



LUNDS UNIVERSITET  
Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska institutionen

FEKH49

Examensarbete i organisation på kandidatnivå

HT20

# Så långt bort men ändå så nära

En kvalitativ dokumentstudie om hur följare besvarar Donald Trumps ledarskap på Twitter

## **Författare**

Emma Karlsson  
Julia Kronvall  
Alexander Winkle

## **Handledare**

Sverre Spoelstra

# Förord

Vägen för att slutföra denna uppsats har varit utmanande, men arbetet har också varit berikande. Det har varit lärorikt att undersöka ett hittills relativt outforskat område för ledarskap och de utmaningar en sådant arbete medför. Att uppsatsen utforskar Donald Trumps ledarskap på Twitter har gjort att vårt arbete förblivit ständigt relevant att studera. Följande händelseutvecklingen presidentvalet 2020, så kan knappast någon förneka att Twitterpresidenten är och förblir ständigt aktuell. I skrivande stund har Trumps konto permanent stängts ned, och vi är tacksamma att vi hade möjlighet att slutföra vår studie innan dess. Med detta sagt så finns det en del personer vi vill tacka lite extra för deras insatser under processens gång.

Vi hade framförallt aldrig klarat oss utan vår skickliga handledare Sverre Spoelstra som funnits med hela vägen och agerat som ett fantastiskt stöd. Vi är tacksamma för att du alltid har bidragit med positiv energi, expertis och förblivit en källa till inspiration de dagar som känts extra utmanande för oss. Vi är glada för både ditt engagemang och den tid du har lagt ner. Det har sannerligen varit ett nöje att få arbeta med dig.

Vi vill även tacka våra inspirerande studiekamrater och opponenter som bidragit med användbara idéer och nödvändig feedback. Arbetet har blivit extra givande med er hjälp och synpunkter.

Fortsättningsvis vill vi också rikta ett stort tack till kursansvarige Nadja Sörgärde som under kandidatkursen gett oss de förutsättningar som krävs för att skriva denna uppsats.

Med dessa ord vill vi tacka för oss och önska er trevlig läsning!

Emma Karlsson, Julia Kronvall & Alexander Winkle

6:e januari 2021

# Sammanfattning

<b>Examensarbetets titel:</b>	Så långt bort men ändå så nära - En kvalitativ dokumentstudie om hur följare besvarar Donald Trumps ledarskap på Twitter
<b>Seminariedatum:</b>	15 januari 2021
<b>Ämne/kurs:</b>	FEKH49, Examensarbete i organisation på kandidatnivå, 15 hp
<b>Författare:</b>	Emma Karlsson, Julia Kronvall, Alexander Winkle
<b>Handledare:</b>	Sverre Spoelstra
<b>Fem nyckelord:</b>	Karismatiskt ledarskap, Autentisk ledarskap, Donald Trump, Twitter och följarperspektiv
<b>Syfte:</b>	Syftet med uppsatsen är att öka förståelsen för hur följare konstruerar ledarskap på Twitter. Detta ämnar vi undersöka genom att se till Trumps tweets och hur följare i sin tur besvarar dem.
<b>Forskningsfråga:</b>	Hur besvaras ledaren Donald Trump av hans följare på Twitter?
<b>Metod:</b>	Uppsatsen är en kvalitativ dokumentstudie och utgår från ett socialkonstruktionistiskt perspektiv. För att besvara frågeställningen har uppsatsens tillvägagångssätt gjorts med en abduktiv ansats och det empiriska materialet har analyserats med diskursiv analys. Empirin består av insamlade tweets från Trumps twitterkonto och tillhörande respons från hans följare på plattformen.
<b>Teoretiska perspektiv:</b>	Teorikapitlet utgår från ett socialkonstruktionistiskt synsätt på Webers klassiska teori på karismatiskt ledarskap, där följarnas perspektiv redogörs för. Vi åtskiljer även det autentiska ledarskap är en kontemporär syn på karismatiskt ledarskap. Därefter presenteras medias roll gällande ledarskap, vilket innefattar traditionell mediernas samband med ledarskap samt aktuell forskning kring ledarskap på Twitter.
<b>Resultat:</b>	Det konstateras utifrån det empiriska materialet att Trump framställer sig som en karismatisk ledare på Twitter. Följarna besvarar detta som om att Trump har en hjältestatus och som att han är en nära vän, vilket är motsägelsefullt för teorin om karismatiskt ledarskap.
<b>Slutsats:</b>	Twitter har en inverkan på det upplevda avståndet mellan följare och ledare emellan. Det gör att följare ser Trump som en karismatisk ledare men även som en autentisk ledare, trots att det inom dessa teorier finns flertalet egenskaper som skiljer dem åt. Det tyder i sin tur på att Twitter som plattform har en inverkan på konstruktionen av ledarskap.

# Abstract

<b>Title:</b>	So Close, Yet So Far Away - A Qualitative Document Study of How Followers Respond to Donald Trump's Leadership on Twitter
<b>Seminar date:</b>	15th of January 2021
<b>Course:</b>	FEKH49, Business Administration: Bachelor Degree Project in Organization Undergraduate Level, 15 credits
<b>Authors:</b>	Emma Karlsson, Julia Kronvall, Alexander Winkle
<b>Advisor:</b>	Sverre Spoelstra
<b>Key Words:</b>	Charismatic leadership, Authentic leadership, Donald Trump, Twitter and Follower perspective
<b>Purpose:</b>	The purpose of the thesis is to increase our understanding of how followers construct Donald Trump as a leader on Twitter. This will be done by examining Trump's tweets and how the followers in turn respond to these.
<b>Research question:</b>	How does Donald Trump's followers respond to him on Twitter?
<b>Methodology:</b>	This paper is a qualitative document study with a social constructionist perspective. The paper has been conducted with an abductive approach. The empirical material consists of tweets that have been collected from Trump's twitter account as well as the correlating response from his followers on the platform.
<b>Theoretical perspectives:</b>	The theory chapter builds on a social constructionist understanding of leadership through Weber's classical conceptualisation, where the followers' perspective is given account for. We also distinguish authentic leadership as a contemporary view of charismatic leadership. In addition, Twitter is seen as a new forum for leadership communication.
<b>Result:</b>	The main findings in this study is that Trump portrays himself with what can be seen as charismatic leadership behaviour on Twitter. The followers in turn respond to him as he is both a hero and as a close friend, which is contradictory to the charismatic leadership tradition.
<b>Conclusion:</b>	Twitter affects the perceived distance between leaders and followers. This makes followers both view Trump as a charismatic and authentic leader, even though these theories have several characteristics that set them apart. This suggests that the platform Twitter influences the construction of leadership.

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>1</b>
1.1 Bakgrund och Problematisering	1
1.2 Syfte och frågeställning	3
1.3 Relevans	3
1.4 Disposition	3
<b>2. Teori</b>	<b>5</b>
2.1 Webers klassiska syn på karismatiskt ledarskap	5
2.1.1 Ett följarperspektiv på karismatiskt ledarskap	6
2.1.2 Är Autentiskt ledarskap en nutida tolkning av Karismatiskt ledarskap?	8
2.2 Media agerar som ett medel för ledarskap	9
2.2.1 Traditionell media och ledarskap	9
2.2.2 Twitter: ett nytt forum för ledarskap	10
2.3 Sammanfattning och utgångspunkt för studien	11
<b>3. Metod</b>	<b>13</b>
3.1 Uppsatsens utgångspunkt	13
3.1.1 Ontologiskt förhållningssätt	13
3.1.2 Kvalitativ dokumentstudie	14
3.2 Förtydligande för användande av Twitter	14
3.3 Ett abduktivt tillvägagångssätt	15
3.3.1 En första insamling	15
3.3.2 En andra insamling	16
3.4 Analysmetod	17
3.4.1 Diskursanalys	17
3.4.2 Analysens tillvägagångssätt med hjälp av diskursanalys	18
3.5 Kvalitetsbedömning	18
<b>4. Empiri och Analys</b>	<b>20</b>
4.1 Hur porträtterar sig Trump som en ledare på Twitter?	20
4.1.1 Som en normbrytare	20
4.1.2 Som en visionär	22
4.1.3 Som självsäker	24
4.1.4 Sammanfattning	25
4.2 Följarnas respons	26
4.2.1 Trump har hjältestatus	26
4.2.2 Trump är en nära vän	30
4.2.3 Gemenskapen	34
4.2.4 Sammanfattning	36
<b>5. Diskussion</b>	<b>37</b>
5.1 Följarnas svar: Trump är både en hjälte och en nära vän	37

5.2 Twitter som unik plattform: den distanserade ledaren kommer nära	39
5.3 Den karismatiska och autentiska ledaren	40
<b>6. Slutsats</b>	<b>43</b>
<b>7. Referenser</b>	<b>45</b>
<b>8. Appendix</b>	<b>50</b>

# 1. Inledning

## 1.1 Bakgrund och Problematisering

Hur ledarskap upprätthålls och skapas i följares ögon är ett område som på senare tid blivit allt mer uppmärksammat. Historiskt sett har främst ledarens specifika karaktärsdrag behandlats, men numera undersöks följarnas roll av flertalet inflytelserika ledarskapsforskare i allt större utsträckning (Jackson & Parry, 2018). Det råder numera konsensus på området att både följare och följarskap är en viktig beståndsdel för ledarskap, och att konstruktionen skapas i relationerna och interaktionerna dem emellan (DeRue & Ashford, 2010). Hur följare upprättar detta på sociala medier, mer specifikt på Twitter, är däremot ett mindre utforskat område.

På senare år har Twitter kommit att bli den främsta sociala mediekanalen för politik. Twitter har skapat en möjlighet för politiker att skapa anknytning och relationer till sina följare, och plattformen gör det också möjligt att förmedla sitt budskap till en stor mängd människor både snabbt och effektivt (Graham et al. 2013). Det är även ett forum för flertalet aktivister, företags- och världsledare, men det finns en person som utmärker sig med ett karaktäristiskt språkbruk och innehåll. USA:s 45:e president, Donald Trump, har genom sitt twitterflöde skapat en ständig debatt. Innehållet och sättet han twittrar på i egenskap av president har ansetts vara kontroversiellt och bevakas med noggrannhet av både media, privatpersoner och andra intressenter (Clarke & Grieve, 2019). Tidigare presidenter har inte använt sig av Twitter lika ihärdigt som Trump (Fontaine och Gomez, 2020), och inför hans presidentvalskampanj 2016 var just denna sociala medieplattform hans främsta kommunikationsmedel (Clarke & Grieve, 2019).

Trump har kommit att bli känd för att agera impulsivt och inte hålla tillbaka sina åsikter. Därtill har han också upprepade gånger hävdat saker utan saklig grund, framställt sig bättre i bättre dager, och påstått sig själv ha en överlägsen kunskap om hur det amerikanska systemet fungerar (Ladkin, 2017). Politiska studier har beskrivit hans personlighet som utmärkande i jämförelse med andra omtalade ledare och presidenter, och han beskrivs i dessa studier som att han uppvisar ett okänsligt, narcissistiskt och konfrontativt beteendemönster (Nai, Martínez i Coma & Maier, 2019). Han skiljer sig också åt i andra avseenden, genom sin bakgrund i den privata sektorn och näringslivet, och dessutom genom sin medverkan inom television och nöjesbranschen (Kranish & Fisher, 2016). Trots sin utmärkande bakgrund, unika karaktärsdrag och beteende så uppvisar följare ändå en stor dedikation och förblir trogna vid Trumps sida. Hans opolerade sätt att uttrycka sig på Twitter har föreslagits utgöra en förutsättning för att hans miljontals följare uppfattar honom som både en autentisk och spontan ledare i deras ögon (Blair, 2015). Att följare uppfattar Trump som en autentisk person väcker intresse för hur de konstruerar ledarskapet han uppvisar på plattformen, eftersom majoriteten av tidigare studier gällande Trump, och även hans ledarskap på Twitter, främst benämner honom som en karismatisk ledare (Ghazal Aswad, 2019; Joosse, 2019; Williams et al. 2020).

Karismatiska ledare har länge fascinerat forskare på området (Weber, 1978; House, 1976; Conger & Kanungo, 1987; Antonakis et al. 2011). Weber (1978) ansåg att karisma var en speciell gudalik gåva hos en ledare, samtidigt som han även beskrev det som något som var möjligt att förlora i följarnas ögon. Karismatiskt ledarskap gav enligt Weber legitimitet till ledaren genom att följare då kontinuerligt tillskrev denne person en hjältestatus. Mer samtida forskning har i linje med detta synsätt föreslagit att karisma ska förstås genom detta socialkonstruktionistiska synsätt, eftersom ledarens exceptionella kvaliteter då, likt Weber beskriver, kan förstås som något som skapas i kontexten. Trots det finns det fortfarande en överrepresentation av karisma som ett inneboende personlighetsdrag hos en ledare inom forskningen (Joosse, 2014).

Karisma har sedan Weber kommit att vidareutvecklas av mer samtida forskare. House (1976) belyser effekterna ledaren har på följare, och identifierar personlighetsdrag och beteende som sådana ledare har gemensamt. Conger och Kanungo (1987) beskriver att ledaren attribueras att vara karismatisk eftersom ledaren i de fallen uppvisar specifika beteendemönster som följare anser gör dem karismatiska. Antonakis et al. (2011) menar däremot att karismatiska ledaregenskaper kan läras ut och förändras över tid. Gemensamt för dessa mer samtida teorier är att karisma kan identifieras och anses bestå av vissa karaktärsdrag eller beteenden som ledaren då uppvisar. I enlighet med ett socialkonstruktionistiskt resonemang så ämnar vi istället att förstå hur karisma uppfattas och skapas i sitt sammanhang. Vi har därför valt att undersöka följares uppfattning av ledaren, eftersom deras perspektiv i tidigare forskning inom karismatiskt ledarskap har blivit förbisett i stor utsträckning, trots att de har en viktig inverkan på dess uppkomst (Joosse, 2014).

Med det sagt kommer vi i denna uppsats utgå ifrån att det är genom följarnas perspektiv som vi kan identifiera hur ledarskap konstrueras på Twitter. Tidigare studier gällande ledarskap på Twitter har specifikt utforskat Trumps ledarskapsstil, vilket indikerar att ämnet är relevant för ledarskapsstudier, men de har utelämnat följarnas synsätt. Trump är i dessa studier ett typexempel på en ledare som kommit att beskrivas som en karismatisk ledare (Kissas, 2020; Williams et al. 2020), men då följare i egen utsago även beskriver Trump som autentisk så har denna motsättning väckt vårt intresse. Tidigare forskning har varit begränsad i sin ansats att belysa hur autentiskt ledarskap sammankopplas med karismatiskt ledarskap, även om tidigare forskares arbete indikerar att det finns en koppling dem emellan (Spoelstra, 2018).

Forskning på hur följare konstruerar ledarskap som framställs på sociala medier är begränsad i sin omfattning, men är intressant för vidare forskning eftersom sådana plattformar tillåter följare och ledare att ha en direkt dialog utan mellanhänder. Det är något som skiljer Twitter från andra forum för samspel och interaktion, och kontexten för utbytet individer emellan påverkas därmed (Parmelee & Bichard, 2012). Det medför att det är intressant att undersöka konstruktionen av ledarskap på Twitter specifikt, genom att se hur följare förhåller sig till och besvarar sin ledare på Twitter. Trump, även benämnd som Twitterpresidenten (Gainor, 2016), behåller följare vid sin sida, men forskning har ännu inte kartlagt hur de besvarar honom genom denna mediekanal. Med det sagt så ämnar vi i denna uppsats att närmare undersöka hur Donald Trumps följare konstruerar honom som ledare på Twitter.



## 1.2 Syfte och frågeställning

Syftet med uppsatsen är att öka förståelsen för hur följare konstruerar ledarskap på Twitter. Detta ämnar vi undersöka genom att se till Trumps tweets och hur följare i sin tur besvarar dem.

Därför kommer följande frågeställning att studeras:

*Hur besvaras ledaren Donald Trump av hans följare på Twitter?*

## 1.3 Relevans

Ny teknologi och sociala plattformar så som Twitter medför nya förutsättningar för ledarskap, vilket ger upphov till nya implikationer som hittills inte beaktats inom forskningen på området (Tomkins, 2020). Ledarskap på specifikt Twitter har på senare år uppmärksammats inom forskning och har utforskats i allt högre grad (Kissas, 2020; Parmelee & Bichard, 2012). Följarnas perspektiv har dock inte undersökts närmare. Följare är en förutsättning för konstruktionen av ledarskap (Jackson & Parry, 2018), vilket gör att följarnas uppfattning av Trumps twittrande också är en naturlig del av det. Därmed är det högst aktuellt att undersöka hur följarna besvarar det Trump förmedlar på Twitter, eftersom en djupare förståelse för följares perspektiv då kan belysas. Detta är viktigt att studera då deras perspektiv är en viktig förutsättning för att kunna skapa en förståelse för hur ledarskapet på plattformen i sin tur konstrueras av dem.

Vad som därtill bör tilläggas är att både tid och rum kan komprimeras med Twitters hjälp. Detta gör på så sätt att den fysiska distansen mellan ledare och följare kan överkommas eller åtminstone minskas. Vår studie kan därmed komma att tillgodose ett behov inom forskningen att förstå hur Twitter påverkar den upplevda närheten eller distansen följare har till sin ledare. Eftersom studien specifikt undersöker följarnas perspektiv på ledarskap på Twitter, så kan den även besvara hur följare genom plattformen upplever ledare som förtroendeingivande och inspirerande, vilket är något som efterfrågats i tidigare forskning (Collinson, 2005).

## 1.4 Disposition

Uppsatsen är indelad i sex kapitel som innefattar inledning, teori, metod, integrerad empiri och analys, diskussion samt slutsats. I inledningen redogörs först bakgrunden för uppsatsen som följs av en beskrivning gällande syftet och frågeställningen. Den åtföljs av teorin, som ger en överblick på den tidigare forskningen som finns på området. Vi redogör där för existerande litteratur gällande karismatiskt ledarskap med fokus på Webers conceptualisering, följt av ett följarperspektiv samt en diskussion om autentiskt ledarskap är en nutida tolkning av det karismatiska ledarskapet. Vi avslutar denna del med att ge en bakgrund på nutida forskning gällande ledarskap inom både traditionell media och Twitter, samt redogöra för vad som skiljer dem åt. I den tredje delen av uppsatsen redogör vi för uppsatsens metod. Denna del behandlar vårt socialkonstruktionistiska synsätt, studiens tillvägagångssätt samt empirins analysprocess. Detta åtföljs av en kvalitetsbedömning av uppsatsen. Den fjärde delen består av vår empiri och analys, där Trumps twitterflöde i en inledande del presenteras för att ge en överblick och förståelse för essensen i hans twittrande. I denna inledande del har vi identifierat tre framstående teman för Trumps twittrande, nämligen att han

agerar som normbrytande, som en visionär och som självsäker. Denna del åtföljs av en mer utförlig analys av hur följare besvarar detta, vilket i sin tur har delats in i den respons vi identifierat hos följarna, nämligen att Trump har hjältestatus, att Trump är en nära vän och att de har en gemenskap. Våra fynd diskuteras i den femte delen, diskussionen, där vi resonerar kring hur Twitter skapar förutsättningar som gör att följare paradoxalt identifierar Trump som dels en hjälte och dels som en nära vän, och hur detta i sin tur förhåller sig till tidigare litteratur på området. Våra fynd visar på att Twitter minskar avståndet mellan den nära och distanserade karismatiska ledaren, vilket motsäger tidigare conceptualisering gällande karismatiska ledare. Fynden indikerar också att karisma och autentiskt ledarskap är närmre sammankopplade än tidigare forskning visat. Slutligen presenteras vår slutsats i den sjätte och sista delen där resultatet kopplas till sitt större sammanhang och vi ger rekommendationer för framtida forskning.

## 2. Teori

*Twitter har gett en ny möjlighet till kommunikation ledare och följare emellan. Vad som saknas i existerande forskning är en redogörelse för hur följare på Twitter besvarar ledaren och därigenom konstruerar ledarskapet i fråga. Denna del av uppsatsen syftar till att kartlägga det teoretiska ramverk som är relevant för vår studie och belysa det identifierade informationsgap som utgör grunden för uppsatsens syfte. Kapitlet är indelat i två huvuddelar. Initialt beskriver vi karismatiskt ledarskap och tar då avstamp i Webers klassiska synsätt av ledaren som en exceptionell person, följt av en redogörelse kring den efterföljande forskning som behandlar följarnas del i konstruktionen av ett sådant ledarskap. Vi beskriver då skillnaden mellan distanserat och nära karismatiskt ledarskap, vilket rådande forskning menar är två åtskilda typer av ledare. Nästkommande del diskuterar autentiskt ledarskap som en utveckling av karismatiskt ledarskap, där vem som helst kan bli en autentisk ledare. Det som utmärker en autentisk ledare är att den är personlig och genuin, och behöver inte nödvändigtvis uppvisa de exceptionella kvaliteter som Weber beskriver. Den andra delen av teorikapitlet presenterar rådande forskning kring ledarskapets påverkningsmöjligheter av traditionellt media där Twitter har kommit att bli unikt i sitt anseende då skribenten själv har kontroll över det material som publiceras. Slutligen presenteras en sammanfattning och det informationsgap vi identifierat kring rådande teori.*

### 2.1 Webers klassiska syn på karismatiskt ledarskap

Weber anses vara den som formulerade teorin om karismatiskt ledarskap (Joosse, 2014). I Webers (1978) formulering så menar han att det som utmärker karismatiska ledare är de övernaturliga, övermänskliga eller vad han benämner som exceptionella kvaliteter som de anses besitta. I dess rena form menar Weber att karismatiska ledare tillskrivs en hjältestatus som genererar lojalitet från följares sida. Att de anses och tillskrivs sådana utomordentliga kvaliteter är viktigt att poängtera, eftersom Weber menar att sådana karaktärsdrag inte nödvändigtvis behöver vara inneboende kvaliteter hos ledaren. Han menar däremot att ledaren endast behöver uppfattas att besitta kvaliteterna av människor i ledarens omgivning. Tankesättet gällande dessa exceptionella kvaliteter hos en ledare bygger på den tidigare modellen om The Great Man Theory, vanligen förknippad med Carlyle, som beskriver ledaren som sänd av Gud för att berika människor med insikter (Spector, 2016). Denna modell uppkom till följd av Carlyles avsaknad av en auktoritär man efter att han förlorat sin tro i kristendomen. The Great Man likställs också med en hjälte, och fanns inom noga utvalda grupper såsom profeter, präster, belästa män och kungar och beskrevs vara något en ledare föddes till. En sådan ledare kunde, likt den karismatiska ledaren Weber beskriver också identifieras genom effekten som hen hade på sina följare (Iszatt-White & Saunders, 2017). En viktig distinktion dem emellan var dock att en ledare enligt The Great Man Theory identifierades genom att hen faktiskt hade dessa förmågor och egenskaper, och inte endast ansågs göra det i sin sociala konstruktion (Iszatt-White & Saunders, 2017).

Vidare menar Weber (1978) även att det karismatiska ledarskapet skiljer sig från de två andra rena formerna av ledarskap som finns; det rationellt-legala samt det traditionella ledarskapet. Dessa kopplas båda två till den samhällliga positionen personen i fråga innehar. Det karismatiska ledarskapet menar han utmärker sig från dessa två andra former, eftersom följarna anser att visionen en karismatisk ledare förmedlar är inneboende i ledaren, och att det som ledaren vill

åstadkomma inte går att separera från ledaren i fråga. Det medför att följarna inte följer ledaren på grund av att det förväntas, till följd av exempelvis traditioner eller lagar, utan för att ledarens vision är övertygande. Genom denna tro på ledaren och visionen, så medför det att följare därmed uppvisar en stor hängivenhet och lojalitet till ledaren. Weber framhåller att om karisman inte upprätthålls och återskapas av ledaren så kan det leda till att ledaren förlorar sin legitimitet och status. Ledaren måste därför kontinuerligt bevisa sin karismatiska status i praktiken. Detta då karisma är något som skapas i sitt sammanhang och behöver upplevas som sådant av omgivningen (Joose, 2014).

### 2.1.1 Ett följarperspektiv på karismatiskt ledarskap

House (1976) kombinerade Webers ideér om karisma med motivations- och samtida ledarskapsteorier, vilket är en anledning till det stora genomslag den fick i det bredare organisatoriska perspektivet (Yukl, 1993). House (1976) menar likt Weber att den effekt som uppstår mellan en karismatisk ledare och dess följare är det som utmärker och identifierar det karismatiska ledarskapet. Han utvecklar därtill konceptet och beskriver mer ingående de karaktärsdrag och beteenden som skiljer karismatiska ledare från andra. House menar att dessa karaktärsdrag innefattar dominans, självsäkerhet, att de har ett behov av att agera inflytelserikt samt att de uppvisar en stark moralisk övertygelse på sin tro. De beteenden han identifierar är förmågan att formulera mål, agera som en förebild, bygga en personlig image, inge förtroende och höga förväntningar hos följarna, motivera till upphetsande beteenden och sätta ett exempel för följarna. Genom dessa beteenden och karaktärsdrag så skapas ett förtroende för ledaren som får dem att uppvisa lojalitet och inte ifrågasätta ledarens persona, vilket också gör att de lyder ledaren i viss utsträckning. Dessa egenskaper och beteenden är även något som House belyser och utforskar i senare studier, där han fokuserar på om kontexten i vilken ledare och följare verkar påverkar det karismatiska ledarskapet i fråga. I en studie gällande presidenter i USA så framhålls karismatiskt ledarskap att påverkas av både chans och kontext, och de egenskaper som ledaren besitter påverkas av den sociala omgivningen i fråga (House, Spangler & Woycke 1991).

Conger och Kanungo (1987) bygger vidare på följarperspektivet i sin attributionsteori av karismatiskt ledarskap. De menar att anledningen till att följare uppfattar en ledare som karismatisk inte nödvändigtvis är för att ledaren besitter sådana egenskaper, utan de menar att ledaren tillskrivs dessa egenskaper av följarna. Ledarens beteende utgör en viktig förutsättning enligt dem, eftersom det är en viktig process som gör att följare därigenom tillskriver ledaren sådana egenskaper. Ledaren agerar i enlighet med vad som förväntas av en sådan, vilket gör att följarna uppfattar personen som en ledare. Beteenden som sådana ledare gemensamt uppvisar är retoriken, hänsynen till sin omgivning, det okonventionella beteendet samt förmågan att förmedla en vision. I fallet för karismatiskt ledarskap så har ledarskapet inte att göra med positionen som en person innehar, utan det sammankopplas med att personen i fråga har specifika karaktärsdrag som gör den till en ledare. Även Wallis (1982) är av en liknande mening. Han beskriver att ledarens karisma kvarstår så länge följarna bekräftar och tillskriver ledaren sådana egenskaper. Han lägger även till att karisma kan vara känsligt mot en situation när någon eller en del av följarna slutar attribuera ledaren med fenomenet, eftersom detta tenderar att influera flera följare likt en kedjeeffekt, vilket indikerar på dess sociala effekt.

Andra forskare har konceptualiserat relationen mellan den karismatiska ledaren och följare specifikt. Shamir (1995) hävdar att karismatiskt ledarskap finns i både nära (eng. close) och distanserade (eng. distant) relationer. Han beskriver att nära karismatiskt ledarskap är det ledarskap som sker gentemot ledarens närmaste följare eller i grupper där ledarskapet inte når utanför den närmaste kretsen, till exempel i relationen mellan lärare och elever. Distanserat ledarskap sker däremot till en större grupp, och ledaren har då ingen direkt kontakt med följarna. Ett exempel på detta är fallet med relationen till en president som Trump, där följare inte känner honom personligen. Enligt författaren är det en stor skillnad på hur nära och distanserade karismatiska ledare uppfattas av sina följare. Ideologiska åtaganden är ofta associerat med det sistnämnda, och dessutom finns det större fokus på dennes prestation, vilket ofta är förknippat med organisationen eller avdelningen som ledaren representerar. Nära karismatiskt ledarskap å andra sidan, kopplas ihop med den sociala förmågan, humor och öppenheten som ledaren besitter. Enligt Shamir påverkar allmänhetens syn på organisationen där ledaren verkar hur karismatisk den distanserade ledaren kommer att uppfattas till skillnad från det nära karismatiska ledarskapet, där dessa egenskaper endast kommer från personen. Dessutom beskrivs nära karismatiskt ledarskap att vara mer eftertraktat att efterliknas av följaren, medan båda kategorierna beskrivs vara lika beundrade.

Conger och Kanungo (1998, i Collinson, 2005) lägger till att följares möjlighet att identifiera sig med ledaren påverkas av möjligheten till att personligen observera ledaren i det nära karismatiska ledarskapet jämfört med att endast kan se till de tillskrivna egenskaperna hos den distanserade karismatiska ledaren. Även Antonakis och Atwater (2002) bygger vidare på denna teori, och undersöker hur distans påverkar legitimiteten följare uppfattar hos ledaren. De argumenterar för att distans kan försvåra relationen mellan ledaren och följarna, men öppnar också upp för att ny teknik ger kommunikationsmöjligheter som tidigare inte var möjligt. Ytterligare ett problem som påpekas av författarna är att ledarens möjligheter till att inspirera följare kan försvagas, vilket även Shamir (1999) håller med om. Shamir anser att det är oklart huruvida följaren kan känna tillit och identifiera sig med en ledare när interaktionen sker virtuellt. Han menar att bristen på de sociala, emotionella och humana delar av ledarskapet när det sker på distans är problematiskt.

Förtroendet för karismatiska ledare är något som även har diskuterats i andra sammanhang. Antonakis, Fenley och Liechti (2011) anser att en person kan lära sig specifika taktiker för att öka sin karismatiska utstråling, vilket som kan användas för att övertyga människor i omgivningen om att personen i fråga är karismatisk. Enligt Fragouli (2018) så kan en förmåga att påverka det karismatiska ledarskapet resultera i en plattform för maktmissbruk, vilket kan ha en negativ inverkan på samhället i stort. Följande problematik gällande moralen hos inflytelserika företagsledare, så uppstod en debatt gällande den etiska aspekten i ett ledarskap där ledaren tillskrivs en hjältestatus och följare blint följer deras exempel liksom Weber i sin teori beskriver. Det gav upphov till att ett genuint och värdebaserat ledarskap efterfrågades av mer nutida ledarskapsforskare (Gardner, W. L., Cogliser, C.C., Davis K. M., & Dickens, M. P. 2011). Till bakgrund av detta har teorin gällande autentiskt ledarskap blivit allt mer uppmärksammat på området, och nästkommande del redogör vi för dess koppling till det karismatiska ledarskapet.

## 2.1.2 Är Autentiskt ledarskap en nutida tolkning av Karismatiskt ledarskap?

Det finns forskare som menar att autentiskt och karismatiskt ledarskap uppvisar flertalet överlappande karaktärsdrag (Spoelstra, 2018; Cooper, Scandura & Schriesheim, 2005). Det kan härledas till att de båda teorierna har en gemensam koppling till det transformativa ledarskapet. Bass (1985) menar att en grundläggande del av transformativt ledarskap är att ledaren agerar idealiserande, vilket han likställer med ett karismatiskt agerande. George (2003) menar däremot i sin modell för autentiskt ledarskap att autentiska ledare kan uppvisa de kvaliteter som beskrivs i både den karismatiska och den transformativa teorin, men till skillnad från transformativa ledare så behöver en autentisk ledare inte uppvisa sådana kvaliteter. Det skiljer därmed autentiska ledare från de transformativa ledare som Bass (1985) beskriver, då denna typ av ledarskap förutsätter att ledaren är karismatisk efter som karisma utgör en del av det transformativa ledarskapet.

Å andra sidan innefattas både karismatiskt och transformativt ledarskap i en genre av teorier på området, eftersom de anser att karisma utgör en central förutsättning för dem gemensamt. Detta då teorierna utgår från att ledaren uppvisar emotionella aspekter som influerar följare i fråga (House & Howell, 1992; Van Knippenberg & Sitkin, 2013). Försättningsvis menar House och Howell (1992) att dessa typer av ledarskapsteorier inte ska åtskiljas så distinkt då de uppvisar grundläggande likheter med varandra. Även Cooper, Scandura & Schriesheim (2005) menar att autentiskt ledarskap sammankopplas med dessa teorier, och efterfrågar en empirisk differentiering eftersom de menar att konceptualiseringen är likställd med en eller flera av dessa övriga teorier. Autentiskt ledarskap har även föreslagits att det innefattas i det paradigm som karismatiskt ledarskap utgör på forskningen på ledarskap, då det delar flertalet karaktärsdrag med det karismatiska ledarskapet. Autentiska ledare uppvisar likt karismatiska ledare ett utmärkande beteende, ett icke-beräknande tillvägagångssätt, och också att de till synes leder utan efter sin egen person och inte det rollen eller positionen kräver (Spoelstra, 2018).

Vad som däremot skiljer den autentiske ledaren från Webers karismatiska ledare är inte att ledaren i fråga anses ha en hjältestatus, utan det som istället lyfts fram är att ledaren ska leda utifrån sina egen personlighet (Henderson & Hoy, 1983). I teorin finns inget rätt eller fel, utan ledaren ska förbli trogen till sig själv och sina egna övertygelser (George, 2003; Henderson & Hoy, 1983; Bhindi & Duignan, 1997; Begley, 2001). George (2003), som populariserade ledarskapsteorin, anser att ledarens personlighet är grunden till autentiskt ledarskap. Han menar att vem som helst kan bli en autentisk ledare. Vad som däremot utmärker en autentisk ledare enligt George är att ledaren själv måste känna till sina egenskaper. Ledaren måste även uppvisa en god självkännet för att kunna uppfattas som autentisk av sina följare. Han poängterar att de egenskaper som uppfattas utmärkande för en autentisk ledare är att de leder med syfte, värderingar och mening, vilket skapar en personlig relation med följarna. Det gör i sin tur gör att följarna respekterar och ser upp till ledaren.

Definitionen och tolkningen av autentiskt ledarskap har ändrats, byggts på och nyanserats genom åren. Henderson och Hoy (1983) utgår från följarnas perspektiv, och analyserar hur följarna uppfattar ledaren. De menar att ett ledarskap är autentiskt då ledaren tar ansvar för sina handlingar, resultat och misstag som de begår, och då de inte agerar manipulativt gentemot sina följare. De menar även att en autentisk ledare inte anpassar sig efter de normer som en specifik roll kräver,

utan de leder utifrån sin egen personlighet och sina personliga värderingar. Bhindi och Duignan (1997) bygger vidare på detta synsätt, men adderar att autentiskt ledarskap också innefattar att visa känslor gentemot sina följare. Att känna till sin egna förmågor och begränsningar anses centralt inom forskningen på autentiskt ledarskap (Begley, 2001; Kernis, 2003; Kernis & Goldman, 2006). Kernis och Goldman (2006) definierar fem egenskaper som utmärker en autentisk person, vilket alla är baserat på självkänsla. För det första ska personen vara medveten, vilket betyder att ledaren ska förstå sina begränsningar och förstå innebörden av ens roll. För det andra ska personen vara opartisk. Den tredje egenskapen hos en autentisk ledare är att denna ska tänka på sitt uppförande då det har en stor betydelse i följares ögon. Vidare ska en autentisk person vara relationsorienterad, och slutligen ska de också förstå vikten av att skapa nöje och lycka.

Självkänslan utgör också grunden för Shamir och Eilams (2005) forskning. De beskriver en autentisk ledare som unik, men de understryker att en ledares livshistoria är en viktig komponent och förutsättning för att upplevas som en autentisk ledare. De argumenterar för att de olika egenskaper som ledaren har beror på olika livserfarenheter och ledarens livshistoria. Därigenom har ledaren fångat upp betydelsefulla händelser som formar deras specifika autentiska ledarskap. En autentisk ledare är inte en ledare enbart för att personen innehar en ledarposition, utan leder utifrån sin bakgrund och personlighet snarare än ledarpositionen i fråga, vilket gör att de upplevs äkta i följares ögon. Spoelstra (2018) menar därtill att förmågan att vara äkta är centralt för det autentiska ledarskapet eftersom den autentiska ledaren inte ska vilseleda följare. Det kan vara problematiskt i de fall då en lögn uppfattas som en sanning, eller alternativt då en sanning tolkas som en lögn. Att ha en övertygelse om att det som uttrycks är sant, trots att det innehåller falsk information, kan medföra att ledaren i ett sådant fall upplevs som autentisk. Likväl kan ett korrekt uttalande, som inte uppfattas som ett sådant i sitt sammanhang, medföra att ledaren istället då inte upplevs som en autentisk person.

Det har föreslagits att följare är minst lika aktiva i utformningen av ett autentiskt ledarskap som ledaren själv (Gardner et al. 2011). Avolio et al. (2004) diskuterar den autentiska ledarens relation till sina följare. I deras modell uppmålas den autentiska ledaren som någon med förmåga att påverka följarens beteende. Författarna menar att om autentiska ledaren skapar en personlig och social relation med följarna, så blir dessa mer engagerade och motiverade. För att uppnå detta måste autentiska ledare förmedla känslor såsom hopp, förtroende, positivitet och optimism. Vidare beskriver de att en förutsättning för att en ledare ska kunna skapa en relation till sina följare måste en autentisk ledare dessutom känna till sina egna egenskaper och leda utifrån dem. Hur följarna skapar det autentiska ledarskapet är dock något som anses begränsat i sin empiriska förankring, och hur de beter sig och besvarar ett sådant ledarskap är något som har föreslagits som föremål för framtida forskning (Gardner et al. 2011).

## 2.2 Media agerar som ett medel för ledarskap

### 2.2.1 Traditionell media och ledarskap

Forskning gällande ledarskap inom massmedia fokuserar i stor utsträckning på politiska ledare (Heffernan, 2016; Trimble, 2007). Eshbaugh-Soha & Peake (2011) skriver att journalister granskar och uppmärksammar dessa ledares agerande och skapar en bild som de sedan förmedlar till

allmänheten. Detta har sedan resulterat i att traditionell media har ett stort inflytande hur de vill att en ledare ska bli porträtterade. I sin studie visar Eshbaugh-Soha & McGauvran (2018) att traditionell media såsom TV-sändningar, papperstidningar, och digital journalistik, ständigt har övervakat presidenter och deras ledarskap. Dessa traditionella kanaler har varit det sedvanliga tillvägagångssättet att kommunicera ut budskap och visioner, och presidenter har historiskt sett använt traditionell media för att förmedla sina tal och åsikter. Detta har dock skett med en mellanhand i form av journalister, som har en inverkan på vad som ska publiceras och inte. För att väcka intresse hos läsaren, måste det som väljs ut för publicering ha ett nyhetsvärde. Journalister har därmed makt att påverka vad som inkluderas och de kan även påverka hur budskap och visioner porträtteras i massmedia (Graber & Dunaway, 2015). Presidenter, världsledare och andra inflytelserika personer är av stort intresse för journalister och får därför mycket publikation. Problematiken med de traditionella medierna är att journalisterna beskrivs som en mellanhand. Enligt Eshbaugh-Soha (2013) är ett av de främsta sätten för en ledare att påverka publikationen via presskonferenser. Enligt studien har det visat sig vara effektivt då det blir ett sätt för presidenten att tala indirekt till sin publik i och med presidentens egna ord framkommer.

Det har även skett en annan debatt inom forskningen kring traditionell media, vilket ifrågasätter vem som egentligen har kontroll över rapporteringen. Dragomir (2018) menar att traditionell media befinner sig i en finansiell kris där de som inte varit snabba nog med att anpassa sig till nya metoder blir beroende av statlig finansiering. Enligt Dragomir har det inneburit att myndigheter har möjlighet att välja ut journalister och media som villig att rätta sig efter myndigheternas önskemål. Det i sin tur innebär att självständigt och kritiskt arbetande journalister riskeras att begränsas, och att myndigheter då utövar indirekt kontroll över vad som publiceras. Trots det innebär det inte alltid att statlig finansiering bidrar till partisk media rapportering. Enligt Dragomir är brittiska BBC samt de skandinaviska nyhetskanalerna särskilt välrenommerat för att förbli objektiva, medan Ha, Ji och Shin (2018), menar att mediehus i USA har blivit kritiserade för sin starka politiska koppling. Exempelvis så är amerikanska Fox News både en nyhetskanal och politisk aktör. De tar republikansk ställning och enligt Yglesias (2018) har sammankopplingen mellan partiet och nyhetskanalen ökat sedan 2016 när Trump blev vald till president. Ha, Ji och Shin (2018) menar att individens konsumering av media påverkar hur denne bedömer presidenten, eftersom det kanalerna väljer att framhäva eller avstår att rapportera om har en stor inverkan på följarens åsikter. Fortsättningsvis är en konsument mer benägen att misstro media om den uppfattar att den är partisk mot följarens motståndarparti vilket enligt författarna är specifikt tydligt för konservativa följare.

Nya digitala lösningar konstaterar Collinson (2005) däremot möjliggör en mer direkt kommunikationsväg mellan ledare och följare, där en del av den problematik som beskrivs med traditionell media på så sätt kan undvikas. Ett av de nya forumen som har skapat intresse bland ledare är Twitter, där politiker bidrar med tusentals inlägg varje dag vilket når ut till en stor andel personer. Twitter har därför gjort det möjligt att minska gapet mellan ledare och allmänheten. Det gör att det agerar som ett nytt forum för ledare att förmedla sitt ledarskap (Parmelee & Bichard, 2012).



## 2.2.2 Twitter: ett nytt forum för ledarskap

Twitter är ett allt mer inflytelserikt kommunikationsverktyg och används i allt större utsträckning av ledare och organisationer. Parmelee och Bichard (2012) diskuterar att en av anledningarna till att Twitter har skapat intresse är att kommunikationskanalen uppfyller ett behov från ledarens sida att kunna uttrycka sig ofiltrerat och vända sig direkt till följare. Twitter gör det möjligt för ledare att dela tankar och ideér utan att använda en traditionell nyhetskälla som mellanhand. Kommunikationen från ledaren har då i följarna ögon kantats av en viss mån av manipulation samt fördröjningar eftersom mellanhanden har haft en inverkan för upplevelsen av ledaren för de som läser. Vidare påpekar Parmelee och Bichard även att Twitter, till skillnad från traditionell media, gör det möjligt för följare att besvara ledaren. Med det sagt, kan följare och ledare till synes interagera med varandra och skapa en dialog. Det har gjort att tillvägagångssättet för kommunikation har ändrat riktning, och Twitter har skapat ett behov bland följare som nu kräver snabba, ärliga och personliga meddelanden.

le (2020) adderar därtill att Twitters låga kostnader, enkelhet och samt möjligheten till dialog med följarna är en viktig detalj för plattformens framfart. Han visar i sin studie att Twitter används av flertalet populistiska ledare, varav en stor del av dem använder plattformen som sitt främsta kommunikationsverktyg. Aharony (2012) framhåller att en bakomliggande orsak är att Twitter skapar ett personifierat, ofiltrerat och transparent forum som uppskattas av deras följare. Tidigare forskning har även undersökt hur presidenter använder Twitter. Fontaine och Gomez (2020) beskriver i sin artikel hur Twitters specifika egenskaper gör det möjligt för presidenter att kommunicera ut budskap till den generella publiken på ett mer rättframt sätt än tidigare. I sin undersökning har de jämfört Trump och hans företrädare Obamas användning av Twitter. De framhåller att Obama är känd för att använda ett positivt och känslomässigt språkbruk, vilket är i linje med det som förväntas av en president. Trump har däremot en annan strategi, då han inte använder sig av det traditionellt politiskt korrekta språket. Författarna menar att forumet Twitter är en förutsättning för detta och att kanalen för budskapet, i detta fall Twitter, i sig påverkar innehållet som förmedlas i presidenters kommunikation.

Anledningen till att personer väljer att följa en ledare på Twitter är enligt Parmelee och Bichard (2012) ett område som hittills är relativt outforskat. Vissa menar att detta görs i syfte är att få en snabb nyhetsuppdatering, vilket då indikerar att Twitter främst agerar som en informationskälla för dessa följare. Andra menar istället att det är sociala och ideologiska anledningar varför personer följer ledare på Twitter, vilket gör att det i dessa följares ögon kan vara ett socialt forum med emotionellt engagemang. Författarna menar med det sagt att det är viktigt att förstå den bakomliggande anledningen till varför en person har valt att följa en ledare på Twitter. Om motivet är att ledaren ses som en nyhetskälla, är uppfattningen att kommunikationen mellan följaren och ledaren är en envägs kommunikation. Om skälet till varför en person följer en ledare däremot beror på den sociala och ideologiska aspekten så beskrivs följarens syfte mer som ett samspel med ledaren, vilket då skapar ett förutsättning för en potentiell dialog dem emellan. Vidare poängterar det även att anledningen är viktig att utforska, eftersom sättet följaren väljer att följa ledaren i sin tur påverkar hur mycket ledaren influerar följaren i fråga.

## 2.3 Sammanfattning och utgångspunkt för studien

I detta kapitel har vi redogjort för relevant forskning kring karismatiskt ledarskap och dess koppling till det autentiska ledarskapet. Vi har därefter lyft hur ledarskap traditionellt sett har behandlats i media och på senare tid på Twitter. Syftet har varit att ge en bakgrund och en djupdykning till de ledarskapsstilar och plattformar för ledarskap som är relevanta för studien. Sammanfattningsvis utgår vi från att följaren är en viktig del i konstruktionen av den karismatiska ledaren (Conger och Kanungo, 1987; House, 1976; Wallis, 1982) och enligt Shamir (1995) så kan den karismatiska ledaren uppfattas som en distanserad ledare, det vill säga en politiker eller ledare på långt håll, eller som en nära ledare, exempelvis en lärare eller fritidsledare. Fortsättningsvis undersöker vi hur autentiskt ledarskap förhåller sig till karismatiskt ledarskap och om den förra teorin kan vara en nutida tolkning på den senare. Enligt George (2003) leder den autentiska ledaren utifrån sin personlighet, vilket skiljer en sådan ledare från från Webers teori kring den heroiske ledaren. Distinktionen dessa två ledarskapsteorier emellan utgör grunden för uppsatsens diskussion. Vidare har vi även redogjort för hur ledare förmedlar sin politik i traditionell media, där journalister tidigare enligt Bennett (1990) agerat som en mellanhand vilket har haft en inverkan på hur presidentens ord och därmed ledarskap har uppfattats i följarnas ögon. Yttermera så har vi redogjort för rådande forskning kring ledarskap på Twitter och vi identifierar där att även fast ledaren Trumps twittrande har undersökts tidigare, så är forskningen begränsad i sin ansats att belysa hur följare besvarar detta trots att det utgör en viktig del i konstruktionen av ledarskap. Det identifierade informationsgapet och utgångspunkten för vår studie blir således att undersöka hur följare konstruerar ledarskap på Twitter.

## 3. Metod

*I detta kapitlet så redogör vi för vår studies tillvägagångssätt. Studien är en kvalitativ dokumentstudie, där Trumps twitterkonto, @realDonaldTrump, och följares tillhörande svar utgör det insamlade empiriska materialet. I den inledande delen av kapitlet redogör vi för studiens ontologiska förhållningssätt där vi argumenterar för vårt socialkonstruktionistiska synsätt. Det innebär att när vi i uppsatsen studerar konstruktionen av ledarskap så görs det utifrån synsättet att fenomenet skapas i sin sociala kontext och vi ämnar endast beskriva denna del av verkligheten. Det kvalitativa materialet som utgör grunden för studien har skapats i ett annat syfte än för denna studie specifikt, men har valts eftersom det tillgodoser det djup och riklighet som frågeställningen kräver. Den påföljande delen av metodkapitlet förtydligar för användandet av Twitter och de funktioner på plattformen som aktuella för vår uppsats. Där uppmärksammas läsaren även på hur vi valt att definiera viktiga begrepp och specifika förutsättningar som uppstår på plattformen. Därefter redogör vi för vårt abduktiva tillvägagångssätt för att inhämta vårt empiriska material. Denna del består av två insamlingsperioder. Den första insamlingen beskriver början av arbetet, hur vi kom fram till vårt undersökningsobjekt samt processen för vår första insamling av twitterinlägg som berör Trumps ledarskap. När vi beskriver tillvägagångssättet för den andra insamlingen förklarar vi hur vi kom att inkludera och istället fokusera på följarnas perspektiv, och de avgränsningar vi gjort i samband med denna process. Därefter presenteras och redogör vi för vår analysprocess. Analysverktyget vi har valt att använda oss av är diskursanalys och vi använder detta verktyg för att skapa en utvecklad och djupgående analys. Det görs som ett överliggande tema under analysens gång utan att det explicit skrivs ut i analysen. Slutligen presenteras uppsatsens kvalitetsbedömning, i syfte att försäkra och utvärdera dess trovärdighet.*

### 3.1 Uppsatsens utgångspunkt

#### 3.1.1 Ontologiskt förhållningssätt

Vår studie har en socialkonstruktionistisk utgångspunkt. Det är enligt Bryman och Bell (2013) en interaktiv process mellan individer som gör att individerna i fråga skapar och återskapar verkligheten som de befinner sig i. Vi ämnar därför i vår studie inte att beskriva en objektiv bild av verkligheten, utan vår studie speglar den verklighet som de individer som ingår i vår studie uppfattar. För oss innebär synsättet därmed att ledarskapet som är föremål för vår studies syfte skapas i betraktarens ögon, det vill säga Trumps följare på Twitter, och de därmed behöver uppfatta Trump som en ledare för att han ska kunna kategoriseras som en sådan. Det är alltså hur han tillskrivs att vara en ledare av följarna som gör honom till en sådan, och då inte nödvändigtvis specifika karaktärsdrag eller beteenden som han besitter som gör honom till ledare.

Vidare ska Trumps twitterflöde inte heller förstås som att det existerar i ett vakuum eftersom det alltid är beroende av sin kontext. Följare, motståndare, media och andra intressenter kan komma att påverka vad som skrivs på Trumps Twitter genom interaktioner både på och utanför plattformen. Twitter som social mediekanal gör att Trump kan kommunicera direkt med sina följare och även få respons från dem. Det gör att framtida innehåll speglar den respons han fått på tidigare tweets. Att verkligheten ständigt skapas och återskapas, gör att förutsättningarna för vår studie är i ett tillstånd

av ständig revidering. Med det sagt är det dock i samspelet med individer som det intressanta uppstår (Bryman & Bell 2013), vilket därmed skapar meningsfullhet för vår studie.

### 3.1.2 Kvalitativ dokumentstudie

Studien kan kategoriseras som en kvalitativ dokumentstudie. Enligt Bryman och Bell (2013) så läggs då fokus på tolkandet av ord, vilket gör att en förståelse för den sociala verkligheten som omger oss på så sätt kan identifieras. Den kvalitativa metoden har valts för att möjliggöra att vi ska kunna besvara frågeställningen *Hur besvaras ledaren Donald Trump av hans följare på Twitter?* Då både frågeställningen och vårt syfte kräver ett djup och nyanser som inte hade varit möjlig i en kvantitativ studie. Vi har sedan inhämtat vårt empiriska material från redan existerande källor, nämligen Trumps personliga twitterkonto: @realDonaldTrump och kommentarstrådarna till hans ursprungliga tweets. Inläggen där har skapats för andra ändamål än för vår specifika undersökning, men dessa redan existerande källor kan ändå med fördel användas för att besvara syftet i vår studie. De är rikliga i sitt omfång men de är också lättillgängliga vilket har gjort att vi i vår process ständigt har kunnat återgå till källan vid behov (Bryman & Bell, 2013). Vårt empiriska material, det vill säga Trumps twitterkonto och följarnas respons, är virtuella och internetbaserade dokument (Bryman & Bell, 2013). Dessa anses vara en god källa för att få inblick i hur skeenden och händelser inom organisationer skapas, utan att vi som forskare inverkar på händelseförloppet (Bryman & Bell, 2013). På så sätt kan vi skapa oss en förståelse för hur individer, i detta fall Trumps följare, besvarar och konstruerar ledarskapet som Trump förmedlar på Twitter.

## 3.2 Förtydligande för användande av Twitter

För att besvara vår frågeställning så är Twitters funktion en central del i vår studie. På denna sociala plattform kan individer med ett konto uttrycka sina personliga åsikter och snabbt nå ut till en stor publik (Graham et al. 2013). På forumet Twitter kan användare kommunicera ut korta textmeddelanden på 280 tecken, i så kallade tweets, men även videoklipp och bilder kan inkluderas i inläggen (Twitter, 2020). Det är dessa tweets som utgör grunden till det empiriska material vi i vår studie använder för att kunna identifiera hur Trump framställer sitt ledarskap på plattformen. Det går också att följa andra användares konton, och funktioner såsom hashtags gör att följare enkelt kan följa händelseutveckling gällande ämnen de finner intressanta. Tweets är publika för alla användare och är, beroende på inställningar, även öppna för individer utan konto att läsa. Som användare på Twitter går det dock även att kommentera, reposta och gilla andras tweets. Denna interagerande funktion skapar en så kallad kommentarstråd, där användare kan svara på tidigare kommentarer och inlägg till den ursprungliga tweeten. Detta forum utgör en möjlighet för flera olika användare att kommunicera med varandra gällande ett specifikt inlägg (Twitter, 2020). Det är dessa svar som utgör den respons vi undersöker för att kunna besvara hur följarna besvarar Trumps ledarskap.

Det är även viktigt för vår studie att definiera skillnaden mellan en följare på Twitter och en politisk anhängare till Trump. En person som följer Trumps inlägg på Twitter behöver nödvändigtvis inte vara en person som håller med om Trumps åsikter eller anser honom vara en ledare. De kan också finnas användare som läser hans tweets endast av intresse, vilket betyder att de även kan vara motståndare eller neutrala. När vi använder ordet följare under uppsatsens gång syftar vi till en

anhängare. Det innebär att vår användning av ordet följare blir i dubbel bemärkelse, dels en följare som stöttar Trump, dels en följare som följer hans konto på Twitter.

Precis som på andra sociala medier använder Twitter algoritmer för att skapa ett riktat och personligt innehåll till den enskilde användaren, vilket görs utifrån deras intressen och övriga aktivitet på internet (Rassameeroj & Wu, 2019). I detta specifika fall innebär Twitters algoritmer att en läsare ser de inlägg och kommentarer som stämmer överens med sådant som användaren har spenderat mest uppmärksamhet åt innan. Detta innebär att algoritmerna påverkar vad som uppmärksammas på Twitter, vilket har en inverkan på de tweets som är mest gillade, och som ligger till grund för vår studie. Med det sagt blir det dock ändå en del av den sociala verkligheten, och eftersom vi endast är intresserade av att undersöka hur följarna besvarar Trumps inlägg under dessa förutsättningar, anser vi ändå att denna aspekt inte utgör en nackdel för trovärdigheten i vår studie. Det florerar också diskussioner på internet huruvida Trump alltid skriver sina inlägg på Twitter själv, utan om det även kan vara medlemmar av hans stab som kommunicerar åt honom (Wired, 2017). Med vårt socialkonstruktionistiska synsätt och i linje med argumentet ovan, anser vi ändå att inläggen representerar Trumps åsikter och ledarskap, vilket gör att följarna uppfattar att han är författare till samtliga inlägget och vi kan på så sätt tillgodose studiens syfte och se till hur följarna väljer att besvara Trumps inlägg på Twitter.

### 3.3 Ett abduktivt tillvägagångssätt

Studien har genomförts med en abduktiv ansats då vi under arbetets gång har växlat mellan teori och empiri (Bryman & Bell, 2013). Vi inkluderade ett följarperspektiv efter först ha undersökt hur Trump framställer sig på Twitter. Vi insåg först då att vårt intresse låg i att studera relationen dem emellan. Detta medförde att vårt urval och insamling av data är tvådelad, vilket redovisas för nedan.

#### 3.3.1 En första insamling

För att skapa en överblick på vårt ämne läste vi tidigare forskning om vad som skrivits om Trumps ledarskap i allmänhet och tidigare forskning gällande vad som utmärker ledarskap på Twitter. Vi fick därigenom kännedom om att flertalet studier har benämnt Trump som en karismatisk ledare (Ghazal Aswad, 2019; Joosse, 2019; Williams et al. 2020). Vår initiala och generella frågeställning kom därför att behandla hur Trump framställer sitt ledarskap på Twitter, och se till vad som kunde tänkas vara utmärkande för ledarskap på plattformen. För att kunna undersöka detta valde vi då att genomföra en pilotstudie för att få en inblick i materialet och skapa en god uppfattning av det övergripande innehållet. Den initiala kodning vi genomförde var i enlighet med vad Charmaz (2002 i Rennstam & Wästerfors, 2015) beskriver som spontan.

Vi såg först till hur Trumps två presidentvalskampanjer 2016 respektive 2020 skiljde sig åt, därefter undersökte vi hur Trumps twittrande såg ut under slumpmässiga månader genomgående för hela hans presidentskap. Vi undersökte även de mest retweetade, likeade och besvarade tweetsen för hela presidentskapet genom funktionen avancerad sökning på plattformen. Denna pilotstudie gav oss en omfattande överblick och förståelse för hur Trump adresserar sina följare respektive motståndare, vad han främst behandlar innehållsmässigt i sina tweets och hur han språkligt uttrycker sig på Twitter. Vi fann att han genomgående haft en utmärkande stil och tillvägagångssätt,

trots att yttre händelser påverkat innehållet under vissa perioder. Till exempel under presidentvalskampanjerna var hans språk och innehåll allt hårdare gentemot hans motståndare, och för perioder med sociala rörelser och samhällseliga kriser som coronapandemin och Black Lives Matter-rörelsen så speglades inläggen av sådant innehåll. Vi tyckte oss genom dessa observationer se tecken på att en ledare på Twitter kunde variera sitt ledarskap över tid. Efter att ha överlagt med vår handledare så kom vi till insikt att detta troligtvis inte var rimligt att dra slutsatser gällande hur hans ledarskap förändras över tid med tanke på den politiska livscykel på fyra år troligtvis hade en alltför stor inverkan på ledarskapet. Vi valde därmed att återgå till vår datainsamling och fortsätta att behandla hur Trump framställde sitt ledarskap på plattformen.

I nästa steg av vår insamling så valde vi att använda Trumps tweets för tidsperioden januari 2017 till december 2020 som underlag för vår studie. Det gjordes för att undvika att vårt empiriska material skulle komma att färgas av åsikter och respons gällande en specifik händelse i enlighet med de som vi identifierat i vår pilotstudie. Denna tidsperiod innefattar alltså hela Trumps presidentskap. Ett icke-sannolikhets urval skedde därefter (Bryman & Bell, 2013), där vi valde de 100 mest gillade tweetsen för 2017, 2018, 2019 och 2020 individuellt. Detta gjordes genom hemsidan [thetrumparchive.com](https://thetrumparchive.com) (2020), en databas innehållande samtliga Trumps tweets, som inkluderar ett verktyg där twitterinläggen kan sorteras per år och i ordningsföljd för hur gillade de är. Efter att ha sett till dessa totalt 400 tweets, så tematiserade vi författare individuellt de som vi ansåg vara intressanta i termer av Trumps ledarskap på Twitter. Därefter läste vi igenom våra identifierade individuella tematiseringar separat. Slutligen diskuterade vi tillsammans likheter och skillnader vi uppfattade i materialet och hur detta förhöll sig till vår insamlade teori på området. Detta i linje med det föreslagna tillvägagångssättet för hur kvalitativ kodning ska genomföras enligt Bryman och Bell (2013). Vi tyckte oss då med hjälp av vår kodning kunna identifiera flertalet av de karaktärsdrag som utmärker en karismatisk ledare, vilket som ovan nämnt låg i linje med vad tidigare studier redan funnit. Därmed ansåg vi inte att våra teman specifikt var intressant för att öka förståelsen för hur ledarskap på Twitter skapas. Till bakgrund av detta valde vi därför att vända vår blick mot Trumps följare och även inkludera dem. Eftersom deras lojalitet var det som initialt fångade vårt intresse för Trumps twittrande och hur de fortsatt uppfattade honom som legitim, blev detta en naturlig utveckling för vår studie.

### 3.3.2 En andra insamling

För att undersöka hur en karismatisk ledare framställer sitt ledarskap på Twitter, och hur följarna i sin tur bekräftar detta, valde vi i vår andra del av urvalsprocessen att se till följarnas respons. Det gjorde vi med hjälp av de utvalda tweets som vi tematiserat i vår första del av analysen. Vi har därför i den andra delen använt oss av ett kvoturval, en undersökningsmetod som inte grundar sig i ett sannolikhetsurval, men som gör att vi ändå slumpmässigt säkerställt att varje undergrupp representerar materialet som ligger till grund för undersökningen (Skärvad & Lundahl, 2016). Av de utvalda tweets som vi i vår första insamling ansåg representera Trumps ledarskap, har vi i denna andra del sett hur följarna har besvarat dessa twitterinlägg. Vi har därmed valt att endast se till responsen på Trumps tweets och inga egna twitterinlägg följarna författat för att adressera sin ledare. Då kommentarstrådarna är omfattande i sin kvantitet, så har vi inte haft möjlighet att läsa samtligt innehåll. Vi upplevde trots det att vi fick en bra överblick och ett nyanserat material utifrån att läsa den respons som följarna gav, och för att säkerställa att det materialet vi valde ut skulle vara

så representativt som möjligt läste alla i gruppen separat tills vi individuellt upplevde att vi uppnått en mättnad. Efter detta steg i processen så diskuterade vi återigen våra fynd, och identifierade vad vi gemensamt ansåg intressant i följarnas respons. Vi återgick också kontinuerligt i processen till tidigare litteratur för att skapa en förståelse för hur det vi ansåg intressant kunde kopplas till existerande forskning.

Materialet reducerades sedan i enlighet med Rennstam och Wästerfors (2011) tillvägagångssätt för kvalitativa studier för att ge ett så representativ bild som möjligt av materialet. Vi ville genom detta tillvägagångssätt välja ut de kommentarer som representerar den respons som den stora mängden av följare kommenterar. Detta gjordes exempelvis genom att välja ut de kommentarer som täckte in flera faktorer av följares reaktioner och åsikter. Allt detta gjordes i samråd mellan oss i gruppen för att hela tiden säkerhetsställa att vi hade en gemensam bild av vad som var viktigt i materialet. Eftersom vi valde att fokusera på följarnas perspektiv till Trumps inlägg har majoriteten av de kommentarer som är kritiska eller neutrala till Trumps inlägg valts bort. Ett fåtal har inkluderats för att visa på hur följare till Trump har en tendens att försvara honom mot motståndare.

## 3.4 Analysmetod

### 3.4.1 Diskursanalys

Vi har tillämpat angreppssättet diskursanalys för att analysera vår insamlade data. Detta för att bättre förstå hur verkligheten speglas i inläggen i Trumps twitterflöde, då vi är medvetna om att vi inte ämnar att beskriva en yttre verklighet eller att detta skulle vara den enda verklighet som existerar. Diskurser menar Potter (1997, i Bryman och Bell, 2013) hjälper till att skapa en förståelse för hur verkligheten produceras i tal och text. Potter menar att tillvägagångssättet diskursanalys belyser vad diskursen i fråga gör för de som berörs av den, hur diskursen är konstruerad för att få en specifik händelse att inträffa, och om det finns resurser som ligger till grund för att den ska kunna utföras, vilket främst berör kontexten av diskursen i fråga. Enligt Alvesson och Sköldberg (2008) är en del inom diskursanalysen att analysera all språkanvändning som identifieras, eftersom både tal och text bidrar bidrar med en djupare förståelse hur verkligheten ser ut.

För att bättre förstå en diskursanalys tematiserade Gill (2000, i Bryman och Bell 2013) olika fokusområden. Först och främst ska inte diskursen endast tolka olika synvinklar utan också inrikta sig på tankemönstret och om det går att urskilja ett mönster. Vidare visar språket hur verkligheten är uppbyggd, vilket sedan tolkas och visar upp de val som ska beskriva händelsen. Diskurser redogör även för personens framträdande, vilket betyder att ett visst uppförandet kan ligga till grund för att framställa sig själv på ett speciellt sätt. Slutligen framgår det att en diskurs fokuserar på det retoriska, då detta kan vara avgörande för övertygelse eller presentation av ett händelseförlopp. Problematiken med diskursanalys är att den riskerar begränsa sig till att endast analysera språket och undgå djupare analyser. Det har därför uppstått en del kritik kring hur en diskursanalys ska definieras, då endast analys av språket kan leda till en del av tolkningens innebörd går förlorad. I denna uppsats ämnar vi därför att göra en utvecklad analys, och för att undvika att viktiga delar förbises så ligger Alvesson och Sköldbergs (2008) förslag på hur en djupare diskursanalys kan genomföras till grund för uppsatsen. Nedan följer en beskrivning av deras kritik mot tidigare teorier samt deras förslag på metod.

### 3.4.2 Analysens tillvägagångssätt med hjälp av diskursanalys

Alvesson och Sköldbberg (2008) håller med tidigare tolkningar och förklaringar om diskursanalys, men är kritiska till hur stort fokus det är på språkanvändningen. De menar att forskningen går miste om viktiga detaljer som är relevanta för att kunna besvara forskningens fokus. Tidigare diskursanalys menar att språkliga analyser ska göras med försiktighet men Alvesson och Sköldbberg uppmanar istället att tänka längre och genomföra djupare och fler tolkningar. Om en diskursanalys endast fokuserar på språkanvändningen blir analyserna färre och resultatet mindre nyanserat.

För att undvika begränsningar inom diskursanalysen presenterar Alvesson och Sköldbberg tre olika nivåer hur en tolkning kan genomföras: den diskursiva nivån, föreställningsnivån och handlings- och förhållandenivån. Den diskursiva nivån undersöker och fokuserar på hur språket används och inget annat. Nivån inriktar sig exempelvis på hur personer yttrar sig beroende på situation. Detta har vi exempelvis gjort i vår analys på Trumps tweets då vi identifierat hur han använder sig av stilistiska figurer för att förmedla sin vision samt när vi poängterar att följare återupprepar hans formuleringar. Föreställningsnivån inriktar sig på bland annat vad innebörden, uppfattningar samt vilka ideér det finns med hänsyn till specifika uttalanden. Ett sådant exempel är när vi i analysprocessen tolkar att Trump genom humor försöker undgå att framstå som alltför självgod, trots att detta inte är explicit uttalat i hans ursprungliga tweet. Det bidrar med ett ytterligare djup till analysen eftersom texten då kopplas till bakomliggande meningar och betydelser, som enbart den första nivån inte hade kunnat tillgodose. Den sista nivån är handlings- och förhållandenivån, vilket innebär tolkningar av bland annat samband, saker som inträffat och att olika mönster identifieras. Detta är något som är centralt i följarnas del, då vi till exempel tolkar att följare står upp gentemot oppositionen tillsammans som följd av nederlag i valet. Denna nivå sätter skeenden i sitt sammanhang och gör att texten som analyseras ses i sitt större sammanhang och gör att analysen får en mer övergripande betydelse. Att använda sig av de tre nivåerna ger en systematisk och sammanhängande metod för diskursanalysen, vilket i vårt fall har medfört att vi har kunnat tillhandahålla en djupare tolkning av det empiriska materialet.

## 3.5 Kvalitetsbedömning

Vi har i vår studie eftersträvat att uppnå en hög vetenskaplig kvalitet, vilket är en förutsättning för att en studie ska anses trovärdig. Inom forskning framhålls reliabiliteten, det vill säga om studiens resultat går att återupprepa, samt den externa validiteten, det vill säga om studien mäter det den avser att mäta, som viktiga komponenter för att uppnå sådan kvalitet. Dessa två kriterier har främst utformats efter kvantitativa forskningsmetoder (Bryman & Bell, 2013). Guba och Lincoln (1985, 1994 i Bryman & Bell, 2013) menar därför istället att kvalitativa forskningsmetoder bättre kan utvärderas med hjälp av kriterierna tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet och bekräftelse. De menar vidare att dessa parametrar är mer passande för studier med ett konstruktionistiskt synsätt, vilket är i linje med utgångspunkten för vår studie.

I en dokumentstudie är alltid en viss mån av subjektivitet närvarande, delvis på grund av att vi som författare är subjektiva i vår tolkning men också på grund av den inneboende subjektiviteten i texten som analyserats (Bryman & Bell, 2013). Trump och hans följare på Twitter har ett egenintresse i texterna, vilket gör att de inte kan antas spegla en objektiv verklighet. Följarperspektivet på



ledarskap som ligger till grund för vår studie undersöker specifikt följarnas sociala verklighet, och resultatet stämmer därför inte nödvändigtvis med exempelvis motståndares eller andra intressenters perspektiv på Trumps ledarskap. Att klargöra att det finns flera synsätt på verkligheten vi redogör för i vår studie är en förutsättning för att kunna uppfatta våra resultat som trovärdiga. Med det sagt, och för att öka tillförlitligheten till vår studie, har vi därför genomfört vår forskning i linje med regler och tillvägagångssätt som föreslås i kvalitativa studier (Bryman & Bell, 2013). Genom att vi ingående beskrivit vårt studies utformning och de val vi gjort så anser vi att vi tillgodoser ett sådant behov.

Vi är medvetna om att resultaten i vår studie är relativt begränsade till att appliceras till andra sociala miljöer, eftersom vår slutsats kopplas till vad som är unikt med ledarskap just på Twitter. Därmed är förutsättningarna för vår studie specifika, och begränsar sig till att undersöka vad som är intressant på specifikt denna plattformen. Överförbarheten, det vill säga om vi kan generalisera våra slutsatser till andra sociala miljöer och situationer (Bryman & Bell, 2013), kan därför anses vara relativt begränsad. Detta eftersom både studieobjektet och kommunikationsverktyget Twitter medför att kontexten, som ligger till grund för våra resultat, är unik. Med det sagt anser vi dock att våra redogörelser för tillvägagångssättet för studien och våra ingående beskrivningar gällande Trump respektive följarnas twittrande gör att slutsatserna är överförbara även på andra sociala medieplattformar.

Vidare anser vi att vår studies pålitlighet har förhöjts genom vårt granskande synsätt på tillvägagångssättet och slutsatserna (Bryman & Bell, 2013). Vi skribenter har kontinuerligt reflekterat över våra val och tillsammans diskuterat metod för insamling, tematisering och analys. Genomgående i denna process så har vi haft ett kritiskt förhållningssätt till vårt arbete och våra fynd, genom att behandla värdefulla åsikter från vår handledare och våra studiekamrater. Vi har även eftersträvat att utelämna personliga värderingar om Trump och hans följare i den mån det går för att undvika att detta ska ha en inverkan på resultatet. Detta har vi exempelvis gjort genom att undvika att använda värdeladdade ord i våra beskrivningar och ständigt diskutera fynd och formuleringar oss författare emellan. Detta är något Guba och Lincoln (1985, 1994 i Bryman & Bell, 2013) framhåller som något som bekräftar trovärdigheten i en studie.

## 4. Empiri och Analys

I detta kapitel presenteras och analyseras de empiriska fynd som ämnar att svara på uppsatsens frågeställning. Kapitlet är uppdelat i två delar där den första behandlar hur Trump använder Twitter för att framställa sig som en ledare i enlighet med karismatisk tradition. Denna del är indelad i tre kategorier: Trump som en normbrytare, Trump som visionär och Trump som självsäker. Följande del ämnar att undersöka hur hans följare i sin tur besvarar detta och även denna del utgår från tre kategorier. Var en av dessa kategorier uppmärksammar de olika sätt som följarna besvarar honom och den första delen uppmärksammar hur följarna besvarar Trump som en hjälte. Följarna uppmärksammar hans personlighet och vad Trump har gjort för USA och hyllar honom genom att ge honom hjältestatus. Vidare visar vi hur följarna även besvarar Trump som en nära vän. Det visas genom sättet följarna tilltalar honom när de pratar med honom på samma sätt som du skulle tala till en nära vän. Det sker exempelvis genom att följarna uppvisar en personlig relation då de ger honom råd, skriver om känslor samt visar sin tacksamhet. Avslutningsvis uppmärksammas hur följarna hittar en gemenskap bland andra följare på Twitter och hur de arbetar tillsammans för att försvara Trumps ledarskap, vilket är den sista kategorin innan vi går vidare för att diskutera kring våra fynd i nästkommande kapitel.

### 4.1 Hur porträtterar sig Trump som en ledare på Twitter?

I Trumps twitterflöde går det att identifiera hur han agerar normbrytande, ger visioner till sina följare och uppvisar självsäkerhet. I denna del undersöker vi hur han därigenom framställs som en karismatisk ledare på Twitter.

#### 4.1.1 Som en normbrytare

På Twitter utmärker sig Trump i förhållande till andra stora och ofta benämnda karismatiska ledare. Ett av sätten han gör det på, är att han frekvent går till personangrepp gentemot sina motståndare. Därmed har hans beteende uppmärksamats, då det inte tillhör det typiska handlings sättet för hur en president ska uppföra sig. Inlägget nedan visar det karaktäristiska uppförandet där Trump riktar sitt fokus mot en opponent genom att kritisera och förlöjliga personen. I inlägget är motkandidaten Hillary Clinton objektet för Trumps klander och i detta fall använder han sig av nedvärderande retorik för att framhäva Clintons förlust i presidentvalet.

*Crooked Hillary Clinton is the worst (and biggest) loser of all time. She just can't stop, which is so good for the Republican Party. Hillary, get on with your life and give it another try in three years! (18:e november 2017)*

I början av inlägget använder sig Trump av ett öknamn för att beskriva Clinton. Att Clinton beskrivs som just "crooked" är en del av ett större sammanhang som bygger på tidigare uppmärskade händelser, vilket sätter in henne i en sådan kontext. Det är inte bara Clinton som Trump nedvärderar med denna teknik. Det gäller även motkandidaten för presidentvalet 2020, Joe Biden, som omnämns "Sleepy" och USA:s talman Nancy Pelosi benämns som "Crazy". Detta beteende bidrar till att förminska motståndarens legitimitet och får därför Trump, i jämförelse, att framstå som en mer framstående ledare.

I resterande del av twitterinlägget skriver Trump att Clinton är den största förloraren genom tiderna. Han anser att hennes bristfälliga agerande som presidentkandidat blir till en fördel för hennes motståndarparti. När Trump publicerar detta inlägg har Clinton precis förlorat mot Trump i presidentvalet 2016 och beteendet från Trumps sida kan därför ses som arrogant, då han inte betar sig som den sympatiske vinnaren som förväntas av en nyvald president. Kutym i sammanhanget är att behandla sin opponent med hederlighet och respekt, vilket Trump inte uppvisar i detta fallet. I slutet av inlägget tillägger Trump att Hillary ska gå vidare med sitt liv, vilket dels avfärdar henne som någon som förstör och har svårt att släppa händelsen, och dels förminskar henne genom att ge rådet att försöka igen, underförstått att hon kommer misslyckas även då. Genom att använda de ordval som Trump gör reducerar han Clinton till något irriterande som kan viftas bort, det är ett dominant beteende, vilket är typiskt inom härskartekniker.

Även om Trump till största del använder förlöjligande skällsord till motståndare är det inte heller ovanligt att Trump emellanåt visar än mer aggressiv ton. Nedan följer ett inlägg där han direkt riktar sig mot Irans president.

*To Iranian President Rouhani: NEVER, EVER THREATEN THE UNITED STATES AGAIN OR YOU WILL SUFFER CONSEQUENCES THE LIKES OF WHICH FEW THROUGHOUT HISTORY HAVE EVER SUFFERED BEFORE. WE ARE NO LONGER A COUNTRY THAT WILL STAND FOR YOUR DEMENTED WORDS OF VIOLENCE & DEATH. BE CAUTIOUS!*  
(22:a juli 2018)

Här är Trump tydlig i sin kommunikation och hans budskap är direkt hotfullt. Det är inte ovanligt för Trump att uttrycka sig i liknande ordalag, detta skiljer honom från tidigare presidenter samt andra stora världsledare. De har överlag ett mer diplomatiskt tillvägagångssätt och är måna om att skapa goda relationer till omvärlden. Det faktum att han adresserar ett annat lands ledare på Twitter istället för att vända sig till denne direkt är tämligen unikt och informellt. Informaliteten präglar Trumps identitet på Twitter och det kan skapa uppfattningen att Trump skriver sina inlägg efter infall istället för noga planerade uttalanden. Det är också karaktäristiskt för Trump att använda versaler, vilket han även gör här. Det förstärker känslan av inlägget som fientligt då det kan uppfattas som att han skriker. Att han avslutar inlägget med uppmaningen *"BE CAUTIOUS!"* är även det unikt för en president, och förutom att det är ett faktiskt hot så representerar det andra delar av Trumps beteende. Det tyder på att han är handlingskraftig och inte är rädd för motstånd.

Ett annat utmärkande beteende för Trump är hans återkommande kritik gentemot medias rapportering om honom. Detta skiljer honom från hans föregångare och vad som kan förväntas i hans position i egenskap av president då tidigare presidenter är måna om att upprätthålla en bra relation med landets mediekkanaler. Nedan följer ett exempel på detta.

*I use Social Media not because I like to, but because it is the only way to fight a VERY dishonest and unfair "press," now often referred to as Fake News Media. Phony and non-existent "sources" are being used more often than ever. Many stories & reports a [sic] pure fiction! (30:e december 2017)*

Här benämner Trump traditionell media som "Fake News" och menar att de ägnar sig åt ryktesspridning och falskt historieberättande. Detta är en kritik som Trump regelbundet riktar mot dem. Fake News Media inkluderar olika nyhetskällor och press, och gör att det blir svårt för följarna att urskilja vad som är sant eller inte i rapporteringen. Trump beskriver hur han använder Twitter som ett sorts nödvändigt ont eftersom han anser det vara det enda sättet han kan bekämpa oärlig och orättvis media. Han anser att en stor del av rapporteringen innehåller "Many stories & reports a [sic] pure fiction!". Genom att använda den typen av ordval diskrediterar han media, och oavsett om han har rätt eller inte sporrar det till en misstro. Genom hans framställning så ställs han mot denna falska media, som blir en fiende, och Trump blir personen som håller på sanningen. Detta indikerar att han anser sig vara en förkämpe för folket som axlar rollen som en hjälte som bär på sanningen. Meningen är också ofullständig vilket även förstärker känslan av att han skriver själv i all hast för att snabbt få ut sina åsikter. Det gör också att han verkar mer mänsklig och informell vilket befäster hans roll som mannen som bryter traditionella normer för att bekämpa etablissemang.

#### 4.1.2 Som en visionär

Något som utmärker Trumps användande av Twitter är hur han där direkt förmedlar sin vision till sina följare. Inlägget nedan visar hur han kämpar för att få följarnas röst hörd. Uttalandet sker efter att Trump har förlorat presidentvalet 2020.

*I'm not fighting for me, I'm fighting for the 74,000,000 million people (not including the many Trump ballots that were "tossed"), a record for a sitting President, who voted for me! (30:e november 2020)*

Sättet som Trump kommenterar valet på i sina twitterinlägg gör att han framställer sig som en kämpe som anstränger sig för sitt folks talan. I första delen av inlägget vill han bevisa hur många röster han fått och genom det framhäva hur han som ledare är älskad av folket. Siffran som han nämner ger en effekt och kan upplevas som att han där försöker ge ett bevis för sin popularitet hos det amerikanska folket. Utan att få information om den större kontexten, det vill säga hur siffran relaterar till antalet invånare i USA eller hur den förhåller sig till motkandidatens röster, så signalerar det något storslaget genom sin enorma kvantitet. Trump påpekar även att resultatet inte är korrekt eftersom det inte inkluderar samtliga röster. Huruvida det är sant eller inte, är inte väsentligt, utan snarare hur han framställer sig gentemot sina följare. Det är tydligt att han vill visa sitt engagemang som en förkämpe för sina trogna följare och inge hopp inför framtiden. Beteendet visar att han tror sig ha makten att ändra en förlust till en framgång så småningom. Detta visar att han vill framstå som en enastående ledare för sina följare, vilket är ett återkommande tema i Trumps ledarskapstil.

Inte nog med att Trump talar om sina följare för att framhäva sina visioner på Twitter, han adresserar också följarna direkt när han förmedlar sina framtidsbilder. Detta går att observera i tweeten nedan som också innehåller ett videoklipp.

*The democrats want to take away your guns, they want to take away your healthcare, they want to take away your vote, they want to take away your freedom, they want to take away your judges, they want to take away everything [...] It is all*

*very simple, they are trying to stop me, because I am fighting for you and I am never let that happen. (Appendix 1) (13:e november 2019)*

Vad som är utmärkande i detta uttalande är Trumps retorik. Han riktar sig mot sina följare och förmedlar en vi och dem känsla. När Trump använder sig av denna taktik så blir relationen till följarna allt mer personlig eftersom han talar direkt till dem och målar upp övriga som en gemensam motståndare. En effekt av detta blir att Trumps förtroende som ledare ökar, och relationen mellan Trump och hans följare blir då starkare. Trump har även kommenterat sitt egna videoinlägg till tweeten "They are trying to stop ME, because I am fighting for YOU!" (13:e november 2019). Att han kommenterar sitt eget uttalande och använder versaler på orden "ME" och "YOU" gör att budskapet till följarna blir allt tydligare och gör att han sammankopplar sig själv och följarna medan han samtidigt förstärker divisionen mellan dem och deras motståndare. I sista delen i videoklipppet använder han både en hård och direkt retorik. Trump säger att Demokraterna vill ta ifrån dem allting. I inlägget porträtteras han som en kämpe för sitt folk och detta förstärks genom att hävda att han inte kommer låta sig stoppas.

Förutom att baktala motståndare och skapa en gemensam fiende, så förmedlar Trump också sina visioner genom att skriva att han, tillsammans med sina följare, kommer att utträta stordåd. Detta tydliggörs i tweeten nedan.

*We will bring back our jobs. We will bring back our borders. We will bring back our wealth - and we will bring back our dreams! (20:e januari 2017)*

I detta fall använder sig Trump av en anaför och inleder samtliga meningar med att upprepa att de tillsammans kommer återinföra visionerna de gemensamt eftersträvar; så som jobb, gränser, rikedom och deras drömmar. Det stilistiska gör att Trumps budskap förstärks tack vare anafören i fråga. Det kan också ses som mer känslomässigt förankrat hos Trump eftersom det signalerar att han är emotionellt involverad i visionerna han försöker utträta. I sista delen av inlägget förmedlar Trump att deras gemensamma drömmar ska uppfyllas som resultat av deras gemensamma ansträngningar. Detta berör människor personligen och individuellt, då följarna förmodligen drömmer om olika saker. Att som ledare uppmärksamma ett abstrakt fenomen som drömmar bygger ett starkare känslomässigt band mellan följare och ledare. Detta inlägg visar att det finns en föreliggande tanke till vissa av tweetsen, när ett flertal inlägg kan uppfattas som hastiga och känslomässigt styrda. Ett sådant exempel på en mer direkt vision kan observeras nedan. I inlägget i fråga uttrycker sig Trump förenklat, och ger inte någon helhetsbild eller sätter visionen i sitt sammanhang.

*BUILD A WALL & CRIME WILL FALL! (23:e januari 2019)*

Här kommunicerar Trump sin vision kortfattat och tydligt, på en grundläggande nivå, som gör att följare oavsett bakgrund och ålder enkelt kan ta till sig budskapet. Twitterinlägget är tydligt i sitt innehåll, eftersom orsak och verkan kopplas ihop på ett direkt sätt. Vidare är tweeten ett rim, som kan användas som ett retoriskt grepp för att göra text lättare att komma ihåg. Den stilistiska figuren rim, likt anafören från exemplet ovan, skapar dramatik och ger effekt till visionerna som Trump förmedlar till sina följare.

### 4.1.3 Som självsäker

Trump förmedlar i många av hans inlägg att han har haft en positiv inverkan på USA:s framtid och ställning. I citatet nedan påpekar han att hans starka ledarskap och hans förmåga att förbättra villkoren för ett USA i vad som framställs som en kris.

*ISIS is in retreat, our economy is booming, investments and jobs are pouring back into the country, and so much more! Together there is nothing we can't overcome--even a very biased media. We ARE Making America Great Again! (18:e januari 2018)*

Trump talar här direkt till sina följare, genom att beskriva hur följarna och Trump tillsammans kan uppnå vad som helst, inger han hopp och uppmuntrar till engagemang. Det är ett vanligt beteende som Trump använder på Twitter där han belyser vad det är han vill åstadkomma. Med detta inlägg bevisar han därför att han uppnår sina mål och att hans följare därför kan lita på honom som ledare. Att Trump agerar och uppnår resultat ökar hans trovärdighet. Trump bygger även vidare på sin slogan "Make America Great Again" och kopplar uttrycket till en pågående handling som inkluderar följarna direkt, eftersom han lägger till "We ARE". Det antyder att Trump arbetar tillsammans med sina följare och att de som ett kollektiv uppnår deras mål. Genom att engagera följarna och indirekt tillskriva dem äran för arbetet, så sporrar uttalandet och liknande inlägg att öka följarens intresse och få dem att lyssna mer på Trump.

I inlägget nedan skriver Trump att han hans följare till skillnad från andra är mycket bättre. Det kan dels bero på Trumps tendens att höja sig själv vilket han gör genom att påstå att hans följare är bättre, dels för att han anser det viktigt att skapa en stark relation med sina följare.

*My supporters are the smartest, strongest, most hard working and most loyal that we have seen in our countries history. It is a beautiful thing to watch as we win elections and gather support from all over the country. As we get stronger, so does our country. Best numbers ever! (16:e juni 2018)*

Trump är noggrann med att tillskriva sina följare goda och eftertraktade egenskaper. Han tillskriver dem som individer med mer av dessa egenskaper än vad några andra följare har eller har haft. Han skriver också att de vinner tillsammans, och att detta stöd är utbrett över hela USA. Han likställer sina egna vinster som att det skapar bättre förutsättningar för USA. Genom att belysa sina följares egenskaper på detta sätt visar Trump vad det är han uppskattar med sina följare, vilket kan leda till att hans följare känner att de får den bekräftelse de efterlängtar. Att uppmuntra sina följare kan dessutom motivera dem till att vara mer engagerade så att de fortsätta kämpa för sin ledare. Detta kan därför vara Trumps sätt att influera sina följare och skapa ett starkare band. Vidare är den sista biten i uttalandet typiskt för Trump: "Best numbers ever!". Det är vardagligt och har egentligen ingen substans utan understryker bara framgången han tidigare nämnt i tweeten. Uttalanden som inte kommer från fakta eller underbyggs med relevanta bevis är specifikt vanligt hos Trump när han möts med motgångar. Nedan är ett inlägg av Trump efter att han förlorat presidentvalet 2020, där han vägrar att erkänna sin förlust.

*I WON THIS ELECTION, BY A LOT! (7:e november 2020)*

Uttalandet gör tydligt att Trump är ovillig att erkänna sig besegrad. I tidigare inlägg har Trump förtydligat andras förluster och använt sig av en omoraliska uttryck för att beskriva dem. Den sista biten av inlägget, "BY A LOT!" visar dels på att Trump anser sig överlägset ha vunnit över sin motkandidat Biden men även dels är det ett uttryck som i sig saknar innehåll. Hur mycket "LOT" är, uppfattas subjektivt och berättar inte med hur mycket. Ett ytterligare tillägg är tolkningen av twitterinlägget, det är svårt att avgöra vad Trump egentligen tycker, då det inte är ovanligt att han visar en oseriös och komisk sida på Twitter. Därför kan det vara problematiskt att avgöra om budskapet är seriöst eller om Trump endast slänger ur sig detta för att skapa debatt, han är känd för att i andra sammanhang ta politiska beslut oseriöst. Vidare är inlägget också en indikation på att trots att han förlorar ett presidentval där han visat starkt självförtroende om att han ska vinna, uppvisar han fortfarande en fasad med sina inlägg att han vill framstå som den bästa och starka ledaren och vägrar acceptera en förlust. Jämfört med tidigare presidentval där förloraren accepterar sin förlust och gratulerar vinnaren, har Trump istället valt att skylla ifrån sig på att han förlorat på grund av att de andra har fuskat.

Trump är inte heller främmande för att framhäva sina egna egenskaper och status. Han understryker gärna sina egna egenskaper och har en stark tro på sig själv, oberoende av kontexten, vilket exemplifieras i exemplet nedan.

*Lowest rated Oscars in HISTORY. Problem is, we don't have Stars anymore - except your President (just kidding, of course)! (6:e mars 2018)*

Trump refererar till sig själv som den enda stjärnan eller kändisen i USA. Han lägger förvisso till att han skämtar, och adderar att detta är självklart, för att inte framstå som alltför självgod. Att han liknar sig själv som den enda kändisen eller människan med stjärnstatus, på skämt, indikerar att han har ett gott självförtroende men att han till en viss del saknar självkänedom. Hans självförtroende men bristande självkänedom är ett återkommande tema i hans uppdateringar på Twitter, där han i sina nomineringar av kandidater och diverse poster tillskriver sig själv delvis ansvarig för andras åstadkommanden. När han omnämner positiva egenskaper hos dessa individer tillägger han exempelvis "Hope you like my nomination of Judge Neil Gorsuch..." eller "Judge Kavanaugh showed America exactly why I nominated him" som för att delvis ta åt sig äran av dessa personers framgångar och delvis för att understryka hans egen förmåga att välja ut och sammankopplas med dessa framgångsrika personer.

#### 4.1.4 Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan vi utifrån analysen av Trumps tweets se att hans beteende som påvisats ovan delas in i normbrytande, visionära och självsäkra drag. Han är normbrytande genom sättet han adresserar sina motståndare eftersom han är osedvanligt aggressiv jämfört med tidigare presidenter och andra framträdande stadshuvuden. Genom hans visioner förmedlar han sina mål för landet samt och visar gemensamhet med sina följare. Hans självsäkra drag befästs genom sättet han framhäver sig själv och hans tro på sig själv och sin politik. Gemensamt för dessa är hans ständiga utmanande av status quo. Dessa karaktärsdrag är alla något som utgör karaktärsdrag för en karismatisk ledare.

Utifrån dessa kategorier vänder vi nu blicken mot följarna och analyserar hur dessa svarar på Trumps ledarskap.

## 4.2 Följarnas respons

I ovanstående del har vi visat på hur Donald Trump framställer sig som en karismatisk ledare genom sina tweets. I detta avsnitt kommer vi visa hur hans följare kommenterar och besvarar den sortens inlägg och hur de förhåller sig till hans karismatiska ledarskap.

### 4.2.1 Trump har hjältestatus

Följare tillskriver genomgående Trump som ansvarig för de positiva resultaten som uppkommit under hans presidentskap. När Trump på Twitter beskriver att det går bra i termer av terrorbekämpning och ekonomiska framsteg i USA på grund av deras gemensamma ansträngningar så instämmer följarna med detta. De lägger dock även till att de anser honom som ansvarig för framgångarna. Detta kan ses i nedanstående respons från en följare.

*America is succeeding like never before! Thank you for your leadership Mr President!  
#MAGA (@HispanicsTrump, 18:e januari 2018)*

Förutom att hålla med Trump om att det går bra för USA, så tackar följaren här Trump för arbetet som han genomför i egenskap av president. Med det sagt, anser följaren Trump vara en avgörande faktor till framgångarna i landet. Genom att även inkludera en bild nedanför tweeten (Appendix 2) med ett flertal av de internationellt konkurrenskraftiga företagen med amerikansk härkomst, så indikerar följaren att Trump och hans bedrifter kan sammankopplas med dem. Här likställs alltså Trump som en del av framgångsrika företag såsom Apple, Ford och Oreos. Ordvalet "never before" indikerar att det Trump har åstadkommit är utan motstycke och att hans arbete är exceptionellt, det kan liknas vid att följaren ser Trump som en hjälte. Att Trump idoliseras kan också illustreras i kommentarstrådarna på Twitter, där följarna aldrig är sena att gå till Trumps försvar. Följarna visar där på en oförmåga att se negativa aspekter av deras ledare, och i deras ögon är Trump enkom positiv i sitt ledarskap. Den nedanstående interaktionen mellan två individer med olika åsikter om Trumps presidentskap visar hur följare är oemottagliga för kritik om sin ledare.

*A real President would fight for ALL Americans, not just the ones who gave him something. That's why we fired you & hired President Biden. (@BidenIsMyPOTUS, 30:e november 2020)*

*So, unemployment at its lowest in 50 years is not for everyone? Among Black and Hispanic Americans, it's lowest in history? Achieving 4.2% growth, when the media said 3% would be impossible, is not for all Americans? 48+ Market records shattered. Should I continue? (@UncleDooku, 30:e november 2020)*

Följaren ser endast allt bra som Trump har gjort för landet. Detta exemplifierar hen genom de goda ekonomiska förutsättningarna och den fungerande arbetsmarknaden Trump skapat, vilket tillgodoser behov både för folket som helhet och för specifika grupper. Kommentaren består av



flera retoriska frågor som indikerar att Trump är att tacka för alla positiva förändringar och gång på gång ifrågasätter följaren motståndarens åsikter gällande att hans politik inte skulle vara för det amerikanska folket som helhet. Genom den retoriska frågan i slutet på tweeten så indikerar detta att följaren kan fortsätta och att det finns bra mycket mer gällande Trumps åstadkommanden.

Ovanstående tweet indikerar att följare har svårt att se negativa sidor hos sin ledare, och gärna attribuerar framgångarna i USA med Trump, men inte kan se negativa eller alternativa dimensioner hos sin ledare. Följaren fortsätter att tro på sin egen övertygelse utan att bli påverkad av motstridiga infallsvinklar och fortsätter att höja honom genom att beskriva honom som källan till de positiva händelserna i USA. Flera följare tillskriver dessutom Trump exceptionella kvaliteter genom att använda sig av liknelser i sin beskrivning av honom och hans arbete. I nedanstående tweet menar följaren att Trump är en krigare som håller det amerikanska folket säkert.

*Love our warrior President he will keep America safe ! Thank you President Trump you are a great commander-In - Chief . We are so proud of you! (@SandySeubert, 20:e januari 2020)*

De flesta har uppfattningen och har fått lära sig att en krigare är en person som är stark och ska försvara sina egna. Då följaren väljer att omnämna Trump på detta sätt så kan det tolkas att bilden av Trump i denne persons ögon är både en modig och hjältemodig person. Detta målande och beskrivande språk utökar bilden av Trump som en stor ledare eftersom mer då kan läsas in i beskrivningen och visar även på att språket på ett sätt inte är tillräckligt för att beskriva hans kvaliteter. Vidare refererar följaren även till att de är flera som är av denna åsikt, då hen skriver att "vi" är så stolta över dig. Hen signalerar därmed att inte vara ensam i detta avseende. Följarna utgör en större grupp som gemensamt delar denna världsbild av sin store ledare. Detta är även något som syns i nedanstående tweet; att Trump representerar och personifierar den stora massans önsknings och att de älskar honom för det.

*We love all your choices!! I was watching Robin Hood w/ Errol Flynn . You are our Robin Hood. Getting our country back. (@lubnel, 3:e februari 2017)*

Följaren respekterar det Trump eftersträvar och gör, och genom att Trump utstrålar sitt karaktäristiska självförtroende, så blir denna följare övertygad om att Trump kommer uträtta det han utger sig för att göra.

Även här använder sig följaren vid en liknelse och liknar Trump vid Robin Hood, en klassisk litterär karaktär som tar från de rika och ger till de fattiga. Robin Hood är en tjuv men har trots det goda bakomliggande motiv, och upplevs därför som en godhjärtad och genuin karaktär. Trumps följare projicerar bilder av Trump som en förebild och kämpe för folket, och det kan ses som att de attribuerar honom som någon med bakomliggande genuina motiv till sina handlingar. Motiv såsom att avslöja etablissemangen och "fake news medias" agenda kan vara just sådana saker som hans följare tycker att Trump gör genuint för deras skull, inte för att han måste eller har en dold agenda på något sätt.

Att Trump liknas vid andra stora ledare är inte ovanligt i kommentarstrådarna. Följarna liknar även Trump vid Churchill, den karismatiska brittiska premiärministern under andra världskriget. Både Robin Hood och Churchill kan ses som förkämpar för folkets vilja, och detta gör att följarna tycks se Trump på detta sätt likaså. Att Trump återkommande liknas vid hjältar som går folkets ärenden indikerar att de ser honom som en förkämpe för deras viljor, en av dem men trots det med exceptionella kvaliteter.

Följare särskiljer också Trump från hans föregångare, och menar att han agerar mer folkligt än dem. Med det sagt tar det dock inte bort hans status som deras hjälte i deras ögon. Då Trump genom sitt normbrytande sätt direkt adresserar andra världsledare på Twitter, så menar följare att detta skiljer honom från hans föregångare och medför att de ser upp till Trump, och skapar en röst för dem istället. Detta kan ses i följande kommentar.

*He must be doing something right. Kim and the DPRK agreed to meet w/ South Korea for 1st Time in 20 years. They fear trump and that's a good thing! Plus economy is BOOMING sucka. Us silent majority love Trump!!!! (@dshanehampton, 8:e januari 2018)*

Här ser vi att denna följare är av åsikten att Trumps unika och direkta sätt att adressera sina motståndare gör, enligt följaren, att Trump även blir respekterad i de andra världsledarnas ögon. Han skiljer sig från sina föregångare, som de uppfattar ägnar sig åt prat utan handling, som till exempel när de hänvisar till "Obama's empty rectoric [sic]". De menar att Trump, genom att vara rak och ärlig, och att säga vad han tycker trots att det inte är normaliserat i situationen, är en av de saker som utmärker honom och särskiljer honom, också från jämlingar.

Följaren framhäver att det finns en stor grupp amerikaner som inte tas hänsyn till i andra ledares ögon. Trumps unika karaktärsdrag och beteende är en del av det som gör honom till en representant för den del av folket som inte anser sig vara representerade hos etablissemanget i USA. Detta är en del av ett återkommande narrativ som menar att Trumps beteende motverkar propaganda från media och de tackar honom för att ha gett dem en röst i amerikansk politik. Detta sker i symbios med andra följare, eftersom han skriver "we", och effekten blir då större eftersom de gemensamt, som en majoritet, ser Trump som den starka ledaren.

Med detta sagt finns det många av motståndarna som kritiserar just detta beteende hos Trump. De som kritiserar Trump menar att hans beteende och plötsliga utsagor på Twitter inte är passande för en president. Kritik är en vanlig företeelse i kommentarstrådarna, och då är följarna sällan långt borta att gå till Trumps försvar. Följande kommentarstråd ligger under ett inlägg där Trump bryter normativa föreställningar kring hur en president borde agera, och där påstår att hans motståndarkandidat 2016, Clinton borde sitta i fängelse.

*Well, let me tell you that there are presidential standards to follow, protocols to respect. He represents a country, should measure his reactions and control his impulses otherwise he'll have a boomerang result. No matter how much you desire it, you're not a God! (@erica\_argueta, 18:e november 2017)*

Här insinuerar författaren till inlägget att Trump ska anpassa sig efter rollen han har som president och de regler som kommer med denna roll. Han ska inte anse sig själv vara något mer än så, utan anpassa sig själv och sin personlighet i enlighet med rollen som tilldelats honom. Följare är av annan åsikt och skriver att Trump sätter standarden eftersom han har rollen som president.

*Presidential Standards? I assume the President makes the standards by his actions not by your opinion. He is not God, he is the President, which means he is the Presidential Standard (@indigens\_Deo, 11:e mars 2018)*

Denna följare menar att det inte finns ett specifikt sätt som en president bör agera på, utan att det är helt upp till presidenten att själv utforma rollen. Följaren menar alltså att det inte är upp till någon utomstående att avgöra vad som är presidentskap eller ej, för standarden formas av presidenten som är sittande. Att Trump bryter normer som han förväntas upprätthålla är oväsentligt för presidentskapet i sig, eftersom följaren menar att denna roll måste anpassas efter Trump, inte tvärtom. Följaren adresserar även att motståndaren är av åsikten att Trump försöker agera Gud genom detta normbrytande beteende, och menar att det inte alls är Trumps avsikt att agera normbrytande eftersom han anser sig själv vara Gud, utan har utrymme att agera normbrytande för att han är president, och som president utmärker man sig från massan, utan att nödvändigtvis anse sig själv som upphöjd över den. Trumps presidentskap och ledarskap reflekterar hans personlighet.

Vidare visar denna kommentar även att en följare har en stark relation till Trump. I detta fall har följaren läst en kritisk kommentar och sedan valt att debattera och försvara sin ledare som resultat. Trump har därmed skapat ett starkt engagemang hos sina följare vilket gör att de gärna förmedlar att en president inte behöver förhålla sig till traditionella konventioner och kan anpassa rollen så att det passar deras ledarskapsstil. Då följarna gärna försvarar Trump verkar det som att denna aspekt i hans ledarskap är något de anser viktigt att han håller fast vid.

I nedanstående tweet är följaren också av liknande åsikt som den förra, att Trump utmärker sig som president, och att detta i positiv bemärkelse gör honom till någon som fått följarens respekt.

*I've never liked a President more than Donald J. Trump. We're living wonderful days right now. I'll be honest; I largely dislike politics. But I love Trump, he's the reason I finally voted for the first time. And he can bank on my vote this year too. (@rouzer77, 3:e januari 2020)*

Följaren menar att Trumps personlighet och ledarskap utgjort grunden till att denna följare för första gången röstat. Vidare beskriver följaren att tiden just nu är fantastisk vilket antyder att det är bättre nu under Trumps presidentskap i förhållande till tidigare. Följaren skriver också att hen kommer rösta på Trump igen vilket tyder på att hen känner förtroende till att Trump kommer fortsätta göra ett bra jobb som president. Det visar även på att Trump skapat ett engagemang hos följaren, från att aldrig ha röstat till att berätta för andra hur mycket hen tycker om Trump. Det är även fascinerande att poängtera följarens ordval då hen skriver "I love Trump". I sociala sammanhang är ordvalet förknippat med starka känslor. För många har det varit ett djupt underliggande budskap, bland annat att det bekräftar uppskattning. Att som följare tydliggöra sitt

förtroende för Trump med det ordvalet kan visa att följaren känner djupt tillit för Trump som ledare och har ett optimistisk förhållningssätt.

Andra twitterföljare är mer direkta i sitt uttryckssätt. Följande två inlägg visar hur följare direkt uttalar honom som en ledare. Detta är respons till ett inlägg av Trump där han är direkt hotfull mot Irans premiärminister. De hyllar Trumps ledarskap men utelämnar ingående förklaringar till varför, och de ställer sig okritiska till hans agerande. Istället hyllar de honom som person.

*THIS IS A LEADER!! (@Jillibean557, 3:e januari 2020)*

*THIS IS THE BEST PRESIDENT EVER!!!! NO MORE WIMPY PRESIDENTS  
(@lindanye6615, 3:e januari 2020)*

Budskapet som båda följarna förmedlar är att de anser att Trump är en ledare genom sättet han uttrycker sig på Twitter. Båda dessa följarnas innehåll är tydligt och kortfattat. Inläggen är endast versaler, precis som Trumps inlägg, och indikerar att de vill poängtera sitt stöd till Trump som ledare. Det koncisa uttryckssättet är också ett typiskt stilistiskt för Trump som vi kan anta att följaren imiterar. Vidare använder följaren också förolämpningen "WIMPY" för att hänvisa till tidigare presidenter, vilket vi även har visat på är vanligt hos Trump när han pratar om andra ledare.

#### 4.2.2 Trump är en nära vän

Förutom att följare besvarar Trump som att han har utomordentliga karaktärsdrag, så indikerar deras svar även att de anser att han framstår som en närstående person i deras ögon. I nedanstående tweet vänder sig följaren direkt till Trump. Det är något som många av tweetsen har gemensamt, precis som att de pratar till en nära vän eller någon i deras direkta närhet.

*@realDonaldTrump, do not waver! Hold the line & be strong! They are blocking your tweet because they dont [sic] want the world to hear the truth. They control both the social and mainstream media. Focus on the courts. Millions all over the world are with you and are praying for you. (@realFFK, 8:e november 2020)*

Följaren ger i detta fall personliga råd till Trump och agerar nästintill som ett moraliskt stöd för sin ledare. Hen menar att Trump inte ska ge vika för motstånd, utan uppmanar honom istället till saker som är mer fördelaktigt att fokusera på. Relationen som uppfattas dem emellan är en familjär sådan, eftersom innehållet i budskapet från följarens sida är känslomässig och direkt adresserar ledaren, på ett sätt som liknar hur råd ges till någon i närheten. Följaren i fråga ser inte Trump som åtskild deras följarskara, utan som en av dem och någon som man kan vända sig till.

Det är inte ovanligt i kommentarstrådarna, även följaren nedan ber Trump att fortsätta trots det motstånd han får utstå från olika håll.

*Keep going please...we are hoping so much that you don't give up..please..our lives improved when you were elected..please don't give up sir! (@AlisaKe05757837, 24:e januari 2019)*

Här vädjar följaren återupprepade gånger till Trump att fortsätta med sitt arbete. Följaren har som resultat av Trumps politik ditintills upplevt en förbättring i sin allmänna livskvalitet, och det kan därför utläsas att hen tror att framtida åtgärder av president Trump kommer leda till liknande resultat. Det återupprepande, tillbedjande formuleringarna är något som får följaren att framstå som emotionellt investerad, och som att följaren i fråga upplever Trump som en person som följaren har i sin närhet. Det sker dels eftersom att följaren skriver att Trumps arbete på ett personligt plan berör följarens liv, och det sker dels på sättet följaren uttrycker sig. Genom att vädja så går det utläsa att följaren ser Trump som en ledare som bryr sig om följaren i fråga, och som han lyssnar till sina följare. Även om tweeten i fråga innehåller en återkommande vädjan, som indikerar en osäkerhet över framtiden, så kan det samtidigt tolkas som att följaren har en fortsatt stark tro på att Trump ändå kommer genomföra det han säger. Det visar att följaren uppfattar Trump som övertygande och som en person som håller det han lovar. Trumps följare uppvisar alltså ett stort hopp men också en tilltro till att han kommer uträtta vad han lovat.

*I voted for you have to win i will cry if you loose [sic] i have 5 kids we depend on you!!!! (@JanienQuinones, 4:e november 2020)*

Även denna följare poängterar att det Trump gör för USA är viktigt för följarens individuella familjesituation. Till skillnad från ovanstående inlägg är detta inlägg mer uppmanande i sin natur, och följaren sporrar Trump till att fortsätta med sitt arbete genom denna formulering. Följaren ser därmed Trump som någon som tar hänsyn till påtryckningar från följares sida, vilket indikerar att de inte ser Trump som enbart en person som är exceptionell och står över deras behov, utan som någon de direkt kan adressera och som lyssnar på dem. Inlägget är också emotionellt, då följaren skriver att hen kommer röras till tårar om Trump inte lyckas. Detta visar på att följarna i sitt engagemang tillskriver Trump hopp och ett förtroende om att deras liv kommer att bli bättre på grund av honom.

Vidare kan det även vara formatet på Twitter som skapar denna förutsättning. Twitter som social plattform gör att följare får intrycket av att Trump talar direkt till dem och de kan på liknande sätt tala direkt tillbaka till honom. En följare skriver "Don't worry Mr.President- none of us are buying this racist narrative..." (@ladies4trump, 16:e juli 2019), vilket är tröstande i sin natur, och visar på att en nära relation skapas i följarens ögon. Twitter kan med det sagt agera som mer än ett forum för att uttrycka egna åsikter; det utgör också en möjlighet att bygga och fördjupa relationer med ledaren i fråga. Att fler följare identifierar detta i forumet bidrar också till att denna sociala verklighet skapar deras bild av presidenten i sin tur, och bygger illusionen av att de skapar detta tillsammans.

Följare visar även att Trump är en närstående person i deras ögon genom att de skriver att de älskar Trump med tillhörande familj.

*I love you and your family mr. President awesome job your doing the truth will come out and every single one of these liars and thieves are to be prosecuted to the fullest extent of the law (@LitaCox27437467, 1:a december 2020)*

Följaren visar att hen upplever en närhet dels till Trump, men också att hen känner sig nära människor i Trumps direkta närhet. Det indikerar att följaren uppfattar en personlig relation dem emellan. Vidare kan detta också vara fallet i en relation med en nära vän, då det är vanligt att bry sig om de som vännen håller kära.

I inlägget är följaren också till synes upprörd, då hen vill att någon ska stå till svars för valfusket. Följaren håller i detta fall med Trump i det anseende att de har en motståndargrupp som är emot dem. Genom att använda ord som "liars" och "thieves" är det tydligt att följaren har bestämt sig i frågan, och att de som är emot Trump är en opposition utan någon kredibilitet. Hen är övertygad om att sanningen kommer komma fram, och att de människor som är ansvariga för fusket kommer få sitt förtjänade straff. Följaren bygger då vidare på narrativet Trump återkommer till, nämligen att media förhindrar möjligheten för invånarna att ta del av sanningen. I fallet för denna följare utgör Trumps sanning en legitim anledning för dem att hävda att valet ännu inte är förlorat, trots att grundad fakta tyder på det motsatta. Det gör att följare till synes uppfattar Trump som en sanningsenlig person.

Det är återkommande tema, då följare sällan är sena till att bekräfta Trump som sanningsenlig och frånskilja honom från hans motståndare. De menar att Trumps världsbild är den rätta, och uppfattar att andra politiker och media har oärliga motiv. Detta kan ses i nedanstående inlägg.

*You are correct. You fight for the people and they fight for their pockets. (@CarmineSabia, 28:e september 2019)*

Denna kommentar svarar på ett inlägg där Trump förmedlar att han står upp gentemot demokrater och andra motståndare i sin kamp för sina följare. Följaren håller med, och menar att han har rätt i detta avseende. Det indikerar att följaren uppfattar Trump som sanningsenlig och övertygande i sin ansträngning att utkämpa folkets kamp. Följaren uppvisar därmed både en tillit och ett förtroende för Trump. Följaren menar vidare att detta utmärker Trump från övriga, i detta fall oppositionen och media, som utmålas som en grupp med ett motiv som ställer sig emot folkets bästa. Det förstärker även distinktionen mellan följare och icke-följare, en tydlig splittring som är återkommande i följarnas respons. Följare uppvisar ett genuint förtroende för Trump och menar att han gör skillnad åt sitt folk. Nedanstående twittrare är i samma tankebanor som ovanstående, men nyanserar och reflekterar kritiken gällande sin ledare.

*It's such a shame the the main stream [sic] media has so many people confused about what you have accomplished and that you are not a racist, xenopobe [sic], misogynist etc. Insane untruth. Do they ever think to watch foxnews or some other truthful news outlet? Sad misguided people. (@JeffDunnNJ, 17:e juni 2018)*

Följaren uppvisar här ett behov av att försvara sin ledare i en längre utläggning. Hen yttrar sin kritik mot media på ett likande sätt som Trump gör, och försvarar sin egen övertygelse genom att skriva att de som tror på "the main stream media" sammantaget är förvirrade och missledda individer. Det tyder på att följaren upplever att hen känner den rätta Trump och att följaren väljer att försvara Trump indikerar att de känner ett personligt ansvar gentemot Trump, och vill försvara honom mot utomstående kritik. Något som är intressant är dock hur medveten följaren är av kritiken som Trump fått. Trots den hårda kritik som riktas mot Trump så visar detta inlägg inte att följare distanserar sig till Trump, utan istället snarare känner ett starkare behov av att bekräfta Trump, kritisera de som bär ansvaret för den negativa kritiken och slutligen ytterligare betona deras tro på Trump som den enda rätta ledaren.

Följare beskriver Trump som en man av sina ord, och menar också att detta är något som utmärker honom från tidigare presidenter. Det beskrivs i nedanstående tweet.

*You are the first politician in my lifetime who didn't make campaign promises they didn't intend to keep! That's probably because you were not a politician when you made all those promises & want to thank you for giving up all you did to work for free for our country & all of US (@Donlar6499, 18:e januari 2018)*

I detta fall poängterar följaren att Trumps bakgrund som affärsman är något som gör att Trump framstår som en trovärdig kandidat som håller vad han lovar. Att bakgrunden inom näringslivet lyfts fram i följarens inlägg tyder på att det utgör en viktig faktor för att följare ska uppleva honom som trovärdig. En central del för denna autenticitet som följaren upplever kan alltså anses vara Trumps bakgrund och personlighet, vilket också skiljer honom från andra ledare. Följaren är av åsikten att Trump har gett upp mycket genom att överge sin tidigare karriär och ge sig in i politiken och arbeta för ett friare USA. Denna uppoffring är något som i följarens ögon uppfattas som ett ärligt och genuint motiv från Trumps sida. Det i sin tur kan ses som det agerar motiverande för följarna, då de tackar Trump för hans hårda arbete, vilket gör att denna följare specifikt förblir positiv och optimistisk inför framtiden. Andra följare menar istället att det Trump åstadkommit under presidentskapet har medfört att han gjort sig förtjänt av deras röster. Detta kan ses i inlägget nedan.

*Fuck it. We bring this thing home tonight. You earned my vote sir. (@zenowasright, 4:e november 2020)*

I denna tweet uttrycker följaren att Trump genom sitt ledarskap har gjort sig förtjänt av denne följares röst. Att göra sig förtjänt av något kan således ses väga tungt, eftersom ledaren då har bevisat sig själv som värdig i följarens ögon. Ledaren har således skapat en relation till följaren vilket har gjort att följaren nu känner att hen kan lita på ledaren. Svordomen i början tyder på att följaren också känner sig övertygad om att Donald kommer vinna presidentvalet 2020 och att annan information inte är väsentlig.

Andra uppvisar sitt förtroende då de ser Trump som rolig i hans tillvägagångssätt.

*Trump is funny! And beyond the tweets, he's standing up to Iran & North Korea -*

*Beats Obama's empty rectoric [sic] (@peggy1023, 3:e januari 2018)*

Detta är ett svar på ett inlägg där Trump kritiserat Nordkoreas ledare Kim Jong Un på ett både humoristiskt och förminskande sätt. Det är ett okonventionellt beteende av en president, men följaren uppfattar det inte negativt, vilket går att se i responsen. Följaren menar att inlägget är roligt, vilket indikerar att följaren har ett fortsatt starkt förtroende för Trump och förstår hans humoristiska tanke. Trots att det initiala inlägget är relativt informellt så menar följaren inte att det förminskar Trumps insatser. Följaren tycker därmed att sättet Trump säger ifrån uppvisar en god karaktär, vilket visar på ett engagemang och en fortsatt tilltro på sin ledare.

### 4.2.3 Gemenskapen

I Trumps twitterflöde finns det även indikationer som påvisar att följarna uppvisar en stark gemenskap. Denna gemenskapen kan uppstå när Trump uttrycker sig positivt om sina egna bedrifter och resultat som president, vilket då resulterar i att följare bekräftar detta med att svara som ett kollektiv att de älskar honom tillsammans. Inlägget nedan visar detta följarbeteende.

*Thank you. You are the best president in the world! We love you /.. (@HadiMamandi, 3:e oktober 2019)*

I twitterinlägget skriver följaren "we" istället för "I" när hen uttrycker sina känslor gällande Trump. Hen ser sig inte som ensam i att bedyra sin ledare. Föjarbeteendet uppreppas även när Trump kritiserar deras gemensamma motståndare, och följarna instämmer som en del av ett kollektiv att de hatar dem tillsammans, så som i exemplet nedan.

*Rather see her in prison, won't have to see & hear from her... WE HATE HER (@jypseamoth, 27:e november 2018)*

Följaren talar för alla följare när hen skriver att de gemensamt hatar Clinton. Detta indikerar att Trumps följare besvarar Trump som om de vore ett, något som indikerar att de känner en stark tillhörighet till varandra då de älskar sin ledare samt hatar deras motståndare gemensamt. Detta sätt att uttrycka sig på indikerar att Trumps tweets och innehåll är något som får följarna i fråga att känna starkt för hans politik och visioner. Det kraftfulla sättet att uttrycka sig på återkommer hos följarna på Twitter, vilket ger sken av ett starkt gemensamt engagemang dem emellan på plattformen. De förmedlar sina visioner med liknande stilistiska lingvistik som Trump: med versaler och i kortameningar. De hårda ord följaren använder liknar också Trumps, och följaren, likt sin ledare, använder sig av ofullständig meningsuppbyggnad. Detta är inte ovanligt i kommentarsfältet och följarna både replikerar och bekräftar Trumps kraftfulla och normbrytande sätt att uttrycka sig.

Detta exemplifieras också i tweeten nedan som respons på ett av Trumps inlägg när han förmedlar sin vision om en mur mellan USA och grannlandet Mexiko för att kunna stärka gränsbevakningen dem emellan.

*We the people want a wall! #BUILDTHATWALL (@Sabra16810550, 25:e januari 2019)*



Följaren skriver å folkets gemensamma vägnar att de vill ha muren och validerar det Trump vill åstadkomma som en kollektiv önskan, inte som enbart denna följares önskan. Följaren visar därigenom att hen som en del av det amerikanska folket är vilka som gemensamt vill ha denna mur. Alltså kan visionen ses som en kollektiv önskan, det vill säga något som skapats tillsammans och som anses viktigt eftersom följaren delar detta med sina andra följare.

Följarna bekräftar inte enbart Trumps visioner som en grupp, utan de försvarar honom också från de motståndare som baktalar honom som en del av en grupp. I exemplet nedan försvarar följaren den orättvisa kritik som Trump anser sig ständigt behöva utstå fått från Mainstream Media med att bekräfta att följarna tillsammans står upp mot orättvisorna, och menar därmed att de är en del av ett kollektiv som står vid Trumps sida.

*We're holding the line Mr. President. Greater is He that is with us than those who are against us. See you on Saturday! #MillionMAGAMarch (@AbrahamLopezNJ, 8:e november 2020)*

Följaren fortsätter vidare att de, alla följare tillsammans, genererar något större som motståndarna inte har något att jämföra sig med. De är starkare tillsammans än vad motståndarna är. Tillsammans skapar de en enorm rörelse – en marsch med miljondeltagande – alltså något enormt kraftfullt och stort. Följaren för talan för supportrarna till Trump i stort när hen skriver att de ska ses på lördag. Genom formuleringen ger det intrycket till andra följare att de förväntas dyka upp där också, och hen riktar sig därmed inte enbart till ledaren i detta inlägg.

Vidare använder följaren i inlägget funktionen på plattformen som benämns som en hashtag. Detta är inte ovanligt bland kommentarstrådarna, där det används som svar på Trumps inlägg och som gensvar till andra följare. Detta är något som förstärker följarnas gemenskap på plattformen.

*Hilliary should be in jail!!! #WalkAwayFromDemocrats (@iamQ123, 12:e augusti 2018)*

I ovanstående tweet används hashtagen som ett sätt för följarna att distansera sig från oppositionen och särskilja dem från individer som inte tycker detsamma som dem. Detta är ett återkommande tema, och de använder sig av flertalet andra hashtags såsom ”#MAGA” och ”#Trump2020” för att ge gehör till Trump som också uttrycker sig i dessa termer för att skapa återkommande begrepp och narrativ till sina följare. Men följarna använder sig dessutom också som i fallet ovan av hashtags som också adresserar andra följare och inte nödvändigtvis involverar Trump personligen. Tweets såsom ”#TrumpSupporters” och ”#MarchForTrump” visar på att följarna är stolta över sitt följarskap, och i trådarna också vänder sig mot sina jämlikar emellan och inte bara sin ledare. Dessa hashtags gör att följarna på ett enkelt sätt kan mobilisera sig med andra anhängare och finna samhörighet dem emellan. Genom hashtags skapas förutsättningar för att följarna ska finna likasinnade. Genom att de skapar trender i sin tur så kan följare enkelt kategorisera och följa sådana tweets och ständigt hållas uppdaterade och integrerade med andra följare.

I kommentarsfälten så interagerar de också stundom med varandra och svarar inte bara hyllande till Trump utan tackar dem för att de lagt sina röster gemensamt på Trump. Detta syns i tweeten nedan.

*Voters of President Trump saved America. Thank you all for your wise choice. Thankful for President Trump keeping his promises. Thankful for Support of Israel. Thankful for eliminating terrorists. Thankful that God is spoken at the WH again. God bless President Trump. (@VickyLynnSulli1, 10:e januari 2020)*

Som svar på att Trump på Twitter beskriver att han svurits in som president i USA så besvarar denna följaren med att tacka de sina som också de lagt sin röst på Trump. Inte bara det, följaren menar även att de räddade USA, och att de genomförde ett mycket klokt val. Följaren tillskriver här inte bara sin ledare som en person med exceptionella förmågor, utan också sina medföljare som att de besitter sådana kvaliteter.

#### 4.2.4 Sammanfattning

De ovan nämnda tweets visar hur följarna svarar på Trumps twitterinlägg, där vi redogör för att följarna besvarar Trump som att han har hjältestatus, som att han är en nära vän samt gemenskapen som följarna skapar på plattformen. Den hjältestatus som vi identifierar att följarna ser hos Trump baseras på att de adresserar honom som en stor ledare och konsekvent tillskriver honom som ansvarig för dessa framgångar. De menar även att hans individuella beteende och persona är det som utformar rollen som president, och menar att Trump inte ska anpassa sig till det regler och normer som en sådan roll kräver. Vidare uppvisar följarna i sin respons att de är oförmögna att acceptera Trumps negativa sidor. Detta görs trots uppenbar kritik gentemot deras ledare, och de väljer istället att ta Trump i försvar och skyddar sin ledare. De jämför även Trump med tidigare inflytelserika ledare och stora karaktärer, vilket visar att de sammankopplar honom med andra framstående individer som även de besitter goda egenskaper.

Trots det stora fokuset på Trumps hjältestatus, besvarar även följare honom som en nära vän. Med Twitter som forum för kommunikation mellan ledare och följare ser vi att de har möjlighet att adressera Trump direkt. Möjligheten att kunna besvara honom personligen på plattformen har gjort att de där ger Trump råd om hur han ska hantera situationen och uppmanar honom till att fortsätta med sitt arbete. Det uppvisar att de upplever att Trump är en person i deras närhet som de kan guida och ge råd till. Ett ytterligare tecken på att följarna besvarar Trump som en nära vän är när de skriver om sina känslor och individuella problem. Det kan kopplas ihop med att följare både känner en personlig och social relation till Trump. Slutligen ser vi att följarna har skapat en gemenskap där de inkluderar och refererar till andra följare i sin respons. Vi ser även att de använder liknande och återkommande ord för att visa sitt stöd och den gemenskap som de har som följare till Trump. Till stor del ser vi att följarna tillsammans ogillar de personer som Trump ser som motståndare, att de formulerar sig som enhetligt kollektiv för att bekräfta Trumps visioner samt att de tackar andra följare för Trumps insats för dem.

## 5. Diskussion

*I denna del av uppsatsen så diskuterar vi våra fynd från analysen ovan. Vi diskuterar det paradoxala i att Trumps följare besvarar honom som dels en hjälte och dels som en nära vän. Trumps hjältestatus är i linje med Webers syn på karismatiskt ledarskap, medan den nära vänskapliga relationen som följarna uttrycker motsätter det klassiska synsättet för karisma. Vidare diskuterar vi även för hur Twitter är en förutsättning för att detta speciella förhållande Trump och följarna emellan uppstår. Det inkluderar en diskussion gällande distinktionen för hur distanserat och nära karismatiskt ledarskap som beskrivits i tidigare litteratur inte är fallet på Twitter. Slutligen redogör vi även för att en karismatisk ledare inte nödvändigtvis besvaras som en sådan av följarna, utan att Twitter som plattform kan skapa en förutsättning för att följare ska kunna uppfatta personliga karaktärsdrag hos ledaren och därmed se honom som en autentisk ledare. Vi inkluderar en diskussion gällande hur våra fynd förhåller sig till tidigare forskning gällande karismatiskt respektive autentiskt ledarskap, och argumenterar för att vårt socialkonstruktionistiska perspektiv i fallet för konstruktionen av ledarskap på Twitter då kan sammankopplas och agera som komplement till varandra.*

### 5.1 Följarnas svar: Trump är både en hjälte och en nära vän

I vår studie har vi undersökt hur följare besvarar karismatiskt ledarskap på Twitter. Vi har ämnat att fylla ett identifierat informationsgap, nämligen att öka förståelsen för Twitters inverkan på hur följare bekräftar ledarskap. Vi har utgått från forskningsfrågan: *Hur besvaras ledaren Donald Trump av hans följare på Twitter?* I analysen har vi identifierat tre sätt som representerar hur Trumps följare besvarar hans karismatiska ledarskap. Detta innefattar att följarna besvarar Trump som att han har hjältestatus, som att Trump är en nära vän samt som att de tillsammans skapar en gemenskap med honom och andra följare.

Utifrån vår empiri och analys kan vi konstatera att följare besvarar Trump som om han vore en hjälte. Det går att urskilja när de exempelvis benämner honom som en Gud eller som en frälsare som kan rädda dem från deras farhågor och bekymmer. Sammantaget visar detta på att de besvarar honom som om han besitter karaktärsdrag som särskiljer honom från andra. Som en följare beskriver det; att det är presidenten som sätter standarden för hur en president ska vara, inte att presidenten anpassar sig till rollen för hur en president bör vara. Enligt Webers (1978) definition av karismatiskt ledarskap så sammankopplar han den karismatiska ledaren som att vara en person med gudalika karaktärsdrag, där ledaren anses upphöjd från sina följare och inte som en jämlike till dem. I vår empiriska analys har vi kunnat identifiera att följarna tillskrivit Trump framgångar oberoende av hur nära sammankopplad hans faktiska inblandning varit. De anser inte att han begår misstag, inte ens då motståndare eller media framhäver sådana skeenden, utan de tar de honom ständigt i försvar. Att aldrig fela är en övernaturlig förmåga som gemene man inte har. Genom sättet som Trumps följare uttrycker sig på så går det att utrona att de inte anser att han kan göra fel. Detta kan liknas vid en sådan exceptionell kvalitet som går i linje med det karismatiska ledarskap som Weber (1978) beskriver. I de fall då följare uttrycker att Trump avsevärt förändrar USA till det bättre, har förmågan att rädda följare från deras individuella problem och jämförelsevis överträffar alla tidigare presidenter så tillskrivs han utomordentliga egenskaper av dessa följare. Detta överensstämmer med att följarna ser honom som någon som utmärker sig från andra människor i positiv bemärkelse.

Något som också kan identifieras i kommentarstrådarna i Trumps twitterflöde är att följarna tycks se honom som en nära vän. Detta är påtagligt i exempelvis språkbruket. De talar direkt till honom, som om de pratar till en jämlike, exempelvis då de adresserar honom direkt genom att skriva "du" och inte bara "Trump". De skriver hejarop, uppmanar Trump till att fortsätta kämpa och inte ge upp, ger honom råd för hur han ska tänka kring specifika problem och de adresserar honom direkt utan titlar eller formaliteter. Följare är också känslomässiga i sina svar på det sättet att de anförtror sig till Trump och berättar personliga angelägenheter, såsom att deras familjesituation kräver hans fortsatta presidentskap. Även detta är likt en vänskaplig relation, eller som om att följarna talar till en förälder eller någon annan människa i sin närhet som de litar på. Detta skiljer sig från Webers (1978) teori kring karismatiskt ledarskap, eftersom följarna inte besvarar Trump som om han endast vore en extraordinär person, utan som en person som följaren har ett nära förhållande till. En person i den direkta närhet, som exempelvis en vän eller familjemedlem, är till skillnad från Webers tankar om den gudalike ledaren, istället att betraktas som en jämlike eftersom denne person då inte har en ouppnåelig status. Att Trump liknas vid en vän som är på samma nivå som följarna själva, går därmed inte i linje med den klassiska synen på karismatiskt ledarskap. Från detta kan vi också utläsa att följare även uppfattar att Trump är lättillgänglig och upplevs vara möjlig att interagera med, vilket också är en förutsättning i en nära relation.

Ett återkommande tema hos följarna är också att de skriver hur mycket de älskar sin ledare. Detta kan tolkas både som att de tillskriver Trump hjältestatus, men också att de talar till honom som att de talar till en vän. Att använda ett uttryck som "I love Trump" eller "We love you", kan dels användas för att adressera sin idol, men det kan också vara en kärleksbetygelse till en person i en direkta närhet. Det kan således ses som ett uttryck som används för att symboliskt visa hur mycket man tycker om något eller någon, i det här fallet Trump, men det kan också vara ett uttryck som används när du faktiskt älskar någon, såsom en familjemedlem eller till en partner. Detta indikerar att följare inte nödvändigtvis ser Trump som antingen en hjälte eller en nära vän, utan både och.

Vad som också har identifierats i vår empiriska analys, är att följarna uppvisar en gemenskap på Twitter. Följare försvarar Trump gentemot andra twittrare som ställer sig emot Trumps politik, och de försvarar honom mot opponenter och andra världsledare som ett kollektiv. De tackar andra följare för deras insats, och skriver inte för sin personliga åsikt när de adresserar Trump, utan för dem alla gemensamt. Det ligger i linje med det karismatiska ledarskapet som House (1976) beskriver, nämligen att ledaren skapar känslomässiga band följare och ledare emellan. House menar att ledaren ska engagera följarna, vilket uppvisas i vår empiri genom att följare exempelvis använder kraftfulla ord för att besvara honom och delar med sig av sina egna personliga problem. Vår empiri visar dock även att följarna skapar starka känslomässiga band också följarna emellan, något som House teori inte explicit beskriver. De identifierar sig kollektivt som Trump-supportrar, vilket visar på att tillhörigheten kan ses som en del av deras sociala identitet.

## 5.2 Twitter som unik plattform: den distanserade ledaren kommer nära

Vi har ovan beskrivit hur följare skapar en gemenskap tillsammans med andra anhängare i Trumps kommentarsflöden. Det i sig är inte unikt eller ovanligt för en följarskara då det faller sig naturligt att de delar likartade åsikter och värderingar i flera avseenden. Vad som blir unikt när det sker på Twitter är dock att plattformen ger en möjlighet för följare att se andra twittrares åsikter. Individuella följare kan interagera och diskutera sina tankegångar med varandra i trådarna, vilket skapar en samhörighet dem emellan. Det gör även att de då kan identifiera sig med andra följare och får dem även att känna en tillhörighet till resterande "Trump-supporters". De kan också med hjälp av hashtags enkelt följa ämnen som är specifikt intressanta för dem vilket gör det lättåtkomligt att finna likasinnade på plattformen. De kan samtidigt på Twitter försvara Trump mot motståndares åsikter, vilket gör att en "vi" och "dem"-känsla tydligt porträtteras i kommentarstrådarna. De som kommenterar känner starkt antingen för eller emot Trump, vilket gör att innehållet som reflekteras speglar en verklighet där neutrala eller nyanserade åsikter till en viss grad suddas ut. Det lämnas inte utrymme för att vara neutral eller delvis instämma med innehållet. Det skapar en ännu starkare gemenskap följarna emellan, eftersom meningsskiljaktigheter som motståndare och följare uppvisar då markant åtskiljs. Polariseringen i kommentarstrådarna på Twitter blir alltså förstärkt som en naturlig konsekvens som inte uppvisas genom traditionella mediekanaler. Twitter förstärker med det sagt möjligheten för följare att skapa en gemenskap.

Enligt Webers (1978) idéer gällande karismatiskt ledarskap så är det omöjligt för följaren att vara likställd med ledaren då denne ses som någon med exceptionella karaktärsdrag och hjältestatus.

Vi har tidigare i diskussionen argumenterat för att följare ser Trump dels ses som en hjälte men också som en nära vän, där den sistnämnda är en motsättning till Webers klassiska idé. I Shamirs (1995) konceptualisering av det karismatiska ledarskapet så utgår han från den fysiska positionen hos en ledare, vilket inte adresseras av Webers ursprungliga texter. Shamir menar att nära och distanserade karismatiska ledare kan skiljas åt. Han menar då att stora ledare, exempelvis presidenter, normalt kategoriseras som distanserat ledarskap. Trump som president passar därför per definition in i rollen som en distanserad ledare.

Emellertid har vi ovan konstaterat att följarna även adresserar honom som om han vore en nära vän, vilket stämmer överens med Shamirs (1995) definition för ett nära ledarskap. Detta motsätter därmed det distanserade ledarskapet, och skapar en motsättning för teorin, då en ledare till synes kan agera som båda enligt våra fynd. Det kan bero på att Twitter som forum medför att följarna där kan vända sig direkt till sin ledare, och att ledaren i sin tur där kan adressera följarna direkt. Från båda håll uppfattas alltså kommunikationen som direkt i både tid och rum, vilket skiljer sig från traditionella medier. Sådana kommunikationskanaler är mer kontrollerade, och där agerar journalister som mellanhänder vilket gör att relationen ledare och följare emellan inte blir de snabba, ärliga och personliga kommunikationsmedel som Collinson (2005) beskriver är fördelen med Twitter. Genom Twitter så är det med det sagt enkelt för Trump att direkt kommunicera med sina följare, utan filter, eftersom mellanhänder försvinner. De korta och koncisa budskapen som Trump förmedlar genom sina tweets på 280 tecken riktar sig direkt till det amerikanska folket. Journalister har traditionellt sett enligt Graber och Dunaway (2015) haft en inverkan på innehållet som återges, och de har valt det som de anser vara relevant i presidentens politik och visioner, men det är inte

fallet på Twitter. Här kan följarna ta del av exakt det som Trump uttrycker i en ofiltrerad och direkt version. Trumps sätt att uttrycka sig genom stilistiska figurer, direkta språk och återkommande visioner som appellerar till det amerikanska folket får honom att framstå som nära. Genom att innehållet i budskapen är enkla för följare att både förstå och ta åt sig, så upplever de att budskapen är direkt riktat till dem, vilket går att se genom hur de besvarar Trump. De skriver att Trump ger dem en röst och tackar honom genom att besvara honom personligen och inte enbart i tredje person. Följare får alltså intrycket av att Trump är ofiltrerad i sitt användande av Twitter, eftersom det skapar ett avslappnat, informellt forum för följare för att direkt kunna besvara honom. Med det sagt är plattformen Twitter en förutsättning för att följarna ska kunna uppleva honom som en nära vän.

Med tanke på att vi ser att följarna besvarar honom som både en hjälte och som en nära vän så indikerar detta att det finns en motsättning för nära och distanserat ledarskap när det förmedlas på Twitter. Vad som gör ledarskap på Twitter unikt, är som vi beskrivit ovan, att följarna ser Trump som nära vän trots att Trump enligt definitionen skulle ses som en distanserad ledare. Det tyder på att Twitter är ett forum där teorin inte har lika självklara distinktioner mellan nära och distanserat ledarskap som över traditionella medier. Följarna kan både uppleva en ledare på Twitter som nära, exempelvis som en vän, och som distanserad ledare, exempelvis som en hjälte. Ett exempel är när följare benämner Trump som "Mr President" och att han skulle vara en Gud, samtidigt som de skriver "see you on Saturday", vilket indikerar att de även ser honom som en person de har en nära relation till. Twitter minskar därmed avståndet mellan den distanserade ledaren och följare, och får honom också att framstå som en nära ledare på samma gång.

### 5.3 Den karismatiska och autentiska ledaren

Utifrån vår analys av följarnas svar till Trump som ledare på Twitter så anser vi att det finns några luckor som inte besvaras utifrån den existerande litteraturen på karismatiskt ledarskap. Följare uppfattar visserligen Trump som karismatisk, men det finns motsägelser mellan det teoretiska ramverket och våra fynd. Följarna anser att Trump är en Gud, men också en nära vän vilket motsätter Webers (1978) teori kring karismatiskt ledarskap. En annan motsägelse är att följarna ser honom som en nära ledare trots att han per definition är en distanserad ledare, något som gör att Shamirs (1995) ramverk inte heller är applicerbart på hur följarna besvarar Trumps ledarskap på Twitter.

För att bättre förklara den nära relationen som följare uppvisar sinsemellan och även gentemot Trump, så kan teorin om autentiskt ledarskap bättre fylla dessa luckor. Som nämnts i teorikapitlet så menar George (2003) att en autentisk ledare främst är personlig, men genom att de leder med personliga syften och värderingar så kan de därigenom få följares respekt. Detta är något som understryks av följarna i Trumps twitterflöde, då de ständigt hyllar honom för att han inte ger vika för påtryckningar som oppositionen riktar mot honom. Han förblir sin egen person genom att inte rätta sig efter normer för posten som president och leder utefter sina egna premisser och inget annat. Följarna besvarar detta tillvägagångssätt som att det är en viktig beståndsdel till varför de anser att Trump är en ledare värd att följa. Vidare hyllar följarna också det faktum att Trump har en bakgrund som affärsman. Det gör att följare anser att den politik som Trump står för i deras ögon upplevs trovärdig, eftersom han tycks aspirera till att skapa liknande goda förutsättningar för det amerikanska folket att lyckas precis som han gjort. Hans affärsimperium och verksamheter

förkroppsligar förmågan att kunna bygga sin egen rikedom, vilket är en del av den amerikanska drömmen. Han tilltalar därmed en gemensam önskan som återfinns hos en stor del av följarna genom att förmedla sådana värderingar och syften. Hans återkommande slagord "Make America Great Again", är ett exempel som återupprepas av följare i kommentarsfälten, och som därmed indikerar att Trumps visioner om att USA ska återgå till sin forna glans är något som skapar respekt i deras ögon. Detta är också en aspekt som skiljer honom från tidigare presidenter, vilka i många fall inte har en livshistoria utanför politiken. Detta är i linje med Shamir & Eilams (2005) forskning som understryker vikten av att leda värdebaserat för att vara en autentisk ledare. De menar då att livshistorien är en viktig förutsättning för att ledarskapet ska uppfattas som autentiskt i följarnas ögon. Vi ser i vår empiri att följarna anser att Trump för folkets talan och utgör en röst för dem gentemot etablissemang som ett flertal av dem uttrycker en misstro gentemot. Det skapar respekt från följares sida eftersom de ser honom som en genuin förkämpe för deras åsikt.

Trots att följarna besvarar Trump som en nära vän och tillskriver honom egenskaper som en autentisk ledare, så är det inte alltid att som Trumps karaktärsdrag stämmer överens med en autentisk ledare. I vår analys har vi identifierat tecken på att Trump leder med självsäkerhet och ett gott självförtroende utan nödvändigtvis ha en grund för det. Ett exempel på detta är när han påstår sig ha vunnit presidentvalet 2020, trots att grundad fakta tyder på motsatsen. Enligt Kernis och Goldman (2006) så är det viktigt för den autentiske ledaren att känna till sin egen förmåga men också sina begränsningar. Även Henderson & Hoy (1983) påpekar att ledaren tar ansvar för sina handlingar och sina misstag vilket Trump visar tendenser på att förbise. Detta motsätter att Trump skulle vara en autentisk ledare. I ett socialkonstruktionistiskt perspektiv kommer han dock att vara autentisk så länge hans följare anser honom vara det. Våra fynd indikerar att följare inte bryr sig om Trumps tillkortakommanden, utan väljer att likt Trump skylla ifrån sig på motståndare. Detta är dock istället i linje med Spoelstras (2018) resonemang om att autentiska ledare endast behöver uppfattas som sanningssägare av följarna, men inte nödvändigtvis vara det i praktiken. Att Trump uppfattas som trovärdig är det som i vår studie tycks göra Trump till en autentisk ledare i följares ögon, eftersom han stundtals uttrycker sig utan grund men följare fortfarande upplever honom som övertygande överlag.

Att följarna inte endast uppfattar Trump som karismatisk men också som autentisk, förklarar varför han besvaras som en hjälte men också som en nära vän av följarna. De anser honom vara en nära vän eftersom han delar med sig av sin personlighet och värderingar på Twitter precis som teorin för autentiskt ledarskap beskriver. Eftersom han dock fortfarande är president och inte direkt besvarar följare personligen så förblir han till viss del fortfarande långt ifrån dem, vilket gör att han också förblir en hjältelik karismatisk ledare. En del av den tidigare litteraturen diskuterar kring de snarlika dragen teorierna uppvisar (Spoelstra, 2018) medans andra motsätter sig det med argumentet att karaktärsdragen kan se alltför olika ut (Yukl, 1999). Det behöver dock inte nödvändigtvis vara så att karismatisk och autentiskt ledarskap är två teorier med liknande egenskaper, utan att följaren blir ambivalent i sin uppfattning och inte ser Trump som antingen eller. Detta föreslår alltså att följaren upplever Trump som en hjälte med exceptionella egenskaper samtidigt som följaren exempelvis identifierar sig i ledarens livshistoria och anser honom som äkta vilket är i linje med den autentiske ledaren. Detta går att förstå utifrån ett socialkonstruktionistiskt perspektiv då det är följarens uppfattning om ledaren som både karismatisk och autentisk som i sin tur skapar förutsättningen för

den karismatiska respektive den autentiska ledaren. Med denna utgångspunkt är ledaren det som följaren tillskriver ledaren att vara. I Trumps fall, både karismatisk och autentisk.

Då en följare tenderar att leta efter bevis för de egenskaper som bekräftar den redan besittande uppfattningen så kommer följaren se till de sedvanligt positiva egenskaperna hos Trump. Här har autentiskt och karismatiskt ledarskap desto fler likheter. Exempelvis agerar en ledare med vision inom både karismatiskt och autentiskt ledarskap (Weber, 1978), men för den autentiske teorin så poängteras det att ledaren även leder med syfte och personlighet (Shamir & Eilam, 2005). Det förklarar varför följaren uppfattar Trump som en autentisk och karismatisk ledare i en och samma handling vilket blir tydligt på Twitter. Med andra ord indikerar våra fynd att autentiskt och karismatiskt ledarskap inte behöver vara helt frånskilda teorier. Twitter som plattform gör att karismatiskt och autentiskt ledarskap överensstämmer till viss del och även kan agera som komplement till varandra. Genom att se till hur följare besvarar Trump på Twitter så kan vi se att det karismatiska ledarskapet han uppvisar där, även innefattar tendenser till att följarna ser honom som en autentisk ledare. Detta eftersom Twitter utgör en möjlighet för följarna att samtidigt skapa en personlig och social relation till sin ledare.



## 6. Slutsats

Denna uppsats har undersökt hur följare på Twitter konstruerar ledarskap. Grunden för uppsatsen ligger i intresset att undersöka ett hittills outforskat område och bidra till det informationsgap vi identifierat gällande hur följare konstruerar ledarskap på den sociala medieplattformen Twitter. Även om Twitter tidigare har uppmärksammats av ledarskapsforskare, så har följarnas perspektiv utelämnats. Vi har därför i denna studie undersökt hur USA:s 45:e president Donald Trumps följare besvarar honom på Twitter. En av de faktorer som utmärker Trump är hans frekventa och ofiltrerade användande av Twitter. Tidigare forskning har benämnt Trump som en karismatisk ledare, vilket även bekräftas i vår studie. Vi konstaterar att Trumps följare på Twitter besvarar honom som om han besitter exceptionella egenskaper samt agerar felfritt och vi kan därmed se att de tillskriver honom en hjältestatus likt den Weber (1978) beskriver. Däremot konstaterar vi att endast karismatiskt ledarskap som teori inte räcker för att beskriva de sätt som Trumps följare besvarar honom på. Autentiskt ledarskap är yttermera en ledarskapsteori som passar in på det sättet följarna besvarar Trump på Twitter. Detta indikerar att en följare kan tillskriva en ledare både karismatiska och autentiska ledarskapsideal. Således tyder detta på att dessa två ledarskapsteorier är nära sammankopplade och kan verka samtidigt trots flertalet motsägelsefulla karaktärsdrag.

Ytterligare ett fynd som studiens resultat visar på är att Twitter som plattform möjliggör att följare på ett enkelt sätt kan interagera med sin ledare och skapa en dialog. Detta har visats genom att följare identifierar Trump som en distanserad ledare genom den hjältestatus han tillskrivs, men också genom att visa att de ser honom som en nära ledare. I enlighet med Shamirs (1995) konceptualisering, så borde Trump enbart kategoriseras som en distanserad ledare eftersom han innehar rollen som president. Detta tyder på att Shamirs teori inte är tillfredsställande för att beskriva relationen mellan en karismatisk ledare och dess följare när det sker på Twitter. Twitter bidrar till att skapa en brygga där följare upplever ledare som både nära och lättillgängliga, och det resulterar i att skillnaden mellan en distanserad och en nära ledare inte heller är så distinkt som tidigare ledarskapsforskare har föreslagit.

I denna studie utmärker sig Twitter som plattform i den aspekten att följare ges möjlighet att kommunicera direkt till sin ledare, men även till andra följare. I studien har vi sett att följare på Twitter adresserar ledare som att de har en gemenskap och tillsammans strävar mot gemensamma mål. De pratar även som att de är ett kollektiv med andra följare. Detta är en del av Webers (1978) karismatiska ledarskap och något som blir tydligt på Twitter eftersom följare och motståndares åsikter blir synliga på ett unikt sätt. Öppna diskussioner kan föras på Twitter vilket gör att användare kringgår den faktiska distansen dem emellan och därmed komprimerar tid och rum. Förutom att distansen mellan användare upplevs minska, och att gemenskapen följare sinsemellan ökar så blir polariseringen mellan följare och motståndare tydligt. I empirin har vi sett i fallet av Trump att följare försvarar sin ledare emot kommentarer från motståndare.

Karismatiska ledare har historiskt sett inspirerat och uppmanat följare till handling. Det har länge ansetts vara en naturlig och inneboende del av det karismatiska ledarskapet. I och med att vår studie identifierar att följarna ser Trump som både karismatisk och autentisk, så är även en intressant aspekt hur dessa fynd samspekar i verkligheten. Utgångspunkten för vår studie är att följare konstruerar ledarskapet i fråga, och genom att följare på Twitter upplever Trump som dels en hjälte,

och dels som en nära vän, så kan detta skapa förutsättningar händelser liknande de som inträffade på Capitol Hill i Washington DC i början av 2021, där supportrar till Trump stormade USA:s kongress. Då karismatiska ledare inspirerar följare med sina ideologiska visioner, så kan denna teori förklara att följare inspirerades till handling. Samtidigt kan den autentiska ledarskapsteorin medföra ytterligare en dimension för att de inspirerades och övertygades till handling, nämligen att de upplever relationen till sin ledare på plattformen som nära. Följaren får på så sätt förtroende för ledaren i dubbel bemärkelse eftersom följaren då dels har förtroende för den hjälteliknande karismatiska ledaren, men också förtroende för den nära vännen eller autentiske ledaren. I vår studie har vi sett att gemenskapen mellan följare förstärks på plattformen, vilket är ytterligare en intressant aspekt gällande Twitters betydelse för följares agerande i detta sammanhang. Detta resonemang tyder på att Twitters roll i konstruktionen av ledarskap och dess effekter alltså inte ska försummas, utan det utgör en verklighet så verklig som någon.

### *Framtida forskning*

Detta leder oss slutligen in på de möjligheter vi identifierat för fortsatt forskning. Vår studie behandlar ett relativt outforskat ämne, vilket gör att det har goda förutsättningar för att undersökas vidare i framtida studier. Till följd av vårt bidrag så föreslår vi att området gällande interaktioner följare och ledare emellan på Twitter kräver vidare forskning för att bredda kunskapen ytterligare. Förslagsvis kan en större studie genomföras där både följares och motståndares perspektiv inkluderas. Dessutom föreslår vi att inkludera ett flertal ledare i framtida studier, både de som ses som karismatiska och de som ses som icke-karismatiska för att undersöka likheter och skillnader dem emellan. Eftersom denna studie endast kretsat kring det sociala mediet Twitter skulle liknande studier kunna utföras på andra typer av sociala medier för att jämföra resultaten och se om andra plattformar uppvisar liknande skillnader. Vidare hade det även varit av intresse att genomföra en liknande studie med en annan politiker eller ledare inom andra organisationer för att se till eventuella skillnader från vår studie. Vidare föreslår vi även att framtida forskning bör fokusera på att undersöka förhållandet mellan karismatiskt och autentiskt ledarskap överlag. Vi har i vår studie belyst att de båda teorierna kan överlappa och agera som komplement till varandra. Våra fynd indikerar att autentiskt ledarskap kan användas för att beskriva hur följare besvarar en karismatisk ledare på Twitter, och att vidareutveckla en sådan koppling i andra kontexter hade förefallit intressant för att skapa bättre teoretisk förståelse på området.

## 7. Referenser

- Aharony, N. (2012). Twitter Use by Three Political Leaders: An Exploratory Analysis, *Online Information Review*, vol. 36, no. 4, pp. 587–603
- Alvesson, M., & Sköldbberg, K. (2008). *Tolkning och reflektioner* uppl. 2, Danmark: Studentlitteratur
- Antonakis, J., & Atwater, L. (2002). Leader Distance: A Review and a Proposed Theory, *Leadership Quarterly*, vol. 13, no. 6, pp. 673–704
- Antonakis, J., Fenley, M., & Liechti, S. (2011). Can Charisma Be Taught? Tests of Two Interventions, *Academy of Management Learning & Education*, vol. 10, no.3, pp. 374-396
- Avolio, B., Gardner, W., Walumbwa, F., Luthans, F., & May, D. (2004). Unlocking The Mask: A Look at the Process by Which Authentic Leaders Impact Follower Attitudes and Behaviors, *The Leadership Quarterly*, vol. 15, no. 6, pp. 801-823
- Bass, B. (1985). Leadership: Good, Better, Best, *Organizational Dynamics*, vol. 13, no. 3, pp. 26-40
- Begley, P. T. (2001). In Pursuit of Authentic School Leadership Practices, *International Journal of Leadership in Education*, vol. 4, no. 4, pp. 353–365
- Bennett, L. (1990). "Toward a Theory of Press-State Relations in the US." *Journal of Communication*, vol 40, no. 2, pp 103-125
- Bhindi, N., & Duignan, P. (1997). Leadership for a New Century: Authenticity, Intentionality, Spirituality, and Sensibility, *Educational Management and Administration*, vol. 25, no. 2, pp. 117–132
- Blair, G. (2015). *The Trumps: Three Generations of Builders and a Presidential Candidate*, New York Simon & Schuster
- Bryman, A., & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, uppl. 2, Stockholm: Liber AB
- Clarke, I., & Grieve, J. (2019). Stylistic variation on the Donald Trump Twitter Account: A Linguistic Analysis of Tweets Posted Between 2009 and 2018, *Plos one*, vol. 14, no. 9, pp. 1-27
- Collinson, D. (2005). Questions of Distance, *Leadership*, vol. 1, no. 2, pp. 235-250
- Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1987). Toward a Behavioral Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings, *The Academy of Management Review*, vol. 12, no. 4, pp. 637–647
- Cooper, C. D., Scandura, T. A., & Schriesheim, C. A., (2005). Looking Forward but Learning from our Past: Potential Challenges to Developing Authentic Leadership Theory and Authentic Leaders,

*The Leadership Quarterly*, vol. 16, no. 3, pp. 475-493,

DeRue, D., & Ashford, S. (2010). Who Will Lead and Who Will Follow? A Social Process of Leadership Identity Construction In Organizations, *The Academy of Management Review*, vol 35, no. 4, p 627-647

Dragomir, M. (2018). Control the money, control the media: How government uses funding to keep media in line, *Journalism*, vol. 19, no. 8, pp. 1131- 1148

Eshbaugh-Soha., M & Peake, J (2011). Breaking Through the Noise Presidential Leadership, Public Opinion, and the News Media, Kalifornien: Stanford University Press

Eshbaugh-Soha, M. (2013). Presidential Influence of the News Media: The Case of the Press Conference, *Political Communication*, vol. 30, no. 4, pp. 548-564

Eshbaugh-Soha, M. & McGauvran, R. J. (2018.) Presidential Leadership, the News Media, and Income Inequality, *Political Research Quarterly*, vol. 71, no. 1, pp. 157–171

Fontaine, S. A., & Gomez, D.M. (2020). Going Social: A Comparative Analysis of Presidents' Official and Social Media Messages, *Presidential Studies Quarterly*, vol. 50, no. 3, pp. 507-538

Fragouli, E. (2018). The Dark-side of Charisma and Charismatic Leadership, *Business and Management Review*, vol. 9, no. 4, pp. 298-307

Gainor, D. (2016). Trump the Twitter President: Social Media Gives Him Tweet Revenge, Fox News, 7 december, Tillgänglig online:  
<https://www.foxnews.com/opinion/trump-the-twitter-president-social-media-gives-him-tweet-revenge> [Hämtad 8 januari 2020]

Gardner, W. L., Coglisier, C.C., Davis K. M., & Dickens, M. P. (2011). Authentic Leadership: A Review of the Literature and Research Agenda, *The Leadership Quarterly*, vol. 2, no.6, pp. 1120- 1145

George, W. (2003). Authentic Leadership: Rediscovering the Secrets to Creating Lasting Value, San Francisco: Jossey-Bass

Ghazal Aswad, N. (2019). Exploring Charismatic Leadership: A Comparative Analysis of the Rhetoric of Hillary Clinton and Donald Trump in the 2016 Presidential Election, *Presidential Studies Quarterly*, vol 49, no. 1, pp. 56-74

Graber, D. A., & Dunaway, J. (2015). Mass Media and American Politics, uppl. 9, Washington, DC: C

Graham, T., Broersma, M., & Hazelhoff, K. (2013). Closing the Gap? Twitter as an Instrument for Connected Representation, i R. Gerodimos, D. Jackson, D. Lilleker & R. Scullion (eds), *Agents of (Dis)Empowerment: Media and Civic Engagement*, London: Routledge, pp. 71-88

- Ha, J. S., Ji, S. W., & Shin, D-H. (2018). Selective exposure to partisan media: Moderating factors in evaluations of the president, *The Social Science Journal*, vol. 55 no. 1, pp. 62-74
- Heffernan, R (2006). The Prime Minister and the News Media: Political Communication as a Leadership Resource, *Parliamentary Affairs*, vol. 59, no. 4, pp. 582–598
- Henderson, J. E., & Hoy, W. K. (1983). Leader Authenticity: The Development and Test of an Operational Measure, *Educational and Psychological Research*, vol. 3, no. 2, pp. 63–75
- House, R. J. (1976). A 1976 theory of charismatic leadership, Working Paper Series no. 76-06, Toronto University
- House, R. J., & Howell, M. J. (1992). Personality and Charismatic Leadership, *The leadership Quarterly*, vol. 3, no. 2, pp. 81-108
- House, R. J., Spangler, W. D., & Woycke, J. (1991). Personality and charisma in the u.s. presidency: a psychological theory of leader effectiveness, *Administrative Science Quarterly*, vol. 36, no. 3, pp. 364–395
- Ie, K. W. (2020). Tweeting Power: The Communication of Leadership Roles on Prime Ministers' Twitter, *Politics and Governance*, vol. 8, no. 1, pp. 158–170
- Iszatt-White, M. & Saunders, C. (2017). *Leadership*, Oxford: Oxford University Press
- Jackson, B., & Parry, K. (2018). *A Very Short, Fairly Interesting and Reasonably Cheap Book About Studying Leadership*, London: Sage Publications Ltd
- Joose, P. (2014). Becoming a God: Max Weber and the social construction of charisma, *Journal of Classical Sociology*, vol. 14, no. 3, pp. 266-283
- Joose, P. (2019). Countering Trump: toward a theory of charismatic counter-roles, *Social Forces*, vol. 97, no. 2, pp. 921-944.
- Kernis, M. H. (2003). Toward a Conceptualization of Optimal Self-esteem, *Psychological Inquiry*, vol. 14, no. 1, pp. 26
- Kernis, M. H., & Goldman, B. M. (2006). A Multicomponent Conceptualization of Authenticity: Theory and Research, I M. P. Zanna (eds), *Advances in experimental social psychology*, San Diego: Academic Press, pp. 283–357
- Kissas, A. (2020). Performative and ideological populism: The case of charismatic leaders on Twitter, *Discourse & Society*, vol. 31, no. 3, pp. 268-284
- Kranish, M., & Fisher, M. (2016). *Trump Revealed: An American Journey of Ambition, Ego, Money, and Power*, New York: Scribner.

- Ladkin, D. (2017). How did that happen? Making sense of the 2016 US presidential election result through the lens of the 'leadership moment', *Leadership*, vol. 13, no. 4, pp. 393-412.
- Nai, A., Martínez i Coma, F. and Maier, J. (2019). Donald Trump, Populism, and the Age of Extremes: Comparing the Personality Traits and Campaigning Styles of Trump and Other Leaders Worldwide, *Presidential Studies Quarterly*, vol. 49, pp. 609-643.
- Parmelee, J. H., & Bichard, S. L. (2012). *Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship Between Political Leaders and The Public*, New York: Lexington Book
- Rassameeroj, I., & Wu, S. F. (2019). Reverse Engineering of Content Delivery Algorithms for Social Media Systems, *2019 Sixth International conference on Social Networks Analysis, Management and Security (SNAMS)*, pp. 196-203
- Rennstam, J., & Wästerfors, D. (2011). Att analysera kvalitativt material, I G. Ahrne & P. Svensson (eds), *Handbok i Kvalitativa Metoder*, Malmö: Liber, pp. 194-210
- Rennstam, J., & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie - Om analysarbete i kvalitativ forskning*, Lund: Studentlitteratur AB
- Shamir, B. (1995). Social Distance and Charisma: Theoretical Notes and an Exploratory Study, *Leadership Quarterly*, vol. 6, no. 1, pp. 19-47
- Shamir, B. (1999). Leadership in Boundaryless Organizations: Disposable Or Indispensable, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, vol. 8, no. 1, pp. 49-71.
- Shamir, B., & Eilam, G. (2005). "What's Your Story?": A Life-stories Approach to Authentic Leadership Development, *The Leadership Quarterly*, vol. 16, no. 3, pp. 395-417
- Skärvad, P., & Lundahl, U. (2016). *Utredningsmetodik*, uppl. 4, Lund: Studentlitteratur AB
- Spector, B. (2016). Carlyle, Freud and the Great Man Theory More Fully Considered, *Safe Publications*, vol. 12, no. 2, pp. 250-260
- Spoelstra, S. (2018). *Leadership and Organisation: a philosophical introduction*, London: Routledge
- Tomkins, L. (2020). Lost in Translation, Recovered in Conversation? Introducing Leadership's Social Media Profile, *Leadership*, vol. 16, no. 5, pp. 620-629
- Trimble, L. (2007). Gender, Political Leadership and Media Visibility: "Globe and Mail" Coverage of Conservative Party of Canada Leadership Contests, *Canadian Journal of Political Science*, vol. 40, no.4 pp. 969-993
- Trump, D. (2020). realDonaldTrump [Twitter], Tillgänglig online: <https://twitter.com/realdonaldtrump> [Hämtad 26 november]

Trump Twitter Archive V2. (2020). Trump Twitter Archive V2, Tillgänglig online: <https://www.thetrumparchive.com> [Hämtad 26 november]

Twitter. (2020). Getting Started Guide, Tillgänglig online: <https://help.twitter.com/en/twitter-guide> [Hämtad 28 november]

van Knippenberg, D., & Sitkin, S. B. (2013). A Critical Assessment of Charismatic—Transformational Leadership Research: Back to the Drawing Board?, *The Academy of Management Annals*, vol. 7, no. 1, pp. 1-60

Wallis, R. (1982). The social construction of charisma, *Social Compass*, vol. 29, no. 1, pp. 25–39

Weber, M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Berkeley: University of California Press.

Williams, E.A., Pillai, R., McCombs, K., Lowe, K.B., Deptula, B.J. (2020). Adaptive and maladaptive narcissism, charisma, and leadership performance: A study of perceptions about the presidential leadership of Donald Trump, *Leadership*, vol. 16, no. 6, pp. 661–682

Wired. (2017). How To Tell When Someone Else Tweets From @realDonaldTrump, Tillgänglig Online: <https://www.wired.com/story/tell-when-someone-else-tweets-from-realdonaldtrump/> [Hämtad 10 Januari 2021]

Yglesias, M. (2018). The Case for Fox News Studies, *Political Communication*, vol. 35, no. 4, pp. 681-683

Yukl, G. (1993). A Retrospective on Robert House's "1976 Theory of Charismatic Leadership" and Recent Revisions, *The Leadership Quarterly*, vol. 4, no. 3-4, pp. 367-373

Yukl, G. (1999). An Evaluation of Conceptual Weakness in Transformational and Charismatic Leadership Theories, *The Leadership Quarterly*, vol. 10, no. 2, pp. 285-305

## 8. Appendix

1. En video där Trump framför ett tal på Twitter till sina följare med vita huset i bakgrunden.

What's going on now is the single greatest scam in the history of American politics. The democrats want to take away your guns, they want to take away your healthcare, they want to take away your vote, they want to take away your freedom, they want to take away your judges, they want to take away everything. We can never let this happen, we are fighting to drain the swamp and that's exactly what I am doing and you see why we have to do it, because our country is at stake like never before. It is all very simple, they are trying to stop me, because I am fighting for you and I am never let that happen.

2. En tecknad bild av Donald Trump som med två virar över sin axel drar en plattform över havet. På plattformen finns flera företag representerade med olika symboler. En blå bil med ford märke, en byggnad med märket Carrier, en blå kartong med Oreos, en behållare med kol och piedestal med en apple logga och en Apple dator