

# **Trump I Spegeln**

*En kvalitativ analys av personalisering och medialisering i svensk nyhetsrapportering*



Författare: Arvid Laudon & Filip van Rooij

Antal ord: 6465

Ämne: Medie- och kommunikationsvetenskap

Fakultet: Institutionen för kommunikation och medier, Lunds universitet

Kurs: MKVA22: VT 2025

Handledare: Martin Sundby

Examinator: Axel Vikström

## Abstract

Denna uppsats syftar till att undersöka vilka normer och värderingar som finns i svensk nyhetsmedia, med särskilt fokus på begreppen personalisering och medialisering. Genom en kvalitativ innehållsanalys av åtta nyhetsartiklar från fyra av Sveriges största dagstidningar (*Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, *Expressen* och *Aftonbladet*) analyseras hur medierapporteringen kring en specifik händelse – Trumps konfrontation med Ukrainas president Volodymyr Zelenskyj i Ovala rummet den 28 februari 2025 – skildrar Trumps person snarare än hans politiska agerande. Med teoretiska utgångspunkter från forskare såsom Van Aelst et al., Strömbäck, Van Dijk visar analysen ett konsekvent fokus på personligt drama och konflikt, ofta på bekostnaden av förklaringar och diskussion om politiska frågor och konsekvenser. Studien argumenterar för att Trump både anpassar sig till och utnyttjar medielogiken samt försöker omvandla politiska händelser till mediala spektakel och sätter sig själv i maktpositionen. Den svenska nyhetsrapporteringar hamnar i sin tur i ett spänningsfält mellan journalistiska normer om neutralitet och ett moraliserande förhållningsätt till Trumps retorik och beteende. Uppsatsen drar slutsatsen att denna dynamik illustrerar en bredare trend inom den medialiserade politiken, där personalisering och drama dominerar den politiska nyhetsbevakningen, vilket väcker frågor om journalistiskt handlingsutrymme, objektivitet och mediernas roll i det demokratiska och politiska samhället.

Nyckelord: Trump, Medialisering, Personalisering, Individualisering, svenska medielandskapet, Journalistik, Moralisering

## Innehållsförteckning

<b>Trump I Spegeln</b> .....	1
<i>En kvalitativ analys av personalisering och medialisering i svensk nyhetsrapportering</i> .....	1
1. Introduktion.....	4
2. Syfte och Frågeställningar .....	5
3. Teoretisk ram.....	5
3.1 Personalisering.....	5
3.2 Individualisering .....	6
3.4 Tidigare forskning .....	10
4. Avgränsningar och Urval .....	11
5. Analys .....	12
5.1 Rapporteringens personfokus.....	12
5.2 Språklig gestaltning Trump mot Zelenskyj .....	14
6. Diskussion och Slutsats .....	16
6.1 Begränsningar och framtida forskning .....	20
7. Referenslista: .....	21

## 1. Introduktion

I takt med en alltmer medialiserad och personifierad nyhetsrapportering vill vi undersöka om det finns en ny typ av mediala framträdanden och hur dessa skrivs om i svensk media med koppling till de normer & värderingar som finns. Genom att granska rapporteringen kring det uppmärksammade bråket i Ovala rummet mellan Ukrainas president Volodymyr Zelenskij och USAs president Donald Trump den 28e februari vill vi undersöka hur händelsen skildrades i svenska medier och om detta säger något om en skiftande nyhetskultur. Händelsen i sig är inte bara medialt laddad, utan också talande för hur journalistiken speglar och förstärker vissa ideal, både vad gäller vilka aspekter som lyfts fram och hur internationella ledare porträtteras. Studien bygger på både teorier om personalisering och medialisering från Van Aelst et al, Thompson och Strömbäck samt andra medievetenskapliga begrepp och teorier från Van Dijk med mera.

Att ett diplomatiskt möte av denna kaliber urartade och spreder globalt är intressant, inte bara som ett politiskt fenomen utan som ett uttryck för hur medierna värderar dramatik, konflikt och personlighet i nyhetsförmedlingen. Detta möte skiljer sig markant från exempelvis Barack Obamas diplomatiska samtal med Kuba under den infekterade perioden 2015, som ägde rum bakom stängda dörrar och med ett mer återhållsamt medialt genomslag (SVT, 2015-04-11). Den svenska rapporteringen har i många fall riktat fokus både på Donald Trumps politiska agerande och kanske framför allt på hans personlighet, uttalanden och beteende. Detta väcker frågor om vilken bild som egentligen förmedlas till den svenska publiken: är det statsmannen Trump som står i centrum, eller individen och det mediala fenomen som han utgör? Trump har, under hela sin politiska karriär, varit en av världens med medialt bevakade personer – inte minst i Sverige. Den svenska nyhetsrapporteringen om honom är därför inte bara en fråga om journalistiska val utan om vilka värderingar och perspektiv som präglar medielandskapet i Sverige. Det vi ser i bevakningen handlar inte enbart om vad som rapporteras, utan om hur det rapporteras, därmed vill vi undersöka hur svensk nyhetsrapportering om Donald Trump spelar på personalisering, moralisering och hur det kan sättas i perspektiv till tidigare forskning om det mediala samhället.

## 2. Syfte och Frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur Donald Trump framställs i svenska nyhetsmedier, med särskilt fokus på personalisering och medialisering. Genom en kvalitativ textanalys av nyhetsartiklar från fyra av Sveriges största nyhetssidor avser vi att undersöka den övergripande normen i den svenska rapporteringen om Donald Trump. Målet med undersökningen är att försöka bidra med en ökad förståelse kring hur politiska ledare framställs och rapporteras om.

De frågeställningar som studien kommer att utgå ifrån är:

1. Hur ser den svenska nyhetsrapportering ut gällande bråket i ovala rummet den 28e februari 2025?
2. Vad säger mediebilderna av Donald Trump i svensk nyhetsrapportering om personalisering och medialiseringen roll i nyhetsinnehåll?

## 3. Teoretisk ram

För att undersöka hur medialiseringen och personalisering har påverkat den nya typen av nyhetsmedier har vi valt att utgå från en rad olika teorier och begrepp. De tre första, mest relevanta för vår studie är: Van Aelst et al. s teorier om personalisering och individualisering av politiken, John B Thompsons teorier om medialisering och offentliga personers ökade synlighet samt Strömbäcks fyra steg för att förstå det mer medialiserade samhället. Som komplement till dessa tre har vi använt oss av begrepp som symbolisk makt och synlighet från Thompson, tidigare forskning om Trump i amerikansk media från Carlsson et al. och Lee Siegels text om *Donald Trump and the liberation of news* samt Van Dijks avhandlingar om språkbrukets påverkan på den politiska opinionen.

### 3.1 Personalisering

En central del av den moderna politiska kommunikationen är personalisering, vilket innebär att fokuset i rapporteringen skjuts från de stora kollektiva aktörerna såsom partier eller andra

institutioner till individuella politiker. Van Aelst, Sheaffer och Stanyer förklarar personalisering med exempel i hur de politiska nyheterna förändras då medieinnehållet i hög grad kretsar kring enskilda individer snarare än ideologier och partiprogram. Van Aelst et al. skiljer mellan två huvudsakliga former av personalisering: den individfokuserade där politiska aktörer beskrivs som autonoma individer snarare än som representanter för ett parti. Den andra är en privat fokusering där rapporteringen lägger vikt vid politikerns personliga liv eller egenskaper utanför deras politiska yrkesroll. Just dessa två definitioner ser vi som relevanta och viktiga för att mynna ut i en bra slutsats. Ifall rapporteringen om Donald Trump kan förklaras med Van Aelst et al:s båda definitioner av personalisering är det möjligt att bygga vidare argumenten om idealen i den svenska nyhetsbevakningen. Skribenterna fortsätter sin förklaring av teorin genom att skriva “personalization has become a central concept in the discussions on how political news and election coverage have changed over time” (van Aelst et al., 2012, s. 204). Personalisering beskrivs som ett skifte i nyhetsrapportering över tid, alltså att det finns en ny typ av skrivande för redaktionerna som tidigare inte var densamma. Detta skifte är en grund till varför vi har de frågeställningar som presenterats. Van Aelst et al. gör en längre redogörelse för hur och varför vi ser en ökning av personalisering, de beskriver processen:

“Second, scholars seem to agree that personalization of political news is a consequence of both media technologies and the strategies of political actors. The values embedded in television and in the privately owned media organizations are often blamed for affecting this process” (van Aelst et al., 2012, s. 205).

Personalisering hänger ihop med medialisering, politiska strategier och medielogiken. I och med redogörelsen för de grundläggande anledningarna till personalisering från Van Aelst et al. väljer vi att fokusera i studien på just dessa aspekter, och ha det som grund i redogörelsen för normen i den svenska nyhetsrapporteringen.

### 3.2 Individualisering

Individualisering innebär en förskjutning av fokus från partier och institutioner till enskilda politiker som centrala aktörer: “this type of personalization is not necessarily in contrast to substantive political news content, but it does imply a shift in media visibility from parties to individual politicians” (Van Aelst et al., 2011, s. 205). Trump är ett bra exempel på detta resonemang, i stället för att representera det republikanska partiet i den klassiska meningen, förflyttar han fokus till sig själv som individ, ofta på bekostnad av partiets kollektiva identitet.

Valet 2016 och presidentskapet dominerades av Trumps person, hans uttalanden, hans konflikter med andra politiker och offentliga personer. Van Aelst et al. lyfter även begreppet "concentrated visibility", alltså att ett fåtal politiker ofta partiledare får all uppmärksamhet, "this first implies a focus on the party's leaders while the latter implies a more diffuse focus on all individual politicians except those party leaders" (Van Aelst et al., 2011, s. 207). Trump använde denna koncentration på partiledare genom att se till att han ständigt var omtalad i medieflödet, särskilt genom att skapa och förbise skandaler. Därigenom förstärktes hans roll som medial huvudfigur snarare än som en traditionell amerikansk president.

### 3.3 Privatisering och medialisering

Privatiseringen innebär att politiker i mediebevakningen i allt högre grad framställs som privatpersoner, ofta med ett fokus på personliga egenskaper eller deras privata liv. Van Aelst et al. skriver att "privatization refers to the rising importance of the politician as 'ordinary' person" (Van Aelst et al., 2011, s. 206). Trump har aktivt byggt sin politiska karriär på sin tidigare roll som affärsman & Tv-personlighet och har suddat ut gränsen mellan hans privata liv och politiska liv. I det medialiserade samhället är denna typ av "personlighet" något som passar bra in som exempel för att förstå begreppet.

En teori som vi kommer använda oss av är John B. Thompsons bok *Media and modernity* (1995), främst hans tankar om medialisering och mediernas roll i den moderna politiken. Den teknologiska utvecklingen och framväxten av kommunikativa medier menar Thompson har ökat synligheten. Denna ökade synlighet påstår Thompson har medfört risker för politiska makthavare. Thompson redogör i artikeln *Mediated interaction in the digital age* (2018), som är en aktualisering av hans tidigare verk *Media and Modernity*, hur ny teknologi kommit att påverka politikernas synlighet. Ett begrepp som Thompson tar upp är *Democratization of transmission*, vilket syftar till hur sociala och digitala medier förändrat informationsspridningen i samhället. Medborgare har nu själva tillgång till kanaler där de kan sprida information och nyheter, som direkt när de publiceras försvinner ur politikernas kontroll (Thompson, 2018, s.22). Denna brist på kontroll gör det svårare för politikerna att framställa sig som de själva vill, i stället menar Thompson att det är media som i mångt och mycket har makten över vilken bild som framställs.

En annan teori som vi kommer använda oss av från Thompson är hans syn på skandaler, han menar att man kan förstå skandaler som läckor av det privata. Medialiseringen och

*Democratization of transmission* har inneburit en ökad synlighet och en utsuddning av offentliga personers offentliga- och privata jag, detta har i sin tur gjort det svårare för politiker och offentliga personer att förhindra att information läcker ut till medierna (Thompson, 1995. s. 141–145). Thompson menar att politiker är oroade för skandaler för att det i förlängningen riskerar att underminera deras förmåga att erhålla och utöva makt (Thompson, 2018. s. 24). Medierna, som enligt Thompson har kontroll över rapporteringen kring skandaler, har därmed även kontroll över politikernas makt. Med hjälp av Thompsons teorier vill vi i vår analys av mötet mellan Zelenskyj och Trump försöka undersöka om det är medierna som har agens och kontroll över makten, eller om politikerna själva kan påverka den.

En ytterligare teori vi kommer använda oss av är Jesper Strömbäcks fyrstegsmodell för samhällets och politikens ökade grad av medialisering. Modellen beskriver en gradvis förändring i relationen mellan politik och medier genom fyra faser: (1) medierna blir den primära källan till politisk information, (2) medierna etablerar ökad autonomi gentemot politiken, (3) medierna börjar påverka politikens funktion och utformning, (4) politiska aktörer anpassar sig till medielogikens villkor. Denna modell kan användas för att förstå hur den samtida framväxten av nya typer av politiska ledare samspelar med ett medialiserat samhälle, där medielogik utgör en central drivkraft för politisk framgång.

I denna studie används särskilt det fjärde steget i Strömbäcks modell för att analysera hur politiker tar till sig medielogiken och anpassar sitt beteende för att gynnas av den. De tre första stegen fungerar i detta sammanhang främst som en bakgrundsförståelse för medielogikens etablering, medan det fjärde steget är centralt för att besvara studiens frågeställningar. I den första fasen agerar politiska aktörer i ett medielandskap där massmedier, särskilt TV och sociala medier, är den viktigaste kanalen för politisk information (Strömbäck, 2008, s. 236).

I den andra fasen stärks mediernas självständighet och de agerar i ökande utsträckning enligt egna logiker, snarare än att fungera som passiva budbärare för politiska aktörer (s. 236–237). Ett exempel på detta kan ses i hur Donald Trump hanterar media, han tycks förstå och utnyttja medielogiken genom att producera innehåll som anses vara nyhetsvärdigt enligt mediernas egna kriterier. Den tredje fasen kännetecknas av att politiska aktörer tvingas anpassa sig till mediernas logik för att undvika marginalisering i det offentliga samtalet; ”political and other social actors have to adapt to the media, rather than the other way around” (s. 237). Här skapas en dynamik där politiker inte bara följer medielogiken utan även kan förstärka dess effekter genom strategiska handlingar. Genom att medvetet icensätta kontroverser eller skandaler

uppmuntrar politiska aktörer medierna att fokusera på dem, vilket i sin tur förstärker logiken kring uppmärksamhet och personifiering. Med andra ord blir medielogiken inte bara något som politiker anpassar sig till, utan även ett verktyg för att ta plats i det politiska nyhetsflödet.

Den fjärde fasen i Strömbäcks medialiseringsteori innebär ett kvalitativt skifte i relationen mellan medier och politik, där politiska aktörer inte bara anpassar sig till medielogiken, utan också internaliserar den som en del av politiskt beslutsfattande. Som Strömbäck formulerar det: ”political and other social actors not only adapt to the media logic... but also internalize these and... allow the media logic and the standards of newsworthiness to become a built-in part of the governing process” (Strömbäck, 2009. S. 239). Detta innebär att medielogiken inte längre påverkar hur politiska budskap kommuniceras, utan även hur politik formuleras, prioriteras och genomförs. Mediernas krav på snabbhet, förenkling, konflikt och personifiering börjar därmed i allt högre grad prägla det politiska innehållet i sig. Detta fjärde steg kan ses som det mest komplexa och långtgående i medialiseringens utveckling, då det antyder att gränsen mellan mediekommunikation och politiskt ledarskap hålls på att upplösas. Politiker agerar inte längre främst utifrån ideologiska överväganden, utan i större utsträckning utifrån vad som genererar medial uppmärksamhet och vad som anses ”nyhetsmässigt”. Den politiska logiken börjar i praktiken underställas den mediala, vilket riskerar att påverka både innehållet i den politiska agendan och formerna för demokrati.

Vi kommer även i vår studie använda oss av Teun Adrianus van Dijks teorier om språkbruk och tematiska urval. Van Dijk redogör i boken *News as discourse* (1988) att vissa delar av en nyhet väljs fram som huvudhändelse medan andra delar får mindre utrymme i rapporteringen. Van Dijk beskriver dessa val som makrostrukturer, som inte är neutrala utan påverkas av rådande diskurser, vad som får utrymme och inte kallar van Dijk för det tematiska urvalet (Van Dijk 1988, s.178). En annan central del i van Dijks teorier är att språkbruket utgör en central del för hur maktrelationer och ideologiska positioner uttrycks och reproduceras i nyhetsrapporteringen. Van Dijk menar att det språkbruk och den retoriska formulering som används, gör det möjligt att förstärka eller försvaga berättelsens effekt (Van Dijk 1988, s.118). I vår studie kommer vi att använda oss av van Dijks teorier för att få en ökad förståelse av hur den svenska medierapporteringens fokus och språkbruk påverkar rapporteringen och den bild som skapas.

### 3.4 Tidigare forskning

Sedan Donald Trump gav sig in i politiken har han varit ett ständigt ämne i nyhetsrapporteringen, således finns det en hel del tidigare forskning kring hur han framställs i media. I boken *News After Trump* (2021) skriven av Carlson, Robinson och Lewis har undersökt den amerikanska rapporteringen kring Donald Trump. De menar att amerikanska journalister ofta står inför ett moraliskt dilemma i rapporteringen kring Trump, antingen behålla den journalistiska sakligheten och objektiviteten eller agera som moraliska beskyddare genom att öppet kritisera Trump. Enligt Carlson et al. finns det en växande tendens inom amerikansk journalistik att använda moralisk positionering för att tydligt ta avstånd från det som rapporteras (Carlson, Robinson & Lewis, 2021, s. 148).

I kapitel 5 beskriver författarna hur vissa journalister känner ett behov av att ta ställning och agera i sin rapportering, särskilt i frågor som rör Trump. Detta sker dock inte alltid genom öppen kritik, utan i stället genom vad författarna kallar för "journalistic hand writing". Med det menar de ett sätt att skriva där journalisterna fortfarande försöker behålla objektiviteten, men ändå markera en moralisk hållning. författarna kallar detta för ett "proceduriell syn på objektivitet", vilket innebär att journalister följer regler och rutiner för att verka opartiska, även om det i praktiken kan leda till att osanningar återges utan ifrågasättande. Detta innebär att journalister inte aktivt försöker sprida osanningar, men genom att återge dem i strävan efter balans, kan det bidra till att sprida just osanningar.

I artikeln *Donald Trump and the liberation of news: Media in the age of Trump*. (2016) skriver Lee Siegel att Donald Trump och hans väljarbas förflyttat gränserna för vad som anses som objektivitet inom journalistiken. Således menar Siegel att Trump öppnat en ny dörr för vad som anses som journalistiskt och inte. Detta kallar Siegel för "Neo-journalistik", vilket han definierar som att rapportering, analys och åsiktsyttringar allt mer integreras i rapporteringen, tidigare har de varit strikt skilda. Siegel skriver också att denna neo-journalism inneburit att journalister uppmuntras att ta moralisk ställning genom att tolka och värdera händelser. Journalister behöver inte längre sträva efter att uppnå "on-the-one-hand, on-the-other-hand balance." utan kan nu vara öppnare med samhällsproblem utan att framstå som politiskt partiska. Denna utveckling, som både Lee Siegel och Carlson, Robinson & Lewis redogör för, inom amerikansk nyhetsrapportering väcker frågan om liknande förändringar kan spåras i den svenska nyhetsrapporteringen. Genom att analysera hur Trump gestaltas inom svensk nyhetsmedia vill vi försöka undersöka om svenska journalister i sin rapportering anammat

samma normförskjutning när det gäller objektivitet och moraliska ställningstaganden som de amerikanska journalisterna.

## 4. Avgränsningar och Urval

För att kunna genomföra en kvalitativ och relevant analys har vi behövt göra vissa avgränsningar. Vi har valt att fokusera på svenska medier och valt ut två artiklar vardera från fyra av Sveriges största nyhetskanaler: *Dagens Nyheter*, *Expressen*, *Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet*. Urvalet av dessa fyra grundar sig i den allmänna räckvidden men också att hamna i ett slags mellanläge för nyhetsmedia eftersom det är de fyra största redaktionerna. De fyra tidningarna har en viss skillnad i deras uttalade ideologiska grund, *Aftonbladet*: Socialdemokratisk, *Dagens Nyheter*: Oberoende liberal, *Svenska Dagbladet*: Obundet moderat, *Expressen*: Obunden liberal, däremot buntas alla i tidningar samman med ett liberalt tankesätt som gemensam nämnare (Svenskadagstidningar). Den ideologiska grunden i de fyra redaktionerna är en till punkt som fick oss att välja just dessa, för att få en så bra spridning och en viss nivå av generaliserbarhet tillskillnad om vi hade en tidning eller flera med samma ideologiska bakgrund.

Urvalet av artiklar som behandlar Donald Trump i våra fyra utvalda nyhetskanaler är stort, vilket har gjort att vi har behövt avgränsa oss till rapporteringen kring endast en skandal. Skandalen som vi har valt att analysera är mötet mellan Trump och Volodymyr Zelenskyj i det ovala rummet. Anledningen till att vi har valt just denna händelse är för att det är en aktuell händelse, men också en händelse med stort internationellt och globalt intresse, inte minst politiskt, därmed tycker vi att denna skandal är särskilt intressant att analysera. Vi har även valt att avgränsa oss tidsmässigt till artiklar som publicerades samma dag som eller dagen efter händelsen, det vill säga den 28 februari 2025. Detta för att vi vill säkerställa att den information som finns kring händelsen är densamma för alla artiklar i vårt urval. Vi har valt att enbart analysera nyhetsartiklar, således har krönikor, insändare och andra åsiktsartiklar valts bort. I vår urvalsprocess har vi använt oss av sökfunktionen i tidningarnas respektive digitala arkiv. Där har vi kunnat filtrera artiklarna utifrån datum, och valt de första artiklarna som publicerades kring händelsen, med undantag för vissa artiklar endast innehållande videor kring mötet.

## 4.1 Analysmetod

Analysen har genomförts med hjälp av en kvalitativ innehållsanalys där vi har fokuserat på meningsinnehåll, framställningen av Trump och olika språkliga formuleringar. Bonnie. S. Brennan skriver i boken *Qualitative Research Methods for Media Studies* (2017) att kvalitativa metoder strävar efter att förstå normer, sammanhang, användning och betydelser av ord, begrepp och idéer (Brennan, 2017. s.14). Därför anser vi att det är relevant att använda oss av en kvalitativ metod i vår studie. Det teoretiska begreppet medielogik har fungerat som en tolkningsram för att identifiera hur Trump sätt att kommunicera, särskilt genom direktkommunikation, konfrontation med etablerade medier och användningen av sociala medier, beskrivs och bemöts i artiklarna. Arbetet har skett i flera steg: först en noggrann genomläsning av respektive artikel, följt av en övergripande insamling av exempel på framställningen av Trump. Särskilt stor uppmärksamhet har riktats mot artiklarnas språkliga val, värdeladdade ord och sättet på vilket Trump citeras och positioneras i relation till allmänheten och i synnerhet Zelenskyj. Vår ambition har varit att genom en systematisk och transparent metodik skapa en nyanserad bild av hur Trumps retorik tolkas och återges i den svenska pressen. Det metodologiska valet att analysera texter från flera olika typer av dagstidningar ger dessutom möjligheten till en jämförande och övergripande dimension av analysen

## 5. Analys

I detta kapitel analyseras hur Donald Trump framställs i svensk nyhetsmedia i relation till begreppen personalisering och medialisering. Analysen utgår från det teoretiska ramverket presenterat i kapitel 3 och bygger på kvalitativ innehållsanalys av åtta artiklar från fyra svenska dagstidningar.

### 5.1 Rapporteringens personfokus

Mötet i det ovala rummet har en stor global och politisk betydelse. Trots den politiska laddningen och den globala betydelsen av mötet, ligger fokuset i den svenska mediebevakningen på det personliga mötet mellan Trump och Zelenskyj. I vissa artiklar beskrivs mineralavtalet kort, medan avtalet i andra inte nämns alls. Ingen av artiklarna diskuterar möjliga politiska konsekvenser av mötet, varken ur ett internationellt eller svenskt perspektiv. En genomgående tendens i alla artiklarna är medierapporteringens fokus på den

personliga konflikten mellan Trump och Zelenskyj i stället för mötets politiska innebörd eller konsekvenser. Händelsen framställs mer som ett personligt drama än som ett politiskt möte mellan två världsledare.

Mötet mellan de två världsdelarna passar bra i relation till van Aelst et al. s material om personalisering inom politiken och i samband med medialiseringen. Deras definition av personalisering är i den här nyhetsrapporteringen relevant eftersom fokuset tydligt är skiftat från partier och regeringar till personliga egenskaper och individuella politiker. I alla artiklarna presenteras konflikten mellan Trump och Zelenskyj inte som ett mellanstatligt diplomatiskt möte där man ska försöka medla fram en utväg från ett krig som hotar den europeiska säkerheten, utan mer som ett personligt gräl. Trump säger att Zelenskyj är “respektlös” och borde “sluta bråka”. Det är ett exempel på hur medier inte återger ett diplomatiskt möte i sakliga termer, utan fokuserar på ledarnas personliga attityd och relation, till exempel *Dagens Nyheter* citerande av JD Vance ”Har du sagt tack en enda gång under det här mötet?” (*Dagens Nyheter* 2025-02-28). Medielogiken driver fram denna dramaturgi och där ges konflikter ett stort utrymme, i artiklarna beskrivs mötet i form av: tidsramar “144 minuter - sen kastades Zelenskyj ut”, oväntade vändningar “Trump reste sig upp och avslutade mötet” och dramatiska citat som “du gamblar med ett tredje världskrig” (*Aftonbladet* 2025-02-28).

I boken *News as discourse* (1988), skriver Teun Adrianus Van Dijk att nyhetsrapportering bland annat påverkar opinionsbildning genom det tematiska urvalet, alltså vilka delar av en händelse som framställs. Vissa delar väljs fram som huvud, medan andra delar får mindre utrymme i texten (Van Dijk, 1988. s.178). Van Dijk beskriver dessa val som makrostrukturer, som inte är neutrala utan påverkas av rådande diskurser. Genom att bestämma vilket innehåll artiklarna har så kan nyhetsmedier styra vilka frågor som får uppmärksamhet i det offentliga samtalet. Tematiska strukturer är alltså inte bara ett sätt att organisera text, utan också ett sätt att påverka den allmänna uppfattningen om en händelse. Detta blir tydligt i vår analys av artiklarna, där det ämne som lyfts fram är den personliga konflikten mellan Donald Trump och Zelenskyj. Medan politiska sakfrågan och eventuella konsekvenser får en undanskymd plats i rapporteringen. Van Dijk menar att det tematiska urvalet, i det här fallet fokus på personkonflikten, ofta är ett medvetet val för att stödja den rådande diskursen.

## 5.2 Språklig gestaltning Trump mot Zelenskyj

I vårt material var det även tydligt att de värdeladdade orden användes kontrasterande i relationen mellan Trump och Zelenskyj. Kopplat till Trump används det mycket negativt värdeladdade ord som till exempel "Trump avbryter upprepade gånger" (*SvD* 2025-02-28), "Trump läxade upp" (*SvD* 2025-02-28), "Du har pratat tillräckligt, du vinner inte det här, sa Trump och höjde rösten" (*SvD* 2025-02-28), "Du gamblar med miljontals liv. Du gamblar med ett tredje världskrig, och det du gör är väldigt respektlöst mot vårt land, sade Trump och pekade hårt och argt mot Zelenskyj" (*Aftonbladet* 2025-02-28), "dundrade Trump" (*Expressen* 2025-03-01). Genomgående används värderande och negativt värdeladdade referatmarkörer i rapporteringen av Donald Trump. Fokuset blir på så sätt inte bara vad Trump säger utan även hur Trump uttrycker det.

I kontrast till detta används inte alls samma negativa värdeladdning i rapporteringen av Zelenskyj. I stället används neutralt eller positivt laddade ord som till exempel, "Zelenskyj försökte uppträda relativt lugnt och förklarade att det höga tonläget inte hjälper" (*Expressen* 2025-02-28). "Zelenskyj försökte relativt lugnt – men uppenbart upprörd" (*Aftonbladet* 2025-02-28), "Zelenskyj satt sammanbiten" (*SvD* 2025-02-28). "fortsätter Zelenskyj och tackar sedan Trump igen" (*Aftonbladet* 2025-02-28). Referatmarkörerna och rapporteringen kring Zelenskyj är betydligt mer positivt laddade och nyanserade, vilket i denna händelse inte är märkligt då det finns en tydlig antagonist som försöker visa och anspela på sin maktfulla position.

I boken *News as discourse* (1988) skriver Van Dijk att språkbruket utgör en central del för hur maktrelationer och ideologiska positioner uttrycks och reproduceras i nyhetsrapporteringen. Van Dijk skriver "And rhetorical reformulation allows the reporter to make a story more effective by the use of understatements or exaggerations, comparisons, and suggestive metaphors. At this point, there is no longer a direct transformation of source texts but, in fact, the production of another text" (Van Dijk, 1988. s.118). Denna språkliga inramning är ett tydligt exempel på hur medier genom språkbruk och ordval aktivt skapar bilden av verkligheten, ett centralt begrepp i Van Dijks teorier. I enlighet med dessa teorier bidrar användningen av negativt laddade uttryck för Trump och positivt laddade för Zelenskyj till att forma publikens uppfattning om aktörerna och mötet, kanske är det bara en direkt spegel av vad som hände, men kritik mot att händelsen i sig får hända är frånvarande. Det handlar alltså inte bara om att återge en berättelse, utan om att skapa en viss tolkning av den. Retoriska strategier, som värdeladdade ordval, förstärker berättelsens effekt.

Ett exempel från artiklarna där detta blir extra tydligt är hur det refereras till Trump som "arg" och Zelenskyj som "upprörd". Dessa ord ligger väldigt nära varandra i betydelse men "arg" har en mycket mer konfrontativ och aggressiv laddning medan "upprörd" signalerar mer kränkthet och oro snarare än hotfullhet. Denna skillnad i värdeladdning i rapporteringen bidrar till person fokuseringen i mötet, genom skillnaden i värdeladdning framställs mötet som en personlig konflikt där Trump är överlägsen och skurken, medan Zelenskyj är underlägsen och hjälten. Vilket är en sann bild av mötet, problematiken blir här att det personliga fokuset är överlägset.

### 5.3 Personkonflikt och Drama

I alla artiklarna diskuterades mötet mellan Trump och Zelenskyj som ett mediedrama, snarare än ett diplomatiskt toppmöte. Rubrikerna framhäver konflikt och känslor för att locka läsare: "bråk i vita huset", "sluta bråka", och att Zelenskyj "kastades ut". Trump uttrycker sig med laddade ord som att Zelenskyj "gamblar med ett tredje världskrig" (*Aftonbladet* 2025-02-28) och "Zelenskyj vill bara bråka, bråka, bråka – det är inte så man gör fred" (*Aftonbladet* 2025-02-28). Strömbäck menar också att medialisering är en process där politiken gradvis anpassas till mediernas logik (Strömbäck, 2008. s. 239–240), men det går även att vända på sambandet, hur får Donald Trump medierna att förändra sin logik till den "nya" typen av offentliga politiker. I artiklarna blir det tydligt att mötet inte bara är ett diplomatiskt sammanträde utan det faktum att "de två presidenterna hamnade i ett långt och hetsigt ord bråk framför journalisternas kameror" och "Trump kommenterade ordväxlingen med att det blev bra tv" (*Dagens Nyheter* 2025-03-01) visar på att det även är ett medialt event, en chans för Trump att visa vem som har övertaget. Trumps ord som "*du gamblar med miljontals liv. Du gamblar med ett tredje världskrig*" riktat mot Zelenskyj är exempel på hur han använder starka och värdeladdade ord för att skapa rubriker som både lockar läsare och passar mediernas slagkraftiga artikelskrivande.

Påhoppen från Trump till Zelenskyj skulle kunna tolkas som ett sätt för att skapa mediala uppmärksamhet och öka sin personlig synlighet snarare än för ett bättre diplomatiskt samtal. I en artikel från *Dagens Nyheter* beskrivs det hur "*Trump och Vance anklagade Zelenskyj för att vara otacksam och respektlös mot USA. Zelenskyj försökte försvara sig men blev ständigt avbruten*". Detta kan ses som ett exempel på hur Trump i viss mån använder medierna inte enbart som en kanal för att spegla politiska händelser, utan som en scen där politiken iscensätts. Hans retorik och agerande kan ses som anpassade för att generera uppmärksamhet och ligger i linje med medielogiken att personkonflikter och dramatik prioriteras i nyhetscykeln. Det skulle

kunna hävdas att Trump medvetet agerar i enlighet med medielogikens spelregler, med sina starka uttalanden och tydliga motsättningar.

Detta beteende kan relateras till medielogikens fokus på sensationella uttalanden och personkonflikter. Man skulle kunna föreställa sig att ett möte av denna dignitet, särskilt i ett krigssammanhang, hade kunnat ske bakom stängda dörrar, bortom pressens närvaro. Att det istället sker framför världspressens alla kameror behöver inte nödvändigtvis vara en slump. Utan skulle kunna tolkas som en möjlighet för Trump att synliggöra sin roll som en kraftfull aktör på den internationella scenen. I detta sammanhang är Strömbäcks (2008) beskrivning av medialiseringens fjärde fas särskilt relevant. Här betonas hur politiska aktörer inte bara anpassar sig till medielogiken utan också gör medielogiken till en del av den politiska praktiken (Strömbäck, 2008, s. 239). Utifrån detta perspektiv kan mötet mellan Trump och Zelenskyj förstås som ett tillfälle där politik och medielogik smälter samman. Trumps agerande både formas av och bidrar till den typ av mediedramaturgi om får stort genomslag i nyhetsrapporteringen.

Artiklarna om ordväxlingen i det ovala rummet skulle därmed kunna belysa hur medialiseringen och personaliseringen inom politiken samverkar och förstärker varandra. Trumps retoriska stil, närvaro i medierna och sättet mötet iscensätts kan uppfattas som uttryck för en politisk kommunikation där individen står i centrum och är konflikt drivande dramaturgi får stort utrymme.

## 6. Diskussion och Slutsats

Som vi redovisade i tidigare avsnitt har Strömbäck presenterat fyra steg i sin bok *Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics* (2008) som visar på hur samhället blir mer medialiserat. Dessa fyra steg går att använda för att förstå sammanhanget mellan den nya typen av politiska ledare och hur det medialiserade samhället varit en pådrivande faktor för framgången. De tre första stegen i Strömbäcks modell är i det här fallet något som kan åsidosättas då det är det sista fjärde steget, citerat ovan, politiken anpassar sig till medielogiken, som passar bäst i frågan om vad Donald Trump i svensk nyhetsrapportering säger om

personalisering och medialiseringen roll i utrikespolitiskt nyhetsinnehåll. I den fjärde fasen tar politiker till sig medielogiken och använder den som styrprincip även för sitt regerande. Här är Trump ett praktexempel, han använder Twitter som sin primära kommunikationskanal, prioriterar medieutspel framför traditionella beslut, och förvandlar politiska framträdanden till mediala uppvisningar. Gränsen mellan att styra och att synas suddas ut och han har nästan blivit mer av en “känd” person än politiker.

Men för att förstå hur och varför Trump rapporteras som han gör i Sverige krävs en ideologisk redogörelse. Det svenska medielandskapet är i stor utsträckning liberalt, de flesta tidningarna har en uttalad liberal opartiskhet. Trump, som ofta uttrycker sig i motsättning till det liberala idealet, utmanar därmed inte bara normer utan även den moraliska hållningen hos många svenska journalister och redaktioner, detta skriver Carlson, Robinson och Lewis om i kapitel 5 i deras bok *News After Trump* (2021). De visar på hur amerikanska journalister, i synnerhet de journalister som skriver för oppositionens tidningar, står inför ett moraliskt dilemma, att antingen hålla fast vid objektiviteten och rapportera sakligt, eller att agera som moraliska väktare genom att öppet kritisera Trump. Enligt författarna har detta lett till en växande journalistisk tendens att använda moral som verktyg för att “markera avstånd” (Carlson, Robinson & Lewis, 2021, s. 148).

I de fyra svenska nyhetsmedierna som vi har analyserat syns en liknande moralisk positionering, men den tar sig ofta i kraft genom en personfokuserad bevakning snarare än en analys av Trumps politiska beslut. I kapitel 5 diskuteras den typen av positionering i form av en “*journalistic hand writing*” där journalister känner ett behov av att agera men gör det genom det som boken kallar för:

“...a procedural notion of objectivity that allows for the normalization of lies and racism in the name of seeking balance... That is, journalists do not need to sanction lies and racism for them to spread this language through their reporting” (Carlson, Robinson & Lewis, 2021, s. 147).

I den svenska nyhetsrapporteringen leder denna procedur till att skrivandet ofta fokuserar på Trumps skandaler och inte det politiska spelet som också kräver ett bredare förklarande arbete samt ger mindre direkt uppmärksamhet. Proceduren skapar ett dilemma, medielogiken kräver uppmärksamhet och konflikt, samtidigt som de hamnar i en svår balansgång: de vill rapportera om en världsledare men riskerar att förstärka ett budskap som strider mot deras egna normativa

och ideologiska värderingar. Det kan leda till en moraliserande ton i rapporteringen, där Trump inte bara kritiserats politiskt, utan också som person. Det kan i sin tur leda till en förskjutning från objektivitet i rapportering till en mer värdeladdad journalistik där Trump används som symbol för det "icke-liberala" eller det "icke-demokratiska". På så vis visar Trumps genomslag i det svenska medielandskapet inte bara på hur han anpassat sig efter medielogiken, utan också på hur medier tvingas förhålla sig ideologiskt och moralistiskt till ett fenomen som delvis underminerar deras egna grundvärderingar, då han på sätt och vis får medierna att följa hans egen logik. Han tvingar medierna att välja mellan att ignorera honom, svika nyhetsvärdet, eller att rapportera om honom, och riskera att förstärka vad han står för. Det är denna konflikt mellan medielogik och ideologiska samt moraliska värden som gör Trumps närvaro i svenska media så intressant.

Trump i det svenska medielandskapet handlar också om hur journalistiken försöker balansera mellan medielogik, yrkesetik och sin egen agens. Enligt publicitetsreglerna för press, radio och tv ska medier vara "korrekta och sakliga", "respektera den personliga integriteten" och vara "generösa med bemötanden" (Journalistförbundet), det är principer som ställs på sin spets när det gäller rapporteringen kring en politiker som Trump, vars retorik bygger på konflikt och personangrepp. Den svenska journalistiken är rotad i vad Strömbäck & Esser kallar en demokratisk-korporativ nyhetskultur (Strömbäck & Esser, 2009, s. 216). Medierna har hög professionell självständighet, stark etisk kod och en offentlighets tjänande roll. Denna medielogik, till skillnad från mer kommersialiserade system som det amerikanska, värdesätter inte bara dramatik utan också balans & källkritik. Men i mötet med en politiker som Trump uppstår en spänning mellan journalistisk etik och uppmärksamhetslogiken. Strömbäck & Esser beskriver detta möte som en del av politikens medialisering, där medier inte bara rapporterar om politiken utan i allt högre grad intervenerar och formar dess innehåll. De menar att journalistiken i detta skede ofta drivs av en mediecentrerad politisk rapportering där journalister och mediaaktörer i allt högre grad blir de främsta nyhetsmakarna i berättelserna, snarare än politiker eller andra samhällsaktörer (Strömbäck & Esser 2009, s. 217), alltså att journalister inte enbart speglar verkligheten, de skapar och tolkar den.

Detta går koppla till Lee Spiegels teorier om den ökade Neo-journalistiken, som vi redogjorde för i avsnitt 3.4, om hur åsiktsyttringar och moraliskt ställningstagande blivit allt mer närvarande i den amerikanska rapporteringen sedan Donald Trump gav sig in i politiken. Eftersom vi endast har analyserat åtta artiklar från fyra olika nyhetssidor blir det svårt att dra

den slutsatsen att den allmänna och övergripande svenska rapporteringen följer samma mönster som Spiegel menar att den amerikanska rapporteringen gör. Men vi kan konstatera att det i den svenska rapporteringen kring Donald Trump finns vissa tecken på att den svenska rapporteringen likt den amerikanska har en allt mer moraliserande och ställningstagande utgångspunkt.

Ett personfokuserat och moraliserande media narrativ riskerar att individualisera ansvar och förklara politiska problem genom att hänvisa till moraliska eller karaktärsmissigt brister hos enskilda individer och aktörer. Vi menar att medierapporteringen kan bli problematisk när den moraliserar och personifierar, eftersom det i förlängningen riskerar att kritik riktas mot individer snarare än systemet. Om kritiken kontinuerligt riktas mot enskilda individer i stället för det övergripande systemet, kan det i förlängningen leda till det är individen som byts ut, men att problemet med det politiska systemet kvarstår. Det blir en förskjutning av lösningar, där individer pekats ut som problemet och lösningen blir att byta ut personer snarare än reformera systemet. Detta riskerar i förlängningen att försvaga det demokratiska systemet.

Thompson (1995) betonar att det moderna medielandskapet har format en ny offentlighet där politiska aktörer är ständigt synliga och där gränsen mellan det privata och offentliga suddas ut (Thompson, 1995. s. 141–144). Den ökade synligheten gör politiker mer sårbara för skandaler, något som enligt Thompson riskerar att underminera deras maktutövning (Thompson, 1995. s. 141–144). Samtidigt kan även denna ökade synlighet även skapa möjligheter för politiker som Trump att medvetet använda mediernas fokus för att förstärka sin image och i förlängningen hans makt. Genom att analysera mötet mellan Zelenskyj och Trump utifrån Thompsons teorier går det att urskilja ett samspel mellan mediernas agens och politikernas strategier, där makten både kan utmanas och förstärkas i den mediala offentligheten.

Sammanfattningsvis antyder denna studien att svensk nyhetsrapportering om Donald Trump- i samband med mötet med Zelenskyj- den 28e februari tenderar att prioritera personliga och dramatiska aspekter framför i detta fall internationella konsekvenser eller systemet bakom amerikansk diplomati. Artiklarna i *Expressen*, *Aftonbladet*, *Svenska Dagbladet* och *Dagens Nyheter* fokuserar på Trumps agerande, temperament, ordval och retorik snarare än de faktiska konsekvenserna av bråket med Zelenskyj. Det sakliga och systemkritiska innehållet marginaliseras för att förstärka den dramatiska beskrivningen av mötet och sätter den personliga konflikten i fokus. Detta stärker förklaringarna om både ökningen av personifiering inom politiken och den medialisering som Strömbäck (2008) diskuterar i sin fyrstegsmodell - där

politiker inte bara anpassar sig efter medielogiken, utan också börjar agera utifrån den. Att svensk media väljer det fokus som de gör kan ses som ett resultat av både strukturella och ideologiska faktorer. Det sträcker även Lee Spiegels och Carlson, Robinson och Lewis forskning om den allt mer moraliserande och ställningstagande journalistiken.

## 6.1 Begränsningar och framtida forskning

Som alla kvalitativa studier har även denna en rad begränsningar. En första aspekt rör urvalet av material. Studien baseras på ett begränsat antal artiklar från fyra nyhetstidningar under en specifik händelse. Det gör att resultatet inte utan större och bredare urval kan generaliseras till den stora massan. En bredare analys, över längre tidsperioder och flera typer av händelser, hade kunnat visa om personalisering är ett tillfälligt eller bestående mönster. En annan begränsning rör tolkningsramen. Eftersom studien utgår från teorier om personalisering och medialisering, finns en viss risk att analysen präglas av partiskhet, det vill säga att vi letar efter det vi vill se. Även om begreppen är relevanta hade andra teoretiska perspektiv, exempelvis teorier om diskurs, populism eller en annan metod möjligtvis kunna ge alternativa tolkningar.

En möjlig fördjupning hade varit att jämföra den svenska rapporteringen om Trump med rapporteringen om andra politiska ledare som generellt ses som normbrytande, exempelvis Victor Orban, Jair Bolsonaro eller Benjamin Netanyahu. En sådan jämförelse skulle kunna visa om Trumps representation i svensk media är unik eller om det finns generella mönster i hur "avvikande" politiska ledare behandlas i det svenska medielandskapet. En annan möjlig fördjupning av vår studie hade varit att undersöka mottagarens perspektiv. Hur uppfattar svenska mediekonsumenter den bild av Trump som medierna förmedlar? Påverkar den deras uppfattning om amerikansk politik eller om svensk journalistik? Vidare hade det även varit intressant att analysera hur rapporteringen skiljer sig mellan den svenska rapporteringen och den amerikanska rapporteringen kring Trump för att ta reda på om rapporteringen följer samma medielogik.

Slutligen vore det intressant att undersöka hur digitala plattformar, som sociala medier eller alternativa nyhetskällor förhåller sig till samma händelse. Skapas samma typ av personifierade berättelser där, eller utmanar den logiken? I ett medielandskap där traditionella nyhetsmedier inte längre är ensamma om att tolka verkligheten, är detta en allt viktigare fråga för förståelsen av både politikens och journalistikens makt.

## 7. Referenslista:

Aftonbladet, Trumps krav på Zelenskyj <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/eMwqJg/trumps-krav-pa-zelenskyj>

Aftonbladet, Zelenskyj träffar Trump i vita huset <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/bmJ78l/zelenskyj-traffar-trump-i-vita-huset>

Brennan, B. S., 2017 *Qualitative Research Methods for Media Studies* 2<sup>nd</sup> Ed. New York: Routledge

Carlson, M., Robinson, S. & Lewis, S.C., 2021. *News After Trump*. Oxford: Oxford University Press. Kapitel 5: *Journalistic Moralities*.

Collin, L. (2015). *Historiskt möte mellan USA och Kuba*. *Sveriges Radio*. Hämtad 30 maj 2025 från <https://www.sverigesradio.se/artikel/6139256>

Dagens Nyheter. (2025). *Ordbråket beskrivs som en fälla – ”ville förnedra och kuva Zelenskyj”*. <https://www.dn.se/varlden/ordbraket-beskrivs-som-en-falla-ett-satt-att-fornedra-zelenskyj/>

Dagens Nyheter. (2025). *Zelenskyj och Trump bråkade i Vita huset – detta har hänt*. <https://www.dn.se/varlden/detta-har-hant-braket-i-vita-huset/>

Expressen, *Trump till Zelenskyj ”du gamblar med ett tredje världskrig”* <https://www.expressen.se/nyheter/varlden/trump-till-zelenskyj-du-gamblar-med-ett-tredje-varldskrig/>

Expressen, *USAS utrikesminister till Zelenskyj – ber om ursäkt* <https://www.expressen.se/nyheter/varlden/usas-utrikesminister-till-zelenskyj-be-om-ursakt/>

Siegel, L. (2016) *Donald Trump and the liberation of news*. *Columbia Journalism Review*, 14 October. Tillgänglig: [https://www.cjr.org/special\\_report/trump\\_liberation\\_news\\_election.php](https://www.cjr.org/special_report/trump_liberation_news_election.php)

Strömbäck, J. & Esser, F., 2009. *Shaping politics: Mediatization and media interventionism*. In: K. Lundby, ed. *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang, s. 205–22

Strömbäck, J. (2008). *Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics*. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246.

SVD, *Bråk mellan Trump och Zelenskyj – detta har hänt* <https://www.svd.se/a/kwLm9X/brak-mellan-trump-och-zelenskyj-detta-har-hant>

SVD. *Ordbråk mellan Trump och Zelenskyj* <https://www.svd.se/a/xmpOxj/ordbrak-mellan-trump-och-zelenskyj>

*Svenska Dagstidningar*. (inget datum). *Läs mer om politiska färger*. <https://svenskadagstidningar.se/politisk-farg/>

Thompson, J.B., 1995. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.

Van Aelst, P., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2012). *The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings*. *Journalism*, 13(2), 203–220.

Van Dijk, Teun A. (1988). *News as Discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.