, förstärker innebörden ytterligare. Båda exemplen skildrar en förstärkning av det politiska budskapet till förmån för Miljöpartiets politik. Till skillnad från en journalistisk berättelse som kanske snarare hade använt symboler och ljud för att informera och underlätta tolkningen av budskapet till medborgarna. På så vis dramatiserar Miljöpartiet sitt budskap i stället för att bruka resurserna på ett sätt som stärker den information som förmedlas. Budskapet blir mer underhållande än sakligt framställt vilket otydliggör gränsen kring vad som är faktabaserat och vad som inte är det.

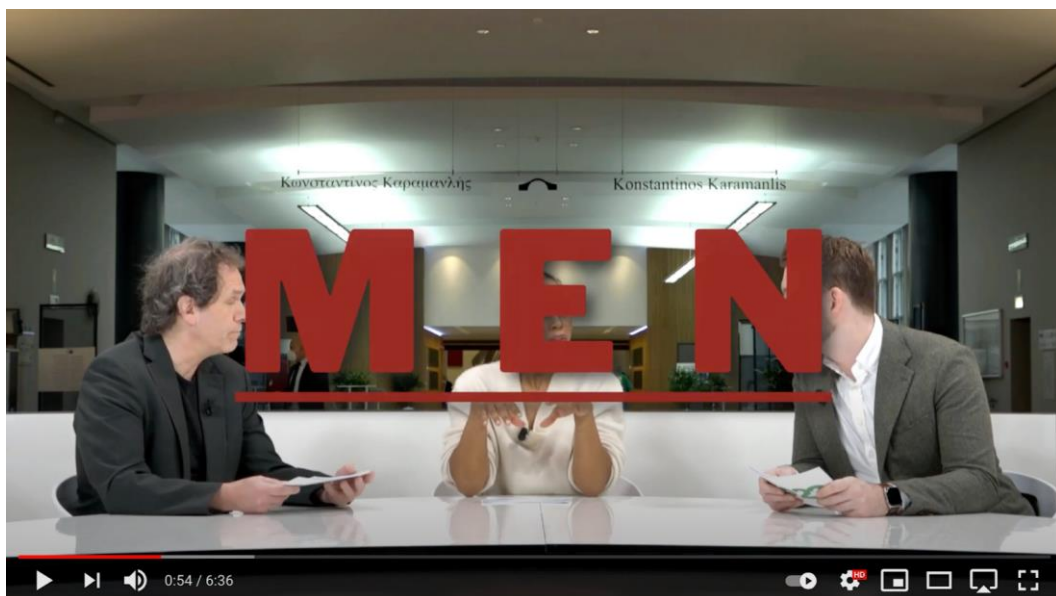


Bild 2: Skärmsklipp från avsnittet "EU är sämst i världen!" (Tjugotjugotvå, 2021).

I det andra syftet, att tydliggöra det som sägs, används bilderna för att illustrera och konkretisera budskapet ytterligare för publiken. Resurserna används således för att pedagogiskt förklara och framföra informationen till mottagaren. Ett exempel på syftet skildras i videobloggen “Den svenska högern röstar nej till vår framtid”

(Tjugotjugotvå, 2020b), då Pär förklarar statistik i relation till klimatlagen (se bild 3). Resursen används i kombination till att Pär säger "...vi diskuterar 50, 55, 60 vissa nämner 70% också minskning till 2030." (Tjugotjugotvå, 2020b). Till skillnad från föregående resonemang används nu den icke-verbala kommunikationen som ett hjälpmedel till att förstå informationen som Miljöpartiet förmedlar. Bilderna agerar således mer beskrivande vilket kan ses som ett tecken på att Miljöpartiet försöker anpassa ett mer journalistiskt format som pedagogiskt når ut till publiken alternativt anpassar sig till Youtubes medielogik där sådana semiotiska resurser är vanligt förekommande.



Bild 3: Skärmdump från avsnittet "Den svenska högern röstar nej till vår framtid" (Tjugotjugotvå, 2020b).

5.2.3 Troper och dess inverkan

Förutom bilder och ljud använder sig också parlamentarikerna av vissa troper när de formulerar sina budskap. Troper kan å andra sidan förenkla och förklara vissa aspekter till publiken men de bör i enlighet med Nord och Strömbäck (2004) undvikas att användas om de dramatiserar informationen så pass mycket att fakta inte längre är tydligt framträdande. I denna analys har vi valt att se närmare på eufemismer (Heradstveit & Bjørge, 1996; Hallahan, 2011), metaforer och ironi eftersom dessa är vanligt förekommande inom politisk retorik (Heradstveit & Bjørge, 1996). Vid analys av samtliga videobloggar framkommer hur Miljöpartiet anpassat en

eufemism för att nå fram och försköna budskapet till mottagaren (Heradstveit & Bjørgo, 1996). Ett exempel kan ses i avsnittet "EU är sämst i världen" (Tjugotjugotvå, 2021) då parlamentarikerna argumenterar för Miljöpartiets förslag om en klimattull där Pär säger "... *Det är därför vi i den gröna gruppen verkligen är för de här nya klimattullarna, avgifterna...*". Att använda sig av ordet avgift kan tolkas som ett försök till att släta över den egentliga innebörden i en tull. Ordet avgift kan ses som mindre skrämmande från mottagarens synvinkel då Miljöpartiet också hade kunnat välja att förtydliga tull genom att referera till det som en skatt. Men som exemplet visar används ett snällare ordval det vill säga en eufemism. Att använda ordet avgift kan däremot också vara ett medvetet val för att förenkla det som sägs till publiken.

I det empiriska materialet identifierades däremot något fler metaforer samt ironiska tendenser. I videobloggen "Den svenska högern röstar nej till vår framtid" (Tjugotjugotvå, 2020b) säger Jakob "*Eller hur, ska man släcka en skogsbrand så är det såklart bra att byta redskap från en hink till ett badkar.*" Var på han i "EU är sämst i världen" (Tjugotjugotvå, 2021) uttrycker att "*Vår politik för att lösa det här problemet är litegrann som ett kinderägg.*" På samma sätt uppkommer ett mindre tydligt exempel på tropen ironi när Pär med en tillgjord och förlöjligande röst säger "... *det spelar ingen roll vad man säger i EU för utsläppen är ändå större någon annanstans...*" när han förklarar hur högern resonerar kring klimatpolitik. Själva citatet uppfattas inte som ironiskt men framträdandet har en sarkastisk framtoning. Mot bakgrund av ovanstående exempel framkommer det att troper både anpassas av parlamentarikerna för att förenkla men också för att delvis förlöjliga andra aspekter. Som publik är det inte heller tydligt om eufemismen används i syfte att undvika en negativ association eller om miljöpartiet har för avsikt att förenkla informationen.

5.2.4 Sammanfattning

Sammanfattningsvis, utifrån temat dramatisering går det att finna skiljelinjer mellan den kommunikation som Miljöpartiet för i sina videobloggar och de kriterier som finns inom journalistiken. Den riktlinjen som är mest relevant för ovanstående tema är (6) journalisten bör inte dramatisera på ett vis som otydliggör gränsen mellan vad som är fiktion och fakta (Nord och Strömbäck, 2004).

I "den logiska och den känslösa" uppdagas hur Miljöpartiet för logiska resonemang baserat på fakta. Däremot visade även analysen att det logiska resonemanget i tidigare exempel innehöll ett politiskt budskap. På samma sätt förvrängs partiets faktabaserade uttalanden av åsikter och förstärkande uttryck vilket påverkar hur publiken uppfattar den fakta som presenteras. Dessutom blev det uppenbart i "tecken och dess inverkan" att man använde sig av tecken både för att förstärka men också för att förtydliga budskapet. Mot bakgrund av detta ser det på ytan ut som att Miljöpartiet använder sig av journalistiska verktyg för att nå fram med sin kommunikation till publiken. Men till skillnad från journalisten som baserar sitt anförande på fakta för att nå ut med beskrivande information baserar Miljöpartiet sitt anförande på fakta för att nå ut till sin politik. På samma sätt har partiet använt sig av tecken för att förtydliga sitt budskap i politiska syften. Aspekterna tyder således på att parlamentarikerna till viss del närmar sig den journalistiska genren samtidigt som de å andra sidan också påverkar publiken för att nå ut med sitt politiska budskap.

Vid analys av "troper och dess inverkan" framkom endast ett exempel av en eufemism. Vilket kan tyda på att Miljöpartiet inte vill riskera att manipulera sitt budskap så pass mycket att det riskerar att skada deras politik, vilket enligt Heradstveit & Bjørge (1996) är en risk som eufemismer kan föra med sig. Likväl fanns inget tydligt uttalande som var ironiskt och det var i stället Pär's framtoning i anförandet som associerade till bildspråket. Tillämpning av metaforer var även sällsynt i samtliga videobloggar. Avsaknaden av troper kan vara ett tecken på att Miljöpartiet inte vill riskera att påverka budskapet för mycket. På så vis uppfyller videobloggen kravet om att inte dramatisera så pass mycket att gränsen mellan det som är fakta och det som är fiktion suddas ut.

Avslutningsvis har kategorin dramatisering visat att Miljöpartiet både följer och bryter principen om att inte förvränga skiljelinjen mellan fakta och fiktion genom dramatisering. Dels tyder användningen av känslösa uttryck och bilder på att Miljöpartiet dramatiserar och suddar ut gränsen. Och dels så tyder bilder i syfte att förklara, avsaknaden av troper och de logiska resonemangen på en minskning i dramatisering. Vilket visar att Miljöpartiet delvis uppfyller den sjätte riktlinjen. I förhållande till den journalistiska genren och genren för agitation hamnar därmed Tjugotjugotvå videobloggar i ett mellanläge. Dramatiseringen som förs med hjälp av olika retoriska verktyg har delvis syftet att verka journalistisk samtidigt som det

finns en implicit, och ibland explicit, politisk agenda bakom den kommunikativa handlingen vilket exemplen skildrar.

5.3 Stereotyper och fördomar

Det sista kriteriet som enligt Nord och Strömbäck (2004) bör uppfyllas för att ett medie ska anses vara journalistiskt innebär att (7) inte anspela på generella stereotyper och fördomar så att de förstärks och sprids ytterligare. Vid närmare observation av videobloggarna identifierades kommentarer då Miljöpartiet spår på fördomar gentemot sina politiska motståndare. I videobloggen “EU är sämst i världen” (Tjugotjugotvå, 2021) framställer Miljöpartiet Moderaterna i ett ofördelaktigt ljus genom att Jakob säger “*det är så uppenbart att Moderaterna sitter i knät på den tunga industrins lobbyister*”. Varav ordet “lobbyister” ofta drar associationer till olagliga aktiviteter i form av mutor och utpressning för att uppnå en lagstiftning som är fördelaktig för aktörernas intressen (Nothhaft, 2017). Moderaterna är ett parti som är välkända för att föra en politik till förmån för företag. Genom att uttala att Moderaterna styrs av företag spår Jakob på en generaliserande fördom om att partiet, baserat på deras främsta politiska fråga, styrs av industrin i stället för sina väljare. På samma sätt uttrycker sig Pär fördomsfullt när han liknar Kristdemokraterna och Moderaterna med partiet Fidesz (Tjugotjugotvå, 2020b).

“...skulle man kunna hävda att Moderaterna och Kristdemokraterna nu är mer klimat-ovänliga än självaste, det där Ungerska partiet Fidesz som leds av Orbán. Alltså partiet som är emot allt som man behöver i ett modernt välfungerande samhälle.” (Tjugotjugotvå, 2020b)

Även Alice uttrycker sig fördomsfullt när hon säger att de blåa för en “... låtsasgrön politik” (Tjugotjugotvå, 2021). De två citaten visar att de till viss del generaliserar sina politiska motståndare genom att antyda att dessa relaterar till korruption och andra extrema partier. Något som i sin tur kan vara ett taktiskt drag för att få mottagaren av informationen till att misstänkliggöra den “andra sidans” uppsåt. Därmed sår man ett frö av tvivel som kan gynna den egna politiken vilket kan vara det bakomliggande syftet med den kommunikativa handlingen. Även om detta kan

ses som det huvudsakliga målet med uttalandet så förstärker parlamentarikerna fördomar om partiet.

En annan aspekt som uppdagades vid närmare analys av empirin är Miljöpartiets avsaknad av att anspela på stereotyper. Vilket gör att de delvis uppfyller Nord och Strömbäcks (2004) krav om att verka som ett journalistiskt medie.

5.3.1 Sammanfattning

Exemplen som skildras i kategorin stereotyper och fördomar tyder på att Miljöpartiet använder kanalen för att spä på fördomar om sina politiska motståndare. Däremot kan detta även ses som ett taktiskt val för att nå ut med det egna politiska målet. Avsaknaden av att anspela på stereotyper kan däremot indikera att kanalen har gjort ett aktivt val att inte ta fördomarna ett steg längre. Syftet med uttalandet kan därmed vara att partiet i huvudsak vill nå ut med politisk kommunikation vilket gör att de hamnar inom genren agitation. Men då den kommunikativa handlingen inte tas ett steg längre, hamnar inte kanalen uteslutande inom genren agitation utan resulterar även här i ett mellanläge i förhållande till journalistik och agitation.

6. Diskussion och slutsats

Syftet med studien har varit att studera vad som händer när kommunikation förflyttas från journalistiska medier till att föras direkt från den politiska organisationen och således kringgå journalistiken som i vanliga fall agerar gatekeepers. Mer konkret så ämnar studien till att analysera hur Miljöpartiets Youtube-kanal förhåller sig till den journalistiska genren för att erhålla förståelse för vad som sker när politikerna själva har ordet och därmed svara på frågeställningen:

Vad händer och hur ser det ut när en politisk organisation gör anspråk på att vara ett journalistiskt medie och vad får det för konsekvenser?

Analysen visar att Miljöpartiet till viss del uppfyller kraven för att räknas som ett journalistiskt medie. I den andra delen av analysen (se 5.2), som utgår från Nord och Strömbäcks (2004) sjätte krav, att inte dramatisera så att skiljelinjen mellan fiktion och fakta suddas ut, identifierades genom olika retoriska verktyg hur partiet anpassar logisk argumentation och tecken i syfte att förklara sina budskap. Fynden visar i sin tur att Miljöpartiet på ett pedagogiskt sätt för fram fakta med olika hjälpmedel vilket kan tyda på en mer journalistisk framtoning. Dessutom uppdagades det att partiet inte implementerar troper i en större utsträckning vilket också kan ses som en indikation på att de vill föra fram sitt budskap så klart och tydligt som möjligt för att undvika missförstånd. Den tredje analysdelen, Stereotyper och fördomar (se 5.3) resulterade i insikten att partiet till viss del spär på olika fördomar hos deras politiska motståndare men visar en avsaknad i att anspela på stereotyper. Vilket tyder på att de uppfyller Nord och Strömbäcks (2004) sjunde krav om att journalistiska medier inte ska förstärka stereotyper och fördomar. Analysen tyder därmed på att Miljöpartiet till viss del rör sig mot att vara en medie med journalistiska inslag.

Däremot belyser även analysen att parlamentarikerna använder sig av känslamma uttalanden och tecken för att förstärka sina negativa och positiva åsikter, vilket tyder på en dramatisering av budskapet. Dessutom uppdagades det att den

logiska argumentationen hade ett implicit politiskt budskap i bakgrunden vilket tyder på att den logiska framställningen av information egentligen är gestaltad för att gynna Miljöpartiets politik. Likväl uppdagades i den första analysdelen, tillförlitlighet (se 5.1), hur Miljöpartiet inte uppfyller kraven om oberoende källor, vad som är bekräftad eller obekräftad fakta samt vad denna baseras på. Parlamentarikerna agerar som den primära källan i samtliga videobloggar och det existerar en avsaknad i att bjuda in fler oberoende källor till programmet. Därmed användes inte kanalen i syfte att skildra olika perspektiv utan för att gestalta partiets politik utifrån egna premisser. Därtill identifierades också hur parlamentarikerna använder kanalen för att nå ut med en taktisk agenda, genom att försöka skapa debatt bland politiska aktörer i det digitala landskapet. Analysen visade också, till skillnad från journalistiska medier vars uppgift är att förmedla information till medborgarna (Nord & Strömbäck, 2004), att kommunikationen som fördes främst riktar sig till en specifik publik i form av Miljöpartiets egna väljare.

Mot bakgrund av analysen identifieras därmed två olika syften med Youtubekanalens kommunikation. Dels så kan Tjugotjugotvå likställas med den journalistiska genren eftersom empirin tyder på att partiet till viss del vill nå ut med aktuell information från Europaparlamentet till Sveriges medborgare. Och dels så kan Youtube-kanalen placeras i genren för agitation då några aspekter tyder på att partiet har som syfte att uppnå politiska mål. Därmed kan slutsatsen dras att en politisk organisation som gör anspråk på att vara ett journalistiskt medie hamnar i en ny genre. En genre som kan placeras i ett fack mellan journalistik och agitation.

Vi väljer att benämna den nya genren för "*beroende journalistik*" vilket innebär att en aktör agerar både journalist och källa i mediet. Därmed skapas och förmedlas budskap med det gemensamma syftet att både informera om aktuella händelser och samtidigt påverka publiken med budskapet utifrån egen agenda.

Det kan dock diskuteras huruvida Miljöpartiets kommunikation är påverkat av Youtubes medielogik, det vill säga de normer och det format som mediet medför (Strömbäck, 2014). Utifrån en större kontext väcks frågan om att videobloggar, framför allt från politiska partier, måste anpassa sig till ett underhållande format med ljudeffekter och tecken i syfte att locka publik, som följd av politikens medialisering. Dessutom så måste mottagaren av informationen aktivt söka sig till kanalen och aktivt välja att ta del av innehållet vilket kräver en förkunskap hos publiken om att Youtube-kanalen existerar. Och i enlighet med det som uppkom i Roginsky

(2016) forskning anpassar de flesta europaparlamentariker kommunikationen efter den publik som de tror tittar på materialet. Mot bakgrund av detta väcks frågor kring huruvida Youtube som format inte är anpassningsbart för att föra en nyhetsrapportering till allmänheten, då det kan anses färga kommunikationen. Och att det i huvudsak är mediet som påverkar och möjliggör den huvudsakliga agitationen som äger rum i kanalen. Vilket gör att *disintermediation*, det vill säga förmågan att kringgå nyhetsmedia (Fisher et al., 2018), kanske enbart kan föras i journalistiskt syfte inom specifika medier. För den strategiska kommunikationen medför detta en noga övervägning av vilket medium som är bäst lämpat om den politiska organisationen vill förmedla kommunikation som i sin helhet syftar till att placeras inom den journalistiska genren.

Avslutningsvis har studien förmedlat insikt i hur kommunikationen från ett politiskt parti, som gör anspråk på att ersätta traditionell nyhetsmedia, ser ut i ett modernt digitalt format. Därtill har studien bidragit till mer kunskap i hur europaparlamentariker använder sig av digitala kanaler vilket det idag finns begränsad forskning kring (Valera-Ordaz och Sørensen, 2019). Resultatet av studien visar att en politisk organisation som för nyhetsrapportering hamnar i en egen genre som placeras mellan genrerna agitation och journalistik, en genre som vi kallar för *”beroende journalistik.”*

6.1 Förslag på framtida forskning

Utgångspunkten för denna studie har varit att ta reda på huruvida ett politiskt parti som anspråkar på att ersätta rapporteringen av nyheter kan klassas som journalistiskt. För att ytterligare komplettera forskningen skulle det vara intressant att med hjälp av kvantitativa undersökningar ta reda på väljarnas inställning till nyheter som förmedlas direkt från ett politiskt parti. Det hade även varit intressant att ta reda på vilka faktorer som måste uppfyllas för att publiken kan tänka sig ersätta traditionella nyhetsmedier med alternativa källor. En sådan undersökning skulle därmed bidra med kunskap kring huruvida, om alls, en politisk nyhetskanal kan ersätta journalistiska medier ur ett medborgarperspektiv. Samtidigt som det skulle förmedla kunskap i vilka aspekter en sådan kanal i så fall måste tillgodose.

Referenser

- Barisione, M., & Michailidou, A. (2017). Do we need to rethink EU politics in the social media era? An introduction to the volume. I Springer Link (Red.), *Social Media and European Politics Rethinking Power and Legitimacy in the Digital Era* (ss.1- 23). London: Palgrave Macmillan UK.
- Björklund, M., & Paulsson, U. (2014). *Academic papers and theses: to write and present and to act as an opponent*. (1. ed.) Lund: Studentlitteratur.
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (2., [rev.] uppl.) Malmö: Liber.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. (4. ed.) Oxford: Oxford University Press.
- Ekman, M., & Widholm, A. (2015). *POLITICIANS AS MEDIA PRODUCERS* Current trajectories in the relation between journalists and politicians in the age of social media. *Journalism Practice*. 9(1), 78-91. DOI: [10.1080/17512786.2014.928467](https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928467)
- Eksell, J., & Thelander, Å. (2014). Kvalitativ analys inom strategisk kommunikation. I J. Eksell & Å. Thelander (red.), *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation* (ss. 197- 213). (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Ernst, N., Engesser, S., Büchel, F., Blassnig, S., & Esser, F. (2017). Extreme parties and populism: an analysis of Facebook and Twitter across six countries. *Information Communication & Society*. 20(9), 1347–1364. DOI: [10.1080/1369118X.2017.1329333](https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1329333)
- Fisher, C., Marshall, D., & McCallum, K. (2018). Bypassing the press gallery: from Howard to Hanson. *Media International Australia*, 167(1), 57-70. DOI: [10.1177/1329878X18766077](https://doi.org/10.1177/1329878X18766077)
- Hallahan, K. (2011). Political public relations and strategic framing. I J. Strömbäck & S. Kioussis (Red.), *Political Public Relations: Principles and Applications* (ss. 177-213). New York: Routledge.

- Heradstveit, D., & Bjørgo, T. (1996). *Politisk kommunikation: introduktion till semiotik och retorik*. Lund: Studentlitteratur.
- Kennedy, B. L. (2018). Deduction, Induction, and Abduction. In U. Flick (Red.), *The Sage handbook of qualitative data collection* (ss. 49- 64). London: SAGE Publications Ltd.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. (3., [rev.] uppl.). Lund: Studentlitteratur.
- Lilleker, D.G., & Koc-Michalska, K. (2013). Online Political Communication Strategies: MEPs, E-Representation, and Self-Representation. *Journal of Information Technology & Politics*, 10 (2), 190–207. DOI: 10.1080/19331681.2012.758071
- Ljuslinder, K. (2012). Medielogik och medieetik flyttar online. I S. Lindgren (Red.), *Nya medier och kommunikation: makt och meningsskapande i den digitala tidsåldern* (ss. 41-54). (1. uppl.) Malmö: Gleerups utbildning.
- Melchior, S. (2020). Makten växer men färre bevakar den- om den krypta svenska korrespondentkåren i Bryssel. I H. Brors, B. Johansson, A. Karlsson, S. Melchior, A. Skoog, A. Melin Ström, M. Strömvik & L. Truedson (Red.), *När beslutet drog till Bryssel stannade journalistiken hemma* (ss. 45-62). Institutet för mediestudier.
- Miljöpartiet de gröna. (u.å. a). *Vår Politik - Politik som gör skillnad!* <https://www.mp.se/politik>
- Miljöpartiet de gröna. (u.å. b). *Våra ledamöter - Våra EU-parlamentarier*. <https://www.mp.se/eu/vara-ledamoter>
- Miljöpartiet de gröna. (u.å. c). *Vår EU-politik*. <https://www.mp.se/eu/var-eu-politik>
- Mral, B. (2000). Retorikanalys. I M. Ekström, & L. Larsson (Red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (ss. 151-165). Lund: Studentlitteratur.
- Nord, L. & Strömbäck, J. (2004) Journalistik, medier och demokrati. I L. Nord & J. Strömbäck (Red.), *Medierna och demokratin* (ss. 11- 46). Lund: Studentlitteratur.
- Nothhaft, C. (2017). *Moments of lobbying: an ethnographic study of meetings between lobbyists and politicians*. [Doktorsavhandling, Örebro Universitet]. Örebro Universitet.

- Riks. (2020, 28 januari). *Välkommen till Riks.* Youtube. <https://www.youtube.com/channel/UC92Oxzg1gRXf7awoRX3GG8g>
- Roginsky, S. (2016). Who are professional politicians talking to? The making of Members of the European Parliament's audiences on Twitter and Facebook. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 9 (2), 105–126. https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1386/ajms_00018_1
- Scherpereel, J. A., Wohlgemuth, J., & Schmelzinger, M. (2017). The Adoption and Use of Twitter as a Representational Tool among Members of the European Parliament. *European Politics & Society*, 18(2), 111–127. <https://doi.org/10.1080/23745118.2016.1151125>
- Statens kulturråd (1994). *Nationalencyklopedin: ett uppslagsverk på vetenskaplig grund utarbetat på initiativ av Statens kulturråd. Bd 15 [Pas-Roj]*. (ss. 340). Höganäs: Bra böcker.
- Statens kulturråd (1989). *Nationalencyklopedin: ett uppslagsverk på vetenskaplig grund utarbetat på initiativ av Statens kulturråd. Bd 1 [A-Asa]*. (ss. 111). Höganäs: Bra böcker.
- Strömbäck, J. (2014). *Makt, medier och samhälle: en introduktion till politisk kommunikation*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Strömbäck, J. (2009) Medialisering och makt: En analys av mediernas politiska påverkan. *Statsvetenskaplig Tidskrift*. 110 (4): 385-405.
- Strömbäck, J. (2015). *Demokratin och det förändrade medielandskapet: Mot ökade kunskapsklyftor och deltagandeklyftor?* (ss. 1-55). <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:803440/FULLTEXT01.pdf>
- Swales, J. M. (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- The Greens/EFA in the European Parliament. (u. å). *Our Group*. <https://www.greens-efa.eu/en/who-we-are/our-group>
- Tjugotjugotvå. (2020a, 30 januari). *2022 med Alice Bah Kuhnke och Pär Holmgren med Nigel Farage* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NER4fvNkXJw>
- Tjugotjugotvå. (2020b, 8 oktober). *Den svenska högern röstar nej till vår framtid* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bdTmtmB8AQg>

- Tjugotjugotvå. (2020c, 23 juli). *Vi kräver mer demokrati och mer klimat i budgeten* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Gt0OGNsgiMo>
- Tjugotjugotvå. (2021, 18 mars). *EU är sämst i Världen!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wXmD8r3SvCI>
- Truedson, L. (2020). Journalistiken hängde inte med när makten drog till Bryssel. I . I H. Brors, B. Johansson, A. Karlsson, S. Melchior, A. Skoog, A. Melin Ström, M. Strömvik & L. Truedson (Red.), *När beslutet drog till Bryssel stannade journalistiken hemma* (ss. 7 -15). Institutet för mediastudier.
- Valera-Ordaz, L., & Sørensen, M. P. (2019). Towards a European public sphere? A comparative study of the Facebook activities of Danish and Spanish members of the European Parliament. *El Profesional de la Información*, 28(6), 1–15. DOI:10.3145/epi.2019.nov.11
- Vigsø, O. (2010). Retorisk analys. I M. Ekström., & L. Larsson. (Red.). *Metoder i kommunikationsvetenskap* (ss. 215- 241). (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Willig, C. (2008). *Introducing qualitative research in psychology: adventures in theory and method*. (2. uppl.) Buckingham: Open University Press.
- Yin, R.K. (2015). *Qualitative research from start to finish*. (2. uppl.). New York: Guilford Press.

7. Bilagor

7.1 Schema över Tjugotjugotvås videobloggar (2021-04-19)

	"Selfie"	"Talkshow"	"Frilansare"
Avsnitt	8, 10, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 50, 51, 52, 59, 60, 75.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 56, 63, 64, 67, 68, 69, 70, 71, 72.	9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 53, 54, 55, 57, 58, 61, 62, 65, 66, 73, 74

7.2 Transkribering "EU är sämst i världen" (Tjugotjugotvå, 2021)

A står för Alice Bah Kuhnke

P står för Pär Holmgren

J står för Jakop Dalunde

A: Hej och välkomna! Ikväll ska vi tala om att.

P: Om att EU är världens största importör av klimatpåverkan. Alltså utsläpp som vår konsumtion orsakar i andra delar av världen.

A: Ah, och att.

J: Vår politik för att lösa det här problemet är litegrann som ett kinderägg. (semiotisk resurs).

A: Ah och förstås om att det bara finns ett Miljöparti och det är grönt. Det har väldigt lite med Moderaterna att göra.

Vinjett

J: Ja, EU importerar ju massvis med stål, plast, kemikalier och teknikprylar från resten av världen. Kina exempelvis. Och då är det ju som så att på den importen så betalas det ingenting för miljöpåverkan till skillnad från om någonting produceras här i Europa.

A: Mm, ah och och det är så bra att du verkligen betonar det för på pappret så kan det ju se ut som att många av EU- länderna faktiskt har minskat sina utsläpp.

P: Och att de är små

A: Ah att det är små

P: För det är ju det statistiken visar

A: Ja eller hur (semiotisk resurs) (ljud) men vi importerar ju då utsläpp kan man säga från andra länder, till exempel Kina.

J: På grund av vår konsumtion.

A: Ja, Men därför behöver vi ju se det här ur ett globalt perspektiv. Och i folkmun, eller vi politiker brukar ju tala om koldioxidläckage (semiotisk resurs). Och det är ju det som är helt oacceptabelt.

P: Jajemän, det måste vi ta tag i och därför finns det här förslaget då om att införa en klimattull eller en klimatavgift. När vi importerar saker till EU från andra delar av världen. Och den avgiften den ska avspegla då den kostnad den klimatpåverkan som har gjorts när de här grejerna har producerats.

A: Mm. Våldigt bra!

P: Mm.

J: Precis, och det här systemet ska då komplettera den utsläppshandel som vi har i dagsläget för att sätta ett pris på industrins klimatpåverkan där det finns då ett begränsat antal utsläppsrätter som sen auktioneras ut. Och det är ett system som har fungerat dåligt under en lång tid men som vi gröna nu har fixat genom det som heter "The Swedish Proposal" (semiotik). Som nu har fått priset att skyrockett upp i luften. 43 euron kostar det per ton.

A: Jag älskar din glädje varje gång du säger "The Swedish Proposal" (semiotik).

J: Ja, men jag är stolt! Det är vi- det är Sverige.

A: (Alice skrattar) Ja jag vet, jag vet

P: Ja det är fantastiskt.

A: Men det är fantastiskt. Men det är ju så, det är ju därför det också blir så fantastiskt med dessa klimattullar för de skapar helt enkelt en rättvisare spelplan. Eller hur? Inga, inga, inga industrier och företag ska känna att de kan konkurrera med liksom vår planet på spelbordet.

P: Och fuska nej.. Och av alla de här själen. Det är därför vi i Miljöpartiet och övriga i den gröna gruppen verkligen är för de här nya klimattullarna, avgifterna. Men det är inte Moderaterna, det är inte Kristdemokraterna (semiotiska resurser), det är inte

Sverigedemokraterna för de röstade nej till det här förslaget (semiotisk resurs) när vi hade en omröstning förra veckan.

A: Ja, det är så bra, och det är också bra att du betonar det. För det det glider lätt under skymundan. För det är ju så att allt det här som nu som förhoppningsvis händer det hade inte hänt om vi hade haft de blåa som styrde med sin låtsasgröna politik.

J: Precis det spelar roll vilka man röstar på.

Vinjett

P: Alltså det här med klimattullar är så genialiskt av så många skäl. Dels kommer det tvinga Kina och andra länder i världen att höja sina klimatambitioner, men dessutom så kommer det ju att ge eeh företag i Sverige och andra delar av Europa en mycket mycket schysstare konkurrenssituation. Dem som tar sitt ansvar kommer därmed kunna konkurrera och sälja sina produkter.

A: Underbart.

P: (ohörbart)

P: Precis, och det är en möjlighet för EU att liksom utöva sitt inflytande på på världsarenan. Att utnyttja vår "mjuka makt" och sätta press på resten av världen. Att ha en mer ambitiös klimatpolitik så att man i Kina, Indien, Indonesien, USA, Kanada implementerar egen klimatpolitik så att man slipper klimattullarna.

A: Mm ah och i takt då med att dessa länder sänker sina koldioxidutsläpp så kan de ju bli bättre konkurrenter gentemot varor producerade här i EU. Och det är just därför klimattullarna är det här geniala verktyget mot det oacceptabla koldioxidläckaget.

P: Precis, så för resten av världen blir det: ju högre klimatambitioner, ju längre utsläpp - desto mindre klimattull.

Vinjett

A: Win, win, win för klimatet helt enkel! Det här är ju så fan...

P: Mm

J: Tre önskningar i en.

A: Ah kinderägget, vad fint! (Alice och Pär skrattar) Det är ju jättefint, det som däremot inte alls är fint det är den politik som Moderaterna för på EU nivå och att de kommer undan med det.

P: Ah det är jättemärkligt att de kommer undan med det här gång på gång på gång. Det var inte bara som så att de röstade nej (semiotisk resurs) till hela förslaget utan

att innan det var inne och pilla och peta på detaljer som gör att dem delar av industrin i Sverige och EU som vill fortsätta fuska och komma undan lite grann och importera de här skräp grejerna med stor klimatpåverkan till en låg kostnad dem ska kunna fortsätta göra det.

A: Aa, att dem vill det.

J: Det är så uppenbart att Moderaterna sitter i knät på den tunga industrins lobbyister som vill att det fortfarande ska vara billigt eller till och med gratis att släppa ut koldioxid.

A: Mm och det var ju bara M, KD och SD som som gjorde så här som faktiskt röstade för att vi inte skulle få införa de här förändringarna.

P: Ah just det, dem partier som gång på gång så länge jag har brytt mig om klimatfrågan har hållit på att tjata om till exempel att amen det spelar ingen roll vad utsläppen i Sverige är för det är så små grejer. Det numera säger man till och med att "det spelar ingen roll vad man säger i EU för utsläppen är ju större någon annanstans". Nu fick dem en möjlighet att få igenom ett verktyg ett instrument som skulle kunna göra något åt det här. Nämen då röstar de nej.

A: Mm, ne.

J: Men det som är intressant det är att Svenskt näringsliv är för de här klimattullarna och också svensk stålindustri, de är också för klimattullarna.

P: Det är ju inte så konstigt eftersom dem ligger så väldigt långt före till exempel Kinesisk stålindustri.

A: Nej nej men det här lyssnar ju inte den svenska högern på.

J: Nej

A: Istället så gaddar de ihop sig med den europeiska högerextrema gruppen och arbetar MOT planetens överlevnad.

Vinjett

P: Ah alltså parisavtalet mål är tyvärr väldigt väldigt långt borta i den verklighet vi befinner oss i just nu, och EU måste såklart göra allt vad vi kan för att minska utsläppen här och nu. Men vi måste ju också göra precis det som vi har pratat om nu idag. Påverka vad som sker i resten av världen.

J: Ja för även om EU:s politik på klimatområdet är otillräcklig ser den ju ännu värre ut i USA, Kina och Brasilien och då måste ju vi ha våra verktyg för att sätta press på dem.

A: Ja och det spelar roll vad man gör. Man kan inte bara snacka en massa och därför kommer Moderaternas så kallade miljöpolitik ALDRIG räcka till! Eller hur.

P: Exakt och om man inte är färgblind då är det väldigt stor skillnad på blått och grönt.

A: (skrattar)

J: Exakt, det här var allt från oss i Bryssel idag

A: Aa

J: Tack för att ni har kollat. Och glöm...

P: Vi ses om en veckan.

A: Ja!

A, P & J; Och prenumerera!

J & A: Hejhej (vinkar)

Vinjett

7.3 Transkribering “Den svenska högern röstar nej till vår framtid” (Tjugotjugotvå, 2020b)

A: Igår röstade vi om mänsklighetens framtid men till skillnad (semiotisk resurs) från förra veckans Preem-avsnitt var de inget att skåla för. Även om det var ett litet steg framåt.

P: Mm, ett litet steg framåt var det, för det vi har röstat om är klimatlagen. Och jämfört med de tidigare ambitionsnivåerna då för EU så låg dem på att vi skulle minska utsläppen med 40% till 2030 jämfört med utsläppsnivåerna 1990. Och då ska man ha klart för sig att vi redan har sänkt dem med 23% ungefär. Och visst! Ambitionsnivåerna har höjts lite, vi fick igenom precis det som vi arbetare med i miljöutskottet också ifrån parlamentet nu nivån 60%.

A: Men.

P: Det är ett steg framåt! Men.

A: Ja, fast inte tillräckligt!

J: Eller hur, ska man släcka en skogsbrand så är det såklart bra att byta redskap från en hink till ett badkar.

P: Skrattar (semiotisk resurs)

J: Men det är fortfarande otillräckligt.

A: Mm, och hur kunde det bli så här? Varför röstade Moderaternas Jessica Polfjärd (semiotisk resurs) och Kristdemokraternas (semiotisk resurs) Sara Skyttedal och förstås (semiotisk resurs) Sverigedemokraterna mot barnens framtid?

P: Mm. Och dessutom så kan vi idag avslöja att Kristdemokraterna (semiotisk resurs) och Sverigedemokraterna (semiotisk resurs) de har röstat emot hela (semiotisk resurs) klimatlagen. Moderaterna (semiotisk resurs) dem har röstat emot (semiotisk resurs) det som jag tycker är det enskilt viktigaste verktyget i hela den här verktygs-lådan. Nämligen det som man brukar kalla för en koldioxidbudget (semiotisk resurs). Så, utan att överdriva speciellt mycket så skulle man kunna hävda att Moderaterna och Kristdemokraterna nu är mer klimat-ovänliga än självaste, det där Ungerska partiet Fidesz (semiotisk resurs) som leds av Orban (semiotisk resurs). Alltså partiet som är emot allt som man behöver i ett modernt välfungerande samhälle.

Vinjett

A: Vi har alltså röstat om hur långt vi är beredda att gå för att se till att vi når klimatmålen i Parisavtalet, det vill säga hur mycket vi är beredda att kämpa för att vi faktiskt ska minska den globala uppvärmningen.

P: Exakt. Och när de gäller klimatmålen och forskningen så har ju FN:s klimatpanel i de senaste rapporterna varit jättetydliga med vad som krävs. Och dessutom ska man ju ha klart för sig att vi är överens här i Parlamentet om att vi har utlyst ett klimat nödläge, det gjorde vi redan i höstas.

A: Mm.

J: Ja, och det finns inga oklarheter i Parisavtalet. Det gäller att vi håller oss väl under två graders temperaturökning, och det är vi ju ense om.

A: Ja, men det är ju det som också gör oss så frustrerade, eller hur?

J: Ja.

A: Och ni ska undra! Hur kommer det sig då, när allting är helt klart, när vi vet allting, vi har all fakta, att vi ändå sviker våra människor nu och kommande generationer!

J: Jo men det är ju så att för varje år som går så har vi för höga utsläpp. Och med det här beslutet så är det ett missat tillfälle att se till att vi minskar utsläppen tillräckligt, men det gör vi inte. Vilket kommer göra det mycket svårare att nå Parisavtalets mål i framtiden.

A: Mm.

P: Exakt, alltså vi diskuterar 50, 55, 60 vissa nämner 70% (semiotiska resurser) också minskning till 2030. Men tyvärr, inget av det är tillräckligt egentligen.

J: Mm.

P: Om vi med säkerhet vill nå Parisavtalet. Att hålla oss väl under 2 grader med sikte på 1,5 grad.

J: Exakt.

P: Hade vi haft de här ambitionerna för 10 år sedan, då hade det varit okej

J: Mm, mm.

P: Men vi är för sent ute hela tiden.

[L]
[SEP]A: Ja. Och det som också är så viktigt att komma ihåg, det är ju att Klimatlagen innehåller inte bara en massa mål som ska nås det handlar också om själva verktyget, om HUR vi ska göra de här. Så att vi inte riskerar att få massa vackra ord på papper i olika regeringskanslier runt om i världen. Vi måste ju också ha det här hur:et på plats så vi kan ha trygghet i att det faktiskt görs.

P: Mm. Och ett av de absolut viktigaste verktygen, det är då den här koldioxidbudgeten som alltså inte bara visar vilken nivå vi ska vara på 2030 utan hur mycket mer utsläpp som vi totalt kan möjligen kosta på oss under de kommande åren och årtionden. Och det här röstade alltså Moderaterna (semiotisk resurs) och Kristdemokraterna (semiotisk resurs) emot! Och så skyller de ibland på att ja men näringslivet måste ju ha tid på sig att ställa om. Vi vet...

J: Mm.

P: ... att det näringslivet vill...

A: Mm.

P... det är tydliga signaler

J: Exakt.

P: Och dem delarna av näringslivet, och det är många, som redan nu är på väg att göra den här omställningen, det vill ju precis ha de här. Så att, ja.

A: Nej, men det är hål i huvudet.

P: Det är bara svammel.

A: Ja.

J: Ja. Och den här koldioxidbudgeten är verkligen viktig, att vi får in det tänkandet. Och vi är ju kritiska till den här klimatlagen, att den inte är tillräckligt. Men vi är ändå stolta över de gröna avtrycken som vi har gjort. Den här koldioxidbudgeten är

något som jag jobbade med under förra mandatperioden (Pär gör tumme upp).

Och jag är verkligen stolt över att vi äntligen har det klart.

A: Mm, och nått vi har kämpat för vi gröna med en otrolig kraft och precision...

J: Mm.

A: ...det är ju att vi måste få ett stopp på de fossila subventionerna, som fortfarande pågår. Men vi är de som leder den där kampen mot det fossila. Överallt och hela tiden. Det är därför Preem var så viktigt.

J: Vi gröna gör skillnad!

A: Ja! Minst sagt!

Vinjett

J: Ja Pär, man kan ju fråga sig om våra politiska kollegor till höger (semiotisk resurs) själva tror att den här politiken är tillräcklig?

P: Mm.

J: Eller om de bara vilseleder människor?

P: Ja, alltså kan de vara så dåligt pålästa så att dem tror att de har expertisen på sin sida? Eller. Ja. (zoomar in på Alice besvikna ansiktsuttryck)

A: Nej, nej alltså oavsett, djupt oroväckande!

P: Mm.

A: Och oavsett, först i tisdags så röstade vi om mål, om klimatmål och sen igår så röstade vi om själva lagen i sin helhet. Vi kan väl titta lite på ditt anförande?

P: Mm.

(Klipp från Pärs anförande)

P: Vi har en chans att göra skillnad idag. Ta den chansen. Det kanske är sista gången vi har en sån chans.

J: Väl talat Pär!

A: Mycket bra.

P: Tack så mycket. Det är inte så svårt eftersom jag har hållit på att tjata om de här sakerna nu i långt över 20 år iallafall.

J: Så är det (Alice och Pär skrattar)

P: Det vi hade att välja på i det här sammanhanget det var alltså 55, 60, 65 eller 70% (semiotiska resurser) minskning till 2030. Jämfört med 1990.

J: Mm.

A: Och vi gröna, alla Miljöpartister i EU röstade förstås och såklart för 70%, men majoriteten röstade på 60%. Så det blir 60% som är Parlamentets linje. Men återigen! M (semiotisk resurs) och KD (semiotisk resurs), vad är det som händer? Alltså dem röstade ju för ett alternativ som skulle innebära (semiotisk resurs) mindre än 55%. Det sämsta av det sämsta! (semiotisk resurs)

J: Eller hur. Och de röstade ju emot koldioxidbudgeten, vilket är helt vansinnigt. Att ha klimatpolitik utan en koldioxidbudget det är som att ha ekonomisk politik utan en ekonomisk budget.

A: Mm.

P: Mm. Kristdemokraterna röstade alltså emot hela klimatlagen till och med. De vill inte att det här ska hända.

A: Nej, det är otroligt.

P: Mm.

J: De vill ha flum!

A: Ja.

J: Istället för ordning och reda.

A: Nej men nej men det det är otroligt allvarligt. Men nu är det som det är. Det finns ett 60% mål (semiotisk resurs) och vi ska inleda förhandlingar med kommissionen (semiotisk resurs) som då kommer driva för sina 55% (semiotisk resurs) och mot rådet (semiotisk resurs) det vill säga alla EU:s medlemsländer. Och där finns det ju helt olika viljor (semiotisk resurs).

P: Mm. Men det som är spännande, det är att några länder nu, de senaste dagarna gått ut med väldigt ambitiösa mål. Danmark har sagt att det tänker strida för 65% (Jakop gör tumme upp). Finland fick vi reda bara för någon dag sedan tänker driva linjen åtminstone 60%.

A: Det är bra.

P: Så nu gäller det att regeringar runt omkring i Europa, även den svenska (Alice gör allvarlig blick in i kameran), höjer sin ambitionsnivå, för att den Svenska regeringen ska kunna det så måste man också få ett stöd från riksdagen.

A: Mm.

J: Exakt. Den gröna kampen fortsätter! (Pär skrattar) Det var allt från Bryssel, Hejdå.

A: Hejdå (Alice och Pär vinkar)

J: Och glöm nu inte att prenumerera (Alice nickar).

Vinjett

7.4 Transkribering “Vi kräver mer demokrati och mer klimat i Budgeten” (Tjugotjugotvå, 2020c)

Vinjett (semiotisk resurs), 2020 Vacation

Kamera ljud (klick)

A: Hej (ljud + semiotisk resurs: fjället, tisdag 21 juli), det är tisdag, jag är på fjället.. (ljud) Eh.. sen några timmar tillbaka så vet vi att EU:s ledare är överens om den nya långtidsbudgeten och (semiotisk resurs + ljud, text: Budget för år: 2021-2027) inte minst om coronastödet som det kallas. Det är miljarder och åter miljarder som tyvärr inte kommer att rädda klimatet (semiotisk resurs: Exempel: Fonden för en rättvis klimatställning har skurits ned från 300 miljarder sek till 100 miljarder sek. (Semiotisk resurs: det är 200 miljarder mindre till klimatet). Och tyvärr inte stärker demokratin, stärker rättsstatens principer i EU:s medlemsländer i den utsträckning som den skulle kunna ha gjort det. (semiotisk resurs: Saknas: tuffa krav på demokrati och klimat för att få stöd). Jag tänker ta några timmar här på fjället åt att reflektera över detta faktum. Sörja lite med sedan framförallt ladda om. Kampen fortsätter! Jag har hittat lite lä här bland fjällbjörkarna och tänkte bara kort säga något om vad det faktiskt är som har förhandlats fram. Eller rättare sagt vad som har förhandlats bort. Man hade kunnat förhandla sig fram till att villkora miljarderna (semiotisk resurs: Exempel: inga pengar till fossil energi) mot att man faktiskt minskar utsläppen och mot att man faktiskt ser till att rättsstatens principer efterlevs. Mm. Vi har mer att göra än någonsin. (Sorglig musik “uti vår hage”: efter att regeringscheferna förhandlat i det så kallade “rådet” måste Europaparlamentet godkänna budgeten, parlamentet för fram sin ståndpunkt genom “resolutioner”, nu är det vår tur att påverka hur miljarderna ska investeras).

Kamera ljud (klick)

A: Hej, (ljud + semiotisk resurs: någonstans i jämtland, onsdag 22 juli) det är onsdagkväll och solen håller på att gå ner (ljud). Och den här dagen har varit betydligt mer hoppfull än vad jag kände mig igår på fjället. Då jag var djupt besviken över vad rådets över vad statschefernas resultat av långa budgetförhandlingar hade resulterat i. För nu är den ståndpunkt, den resolution som vi gröna har lett i

Europaparlamentet klar. Och imorgon, på torsdag, så ska vi rösta om den. Och resultatet kommer förhoppningsvis sent på torsdagkvällen men innehållet är en något fantastiskt. Det är ståndpunkter som visar att vi parlamentariker från höger till vänster. Vi har fått med oss de konservativa, vi har fått med oss Socialdemokraterna, Vänstern och Liberalerna på att inte acceptera neddragningar, mindre, lägre ambitioner på demokrati och mänskliga rättigheter och HBTQI-personers rättigheter. Och parlamentet fortsätter att stå upp för biodiversiteten och klimatet. Och inte minst så skriver vi fram hur betydelsefullt det är för parlamentet att den budgeten, de dem miljarder som nu ska investeras i EU de närmsta sju åren att dem också bidra till ökad jämställdhet. Så den här dagen har varit bra, och jag ser fram emot morgondagen, och med all sannolikhet så får vi en majoritet bakom oss på den här resolutionen och sedan inleds förhandlingarna (semiotisk resurs: Förhandlingar med rådet) så det är inte kört, inte alls, det finns massor av hopp och jag är väldigt väldigt stolt över att vara grön politiker (semiotisk resurs). Vi ses, hej hej.

Kamera ljud (klick)

Vinjett som i nyheter.

A: Det är torsdagskväll (ljud + semiotisk resurs: någonstans i jämtland, torsdag 23 juli) och jag har precis fått veta resultatet av dem omröstningar (ljud) som vi har gjort under dagen. Och slutomröstningen visade att vi vann. En förkrossande majoritet av EU:s folkvalda röstade för resolutionen och det innebär att det förslag till långtidsbudget som EU:s statschefer har lagt på bordet det är inte längre givet. Tvärtom! Vi folkvalda, från höger till vänster och ledda av oss gröna, har visat att vi vill mer för klimatet, vi vill mer för mänskliga rättigheter, och vi vill mer för jämställdheten och vi vill använda alla dessa miljarder just till dessa investeringar. Så nu ska jag springa genom skogen och skicka ut den här vloggen i etern till er. Och jag gör det med en enorm glädje och mängder av framtidshopp. Det går ju! Kampen pågår. Sista slaget har inte alls stått.

Vinjett (Alice springer och gör glädjeskutt i skogen).