

Personifiering genom partiledare

En jämförelse av rapporteringen i Helsingin
Sanomat och Iltasanomat inför riksdags-
valet 2019

Jesper Sundström

Statskunskap med masskommunikation

Avhandling för magisterexamen

Handledare: Tom Carlson

Fakulteten för samhällsvetenskaper och
ekonomi

Åbo Akademi

Vasa, 2020

Abstrakt

Författare: Jesper Sundström.	Årtal: 2020
Arbetets titel: Personifiering genom partiledare. En jämförelse av rapporteringen i Helsingin Sanomat och Iltasanomat inför riksdagsvalet 2019.	
Opublicerad avhandling för magisterexamen i statskunskap med masskommunikation.	Sidantal: 74
Vasa: Åbo Akademi. Fakulteten för samhällsvetenskaper och ekonomi.	
<p>Abstrakt:</p> <p>Personifiering är ett fenomen där politiska individer får större roller på bekostnad av politiska kollektiv. Den så kallade centraliserade personifieringen innebär att makten skiftar från att tidigare ha funnits hos politiska partier och i politiska kabinett till att finnas hos enskilda ledare. Utvecklingen bidrar till att avhandlingen undersöker hur Iltasanomat och Helsingin Sanomat personifierade politiken genom partiledare inför riksdagsvalet i Finland 2019. Orsaken till att en kvälls- och en dagstidning jämförs beror på att den tidigare forskningen visar att den förväntade skillnaden är att kvällstidningar personifierar politiken genom partiledare i större utsträckning än dagstidningar. Syftet med avhandlingen är att undersöka hur den finländska kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare. Syftet är också att få ett svar på om de personifieringstrender som hittas i tidigare forskning även hittas i Finland. För att undersöka detta kommer avhandlingen att ha följande frågeställning: vilka skillnader finns det i hur kvälls- och dagspressen personifierar valbevakning genom att fokusera på partiledare och är det vanligare att kvällspressen personifierar än att dagspressen gör det? För att besvara frågeställningen valdes kvantitativ innehållsanalys som avhandlingens metod och då två tidningar undersöks är designen jämförande. Studiens material avgränsas till tidningarna som utkom under den sista månaden före riksdagsvalet. Endast nyhetsartiklar som relaterar till valkampanjen och det kommande valet och som publiceras på tidningarnas nyhetssidor analyseras. Resultaten visar att det är vanligare att kvällspressen personifierar politiken genom partiledare än att dagspressen gör det. Oberoende av om det handlade om hur ofta partiledare nämndes som subjekt, hur många fotografier som avbildade partiledare eller hur många egenskaper som nämndes om partiledare så var det vanligare att partiledaren hade en mera framträdande roll i IS än i HS.</p>	
Sökord/indexord/nyckelord: Personifiering, partiledare, valbevakning, medier, valkampanj.	

Innehåll

1 Inledning	5
1.1 Syfte och frågeställning	9
1.2 Avhandlingens disposition	9
2 Studiens referensram	10
2.1 Personifiering som begrepp och fenomen	10
2.1.1 Centraliserad och decentraliserad personifiering	14
2.1.2 Individualisering och privatisering	18
2.2 Personifiering av partiledare i nyhetsmedier	19
2.3 Personifiering i dags- och kvällspress	23
2.4 Sammanfattning av referensramen	27
3. Metod och material	30
3.1 Metod	30
3.1.1 Kvalitativ innehållsanalys	30
3.1.2 Kvantitativ innehållsanalys	31
3.1.3 Val av metod	32
3.2 Val av material	35
3.3 Variabler och variabelvärden	37
3.3.1 Presentation av kodschemat för cell 1	39
3.3.2 Presentation av kodschemat för cell 3 och 5	40
3.3.3 Presentation av kodschemat för cell 4 och 6	41
3.4 Validitet och reliabilitet	42
3.5 Sammanfattning av metodkapitlet	44
4 Resultat	45
4.1 Personifieringsgrad i tidningsartiklarna	45
4.2 Personae och intimering i tidningspressen	51
4.3 Den visuella valbevakningen: personifieringsgrad, personae och intimering	55
4.4 Sammanfattning av resultaten	61
5 Slutdiskussion	65
Litteraturförteckning	69
Bilagor	73

Tabeller

Tabell 1. Avhandlingens studieområden: sex celler.....	38
Tabell 2. Partiledare och partier som subjekt och objekt.....	46
Tabell 3. Partiledare som dominerande subjekt och objekt.....	47
Tabell 4. Artiklar med partiledare som dominerande subjekt och objekt.....	48
Tabell 5. Vilken partiledare fokuserar artiklarna på.....	49
Tabell 6. Kodade egenskaper per artikel i medeltal.....	52
Tabell 7. Hur många gånger skrivs det om egenskaperna.....	52
Tabell 8 Partiledarnas egenskaper i IS.....	53
Tabell 9. Partiledarnas egenskaper i HS.....	57
Tabell 10. Fördelning av fotografier.....	56
Tabell 11. Partiledarfotografiernas miljö och klädkod per tidning.....	58
Tabell 12. Partiledarfotografiernas miljö och klädkod per tidning (nedbrutet per partiledare)	59

Figurer

Figur 1. Indelning av personifiering i institutionell, medie- och beteendemässig personifiering.....	18
---	----

1 Inledning

Det finns mycket som tyder på att de individuella politikerna har fått en större betydelse än de politiska partierna. Till exempel konstaterar Bjerling (2012, s. 2) att partiernas möjlighet att kontrollera eller styra samhällsutvecklingen har minskat och det betyder att partierna har tappat en del av sin tidigare roll som centrum för beslutsfattande. Såväl Bjerling (2012) som Karvonen (2014), Adam och Maier (2010) och Van Aelst, Sheaffer och Stanyer (2011) hävdar att de individuella politikerna har fått större roll på bekostnad av de politiska partierna – någonting som kallas för en personifiering av politiken. En dylik utveckling förändrar politiken och till exempel påpekar McAllister (2007, s. 582–583) att om partierna tappar sin betydelse så kommer det också att påverka hur väljarna uppfattar sina ledare. McAllister hävdar att personifieringen av politiken leder till en utveckling där partiernas politik inte betonas lika mycket som tidigare i samband med en valkampanj. I stället läggs fokus på de olika partiledarnas personligheter. Enligt Bjerling (2012, s. 2) har utvecklingen mot en personifierad politik lett till att de politiska ledarna har blivit viktigare för medborgarna och framför allt för medierna som bevakar politiken. Också Garzia (2011, s. 703) diskuterar hur väsentliga partiledarnas personligheter är i en valkampanj, och Garzia menar att en av de tydligaste följderna av en personifiering av politiken är att just partiledarnas personligheter blir viktigare i samband med en valkampanj och ett val. Samtidigt konstaterar Garzia (2011, s. 7) att ytterligare en orsak till att personligheterna har blivit viktigare är att de politiska ledarna har blivit allt mer synliga för väljarna som en följd av de teknologiska framsteg som har skett i massmedierna.

Personifiering är alltså en utveckling där individen får en starkare roll på bekostnad av kollektivet, men det finns ett antal olika teorier som berör politikens personifiering. Bland annat finns den så kallade centraliserade personifieringen som Balmas, Gideon, Sheaffer och Shenav (2013, s. 37) beskriver som en utveckling där makten skiftar från att tidigare ha varit hos de politiska partierna och de politiska kabinetten till att finnas hos de enskilda politiska ledarna. Just de enskilda ledarna är väsentliga i den här avhandlingen och det centrala i avhandlingen är framför allt

tidningspressens del i personifieringen av politiken samt specifikt hur partiledare personifieras i tidningspressen. Orsaken till att det är intressant att undersöka tidningspressens personifiering av politiken genom partiledare är att personifiering är någonting som används av massmedierna för att väcka intresse. Bland annat menar Kriesi (2011, s. 826) att det går att hävda att medierna har skapat en egen form av medielogik när det handlar om att bevaka politik och framför allt när det gäller att bevaka politik i samband med val. Kriesi hävdar att personifiering – precis som negativitet, konflikt och skandal – hör till de nyhetsvärden som medierna strävar efter att inkludera i sin nyhetsbevakning. På samma gång finns det flera teorier om varför den personifierade nyhetsbevakningen har ökat. Till exempel argumenterar Bjerling (2012, s. 3) för att en orsak till utvecklingen är att det finns trender i politiken, men också i samhället, som tillsammans med olika medieaspekter ger en ökning av en personifierad nyhetsbevakning. Enligt Bjerling finns det också anledning att tro att nyhetsbevakningen fokuserar allt mer på de individuella politiska ledarna, deras personliga karaktärsdrag och deras personliga liv.

Som ovan nämnts är tidningspressens personifiering av partiledare i nyhetsbevakningen det centrala i den här avhandlingen. Med tanke på det är givetvis den redan nämnda centraliserade personifieringen – som innebär att makten skiftar från att tidigare ha varit hos de politiska partierna och de politiska kabinetten till att finnas hos de enskilda ledarna – väsentlig. Intresset att undersöka personifiering av politiken genom partiledare bottnar i den personifieringsdiskussion som Bjerling (2012), men även bland annat McAllister (2007), Adam och Maier (2010) och Karvonen (2014), för. De menar att det är partiledarna som förväntas bli viktigare som en följd av personifieringen av politiken. På samma gång anser Dalton, McAllister och Wattenberg (2000, s. 51) att en utveckling mot en personifierad politik leder till att de trycka medierna börjar fokusera på partiledarna i större utsträckning än tidigare. Men det är även partiledarna som för partiets talan och agerar som partiernas ansikten utåt och det innebär att de får viktigare roller, någonting som även Dalton med flera påpekar. De konstaterar dessutom att det finns indikationer på att tidningspressen allt oftare hänvisar till partiledarna och inte till de partier som de representerar. Också Costa Lobo och Ferreira da Silva (2017, s. 1–2)

anser att partiledarna har blivit viktigare än tidigare och dessutom har partiledarna blivit viktigare för väljarna i samband med ett val. På samma gång finns det studier som visar att olika tidningstyper förhåller sig olika till personifiering. Framför allt handlar det om att det finns förväntade skillnader angående hur kvälls- och dagspressen använder sig av personifiering i sin nyhetsbevakning. Den övergripande åsikten i forskningen är att kvällspressen personifierar mera än vad dagspressen gör. Det är en bidragande faktor i intresset för att undersöka hur partiledare personifieras i tidningspressen. Med stöd av tidigare forskning av bland annat Kriesi (2011), Johansson (2017), Karidi (2017) samt Van Aelst, Sheaffer, Hubé och Papathanassopolous (2017) går det att konstatera att det är vanligare att kvällspressen personifierar än att dagspressen gör det. Kriesi (2011, s. 832) påpekar att kvällspressen personifierar mera än dagspressen oberoende av om det handlar om ett parlamentariskt system eller ett presidentiellt system. Kriesi noterar dessutom att kvällspressen har börjat personifiera mera med tiden medan dagspressen har behållit en liknande grad av personifiering över tid. På samma gång påpekar Akkerman (2011, s. 932) att den klassiska skillnaden mellan den kvalitativa dagspressen och den tabloidiserade kvällspressen är att kvällspressen ska rikta sig till de, så kallade, vanliga människorna och fokusera på deras bekymmer samt överlag fokusera på konflikt samt dramatik. Det betyder givetvis att dagspressen förväntas stå för en mera saklig nyhetsbevakning.

Det centrala i den här avhandlingen är att undersöka hur partiledare personifieras i tidningspressen och det är finländska partiledare som är i fokus. En vägande orsak till att det är värdefullt att undersöka finländska partiledare är att det inte har genomförts många motsvarande studier om finländska partiledare i valbevakningen. Som redan har konstaterats har det forskats mycket om personifiering i tidningspressen i andra länder och det är den tidigare forskningen om personifiering i kvälls- och dagspress som gör ämnet intressant. Med tanke på den tidigare forskningen kan man förmodligen anta att också den finländska kvällspressen personifierar mera än vad den finländska dagspressen gör. Dessutom är det troligt att partiledarna har blivit viktigare som en följd av personifieringen av politiken. Dock konstaterar Kriesi (2011) att det finns olika skillnader mellan länder när det handlar

om personifiering, skillnader som i huvudsak beror på till exempel de olika valsystemen och de olika former av nationella parlament som återfinns i respektive land. Det är möjligt att även om det förekommer personifiering i den finländska tidningspressen kan den ändå skilja sig jämfört med i andra länder. Dock finns det mycket som tyder på att även de finländska partiledarna har fått större roller än tidigare. Till exempel anser Karvonen (2014, s. 2) att Finland inte utgör ett undantag när det handlar om att de politiska individerna har blivit viktigare på bekostnad av de politiska partierna. Karvonen menar att de övergripande trenderna gällande personifiering som hittas i Finland även hittas i andra jämförbara länder. Även Paloheimo (2003, s. 241) anser att det förekommer en personifiering av den finländska politiken. Paloheimo menar att personifieringen av politiken i Finland leder till att partiledarna har fått allt starkare och allt mer autonoma positioner i sina partier. Paloheimo (2003, s. 238) har undersökt personifiering i Finland och framför allt riktat in sig på om statsministern har fått en starkare position som en följd av personifieringen av politiken. Paloheimo (2003, s. 241) konstaterar att statsministern har fått en större synlighet i medierna, men han betonar också att det inte endast är statsministern som har fått en större roll i politiken och i det egna partiet som en följd av personifieringen. Paloheimo påpekar att även de övriga partiledarna har fått starkare roller, men statsministern har fått en ännu starkare roll som partiledare än sina partiledarkollegor. Paloheimo (2007, s. 257) konstaterar också att utvecklingen i Finland har inneburit att partiledarna syns allt mer i medierna och det är vanligt att medierna publicerar det mesta som en partiledare säger. Paloheimo (2007, s. 259) menar att det här leder till att partiledarna betonas mest av partierna i samband med en valkampanj och det är partiledaren som får agera som ansiktet utåt under kampanjen. Med andra ord finns det flera aspekter som tyder på att partiledarna har fått en större roll och synlighet i finländsk politik. I och med att det finns mycket forskning som tyder på att det finns skillnader mellan kvälls- och dagspressens sätt att personifiera finns det mycket som tyder på att det även i Finland kommer att finnas skillnader mellan hur kvälls- och dagspressen personifierar partiledare.

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med avhandlingen är att bidra till kunskap om hur den finländska kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare inför riksdagsval. Syftet är också att utröna på om de personifieringstrender som hittas i tidigare internationell forskning även återfinns i Finland. För att undersöka detta kommer avhandlingen att ha följande övergripande forskningsfråga: *vilka skillnader finns det i hur kvälls- och dagspressen personifierar valbevakningen genom att fokusera på partiledare och är det vanligare att kvällspressen personifierar än att dagspressen gör det?*

Varför är det då intressant att undersöka finländska partiledare? En bidragande orsak är att det inte har genomförts många studier som har undersökt vilka skillnader det finns i hur kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare i Finland. På samma gång har den tidigare forskningen av till exempel Johansson (2017), Karidi (2017) och Van Aelst med flera (2017) visat att det är vanligare att kvällspressen personifierar politiken genom partiledare än att dagspressen gör det. Något som innebär att det är intressant att undersöka om så är fallet även i Finland.

1.2 Avhandlingens disposition

Målsättningen med introduktionskapitlet har varit att på ett grundläggande sätt presentera vad avhandlingen kommer att fokusera på samtidigt som det har motiverats varför frågeställningen är den valda. Nästa kapitel (kapitel 2) är studiens referensram och det är uppdelat i tre större underkapitel. Inledningsvis kommer personifiering att diskuteras både som begrepp och som fenomen. Efter det följer en diskussion om personifiering av partiledare i tidningspressen och sedan presenteras forskning om skillnader i hur kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom fokus på partiledare. Målsättningen med kapitlet är att presentera relevant forskning om personifiering och att diskutera densamma för att gynna avhandlingens syfte. I kapitel 3 diskuteras metoden och materialet som har valts för att genomföra studien. Kapitel 4 ägnas åt den empiriska studien och där presenteras även resultaten av densamma. Avhandlingen avslutas med kapitel 5 som innehåller en slutdiskussion.

2 Studiens referensram

Det finns många studier om personifiering som begrepp, om personifiering av partiledare i nyhetsmedier och om skillnader mellan kvälls- och dagspressens sätt att personifiera. Ett övergripande resultat från personifieringsforskningen visar att det finns en gemensam åsikt om att personifiering är ett fenomen där de individuella politikerna får mera betydande roller samtidigt som partierna som kollektiv tappas betydelse. Men även om det finns en gemensam definition av personifiering finns det några olika personifieringsteorier. I det här kapitlet presenteras forskning om personifiering och i kapitel 2.1 definieras personifiering som begrepp samt diskuteras som fenomen. I kapitel 2.2 diskuteras personifiering genom partiledare i nyhetsmedier och i kapitel 2.3 presenteras forskning om skillnader i kvälls- och dagspressens sätt att personifiera. Utöver nämnda kapitel kommer forskning angående centraliserad och decentraliserad personifiering att diskuteras. Även individualisering och privatisering samt medielogik kommer att behandlas i korthet.

2.1 Personifiering som begrepp och fenomen

Det saknas verkligen inte forskning om personifiering av politiken som fenomen och som begrepp. Bjerling (2012), men även McAllister (2007), Dalton med flera (2000) och Van Aelst med flera (2011) beskriver personifiering som en utveckling där de politiska individerna får större roller på bekostnad av de politiska partierna. Adam och Maier (2010, s. 213) anser att personifiering innebär en förändring där det inte längre fokuseras på ämnen i politiska sammanhang utan på personer. Förändringen innebär att det fokuseras mera på politiker än på partier. Samtidigt anser Adam och Maier (2010, s. 216) att personifieringen av politiken inte endast innebär att individerna i sig blir viktigare – det är individernas karaktärsdrag som blir viktigare. Pruyers, Cross och Katz (2018, s. 4) betonar att då personifiering handlar om en utveckling där någonting sker på bekostnad av partierna så handlar det också om en process där partierna blir svagare. Pruyers med flera (2018, s. 5) anser att personifiering är en utveckling där det sker en förändring i de sociala normerna, i de politiska normerna och i de normer som har att göra med ett politiska val. Pruyers med flera hävdar vidare att förändringarna innebär att de individuella aktörerna får

en mera central roll. Pruyzers med flera (2018, s. 6) påpekar även att individer alltid har varit viktiga i politiken. De konstaterar att en av de politiska individernas viktigaste egenskaper är att de tillhör ett parti, men på samma gång är det självklart att de olika individerna i ett parti skiljer sig från varandra. Skillnaderna kan ha att göra med deras kompetens, deras politik och deras personlighet. Dock menar Pruyzers med flera att personifiering uppstår när väljare, medborgare, medier eller de politiska aktörerna lägger större fokus på de personliga skillnaderna.

Samtidigt konstaterar McAllister (2013, s. 1) att det går att fråga sig om det är möjligt att både partierna och de individuella politikerna strävar efter personifiering. McAllister motiverar påståendet med att konstatera att ur partiernas synvinkel går det att anta att de förespråkar utvecklingen mot en personifiering av politiken eftersom det är enklare att få fram sitt budskap till väljarna om partierna använder sig av en individ. Enligt McAllister är det enklare för väljarna att känna igen och identifiera sig med en kandidat eller ledare jämfört med att känna igen samt identifiera sig med ett parti. Sett ur de individuella politikernas synvinkel påpekar McAllister att personifieringen av politiken leder till att individerna får en större makt och på samma gång även ett större inflytande i den politiska processen.

Fenomenet personifiering har existerat länge och enligt McAllister (2007, s. 578) bottnar personifieringen av politiken i att televisionens betydelse växte under 1950- och 1960-talet. McAllister hävdar att den teknologiska utvecklingen gjorde att televisionen började påverka väljarnas uppfattning om sina ledare. Campus (2010, s. 220) konstaterar att inledningsvis förekom personifiering främst i presidentiella system – som till exempel USA:s – men numera är personifiering också vanligt i semipresidentiella och i parlamentariska system. Campus påpekar även – precis som McAllister (2007) – att massmedierna och framför allt televisionen har spelat en nyckelroll när det handlar om att betona ledarskap samt personliga karaktärsdrag hos politikerna. Campus menar att det inte finns mycket tvekan om att televisionen har bidragit till personifieringen av politiken genom att regelbundet möjliggöra att medborgarna kan se kandidaternas ansikten och höra kandidaternas röster i sina hem.

Van Aelst med flera (2011, s. 204) anser också att televisionen har en viktig del i utvecklingen mot en personifierad politik, men de lyfter även fram att de traditionella känslomässiga banden mellan väljare och partier inte är lika starka som tidigare. Det att banden mellan väljare och partier har försvagats är centralt i personifieringsteorin och det är någonting även Holz-Bacha, Langer och Merkle (2014, s. 154) diskuterar. Också Garzia (2011, s. 698–698) noterar den här samhällsutvecklingen och konstaterar att partierna har genomgått stora förändringar under de senaste decennierna. Enligt Garzia beror förändringarna på, men är också en konsekvens av, personifiering. Garzia menar att utvecklingen som har inneburit en svagare partiloyalitet bland väljarna har betytt att de så kallade masspartierna varit tvungna att anpassa sig för att tilltala andra väljare än de som ingår i den sociala klass som partierna har tilltalat tidigare. Garzia hävdar att utvecklingen har lett till en situation där de politiska landskapen består av så kallade catch all-partier och förändringen innebär att den politiska ideologin inte är lika betydelsefull som tidigare.

I likhet med Pruyssers med flera (2018) och Garzia (2011) anser Holz-Bacha med flera (2014, s. 154) att en modernisering av samhället och förändringar i det politiska systemet har resulterat i en personifiering av politiken. Holz-Bacha med flera menar att moderniseringen bland annat betytt att klasstillhörighet tappat betydelse. Holz-Bacha med flera konstaterar att den så kallade individualiseringsprocessen har skapat ett osäkerhetsmoment eftersom partierna inte längre kan utgå ifrån att partiloyaliteten är lika stark som tidigare. Holz-Bacha med flera anser även att det har uppstått en situation där det inte längre går att fatta alla beslut på den nationella nivån, någonting som innebär att partierna undviker att ge löften som de inte kan hålla. Det att fokus läggs på allmänna och okontroversiella sakfrågor samt på individuella politiker har – enligt Holz-Bacha med flera – skapat en mera personifierad politik. På samma gång noterar Sedelius (2011, s. 226) att ytterligare en följd av en personifiering av politiken är att utöver att politiken i de moderna demokratierna blivit mera personfokuserad och mera inriktad på det politiska ledarskapet i stället för de politiska partierna, har också personifieringen inneburit att politiken samtidigt har blivit mera medialiserad och mera kampanjinriktad än tidigare. Då de tidigare starka banden mellan partier och väljare tappat betydelse är det givetvis klart att de har

ersatts av någonting annat. I enlighet med personifieringsteorin är det möjligt att utgå ifrån att de individuella politikerna och deras personligheter har blivit viktiga i stället. Till exempel anser Adam och Maier (2011, s. 216) att det inte endast är individerna i sig utan deras personliga icke-politiska karaktärsdrag som har blivit viktigare som en följd av personifieringen av politiken. Samtidigt konstaterar också Adam och Maier att personifieringen av politiken inte bara resulterar i en situation där individen har blivit viktigare på bekostnad av institutionen, det leder också till att kriterierna för hur människor utvärderar politikerna förändras. Adam och Maier menar att personifieringen av politiken innebär att de som utvärderar politikerna numera i större utsträckning fokuserar på egenskaper som har att göra med politikernas icke-politiska personlighet. Adam och Maier jämför utvecklingen med en tidigare situation där det väsentliga för de som utvärderade politikerna var egenskaper som har att göra med politikernas professionella kompetenser och politikernas professionella utövande av sitt ämbete.

Samtidigt anser Rahat och Kenig (2018, s. 121) att personifiering inte endast är en utveckling som handlar om att det politiska kollektivet har tappat betydelse. Det är också en utveckling där fokus har skiftat från att ligga på sakfrågor till att ligga på personer. Även Bjerling (2012, s. 4–5) diskuterar olika dimensioner av personifiering och Bjerling konstaterar att personifieringen av politiken har lett till tre återkommande antaganden. Till att börja med tror Bjerling att utvecklingen mot en personifierad politik innebär att den politiska diskussionen blir ledarorienterad. Bjerling anser vidare att det finns orsak att tro att politikernas personliga kvaliteter har blivit viktigare som en följd av personifieringen av politiken. Avslutningsvis hävdar Bjerling att personifieringen har inneburit att det finns ett växande intresse för politikerna som privatpersoner. Man kan så klart fråga sig vilka konsekvenser personifieringen av politiken har. Den kanske tydligaste konsekvensen – baserat på den tidigare forskningen – är att de individuella politikerna blir viktigare på bekostnad av de politiska partierna. Men det finns också andra konsekvenser och till exempel menar Garzia (2011, s. 703) att en av de tydligaste konsekvenserna är att partiledarnas personligheter blir viktigare i samband med valkampanjer. Dock betonar Garzia att det är svårt att säga i hur stor utsträckning väljarna fattar sitt beslut

om vem de ska rösta på baserat på ledarnas och kandidaternas personlighet. Men Garzia anser ändå att personligheten kan spela en större roll i till exempel ett presidentval – förutsatt att presidenten har en verkställande makt – jämfört med i ett parlamentsval.

Även om Garzia (2011, s. 707) noterar att det är svårt att säga i hur stor utsträckning väljarna röstar på en ledare på grund av ledarens personlighet, så konstaterar Garzia att en konsekvens av personifieringen av politiken är att väljarnas förväntningar på partiledarens personliga profil har förändrats. Enligt Garzia innebär det att politiska ledare utvärderas baserat på vissa egenskaper, som kompetens och integritet, och egenskaperna utgör grunden för allmänhetens idealiserade uppfattning om partiledarna. Fastän det finns en övergripande enighet gällande definitionen av personifiering betonar Kriesi (2011, s. 841) att i stället för att hitta en trend som resulterar i en högre nivå av personifiering går det i att allmänhet observera stora landspecifika skillnader i graden av personifiering och fokusering politikerna. De landspecifika skillnaderna beror enligt Kriesi på de institutionella arrangemang som finns i olika länders politiska system, men Kriesi anser att valsystemet och regimtypen orsakar de största skillnaderna.

2.1.1 Centraliserad och decentraliserad personifiering

Fastän forskningen i stor utsträckning är enig angående hur personifiering ska definieras finns det olika teorier om personifiering. Balmas, Gideon, Sheaffer och Shenav (2013, 37) konstaterar att det går att hävda att det finns två typer av politisk personifiering – den centraliserade personifieringen och den decentraliserade personifieringen. Skillnaden mellan de två personifieringsteorierna är – enligt Balmas med flera – att den centraliserade personifieringen innebär att makten skiftar från att tidigare ha varit hos de politiska partierna och i de politiska kabinetten, till att finnas hos de enskilda ledarna. Balmas med flera påpekar att detta är en vanlig uppfattning om personifiering och den resulterar i en centralisering av makten hos ett fåtal ledare. Decentraliserad personifiering i sin tur beskriver Balmas med flera som en utveckling där makten skiftar från att ha varit hos de politiska partierna och i de politiska kabinetten till att finnas hos individuella politiker som inte är partiledare.

Rahat och Kenig (2018, s. 118) anser att centraliserad personifiering är en utveckling där en individ blir viktigare medan individens grupp (till exempel ett parti) blir svagare. Enligt Rahat och Kenig kan ett exempel på utvecklingen vara att en statsminister blir starkare på bekostnad av parlamentet eller att en partiledare blir starkare på bekostnad av partiet. Rahat och Kenig beskriver decentraliserad personifiering som en process där flera individer blir viktigare på bekostnad av deras grupper. Rahat och Kenig anser att ett exempel på det kan vara att ministrarna blir starkare på bekostnad av parlamentet.

Samtidigt diskuterar Rahat och Sheaffer (2007, s. 65–66) – precis som Balmas med flera (2013) – huruvida det går att dela in personifiering i institutionell, medie- och beteendemässig personifiering. Rahat och Sheaffer (2007, s. 66) beskriver institutionell personifiering som en utveckling där regler, mekanismer och institutioner som tas i bruk betonar de individuella politikerna i större utsträckning än de politiska grupperna samt de politiska partierna. Rahat och Kenig (2018, s. 119) delar Rahat och Sheafers syn på institutionell personifiering, men i Rahat och Kenigs uppdaterade version beskrivs institutionell personifiering som en process där en institution ändras på ett sätt som gör att en individ får en starkare position och att en grupp tappar sin centrala roll. Om den här utvecklingen innebär att till exempel en statsminister får en större makt över sitt parlament – alltså institutionen – anser Rahat och Kenig att det handlar om en centraliserad institutionell personifiering. Också Balmas med flera (2013, s. 38) beskriver den centraliserade institutionella personifieringen som en utveckling där de olika ledarna får större makt över institutionen än tidigare. Rahat och Sheaffer (2007, s. 38) lyfter fram att ett konkret exempel på utvecklingen är användandet av öppna kandidatlistor. Angående en decentraliserad institutionell personifiering anser Balmas med flera (2013, s. 39) att det är en process som innebär att en individ som inte är ledare får en större roll i institutionen. Mediemässig personifiering syftar enligt Rahat och Sheaffer (2007, s. 67) på en förändring i hur politiken presenteras i medierna och förändringen leder framför allt till ett större intresse för individuella politiker och ett mindre fokus på partier, organisationer samt institutioner. I det här sammanhanget konstaterar även Rahat och Sheaffer – precis som Balmas med flera (2013, s. 37–40) – att det är

möjligt att dela in denna mediepersonifiering i två skilda kategorier. Det kan antingen vara personifiering i de betalda medierna eller personifiering i de obetalda medierna. Rahat och Sheaffer (2007, s. 67) anser att politisk personifiering i de obetalda medierna syftar på en förändring i mediernas bevakning av politiken. Framför allt är det en förändring i mediernas bevakning av en valkampanj som bottnar i journalisternas ökade fokus på de individuella politikernas aktivitet på bekostnad av kollektiv som partier, organisationer och institutioner. Politisk personifiering i de betalda medierna anser Rahat och Sheaffer att syftar på en förändring i hur valkampanjerna drivs. Det handlar om att även kampanjerna betonar individen framför kollektivet.

Samtidigt beskriver Balmas med flera (2013, s. 39–40) centraliserad personifiering i de obetalda medierna som en utveckling där journalisterna i större utsträckning än tidigare fokuserar sin politiska nyhetsbevakning på ett fåtal ledare i stället för att bevaka kollektiv som partier och kabinett. Decentraliserad personifiering i de obetalda medierna innebär enligt Balmas med flera ett större fokus på individuella politiker som inte är ledare. Rahat och Sheaffer (2007, s. 67) definierar också personifiering i de betalda och i de obetalda medierna på ett liknande sätt. Även Rahat och Kenig (2018, s. 120) diskuterar skillnader i mediepersonifieringen, men delar in det i kontrollerad mediepersonifiering och okontrollerad mediepersonifiering. Rahat och Kenig menar att en så kallad kontrollerad mediepersonifiering uppstår när budskap som sänds av politiska aktörer härstammar från individer i stället för politiska grupper. Det här blir tydligt i valkampanjer där partiet hamnar i skymundan och i stället lyfts såväl politiska som icke-politiska karaktärsdrag hos de individuella politikerna fram. En så kallad okontrollerad mediepersonifiering uppstår, enligt Rahat och Kenig, när bevakningen av politik i större utsträckning fokuserar på individuella aktörer och mindre på politiska grupper. Det här kan innebära att en regering namnges efter statsministern.

Avslutningsvis beskriver både Balmas med flera (2013, s. 40) och Rahat och Sheaffer (2007, s. 68) den beteendemässiga personifieringen som en utveckling där politikernas individualiserade politik är viktigare för dem än partiernas politik. Rahat och Kenig (2018, s. 121) menar att beteendemässig personifiering handlar om hur

individuella politiker förändrar olika beteendemönster och går från att ha varit lagspelare till att i stället agera som individer. Det kan i praktiken innebära att politikern har egna rådgivare och fattar beslut om den egna policyn. Samtidigt konstaterar Balmas med flera (2013, s. 40) att en centraliserad beteendemässig personifiering antyder att de politiska ledarna betar sig som individuella aktörer och distanserar sig från de kollektiv – alltså partier och parlament – som de tillhör. Rahat och Kenig (2018, s. 121) beskriver centraliserad beteendemässig personifiering som en utveckling där till exempel partiledarna distanserar sig från sitt parti. På samma gång är decentraliserad beteendemässig personifiering, enligt Balmas med flera (2013, s. 40) någonting som betyder att de politiska individerna som inte är ledare i större utsträckning än tidigare engagerar sig i individuella aktiviteter och tar ett steg tillbaka som medlemmar i ett parti eller i ett parlament. Med decentraliserad beteendemässig personifiering avser Rahat och Kenig (2018, s. 121) en process där partierna och koalitionerna tappar betydelse samtidigt som gruppens enighet inte är lika stark som tidigare. Det leder till att politiker röstar mot partiets linje och tar avstånd från partiets policy i samband med offentliga framträdanden.

Figur 1 sammanfattar hur det går att dela in personifiering i enlighet med Rahat och Sheafers (2007), Rahat och Kenigs (2018) och Balmas med fleras (2013) teorier. Med hjälp av Figur 1 blir det tydligt att det är möjligt att dela in personifiering i tre kategorier – institutionell, medie- och beteendemässig personifiering. Utgående från mediepersonifiering fås en bild av hur mediernas personifiering rör den privata personen, någonting som kallas för privatisering, men också hur mediernas personifiering rör politiskt relevanta egenskaper, alltså personifiering i de obetalda medierna. Enligt Rahat och Sheaffer (2007) är privatisering (som diskuteras mera ingående i kapitel 2.1.2) det som sker när medierna fokuserar mera på de politiska individernas personliga karaktärsdrag och privatliv. Någonting som kan kopplas ihop med den centraliserade personifieringen som innebär att de politiska individerna blir viktigare än de politiska kollektiven. Figur 1 visar även hur privatiseringen av medierna resulterar i den ovan nämnda personifieringen i de betalda medierna.



Figur 1. Indelning av personifiering i institutionell, medie- och beteendemässig personifiering. (Källa: Rahat & Sheafer 2007, s. 67).

2.1.2 Individualisering och privatisering

Van Aelst med flera (2011, s. 206) delar in personifiering i två skilda former – individualisering och privatisering. Van Aelst med flera menar att individualisering syftar på en utveckling där de individuella politikerna blivit centrala i mediebevakningen samtidigt som partier och regeringens institutioner blivit mindre relevanta. Med privatisering avser Van Aelst med flera en utveckling där politikerns roll som privatperson blivit viktigare i mediebevakningen. Politikern framställs inte längre enbart som en policybildare eller en talesperson utan som en privat individ. Pruyers med flera (2018, s. 5) konstaterar också att det finns en form av personifiering som kallas för personalism. Det är personifiering utan longitudinell förändring och Pruyers med flera menar att personalism syftar på den roll och position som de individuella politiska aktörerna har oberoende av de förändringar som sker över tid. Dock påpekar Rahat och Sheafer (2007, s. 68) att det även bör tas i beaktande att personifieringen av politiken inte enbart behöver fokusera på individernas politiska egenskaper. Personifiering kan också fokusera på den politiska

individen som privatperson. Det kallar Rahat och Sheaffer för en privatisering av medierna – någonting som de beskriver som en utveckling där medierna fokuserar på de individuella politikernas personliga karaktärsdrag och deras privatliv. Enligt Rahat och Sheaffer betyder det att privatiseringen anses vara ett försök att fokusera på icke-politiska sakfrågor. Detta kan givetvis jämföras med mediemässig personifiering, någonting som Rahat och Sheaffer (2007, s. 67) beskriver som ett fenomen där medierna i större utsträckning fokuserar på individernas politiska karaktärsdrag och deras agerande som politiker.

2.2 Personifiering av partiledare i nyhetsmedier

Som redan har nämnts finns det mycket forskning som hävdar att partiledarna har fått större betydelse på bekostnad av partierna. Dalton med flera (2000, s. 51) konstaterar att en följd av en personifierad politik är att partiledarna får mera framträdande positioner när det handlar om till exempel synlighet i media. Dalton med flera påpekar att även de tryckta medierna i större utsträckning än tidigare har börjat fokusera på partiledarna, inte partierna, i sin nyhetsbevakning av valkampanjerna. McAllister (2007, s. 571–572) konstaterar att studier av valkampanjer återkommande visar att ju närmare valdagen kommer, desto mera ägnar mediernas utrymme åt partiledarna. Men också Dalton med flera (2000, s. 51) anser att det finns indikationer på att den tryckta tidningspressen efterhand har börjat fokusera mera på partiledarna i sin bevakning av olika valkampanjer. Dalton med flera konstaterar att det i vissa fall finns tendenser som tyder på att den tryckta pressen i större utsträckning refererar till partiledarna och inte till de partier som ledarna representerar.

Även Mughan (2000, s. 77) betonar att partiledarna har fått ett större utrymme i massmedierna och då även i tidningspressen. Också McAllister (2013, s. 1) konstaterar att partiledarna är mycket mera framträdande än tidigare och att en stor del av allmänhetens fokus riktas på ledarna och på deras personligheter. Samtidigt menar McAllister att det inte finns mycket tvivel om att nationella valkampanjer har blivit personifierade. Även Vliegenhart, Boomgaarden och Boumans (2011, s. 92) betonar att partiledarna har blivit allt viktigare för medierna. De menar att då

medielandskapet har förändrats på grund av till exempel teknologiska framsteg och förändrade ekonomiska krav på massmedier har det lett till att medierna har börjat fokusera mera på politiska ledare och deras personligheter. Vliegenhart med flera anser att det går att hävda att medierna ofta är besatta av ledare och deras personligheter samt karaktärer.

Samtidigt måste det tas i beaktande att det faktum att massmedierna har börjat fokusera mera på partiledare och individer beror på att personifiering har blivit en del av medielogiken. För att förklara begreppet medielogik är det ändamålsenligt att använda Altheides och Snows (1979) klassiska definition. Altheide och Snow menar att medielogik är en kommunikationsform som innehåller den process som massmedier använder för att presentera och sprida information. Enligt Altheide och Snow består medielogik av flera element som handlar om hur medierna organiserar sitt material och hur de presenterar materialet.

Även Esser (2013, s. 166–167) konstaterar att medielogik består av ett flertal element och de viktigaste är professionalism, kommersialisering samt teknologisk utveckling. Men Esser (2013, s. 161–162) anser dessutom att det just är medielogiken som gör att massmedier är relevanta politiska aktörer. Medielogiken inkluderar nämligen de professionella produktionsrutinerna på redaktionerna och de teknologiska möjligheterna. Ur de politiska aktörernas synvinkel erbjuder massmedia dessutom ett vanligt och bestående system där det är möjligt att vara verksam. Samtidigt betonar Karidi (2017, s. 4) att även om det finns vissa skillnader i synen på medielogik är ändå en majoritet av definitionerna likadana. Enligt Karidi definieras medielogik som ett sätt att göra någonting på och framför allt handlar det om massmediernas sätt att bedriva sin verksamhet. Och det syftar i allra högsta grad på den utveckling som Karidi (2017, s. 1–2) ger exempel på. Karidi lyfter fram att konflikt, negativitet, personifiering och skandal har blivit karaktärsdrag som kan hittas i nyheterna, men även Kriesi (2011, s. 826) menar att personifiering – precis som negativitet och konflikt – hör till de nyhetsvärden som massmedierna jagar i sin jakt på att väcka uppståndelse. Också Sheaffer (2001, s. 713) påpekar att det faktum att medierna försöker locka en stor publik innebär att medierna har blivit allt mer intresserade av nyheter som innehåller dramatik, konflikt och uppseendeväckande händelser.

Dessutom har vissa massmedier börjat förenkla svåra sakfrågor och vinkla dem till personliga historier i enlighet med personifieringsteorin. Med andra ord är personifiering och medielogik två begrepp som kan anses höra ihop.

Även Costa Lobo och Ferreira da Silva (2017, s. 3) påpekar att den ökade personifieringen av politiken har bidragit till att idén om att partiledarna spelar en större roll än tidigare har blivit etablerad. Också Sedelius (2011, s. 231) påtalar den här utvecklingen och betonar att medierna tenderar att fokusera mera på politiska ledare än på politiska partier jämfört med tidigare. Enligt Sedelius är det tydligt i samband med valkampanjer där partiernas roll har minskat som en följd av att ledarna har blivit viktigare. Det har lett till att ledande kandidater får ett större utrymme i kampanjerna och följaktligen även i medierna. Även Bjerling (2012, s. 4–5) anser att det finns skäl att tro att tidningspressen – och massmedierna överlag – numera i allt större utsträckning fokuserar på partiledarna i sin nyhetsbevakning. Bjerling (2012, s. 144) har analyserat utvecklingen i Sverige under åren 1979–2010 och visar att partiledarna har fått mera utrymme i tidningspressen, men det har framför allt skett i kvällspressen. Bjerlings resultat visar samtidigt att ökningen inte har varit lika stor i dagspressen. Dessutom påpekar Bjerling att det blir vanligare att kvällspressen publicerar artiklar där partiledaren är den huvudsakliga aktören. Costa Lobo (2008, s. 281–282) argumenterar för att utvecklingen i partierna under 1900-talet gav en situation där partiledarna blev allt viktigare för såväl partierna som väljarna. Costa Lobo (2008, s. 295) har undersökt utvecklingen i sju europeiska länder och konstaterar att det finns en tendens som tyder på att partier där ledarna uppfattas som viktiga har blivit allt vanligare medan olika former av klasspartier och partier för massorna har tappat betydelse.

Takens, Kleinnijenhuis, Van Hoof och Von Atteveldt (2015, s. 249) noterar att en central del i personifieringsteorin är att individuella aktörer – som partiledare – har blivit mera framträdande i medierna. I sin undersökning av partiledare i Nederländerna ser Takens med flera (2015, s.257) att medierna tenderar att ägna allt mer av sin bevakning åt partiledare i takt med att valdagen närmar sig. Enligt Takens med flera sker detta bland annat på bekostnad av de partier som ledarna representerar och andra individuella politiker. Samtidigt konstaterar Takens med flera (2015, s.

262) att det i sig är naturligt i och med att evenemangen under kampanjen ofta läggs upp på ett sätt som automatiskt uppmärksammar partiledarna.

Johansson (2017, s. 27) påpekar att det över tid har skett en ökning när det handlar om antalet nyheter som fokuserar på valkampanjer och på hur partiledarna klarar sig under kampanjen – till exempel i de olika valdebatterna. Johansson (2017, s. 41–42) har undersökt utvecklingen i Sverige och konstaterar att analyser av hur medierna har bevakat svenska valrörelser visar att under de fyra sista veckorna före ett val, så har det visserligen inte skett en dramatisk ökning gällande partiledarnas synlighet i tidningspressen, men det har ändå skett en ökning när det handlar om kvällspressen. Johansson menar att kvällspressen överlag fokuserar mera på partiledarna än dagspressen och det syns i valbevakning. Samtidigt påpekar Johansson (2017, s. 44) att rent generellt så är partiledarkoncentrationen högre i kvällspressen medan andra politiker än partiledarna oftare får komma till tals i dagspressen. Även om partiledarna alltså har fått en större roll i nyhetsbevakningen så påpekar ändå Poguntke och Webb (2007, s. 1) att det inte är ett nytt fenomen att ledarna – som har makten – hör till de centrala aktörerna i demokratiska politiska system.

Då det slutligen gäller politikens personifiering i Finland, alltså det land som står i fokus för avhandlingens empiriska studie, finns det forskning som stöder ett antagande om att partiledarna har fått större synlighet i medierna som en följd av personifieringen av politiken. Paloheimo (2003, s. 238) har undersökt personifiering i Finland och koncentrerat sig på om statsministern har fått en starkare roll på grund av den här utvecklingen. Paloheimo konstaterar att statsministern har fått större synlighet i medierna i och med personifieringen av politiken. Dock betonar Paloheimo (2003, s. 241) att det inte endast är statsministern som har fått en större roll i politiken och i det egna partiet som en följd av personifieringen. Paloheimo påpekar att även de övriga partiledarna har fått starkare roller, men statsministern har fått en ännu starkare roll som partiledare än sina partiledarkollegor. Paloheimo (2007, s. 257) noterar även att utvecklingen i Finland har gått mot att väljarna allt oftare får se partiledaren via olika massmedier och den här utvecklingen stärker partiledarens roll vilket även gör partiledarna starka i förhållande till det egna partiet. Dessutom är den moderna situationen en sådan att mer eller mindre allting som en

partiledare säger eller tycker publiceras dagligen av medierna. Paloheimo (2007, s. 259) konstaterar även att det sedan 1980-talet har förekommit en tendens i Finland att betona partiledaren som partiets ansikte utåt i samband med en valkampanj. Efterhand som de ideologiska skillnaderna mellan partierna har minskat har partierna allt mer börjat tävla genom den bild som väljarna har av partiledarna, en bild som i stor utsträckning förmedlas av medierna. Samtidigt påpekar Paloheimo att de finländska valen blivit en kamp om statsministerposten bland de stora partierna och det har lett till att partierna har börjat lyfta fram sin partiledare som den som är bäst lämpad för posten som statsminister. Paloheimo (2007, s. 264) anser även att sättet som det finländska medielandskapet har utvecklats på dessutom påverkar hur mycket utrymme partiledarna erhåller i nyhetsbevakningen. Paloheimo lyfter fram att de kommersiella medierna har fått en större roll och samtidigt är det möjligt för allmänheten att följa med politik i realtid. Paloheimo menar att politiska ställningstaganden numera i stor utsträckning förmedlas via medierna och det har lett till en situation där partiledarna – och framför allt statsministern – har fått en starkare och synligare roll i medierna.

2.3 Personifiering i dags- och kvällspress

Fastän det regelbundet förekommer personifiering i tidningspressen finns det flera antaganden om att kvällspressen personifierar mera än vad dagspressen gör. Till exempel är kvällspressens – eller tabloidernas – arbetssätt ett sådant att det finns fog för att utgå ifrån att personifiering förekommer oftare i kvällspressen än i dagspressen. Det är också de antagna skillnaderna i kvälls- och dagspressens sätt att bevaka någonting som gör det intressant att i den här avhandlingen närmare undersöka hur partiledarna bevakas i de olika tidningarna. Bland annat Akkerman (2011, s. 932) konstaterar att den klassiska skillnaden mellan den ”kvalitativa” dagspressen och den tabloidiserade kvällspressen är att kvällspressen ska rikta sig till de ”vanliga människorna”, fokusera på deras bekymmer och överlag fokusera på konflikt samt dramatik. På samma gång anser Rowe (2011, s. 452) att tabloiderna kan anses möjliggöra den eftersträvarvärda infiltrationen i nyhetsmedierna av läsare som inte hör till eliten och som bryr sig om vardagliga ämnen som är ignorerade av

den traditionella och mera seriösa tidningspressen. Samtidigt anser Rowe att på ett allmänt plan kan tabloiderna anses representera försämringen av seriösa nyheter, rapportering och analys. Dessutom anser Newton (2006, s. 216) att läsare i allmänhet tror mindre på kvällspressen än på dagspressen. Det här betyder att dagspressen förväntas stå för en mera saklig nyhetsbevakning. På samma gång konstaterar Rowe (2011, s. 458) att dagspressens sjunkande upplaga, försämrade spridning och konstanta press från ägarhåll att genomföra förändringar även kan innebära att skillnaden mellan dagspressen och kvällspressen inte är lika stor som förut. Samtidigt är det inte ovanligt att kvällspressens arbetssätt, dess kommersiella medielogik, benämns i negativa ordalag. Bland annat Örnebring och Jönsson (2004, s. 283–284) betonar att den tabloidiserade journalistiken ofta används som ett exempel på allting som är fel med modern journalistik. De konstaterar att problemen med den tabloidiserade pressen – dit alltså kvällstidningarna hör – är att den förenklar, den personifierar och att den lever på skandaler samt sensationer. Enligt Örnebring och Jönsson går det därför att hävda att tabloidiserad journalistik sänker nivån på den offentliga diskussionen.

Essers (2013), Karidis (2017), Akkermans (2011) och Örnebrings och Jönssons (2004) beskrivningar av kvällspressen leder till att det är lätt att anta att dagspressen utgör en motsats till kvällspressen och att den följaktligen står för en mera seriös nyhetsrapportering. Dock är det värt att fråga sig själv hur sannolikt det är att det inte skulle finnas någonting i dagspressens tillvägagångssätt som påminner om kvällspressens. Till exempel anser Esser (2013, s. 171) att utvecklingen i mediebranschen innebär att det inte längre är möjligt för journalisterna att dra en skiljelinje mellan nyhetsredaktionen och tidningens affärsverksamhet – alltså annonser och marknadsföring. Esser konstaterar att som en följd av att nyhetsredaktionen inte längre har ett autonomt förhållande till affärssidan, förväntas journalisterna numera producera underhållning som kan säljas till individuella konsumenter. Någonting som enligt Esser är en förändring jämfört med tidigare då journalisterna förväntades sprida idéer och skapa förståelse för desamma. Med det sagt finns det ändå mycket som tyder på att personifiering är vanligare i kvällspressen. Bland annat konstaterar Kriesi (2011, s. 828) att det som kännetecknar

kvällspressen är att den förväntas personifiera mera än vad dagspressen gör. Också Vliegenhart med flera (2011, s. 98) påpekar att det är vanligt att anta att tabloidiserade tidningar personifierar mera än dagspressen och fokuserar mera på personligheter. Johansson (2017, s. 32) konstaterar att en undersökning av de svenska medierna visar att framför allt kvällspressen i allt större utsträckning har börjat rapportera om händelser och frågor som väcker uppståndelse. Johansson lyfter bland annat fram att i den svenska valrörelsen 2014 handlade en stor del av sakfrågorna i kvällspressen om invandring, flyktingar och integration. Dessutom var det kvällspressen som valde att fokusera mycket på ett bråk mellan två partiledare i en valdebatt.

Kriesi (2011, s. 826) anser att det är möjligt att hävda att medierna har skapat en egen form av medielogik när det handlar om att bevaka politik och framför allt när det gäller bevakning av politik i samband med valkampanjer. Karidi (2017, s. 1–2) argumenterar för att det går att tala om en så kallad kommersiell medielogik. Karidi menar att den kommersiella logik som finns i mediebranschen är en del av medielogiken. Någonting som innebär att de redan nämnda nyhetsvärdena som personifiering, negativitet och skandal allt mer används av journalister i deras strävan efter att väcka uppståndelse. Karidi anser att det går att hävda att utvecklingen har skett som en följd av förändrade ekonomiska krav och teknologisk utveckling i mediebranschen. Karidi (2017, s. 3) menar att då nyhetsbranschen blir allt mer tävlingsinriktad sjunker kvaliteten på nyheterna samtidigt som den politiska informationen marginaliseras. Dessutom blir nyhetsinnehållet mera personifierat, sensationsinriktat och mjukare. Karidi har undersökt huruvida den så kallade kommersiella medielogiken har ökat över tid i Tyskland och noterar (2017, s. 10) att resultaten visar att den har gjort det. Samtidigt påpekar Karidi att utvecklingen är tydligare i den tabloidiserade pressen jämfört med dagspressen. Däremot visar Karidis resultat att om personifieringen i dagens kvällspress jämförs med kvällspressen på 1980-talet är förändringen inte stor. Men när Karidi jämförde dagspressen på motsvarande sätt visade det sig att det har skett en tydlig ökning i personifieringen i dagspressen.

Det är alltså ett vanligt antagande att kvällspressen personifierar mera än vad dagspressen gör och det finns forskning som stöder antagandet. Bland annat har Van Aelst med flera (2017 s. 115–116) studerat personifiering i europeiska medier. En av deras frågeställningar var om kvällspressen bevakar politik på ett mera personifierat sätt än dagspressen. Van Aelst med flera (2017, 124–125) kunde också visa att kvällspressen personifierar mera än dagspressen. Kriesi (2011, s. 826) har jämfört sex europeiska länder i sin studie för att få ett svar på om personifieringen i medierna har ökat med tiden. I linje med sitt antagande om att kvällspressen personifierar politik mera än dagspressen kan Kriesi (2011, s. 832) bevisa att det är så och det gäller oberoende av om det handlar om ett parlamentariskt system eller om ett presidentiellt system. Kriesi påpekar även att kvällspressen har börjat personifiera mera med tiden medan dagspressen har hållit en konstant nivå. Något som Kriesi (2011, s. 836) också noterar är att politiker som sitter i regeringen tenderar att dra större nytta av personifieringen än oppositionspolitikerna. Dock betonar Kriesi att skillnaden inte är stor. Även Vliegenhart med flera (2011, s. 100–101) presenterar resultat som visar att personifiering av politik är vanligare i kvällspressen än i dagspressen. Vliegenhart med flera har undersökt om tidningspressen i Nederländerna och i Storbritannien har börjat fokusera mera på politikens ledare och individer i sin nyhetsbevakning. Vliegenhart med flera konstaterar att personifieringen har blivit vanligare både i Storbritannien och i Nederländerna mellan 1991–2007, men i båda länderna har personifieringen ökat mera i kvällspressen än i dagspressen. Dock visar resultaten att ökningen är större om man jämför den brittiska kvälls- och dagspressen separat och jämför den nederländska kvälls- och dagspressen separat. Det här är ett resultat som förmodligen delvis kan förklaras med Kriesis (2011, s. 841) teori om att fastän personifiering förekommer i de flesta länder går det att hitta stora landspecifika skillnader när det handlar om personifiering. Skillnader som alltså enligt Kriesi bottnar i de institutionella arrangemang och de skillnader som finns i de olika ländernas politiska system. Det finns alltså stöd i forskningen för ett antagande om att kvällspressen personifierar mera än vad dagspressen gör. Men det finns också andra skillnader. Karidi (2017, s. 4–5) lyfter fram att en skillnad mellan kvälls- och dagspressen är att den förra

förutsätter stora och tilltalande rubriker, starka bilder och ett relativt informellt språk. Det kan jämföras med dagspressen som kan antas behöva kritiska ledare och ett gott språk för att attrahera läsare.

Angående skillnader i kvälls- och dagspressens personifiering av politiken i den finländska nyhetsbevakningen har det inte genomförts liknande studier som har presenterats ovan. Det är också en bidragande orsak till att det är just det som den här avhandlingens empiriska undersökning fokuserar på skillnaderna.

2.4 Sammanfattning av referensramen

I de senaste kapitlen har personifiering definierats som begrepp och som fenomen. Dessutom har olika personifieringsteorier diskuterats och detsamma gäller personifieringen av politiken genom fokus på partiledare i nyhetsmedierna. Samtidigt har även skillnader i kvälls- och dagspressens personifiering av politiken genom partiledare i sin nyhetsbevakning diskuterats. För att i korthet sammanfatta personifiering som ett fenomen går det att konstatera att det handlar om en utveckling där individer får mera betydande roller på bekostnad kollektiv. Till exempel kan det innebära att partiledare får starkare roller medan deras partier får svagare. Detta är någonting som bland annat Bjerling (2012), McAllister (2007), Dalton med flera (2000) och Van Aelst med flera (2011) ger exempel på. Samtidigt finns det olika personifieringsteorier och med tanke på den här avhandlingens frågeställning är det framför allt den centraliserade personifieringen som är viktig. Balmas med flera (2013, s. 37) beskriver centraliserad personifiering som en utveckling där makten skiftar från att tidigare ha funnits i de politiska kabinetten och i de politiska partierna till att i stället finnas hos de enskilda ledarna. På samma gång kan Rahat och Sheafers (2007, s. 67) och Balmas med fleras (2013, s. 37–40) diskussion om personifiering i de obetalda medierna lyftas fram. Med det avser såväl Rahat och Sheaffer som Balmas med flera en förändring i mediernas bevakning av politik. Framför allt är det en förändring i mediernas bevakning av valkampanjer som bottnar i journalisternas ökade fokus på de individuella politikernas aktivitet på bekostnad av kollektiv som partier, organisationer och institutioner. Samtidigt lyfter Rahat och Sheaffer (2007, s. 67) fram att den personifierade valbevakningen kan

fokusera på såväl partiledarnas politiska egenskaper som deras personliga egenskaper och deras privatperson. Den senare möjligheten kallas för privatisering och förväntningen är att det är vanligare att denna privatisering förekommer i kvällspressen än i dagspressen. Som nämnts ovan är avhandlingens frågeställning en sådan att den centraliserade personifieringen är väsentlig, men då frågeställningen fokuserar på skillnader i kvälls- och dagspressens personifiering av partiledare är givetvis personifieringen i de obetalda medierna av intresse. Angående personifiering i medierna blev det tydligt i de föregående kapitlen att personifieringen av politiken även har påverkat mediernas bevakning av politiken. Personifiering är någonting som medierna använder sig av för att nå ut till allmänheten och väcka intresse. Bland annat anser Karidi (2017, s. 1–2) att personifiering, precis som konflikt- och skandalfokusering, har utvecklats till karaktärsdrag som kan hittas i medierna. Samtidigt visar tidigare forskning att det finns skillnader i hur personifierad kvälls- och dagspressens nyhetsbevakning av politiken är. Till exempel har Kriesi (2011), Vliegenhart med flera (2011), Johansson (2017) och Van Aelst med flera (2017) såväl antagit som bekräftat att kvällspressen personifierar politikbevakningen mera och på andra sätt än dagspressen. Johansson (2017, s. 44) påpekar att generellt är partiledarkoncentrationen högre i kvällspressen medan andra politiker än partiledarna allt oftare får komma till tals i dagspressen. Med tanke på det är förväntningen att en undersökning av skillnader i hur kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare kommer att visa att kvällspressen personifierar mera och på andra sätt än dagspressen. Dock bör det påpekas att även om forskningen är relativt enig om att personifiering förekommer mera i kvälls- än i dagspressen betyder det inte att personifiering saknas i dagspressen. Till exempel konstaterar Karidi (2017) att fastän personifiering är mera återkommande i kvällspressen är utvecklingen över tid en sådan att också dagspressen börjat personifiera mera i sin nyhetsbevakning. Samtidig betonar Kriesi (2011) att även om det finns en gemensam syn i forskningen på hur personifiering ska definieras existerar det samtidigt olika landspecifika skillnader gällande personifiering. Detta är skillnader som bland annat beror på olika länders valsystem. Med tanke på det går det givetvis också att fundera på om Finland kan skilja sig från andra länder när det handlar om personifiering. Dock är förmodligen

det sannolika att den finländska kvällspressen personifierar mera och även fokuserar mera på ledarnas privata person än dagspressen. Gällande partiledarnas roll i personifieringsteorin har den tidigare forskningen visat att partiledarna fått starkare roller och en större närvaro i tidningspressen som en följd av personifieringen. Till exempel anser Costa Lobo och Ferreira da Silva (2017) att personifieringen av politiken inneburit att partiledarna fått större roller än tidigare och Sedelius (2011) betonar att medierna tenderar att fokusera mera på de politiska ledarna än förut. Också i Finland har den här utvecklingen skett och Paloheimo (2003, 2008) konstaterar att partiledarna fått starkare positioner än tidigare och partiledarna syns även mera i massmedierna. För att sammanfatta referensramen går det att konstatera att det finns ett antagande om att kvällspressen personifierar mera än vad dagspressen gör. Samtidigt är det rimligt att utgå ifrån att en personifiering av politiken innebär att de politiska individerna får en allt starkare position medan partiernas position försvagas. Angående personifiering av politiken genom partiledare tyder den tidigare forskningen på att partiledarna har fått mera framträdande roller i tidningspressen i takt med att personifieringen av politiken blivit vanligare. Samtidigt hittas en utveckling som indikerar att partiledarna blivit viktigare för nyhetsbevakningen som en följd av personifieringen av politiken genom partiledare. Vissa rön indikerar även att nyhetsmedier, i synnerhet kvällspressen, börjat fokusera även på politikernas personliga egenskaper och privatliv

Avslutningsvis går det att konstatera att den övergripande frågeställningen som formulerades i avhandlingens introduktion nu, i ljuset av den forskning som behandlats i detta kapitel, kan preciseras till: *hur skiljer sig dags- och kvällspressen gällande dels det sätt som partiledarna betonas framom partierna och andra aktörer (personifieringsgrad), dels de egenskaper hos partiledarna som lyfts fram i valbevakningen (yrkesrelaterade egenskaper samt privatlivsrelaterade egenskaper)?* Avhandlingens analys undersöker också om kvälls- och dagspressen skiljer sig när det gäller vilka konkreta partiledare tidningarna fokuserar på.

I de kommande kapitlen behandlas avhandlingens empiriska studie av fallet Finland och i kapitel 3 presenteras studiens material samt metod. I kapitel 3 diskuteras också avhandlingens variabler och variabelvärden.

3. Metod och material

3.1 Metod

I det här kapitlet presenteras den empiriska studiens material och metod. Som tidigare har nämnts är avhandlingens syfte att bidra till kunskap om hur den finländska kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare inför riksdagsval. Syftet är också att utröna om de personifieringstrender som hittats i tidigare internationell forskning även återfinns i Finland. Med tanke på det kommer kapitlet att redogöra för hur den empiriska studien byggs upp för att ge ett svar på den preciserade frågeställningen som är: *hur skiljer sig dags- och kvällspressen gällande dels det sätt som partiledarna betonas framom partierna och andra aktörer (personifieringsgrad), dels de egenskaper hos partiledarna som lyfts fram i valbevakningen (yrkesrelaterade egenskaper samt privatlivsrelaterade egenskaper)* Inledningsvis diskuteras metoder som är ändamålsenliga för avhandlingen. Efter det följer en diskussion om vilken metod som är lämpligast för att genomföra studien. I följande underkapitel presenteras materialet som används och kapitlet följs av en diskussion om de olika variablerna samt variabelvärdena. Kapitlet avslutas med en diskussion om reliabilitet och validitet samt en sammanfattande diskussion.

3.1.1 Kvalitativ innehållsanalys

Då avhandlingen fokuserar på hur kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare inför ett finländskt riksdagsval är det möjligt att använda kvalitativ innehållsanalys som metod. Till exempel konstaterar Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Towns och Wängnerud (2017, s. 211) att det finns flera orsaker till att använda den kvalitativa metoden. Esaiasson med flera anser att en orsak är att vissa passager i texten anses vara viktigare än andra. De konstaterar också att ett skäl kan vara att det eftersökta innehållet ligger dolt under ytan och endast kan tas fram genom en intensiv läsning av materialet. Esaiasson med flera (2017, s. 213–215) menar att det finns två huvudtyper av textanalytiska frågeställningar där den kvalitativa metoden är lämplig. Dels talar de om en typ där innehållet systematiseras, dels hänvisar de till en typ som innebär att texternas innehåll granskas kritiskt.

Esaiasson med flera beskriver de systematiserande undersökningarna som de vanligaste och anser att de systematiserande undersökningarna strävar efter att bringa reda i texter samtidigt som meningen lyfts fram såväl tematiskt som systematiskt. De kritiskt granskande undersökningarna går, enligt Esaiasson med flera, ett steg längre genom att inte bara förtydliga idéer utan också granska dem kritiskt. Dock påpekar de att den kritiskt granskande undersökningen kan vara kritisk på två sätt. Det kan handla om en argumentationsanalys, men det kan också vara en kritisk analys. Med argumentationsanalys avses ett tillvägagångssätt där argumenten granskas kritiskt samtidigt som argumentens styrka värderas. Angående en kritisk textanalys konstaterar Esaiasson med flera att forskaren ofta vill visa att en idé eller en mening som kanske verkar helt naturlig och given i själva verket är historiskt specifik och en produkt av mänsklig tolkning

3.1.2 Kvantitativ innehållsanalys

Ytterligare en metod som är lämplig att använda i en studie av tidningsmaterial är kvantitativ innehållsanalys. Esaiasson med flera (2017, s. 198) anser att den kvantitativa innehållsanalysen är ett användbart verktyg för att få svar på frågor om förekomsten av olika typer av innehållsliga kategorier i ett material. De menar att det dels kan handla om hur ofta eller hur frekvent olika kategorier förekommer, dels om hur stort utrymme olika kategorier får i tid eller rum. Esaiasson med flera beskriver frekvenser och utrymme, det vill säga hur ofta och hur mycket, som den kvantitativa innehållsanalysens främsta kriterium på centralitet och väsentlighet. Angående frekvenser menar de att förhoppningen är att få svar på frågor om till exempel hur många gånger regeringen respektive oppositionen får komma till tals i massmedier under en valrörelse. Gällande frågor om utrymme avser Esaiasson med flera till exempel hur många minuter och sekunder, respektive hur stor text- eller bildmassa som ägnas åt olika innehållskategorier. Esaiasson med flera menar att begreppet kvantitativ innehållsanalys består av två komponenter. Med innehållsanalys avses en undersökning av innehållet i någon form av skriftlig, muntlig eller bildmässig framställning. Ordet kvantitativ syftar på att undersökningen baseras på likvärdiga och därmed jämförbara uppgifter om så pass många analysenheter att de nämnda

uppgifterna kan uttryckas och analyseras med numeriska värden. Vidare konstaterar Esaiasson med flera (2017, s. 199) att fokuseringen på frekvenser och utrymme vid kvantitativ innehållsanalys innebär att det finns gott om utrymme för det som kallas för mekaniskt räknande. De anser att det mekaniska räknandet är en av den kvantitativa metodens största fördelar. Räknandet gör det möjligt att på kort tid gå genom ett stort datamaterial och registrera förekomsten av intressanta innehållskategorier. Dock innebär möjligheten att räkna inte ut utövaren av den kvantitativa metoden enbart ägnar sig åt mekaniskt räknande. Esaiasson med flera påpekar att kvantitativ innehållsanalys innebär att de innehållsliga enheterna först måste tolkas för att det ska vara möjligt att placera dem i rätt kategori där de senare kan räknas. Esaiasson med flera (2017, s. 200–201) anser att det finns tre typer av frågeställningar där den kvantitativa innehållsanalysen är ändamålsenlig. Den första typen är den beskrivande frågeställningen som tar fasta på likheter och skillnader i massmediernas bevakning av, bland annat, riksdagsval och kommunalval. Den andra typen av frågeställning fokuserar på hur innehållet bör se ut enligt någon auktoritativ normativ uppfattning. Den tredje frågeställningen är den förklarande frågeställningen. För att genomföra en kvantitativ innehållsanalys betonar Esaiasson med flera (2017, s. 203) dels att undersökningens analysenheter måste bestämmas, dels att det måste slås fast vilka egenskaper eller variabler som ska registreras hos analysenheterna. Samtidigt påpekar Esaiasson med flera (2017, s. 207) att en förutsättning för att genomföra en kvantitativ innehållsanalys är det finns klara tolkningsregler för hur innehållet i texter, bilder och muntliga framställningar ska klassificeras.

3.1.3 Val av metod

Som redan har nämnts kommer avhandlingen att undersöka hur finländsk kvälls- och dagspress personifierar politiken genom partiledare. Något som följaktligen innebär att två tidningar jämförs. Bryman (2018, s. 102) anser att en jämförande design betyder att identiska metoder tillämpas för en studie av två olika och kontrasterande fall. Dessutom påpekar Bryman att den jämförande designen utgår ifrån att en social företeelse förstås bättre om den jämförs utifrån två, eller fler,

motsatta (eller olikartade) fall eller situationer. På samma gång anser Bryman att en jämförande design kan implementeras både i en kvantitativ och i en kvalitativ studie. Dessutom betonar Nord (2001, 45) att innehållsanalysen är den vanligaste metoden för forskning om det journalistiska arbetet. Den tidigare forskningen av Nord (2001) och Bryman (2018) bidrar till att en innehållsanalys – och då en kvantitativ – används som metod i den här avhandlingen. Valet av kvantitativ innehållsanalys som metod beror på avhandlingens frågeställning som Esaiasson med flera (2017, s. 200–201) definierar som en beskrivande frågeställning. Med en beskrivande frågeställning avses en frågeställning som till exempel fokuserar på likheter och skillnader när det handlar om massmediernas bevakning av, bland annat, riksdagsval. Esaiasson med flera anser att det är lämpligt att använda en kvantitativ innehållsanalys för att besvara en beskrivande frågeställning.

Samtidigt visar en granskning av tidigare forskning med liknande frågeställning som den här avhandlingens att innehållsanalys ofta används som metod och framför allt används kvantitativ innehållsanalys som metod. Till exempel har Strömbäck och Aalberg (2008) använt kvantitativ innehållsanalys i sin jämförelse av hur kvälls- och dagspressen bevakar valkampanjer i Norge och i Sverige. Metoden används också när Strömbäck och Dimitrova (2006) undersöker skillnader i kvälls- och dagspressens bevakning av valkampanjer i USA och i Sverige. Detsamma gäller i Bjerlings (2012) studie som fokuserar på om personifieringen av svenska partiledare har ökat i massmedierna – där kvälls- och dagspress inkluderas – mellan 1979 och 2010. Också Karidi (2017) använder kvantitativ innehållsanalys i sin studie som undersöker om kommersiell medielogik och personifiering har ökat i den tyska kvälls- och dagspressen. Även Jebiril, Albæk och de Vreese (2013) väljer kvantitativ innehållsanalys som metod för att studera vilka effekter privatisering och personifiering i den brittiska, danska och spanska kvälls- och dagspressen har på en eventuell ökning av en cynisk syn på politiken. Också Aaldering, van der Meer och Van der Brug (2018) väljer kvantitativ innehållsanalys för att undersöka vilken effekt nyhetsbevakningen i kvälls- och dagspress har på partiledare i Nederländerna. Men även Kriesi (2011) använder den kvantitativa metoden i sin studie om massmedierna – där även dags- och kvällspress inkluderas – bevakar valkampanjer i sex europeiska

länder på ett mera personifierat sätt än tidigare. Också Takens med flera (2013) har kvantitativ innehållsanalys som metod när de undersöker om personifieringen i kvälls- och dagspressen har ökat i de nederländska valkampanjerna mellan 1998–2010. Sett till tidigare forskning är det möjligt och relevant att använda kvantitativ innehållsanalys för att undersöka skillnader i kvälls- och dagspressens personifiering av politik genom partiledare. Men med det sagt betyder det inte att det inte skulle gå att använda kvalitativ innehållsanalys. Till exempel använder Isotalus och Almonkari (2014) kvalitativ innehållsanalys för att undersöka hur finländska massmedier utvärderar politiska ledare och hur politiker utvärderar medier. Den kvalitativa innehållsanalysen genomförs dels med tidningsmaterial från kvälls- och dagspress, dels med intervjuer. Må vara att Isotalus och Almonkaris syfte är ett annat än den här avhandlingens, men deras studie visar att det är möjligt använda kvalitativ innehållsanalys som metod för att undersöka finländsk kvälls- och dagspress. Oberoende av det är ändå den här avhandlingens metod den kvantitativa innehållsanalysen och det beror på frågeställningen.

Även det faktum att studien utförs genom att gå genom ett stort material och behandla det likvärdigt bidrar till valet av metod. Till exempel konstaterar Esaiasson med flera (2017, s. 198) att kvantitativ innehållsanalys förutsätter att undersökningen baseras på likvärdiga och därmed jämförbara uppgifter om så pass många uppgifter att de kan uttryckas och analyseras med numeriska värden. Dessutom anser Esaiasson med flera (2017, s. 198–199) att kvantitativ innehållsanalys är ett användbart verktyg för att få svar på hur ofta eller hur frekvent olika innehållsliga kategorier förekommer i ett material. Dock påpekar de att frekvenser och utrymme också är centrala begrepp i kvalitativ innehållsanalys, men de anser att det förekommer andra, icke kvantitativa, bedömningsgrunder i det kvalitativa sammanhanget. Däremot är det ingenting som säger att den kvantitativa innehållsanalysen är felfri. Till exempel konstaterar Esaiasson med flera (2017, s. 211) att det faktum att ett stort antal analysenheter behandlas likvärdigt skiljer sig från den kvalitativa modellen där det väsentliga tas fram genom noggrann läsning av materialet. Det innebär att användaren av den kvantitativa modellen kan missa någonting som en användare av den kvalitativa modellen kanske inte skulle göra.

3.2 Val av material

I kapitel 2 konstaterades att en central del i personifieringsfenomenet är att partiledarna förväntas få starkare roller på bekostnad av kollektiven – någonting som påpekas av bland annat McAllister (2007) och Adam och Maier (2010). Den här utvecklingen är orsaken till att partiledarna undersöks närmare i den här avhandlingen. Samtidigt finns det förväntade skillnader angående hur kvälls- och dagspressen personifierar partiledare. Framför allt handlar det om att kvällspressen förväntas personifiera mera än dagspressen – något som till exempel visas av Karidi (2017) – och det bidrar till att den här avhandlingen studerar skillnader i hur kvälls- och dagspressen fokuserar på partiledare i valbevakningen. Det innebär att två tidningar jämförs och det handlar om dagstidningen Helsingin Sanomat (HS) och kvällstidningen Iltasanomat (IS). Orsaken till att Helsingin Sanomat och Iltasanomat undersöks är enkel – enligt Media Audit Finland (2019) är HS den största dagstidningen och IS är den största kvällstidningen. Det betyder att tidningarna med sin storlek kan antas vara påverkande faktorer i samhällsdebatten. Dessutom har tidningarna samma ägare i Sanoma-koncernen vilket är en fördel eftersom ägarskapet som kan påverka tidningarnas journalistik är konstanthållet.

Vid en granskning av tidigare liknande studier som har genomförts med hjälp av kvantitativ innehållsanalys är det möjligt att se att det är vanligt att både kvälls- och dagspress inkluderas. Till exempel undersöker såväl Bjerling (2012), Karidi (2017), Porath, Suzuki och Ramdhor (2014) som Vliegenhart med flera (2011) både kvälls- och dagspress för att få ett svar på om personifieringen har ökat. Dock använder de flera än två tidningar. Bjerling studerar två dagstidningar och två kvällstidningar medan Karidi använder sig av tre tidningar. Även Vliegenhart med flera har flera än två tidningar – de analyserar fem stycken. Också Porath med flera (2014, s. 95), som undersöker om förekomsten av personifiering i kvälls- och dagspress har blivit vanligare under valkampanjer i Chile, använder flera än två tidningar. Sammanlagt använder sig Porath med flera av fyra tidningar. Dock behandlar de nämnda studierna betydligt längre tidsperioder än vad den här avhandlingen gör. Till exempel analyserar Karidi 30 år i Tyskland medan Bjerling analyserar förändringen i Sverige mellan 1979 och 2010. Porath med flera studerar två valkampanjer i Chile. Med

tanke på de långa tidsperioderna är det förståeligt att flera tidningar än två används för att få en bra bild av utvecklingen, men då den här avhandlingen endast analyserar en valkampanj går det att argumentera för att två tidningar räcker. På samma gång bör det påpekas att det inte är ovanligt att det genomförs studier av endast en valkampanj. Till exempel studerar Strömbäck och Dimitrova (2006) en valkampanj i Sverige och en i USA när de undersöker skillnader i hur kvälls- och dagspress bevakar en valkampanj i respektive land. Till skillnad från Strömbäck och Dimitrova undersöker den här avhandlingen de fyra sista veckorna före valet och inte de tre sista. Dock visar den tidigare forskningen att det finns variationer angående hur många veckor som analyseras före en valdag. Till exempel undersöker Jebril med flera (2017) tre veckor i en följd i sin studie av personifiering och privatisering i de danska, brittiska och spanska nyhetsmedierna. Och även om Bjerling (2012) undersöker ett stort antal valkampanjer används bara två veckor före varje valdag. Porath med flera (2014, s. 101) studerar fyra veckor per valkampanj, men inte fyra veckor i en följd. I stället används en så kallad konstruerad vecka som undersöker 28 nummer av varje tidning mellan maj och valdagen i december.

Tillvägagångssätten i den tidigare forskningen visar att det är lämpligt att den här avhandlingen fokuserar på de fyra sista veckorna inför riksdagsvalet. Dels beror det på att endast ett riksdagsval studeras och därför är det önskvärt med en längre tidsperiod än till exempel Bjerlings, dels talar bland annat Tedesco (2005, s. 187) om en valkampanjs så kallade ”hot phase”. Det är en tidsperiod innan ett val där massmedierna fokuserar mycket på valkampanjen. Det går att diskutera vilken tidsperiod som ska klassas som en ”hot phase”, men Tedesco hävdar att i USA anses till exempel de två sista månaderna innan ett presidentval vara valkampanjens ”hot phase”. Med andra ord är det förmodligen möjligt att utgå ifrån att de finländska massmedierna bevakar valkampanjen flitigt under den sista månaden före valdagen. Tidningsnumren som analyseras har publicerats mellan den 18 mars 2019 och valdagen den 14 april 2019. Helsingin Sanomat utkommer sju dagar i veckan medan Iltasanomat utkommer sex dagar i veckan. I Iltasanomats fall är det söndagstidningen som inte ges ut. Sammanlagt utkom Helsingin Sanomat 28 gånger under analysperioden medan motsvarande antal för Iltasanomat var 24. Med tanke på det

digra materialet så behövs vissa avgränsningar när det handlar om vilket material som analyseras. Endast nyhetsartiklar som relaterar till valkampanjen och det kommande valet och som publiceras på tidningarnas nyhetssidor analyseras. Det beror på att förväntningen är att artiklarna som är väsentliga för valkampanjen publiceras på nyhetssidorna. Däremot analyseras inte ledare och kolumner på opinionssidorna. Dessutom analyseras inte heller notiser på nyhetssidorna. Valet att inte analysera ledare och kolumner har dels att göra med att förväntningen är att partiledarna i huvudsak syns på nyhetssidorna, dels beror det på att logiken bakom ledarna och kolumnerna, som utgör opinionsmaterial, är annorlunda än när det handlar om nyhetsartiklarna. Orsaken till att notiserna inte analyseras beror på deras korta längd. I och med att artiklar där partiledaren avbildas i ett fotografi tas i beaktande innebär det även att bilderna kodas. Sammanlagt publicerades 64 artiklar i Helsingin Sanomat som relaterade till valkampanjen. Motsvarande siffra för Iltasanomat var 83. Det publicerades sammanlagt 125 fotografier i samband med artiklarna om valkampanjen i Iltasanomat och i Helsingin Sanomat publicerades 115 fotografier. Studien genomförs genom att jämföra hur kvälls- och dagspressen personifierade sex stycken partiledare inför riksdagsvalet 2019. Partiledarna är Sannfinländarnas Jussi Halla-aho, Socialdemokraternas Antti Rinne, Centerns Juha Sipilä, Samlingspartiets Petteri Orpo, De grönas Pekka Haavisto och Vänsterförbundets Li Andersson. Orsaken till att valet föll på de här partiledarna är att de representerar de sex största partierna. Visst hade det varit möjligt ta Svenska folkpartiets Anna-Maja Henriksson, Blå framtid's Sampo Terho eller Kristdemokraternas Sari Essayah i beaktande, men då de representerar tre förhållandevis små partier – vilket förmodligen minskar nyhetsintresset för dem – föll valet på representanterna för de större partierna.

3.3 Variabler och variabelvärden

Tidningsmaterialet analyseras genom att först kodas i SPSS. Tillvägagångssättet påminner om det som Bjerling (2012) använder i sin studie. Dock görs vissa ändringar och det beror på att Bjerling använder ett större material. Dessutom fokuserar Bjerling även på andra massmedier än dags- och kvällspress. Bjerling

(2012, s. 135) har tre hypoteser angående personifiering av partiledare, men i den här studien är hypoteserna studieområden. De tre studieområdena är personifieringsgrad, personae och intimisering. Personifieringsgrad avser, enligt Bjerling, partiledarnas förekomst, synlighet och närvaro i tidningspressen jämfört med kollektiv som partier. Avhandlingens frågeställning gör att det centrala är vilka skillnader det finns i kvälls- och dagspressens personifieringsgrad. Personae syftar, utgående från Bjerling, på partiledarnas egenskaper. Det handlar om hur kvälls- och dagspressen omnämner partiledarnas olika slag av egenskaper. Det tredje studieområdet är intimisering och fokuserar, enligt Bjerling, på partiledarens yttre attribut och det innebär att skillnader mellan kvälls- och dagspressens fotografier av partiledare och omnämningen av deras yttre attribut analyseras. Det behövs tre kodscheman för att undersöka studieområdena. Detta eftersom det används olika analysenheter för att undersöka skillnader i kvälls- och dagspressens personifiering av valbevakning genom partiledare. Avhandlingens empiriska analys har ett kodschema för cell 1, ett kodschema för cell 3 och 5 samt ett kodschema för cell 4 och 6 (se cellerna i Tabell 1). Cell 2 besvaras inte med ett kodschema utan i resultatdiskussionen om kodschemat för cell 4 och 6 presenteras hur stor andel av alla publicerade fotografier i Iltasanomat och Helsingin Sanomat som avbildade partiledare. Oberoende av det gäller det första kodschemat tidningsartiklarna, det andra fokuserar på omnämningen av partiledarnas egenskaper och det tredje studerar fotografierna. Något som innebär att sex celler besvaras. Avhandlingens studieområden och celler presenteras i Tabell 1.

Tabell 1. Avhandlingens studieområden: sex celler.

Aspekt	Nyhetsartiklar	Fotografier
Personifieringsgrad	1	2
Personae	3	4
Intimisering	5	6

3.3.1 Presentation av kodschemat för cell 1

I de kommande kapitlen presenteras avhandlingens kodscheman och det första kodschemat rör cell 1. Cellen fokuserar på partiledarnas förekomst, synlighet och närvaro i tidningspressen. Alla artiklar på tidningarnas nyhetssidor som relaterar till valkampanjen och det kommande valet är analysenheter. Kodschemat består av 13 variabler och den första (V1) noterar vilken tidning artikeln ingår i. Variabeln har två kategorier där 0 = Iltasanomat och 1 = Helsingin Sanomat. Den andra variabeln (V2) registrerar vilket datum artikeln har publicerats. Den tredje variabeln (V3) kallas för artikel-ID och gör det möjligt att hitta tillbaka till artikeln vid behov. De följande variablerna undersöker om partiledarna utgör subjekt eller objekt i artikeln. Då en central del i personifieringsfenomenet är att partiledarna förväntas få större roller på bekostnad av kollektiv som partier – se till exempel Adam och Maier (2010) eller McAllister (2007) – kommer antalet gånger partiledare utgör subjekt eller objekt i en artikel att jämföras med antalet gånger partier utgör subjekt eller objekt. Med partier avses i det här fallet även personer som tillhör partiet och inte är partiledare. Bjerling (2012, s. 142) menar att det kan innebära att det handlar om riksdagsledamöter, ministrar, riksdagsvalskandidater, partiet i sig eller andra partirepresentanter. Kriterierna för vad som är att utgöra subjekt och vad som är att utgöra objekt är desamma som Bjerling använder sig av. Bjerling (2012, s. 139–140) anser att en partiledare är subjekt i en artikel om partiledaren uttalar sig. En partiledare är objekt om partiledaren omnämns. Men om det till exempel uppstår en situation där partiledare A kritiserar partiledare B för någonting och partiledare B får möjlighet att besvara partiledare A:s kritik så innebär det att båda partiledarna utgör såväl subjekt som objekt eftersom båda uttalar sig och båda nämns. Ett parti anses vara subjekt om det är partiet som uttalar sig. För att ett parti ska vara objekt krävs det att partiet nämns. Följaktligen fokuserar den fjärde variabeln (V4) på hur många gånger en partiledare agerar subjekt i en artikel. Den femte variabeln (V5) registrerar hur många gånger partier agerar subjekt i artikeln. Efter det följer den sjätte variabeln (V6) som fokuserar på om en partiledare utgör dominerande subjekt i artikeln. Variabeln har två kategorier där 0 = nej och 1 = ja. För att partiledaren ska vara dominerande subjekt krävs det att partiledaren på ett tydligt sätt är det centrala i

artikeln, någonting som kan betyda att det endast är partiledaren som kommer till tals eller att en majoritet av citaten är partiledarens. Den sjunde variabeln (V7) registrerar – förutsatt att $V6 = 1$ – vilken partiledare som utgör dominerande subjekt och variabeln har sju kategorier där 1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto, 6 = Andersson och 7 = övrig ledare.

Den åttonde variabeln (V8) undersöker hur många gånger en partiledare utgör objekt i artikeln. Den nionde variabeln (V9) registrerar hur många gånger partier är objekt i artikeln. Den tionde variabeln (V10) tar fasta på om det går att urskilja en partiledare som dominerande objekt i artikeln. Det finns två kategorier där 0 = nej och 1 = ja. För att en partiledare ska klassas som dominerande objekt krävs det att artikeln på ett tydligt sätt handlar om en partiledare utan att partiledaren får komma till tals i artikeln. Om $V10 = 1$ undersöker den elfte variabeln (V11) vilken partiledare som är dominerande objekt och det finns sju kategorier där 1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto, 6 = Andersson och 7 = övrig ledare. Den tolfte variabeln (V12) registrerar om artikeln fokuserar på åtminstone en partiledare och det finns två kategorier som är 0 = nej och 1 = ja. Bjerlings (2012, s. 251) kriterium används för att avgöra om en artikel fokuserar på åtminstone en partiledare. Det innebär att en artikel fokuserar på åtminstone en partiledare om partiledaren nämns i ingressen, i rubriken eller avbildas i ett fotografi. Om $V12 = 1$ noterar den trettonde variabeln (V13) vilken partiledare det rör sig om och kategorierna är 0 = grupp av partiledare, 1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto, 6 = Andersson och 7 = övrig ledare. Kodschemat återges i Bilaga 1.

3.3.2 Presentation av kodschemat för cell 3 och 5

Det andra kodschemat analyserar hur kvälls- och dagspressen nämner partiledarnas egenskaper och analysenheten är här – i enlighet med Bjerlings (2012) metod – det enskilda omnämmandet av en egenskap. Kodschemat besvarar därmed cell 3 och 5. Artiklarna som inkluderas i denna analys är de där $V12 = 1$ i kodschemat för cell 1, alltså artiklar som fokuserar på åtminstone en partiledare, eftersom det då går att garantera att den studerade partiledaren har en framträdande roll i artikeln. Den första variabeln (V1) registrerar i vilken tidning partiledarens egenskap nämns. Kategorierna är 0 = Iltasanomat och 1 = Helsingin Sanomat. Den andra variabeln

(V2) registrerar datumet på tidningen och den tredje variabeln (V3) är artikel-ID. Den fjärde variabeln (V4) noterar vilken partiledares egenskap det skrivs om och kategorierna är 1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto och 6 = Andersson. Den femte variabeln (V5) definierar vilken typ av attribut som nämns. Det finns sex kategorier där de tre första tar fasta på studieområdet *personae* (se Tabell 1). Kategorierna är 1 = kompetens/ledarskap, 2 = övertygelse/moral, 3 = mental disposition. De tre återstående egenskaperna besvarar studieområdet *intimisering* (se Tabell 1) och de är 4 = utseende, 5 = livsstil, 6 = familj. Med kompetens och ledarskap avses, i enlighet med Bjerling (2012, s. 254), aspekter som är relaterade till olika ledarskapskvaliteter. Det betyder att omnämnda attribut som till exempel beskriver partiledarens ledarskap eller attribut som fokuserar på partiledarens kompetens i en viss fråga kodas som kompetens/ledarskap. Övertygelse och moral syftar, precis som Bjerling beskriver det, på moraliska aspekter. Någoting som innebär att textpassager där partiledaren till exempel tar ställning i en moralisk fråga kodas som övertygelse och moral. Med mental disposition menar Bjerling sådant som har att göra med personlighet, till exempel temperament och social förmåga. Ett exempel på en skrivning som anses fokusera på partiledarens mentala disposition är en artikel i Helsingin Sanomat den 20 mars där Antti Rinne beskrivs som en person som talar långsamt. Med utseende avses omnämmanden av partiledarens utseende. Livsstil syftar på sättet som partiledaren lever sitt liv på. Till exempel anses ett omnämmande i Helsingin Sanomat den 29 mars om att Halla-ahos cykel har punkterats fokusera på Halla-ahos livsstil eftersom han konstaterar att han cyklar regelbundet. Ett omnämmande kodas som familjerelaterat om partiledarens familj nämns. Exempel på det finns i en artikel som skrevs av Iltasanomat den 10 april där Li Andersson berättar att när hon som barn brukade resa med sin far under sommarloven. Kodschemat för cell 3 och 5 presenteras i Bilaga 2.

3.3.3 Presentation av kodschemat för cell 4 och 6

Det tredje kodschemat besvarar cell 4 och 6 i Tabell 1. Kodschemat analyserar fotografierna på partiledarna och även nu är det endast de artiklar där V12 = 1 i kodschemat för cell 1 som kodas. Detta eftersom det då garanteras att partiledare avbildas i fotografierna. Det enskilda fotografiet är här analysenheten. Den första

variabeln (V1) i det tredje kodschemat registrerar i vilken tidning fotografiet är publicerat. Det finns två kategorier – 0 = Iltasanomat och 1 = Helsingin Sanomat. Den andra variabeln (V2) noterar vilket datum fotografiet är publicerat och den tredje variabeln (V3) är artikelns ID. Den fjärde variabeln (V4) noterar vilken – eller vilka – partiledare som avbildas och det finns sju kategorier som är 0 = grupp av partiledare, 1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto och 6 = Andersson. Den femte variabeln (V5) fokuserar på vilken miljö partiledaren avbildas i och det finns två kategorier i enlighet med Bjerlings (2012, s. 258) tillvägagångssätt för att koda bilder. Den första kategorin, som är 0 = offentlig miljö, innebär att fotografiet är taget när partiledaren befinner sig i ett traditionellt politiskt sammanhang. Detta anknyter till *personae*. Det kan till exempel vara i riksdagen, under en valkampanjsträff eller på en presskonferens. Den andra kategorin, 1 = privatlivssammanhang, registrerar fotografier som avbildar partiledaren i sitt privatliv. Detta anknyter således till intimering. Också partiledarens klädsel tas i beaktande och den sjätte variabeln (V6) har två kategorier där 0 = strikt och 1 = är ledigt. Den första kategorin fokuserar på bilder där partiledaren klär sig enligt det offentliga livets strikta klädkod och är relaterat till aspekten *personae*. Den andra kategorin registrerar bilder där partiledaren klär sig ledigt och relaterar till intimering. Kodschemat för cell 4 och 6 finns i Bilaga 3.

3.4 Validitet och reliabilitet

Angående validitet i forskningen konstaterar Esaiasson med flera (2017, s. 58) att validitet definieras på tre olika sätt. Den första definitionen innebär att det finns en överensstämmelse mellan teoretisk definition och operationell indikator. Den andra definitionen fokuserar på frånvaro av systematiska fel och den tredje definitionen tar fasta på om forskaren mäter det som det påstås att mäts. Esaiasson med flera påpekar att definitionerna används som synonymer för varandra, men det går att skilja mellan dem. De anser att det går att skilja mellan den första och den andra definitionen – som tillsammans kallas för begreppsvaliditet – och den tredje definitionen som kallas för resultatvaliditet. Esaiasson med flera konstaterar att begreppsvaliditet kan diskuteras när de teoretiska begreppen har bestämts och de operationella

mätarverktygen har utformats. Däremot går det inte att utvärdera att man mäter det som man påstår att man mäter förrän det empiriska fältarbetet är utfört. I och med att den här avhandlingen undersöker vilka skillnader det finns i hur finländsk kvälls- och dagspress personifierar valbevakningen genom fokus på partiledare och deras egenskaper är det lämpligt att ta den tredje definitionen av validitet – alltså resultatvaliditet – i beaktande. Esaiasson med flera (2017, s. 64) anser att två krav måste uppfyllas för att uppnå resultatvaliditet. Begreppsvaliditeten måste vara god – vilket är detsamma som frånvaro av systematiska fel – och reliabiliteten måste vara hög, vilket innebär frånvaro av slumpmässiga eller osystematiska fel. Angående validiteten i den här avhandlingen är det nödvändigt att fråga sig om det som avhandlingen påstår att den mäter – alltså personifieringsgrad, personae och intimisering – mäts med valida variabler. Det är möjligt att svara jakande på frågan eftersom tillvägagångssättet för att välja variabler och skapa kodscheman påminner om det som användes i Bjerlings (2012) studie om personifiering av partiledare i kvälls- och dagspress under 30 år i Sverige. Med tanke på hur omfattande Bjerlings studie är – det är fråga om en doktorsavhandling – går det att hävda att då tillvägagångssättet i den här avhandlingen har inspirerats av Bjerlings studie uppfylls kraven på validitet.

Bryman (2018, s. 72) konstaterar att reliabilitet rör frågan om huruvida resultaten från en undersökning blir desamma om undersökningen genomförs på nytt, eller om de påverkas av slumpmässiga eller tillförlitliga förutsättningar. Bryman påpekar att reliabilitet oftast är aktuellt vid en kvantitativ undersökning. Också Esaiasson med flera (2017, s. 65) anser att reliabilitet kan testas genom att jämföra resultaten från två kodningar som använder samma mätinstrument. Detta görs antingen genom att slumpmässigt dela in analysenheter vid en tidpunkt i två grupper eller genom att samma undersökning görs med samma analysenheter vid ett senare tillfälle. Esaiasson med flera anser att det är möjligt vid en analys av tidningsmaterial att testa reliabiliteten genom att gå tillbaka till samma material och göra om en mindre del av analysen. Om forskaren gör en sådan analys kallar Esaiasson med flera att testresultatet för intrakodarreliabilitet. Om någon annan än forskaren gör testet talar Esaiasson med flera om interkodarreliabilitet. Esaiasson med flera påpekar att då det

inte kan uteslutas att den ensamma kodaren minns det första mättillfället anses interkodarreliabilitet vara den bättre formen av reliabilitetstest. Reliabilitetstestet för den här avhandlingen utfördes därför genom att samma undersökning genomfördes med samma analysenheter av en annan person än den ursprungliga kodaren. Testet gjordes genom att den andra personen kodade ett urval av de artiklar där partiledarnas personliga egenskaper är det centrala. Det handlade om tio procent av artiklarna och de valdes slumpmässigt. Dessutom kodades också tio procent av fotografierna i anslutning till artiklarna och även då valdes fotografierna slumpmässigt. Det betyder att det är V4 och V5 i kodschemat för cell 3 och 5 samt V4, V5 och V6 i kodschemat för cell 4 och 6 som kodas på nytt. Testet utfördes enligt Holstis (1969) metod som är $(2 \times M) / (N^1 + N^2)$. Enligt Holstis formel står M för antalet kodningsbeslut, N^1 står för det totala antalet kodningar som den första kodaren har utfört och N^2 står för det totala antalet kodningar utfört av den andra kodaren. Reliabilitetstestet för V4 och V5 i kodschemat för cell 3 och 5 samt för V4, V5 och V6 i kodschemat för cell 4 och 6 gav vid det första tillfället en procentuell överensstämmelse på 86 procent. Vid det andra kodningstillfället, när den nya kodaren hade fått tydligare instruktioner, resulterade reliabilitetstestet i en procentuell överensstämmelse på 93 procent vilket tyder på hög reliabilitet.

3.5 Sammanfattning av metodkapitlet

I det här kapitlet har avhandlingens metod, material och tillvägagångssätt för att genomföra studien presenterats. Kapitlet inleddes med en diskussion om kvalitativ och kvantitativ innehållsanalys. Med stöd av tidigare forskning, av till exempel Esaiasson med flera (2017), blev det klart att kvantitativ innehållsanalys är en lämplig metod för den här avhandlingen. I kapitel 3.2 presenterades materialet som används för att genomföra studien, avgränsningarna och valen som har gjorts. Kapitlet följdes av en diskussion om avhandlingens variabler och variabelvärden. De kodscheman som presenterades har i stor utsträckning inspirerats av Bjerlings (2012) studie om personifiering av partiledare i svenska massmedier. Det har också förts en diskussion om validitet och reliabilitet i metodkapitlet.

4 Resultat

I det här kapitlet presenteras resultaten av avhandlingens empiriska undersökning. Kapitlet har fyra underkapitel och det första redogör för personifieringsgraden i tidningspressen. Efter det följer en presentation av personae och intimisering i tidningspressen medan följande underkapitel presenterar resultaten för personifieringsgrad, personae och intimisering i tidningspressens fotografier. I samband med kapitlet om personifieringsgrad, personae och intimisering i tidningspressens fotografier presenteras också resultatet för hur stor andel av alla fotografier som avbildade partiledare under analysperioden. Kapitlet avslutas med en sammanfattande diskussion. Eftersom materialet i denna undersökning är ett totalmaterial företas ingen statistisk signifikansprövning i resultatanalysen.

4.1 Personifieringsgrad i tidningsartiklarna

Avhandlingens första kodschema besvarar cell 1 som undersöker personifieringsgraden i Helsingin Sanomat och i Iltasanomat. Med personifieringsgrad avses, enligt Bjerling (2012, s. 135), partiledarnas förekomst, synlighet och närvaro i tidningspressen jämfört med kollektiv som partier. Kodschemat för cell 1 har bland annat skapats för att undersöka hur många gånger partiledarna är subjekt och objekt i en artikel jämfört med partierna. Det undersöks också om en partiledare är dominerande subjekt eller dominerande objekt och om en artikel fokuserar på åtminstone en partiledare. Som redan har nämnts i kapitel 3 publicerades 64 artiklar i HS och 83 artiklar i IS som relaterade till valkampanjen. Det första som besvaras i kodschemat för cell 1 är förekomsten av partiledare som subjekt eller objekt och förekomsten av partier som subjekt eller objekt. Resultaten i Tabell 2 angående partiledare och partier som subjekt eller objekt visar att det är vanligare att partiledarna är subjekt än att partierna är det, och detta gäller för bägge tidningarna.

Tabell 2. Partier och partiledare som subjekt och objekt. (medeltal av antal gånger per artikel).

	IS	HS
Antal gånger partiledare utgör subjekt	3,3	3,0
Antal gånger partier utgör subjekt	1,0	1,8
Antal gånger partiledare utgör objekt	1,0	1,5
Antal gånger partier utgör objekt	0,4	2,9

I medeltal utgjorde en partiledare subjekt 3,3 gånger per artikel i IS medan partier utgjorde subjekt 1,0 gånger i samma tidning. Också i HS var det vanligare att partiledarna var subjekt än att partierna var det. Partiledarna utgjorde i medeltal subjekt 3,0 gånger per artikel och partierna utgjorde i medeltal subjekt 1,8 gånger per artikel. Samtidigt var det vanligare att partiledarna utgjorde objekt än att partierna gjorde det i IS, men så var det inte i HS. I HS var partiledarna objekt i medeltal 1,5 gånger i varje artikel och partierna utgjorde objekt 2,9 gånger. I IS utgjorde partiledarna objekt 1,0 gånger och partierna gjorde det 0,4 gånger. Den viktigaste observationen av denna analys är givetvis att båda tidningarna personifierar genom att partiledarna oftare är subjekt än partierna som kollektiv, men graden är något starkare i kvällspressens valbevakning. Också sett till objekt är partiledarna oftare objekt än partierna i kvällspressen, men så är det inte i dagspressen. En bidragande orsak till det är förmodligen att HS publicerade ett flertal artiklar som fokuserade på förutsättningarna i de olika valkretsarna och artiklarna behandlade inte partiledare.

Härnäst presenteras resultaten för hur ofta en partiledare utgör dominerande subjekt och dominerande objekt i tidningarna. Resultaten visar att det är vanligare att partiledarna utgör *dominerande* subjekt än att de utgör *dominerande* objekt. Samtidigt var det ändå vanligare att partiledaren var dominerande subjekt i IS än i HS. Men det var även vanligare att en partiledare var dominerande objekt IS än i HS. Detta framgår av Tabell 3.

Tabell 3. Partiledare som dominerande subjekt och objekt.

	IS	HS
Artiklar där partiledaren utgör dominerande subjekt.	37 (44,6 %)	18 (28,1 %)
Artiklar där partiledaren inte utgör dominerande subjekt.	46 (55,4 %)	46 (71,9 %)
Totalt	83 (100 %)	64 (100%)
Artiklar där partiledaren utgör dominerande objekt.	12 (14,5 %)	4 (6,2 %)
Artiklar där partiledaren inte utgör dominerande objekt.	71 (85,5 %)	60 (93,8 %)
Totalt	83 (100 %)	64 (100%)

Som redan har konstaterats publicerades 83 artiklar i IS under analysperioden och en partiledare var dominerande subjekt i 44,6 procent av artiklarna. Med andra ord var 55,4 procent av artiklarna sådana där partiledaren inte var dominerande subjekt och följaktligen var det vanligare att partiledaren inte utgjorde dominerande subjekt i IS. Samtidigt var det vanligare att partiledaren var dominerande subjekt i IS än i HS. I HS publicerades 64 artiklar under analysperioden och en partiledare var dominerande subjekt 28,1 procent av artiklarna. Också när det handlade om att utgöra dominerande objekt var det vanligare att partiledaren var det i IS än i HS. I IS var partiledaren dominerande objekt i 14,5 procent av artiklarna. I HS var partiledare dominerande objekt 6,2 procent av artiklarna i HS. Dock visar resultaten givetvis tydligt att det inte är vanligt att en partiledare är dominerande objekt, oberoende av om det gäller IS eller HS.

Härnäst redogörs det för hur ofta de enskilda partiledarna utgör dominerande subjekt eller dominerande objekt i tidningarna. Resultaten presenteras i Tabell 4.

Tabell 4. Artiklar med partiledare som dominerande subjekt och objekt.

Partiledare	Dominerande subjekt i IS	Dominerande subjekt i HS	Dominerande objekt i IS	Dominerande objekt i HS
Halla-aho	6 (16,2 %)	3 (16,7%)	1 (8,3 %)	1 (25,0 %)
Rinne	8 (21,7 %)	3 (16,7 %)	5 (41,7 %)	3 (75,0 %)
Sipilä	7 (18,9 %)	3 (16,7 %)	5 (41,7 %)	0
Orpo	6 (16,2)	2 (11,1 %)	0	0
Haavisto	2 (5,4 %)	1 (5,5 %)	1 (8,3 %)	0
Andersson	2 (5,4%)	1 (5,5 %)	0	0
Övrig ledare	6 (16,2 %)	5 (27,8 %)	0	0
Totalt:	37 (100%)	18 (100%)	12 (100 %)	4 (100 %)

Tabell 4 visar att statsministern Rinne är den partiledare som oftast utgjorde dominerande subjekt i IS. Rinne var dominerande subjekt i 21,7 procent av artiklarna och det kan jämföras med att Sipilä var dominerande subjekt i 18,9 procent av artiklarna. Både Orpo och Halla-Aho förekom å andra sidan i 16,2 procent av artiklarna, vilket var lika ofta som kategorin övrig ledare. Som sagt var det vanligare att partiledaren var dominerande subjekt i IS än i HS, men oberoende av det är Rinne en av de partiledare som utgör dominerande subjekt oftast i HS. Han är det i 16,7 procent av artiklarna, men till skillnad från resultaten för IS är både Sipilä och Halla-Aho dominerande subjekt lika ofta som Rinne i HS. Dock är det kategorin övrig ledare som oftast utgör dominerande subjekt i HS och de övriga ledarna är dominerande subjekt i 27,8 procent av artiklarna. Orsaken till att kategorin övrig ledare förekommer i flest artiklar beror på att HS intervjuade fem partiledare – som inte studeras i den här avhandlingen – för de redan nämnda partiledarintervjuerna. De var Anna-Maja Henriksson, Sari Essayah Sampo Terho, Harry Harkimo och Paavo Väyrynen. Angående att utgöra dominerande objekt utgjorde Rinne och Sipilä det oftast i IS med 41,7 procent var. Samtidigt var både Halla-Aho och Haavisto

dominerande objekt i IS i 8,3 procent av artiklarna. Det är en tydlig skillnad jämfört med HS, där endast Halla-Aho och Rinne utgjorde dominerande objekt. Rinne var dominerande objekt i 75 procent av artiklarna medan Halla-Aho var det i 25 procent av artiklarna. Härnäst kommer artiklarna som fokuserar på åtminstone en partiledare att presenteras och av de redan nämnda 83 artiklarna som publicerades i IS inför riksdagsvalet fokuserade 44 på åtminstone en partiledare. Det var 53 procent av alla artiklar. I HS fokuserade 25 av 64 artiklar på åtminstone en partiledare och det var 39 procent av alla artiklar. I Tabell 5 presenteras resultaten för vilka partiledare artiklarna som fokuserar på åtminstone en partiledare tar fasta på.

Tabell 5. Vilka partiledare fokuserar artiklarna på?

Vilken eller vilka partiledare?	Artiklar som fokuserar på åtminstone en partiledare i IS	Artiklar som fokuserar på åtminstone en partiledare i HS
Grupp av partiledare	5 (11,4 %)	8 (32,0 %)
Halla-Aho	8 (18,2 %)	3 (12,0 %)
Rinne	7 (15,9 %)	3 (12,0 %)
Sipilä	7 (15,9 %)	2 (8,0 %)
Orpo	5 (11,3 %)	1 (4,0 %)
Haavisto	4 (9,1 %)	2 (8,0 %)
Andersson	2 (4,6 %)	1 (4,0 %)
Övrig ledare	6 (13,6 %)	5 (20,0 %)
Totalt	44 (100 %)	25 (100 %)

Resultaten visar att Halla-Aho förekommer oftast när det handlar om artiklar som fokuserar på åtminstone en partiledare i IS. 18,2 procent av artiklarna fokuserar på Halla-Aho. Gällande Rinne och Sipilä fokuserar – i båda fallen – 15,9 procent av artiklarna på dem och 13,6 procent av artiklarna fokuserar på kategorin övrig ledare. Det är vanligare att kategorin övrig ledare förekommer än att kategorin grupp av ledare gör det. Den senare kategorin förekommer i 11,4 procent av artiklarna. Angående kategorin grupp av partiledare bör det påpekas att fotografier som avbildar flera än en partiledare (till exempel i samband med en valdebatt) kategoriseras som

grupp av partiledare och följaktligen anses artikeln fokusera på åtminstone en partiledare. I HS är det däremot kategorin grupp av partiledare som förekommer oftast och 32 procent av artiklarna som fokuserar på åtminstone en partiledare fokuserar på kategorin grupp av partiledare. 20 procent av artiklarna fokuserar på kategorin övrig ledare och det betyder alltså att det är vanligare att artiklar som fokuserar på åtminstone en partiledare i HS fokuserar på de två kategorierna än de partiledare som huvudsakligen är av intresse i den här empiriska studien. Angående partiledarna förekommer både Rinne och Halla-Aho i tolv procent av artiklarna.

Sammanfattningsvis går det hittills att konstatera att det var vanligare att partiledarna hade mera framträdande roller i IS än i HS. Sett till att utgöra subjekt förekom partiledarna i medeltal oftare per artikel i IS än i HS. Dock bör det påpekas att både i IS och i HS utgjorde partiledarna oftare subjekt än partierna. Gällande att utgöra objekt var det vanligare att partiledaren var objekt i HS än i IS, men i IS var det vanligare att partiledaren utgjorde objekt än att partierna gjorde det. Så var det däremot inte i HS. Där utgjorde partierna oftare objekt än partiledarna. Även när det handlade om artiklar där partiledaren var dominerande subjekt fanns det flera artiklar i IS än i HS. Dock var det i båda tidningarna vanligare att partiledaren inte var dominerande subjekt. Så var även fallet angående att utgöra dominerande objekt, men också nu var det vanligare att partiledaren var dominerande objekt i IS än i HS. Dock bör det påpekas att det inte fanns många artiklar där partiledarna utgjorde dominerande objekt. Resultaten för vilka partiledare som utgjorde dominerande subjekt visar att Rinne utgjorde det oftast i IS medan kategorin övrig ledare oftast var dominerande subjekt i HS. Som redan har konstaterats beror det på att HS i sina så kallade partiledarintervjuer intervjuade fem partiledare som inte har analyserats i den här studien. Angående partiledarna som är centrala för den empiriska studien utgjorde Rinne, Halla-Aho och Sipilä dominerande objekt lika många gånger i HS. Gällande att utgöra dominerande objekt var det Rinne och Sipilä som utgjorde det oftast i IS medan Rinne utgjorde det i HS. Resultaten visade också att av de 83 publicerade artiklarna i IS fokuserade 44 på åtminstone en partiledare. Det var 53 procent av alla artiklar. I HS fokuserade 25 av 64 artiklar på åtminstone en

partiledare och det var 39 procent av alla artiklar. I IS förekom Halla-Aho oftast i artiklarna som fokuserade på åtminstone en partiledare medan det var kategorigrupp av partiledare som oftast registrerades i de HS-artiklar som fokuserade på åtminstone en partiledare. Sammanfattningsvis går det att konstatera att partiledarna – med undantag av att utgöra objekt i artiklarna – hade mera framträdande roller i IS än i HS.

4.2 Personae och intimisering i tidningspressen

I föregående kapitel analyserades personifieringsgraden i tidningspressen och kapitlet avslutades med en presentation av hur många artiklar som fokuserar på åtminstone en partiledare. De artiklarna analyseras närmare i de kommande kapitlen. I det här kapitlet presenteras resultaten för det andra kodschemat som fokuserar på *personae* samt textmässig intimisering och kodschemat besvarar cell 3 samt 5. Personae syftar – enligt Bjerling (2012, s. 135) – på partiledarnas egenskaper och intimisering syftar på yttre attribut. I föregående kapitel framkom det att 69 artiklar (25 i HS och 44 i IS) fokuserar på åtminstone en partiledare. Samtidigt är det möjligt att en artikel som fokuserar på åtminstone en partiledare involverar flera än en partiledare och därför kan det uppstå en situation där antalet egenskaper som nämns i en tidning inte korrelerar med antalet artiklar, någonting som var fallet i HS. Det publicerades 25 artiklar i HS som fokuserade på åtminstone en partiledare, men antalet nämnda egenskaper var 28. Även om det också i IS fall finns artiklar där flera partiledares egenskaper nämns är det slutliga antalet samma som antalet analyserade artiklar. Detta beror på att det finns några artiklar som fokuserar på åtminstone en partiledare på grund av att partiledaren avbildas i ett fotografi och inte nämns i texten. Med andra ord har det inte varit möjligt att bestämma en egenskap. Dock påminner antalet nämnda egenskaper per artikel i medeltal mycket om varandra oberoende av om det handlar om IS eller HS, någonting som visas i Tabell 6.

Tabell 6. Kodade egenskaper per artikel i medeltal.

	IS	HS
Egenskaper per artikel i medeltal.	1,0 (44/44)	1,1 (28/25)

Tabell 6 visar att fastän det sammanlagda antalet egenskaper var större i IS än i HS nämndes ändå egenskaper i medeltal oftare per artikel i HS än i IS. Härnäst presenteras de sammanlagda resultaten för intimering och personae i tidningspressen. I Tabell 7 redogörs för hur många gånger respektive egenskap registrerades i IS och i HS.

Tabell 7. Hur många gånger skrivs det om egenskaperna?

Egenskap	IS	HS
Kompetens/ledarskap	13 (29,6 %)	14 (50,0%)
Övertygelse/moral	21 (47,7 %)	12 (42,8 %)
Mental disposition	4 (9,1 %)	1 (3,6 %)
Utseende	1 (2,2 %)	0
Livsstil	3 (6,8 %)	1 (3,6 %)
Familj	2 (4,6 %)	0
Totalt:	44 (100%)	28 (100%)

Resultaten visar att det är vanligare att personae-egenskaperna (alltså kompetens/ledarskap, övertygelse/moral och mental disposition) omnämns än att intimeringsegenskaperna (utseende, livsstil, familj) omnämns. I IS utgör personae-egenskaperna sammanlagt 86,4 procent av de nämnda egenskaperna medan motsvarande andel för HS är 96,4 procent. Det betyder att i IS utgör intimeringsegenskaperna 13,6 procent av alla egenskaper. Motsvarande siffra i HS är 3,6 procent. Det går alltså att konstatera att det är betydligt vanligare att IS fokuserar på intimeringsegenskaperna än att HS gör det, vilket troligen beror på att

den förväntade skillnaden mellan kvälls- och dagspress är att den förra tidningen förväntas fokusera mera på partiledaren som privatperson samt på partiledarens personliga karaktärsdrag. På samma gång går det att konstatera att HS fokuserar mera på personae-egenskaperna än IS, vilket förmodligen kan förklaras med att dagspressen förväntas fokusera mera på de politiska egenskaperna än kvällspressen. Dock bör det påpekas att både i IS och i HS är det vanligare att tidningen omnämner personae-egenskaper än intimiseringsegenskaper. Samtidigt visar resultaten att IS också lyft fram egenskaper i större utsträckning än HS och det betyder att även i det här fallet har partiledaren en mera framträdande roll i IS än i HS. I IS har egenskaperna omnämnts 44 gånger och i HS har de omnämnts 28 gånger. Tabell 7 visar också att sett till de enskilda personae-egenskaperna omnämndes övertygelse och moral oftast i IS. Egenskapen omnämndes i 47,7 procent av artiklarna och följs av kompetens och ledarskap som omnämns i 29,6 procent av artiklarna. Det är en skillnad jämfört med HS där egenskapen kompetens och ledarskap är den mest omnämnda egenskapen. Den förekommer i 50 procent av artiklarna medan övertygelse och moral omnämns i 42,8 procent av artiklarna. I IS var livsstilsbeskrivningar den vanligaste intimiseringsegenskapen och den omnämndes i 6,8 procent av artiklarna. En skillnad mellan tidningarna var att i IS omnämndes alla intimiseringsegenskaper, men i HS omnämndes endast en. Endast egenskapen livsstil omnämndes i HS och den förekom i 3,6 procent av artiklarna. Härnäst presenteras resultaten för hur många gånger personae-egenskaperna och intimiseringsegenskaperna registrerades för de olika partiledarna i IS. Resultaten visas i Tabell 8.

Tabell 8. Partiledarnas egenskaper i IS.

Egenskap	Halla-aho	Rinne	Sipilä	Orpo	Haavisto	Andersson
Personae	8 (18,1 %)	10 (22,7 %)	6 (13,6 %)	8 (18,1 %)	2 (4,6 %)	4 (9,1 %)
Intimisering	1 (2,3 %)	1 (2,3 %)	2 (4,6 %)	0	1 (2,3 %)	1 (2,3 %)

Gällande personae-egenskaperna visar Tabell 8 att Rinne var den partiledare som onämndes oftast i IS. I Rinnes fall omnämndes personae-egenskaperna i 22,7 procent

av fallen och det kan jämföras med att både Orpos samt Halla-Ahos personae-egenskaper utgjorde 18,1 procent av det sammanlagda antalet egenskaper i IS. På samma gång visar resultaten för omnämmandet av personae-egenskaperna att 13,6 procent av dem registrerades för Sipilä. Angående intimiseringsegenskaperna går det att konstatera att fastän Orpo hörde till de partiledare som procentuellt fick mest personae-egenskapsomnämningen, nämndes inte en enda intimiseringsegenskap om Orpo. Samtidigt var det inte vanligt att man skrev om intimiseringsegenskaper. I Sipiläs fall utgjorde egenskaperna 4,6 procent medan egenskaperna för de övriga partiledarna utgjorde 2,3 procent per partiledare. I Tabell 9 presenteras motsvarande resultat för HS.

Tabell 9. Partiledarnas egenskaper i HS.

Egenskap	Halla-aho	Rinne	Sipilä	Orpo	Haavisto	Andersson
Personae	6 (21,4 %)	7 (25,0 %)	5 (17,9 %)	2 (7,1 %)	5 (17,9 %)	2 (7,1 %)
Intimisering	1 (3,6 %)	0	0	0	0	0

Även i HS har majoriteten av personae-egenskaperna omnämnts om Rinne. 25 procent av egenskaperna har registrerats för honom medan 21,4 procent omnämner Halla-Aho. Både i Sipiläs och i Haavistos fall omnämns personae-egenskaperna i 17,9 procent av fallen. Som visades i Tabell 8 var det inte vanligt att intimiseringsegenskaper omnämndes i IS, men i HS är det ännu ovanligare. Endast en intimiseringsegenskap omnämns och den utgör 3,6 procent av egenskaperna. Egenskapen har registrerats för Halla-Aho.

För att sammanfatta personae och intimisering i tidningspressen går det att konstatera att IS lyfte fram egenskaper i större utsträckning än HS. Sammanlagt registrerades 44 egenskaper i IS medan 28 egenskaper noterades i HS. Däremot visar medeltalet för hur många gånger en egenskap nämndes per artikel i de båda tidningarna att skillnaden inte är stor. I IS nämndes en egenskap i medeltal 1,0 gånger och i HS

nämndes en egenskap i medeltal 1,1 gånger. Något som också blev tydligt är att det är vanligare att de så kallade personae-egenskaperna registreras än att intimiseringsegenskaperna gör det. Detta gällde oberoende av tidning. I IS utgör personae-egenskaperna 86,4 procent av de sammanlagda egenskaperna och motsvarande andel för HS är 96,4 procent. Det betyder att i IS utgör intimiseringsegenskaperna 13,6 procent av alla egenskaper och i HS är andelen 3,6 procent. Som redan har konstaterats visar även de här resultaten att *det är vanligare att kvällspressen fokuserar på partiledaren som privatperson medan dagspressen lägger större fokus på de politikrelaterade egenskaperna*. Men som sagt är det ändå i båda tidningarna vanligare att personae-egenskaperna omnämns. Avslutningsvis går det att konstatera att både i IS och i HS registrerades flest personae-egenskaper för Rinne. Angående intimiseringsegenskaperna skilde dock de två tidningarna sig från varandra. I IS omnämndes flest intimiseringsegenskaper om Sipilä medan flest egenskaper i HS omnämndes om Halla-Aho. Dock bör det påpekas att i HS var Halla-Aho den enda partiledaren som omnämndes när det handlade om intimiseringsegenskaperna.

4.3 Den visuella valbevakningen: personifieringsgrad, personae och intimisering

I det här kapitlet presenteras resultaten för kodschemat för cell 4 och 6 som fokuserar på personae och intimisering i tidningspressens fotografier. Det innebär att skillnader mellan kvälls- och dagspressens fotografier av partiledare analyseras. I kapitlet besvaras även cell 2, som inte har ett eget kodschema. Cell 2 undersöker personifieringsgraden i fotografierna, alltså hur stor andel av de publicerade fotografierna som avbildar partiledare. Sammanlagt publicerades 126 fotografier i det valrelaterade materialet i IS och av dem avbildade 40 stycken partiledare vilket betyder att partiledare förekom i 31,8 procent av alla fotografier. I HS publicerades 115 fotografier i valbevakningen under analysperioden och av dem avbildade 28 stycken partiledare. Något som innebär att 23,5 procent av alla fotografier avbildade partiledare. Den visuella personifieringsgraden var således större i kvällspressen än i dagspressen.

I vissa fotografier avbildas dock flera än en partiledare, vilket betyder att fastän 68 fotografier har publicerats avbildar inte 68 fotografier en ensam partiledare. Några av fotografierna har registrerats som att de avbildar en grupp av partiledare och det innebär att flera partiledare än en avbildas i fotografiet. I IS har fyra stycken fotografier registrerats som att de avbildar en grupp av partiledare. Motsvarande siffra i HS är tre. I Tabell 10 visas fördelningen av fotografierna som avbildar partiledare i IS och i HS.

Tabell 10. Fördelning av fotografier.

	IS	HS	Totalt
G r u p p partiledare	a v 4 (10,0 %)	3 (10,7 %)	7 (10,3 %)
Halla-aho	9 (22,5 %)	6 (21,4 %)	15 (22,1 %)
Rinne	9 (22,5 %)	6 (21,4 %)	15 (22,1 %)
Sipilä	6 (15 %)	4 (14,3 %)	10 (14,7)
Orpo	5 (12,50 %)	3 (10,7 %)	8 (11,7 %)
Haavisto	3 (7,5 %)	4 (14,3 %)	7 (10,3 %)
Andersson	4 (10,0 %)	2 (7,2 %)	6 (8,8 %)
Totalt:	40 (100 %)	28 (100%)	68 (100 %)

Tabell 10 visar att Halla-Aho och Rinne var de partiledare som avbildades i flest fotografier. I IS avbildades båda i 22,5 procent av fotografierna och motsvarande resultat i HS var 21,4 procent. Skillnaden var alltså inte stor när det handlade om hur ofta de avbildades i fotografier i de båda tidningarna. Resultaten visar också att – med ett undantag – avbildades alla partiledare oftare i IS-fotografier än i HS-fotografier. Den enda partiledaren som avbildades i flera HS-fotografier än IS-fotografier var Haavisto. Han avbildades i 14,3 procent av fotografierna som publicerades i HS medan han avbildades i 7,5 procent av dem som publicerades i IS. Angående kategorin grupp av partiledare publicerades procentuellt sett ungefär lika många fotografier i IS som i HS. I IS handlade det om 10,0 procent av fotografierna medan motsvarande andel i HS var 10,7 procent. Sett till resultaten för hur många fotografier som sammanlagt avbildade partiledare i de två tidningarna avbildades Halla-Aho och Rinne i flest fotografier. Båda två förekom i 22,1 procent av de 68 fotografier som publicerades i IS och i HS. Samtidigt går det att konstatera att Andersson avbildades i minst fotografier. Hon avbildades i 8,8 procent av fotografierna som publicerades i de båda tidningarna. När det handlade om IS-fotografierna avbildades hon dock i 10 procent av fotografierna och motsvarande andel i HS var 7,2 procent. Som sagt var det endast Haavisto som avbildades i flera HS-fotografier än IS-fotografier. Också kategorin grupp av partiledare avbildades i flera IS-fotografier än HS-fotografier och sett till de båda tidningarna avbildades kategorin i 10,3 procent av fotografierna. En andel som var lika stor som Haavistos sammanlagda andel.

Fotografierna har dock analyserats utförligare än att enbart fokusera på hur många fotografier som avbildar en partiledare. Också vilket sammanhang partiledaren avbildas i och vilken klädkod partiledaren följer har undersökts. Gällande sammanhanget finns det två alternativ – offentligt sammanhang och privatlivssammanhang: det förstnämnda uppvisar politikens personae medan det andra relaterar till privatlivet och därmed intimisering. Även när det handlar om klädkoden finns det två alternativ och de är strikt klädkod samt ledig klädkod. Strikt klädkod framtonar politikern i yrkeslivet, medan ledig klädkod tyder på en mer

intimiserad porträttering. Tabell 11 visar fördelningen av partiledarfotografiernas miljö och klädkod i de båda tidningarna.

Tabell 11. Partiledarfotografiernas miljö och klädkod per tidning

Bildaspekter	IS	HS
Offentlig miljö	35 (87,5 %)	28 (100 %)
Privat miljö	5 (12,5 %)	0 (0 %)
Totalt:	40 (100 %)	28 (100 %)
Strikt klädsel	30 (75,0 %)	28 (100 %)
Ledig klädsel	10 (25,0 %)	0 (0 %)
Totalt:	40 (100 %)	28 (100 %)

Det som framgår av Tabell 11 är att det är betydligt vanligare att partiledarna avbildas i offentlig miljö än i privatlivssammanhang. I IS avbildas partiledarna i offentlig miljö i 87,5 procent av fotografierna medan de avbildas i privatlivssammanhang i 12,5 procent av fotografierna. I HS avbildas däremot partiledarna enbart i offentlig miljö, det finns alltså inte ett enda fotografi som avbildar en partiledare i privat miljö. Angående klädkoden är det ovanligt att partiledaren avbildas i lediga kläder. I IS är 75 procent av fotografierna sådana där partiledaren klär sig enligt den strikta klädkoden och följaktligen klär sig partiledaren i lediga kläder i 25 procent av IS-fotografierna. I HS publicerades endast fotografier där partiledaren klädde sig enligt strikta klädkoden. *Sammanfattningsvis kan man konstatera för det första att bägge tidningarna framför allt väljer att visuellt visa partiledarna i formella miljöer och i formell klädsel, och för det andra att intimiserande porträttering (privata sammanhang och informell klädsel) endast utnyttjas av kvällspressen.* I Tabell 12 visas samma aspekter som i Tabell 11, men nu redogör tabellen för de enskilda partiledarnas resultat.

Tabell 12. Partiledarfotografiernas miljö och klädkod per tidning (nedbrutet per partiledare)

	Halla- aho	Rinne	Sipilä	Orpo	Haavisto	Anders- son	Grupp av ledare
Offentlig miljö i IS	8 (20,0 %)	8 (20,0 %)	5 (12,5 %)	5 (12,5 %)	2 (5,0 %)	3 (7,5 %)	4 (10,0 %)
Privat miljö i IS	1 (2,5 %)	1 (2,5 %)	1 (2,5 %)	0	1 (2,5 %)	1 (2,5 %)	0
Strikt klädsel i IS	6 (15,0 %)	7 (17,5 %)	4 (10,0 %)	4 (10,0 %)	2 (5,0 %)	3 (7,5 %)	4 (10,0 %)
Ledig klädsel i IS	3 (7,5 %)	2 (5,0 %)	2 (5,0 %)	1 (2,5 %)	1 (2,5 %)	1 (2,5 %)	0
Offentlig miljö i HS	6 (21,4 %)	6 (21,4 %)	4 (14,3 %)	3 (10,7 %)	4 (14,3 %)	2 (7,2 %)	3 (10,7 %)
Privat miljö i HS	0	0	0	0	0	0	0
Strikt klädsel i HS	6 (21,4 %)	6 (21,4 %)	4 (14,3 %)	3 (10,7 %)	4 (14,3 %)	2 (7,2 %)	3 (10,7 %)
Ledig klädsel i HS	0	0	0	0	0	0	0

Tabell 12 visar att Halla-Aho och Rinne var de partiledare som avbildades oftast i offentlig miljö i IS. Båda förekom i 20 procent av IS-fotografierna och det kan jämföras med att Sipilä samt Orpo avbildades i 12,5 procent av fotografierna. Det var betydligt vanligare att en partiledare i IS avbildades i offentlig miljö än i privatlivssammanhang och det förtydligas bäst genom att konstatera att de fem partiledare som avbildades i privatlivssammanhang per man figurerade i 2,5 procent av fotografierna. Även i HS var det Halla-Aho och Rinne som avbildades i flest fotografier tagna i offentlig miljö. De avbildades – per man – i 21,4 procent av fotografierna. Den tydligaste skillnaden mellan IS och HS var att den senare tidningen inte publicerade ett enda fotografi där partiledaren avbildades i privatlivssammanhang. Inte heller när det handlade om fotografier som avbildade partiledaren i ledig klädsel publicerades dylika fotografier i HS. Det gjorde det däremot i IS och oftast var det Halla-Aho som avbildades. 7,5 procent av

fotografierna avbildade Halla-Aho i lediga kläder. Både i Rinnes och i Sipiläs fall avbildades de i lediga kläder i 7,5 procent av fotografierna. Gällande att klä sig enligt den strikta klädkoden gjorde Rinne det oftast i IS. 17,5 procent av fotografierna avbildade honom i strikt klädsel. För Halla-Ahos del avbildade 15 procent av fotografierna honom i strikt klädsel i IS. I HS publicerades som sagt endast fotografier som avbildade partiledare i strikta kläder och både Halla-Aho samt Rinne avbildades lika ofta. I båda fallen handlade det om 21,4 procent av fotografierna. Sipilä och Haavisto avbildades å andra sidan i strikta kläder – per man – i 14,3 procent av fotografierna.

När det gäller den visuella personifieringsgraden var det vanligare att kvällspressens fotografier i valbevakningen avbildade partiledare (cirka 32 procent av bilderna) än att dagspressens fotografier gjorde det (cirka 25 procent). Noterbart är också att Halla-aho och Rinne avbildades i flest fotografier. I IS förekom båda i 22,5 procent av fotografierna och i HS avbildades båda i 21,4 procent av fotografierna. Angående partiledarfotografiernas miljö och klädkod var det betydligt vanligare att partiledarna avbildades i offentlig miljö än i privatlivssammanhang. I IS avbildades partiledarna i offentlig miljö i 87,5 procent av fotografierna medan de avbildades i privatlivssammanhang i 12,5 procent av fotografierna. I HS avbildades partiledarna enbart i offentlig miljö. Angående klädkoden är det ovanligt att partiledaren avbildas i lediga kläder. I IS är 75 procent av fotografierna sådana där partiledaren klär sig enligt den strikta klädkoden och följaktligen klär sig partiledaren i lediga kläder i 25 procent av IS-fotografierna. I HS publicerades endast fotografier där partiledaren klädde sig enligt strikta klädkoden. När partiledarfotografiernas miljö och klädkod bryts ner per partiledare visar resultaten att Halla-Aho och Rinne avbildades oftast i offentlig miljö i IS. Båda förekom i 20 procent av IS-fotografierna. Samtidigt var det betydligt vanligare att en partiledare i IS avbildades i offentlig miljö än i privatlivssammanhang, I IS figurerade de fem partiledare som avbildades i privatlivssammanhang per man i 2,5 procent av fotografierna. Även i HS var det Halla-Aho och Rinne som avbildades i flest fotografier tagna i offentlig miljö. Båda avbildades de i 21,4 procent av fotografierna. Däremot publicerades inga fotografier

i HS som avbildade partiledare i privatlivssammanhang. Gällande klädkoden publicerade HS inga fotografier där partiledaren avbildades i lediga kläder. Det gjorde däremot IS och Halla-Aho – med 7,5 procent av fotografierna – avbildades oftast. Angående den strikta klädkoden avbildades Rinne oftast i IS med 17,5 procent och i HS avbildades Halla-Aho samt Rinne oftast. Båda förekom i 21,4 procent av fotografierna.

4.4 Sammanfattning av resultaten

I detta kapitel har skillnader mellan dags- och kvällspressen gällande personifieringsgrad, personae och intimisering i valbevakningen empiriskt analyserats. Det har blivit tydligt att det är – precis som tidigare forskning av Adam och Maier (2010), Bjerling (2012) och McAllister (2007) visar – vanligt att partiledarna har framträdande roller i tidningspressen och att det är vanligare att partiledarna förekommer i kvällspressen än i dagspressen. När det handlar om personifieringsgrad i tidningspressen visar resultaten att av de 83 publicerade artiklarna i IS fokuserade 53 procent av artiklarna på partiledare. I HS publicerades 64 artiklar och 39 procent fokuserade på en partiledare. Resultaten för vilken partiledare artiklarna som fokuserar på åtminstone en partiledare handlar om visar att artiklarna oftast fokuserat på Halla-aho. Angående hur ofta partiledare utgör subjekt i en artikel är det vanligare att partiledare gör det än att partier utgör det. Resultaten för IS visar att en partiledare i medeltal utgjorde subjekt 3,3 gånger per artikel medan partierna gjorde det 1,0 gånger. Även i HS var skillnaden påtaglig. Partiledarna utgjorde subjekt 3,0 gånger per artikel och partierna utgjorde subjekt 1,8 gånger per artikel. Också när det handlade om att utgöra objekt var det vanligare i IS att partiledaren utgjorde objekt än att partierna gjorde det. I IS var partiledarna i medeltal objekt 1,0 gånger per artikel och partierna var det 0,4 gånger. Dock var den största skillnaden mellan IS och HS att i den senare tidningen utgjorde partierna oftare objekt än partiledarna. I medeltal utgjorde partierna objekt 2,9 gånger per artikel medan partiledarnas medeltal var 1,5. Skillnaden mellan hur ofta partierna utgjorde objekt i HS och i IS var med andra ord tydlig. En eventuell orsak till varför det var vanligare att partierna utgjorde objekt i HS kan vara att tidningen publicerade

ett flertal artiklar där förutsättningarna i de olika valkretsarna analyserades. Artiklarna fokuserade i stor utsträckning på andra riksdagsvalskandidater än partiledarna. IS publicerade inte liknande artiklar och förmodligen bidrar det till att det finns en skillnad gällande hur ofta partier utgjorde objekt i IS och i HS. Angående att utgöra dominerande subjekt och objekt var det vanligare i IS att partiledarna både var dominerande subjekt och dominerande objekt. I IS var partiledarna dominerande subjekt i 44,6 procent av de publicerade artiklarna och det kan jämföras med 28,1 procent i HS. Dock bör det påpekas att det ändå var vanligare att en partiledare inte var dominerande subjekt. I IS var partiledarna dominerande objekt i 14,5 procent av artiklarna och i HS var partiledarna dominerande objekt i 6,2 procent av artiklarna. Gällande personifieringsgraden i fotografierna var det vanligare att en partiledare avbildades i ett fotografi i IS än i HS. I IS publicerades sammanlagt 126 fotografier och partiledare avbildades i 31,8 procent av alla fotografier. I HS avbildades partiledare i 23,5 procent av de 115 publicerade fotografierna. Det innebär att även resultaten för personifieringsgraden i tidningspressens fotografier visar att det är möjligt att hävda att det är vanligare att en partiledare har en mera framträdande roll i kvällspressen än i dagspressen. Samtidigt går det att konstatera att Halla-aho och Rinne var de partiledare som avbildades i flest fotografier.

Ytterligare en aspekt i personifieringsfenomenet är att medierna förväntas fokusera mera på den politiska individen som privatperson. Någoting som Rahat och Sheaffer (2007, s. 67) kallar för en privatisering av medierna. Det syftar på att medierna i större utsträckning än tidigare fokuserar på den individuella politikerns personliga karaktärsdrag och personliga liv. Resultaten i den här studien visar att även om det inte är särskilt vanligt, är det ändå vanligare att kvällspressen fokuserar mera på partiledaren som privatperson än att dagspressen gör det. Detta blir tydligt i resultaten för personae och intimisering i tidningspressen. Men när det handlar om det sammanlagda omnämmandet av egenskaper i IS och i HS – oberoende av om det gäller intimiseringsegenskaper eller personaeegenskaper – är skillnaden mellan tidningarna inte stor. I IS nämndes i medeltal egenskaper 1,0 gånger per artikel och motsvarande siffra i HS var 1,1. På samma gång har ändå IS lyft fram egenskaper i

större utsträckning än HS. I IS har egenskaper omnämnts 44 gånger och i HS har de omnämnts 28 gånger. Gällande skillnader i proportionerna för hur ofta egenskaper som rör professionella respektive mer personliga egenskaper visar resultaten ändå att det är vanligare att intimiseringsegenskaperna omnämns i IS än i HS. Dock är det vanligare att personae-egenskaperna omnämns och resultaten visar att det är vanligare att HS fokuserar på personae-egenskaperna än IS. Detta kan förmodligen förklaras med att dagspressen förväntas stå för en mera saklig nyhetsbevakning. Angående förekomsten av intimisering i den fotografiska porträtteringen av partiledarna var det betydligt vanligare att partiledarna avbildades i offentlig miljö än i privatlivssammanhang. I HS avbildades till exempel partiledarna enbart i offentlig miljö. Angående klädkoden är det ovanligt att partiledaren avbildas i lediga kläder och i HS publicerades endast fotografier där partiledaren klädde sig enligt den strikta klädkoden. Resultaten för partiledarfotografiernas miljö och klädkod per partiledare visar att Halla-Aho och Rinne avbildades oftast i offentlig miljö i IS. Även i HS var det Halla-Aho och Rinne som avbildades i flest fotografier tagna i offentlig miljö. Däremot publicerades som sagt inga fotografier i HS som avbildade partiledare i privatlivssammanhang och tidningen publicerade heller inte fotografier där partiledaren avbildades i lediga kläder. Dock publicerade IS fotografier med partiledare klädda enligt den lediga klädkoden och Halla-Aho avbildades oftast. Angående den strikta klädkoden avbildades Rinne oftast i IS och i HS avbildades Halla-Aho samt Rinne oftast.

Sammanfattningsvis går det att konstatera att resultaten dels visar att det är vanligt att partiledare har en framträdande roll i tidningarnas bevakning inför riksdagsval, dels visar resultaten att det i större utsträckning är kvällspressen som personifierar politiken genom partiledare. Till exempel utgjorde partiledaren både subjekt och objekt oftare i IS än i HS. Det var också vanligare att partiledaren var dominerande subjekt såväl som dominerande objekt i IS. Angående artiklar som fokuserar på åtminstone en partiledare fanns det flera i IS än i HS. Även när det handlade om det sammanlagda nämmandet av egenskaper nämndes flera egenskaper om partiledare i IS än i HS. Ytterligare en skillnad gällande egenskaperna var att det var vanligare att

IS nämnde egenskaper om partiledarna som i större utsträckning fokuserade på partiledarens icke politiska egenskaper. Också resultaten för fotografierna visar att det är vanligare att en partiledare avbildas i en kvällstidning än i en dagstidning. Samtidigt var det endast i IS som partiledaren dels avbildades i privatlivssammanhang, dels klädd enligt en ledig klädkod.

5 Slutdiskussion

Syftet med den här avhandlingen har varit att bidra med ny kunskap om hur den finländska kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare inför riksdagsval. Syftet var också att få ett svar på om de personifieringstrender som hittats i tidigare forskning även återfinns i Finland. För att undersöka detta jämfördes tidningarna Helsingin Sanomat och Iltasanomat under den sista månaden före riksdagsvalet i Finland i april 2019. En bidragande orsak till att det var relevant att undersöka hur den finländska tidningspressen personifierar politiken genom partiledare var att det inte hade gjorts många liknande studier. Visserligen hade till exempel Paloheimo (2003, 2008) och Karvonen (2014) studerat hur personifieringen av den finländska politiken påverkar de individuella politikernas roller, men de hade inte fokuserat på skillnader mellan kvälls- och dagspressens personifiering av politiken genom partiledare. Däremot hittas givetvis tidigare internationell forskning som har fokuserat på skillnader mellan hur kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare i andra länder än i Finland. De resultaten bidrog till att kvälls- och dagspress jämfördes.

I avhandlingens referensram diskuterades både personifiering som fenomenen och personifiering av partiledare i tidningspressen. Dessutom redogjordes det för vilka skillnader det finns mellan hur kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare. För att i korthet sammanfatta personifiering som ett fenomen går det att konstatera att till exempel Bjerling (2012), Van Aelst med flera (2011) och McAllister (2007) beskriver personifiering som en utveckling där individer får mera betydande roller på bekostnad av kollektiv. Dessutom talar Balmas med flera (2013, s. 37) om en så kallad centraliserad personifiering som är en utveckling där makten skiftar från att ha funnits i de politiska kabinetten och hos de politiska partierna till att i stället finnas hos de enskilda ledarna. Det fanns flera aspekter i den tidigare internationella forskningen som motiverade till att undersöka personifiering av politiken genom partiledare i Finland. Orsaken till att det var intressant att undersöka hur tidningspressen personifierar politiken genom partiledare bottnar i Balmas med fleras (2013, s. 37–40) och Rahat och Sheafers (2007, s. 67) diskussion om

personifiering i de obetalda medierna. De beskriver detta fenomen som en utveckling där det har skett en förändring i hur medierna bevakar politiken. Framför allt handlar det om en förändring i mediernas bevakning av en valkampanj och förändringen bottnar i journalisternas ökade fokus på de individuella politikernas aktivitet. Detta sker på bekostnad av kollektiv som partier, organisationer och institutioner. Till exempel anser Costa Lobo och Ferreira da Silva (2017) att personifieringen av politiken har inneburit att partiledarna har fått större roller än tidigare och Sedelius (2011) betonar att medierna tenderar att fokusera mera på de politiska ledarna än tidigare. Det som bidrog till att den här avhandlingen jämförde en dags- och en kvällstidning var att den tidigare internationella forskningen visar att det finns vissa förväntade skillnader angående hur kvälls- och dagspressen förhåller sig till personifiering av politiken genom partiledare. En övergripande sammanfattning av de förväntade skillnaderna är – enligt till exempel Van Aelst med flera (2017) och Kriesi (2011) – att kvällspressen förväntas personifiera mera än vad dagspressen gör. Med det sagt påpekar ändå Karidi (2017) att fastän det är vanligare att kvällspressen personifierar politiken genom partiledare än att dagspressen gör det är ändå utvecklingen över tid sådan att också dagspressen har börjat personifiera mera.

Med stöd av den tidigare forskningen utmynnade slutligen referensramen i en preciserad frågeställning som var: *hur skiljer sig dags- och kvällspressen gällande dels det sätt som partiledarna betonas framom partierna och andra aktörer (personifieringsgrad), dels de egenskaper hos partiledarna som lyfts fram i valbevakningen (yrkesrelaterade egenskaper samt privatlivsrelaterade egenskaper)?* Efter att resultaten av den här avhandlingens empiriska studie presenterades i föregående kapitel var det möjligt att bekräfta att det var vanligare att den finländska kvällspressen personifierade politiken genom partiledare än att dagspressen gjorde det. Med andra ord går det att besvara forskningsfrågan genom att konstatera att den stora skillnaden mellan hur IS och HS personifierade politiken genom partiledare var att partiledarna hade mera framträdande roller i IS än i HS. Detta gällde oberoende av om det handlade om personifieringsgraden i tidningsartiklarna, personae och intimisering i tidningspressen samt personifieringsgrad, personae och intimisering i tidningspressens fotografier.

Avhandlingens syfte – utöver att att bidra till kunskap om hur den finländska kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare inför riksdagsval – var att utröna om de personifieringstrender som hittades i tidigare internationell forskning också hittades i Finland. Svaret på det är ja, trenderna som hittades i tidigare internationell forskning hittades också i Finland. Resultaten i den empiriska undersökningen visar att personifieringstrenderna som hittades i den tidigare forskningen också hittades i den finländska kontexten. Till exempel påpekade såväl Dalton med flera (2000), Vliegenhart med flera (2011) som Costa Lobo och Ferreira da Silva 2017 att personifieringen av politiken har bidragit till att partiledarna får allt mer framträdande roller i tidningspressen jämfört med kollektiv som partier. Bortsett från att partierna oftare utgjorde objekt i HS än partiledarna visar resultaten i den här studien att partiledarna hade mera framträdande roller i tidningspressen än partierna. Samtidigt visar resultaten att fastän det i båda tidningarna var vanligare att partiledarna hade mera framträdande roller än partierna var ändå skillnaden större i IS än i HS. Också det är någonting som innebär att trenderna som hittats i den tidigare forskningen om hur tidningspressen personifierar politiken genom partiledare hittades under veckorna inför riksdagsvalet i Finland 2019. Dessutom går det att konstaterar att resultaten i den här studien visar att de övergripande trenderna som hittades i tidigare internationell forskning – se till exempel Adam och Maier (2010), Kriesi (2011), Karidi (2017) och Van Alest med flera (2017) – om att det är vanligare att kvälls- och dagspressens personifierar politiken genom partiledare hittas i den finländska kontexten. Dels har partiledaren mera framträdande roller än kollektiv som partier, dels är det vanligare att kvällspressen personifierar politiken genom partiledare än att dagspressen gör det. Någonting som kanske kan förklaras med kvällstidningarnas förväntade sätt att rapportera på. Till exempel anser Karidi (2017, s. 3) att det är vanligare att kvällspressen rapporterar på ett mera sensationaliserat och personifierat sätt än dagspressen. Eventuellt är det någonting som bidrar till resultaten för personae och intimisering visar att, även om det inte är särskilt vanligt, så är det ändå vanligare att kvällspressen fokuserar mera på partiledaren som privatperson än att dagspressen gör det.

Sammanfattningsvis går det att konstatera att fastän den här avhandlingen lyckades besvara sin frågeställning och även uppfylla de två syftena, finns det givetvis begränsningar i studien. Framför allt handlar det om att studien genomfördes under endast en valkampanj. Baserat på resultaten i den här studien går det inte att svara på om månaden före valet 2019 skilde sig markant från tidigare riksdagsval eller om det handlade om en situation som påminde om hur det till exempel var i samband med det föregående riksdagsvalet. Därtill är det endast artiklar på tidningarnas nyhetssidor som har analyserats i den här studien. Kanske kunde resultatet ha blivit ett annat om även andra delar av tidningen hade tagits med i analysen? Dessutom genomfördes den här studien utan att fokusera utförligt på alla finländska partiledare. Visserligen studerades partiledarna som representerade de största partierna, men det är möjligt att en studie av alla partiledare – oberoende av storleken på deras parti – hade gett ett delvis annat resultat. Med tanke på framtida forskning går det att konstatera att då resultaten i den här avhandlingen visar att det är vanligare att kvällspressen personifierar politiken genom fokus på partiledare än att dagspressen gör det, skulle det definitivt vara av intresse att inkludera flera valkampanjer än en i en studie av hur kvälls- och dagspressen personifierar politiken genom partiledare under en valkampanj i Finland.

Litteraturförteckning

- Aaldering, L., van der Meer, T & Van der Brug, W. (2018) Mediated Leader Effects: The Impact of Newspapers Portrayal of Party Leadership on Electoral Support. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 70–94.
- Adam, S. & Maier, M. (2010) Personalization of Politics: A Critical Review and Agenda for Research. *Annals of the International Communication Association*. 34 (1), 213–257.
- Akkerman, T. (2011). Friend or foe? Right-wing populism and the popular press in Britain and the Netherlands. *Journalism*, 12(8), 932–945.
- Altheide, David L. & Robert P. Snow 1979. *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Balmas, M., Gideon, R., Sheaffer, T., & Shenav, S. (2013). Two routes to personalized politics: Centralized and decentralized personalization. *Party Politics*, 20(1), 37–51.
- Bjerling, J. (2012). *The Personalization of Swedish Politics - Party Leaders in the Election Coverage 1979–2010*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Stockholm: Liber.
- Campus, D. (2010). Mediatization and Personalization of Politics in Italy and France: The Cases of Berlusconi and Sarkozy. *International Journal of Press/Politics*, 15(2), 219–235.
- Costa Lobo, M. (2008). Parties and Leader Effects: Impact of Leaders in the Vote for Different Types of Parties. *Party Politics*, 14(3), 281–298.
- Costa Lobo, M & Ferreira da Silva, F. (2017). Prime ministers in the age of austerity: an increase in the personalization of voting behaviour. *West European Politics*, 41(5), 1146–1165.
- Dalton, J., McAllister I & Wattenberg, M.P (2000). The Consequences of Partisan Dealignment', i Russell, J. Dalton, J. & Wattenberg, M.P. (Red.) *Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*, 37–63. New York: Oxford University Press.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A., & Wängnerud, L. 2017. *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Wolters Kluwer

- Esser, F. (2013). Mediatization as a Challenge: Media Logic versus Political Logic. I Kriesi, H (Red.), *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization* (155–177). London: Palgrave MacMillan.
- Garzia, D. (2011). The personalization of politics in Western democracies: Causes and consequences on leader-follower relationships. *The Leadership Quarterly* 22(4), 697–709.
- Holtz-Bacha, C., Langer, A-I., Merkle, S. (2015) The personalization of politics in comparative perspective: Campaign coverage in Germany and the United Kingdom. *European Journal of Communication*, 29(2), 153–170.
- Holsti, O.R. (1969) *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Adolson-Westley
- Isotalus, P & Almonkari, M. (2014) Mediatization and Political Leadership: Perspectives of the Finnish newspapers and party leaders. *Journalism studies*, 15(3), 289–303.
- Jebril, N, Albæk, E., & de Vreese, H. (2013). Infotainment, cynism and democracy: The effects of privatization vs personalization in the news. *European Journal of Communication*, 28 (2), 105–121.
- Johansson, B. (2017). Medievalrörelsen 2014 Invandringsfrågan i fokus för balanserad bevakning.
- Karidi, M (2017). News Media Logic on the Move? *Journalism Studies*, 19(9), 1237–1256.
- Karvonen, L. (2014). *Parties, Governments and Voters in Finland - Politics under Fundamental Societal Transformation*. Colchester: ECPR Press 2014.
- Kriesi, H. (2011). Personalization of national election campaigns. *Party Politics*, 18(6), 825–844.
- McAllister, I. (2007). The Personalization of Politics. I Dalton, R & Klingemann, H (red). 2007. *The Oxford Handbook of Political Behavior*, 571–588. Oxford: Oxford University Press.
- McAllister, I. (2013). The personalization of politics in Australia. *Party Politics*, 21(3), 337–345.
- Media Audit Finland. (2019). Hämtad: 2020-01-17 från <http://mediaauditfinland.fi/lukijamaarat/viimeisimmat-tulokset/>

- Mughan, A. (2000). *Media and the Presidentialization of Parliamentary Elections*. London: *Palgrave*, 2000.
- Newton, K. (2006). May the weak force be with you: The power of mass media in modern politics. *European Journal of Political Research*, 45, 209–234.
- Nord, L. (2001). *Vår tids ledare: en studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning*. Stockholm: Carlssons
- Paloheimo, H. (2003). The Rising Power of the Prime Minister in Finland. *Scandinavian Political Studies*, 26(3), 219–243.
- Paloheimo, H. (2008). Finland: Let the Force Be with the Leader – But Who Is the Leader. I Poguntke, T & Webb, P (Red.), *The Presidentialization of Politics. A Comparative Study of Modern Democracies* (s. 246–269). Oxford: Oxford University Press.
- Poguntke, T. & Webb, P. (2007). The Presidentialization of Politics in Democratic Societies: A Framework for Analysis. I Poguntke, T & Webb, P (Red.), *The Presidentialization of Politics. A Comparative Study of Modern Democracies* (s. 1–26). Oxford: Oxford University Press.
- Porath, W., Suzuki, J. & Ramdhor, T. (2014) Personalization, privatization, and campaign strategies in newspaper coverage of two Chilean presidential elections, 1989–2009. *Communication & Society*, 27(4), 95–112.
- Pruysers, S., Cross, W. & Katz, S. (2018). Personalism, Personalization and Party Politics. I Pruyers, S., Cross, W. & Katz (Red.), *The Personalization of Democratic Politics and the Challenges for Political parties* (s. 1–19). London: Roman & Littlefield
- Rahat, G & Kenig, O. (2018). *From Party Politics to Personalized Politics?* Oxford: Oxford University Press.
- Rahat, G. & Sheaffer, T. (2007). The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication*, 24(1), 65–80.
- Rowe, D. (2011). Obituary for the newspaper? Tracking the tabloid. *Journalism* 12 (4), 449–466.
- Sedelius, T. 2010. Individer, inte partier! Starka ledare och politikens presidentialisering. I Ekman, Joakim & Linde, Jonas (red.). *Politik, protest, populism: deltagande på nya villkor*; Malmö: Liber, s. 225–252.

- Sheafer, T. (2001). Charismatic Skill and Media Legitimacy: An Actor-Centered Approach to Understanding the Political Communication Competition. *Communication Research*, 28(6), 711–736.
- Strömbäck, J. & Dimitrova, V.D. (2006). Political media systems matter: A comparison of Election News Coverage, *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(4), 131–147.
- Strömbäck, J. & Aalberg, T. (2008). Election News Coverage in Democratic Corporatist Countries: A Comparative Study of Sweden and Norway. *Scandinavian Political Studies*, 31(1), 91–106.
- Takens, J., Kleinnijenhuis, J., Van Hoof, A., & Von Atteveldt, W. (2015). Party Leaders in the Media and Voting Behavior: Priming Rather Than Learning or Projection. *Political Communication*, 32(2), 249–267.
- Takens, J., van Atteveldt, W., van Hoof, A. & Kleinnijenhuis, J. (2013). Media Logic in election campaign coverage. *European Journal of Communication* 28(3), 277–293.
- Tedesco, J. (2005) Issue and Strategy Agenda Setting in the 2004 Presidential Election: Exploring the candidate-journalist relationship. *Journalism Studies*, 6(2), 187–201.
- Van Aelst, P., Sheafer, T., Hubé, N. & Papathanassopolous, S. (2017) Personalization. I de Vreese, H., Esser, F., Hopmann, D (Red.), *Comparing Political Journalism* (112–130). London: Routledge.
- Van Aelst, P, Sheafer T, Stanyer, J. (2011). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 203–220.
- Vliegenthart, R., Boomgaarden, H. G., & Boumans, J. W. (2011). Changes in political news coverage: Personalization, conflict and negativity in British and Dutch newspapers. I Brants, K. & Voltmer, K (Red.), *Political communication in postmodern democracy* (92–110). London: Palgrave Macmillan.
- Örnebring, H & Jönsson, A. (2004). Tabloid Journalism and the Public Sphere: a historical perspective on tabloid journalism. *Journalism Studies*, 5(3), 283–295.

Bilagor

Bilaga 1. Variablerna för cell 1.

Variabel	Beskrivning	Kategorier
Variabel 1 (V1)	Vilken tidning?	0 = Iltasanomat, 1 = Helsingin Sanomat.
Variabel 2 (V2)	Vilket datum?	
Variabel 3 (V3)	Artikel-ID.	
Variabel 4 (V4)	Antal gånger partiledaren utgör subjekt.	
Variabel 5 (V5)	Antal gånger partier utgör subjekt.	
Variabel 6 (V6)	Utgör en partiledare dominerande subjekt?	0 = nej, 1 = ja.
Variabel 7 (V7)	Vilken partiledare?	1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto, 6 = Andersson och 7 = övrig ledare.
Variabel 8 (V8)	Antal gånger partiledaren utgör objekt.	
Variabel 9 (V9)	Antal gånger partier utgör objekt.	
Variabel 10 (V10)	Utgör en partiledare dominerande objekt?	0 = nej, 1 = ja.
Variabel 11 (V11)	Vilken partiledare?	1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto, 6 = Andersson och 7 = övrig ledare.
Variabel 12 (V12)	Fokuserar artikeln på åtminstone en partiledare?	0 = nej, 1 = ja.
Variabel 13 (V13)	Vilken eller vilka partiledare?	0 = grupp av partiledare, 1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto, 6 = Andersson och 7 = övrig ledare.

Bilaga 2. Variablerna för cell 3 och 5.

Variabel	Beskrivning	Kategorier
Variabel 1 (V1)	Vilken tidning?	0 = Iltasanomat, 1 = Helsingin Sanomat.
Variabel 2 (V2)	Datum.	
Variabel 3 (V3)	Artikel-ID.	
Variabel 4 (V4)	Vilken partiledares egenskap skrivs det om?	1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto och 6 = Andersson.
Variabel 5 (V5)	Vilken typ av egenskap?	1 = kompetens/ledarskap, 2 = övertygelse/moral, 3 = mental disposition, 4 = utseende, 5 = livsstil, 6 = familj.

Bilaga 3. Variablerna för cell 4 och 6.

Variabel	Beskrivning	Kategorier
Variabel 1 (V1)	Vilken tidning?	0 = Iltasanomat, 1 = Helsingin Sanomat.
Variabel 2 (V2)	Datum.	
Variabel 3 (V3)	Artikel-ID.	
Variabel 4 (V4)	Vem avbildas?	0 = grupp av partiledare, 1 = Halla-aho, 2 = Rinne, 3 = Sipilä, 4 = Orpo, 5 = Haavisto och 6 = Andersson.
Variabel 5 (V5)	I vilken miljö avbildas partiledaren?	0 = offentlig, 1 = privatlivssammanhang.
Variabel 6 (V6)	Klädsel?	0 = strikt, 1 = ledigt.