



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR
JOURNALISTIK, MEDIER OCH
KOMMUNIKATION**

BILDENS UPPENBARA UNDERLIGGANDE BETYDELSE

En kvalitativ bildanalys som undersöker hur
Socialdemokraterna framställs visuellt i sina
Instagrambilder under valrörelsen 2014

Tansu Metin

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht 2016
Handledare:	Nicklas Håkansson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

Abstract

Uppsats/Examensarbete: 15 hp.
Program och/eller kurs: Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap.
Nivå: Grundnivå.
Termin/år: Ht 2016.
Handledare: Nicklas Håkansson.
Kursansvarig: Malin Sveningsson.

Sidantal: 42 inklusive bilagor.
Antal ord: 15 516.

Nyckelord: Kvalitativ, bildanalys, visuell retorik, visuell kommunikation, etos, logos, patos, semiotik, denotation, konnotation, politik, politisk kommunikation, Instagram, Socialdemokraterna, Stefan Löfven.

Syfte: Syftet med denna studie är att undersöka hur Socialdemokraterna använder sig av visuell retorik i sina Instagrambilder under valrörelsen 2014.

Teori: Undersökningen baseras på teorier inom visuell retorik och semiotik. Visuella kännetecken används i semiotikens två meningsnivåer; denotation och konnotation.

Metod: Kvalitativ bildanalys med semiotisk utgångspunkt.

Material: Fem stycken bilder ur Socialdemokraternas officiella Instagramkonto som är publicerade under valrörelsen 2014.

Resultat: Undersökningen visade att bilderna genomsyrades av flera underliggande betydelser. Analysen visade även att Socialdemokraterna framförallt använde etos i sin framställning, där ett stort fokus var att framställas Löfven som en trovärdig ledare. Även patos användes i stor utsträckning som framkallade kärleksfulla, energiska och positiva känslor. Logos användes minst, dock kan förklaringen vara studiens syfte som enbart fokuserar på bildernas visuella element och inte det verbala. Dock argumenterade Socialdemokraterna genom logos-argument då de illustrerade två stapeldiagram där de argumenterade på ett väldigt fördelaktigt vis medan de jämförde sig själva med Moderaterna.

Förord

Jag vill tacka min handledare; Nicklas Håkansson för den ovärderliga konstruktiva kritiken. Tack till samtliga föreläsare under kursens gång som bidragit med värdefulla kunskaper som gjort det möjligt att skriva denna uppsats. Jag vill även tacka min sambo som har bidragit med energifull motivation och inspirerat mig på alla möjliga vis.

Executive summary

Within the area of political a new communications arena has emerged in recent years, namely social media (Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, etc.). Social media makes it possible for the public to communicate easily and for free, regardless of location. Even politics use social media for various purposes. Political parties have different ideologies, values, identity and goals, as they communicate through a variety of strategies in social media. One example of a strategy is visual communication, where the party communicate their messages through pictures. By communicating visually on Instagram, for example, it is possible for political parties to send out messages, winning solidarities and authority. In a democratic society like Sweden, political parties are elected by the people in the society and political parties represents our community. Despite this, many people do not have enough knowledge of the underlying meanings of the images, which the parties use to persuade, convince and influence. Therefore, this essay aims to study how the Social Democrats communicates on Instagram. More specifically the essay will investigate how the Social Democrats uses visual rhetoric in their Instagram photos during the election campaign in 2014.

The theoretical frame consists of theories of visual rhetoric and semiotics. Semiotics is used to analyse the obvious meaning of the image and its underlying meanings. This with help of theories of visual rhetoric, which identify the symbols in the photos and tell the underlying and the actual meaning of the image. Rhetoric is also used in this essay to connect images underlying meaning to important rhetorical strategies like ethos, logos and pathos. This is to further understanding of how the Social Democrats communicate to convince and persuade.

The study is a qualitative analyse based on semiotics two levels of meaning; denotation and connotation. The qualitative approach made it possible for the essay to choose its own theoretical frame with a strategic choice, where five images were selected. Although qualitative studies do not require the representativeness, despite this, the essay had some criteria to increase the reliability of the essay. The analysis was conducted first by an analysis of the image's obvious meaning, then the basis of the theoretical substructures outlined images underlying meanings. In the end, images underlying meanings linked to rhetorical strategies - ethos, logos and pathos.

The essay found that the Social Democrats Instagram photos have a main focus on the leader Stefan Löfven and how he is portrayed as a trustworthy and confident leader. Furthermore, he also described as personal and close. Logos, was the rhetorical strategy that got used least, which can be explained by the purpose of this essay which focused solely on the visual in the images. However, through an illustration of two bar graphs, the Social Democrats showed which party voters logically should vote for. Just like ethos, pathos was also used extensively, and described good, energetic, love full emotions. This is mainly through the images extent of the colors red and white.

Expectations are that this essay has contributed to an increased awareness of how images in a thoughtful way, shaped by underlying message to convince, persuade and influence the viewer. Further research from this study could examine what effect the visual rhetoric has on the viewer, this from a user perspective. At the risk of cause- and effect studies may be too complicated to perform, can an alternative to further research be a study which focusing on how party leaders gets described visually.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Studiens relevans	2
1.2 Svarta hålet	3
1.3 Disposition	3
2. Syfte och frågeställning	4
2.1 Motivering av syfte	4
2.2 Frågeställningar	4
3. Bakgrund	5
3.1 Instagram	5
3.1.1 Socialdemokraterna på Instagram	5
3.1.2 Användningsområden och Socialdemokraterna	6
4. Tidigare forskning	7
4.1 Politikens professionalisering	7
4.2 Visuell retorik med semiotisk analysmetod	8
4.3 Visuell självrepresentation	9
4.4 Sammanfattning av tidigare forskning	10
5. Teori	11
5.1 Semiotik	11
5.1.1 Denotation	12
5.1.2 Konnotation	12
5.2 Visuell retorik	13
5.2.1 Etos, logos, patos	13
5.3 Kroppens betydelse	14
5.4 Perspektivets betydelse	16
5.5 Färgens betydelse	18
6. Metod	19
6.1 Kvalitativ studie	19

6.2 Semiotisk bildanalys	19
6.3 Urval	20
6.4 Genomförande	21
6.5 Metodkritik	22
7. Analys och Resultat	23
7.1 Bild 1	24
7.2 Bild 2	26
7.3 Bild 3	28
7.4 Bild 4	30
7.5 Bild 5	32
7.6 Retoriken – etos, logos, patos	34
7.7 Sammanfattning av analys och resultat	37
8. Slutdiskussion	38
8.1 Diskussion och slutsats	38
8.2 Vidare forskning	41
Referenser	43

1. Inledning

Politisk kommunikation handlar om hur politik kommuniceras mellan tre aktörsgrupper. Dessa tre grupper genomsyras av politiska organisationer, allmänheten och medier (Strömbäck, 2014:29–30). I ett demokratiskt styrelseskick så som i Sverige, är det viktigt att dessa tre aktörsgrupper samspelar med varandra. “Politiken är beroende av medierna och allmänheten, medierna är beroende av politiken och allmänheten, och allmänheten är beroende av politiken och medierna” (Strömbäck, 2014:32).

Politiska partier har olika värderingar, ideologi, identitet, mål etc. Exempelvis var Socialdemokraternas största vallöften under valkampanjen 2014 fokuserade på jobb, skola och välfärd (Socialdemokraterna, 2014). Moderaternas största vallöften inför valet för regionfullmäktige i Västra Götaland 2014 fokuserade på sjukvården, jobb och trafik (Nya moderaterna i Västra Götaland, 2014). Dessa vallöften kommuniceras genom olika strategier och kanaler, exempelvis genom dörrknackning, event, tidningar, affischer, tv, internet med mera.

Inom politisk kommunikation har de senaste åren tillkommit en ny kommunikationsarena, nämligen sociala medier (Facebook, Twitter, Instagram etc.). I takt med sociala mediernas genombrott kan människor i dag smidigt engagera sig i politiska sammanhang (Strömbäck, 2014:30). Även politiker använder sig av den kostnads- och tidseffektiva medie-plattformen för att sända ett budskap till sina anhängare eller blivande anhängare. Exempelvis är det möjligt för politikerna att på ett tidseffektivt vis publicera ett visuellt budskap på Instagram. I jämförelse med affischer på gator och busshållplatser är det möjligt för partierna att publicera liknande budskap digitalt på internet.

Sociala mediernas stora betydelse i vårt samhälle bidrar till att det ställs krav på politiska partierna, då de måste följa med i utvecklingen för att inte misslyckas med att nå särskilda målgrupper och uppsatta mål (Grusell & Nord, 2009). Ett tydligt exempel på partiernas professionalisering är att de alltmer satsar på nyckelpositioner med särskilda professionella kompetensområden så som, informatörer, mediecoachning, sociala medier-ansvariga med mera (Strömbäck, 2014:240–241; Grusell & Nord, 2009).

Enligt McNair (2007:4) kan politisk kommunikation beskrivas som en målmedveten kommunikation som bygger på verbala och skriftliga uttalanden, men också symboler som bygger upp en politisk image så som kläder, frisyr, logotype, handlingar med mera. Denna uppsats kommer att fokusera på det sist nämnda, nämligen hur symboler uttrycks och tolkas. För att förstå hur ett parti kommunicerar sina uppsatta mål och ideologi är retorik ett viktigt verktyg, då retoriken oftast förknippas med politiken och handlar om läran av övertalning och övertygning (Wærn, Pettersson, Svensson, 2004:55; Vigsö 2004:23). Helt i enlighet med McNairs beskrivelse av politikens verbala och visuella kommunikation innefattar även retoriken både verbala och visuella aspekter (Vigsö 2004:89). Denna uppsats kommer att

undersöka hur Socialdemokraterna kommunicerar visuellt med hjälp av retorikens visuella medel, detta i den extremt bildbaserade medieplattformen, Instagram.

Teorin kommer vara ett viktigt verktyg för att förstå hur partierna kommunicerar för att uppnå olika mål. Genom att använda visuell retorik kommer teorin även bidra med intressanta retoriska kännetecken som kommer vara intressant att undersöka i Socialdemokraternas bilder. Detta med hjälp av en semiotisk analys som metod. Kombinationen mellan visuell retorik samt den semiotiska analysen som metod kommer bidra med ökad kunskap kring bildens utformning utifrån sändarens perspektiv, men även hur de olika delarna i en bild kan vara avgörande för hur bilden tolkas som helhet.

I slutändan kommer bildanalysen även kopplas ihop med de retoriska strategierna etos, logos och patos. Detta för att ge en ytterligare förståelse för hur Socialdemokraterna kommunicerar genom att spela på betraktarens förnuft och känslor, samt hur de strävar efter att legitimera sig själva som trovärdiga. Etos handlar om hur sändaren presenterar sin identitet, logos är sändarens logiska argument och patos innebär hur sändaren spelar på mottagarens känslor (Carlsson & Koppfeldt 2008; Vigsö, 2004; Wærn, Pettersson, Svensson, 2004).

Med ovanstående som bakgrund, kommer denna uppsats utifrån sändarperspektivet diskutera Socialdemokraternas utformning av bilder på medie-plattformen Instagram, samt hur bilderna kan tolkas av allmänheten. Genom att lyfta fram fem specifika bilder ur Socialdemokraternas Instagramkonto publicerade under valrörelsen 2014, kommer en semiotisk analys att utföras och undersöka bildernas olika tecken samt dess underliggande betydelse. Undersökningen kommer att utgå ifrån Roland Barthes teorier om den direkta och indirekta betydelsen av ett tecken eller uttryck, även så kallade denotation och konnotation som beskriver det uppenbara och medbetydelsen av det uppenbara i bilden (Gripsrud, 2011). Detta genom att använda teorier inom visuella retorik.

1.1 Studiens relevans

De senaste åren har det forskats mycket kring politisk kommunikation på sociala medier, speciellt är sociala medie-kanaler som Facebook och Twitter väl utforskade. Kring politisk kommunikation på just Instagram finns det dock forskningsluckor att fylla, vilket gör det intressant att undersöka ur ett vetenskapligt perspektiv. Undersökningen är även relevant för medie- och kommunikationsvetenskapliga perspektivet, då undersökningen handlar om politik i mediala sammanhang. Politiker börjar alltmer kommunicera via sociala medier. Därför är det även intressant ur ett samhällsperspektiv att analysera politisk kommunikation på Instagram, då politiska partier är folkvalda och representerar befolkningen. Som tidigare nämnt har sociala mediernas genomslag bidragit till att fler engagerar sig i politiken (Strömbäck, 2014:30), därför är det viktigt att undersökningen kan bidra med ytterligare förståelse för partiernas utformning av bilder och bidra med större kunskaper för bildens underliggande betydelser.

1.2 Svarta hålet

Inom politisk kommunikation finns det en mättnad av forskning kring verbal och skriftlig kommunikation, bland annat genom retoriska teorier, men forskning inom politisk kommunikation med visuell retorik som teori finns det forskningsluckor att fylla. Dock kan det tilläggas att det finns tidigare forskning inom politisk kommunikation som fokuserat på hur visuell retorik används i valaffischer eller rörliga bilder, som valfilmer med mera.

Denna uppsats blir unik då studien ämnar att analysera bilder inom den moderna kommunikationskanalen: Sociala medier, mer specifikt Instagram. Allmänt har forskning inom politisk kommunikation analyserat medie-plattformar som Twitter och Facebook (Jackson & Welles, 2016; Papacharissi & de Fatima Oliveira, 2012), men inom Instagram finns det luckor som ännu inte uppnått en mättnad.

Med tanke på sociala mediernas stora betydelse i allmänhetens vardagliga liv, är det ett problem att de flesta inte känner till bildens underliggande eller bakomliggande påverkningsfaktorer. Förutom akademiker, speciellt inom medie- och kommunikationsvetenskapen är kunskapen kring bildens underliggande betydelser minimala. Det är därför viktigt i denna studie att bidra med bättre kunskap kring hur en bild utformas på ett övertygande sätt samt skapa ett kritiskt förhållningssätt till politikernas Instagrambilder.

Genom att utföra en semiotisk bildanalys av Socialdemokraternas bilder på Instagram kan uppsatsen bidra med ytterligare kunskaper för bildens underliggande budskap samt bidra med ytterligare kunskap för forskningsfältet: Visuell politisk kommunikation på sociala medier.

1.3 Disposition

Följande kapitel beskriver uppsatsens syfte och frågeställningar som formats med hänsyn till uppsatsens problemformulering samt den vetenskapliga och samhällliga relevansen. Kapitlet därefter kommer att beskriva själva objektet som ska undersökas, nämligen bakgrundsfakta om medie-plattformen Instagram. I följande kapitel kommer tidigare forskning inom forskningsområdet beskrivas. Kapitlet efter tidigare forskning har vissa likheter med tidigare forskning, men i teorikapitlet beskrivs alla de teorier som kommer att användas i framförallt uppsatsens analys och resultat, men även i slutdiskussionen. Efter teorikapitlet kommer undersökningen val av metod diskuteras samt motiveras. Först under analys och resultatkapitlet kommer undersökningen att använda uppsatsens teoretiska ramverk och analysera bland annat uppsatsens frågeställningar. Förväntningarna är även att i detta kapitel kommer uppsatsens syfte och frågeställningar att besvaras. Slutligen kommer undersökningens resultat reflekteras och diskuteras. I detta kapitel kommer uppsatsen även ge tips på vidare studier.

2. Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att undersöka hur Socialdemokraterna använder sig av visuell retorik i sina Instagrambilder under valrörelsen 2014.

2.1 Motivering av syfte

År 2010 grundades ytterligare en social medie-plattform, nämligen Instagram, som under de senaste åren fått en stor genomslag, där bland annat politiska partier alltmer börjat använda kanalen. Inom forskningsfältet politisk kommunikation finns det flera studier kring hur politiska partier kommunicerar på medie-plattformar så som Facebook och Twitter, men Instagram är en medie-plattform som fortfarande har forskningsluckor att fylla. Framförallt finns det ännu inte någon omfattande forskning om hur visuell kommunikation används inom politisk kommunikation. Då Instagrams främsta användningsområde är att publicera bilder är det intressant att analysera Socialdemokraternas bilder genom en semiotisk analys. Genom att utföra en semiotisk analys med hjälp av visuella retoriska tecken kan studien bidra med ytterligare kunskaper om hur visuella medel används i politisk kommunikation på sociala medier. Då politiska partier är folkvalda och representerar invånarna av ett demokratiskt land, är det viktigt att bidra med bättre kunskap om hur politiska partier kan använda visuell retorik för att övertyga publiken och därmed skapa ett kritiskt förhållningssätt till politikernas Instagrambilder.

2.2 Frågeställningar

1. Vilka visuella retoriska kännetecken framgår i Socialdemokraternas Instagrambilder?
2. Hur framställs Socialdemokraterna i sina Instagrambilder ur ett denotativt perspektiv?
3. Hur framställs Socialdemokraterna i sina Instagrambilder ur ett konnotativt perspektiv?
4. Kan Socialdemokraternas denotativa och konnotativa framställning kopplas till retorikens strategier; etos, logos och patos? I så fall, på vilket sätt används de retoriska strategierna i Socialdemokraternas Instagrambilder?

3. Bakgrund

Under kapitlet nedan kommer medie-plattformen Instagram att beskrivas. Uppsatsen vill i detta kapitel tydliggöra kommunikationskanalen som Socialdemokraterna visuellt kommunicerar genom. Genom en beskrivning av kommunikationskanalen som är en del av uppsatsens analys, kan beskrivningen ge ytterligare förståelse för vilka kommunikations möjligheter medie-plattformen Instagram erbjuder, samt ge en tydligare och förberedande bild inför uppsatsen analys och resultat samt slutdiskussion.

3.1 Instagram

Instagram är ett kostnadsfritt socialt nätverk som grundades år 2010, med bild i fokus. Så här beskriver företaget sig själva:

“Instagram is a fun and quirky way to share your life with friends through a series of pictures. [...] We imagine a world more connected through photos” (Instagram, 2016).

Trots sin relativt korta existens har Instagram växt enormt mycket i popularitet. På enbart ett år hade Instagram tio miljoner användare och i dagsläget har Instagram över 500 miljoner användare världen över (Instagram, 2016). Sverige är inget undantag i denna tillväxt, enligt rapporten “Svenskarna och internet” (2015), är det så många som 40 procent av de dagliga internetanvändarna som använder Instagram. Instagram tillåter enskilda individer, företag, politiska organisationer med mera, att genom bild alternativt korta filmklipp dela en verklighetsbild av sig själva.

3.1.1 Socialdemokraterna på Instagram

I jämförelse med de andra partierna i vår nuvarande riksdag var Socialdemokraterna det partiet som skapade ett konto tidigast (Instagram, 2016). År 2012, 20:e augusti publicerade partiet den första bilden, där de marknadsförde Stefan Löfvens sommartal.

Socialdemokraternas tidiga agerande med att bli medlemma på Instagram kan ha sin förklaring i Ibrahim Baylans (S) goda kunskaper kring sociala mediernas fördelaktiga betydelse för en organisations professionalisering. I Marie Grusells och Lars Nordts rapport “Syftet är alltid att få spinn” (2009), skriver Grusell att Ibrahim Baylan anser att valår 2010 är det fortfarande de traditionella medierna som gäller, men tillägger även: “Även 2014 kommer de traditionella medierna att vara viktiga, men då kommer även de nya medierna ökat betydligt”. I samma rapport säger Ibrahim Baylan att det är viktigt för ett parti att vara uppmärksam på nya metoder och följa med i utvecklingen (Ibid), han tillägger även: “... den huvudsakliga inhämtningen av nöje och information kommer att ske via Internet. I vissa

grupper är det redan så och jag tror det är livsnödvändigt för ett parti som vill vara lika stort som vi, och vara en del av människors vardag, och att också finnas på de här arenorna”.

Precis som Ibrahim Baylan menar, är sociala medier i dag en del av vår vardag. Så mycket som 70 procent av internetanvändarna i Sverige är medlemmar på Facebook (Svenskar och internet, 2015). Instagram som skapades för bara sex år sedan har 40 procent medlemmar av internetanvändarna i Sverige (Ibid). En artikel i Dagensanalys (2016), skriver att 75 procent av de som är födda efter 1980-talet och den första generationen efter millenniumskiftet, även så kallade millenniers, föredrar hellre att för sin kommunikation via text och bilder istället för att samtala. Enligt rapporten ”En årlig studie av svenska folkets internetvanor – sociala medier” av svenskar och internet (2015), är åldersgruppen 18-28 år och 26-35 år de som är mest aktiva inom sociala medier. Helt i enighet med Dagensanalys artikel, därför är det viktigt för Socialdemokraterna att vara aktiva på medie-plattformen Instagram då denna kanal fokuserar främst på kommunikation via bilder och text.

3.1.2 Användningsområden och Socialdemokraterna

Instagrams primära användningsområden är att publicera bilder, antingen genom att ta en bild direkt genom appens kamerafunktion eller genom att bläddra bland mobilens kameraalbum. Det finns även möjlighet att skriva en bildtext till bilden, men det är inget krav för att publicera bilden. Ett användningsområde som tillkom tre år efter programmets lansering är möjligheten att spela in kortare filmklipp. Ett användningsområde som utvecklades genom appens möjlighet att spela in filmklipp är något som kallas “Stories”. Stories har en egen kategori, där medlemmarna spelar in sin vardag i kortare filmklipp, som sedan följarna kan se i logisk ordning. Denna studie kommer dock analysera medie-plattformens primära användningsområde, nämligen bildfunktionen.

I jämförelse med till exempel partiernas affischer på gator, bussplatser etc. så kan samma bild publiceras digitalt på internet, detta genom medie-plattformen Instagram. Dock behöver bilderna möjligtvis inte vara lika grafiskt utformade som affischer brukar vara. På Instagram är det i sin rätta kontext om bilden även speglar det vardagliga livet. Något som organisationer, politiker, företag med mera, möjligtvis utnyttjar genom bland annat publicera bilder där de engagerar sig i välgörenhet, marknadsför en viktig händelse, “skryter” om en prestigefylld prestation etc. Denna studie kommer undersöka hur Socialdemokraterna använder sig av visuella retorik i sina bilder för att påverka, övertyga eller övertala sin publik.

4. Tidigare forskning

Som tidigare nämnt har forskningsfältet Politisk kommunikation fått en ny kommunikationsarena. Med tanke på sociala mediernas stora tillväxt har detta kommunikationsmedium blivit en del av vårt vardagliga liv, där allmänheten, organisationer, företag, politiska partier med mera. Kommunicerar igenom. Sociala medier inom politisk kommunikation är ett väl utforskat område, dock saknar forskningsfältet en omfattande forskning kring sociala medier genom visuell retorik som teori. Det borde dock tilläggas att valaffischer och valfilmer har analyserats genom visuell retorik som teori, men analys av enskilda bilder på sociala medier genom semiotiken som metod finns det forskningsluckor att fylla. Generellt saknas en omfattande forskning som analyserar bilder på medie-plattformen Instagram.

För att uppsatsen ska uppnå sitt syfte samt få svar på sina frågeställningar, måste tidigare forskning inom uppsatsen tre huvudområden tas i beaktning. Först och främst måste uppsatsen ta hänsyn till tidigare forskning inom fältet: Politisk kommunikation i sociala medier. En av frågeställningarna är att analysera vilka retoriska kännetecken som framgår i Socialdemokraternas Instagrambilder, därför kommer uppsatsen forska inom Visuell kommunikation, samt inom visuell retorik. För att uppsatsen ska nå sitt syfte, nämligen hur visuell retorik representeras i Socialdemokraternas Instagrambilder, kommer uppsatsen att utföra en semiotisk analys och analysera hur visuella retoriska tecken framgår i bilderna. För att lyckas med detta måste uppsatsen även studera tidigare forskningar med en semiotisk analys som metod.

4.1 Politikens professionalisering

Två forskare som har forskat just om svenska politikernas förhållningssätt till sociala medier samt hur partierna professionaliserar sin kommunikation, är Marie Grusell och Lars Nord (2009). Grusell och Nord menar i sin rapport: *Syftet är alltid att få spinn* (2009) att de flesta partierna är väl medvetna om sociala mediernas stora betydelse, speciellt är de enade om att medie-arenan kan ha en stor betydelse under valåret 2014. Grusell och Nord har i sin undersökning intervjuat riksdagens dåvarande partiers nyckelpersoner. De personer som utmärkte sig extra i rapporten var Ibrahim Baylan (S), som kan tyckas hade en bra koll på sociala mediernas betydelse i framtiden, men också andra kanaler. Där vi nu i efterhand kan komma överens om att han hade korrekta teorier om vilka medier som skulle ha störst roll under de två senaste valkampanjerna, nämligen TV, men att även sociala medierna skulle ha en betydande roll under valåret 2014. Även Centerpartiets kommunikationschef Lena Forsman utmärkte sig med sina kunskaper inom medie- och kommunikationsvetenskap samt sociala mediernas vikt i den politiska kommunikationen.

4.2 Visuell retorik med semiotisk analysmetod

Någon som forskat inom Visuell kommunikation, mer specifikt visuell retorik i text och bilder är Orla Vigsö. I Vigsös doktorsavhandling: Valretorik i text och bild: *En studie i 2002 års svenska valaffischer* (2004) är syftet att ge läsaren en bild av hur visuella medel används i valaffischer för att förmedla politiska budskap. Detta genom att använda sig av retoriken som teori samt semiotisk analys som metod, helt i enighet med denna uppsats.

I sin undersökning jämför Vigsö riksdagens dåvarande partiers valaffischer. Han kommer bland annat fram till att sex av tio affischer inte använder bildelement utan affischer utgörs till den största delen av text (Vigsö, 2004). Han jämför även hur de olika partierna förhåller sig till retoriska uttryck som etos, logos och patos i sina affischer. Där samtliga tre begrepp handlar om förmågan att påverka, övertyga och övertala publiken, utgångspunkten i denna kommunikationsmodell kan också förklaras som - talaren, talet och åhöraren (Gripsrud, 2011:210). Etos handlar generellt om vilket intryck talaren ger på lyssnaren (Ibid). Logos betyder ord, tal och resonemang, och handlar om att låta publiken resonera över talarens logiska argument (Ibid). Patos handlar om att spela på åhörarnas känslor för att motivera åhöraren till något, vilket kan liknas med begreppet etos, men patos framkallar kraftigare känslor så som, glädje, vrede och sorg (Ibid).

Slutsatsen blir att logos används i en mycket liten grad, medan patos och etos genomsyrade affischerna mest genom att påverka läsaren på ett berörande eller känslomässigt sätt, samt genom att försöka skapa en positiv bild av sändaren (Vigsö, 2004).

I doktorsavhandlingen nämner Vigsö även att den viktigaste kärnan i en valkampanj är att välja ett visst tema och ha en tydlig målgruppsanalys (2004). Detta genom att välja flera mindre teman för att inte förvirra publiken och spegla dessa teman på ett tydligt vis (Ibid).

Orla Vigsö studerar visuell retorik i valaffischer även under sitt kapitel i boken: *Förhandlingar vid Tjugosjunde sammankomsten för svenskans beskrivning* (Bryman, 2005). Vigsö drar bland annat slutsatsen att allt färre affischer bygger på tydliga argumentationer med konkreta förklaringar om hur en viss situation ser ut eller vad partierna har för avsikt att uppnå (Vigsö, 2005). Dem senaste åren har det blivit allt vanligare att affischerna är uppbyggda på ett implicit vis, med andra ord formar partier sina affischer med underförstådd text med dolda budskap (Ibid). Exempelvis använder moderaterna ord som "vi" och "dem" i sina affischer, då förstår mottagaren på ett undermedvetet sätt att "dem" syftar på partiets opposition (Ibid). Dock nämner Vigsö att den underförstådda texten borde vara väl planerad och tydlig för att budskapet ska nå fram till publiken (Ibid). Han nämner bland annat att valet av ord kan både få en negativ eller positiv konnotation och kan därmed sänka eller höja texten, beroende av hur och vilka ord som används (Ibid).

Ytterligare en tidigare forskning som liknar denna uppsats, är en C-uppsats från Göteborgs Universitet. Helt i enighet med denna uppsats analyserar författaren Henrik Åberg i sin uppsats ”*Det är insidan som räknas - En kvalitativ innehållsanalys om svenska partiledare på valaffischer 2010*” (2013), sex stycken analysobjekt genom en semiotisk analys. Dock analyserar Åberg hur ledarna framställs i valaffischer medan denna uppsats analyserar Instagrambilder. Åbergs studie skiljer sig ytterligare från denna uppsats, då Åberg koncentrerar sin analys på ledarnas personliga egenskaper samt mer djupgående analyserar hur ledarna framställs visuellt. Åberg använder sig av begrepp som bland annat personifiering, som innebär att det är ett sätt att framställa en person så att den gestaltar något hen inte är (Ibid). Personifiering är ett begrepp som grundar sig i samlingsbegreppet personfixering som innebär att medier alltmer börjar fokusera på politikernas personliga egenskaper (Ibid). En av Åbergs slutsatser var att partiledarna egenskaper skiljde sig åt mycket men en gemensam nämnare var att alla utstrålade ledarskap och styrka (Ibid).

Som tidigare nämnt finns det ännu inte en omfattande forskning kring hur visuell retorik kommuniceras i politisk kommunikation. En av denna uppsatsens största inspirationskällor är Dan Schill, som i sin studie ”*The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication*” (2012), sammanfattar forskning inom politisk kommunikation med visuell retorik som utgångspunkt. Schill menar att forskningsfältet: visuell politisk kommunikation saknar en mättnad, dock finns mycket forskning inom just visuell retorik, men kunskaperna appliceras eller används sällan i samband med politisk kommunikation.

Syftet med Schills essä är att dels sammanfatta utförd forskning inom visuell- och politisk kommunikation, men även redogöra en samling av retoriska symboler i politiska sammanhang. Schill föreslår även vidare forskning inom visuell politisk kommunikation, därav denna uppsatsens relevans och syfte som vill bidra med ytterligare kunskaper för hur Socialdemokraterna använder sig av visuell retorik på sociala medier.

4.3 Visuell självrepresentation

Sanderson och Smith är två forskare som i sin studie: ”*I’m Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram*” (2015), undersökt hur elitidrottare representerar sig själva på Instagram. Forskarna använder sig av bland annat Goffmans teorier om självrepresentation (1959), där människor har en tendens att måla upp en fördelaktig bild av sig själva (Sanderson & Smith, 2015). Ytterligare en teoretiker som Sanderson och Smith refererar till är Bortree, som menar att människor representerar sig själva genom en kombination mellan det individuella målet om hur jaget ska representeras och hur jaget ska representeras utifrån publikens förväntningar (Ibid). En utav Sanderson och Smith resultat visar att elitidrottare publicerar helkroppsbilder oftare än ansiktsbilder (Ibid). Detta kan ha sin förklaring i att de är stolta över det fysiska träning de utövar, samt vill visa publiken att deras

förväntningar om elitidrottaren uppfylls, något som inte går att visa genom en ansiktsbild (Ibid).

Jesper Strömbäck är ytterligare en forskare som i sin rapport: ”*Medialisering och makt: En analys av mediernas politiska påverkan*” (2008), skriver om representationen av verkligheten. Strömbäck refererar bland annat till Walter Lippmans bok ”*Public opinion*” (1922/1977), där Lippman menar att det som har mest betydelse för människors åsikter och värderingar inte bygger på verkligheten i sig, utan bilder av verkligheten (Strömbäck, 2008). Vidare menar Lippman att människor får dessa bilder av verkligheten genom medier, och inte av egna erfarenheter (Ibid). Likt Bortrees teori om självrepresentation där mottagaren inte alltid får den ”sanna” bilden av sändaren med sin fördelaktiga framställning, är alltså Lippmans teori inte helt olik. Detta gör uppsatsens syfte ytterligare intressant då uppsatsen vill bidra med ytterligare kunskaper om bildens underliggande betydelser samt skapa en kritisk förhållningsätt till politikernas Instagrambilder.

4.4 Sammanfattning av tidigare forskning

Den tidigare forskningen av forskningsfältet: Politisk kommunikation i sociala medier, visar först och främst politikens professionalisering. Där medier, mer specifikt sociala medier har en viktig roll i den politiska kommunikationen. Forskningar visar även att det alltmer ställs krav på partierna, då de måste följa med i utvecklingen för att nå sina målgrupper och uppsatta mål. Bland annat har politiska partier alltmer börjat satsa på nyckelpositioner, så som medie-coachning, sociala medier-ansvarig med mera.

Den tidigare forskningen visar även att det finns bakomliggande faktorer i politiska budskap vilket kan förklaras genom visuell retorik och semiotisk analys. Det finns visuella element som måste användas på ett välplanerat och omsorgsfullt sätt för att övertala och beröra publiken. Tidigare forskningar drar främst generella jämförelser mellan olika partier, där text och bild behandlas i ett sammanhang, detta främst i valaffischer. Av den orsaken kommer uppsatsens semiotiska analys bidra med ytterligare forskning då denna uppsats enbart kommer att fokusera på bilden, och vad de visuella tecken gör för bilden som helhet, detta på medie-plattformen Instagram.

5. Teori

I detta kapitel kommer uppsatsen teoretiska ramverk att presenteras. Teorier inom semiotik och retorik kommer att redogöras, där begrepp som semiotikens två meningsnivåer; denotation och konnotation kommer att tydliggöras samt retorikens visuella kännetecken och strategier som; etos, logos och patos. Teoretiska ramverket kommer att användas främst i uppsatsens analys där analysenheterna ständigt kommer att återknytas till specifika teorier. Det teoretiska ramverket kommer även framgå i uppsatsens slutdiskussion där uppsatsen kommer att redogöra slutsatser och diskussioner kring analysens resultat. Värt att notera är att samtliga teorier möjligtvis inte kommer att användas i uppsatsens analys, därför kommer nedanstående teorier fungera som en samling med möjliga teorier som eventuellt kan användas i analysen av Socialdemokraternas Instagrambilder.

5.1 Semiotik

Uppsatsen kommer att utgå ifrån semiotiken som teori. Semiotiken härstammar från Grekland och det grekiska ordet "semeion", vilket betyder tecken. Det är just vad semiotiken handlar om, nämligen läran om tecken och symboler samt hur människor kommunicerar genom tecken (Bignell, 2002). Semiotiken studerar bland annat vad symboler och tecken som en del av en bild har för betydelse för bilden som helhet (Gripsrud, 2011). Vidare kan Gripsruds förklaring av semiotikens bildanalys förklaras genom att, bildens form och innehåll demonteras ner i sin beståndsdelar för att se vad den egentligen innehåller (Bergström, 2001:156).

Ett tecken kan vara av olika slag, exempelvis kan ett tecken bestå av prickar, linjer, figurer eller andra företeelser (Gripsrud, 2011:156), men inom semiotiken är inte det viktigaste vad det är för tecken, utan hur ett visst tecken kommuniceras mellan människor samt vad tecknet förmedlar för budskap (Fiske, 2009:60). Ett tecken kan därmed stå för något annat utöver sig själv, då tecknet får en betydelse först när den står i förhållande till en kontext samt när en betraktare eller läsare givit tecknet en betydelse (Gripsrud, 2011; Fiske, 2009). Därför skiljer sig semiotiken från andra kommunikationsmodeller då betraktaren eller mottagaren har huvudrollen i kommunikationsprocessen (Fiske, 2009:60).

I uppsatsens analys kommer två särskilda begrepp att användas vilket är viktigt att redogöra. Inom semiotiken används primärt två begrepp som förklarar ett tecken, nämligen Symboler och ikoner. Dessa två begrepp har sina likheter men ändå viktiga skillnader. En symbol är som tidigare nämnt, ett tecken som representerar något annat än sig självt. Till exempel, en bild på ett rött ljus är enbart ett tecken, men om det röda ljuset är i samband med en vägkorsning får tecknet en betydelse, tecknet symboliserar att vi ska stanna. En ikon skiljer sig primärt med symbol då ikonen faktiskt liknar det den betyder. Till exempel en karta som

föreställer Sverige. är en avbildning av Sverige utan några underliggande faktorer (Fiske, 2009:69–72).

I bakgrund av ovan, kommer denna uppsats att baseras på litteraturforskaren, författaren och semiotikern Roland Barthes verk inom semiotiken. Roland Barthes har vidareutvecklat tidigare förespråkares teorier inom semiotiken och konstruerat en modell som har blivit det centrala för Barthes teorier (Fiske, 2009:117). Modellen kallade han för ”Ordningar av beteckning” (Ibid), som kan förklaras genom två begrepp, nämligen denotation och konnotation (Ibid:117-121).

5.1.1 Denotation

Denotation är den första och direkta betydelsen av ett tecken, som också är självklar (Ibid:120). Genom att ta hänsyn till tecknets uppbyggnad i form av former, linjer och färg, får vi direkt en förståelse av tecknets betydelse (Barnard, 2001:149). Analysbegreppet kan tydliggöras ytterligare genom att använda introduktionen till en Western-film. Förtexten har ett typsnitt som liknar grovhuggna träplankor, vilket får betraktaren att direkt förstå det nämnda, nämligen att förtexten är utformad som grovhuggna träbitar. I bakgrunden dyker det även upp ett avlångt tåg med skorsten på taket som ryker för fullt, vilket får betraktaren direkt att förstå tecknets självklara betydelse, nämligen ett ånglok (Gripsrud, 2011). Det intressant blir dock när introduktionens samtliga tecken sätts ihop och får en medbetydelse.

5.1.2 Konnotation

Genom att koppla samman de tecknen ovan bidrar analysbegreppet; konnotation, till en medbetydelse för betraktaren. När betraktaren kopplat de grovhuggna träbitarna med ångloket, förstår hen indirekt att filmen i fråga handlar om en Western-film (Ibid). Detta exempel var ett enkelt men tydligt sätt att förklara de två meningsnivåerna, men i grund och botten handlar konnotation om att skapa en djupare förståelse av tecken i ett fenomen (Fiske, 2009:120). För att tydliggöra analysbegreppet konnotation kan en midsommarstång användas. Den direkta betydelsen är en lång stång klädd i blommor och grönska, vilket denoterar en midsommarstång. Men konnotationen förklarar ytterligare betydelser, t.ex. gemenskap, sommar och tradition. Dock präglas konnotation av betraktarens bakgrund och personliga förkunskaper (Bignell, 2002:16), vilket gör att många kanske förknippar midsommarstången enbart med den svenska sommaren, då alla individer inte firat och upplevt gemenskapen som den svenska sommartraditionen kan erbjuda.

5.2 Visuell retorik

Som tidigare nämnt förknippas retorik med politik, på grund av retorikens lära om påverkan, övertygning och övertalning (Wærn, Pettersson, Svensson, 2004:55; Vigsø 2004: 23). För att förstå hur socialdemokraterna kommunicerar sina mål och budskap genom bilder, är visuell retorik en viktig teori att använda. Visuell retorik gör det möjligt att skapa en förståelse för hur socialdemokraterna planerar ett budskap för att få en önskad effekt hos betraktaren. En hel del kunskaper av retorikens talekonst kan också användas i visuell retorik, dock är det oftast mer krävande i bilder då det ges mindre utrymme för budskapet (Wærn, Pettersson, Svensson, 2004:55–56). I en bild måste budskapet få plats på ett ställe, medan i ett tal finns det större utrymme för framförande av ett budskap. I ett tal är det även möjligt att genom retorikens talekonst påverka i vilken ordning de olika argumenten presenteras för lyssnaren, vilket är mycket svårare i bilder (ibid). Dock finns det knep även i bilder för att få betraktaren att se objekten i en viss ordning, vilket kommer presenteras nedan (5.4 Perspektivets betydelse). Nedan kommer även ytterligare visuella kännetecken presenteras som kommer användas i uppsatsen analys samt ha en betydelsefull roll för uppsatsens syfte och frågeställningar, nämligen hur Socialdemokraterna kommunicerar på Instagram.

5.2.1 Etos, logos, patos

Etos, logos och patos är de tre grundstenarna i retorikens lära om påverkan, övertygning och övertalning. Grundidealet kan även översättas till konsten om att uttrycka ändamålet på bästa möjliga sätt i en viss situation (Carlsson & Koppfeldt 2008:64). Vidare menar Carlsson och Koppfeldt (Ibid:10), att inom medier används retoriken för att engagera, beröra och väcka känslor. I denna uppsats kommer etos, logos och patos användas i uppsatsens analys och resultat samt slutdiskussion, där analysen kommer visa hur Socialdemokraterna använder sig av de tre grundstenarna.

Etosets fokus ligger på sändaren, där sändarens trovärdighet samt hur sändaren visar vem hen är, är det centrala (Carlsson och Koppfeldt, 2008; Wærn, Pettersson, Svensson, 2004). Syftet med etos är att övertyga betraktaren om det som betraktas är trovärdigt (Wærn, Pettersson, Svensson, 2004). När det handlar om visuell retorik är det bildens utformning som oftast avgör om sändaren är trovärdig. Enligt Wærn, Pettersson och Svensson (2004) är det sällan vi ifrågasätter en tydlig och överskådlig bild, utan några komplicerade faktorer som förklarar en viss situation. etos kan också handla om ett trovärdigt utseende, där sändarens val av kläder, kroppshållning och rörelser kan påverka sändarens trovärdighet (Vigsø, 2004:93).

I Logos ligger huvudfokus på sändarens logiska argument samt lyssnarens förnuft. Sändaren försöker spela på lyssnarens förnuft, vilket förnuftet sedan värderar argumenten utifrån egna erfarenheter samt värderingar av världen (Wærn, Pettersson, Svensson, 2004).

Många forskare menar att logos argument inte går använda som teori i bildanalyser med fokus på enbart det visuella. Dock är ett tydligt exempel på en logos argument inom visuell retorik; kostcirkeln, där sändaren kan visa med bild vilka typer av mat som borde ingå i en tallrik (Ibid). Med andra ord fungerar Logos som en tydlig och överskådlig bild över något som är logiskt, där till exempel en sändare tydligt förklarar hur en viss situation ser ut och hur situationen borde se ut istället. Vigsö (2004) som studerat 2002 års valaffischer i Sverige, menar att Logos argument var vanligt förekommande under första halvan av 1900-talet, men i dagens affischer används underförstådda budskap där betraktaren själva får "täppa igen" argumentationens luckor. Exempelvis kunde tidigare affischer genomsyras av argumentationer som: "Rösta på oss så sänker vi skatterna", medan i dag är det affischer utformade på ett implicit sätt, som enbart säger: "Förändring!"

Patos handlar om att sändaren spelar på mottagarens känslor, det kan vara både positiva och negativa känslor. I Visuell retorik kan patos användas på tydligare sätt än i verbal retorik. Genom att exempelvis illustrera en vacker solnedgång kan beröra oss på ett sentimentalt sätt, medan en bild på akutmottagningen av ett sjukhus med kalla och dystra färger, kan framkalla en obehaglig känsla (Wærn, Pettersson, Svensson, 2004).

5.3 Kroppens betydelse

Eftersom uppsatsen ämnar att undersöka Socialdemokraternas Instagrambilder är det viktigt att bilderna innehåller fotografier på statsministern Stefan Löfven i olika sammanhang, då Löfven är ledaren av vår nuvarande regering samt representerar vårt samhälle. Även andra nyckelpositioner i partiet kommer att synas i bilderna. Därför är det viktigt att även undersöka kroppens och ansiktets semiotik. Vigsö (2004:79) menar att kroppen och ansiktet kommunicerar på olika sätt, kroppens hållning och vinkel samt ansiktets uttryck säger något om personen på bilden och vad den vill förmedla.

Forskaren Radan Martinec kallar kroppens och ansiktets semiotik för *modalitet* och *emotion*, två begrepp som analyserar individens kroppshållning och ansiktsuttryck. Utöver dessa två begrepp, analyserar Martinec även individens interaktion med andra, mer specifikt analyserar han kroppens avstånd och vinkel gentemot en annan individ. (Vigsö, 2004:80–81)

Modalitet analyserar kroppens semiotik och studerar hur säker eller osäker en person är på att utföra något samt hur villig och ovillig den är för att slutföra det. När det gäller modalitet finns det några visuella kännetecken som hjälper oss att förstå hur personen framställs i bilderna:

Villighet framställs genom framåtlutande vinkel på kroppen.

Ovillighet framställs genom bakåtlutande vinkel på kroppen.

Säkerhet framställs genom avslappnade muskler.

Osäkerhet framställs genom spända muskler.

När det gäller emotion är det möjligt att genom visuella kännetecken förstå hur personen i bilden framställs känslomässigt. Givetvis finns det kulturella aspekter och skillnader i hur känslor uttrycks, som skulle kunna begränsa denna teori, men Martinec har tagit fram fyra universella kännetecken: glädje, sorg, rädsla och vrede. Dessa fyra kännetecken kan analyseras genom ansikts- och huvudrörelser:

Glädje framställs genom uppåtvinklat huvud.

Sorg framställs genom nedböjt huvud.

Rädsla framställs genom öppet ansiktsuttryck med bakåtlutande huvud.

Vrede framställs genom stängt ansiktsuttryck med framåtlutande huvud. (Vigsö, 2004:81–83).

Individens avstånd i förhållande till en annan individ, har sin grund i Edward T. Halls studier medan Martinec har fördjupat sig ytterligare i studien och bidragit med Individens vinkling (Martinec, 2001:118–119). I slutändan är det kombinationen mellan dessa två studier som gör det relevant att använda i uppsatsens undersökning.

Först och främst delar Hall kroppsavståndet i åtta kategorier, med respektive förklaringar (fig.1).

Interpersonella avståndskategorier

Intimt avstånd	Nära	Tröst och skydd, älskog, brottning. Upp till en hands avstånd (6 tum, ca 15 cm)
	Fjärran	Där man fortfarande kan beröra och ta tag i extremiteterna (18 tum, ca 45 cm), rösten vanligtvis låg eller viskande. Kommunikation rör oftare känslor än intellektuella begrepp.
Personligt avstånd	Nära	En armlängd (2,5 fot, ca 75 cm), man kan fortfarande greppa tag i den andra. »The distance which a husband can share with his wife with impunity but not with another woman.»
	Fjärran	Där man kan diskutera personligt engagerande ämnen. Från precis utanför en persons räckvidd till två armars längd (4 fot, ca 120 cm).
Socialt avstånd	Nära	Används för förhandling av opersonliga ämnen, används av arbetskamrater. Ingen förväntas beröra den andra, om inte det finns speciella omständigheter. (Upp till 7 fots avstånd, ca 2 m).
	Fjärran	Mer formell samtal; kan användas för att avskärma folk från att behöva prata med varandra. (Upp till 12 fot, ca 3,5 m).
Offentligt avstånd	Nära	»An alert subject can take evasive or defensive action if threatened.» (Upp till 25 fot, ca 7,5 m).
	Fjärran	Det avstånd som automatisk skapas runt viktiga offentliga personer. (Mer än 25 fot, ca 7,5 m).

Fig. 1: Interpersonella avståndskategorier (Vigsö, 2004).

Halls studier om individens kroppsavstånd kombineras sedan med Martinecs studier om kroppens vinkling som delas in i tre kategorier: frontalt (ansikte mot ansikte), sidledes (ansikte mot sida), och ryggvänd (ansikte mot rygg). Vigsö (2004:84) visar sedan kombinationen mellan Halls studier av individens avstånd samt Martinecs studier om individens vinkling i förhållande till en annan individ, på följande vis (fig.2).

Avstånd och engagemang

Avstånd	15 cm	45 cm	75 cm	120 cm	210 cm	350 cm
Vinkel						
Frontal	nära intim	fjärran intim	nära personlig	fjärran personlig	nära social	fjärran social
Sidledes	nära personlig	fjärran personlig	nära social	fjärran social	offentlig/oengagerad	offentlig/oengagerad
Ryggvänd	fjärran personlig	nära social	fjärran social	offentlig/oengagerad	offentlig/oengagerad	offentlig/oengagerad

Fig. 2: Avstånd och engagemang (Vigsö, 2004).

Utöver Halls och Martinecs teorier om kroppens semiotik kommer uppsatsen även utgå ifrån kroppsspråksforskaren David B. Givens ordlista: ”*The nonverbal dictionary of gestures, signs & body language cues*” (2008).

Nedan är en lista på uttryck som Givens skriver om i sin ordlista. Dessa uttryck är vanligt förekommande hos Löfven med mera, på Socialdemokraternas Instagrambilder. Nedan listas de uttryck med respektive förklaringar som kommer vara relevant för uppsatsens undersökning:

Huvudet lutat åt sidan: Visar vänlighet och öppenhet för kontakt.

Högt stående: En hotfull hållning där kroppen “förstoras” genom att göra kroppen längre.

Korsade armar: Ett omedvetande sätt att hålla distans och avstånd i förhållande till något obekvämt.

Vinkeldistans: Personen i bildens framåtvinkling eller bakåtlutning i förhållande till något.

Ögonkontakt: Den emotionella kontakten mellan två personer som samtidigt observerar varandras ögon. (Ibid:1-3).

5.4 Perspektivets betydelse

Då uppsatsen kommer att undersöka bilder, är det även viktigt att studera ur vilket perspektiv och vinkel bilderna är fotograferade i. Jens E. Kjeldsen (2002:80) menar att de grafiska uttrycken är de grundläggande elementen i visuell kommunikation. De grafiska uttrycken som bland annat, formen, nyansen, linjen, avståndet, vinkeln och perspektivet har en betydelsefull roll i bilden som helhet. Vidare menar Kjeldsen att till skillnad från verbala argumentationer,

argumenterar bilder genom att vara fotograferade utifrån ett visst avstånd, vinkel, och belysning (Ibid, 219). Två forskare som studerat sambandet mellan kameravinkeln, engagemang och makt är Gunther Kress och Theo van Leeuwen. I sin bok ”*Reading Images*” (1996), drar de väl utförliga teorier av bilders sätt att kommunicera och argumentera. Dock kommer denna uppsats enbart använda sig av tre begrepp med generella förklaringar av Kress och Leeuwens teorier om kamerans vinkel. En mer fördjupning av deras teorier skulle ta alldeles för mycket plats i denna studie. De tre begreppen som kommer att förklaras nedan samt behandlas i undersökningen samt i kombination med uppsatsens andra analysverktyg är relevanta och tillräckliga för att komma fram till intressanta slutsatser. En djupare fördjupning av forskarnas mångfaldiga teorier om sambandet mellan kamerans vinkel, engagemang och makt skulle kunna ta mer plats i mer omfattande studier. Då uppsatsens syfte är att undersöka bilden som helhet kommer flera visuella kännetecken att studeras och en djupare fördjupning av kamerans vinkel skulle vara överflödigt.

Kress och Leeuwen nämner tre perspektiv som en bild kan vara fotad i:

Grodperspektivet: Ger den avbildade makten.

Fågelperspektivet: Ger betraktaren makt.

Öga-mot-öga: Makten är på samma nivå mellan betraktaren och den avbildade (Kress & Leeuwen, 1996:146).

Vidare förklarar Peter Dahlgren perspektiven i sin artikel på Voodooofilm.org (2002) om de olika kameravinklarna.

Med **grodperspektivet** menas att den avbildade filmas eller fotas nedifrån och upp. På detta vis ser den avbildade större ut än vad hen egentligen är och därmed uppfattas som kraftfull och dominant.

Fågelperspektivet innebär att den avbildade filmas eller fotas från en högre höjd, vilket gör att personen ser mindre ut jämfört med betraktaren. Perspektivet ger därför makt åt betraktaren och den avbildade ser i jämförelse underlägsen ut.

Öga-mot-öga perspektivet, som Dahlgren kallar för normalperspektivet. Detta perspektiv är det vanligaste sättet att filma och fota samt innehåller minst dramatik (Ibid).

Författaren Bo Bergström som studerar just kompositionen av perspektiv, linjer, och riktningar i en bild, menar i sin bok ”*Bild & kunskap: Ett triangeldrama om bildkommunikation*” (2001) att en bild alltid har en riktning. En person eller objekt som framställs genom en riktning från vänster till höger skapar en känsla av framåtskridande, medan den omvända riktningen ger en känsla av bakåtriktning (Ibid:44–45). Bergström (Ibid:42) menar även att de diagonala linjerna har en betydelse i bildens betydelse, då en linje från bildens nedre vänstra del till bildens övre högra hörn ger en känsla av framåtsträvande, medan den omvända ger en känsla av bakåtsträvande.

Det är också viktigt att fokus-objektet hamnar mer till vänster i bilden, då detta hör ihop med den västerländska läsriktningen (Wærn, Pettersson, Svensson, 2004). Det första betraktaren

ser i en bild är objektet i bildens vänstra del, då en person ser bilder på samma vis som vi i västvärlden läser texter (Ibid).

5.5 Färgens betydelse

I undersökningen kommer även bildens inslag av färger att analyseras, då de står för olika värden och framkallar en viss känsla. Bo Bergström (2001:39) ger en kort förklaring av färgernas underliggande betydelser:

Gult: Aktivitet

Grönt: Hopp, rofylldhet

Rött: Kärlek, livlighet

Vitt: Oskuldsfullhet

Blått: Vishet, skygghet

6. Metod

I detta kapitel kommer uppsatsens val av metod, empiriska material, urval och tillvägagångssätt redogöras. Dessutom kommer även undersökningens giltighet och reliabilitet diskuteras.

6.1 Kvalitativ studie

Uppsatsens syfte är att undersöka hur Socialdemokraterna framställs visuellt i medieplattformen Instagram. I uppsatsens syfte och frågeställningar ingår även att skapa förståelse för vilka retoriska kännetecken som används i Socialdemokraternas bilder på Instagram, samt hur dessa tecken skapar ett underliggande budskap i partiets framställning. Uppsatsen vill även undersöka hur partiets visuella framställning kan kopplas till de retoriska begreppen, etos, logos och patos. Med hänsyn till uppsatsens syfte är en kvalitativ metod att föredra. Enligt Thuren (2007:112) innebär en kvalitativ studie en genomarbetad analys av ett mindre urval, där unika och enstaka händelser tas i beaktning och som kan ha en stor betydelse för ändamålet. Vidare menar Thuren (2007) att kvalitativa analyser avser att tolka snarare än att redogöra data, vilket det sistnämnda används inom kvantitativa analyser. Genom att använda en kvalitativ ansats som metod kommer det att vara möjligt i undersökningen att tolka och få en djupgående förståelse för Socialdemokraternas underliggande budskap i partiets Instagram bilder.

6.2 Semiotisk bildanalys

Undersökningen kommer att använda sig av teorier inom retoriken och semiotiken, men metoden kommer att vara en kvalitativ studie genom en semiotisk bildanalys. Semiotisk bildanalys kommer att vara lämplig för att få svar på uppsatsens syfte och frågeställningar. Som tidigare nämnt menar Bergström (2001) att en bildanalys går ut på att analysera bildens beståndsdelar så som form, linjer, färg etc. för att se vad den innehåller. Helt i enighet med Bergströms beskrivelse av en bildanalys, kommer i uppsatsens undersökning analysera enstaka bitar i Socialdemokraternas Instagrambilder och se vad delarna betyder för bilden som helhet. Någon som bekräftar uppsatsens val av en semiotisk analys som metod är Vigsö (2004), som menar att semiotisk analys lämpar sig extra väl i analyser av valaffischer, då semiotiken går att använda för både det verbala och visuella. Dock kommer denna uppsats inte undersöka valaffischer, utan istället Instagrambilder med fokus på enbart det visuella.

Uppsatsen kommer att analysera fem stycken specifika bilder ur Socialdemokraternas Instagramkonto, publicerade under valrörelsen 2014. Den semiotiska analysen kommer som tidigare nämnt använda sig av två meningsnivåer, nämligen denotation och konnotation. Genom att använda denotation och konnotation, kommer analysen först redogöra bildens

uppenbara betydelse (denotation), sedan kommer den underliggande betydelsen (konnotation) tolkas. Genom att studera bildernas denotation och konnotation med hjälp av visuell retorik som teori kommer det vara möjligt i undersökningen att tolka bilderna på ett djupgående vis samt beskriva vilka visuella faktorer som framkommer i Socialdemokraternas Instagrambilder.

6.3 Urval

I denna uppsats gjordes ett strategiskt och teoretiskt urval. Ur Socialdemokraternas Instagramkonto valdes fem stycken specifika bilder från valrörelsen 2014. I valet av bilderna var det viktigt att på ett strategiskt och teoretiskt sätt analysera bilder med varierade innehåll. Trots att kvalitativa studier inte kräver representativitet (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wängnerud, 2012), och uppsatsen syfte som inte önskar att generalisera, är det viktigt att välja varierade bilder. Detta dels för att öka uppsatsens reliabilitet men även i viss mån ge en väsentlig bild av hur socialdemokraterna kommunicerar på Instagram. De traditionella kvantitativt orienterade forskare brukar mena att det inte är möjligt att dra några generella slutsatser genom enstaka analysobjekt, dock är det möjligt i kvalitativa studier att lyfta fram allmänna aspekter som säger något grundläggande eller betydelsefullt om det som undersökningen avser att undersöka (Ibid). Detta genom att analysera analysobjekten med hänsyn till undersökningens teoretiska utgångspunkter, vilket kallas för teoretiskt generalisering som uppnås genom en analys av de strategiskt och teoretiskt utvalda analysobjekten (Ibid). Som tidigare nämnt var det viktigt att de flesta bilderna skulle innehålla statsministern Stefan Löfven, dels för att han är en huvudroll i partiet och representerar partiet samt vårt samhälle, men också för den teoretiska betydelsen där analys av kroppens semiotik är en av uppsatsens mest omfattande teori. Ytterligare en teori som kan komma till användning i uppsatsens analys är avståndet mellan människor samt kombinationen mellan avstånd och kroppsvinkel i förhållande till annan individ. Därför är det viktigt att bilderna inte enbart innehåller Löfven utan även andra människor på en och samma bild. Det sista kriteriet av uppsatsens bildval, var att bilderna skulle innehålla färg, då enligt Bergström (2001) har färger olika betydelser. Denna urvalsprocess är typiskt för ett strategiskt och teoretiskt urval, där en forskare målinriktat väljer ut sina analysobjekt som är av teoretiskt betydelse och därmed uppnår en teoretisk generalisering med väsentliga slutsatser om det som uppsatsen avser att undersöka. (Ibid). Dock är det ändå värt att tillägga och återigen poängtera att ett strategiskt urval är en osäker grund för generalisering (Ibid).

Antalet bilder som uppsatsen ska analysera anses vara lämpligt med tanke på studiens kvalitativa ansats. Ett högre antal av analysobjekt med så djupgående analyser skulle kunna bli överflödigt. Som tidigare nämnt kräver kvalitativa analyser inte representativitet (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wängnerud, 2012), och syftet med uppsatsen önskar inte att generalisera, därför var ett strategiskt och teoretiskt urval av en mindre antal analysobjekt en lämplig urvalsprocess. Inom kvalitativa metoder är även forskarens egna uppfattningar eller

tolkningar av informationen det centrala (Holme & Solvang, 1997), därför var det möjligt att genom ett strategiskt och teoretiskt urval själv bestämma vilka analysobjekt som skulle analyseras samt själv välja den relevanta empiriska ramen.

Dock hade en alternativ metodval kunnat vara en kombination mellan en kvantitativ och kvalitativ ansats. Där den kvantitativa studien skulle kunna höja uppsatsens reliabilitet och validitet ytterligare samt bidra till en högre utsträckning av generalisering. Den kvantitativa studien hade kunnat välja ut en större mängd analysobjekt och redogöra för en viss data. Sedan hade den kvalitativa studien kunnat välja ut specifika analysobjekt ur den kvantitativa studien, och genom djupgående analyser analysera enstaka och unika fall. Denna alternativa metod hade därmed kunnat bidra till en högre utsträckning av generalisering än enbart en kvalitativ studie.

6.4 Genomförande

Utifrån den teoretiska ramen med bland annat kroppens semiotik och visuella kännetecken kommer Socialdemokraternas Instagrambilder att analyseras. För att på ett tydligt sätt exemplifiera och redogöra för bildens underliggande budskap samt kartlägga de visuella kännetecknen kommer Socialdemokraternas bilder synliggöras i analysen. Varje bild kommer vara döpt i kronologisk ordning (1, 2, 3 etc.) för att på ett smidigt sätt kunna relatera till olika bilder under resultatens- och slutdiskussionens kapitel. Den kronologiska ordningen kan även göra det tydligt för läsaren att smidigt gå tillbaka eller fram till något specifikt som hen har reagerat på.

Varje bild inleds med bildens denotativa uttryck, där bilden kommer att redogöras utan några underliggande betydelser eller tecken. Med andra ord kommer uppsatsen beskriva enbart vad vi ser i bilden. Den andra delen kommer att beskriva bildens konnotativa uttryck. Genom att använda bildens denotativa observationer kommer det vara möjligt i konnotationen att tolka bildens underliggande betydelse, detta även genom att förhålla sig till de teoretiska ramarna. Genom att upprepa ovan nämnda analys-struktur på samtliga bilder, når uppsatsen även den kvalitativa ansatsens kriterier, samt en god reliabilitet och undviker slumpmässiga eller osystematiska fel (Thuren, 2007; Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wängnerud, 2012). Genom att analysera samtliga bilder på samma sätt samt följa en tydlig strukturerad analysmetod och ta hänsyn till de teoretiska ramarna, gör att uppsatsen mäter det som faktiskt ska mätas. Därmed når uppsatsen en god giltighet (Ibid).

Efter att samtliga bilder analyserats utifrån semiotikens två meningsnivåer; denotation och konnotation, kommer uppsatsen att redogöra hur bilderna förhåller sig till de retoriska strategierna; etos, logos och patos. Valet av att dela upp analysen och resultatet på detta vis, grundar sig i att analysen kommer att tala om för oss vad vi egentligen ser i bilderna, men i resultat-kapitlet kommer analysens redogörelser beskriva hur Socialdemokraterna förhåller sig till retorikens strategier; etos, logos och patos. Detta kommer att bidra till ytterligare

förståelse för hur visuell retorik används i bilder samt dess underliggande betydelser, men även hur visuell retorik används i politisk kommunikation. Därmed kan det ge förståelse för hur sändaren spelar på mottagarens emotionella och resonerande sida genom visuell retorik.

Detta enkla och tydliga analyschema gör att analysen genomsyrar en bra struktur och gör det lättläst för läsaren. Här strävar uppsatsen även efter en tratt-liknande struktur, där det mest omfattande och breda informationen redogörs först, men sedan smalnar av till hur Socialdemokraterna förhåller sig till etos, logos och patos.

6.5 Metodkritik

Som tidigare nämnt är det centrala inom kvalitativa metoder forskarens egna uppfattningar och tolkningar av informationen (Holme & Solvang, 1997). Även inom semiotiken, mer specifikt inom meningsnivån konnotation ges det i en viss utsträckning utrymme för betraktarens egna tolkningar och uppfattningar. Något som kallas för ”*privata sfären*”, vilket innebär att vi tolkar tecken utifrån våra egna förutsättningar, erfarenheter, upplevelser och förståelser (Koblanck, 2003). Detta kan påverka analysen på ett sätt som gör att den upplevs för subjektivt, då dessutom denna uppsats även har skapat sin egna teoretiska ram. Men som tidigare nämnt är de kvalitativa metoderna i sin rätta kontext om forskaren i sin bildanalys förhåller sig till de accepterade teoretiska utgångspunkterna och därmed kan nå ett vetenskapligt resultat samt nå en god reliabilitet och giltighet.

Ytterligare en kritik mot uppsatsens metod kan vara att kvalitativa metoder inte ställer krav på representativitet och generalisering i lika hög utsträckning som kvantitativa metoder (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wängnerud, 2012). Genom att utgå från en kvantitativ metod med ett slumpmässigt urval, är det möjligt att nå en god representativitet (Ibid). En kvantitativ metod hade kunnat vara en alternativ metod. Kvantitativa metoden handlar generellt om att få en bild över ett brett och stort antal analysobjekt, som sedan förklaras i siffror och mängder (Holme & Solvang, 1997). Genom att utföra en undersökning utifrån en kvantitativ ansats är det sedan möjligt att beskriva det gemensamma och genomsnittliga i analysen och därmed uppnå en generalisering (ibid). Exempelvis hade metoden möjliggjort en utläsning av hur vanligt förekommande ett visst visuellt uttryck är i ett stort antal Instagrambilder. Sedan hade metod kunnat bidra med generalisering kring dessa bilder.

Alltså kommer denna uppsats med sina fem stycken analysobjekt inte kunna redovisa några statistiska generaliseringar eller nå en representativitet, men det är inte avsikten med uppsatsen och ovan nämnda exempel har en infallsvinkel som skiljer sig avsevärt med denna uppsats.

7. Analys och resultat

I denna del kommer uppsatsen analysera det visuella i Socialdemokraternas fem stycken Instagrambilder. Som tidigare nämnt kommer analysen inledningsvis beskriva bildens denotativa uttryck. Tätt inpå följer bildens konnotativa uttryck, där det är först då som analysen blir intressant, då det inom den konnotativa delen kommer koppla ihop visuella uttryck med eventuella bakomliggande orsaker. Dock är det givetvis intressant med bildens denotativa uttryck, då de denotativa uttrycken utgör grunden för bildens konnotation. Denna struktur kommer sedan upprepas i varje enskild bild.

Med tanke på den kvalitativa ansatsen samt konnotationen som en del av den semiotiska metoden, ger utrymme för forskarens egna tolkningar genom erfarenheter, upplevelser etc. Kan det bidra till en viss subjektiv tolkning av bilderna, men i största utsträckning kommer uppsatsen utgå ifrån den teoretiska ramen (Holme & Solvang, 1997, Koblanck, 2003).

Utifrån analysens tolkningar kommer analysen därefter redovisa hur bilderna förhåller sig till de retoriska strategierna, etos, logos och patos. Denna struktur och tillvägagångssätt kommer bidra till att uppsatsens frågeställningar besvaras.

Värt att tillägga är att de teorier som kommer att användas i uppsatsens analys kommer att refereras enbart en gång. Om exempelvis en teori ur uppsatsen teoretiska ram behandlas i den första bilden, kommer därför samma teori inte refereras i nästkommande bilder. Detta för att underlätta för läsaren och undvika för många parenteser i texten.

För att tydliggöra de visuella uttryck som kommer att behandlas i bilderna, se lista nedan:

- **Kroppens semiotik**
- **Bildens perspektiv**
- **Färgens betydelse**
- **Etos, logos, patos**

En mer utförlig beskrivning av de visuella uttrycken har redogjorts under teorikapitlet.

7.1 Bild 1



Denotation

Stefan Löfven håller ett tal på en scen med ett vitt podium framför sig. På podiumet är det möjligt att utläsa en text från vänster till höger: "Kunskap och arbete bygger Sverige". Han står framåtlutat i podiumet med en rak blick med händerna vilandes på podiumets vardera sida. Löfven bär en ljusblå skjorta och en brun kavaj. Till sin vänster har han blommor som går i färgerna vitt, lila och grönt. Ytterligare till vänster om blommorna är det möjligt att se metall som ser ut som en ställning. Till höger om Löfven är det möjligtvis ca fem meters avstånd till människor. En utav dem utmärker sig lite extra med sin reflexväst som går i reflexvästens traditionella färger, nämligen grönt. Bakom mannen med reflexvästen står ytterligare några människor med vardagliga kläder, så som en vanlig tröja och en vanlig jacka. Bakom folkmassan är det möjligt att se skymten av en vit skåpbil med två bokstäver som dekal på taket, SR. I bakgrunden är det även möjligt att se en grön växt. Bilden är tagen snett nedifrån och Löfven som är huvudobjektet i bilden är placerad i bildens högra övre del, medan människorna är placerade i bildens nedre vänstra del som följs av podiumet som är placerad i mitten.

Konnotation

Stefan Löfvens tal kan möjligtvis vara hans sommartal, då omgivningen med bland annat den gröna växten i bakgrunden och Löfvens uppknäppta kavaj tyder på en lagom varm dag för klädvalet. Teorin om att Löfven håller sitt sommartal grundar sig även på metallen till höger om bilden, som ser ut som någon form av ställning samt en kombination av podiumet och Löfvens upphöjda position i förhållande till människorna i bakgrunden.

Löfvens framåtlutande position i kombination med hans vilande armar vid sidan av podiet, framställer Löfven som en säker person med en vilja att utföra något (Vigsö, 2004, Givens, 2008). Samtidigt som Löfven håller tal har han en tydlig rak blick, vilket ger en känsla av att han har ögonkontakt med åskådarna, detta signalerar enligt Givens (2008), en emotionell kontakt mellan två personer som har ögonkontakt. Utifrån betraktarens perspektiv är även öga-mot-öga perspektivet det minst dramatiskt laddade perspektivet och makten mellan den avbildade och betraktaren är på samma nivå. Löfvens avstånd till människorna i bakgrunden är gissningsvis ca fem meter vilket enligt Hall (Vigsö, 2004), är det offentliga avståndet, och framställer Löfvens som offentlig och oengagerad (Ibid). Som tidigare nämnt har dock Löfven med största sannolikhet betraktare framför sig, vilket som tidigare nämnt konnoterar en emotionell kontakt genom ögonkontakt och en villig samt säker person genom hans kroppshållning. Ytterligare en faktor som framställer Löfven som en offentlig person är bokstäverna på den vita skåpbilen. *SR* står för *Sveriges Radio* och ger en känsla av att Sveriges Radio betraktar Löfven.

Bildens genomsyras även av olika färger. Löfvens ljusblåa skjorta tyder enligt Bergström (2001), på vishet och framställer Löfven som en erfaren och förnuftig man. Dock tyder det blåa färgvalet på skjortan även på skygghet (Ibid). Den gröna färgen är en utav dem dominerande färgerna i bilden, där bland annat blommorna till höger om Löfven, växten i bakgrunden och personen med reflexvästen går i nyanserna av grönt. De gröna färgerna i bilden ger en känsla av hopp och ro (Ibid). Ytterligare en färg som dominerar bilden är vitt. De vita blommorna, podiet och skåpbilen i bakgrunden ger bilden en känsla av trovärdighet och oskuldsfullhet (Ibid). Även Löfven framställs som trovärdig och renhjärtad då den vita podiet är i direkt kontakt med honom (Ibid).

Löfven är fotograferad nedifrån, nämligen ur ett grodperspektiv vilket gör att Löfven ser större ut än vad han egentligen är och utstrålar en dominant och maktfull person (Kress & Leeuwen, 1996).

Stefan Löfven är placerad i bildens övre högra del, vilket enligt Bergström (2001) framställer Löfvens som en framåtsträvande person. Dock utmanas denna teori enligt Wærn, Pettersson och Svensson (2004), då huvudobjektet borde placeras mer åt bildens vänstra del, då detta hör ihop med den västerländska läsriktningen. Kombinationen mellan Bergströms teorier och Wærn, Pettersson och Svensson teorier göt att bilden framställer Löfven som framåtsträvande, men det viktigaste i bilden är folket, då de är placerade längst till vänster.

7.2 Bild 2



Denotation

Andersson, Löfven och Johansson håller tal inför åskådare och kamera. Talarna bär kavajer som går i färgerna svart, grått och rött där samtliga bär någon nyans av vitt under kavajen. Samtliga tre talare har en viss framåtlutad kropp. Andersson har sitt huvud lutad åt sidan med en rak blick, samtidigt som hon har armarna vilandes på det långa svarta bordet. Löfven har en rak position på huvudet med en rak blick samt vilande armar på bordet. Johansson har också huvudet lutat åt sidan men rakt sträckta armar med en aning spända muskler på bordet. Den gemensamma nämnaren mellan samtliga talare är den framåtlutade kroppshållningen och deras "stängda" ansiktsuttryck, dock skiljer de sig i hur de lutar huvudet och hur de står med armarna. Ytterligare en avvikande nämnare mellan samtliga talare är som tidigare nämnt färgen på kavajerna. Bakom talarna är det flera skärmar som går i nyanserna av blått. Till vänster av skärmarna är det möjligt att se ytterligare en skärm med en vit bakgrund och Socialdemokraternas röda logotype. Socialdemokraternas logotype ser vi tydligt även strax bakom de tre talarna. Längst till vänster i bilden är det förutom Tv-apparaten ytterligare två digitala objekt, nämligen en fotokamera och en videokamera. Talarnas avstånd till varandra är knappt en centimeter, och avståndet till åskådaren i bildens nedre högra del är gissningsvis ca två meter.

Konnotation

Talet som Andersson, Löfven, och Johansson håller är möjligtvis ett tal på en presskonferens. De symboler som möjligtvis bekräftar detta är de digitala objekten som syns i bilden i kombination med åskådaren i bildens nedre högra del samt planscherna med Socialdemokraternas logotype bakom talarna.

Samtliga tre talare har vissa likheter i deras kroppshållning och ansiktsuttryck dock finns det även skillnader som framställer talarna på ett visst sätt. Samtliga tre har en framåtlutad kroppshållning vilket framställer talarna som villiga och benägna till att utföra det som de har i avsikt att utföra. Samtliga har även en "stängd" ansiktsuttryck, det vill säga inga upp- eller nedspärrade ögon, inga upp- eller ned ryckande mungipor eller pannor etc. Vilket är ett tecken på vrede, dock uppfylls denna teori inte fullständigt då vrede framställs av "stängd" ansiktsuttryck i kombination med framåtlutande huvud (Vigsö, 2004). Dock är talarnas kropp framåtlutad, vilket gör att talarna ändå till en viss del framställs som upprörda och villiga att utföra något. Samtidigt som talarna framställs som upprörda har Andersson och Johansson huvudet lutat åt sidan, vilket tyder på vänlighet och öppenhet (Givens, 2008). Andersson och Löfven framställs som självsäkra och trygga människor genom deras avslappnade armar som vilar på bordet framför dem. Medan Johanssons välsträckta armar med en viss spänning i musklerna framställer henne som en instabil, otrygg och osäker person (Vigsö, 2004).

Bilden genomsyras främst av färgerna, vitt, rött, och blått. När färgen kopplas med olika delar av bildens kontext framställs talarna på ett visst sätt. Samtliga tre talare har en viss nyans av vitt på sig, speciellt Andersson och Löfven. Detta gör att de framställs som goda och oskyldiga samt signalerar en karaktäristisk egenskap som trogen. Likt Johanssons färgval på kläderna går även planschen med partiets logotype i färgerna rött och vitt. Den röda färgen är ett tecken för kärleksfullhet och livlighet (Bergström, 2001). På så vis framställs dels socialdemokraterna, men också Johansson som en kärleksfull pigg person med mycket energi. Ytterligare en färg som tar ett stort utrymme i bilden är den blåa färgen. Ingen av de tre talarna har något blått på sig vilket gör att den blå färgens tecken inte speglar talarna. Dock ger färgen en känsla för bilden. Den blåa färgen tyder på skygghet och vishet. Vilket ger bilden en känsla av osäkerhet men ändå att bildens kontext rör sig om ett klokt sammanträffande.

Talarnas frontala avstånd till åskådaren i bilden är gissningsvis ca två till tre meter. Enligt Halls (Vigsö, 2004) studier är det ett tecken på ett nära socialt avstånd, men där talaren inte behöver eller måste föra en kommunikation med personen i fråga. Detta hör även ihop med presskonferensens regler där talaren kan avböja frågor från journalister, men samtidigt vill föra fram ett budskap till betraktarna.

För att underlätta för betraktaren är det viktigt att huvudobjektet i bilden hamnar mer till bildens vänstra del, då detta hör ihop med den västerländska läsriktningen. I bilden är det de

digitala objekten som är längst till vänster, därefter har socialdemokraternas logotype placerats i mitten och till höger av bilden är talarna placerade. Detta kan också ha sin förklaring i att ge betraktaren en verklighetskänsla då allmänheten oftast följer en presskonferens via digitala plattformar. Teorin kan illustreras genom exempelvis: *“Genom att filma denna presskonferens där Löfven och andra nyckelpersoner håller tal, kan ni allmänheten ta del av detta”*.

7.3 Bild 3



Denotation

Stefan Löfven tar i hand med en utav världens rikaste och framgångsrikaste män; Bill Gates, där Löfven är placerad i bildens vänstra del och Gates i den högra delen.

Löfven och Gates står i sidledes med varandra med en rak och uppsträckt kroppshållning, dock en aning framåtlutande vinkel på Löfvens kroppshållning. Avstånd mellan Löfven och Gates går inte att urskilja då de står så nära som möjligt till varandra. Gates tittar rakt in i kameran med en rak position på huvudet, medan Löfven har huvudet lutat åt sidan samtidigt som även han kollar in i kameran som är fotograferad ur ett öga-mot-öga perspektiv. Förutom den logiska muskelspänningen som uppstår när två personer tar i hand, så ser personerna i bilden avslappnade ut.

Båda personerna har liknande klädsel på sig, dock skiljer de sig i färgvalet av kläderna. Det gemensamma färgvalet på klädseln är den vita skjortan. Annars har Löfven en mörk grå kavaj med en röd slips, medan Gates har en marinblå kavaj med en gul slips.

Konnotation

Då bildens bakgrund eller bildens övriga delar förutom Löfven och Gates, avslöjar bilden inte några ledtrådar för vilken tid och rum bilden utspelar sig i. Den uppenbara betydelsen i bilden är dock ett möte mellan Statsministern Stefan Löfven och Microsofts grundare Bill Gates.

Löfvens och Gates raka och högt stående kroppshållning är enligt Givens (2008) ett knep för att förstora kroppen och framställas som en hotfull person. Dock är det möjligtvis inte tanken att framställas som hotfulla som de två herrarna avser att identifieras med. Däremot kan det vara ett knep för att framställas som maktfulla. Något som även kan jämföras med en bild som är fotograferat ur ett godperspektiv, där objektet ser större ut än vad den egentligen är, samt framställs på ett dominerande och maktgivande vis. Löfvens kroppshållning kan även ses som en aning framåtlutat dock kan detta vara hans normala kroppshållning med en aning framåtskjutna axlar än vanligt. Både personerna i bilden är trots den logiska muskelspänningen vid handskakning, relativt avslappnade, vilket gör att de framställs som självsäkra och trygga människor. Löfvens framåtlutade kropp i kombination med huvudets lutning åt sidan, framställer Löfven även som en driven, vänlig och ärlig person med öppenhet för nya relationer. Löfvens framställning som en öppen och vänlig person förstärks då han avbildas medan han tar i hand med Gates. Ytterligare ett tecken som framställer Löfven som en öppen person är genom Hall och Martinecs studier om kroppsavstånd och vinkling, där avståndet mellan två personer är mindre än 15 centimeter som står sida vid sida konnoterar en nära personlig relation (Vigsö, 2004).

Båda personerna tittar rakt in i kameran och dess öga-mot-öga perspektiv, dessa två tecken signalerar en maktbalans mellan den avbildade och betraktaren, dock som tidigare nämnt gör personernas högt stående kroppshållning att makten hamnar en aning mer hos de avbildade.

Bilden ger en känsla av att det är två pålitliga personer som är avbildade. De framställs som goda företagsamma personer som drivs av deras energi och livlighet. Detta på grund av herrarnas färgval på slipsen samt bildens dominerande vita bakgrund, nämligen rött som konnoterar kärlek och livlighet, gult som konnoterar aktivitet och vitt som konnoterar oskuldsfullhet (Bergström, 2001).

7.4 Bild 4



Denotation

Stefan Löfven står i sidled med en glad kvinna. Kvinnan i bilden som nästan är ett huvud kortare än Löfven är placerad i bilden vänstra del, medan Löfven är placerat till höger. Kvinnan står med en framåtlutad vinkel på kroppen och ler med ett uppåtvinklat huvud med en aning lutning åt sidan. Kvinnan har händerna bakom ryggen, möjligtvis i bakfickan. Löfven har mer avslappnad och rak kroppshållning där han med ena armen har hängandes längs kroppen medan den andra armen håller i en blombukett. Även Löfven är glad medan han tittar in i kameran som är fotograferat ur ett öga-mot-öga perspektiv. Avståndet mellan Löfven och kvinnan är knappt fem centimeter.

Bakom Löfven och kvinnan står en vit buss parkerat med röda texter som går från bildens vänstra del till höger. De vita och röda färgerna framkommer även i blombuketten som Löfven håller i. Blombuketten har förutom röda rosor och vita lappar, även gröna kvistar. Ytterligare färger som genomsyrar bilden är den blåa färgen, där både kvinnan och Löfven bär någon nyans av blått. Det är även möjligt att se den klarblåa himlen genom bussens fönster.

Konnotation

Bilden utspelar sig under sommaren vilket går att tyda genom personernas klädsel där kvinnan enbart bär en uppknäppt tröja och Löfven poserar med enbart en skjorta. Den klarblåa himlen i kombination med personernas rynkade ögon av solens strålningar förstärker denna teori ytterligare.

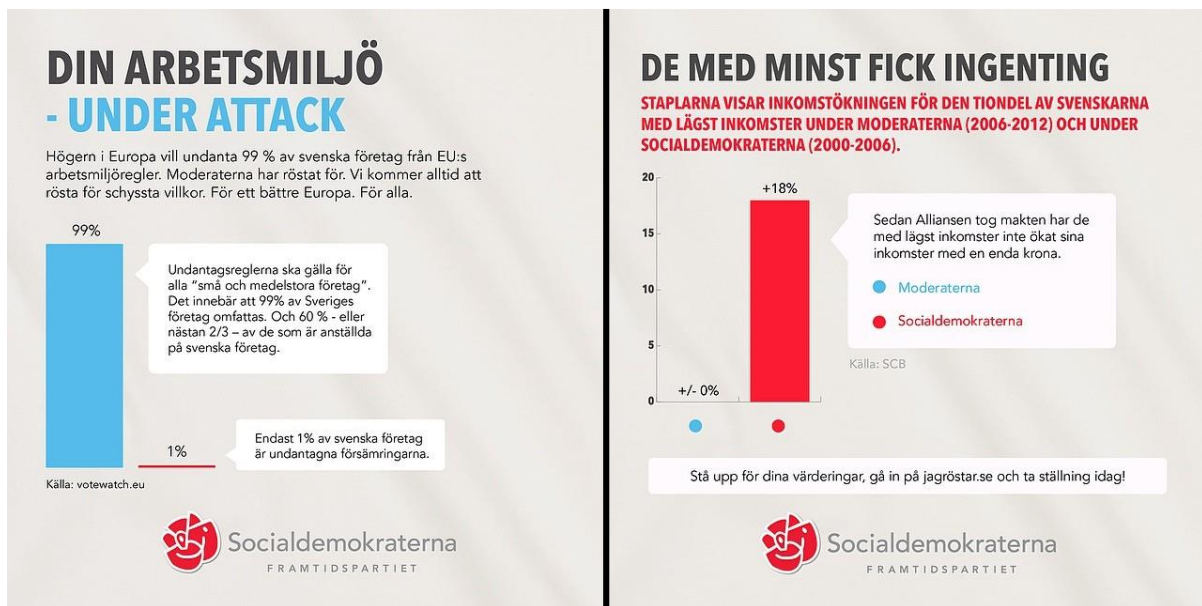
Bilden ger generellt en trevlig och god känsla, där bilden signalerar en vilja till att utföra något på ett trovärdigt och tryggt vis. Dessa känslor grundar sig framförallt på personernas kroppshållning och färgval på kläderna. Kvinnans framåtlutade kropp visar tecken på engagemang och vilja, detta i kombination med hennes huvud som lutar åt sidan som visar tecken på engagemang på ett vänligt och tillmötesgående sätt. Detta förstärks ytterligare genom hennes en aning uppåtvecklade huvud samt hennes glada min som konnoterar glädje (Vigsö, 2004). Kvinnans spända kroppshållning där hon har händerna i bakfickan skulle kunna framställa kvinnan som en osäker och mindre trygg människa, men ovanstående positiva faktorer är fler än kvinnans negativa tecken, vilket gör att kvinnan framställs på ett positivt vis. Löfven har en rak kroppshållning, varken högt stående eller framåtlutat, med avslappnade armar som tyder på självförtroende och framställer Löfvens som en trygg och säker människa. Löfvens ögon tittar rakt in i kamerans öga-mot-öga perspektiv som gör att betraktaren och den avbildade får en känslomässig känsla av dess öga-mot-öga kontakt. Öga-mot-öga perspektivet eller Dahlgrens begrepp; normalperspektivet, gör att makten mellan den avbildade och betraktaren hamnar på samma nivå (Voodooofilm, 2002).

Avståndet mellan de avbildade personerna är knappt fem centimeter vilket tyder på en personlig nära relation där kommunikationen oftast handlar om känslor snarare än intellektuella ämnen (Vigsö, 2004). Detta förstärks ytterligare då Löfven håller i en blombukett vilket för tankarna till att det är en present av kvinnan med tanke på deras nära personliga relation och känslomässiga kommunikation.

Blombuketten som Löfven håller i sin hand går i färgerna rött, vitt och grönt. Detta förstärker bilden känslomässiga faktor, där rött är ett tecken för kärlek och livlighet. Den gröna färgen ger bilden en känsla av hopp och ro. Den vita färgen konnoterar oskuldsfullhet. Ytterligare en färg som synliggörs i bilden är Löfvens ljusblå skjorta och den klarblå himlen, som konnoterar vishet. Dessa färger ger bildens helhet en positiv och trygg känsla, som speglar de avbildade som energiska och pålitliga samt ger betraktaren hopp genom de avbildades kloka förnuft. Dock konnoterar den blåa färgen förutom vishet även skygghet, men i denna kontext med flera positiva faktorer blir skyggheten underlägsen.

Bildens känsla för vilja och framåtsträvande tydliggörs ytterligare genom personernas placering i bilden. Kvinnan som är ett huvud kortare än Löfven är placerad i bildens vänstra del och Löfven i den högra delen. Detta kan liknas vid en linje som sträcker sig från bildens nedre vänstra punkt till dess övre högra punkt, vilket ger en känsla av framåtsträvande och förstärker personernas vilja och trovärdighet ytterligare. Även den röda texten på bussen i bakgrunden som går från bildens vänstra del till höger ger en känsla av framåtskridande.

7.5 Bild 5



Denotation

Bilderna ovan är två liknande bilder, där bilden till vänster visar en stapeldiagram på arbetsmiljön i svenska företag, medan bilden till höger visar en stapeldiagram på inkomstökningen för den tiondel av svenskarna med lägst inkomst. Stapeldiagramen jämför hur Socialdemokraterna och moderaterna förhåller sig till diagrammets frågor, detta framgår tydligt i bilden till höger, där det finns en beskrivning av vilken färg som presenterar vilket parti.

Bilden till vänster har en rubrik som heter "Din arbetsmiljö – under attack", där "under attack" går i färgen blått. Den blåa färgen framträder tydligt i stapeldiagrammet med en hög stapel i förhållande till stapeln till sin höger som knappt går att identifiera. I bilden till höger är däremot den röda stapeln lika stor som stapeln i den vänstra bilden.

Både staplarna i respektive bild är placerade i bildernas vänstra del. Den dominerande blåa stapeln i den vänstra bilden är placerad till vänster av staplarnas position och är riktat mot bildens övre vänstra kant. I bilden till höger är staplarnas position identiskt med den första bilden, dock är den dominerande röda stapeln riktat mot bildens högra övre kant. Alltså är positionerna identiska i bilderna, men de dominerande staplarnas positioner skiljer sig, då i den första bilden är den placerad till vänster och i den andra bilden är den placerad till höger.

Konnotation

Det är tydligt att bilden visar en stapeldiagram där Socialdemokraterna jämför sig själva med sin opponerande parti, Moderaterna. Socialdemokraterna vill genom en stapeldiagram visa hur de förhåller sig till frågor om arbetsmiljön och inkomstökning i jämförelse med moderaterna.

Genom tidigare upplevelser, erfarenheter och kunskaper så är det möjligt att förstå att den blå färgen representerar Moderaterna och den röda färgen representerar Socialdemokraterna. Förutom de personliga erfarenheterna så är det möjligt att förstå att den röda färgen representerar Socialdemokraterna genom en sammankoppling med Socialdemokraternas logotype som är placerat i bildens nedre mittpunkt. I bilden till höger är det dock uppenbart vilka färger som representerar vilket parti, då det framgår väldigt tydligt verbalt.

Studiens syfte är inte att studera det verbala i bildanalyserna utan enbart hur visuella element används i bilderna. Därför måste studien vara försiktig med att tolka verbala uttryck. I bilden till vänster är dock texten; "Under attack" skriven med färg medan resterande av meningen är skriven i en normal svart text. Detta gör att texten; "Under attack" får en visuell betydelse vilket är viktigt att studera. Den blå färgen representerar Moderaterna och Socialdemokraterna har valt att skriva texten; "Under attack" med blå färg, vilket ger en känsla av att Moderaterna är onda. Färgen på texten ger även en känsla av att den negativa utvecklingen som framgår i stapeldiagrammet är på grund av Moderaterna. Bortsett från ovanstående konnotation av textens färg i dess kontext, betyder färgen även skygghet och vishet, dock är färgen något som Moderaterna valt som representerar dem, möjligtvis utan att studera Bergströms (2001) betydelser av färger. Därför är det inte möjligt att dra några slutsatser om Socialdemokraterna vill att moderaterna framställs som skygga.

Staplarna är placerade i bildernas vänstra del och därmed fångar betraktarens fokus och presenterar staplarna som det viktigaste i bilden. Bilden till vänster som är i ett negativt kontext där diagrammet redogör hur de två partierna förhåller sig till EU:s arbetsmiljöregler. Den dominerande stapeln representeras av Moderaterna, där enligt Socialdemokraterna skulle 99% av svenska företag få sämre arbetsmiljö under Moderaternas styre och ideologi. Moderaternas stapel är placerat till vänster av staplarnas position där Moderaternas stora stapel i förhållande till Socialdemokraternas ynka stapel, ger moderaternas stapel en känsla av att den är riktat mot bildens övre vänstra kant. På detta vis framställs Moderaterna som bakåtsträvande, då staplarnas position samt förhållande till varandra kan illustreras som en linje som går från staplarnas nedre högra punkt mot dess övre vänstra punkt.(Bergström, 2001). Det omvända, där linjen kan illustreras från nedre vänstra punkt mot dess övre högra punkt framställs i den andra bilden, vilket är ett tecken på framåtsträvande. I den andra bilden är den dominerande stapeln röd och representerar Socialdemokraterna, medan Moderaternas stapel är knappt identifierbar. Positionerna är identisk med den första bilden, där Moderaternas stapel är placerat till vänster och Socialdemokraternas till höger av staplarnas position. Linjen som kan illustreras genom staplarnas positioner och storlek gör att Socialdemokraterna framställs som framåtsträvande. Detta även i ett positivt kontext där diagrammet redogör för hur många av den tiondel som har lägst inkomst i Sverige har fått en ökad inkomst under partiernas respektive ledning.

7.6 Retoriken – etos, logos, patos

Etos – Det är ett stort fokus på Löfven på bilderna, speciellt i den första bilden, som tar upp mer än hälften av bildens utrymme. Även i bild tre och fyra tar Löfven stor plats i bilderna och ger en känsla av att Löfven är huvudobjektet i bilderna. Dock är Löfven fotograferad med ytterligare en person i både bild tre och fyra som gör att andra visuella tecken framgår som påverkar bildens etos. Precis som Åberg (2013) tar upp i sin uppsats där han förklarar begreppet personifiering och personfixering, som i grund och botten handlar om mediernas alltmer fokus på politikernas egenskaper, genomsyras detta även i bilderna. Socialdemokraterna använder sig av flera tecken i bilderna för att legitimera samt framställa Löfven på ett specifikt vis.

I samtliga bilder framställs Löfven som en trovärdig och säker person med högt ledarskap och vilja. Genom framförallt kroppens semiotiska tecken, som exempelvis Löfvens framåtlutade kropp som framgår tydligt i bild ett, två och fyra. Den tredje bilden som Löfven medverkar i har han en rak kroppshållning, där han även har en mer uppsträckt kroppshållning vilket gör Löfven stor och maktfull. Löfven som en maktfull person förstärks ytterligare i bild ett där Socialdemokraterna har fotograferat Löfven nedifrån, vilket är ytterligare ett knep för att se större och maktgivande ut.

Löfvens framställning som en trovärdig, säker och villig ledare grundar sig även på Löfvens färgval på kläderna. Löfven som medverkar i fyra av fem bilder har i två stycken av bilderna en ljusblå skjorta och i ytterligare två bilder framträder han i vit skjorta. Enligt Bergström konnoterar dessa två färger, oskuldsfullhet, vishet och skygghet. Dessa två färger är positiva konnotationer, förutom skyggheten som dock övervinns av andra faktorer och gör skyggheten irrelevant i bildens kontext. Dessa två färger förstärker bildernas etos ytterligare och därmed även ökar Löfvens legitimitet och trovärdighet.

Ytterligare tecken på Socialdemokraternas goda etos där partiet framställer Löfvens identitet på ett positivt sätt, är att han även framställs som framåtsträvande, vilket även hör ihop med hans tidigare nämnda egenskap, nämligen villighet. Bergström menar att om det är möjligt att illustrera en linje mellan bildens nedre vänstra punkt till ett objekt som är placerat i bildens övre högra punkt, är det ett tecken på framåtsträvande. Dessa tecken framgår tydligt i två av fyra bilder som Löfven medverkar i, och i en bild är han placerad i bildens högra del dock finns det inte någon möjlighet att illustrera en tydlig diagonal linje. Bild ett utmärker den diagonala linjen allra mest då Löfven är placerat väldigt högt upp i bilden övre högra del.

Logos – Som tidigare nämnt under teorikapitlet kan det vara problematiskt att finna logosargument i bilder, framförallt i studier med enbart fokus på det visuella. Denna uppsats studerar inte texten i bilden, och därför kan det vara problematiskt att tyda vad talaren eller partiet har för logiska argument (Wærn, Pettersson, Svensson, 2004). Exempelvis framträder en logos argument i bild ett, där det står: ”Kunskap och arbete bygger Sverige”, som gör att

Socialdemokraterna spelar på betraktarnas logiska förnuft. Precis som Vigsö (2004, 2005) menar är dagens argument uppbyggda på ett implicit vis, där partierna argumenterar med underförstådd text, istället för en tydlig argumentation med konkret text. Under första halvan av 1900-talet var det mycket vanligare med explicita argument, där partierna förklarade hur en viss situation såg ut och hur situationen borde se ut istället samt hur detta ska uppnås (Vigsö, 2004). Texten på podiumet i bild ett hade då kunnat översättas till ett konkretare budskap: ”Rösta på oss så ska vi öka lärarnas löner samt erbjuda en attraktivare arbetsmiljö och fler jobb ska skapas under vår regering”. Dock är inte denna uppsatsens avsikt att analysera det verbala, snarare enbart det visuella i bilden.

Logos argument kan dock analyseras även i det visuella. Genom exempelvis bildens konnotationer som även kan användas som etos och patos-strategi är det möjligt att redogöra några få logiska argument. Den bild som dock innehåller flest logiska argument och använder sig av logos strategi är bild fem, där Socialdemokraterna försöker spela på betraktarnas förnuft genom att visa tydlig statistik genom ett stapeldiagram.

Genom Löfvens goda etos där han framställs som en säker, trygg och trovärdig person, påverkas även logos. Med risk för subjektiva tolkningar, så vill allmänheten representeras av en trovärdig person med goda ledarskaps egenskaper. Genom Löfvens goda etos och seriösa framställning är Löfven med enbart sin existens i bilden ett logiskt argument. Även bild tre där Löfven skakar hand med en utav världens mest framgångsrikaste män, Bill Gates, kan vara en logos argument. Logos argumentet kan spela på betraktarens förnuft genom enbart Gates och Löfvens sammanträffning. Detta kan även användas som etos-strategi då bilden även förstärker Löfvens identitet där han umgås med en framgångsrik man, och en möjlig tanke utifrån betraktarens perspektiv kan vara att ”smarta människor umgås med smarta människor”. En tanke som påverkar logos argumentet kan vara att allmänheten vill bli representerad av en ledare som umgås och får inspiration av framgångsrika män, som bland annat Bill Gates, skaparen av Microsoft.

Bild fem är en tydlig logos argument, där Socialdemokraterna jämför sig själva fördelaktigt med deras opponenter Moderaterna. Socialdemokraterna visar statistik i form av stapeldiagram om hur de två partierna förhåller sig till två frågor. Det ena stapeldiagrammet utspelar sig i en negativ kontext medan det andra stapeldiagrammet utspelar sig i en positiv kontext. I den negativa frågan om svenska företag borde förhålla sig till EU:s arbetsmiljöregler är det en tydlig skillnad på staplarna, där Moderaterna har den dominerande stapeln med 99 % och Socialdemokraterna med 1 %.

Socialdemokraterna visar tydligt i stapeldiagrammen att Moderaterna inte vill följa arbetsmiljöreglerna, medan de själva anser att reglerna ska följas till 99 %. Ett logiskt argument blir således att svenska företag borde följa arbetsmiljöregler. En tanke utifrån betraktarens perspektiv kan möjligtvis vara att regler är till för att följas och det är något som Socialdemokraterna står för medan Moderaterna är lagbrytare.

Trots att denna uppsats inte ska studera det verbala i bilder, är det dock viktigt att analysera

färgen på texten; ”Under attack”, som går i färgerna blått. Som tidigare nämnt förknippar betraktaren färgen blått med moderaterna, vilket gör att Moderaternas negativa framställning och identifiering som lagbrytare förstärks ytterligare.

Det andra stapeldiagrammet utspelar sig i en positiv kontext där även i detta stapeldiagram målar Socialdemokraterna upp en fördelaktig bild av sig själva. Diagrammet visar statistik på hur generösa Moderaterna och Socialdemokraterna har varit med inkomstökningen för den tiondel med lägst inkomst i Sverige under respektives regeringsperiod.

Den dominerande stapeln representerar Socialdemokraterna med 18 % under deras regering (2000-2006). Medan Moderaternas stapel inte går att identifiera då Moderaterna under sin regering (2006-2012) inte ökade inkomsten något alls för den tiondel med lägst inkomst i Sverige. Även i detta diagram visar Socialdemokraterna en tydlig skillnad på vad som är positivt och negativt. Logiska argumentet blir således att de som har lägst inkomst i Sverige borde få högre inkomst. Socialdemokraterna talar till betraktarnas förnuft och menar att Socialdemokraterna kommer att höja inkomsten om de blir valda.

Patos – Likt etos-strategin är kroppens semiotik ett viktigt visuellt kännetecken som utgångspunkt i patos-strategin. Kroppens semiotik kan genom analysen av kroppens- och huvudets lutning framställa en individ på ett visst specifikt vis och därmed legitimera individen på ett visst sätt. Även färger har en stor betydelse som identifierar en individ på ett visst sätt och därmed påverkar individens- samt bildens etos. Genom att analysera kroppens semiotik samt bildens färger är det möjligt att dra slutsatser om även bildens patos. Den största skillnaden mellan etos och patos är att patos-strategin spelar framförallt på betraktarnas känslor. Detta genom bland annat färger, kroppens avstånd till andra, kamerans vinkel med mera. De bilder som patos framträder tydligast är i bild ett och fyra, där bilderna genomsyras främst av färger med positiva konnotationer, men även nära avstånd mellan två eller flera individer.

Socialdemokraterna lyckas använda patos på ett positivt vis som framkallar positiva känslor, så som glädje, energi och kärlek. Speciellt i bild ett och fyra som genomsyras av färger som konnoterar positiva känslor. Exempelvis genomsyras bild ett av gröna och vita färger, vilket ger en känsla av hopp och ro i kombination med en god och oskuldsfull känsla. Bildens helhet med bland annat Löfvens klädval och de gröna växterna i bakgrunden ger en känsla av sommar, vilket för många associerar glädje och ro. Sommarkänslan framkallas väldigt tydligt även i bild fyra, där Löfven och damen till vänster i bilden är bländade av solstrålningarna. Detta i kombination med den klarblåa himlen och personernas klädval, där damen poserar i en uppknäppt tröja och Löfven i enbart en skjorta.

I bild fyra förstärks Socialdemokraternas goda patos-strategi ytterligare, då personerna poserar med en glad min, där dessutom damen lutar huvudet åt sidan, vilket även ger bilden en öppen och vänlig känsla. Personernas avstånd till varandra är knappt fem centimeter och det är ett tecken på en nära personlig relation och ger bilden en personlig känsla. Den

personliga relationen konnoterar även att samtalen oftast brukar handla om känslor snarare än intellektuella ämnen. Den personliga känslan förstärks ytterligare då bilden är fotograferad ur ett öga-mot-öga perspektiv vilket gör att den avbildade och betraktaren hamnar på samma maktnivå samt skapar en emotionell känsla när två individer betraktar varandras ögon. Detta kan dessutom vara ett smart knep av Socialdemokraterna då Sverige är ett land som ständigt strävar efter jämlikhet.

Förutom bildens förmåga att skapa en glad, somrig, personlig och jämlik känsla, så framkallar bilden även en energisk och kärleksfull känsla. Enligt bergström konnoterar den röda färgen kärlek och livlighet, vilket identifieras i bland annat i blommorna och texten på bussen.

Dock finns det även negativa konnotationer som kan påverka bildens patos. Exempelvis Löfvens ryggvända position mot människorna i bakgrunden i bild ett samt hans långa avstånd till människorna konnoterar en opersonlig känsla. Dock har Löfven med stor sannolikhet människor framför sig som han talar till, då bilden konnoterar Löfvens sommartal. Detta gör att den negativa konnotationen avfärdas och därmed kvarstår de positiva konnotationerna samt den goda användningen av patos-strategin.

7.7 Sammanfattning av analys och resultat

Analysen av Socialdemokraternas Instagrambilder visar hur de uppenbara symbolerna i bilderna egentligen har en underliggande betydelse och har en viktig roll i bilden som helhet. Analysen studerade först det uppenbara i bilderna, som sedan analyserades på djupet för att få en förståelse för vad symbolerna har för medbetydelse för bilden samt dess budskap. Med utgångspunkter i det teoretiska ramverket var det möjligt att studera symbolerna och dess betydelse, vilket skapade en förståelse för hur Socialdemokraterna formar sina bilder utifrån sändarperspektivet samt vilka underliggande budskap som kan identifieras i bilderna. Analysen skapade även en förståelse för hur Socialdemokraterna använder sig av retoriska strategier som etos, logos och patos.

Generellt visar analysen att Socialdemokraterna framställs som ett parti med en säker och trygg ledare med stora ledaregenskaper som är aktiv och engagerad i många situationer. Detta främst genom att använda sig av kroppens semiotik i allra högsta grad. I tre av fyra bilder som Löfven medverkar i står han med en engagerad framåtlutat kropp.

Partiet argumenterar på ett tydligt vis där argumenten illustrerar en tydlig linje mellan vad som är bra och dåligt. Detta på ett implicit vis, exempelvis uttrycker de sig inte rakt ut att deras opponenter är onda eller dåliga, dock genom att använda sig av visuella tecken som bland annat stapeldiagram och färger som representerar opponenter, visar Socialdemokraterna fördelarna med sig själva och nackdelarna med opponenter. Socialdemokraterna framställs även som ett parti som framkallar glädje och kärlek.

8. Slutdiskussion

Syftet med denna uppsats var att ta reda på hur Socialdemokraternas använder sig av visuell retorik i sina Instagrambilder under valrörelsen 2014. Genom att utgå från visuella kännetecken samt analysera bilden genom en semiotisk analys har uppsatsen tydliggjort bildernas underliggande betydelser. I slutändan kopplades analysen med de retoriska strategierna – etos, logos och patos, vilket besvarade uppsatsens syfte ytterligare. För att kort summera vad studien har kommit fram till är det möjligt att konstatera att etos används i största utsträckning där det är ett stort fokus på Löfven och hans kroppshållning. Även patos användes flitigt, detta genom att genomsyra bilderna av färgerna rött och vitt som framkallar energisk, kärleksfull samt god och oskuldsfull känsla. Logos argument användes minst i Socialdemokraternas bilder, dock var en tydlig logos argument ett stapeldiagram, där de jämförde sig själva med opponenterna, Moderaterna.

Med utgångspunkter av uppsatsens analys och resultat kommer nu uppsatsen redogöra slutsatser och diskussioner kring innebörden av dessa. I detta kapitel kommer uppsatsen även återknyta till uppsatsen problemformulering, syfte och frågeställningar och teoretiska utgångspunkter, för att till slut knyta ihop säcken.

8.1 Diskussion och slutsats

I uppsatsens inledande del beskrevs problemet att allmänheten saknar kunskaper av bildens underliggande betydelser. I ett demokratiskt samhälle som i Sverige är politiska partier folkvalda och representerar vårt samhälle. Därför var det viktigt i denna uppsats att bidra med förståelse för hur politiska partier kan använda sig av visuell retorik i sina bilder, samt bidra med en kritisk förhållningsätt till partiernas bilder.

För att bidra med bättre kunskaper om hur visuell retorik används i politisk kommunikation, var det viktigt att först och främst få en förståelse för vilka visuella kännetecken som möjligtvis kunde identifieras i bilderna. Detta var även uppsatsens första frågeställning. Studien hittade flera visuella kännetecken i Socialdemokraternas Instagrambilder;

Kroppens semiotik – Kroppens framåtlutade vinkel; vilja och engagemang, kroppens uppsträckta hållning; dominant, kroppens avslappnade muskler; trygg och säker, kroppens spända muskler; otrygg och osäker, kroppens avstånd till annan/andra individer; nära - offentlig, huvudets lutning åt sidan; vänlighet och öppenhet, huvudets framåtlutning; vrede, ansiktets ”stängda uttryck”; vrede.

Färgens betydelse – Gult; aktivitet, grönt; hopp och rofylldhet, rött; kärlek och livlighet, vitt; oskuldsfullhet, blått; vishet och skygghet.

Bildens perspektiv – Grodperspektivet; ger den avbildade makten genom att bli fotad nedifrån och därmed framställa den avbildade som dominant och större än vad hen egentligen är, öga-mot-öga perspektivet; makten mellan den avbildade och betraktaren är på samma nivå.

Genom att skapa en teoretisk ram av visuella kännetecken samt få en förståelse för dess visuella kännetecken som sedan kunde identifieras i Socialdemokraternas Instagrambilder, besvarades uppsatsens första frågeställning.

För att kunna besvara uppsatsens syfte var det sedan viktigt att använda de visuella kännetecknen i bildanalysen. Först analyserades bildernas uppenbara tecken, för att sedan få förståelse för bildernas underliggande betydelser identifierades visuella kännetecken, samt skapade en medbetydelse av bildernas uppenbara betydelser. Detta genom Roland Barthes teorier inom semiotiken, nämligen denotation och konnotation.

Generellt framställdes Socialdemokraterna som en öppen, god och kärleksfull parti med en trygg och säker ledare som engagerar sig i många situationer med sitt stora driv. Dessa är konnotationer som framställs genom visuella kännetecknens underliggande betydelser som får partiet och Löfven att framställas på ett visst sätt. Bildens underliggande betydelser som framställer partiet och Löfven på detta vis, hade inte varit möjligt att förstå utan en djupgående semiotisk analys med utgångspunkter i de två meningsnivåerna denotation och konnotation. Analysen besvarade därmed uppsatsens andra och tredje frågeställning, där uppsatsen ämnade att studera hur Socialdemokraternas framställs i sina Instagrambilder ur ett denotativt och konnotativt perspektiv. Nedan kommer uppsatsen dra slutsatser samt diskutera uppsatsens sista frågeställning som ämnar att ta reda på hur Socialdemokraternas denotativa och konnotativa framställning kan kopplas till de retoriska strategierna – **etos**, **logos** och **patos**. I nedanstående stycken kommer uppsatsen även diskutera innebörden av de besvarade frågeställningarna samt återknyta till uppsatsens syfte.

Det är ett stort fokus på Löfven i Socialdemokraternas Instagrambilder, vilket kan vara ett tecken på att de vill övertyga väljarna genom att framställa en trovärdig och säker ledare. Ytterligare en tanke kan vara mediernas personfixering och personifiering där alltmer medier fokuserar på ledarnas personliga egenskaper (Strömbäck, 2014). Därför vill Socialdemokraterna legitimera ledaren Löfven så positivt som möjligt. Med bakgrund för analysen är det möjligt att konstatera att Socialdemokraterna använder kroppens semiotik i stor utsträckning för att ge sändaren ett tydligt etos. I bilderna är det vanligt förekommande att Löfven och andra nyckelpersoner antingen har en framåtlutad kropp eller en vänlig utstrålning genom att luta huvudet åt sidan.

Det är svårt att urskilja om Socialdemokraterna använder sig av mest etos- eller patos-strategier, då det är tydligt att bilderna är välplanerade och tar hänsyn till kroppens semiotik och färger för att uppnå både ett tydligt etos och patos. Dock som tidigare nämnt är det ett stort fokus på partiets ledare. Men även etos-strategierna framkommer väldigt tydligt. I uppsatsens inledande del refererade uppsatsen till Marie Grusell och Lars Nord's rapport

”Syftet är alltid att få spinn” (2009) där de menar att partierna alltmer börjar lägga resurser på nyckelpositioner med särskilda kompetensområden, så som mediecoacher, informatörer och sociala medier-ansvariga med mera. Partiernas professionalisering kan ha sin orsak i Socialdemokraternas tydliga hantering av både etos och patos-strategin, där partier lyckas framställa sig på ett positivt vis. Exempelvis innehåller de flesta bilderna färgerna rött och vitt, vilket gör att Socialdemokraterna framställs som energiska, goda och kärleksfulla. I två av bilderna utspelar de sig under sommaren och i en bild är det möjligt att förmoda att bilden utspelar sig under sommaren, på grund av bildens ljusa färger samt personernas klädval. Detta är ytterligare en tydlig och bra hantering av bildens patos, då de flesta associerar sommaren med glädje och därmed ger bilden en positiv och glad känsla. Att de flesta bilderna utspelar sig under sommaren behöver inte betyda att Socialdemokraterna hanterar etos-strategin på ett imponerande sätt, dock framställs sommaren på ett tydligt sätt, genom exempelvis klarblå himmel, blommor och gröna växter, vilket är viktigt för att framkalla den somriga känslan. Detta i kombination med kroppens semiotik där individerna i bilderna oftast står nära varandra och ler förstärker bildens glada och positiva patos.

I tidigare delar av uppsatsen har det konstaterats att det kan vara problematiskt att analysera bildernas logos-argument då denna uppsats enbart fokuserar på bildens visuella element. Wærn, Pettersson och Svensson (2004), menar att många forskare anser att logos-argument inte går att analysera i studier med enbart fokus på det visuella i en bild. Dock är dessa påstående något som Wærn, Pettersson, och Svensson (Ibid) motsätter sig då de illustrerar *kostcirkeln*, som genom enbart visuella element visar tydligt och logiskt vad som borde ingå i en tallrik. Med enbart verbala element hade *kostcirkeln* inte kunnat illustreras på samma tydliga vis (Ibid). Helt i enighet med ovanstående, så var det problematiskt att identifiera logos-argument med fokus på enbart det visuella i Socialdemokraternas Instagrambilder. Dock är det tydligt i Socialdemokraternas bild som illustrerar ett stapeldiagram, där Socialdemokraterna argumenterar på ett väldigt fördelaktigt sätt och visar genom stapeldiagrammet vilka betraktarna borde rösta på. Genom att framställa Moderaterna stora stapel samt sitt egna ynka stapel i en negativ kontext, är det tydligt och logiskt vilka väljarna borde rösta på.

Det går att konstatera att logos-strategin används minst, vilket även hör ihop med Vigsös (2004) analys av svenska valaffischer 2002, där partierna använde mest etos- och patos argument, medan ett tydligt logiskt argument om hur en viss situation ser ut eller hur en viss situation borde se ut användes i en liten utsträckning. Vidare menar Vigsö (ibid), att logos-strategier användes främst under första halvan av 1900-talet, medan i dag (2004) används logos på ett implicit vis, det vill säga genom underförstådda budskap. Exempelvis genom att tilltala sina opponenter ”dem” istället för ”Moderaterna” gör att väljarna undermedvetet förstår att opponenterna är Moderaterna. Vigsös slutsatser verkar inte förändrats, utan det implicita budskapet kvarstår. Något som tydliggörs i stapeldiagrammet, där Socialdemokraterna skriver texten; ”Under attack” i blå färg, vilket gör att väljarna förstår att det är Moderaterna som Socialdemokraterna syftar på. Socialdemokraterna lyckas ytterligare

framställa Moderaterna på ett negativt vis, då ordet "Under attack" är negativt laddat och i kombination med den blåa färgen som syftar på Moderaterna framställs de som ett negativt parti.

Som tidigare nämnt under metodkapitlet, finns det risk för att ovanstående slutsatser kan uppfattas som personliga med subjektiva tolkningar, som läsarna inte håller med om. Med tanke på den kvalitativa ansatsen har uppsatsen även valt sitt egna teoretiska ramverk samt individuellt bestämt analysens urval. Vilket gör att slutsatserna inte kan generalisera Socialdemokraternas framställning på Instagram samt hur de förhåller sig till de retoriska strategierna – etos, logos och patos. Dock som tidigare nämnt är inte uppsatsens avsikt att generalisera, utan bidra med ökad kunskap om hur visuell retorik kan användas i bilder för att övertyga, övertala och påverka. Därmed även skapa ett kritiskt förhållningssätt till politikernas Instagrambilder. Trots den kvalitativa ansatsens friare kriterier där kvalitativa studier inte avser att nå representativitet, strävade uppsatsen efter att analysera en variation med bilder.

I inledningen av uppsatsen citerades Jesper Strömbäck (2014); "*Politiken är beroende av medierna och allmänheten, medierna är beroende av politiken och allmänheten, och allmänheten är beroende av politiken och medierna*". Detta är något som förklarar ytterligare Socialdemokraternas användning av visuell retorik i sina Instagrambilder under valrörelsen 2014. Medierna lägger allt större fokus på partiets ledare samt ledarens personliga egenskaper, något som kallas för personifiering (Ibid). Med tanke på att allmänheten får bilder av verkligheten genom mediekonsumtion (Strömbäck, 2008), är det således partiets ledare som oftast förknippas med partiet och som får mest uppmärksamhet. Detta tvingar Socialdemokraterna att framställa Löfven på bästa möjliga sätt. Därför är det ingen slump att Socialdemokraterna använder etos-strategin i största utsträckning och strävar efter att framställa Löfven som en trovärdig, säker och trygg ledare. Detsamma gäller det för partiets framställning samt vad bilderna framkallar för känslor, vilket uttrycks väldigt tydligt i bilderna där partiet framkallar goda, somriga, kärleksfulla och glada känslor. Detta genom visuella kännetecken så som; kroppens semiotik, bildens färger, och bildens vinkel. Logos-argumenten används som tidigare nämnt i en mindre skala, dock genom stapeldiagram argumenterar Socialdemokraterna på ett implicit vis.

8.2 Vidare forskning

Denna studie har utgått från ett sändarperspektiv, och analyserat hur ett parti använder sig av visuell retorik i sina Instagrambilder för att övertyga, övertala och påverka. Ett alternativt perspektiv skulle kunna vara en liknande studie dock ur ett mottagarperspektiv som undersöker hur mottagarna uppfattar Socialdemokraternas Instagrambilder. Detta skulle kunna vara intressant då undersökningen skulle diskutera vad de visuella uttrycken har för effekt på mottagarna.

Ytterligare en vidare forskning av denna studie skulle kunna vara en jämförande studie av Moderaternas och Socialdemokraternas Instagrambilder. Denna studie fokuserar generellt på hur visuell retorik används i Socialdemokraternas Instagrambilder, men ett alternativ hade kunnat fokusera på ledarna i respektive parti. Detta genom att jämföra tre stycken bilder på Moderaternas ledare och tre stycken bilder på Socialdemokraternas ledare. Alltså hade studien kunnat undersöka hur respektive partiledare framställs på Instagram med visuell retorik som teori och en semiotisk analys som metod. Detta hade medfört en jämförelse av hur respektive partiledare framställs genom retorikens strategier – etos, logos och patos.

Anledningen till denna alternativa undersökning där studiens syfte är att analysera partiledarnas framställning samt förhållningssätt till retorikens strategier, grundar sig i mediernas personfixering och personifiering.

Avslutningsvis är förväntningarna att denna studie ger en ökad medvetenhet om hur vår folkvalda regering; Socialdemokraterna, använder sig av visuell retorik i sina Instagrambilder och därmed ger en ökad kunskap om hur visuell kommunikation används i politisk kommunikation.

Referenslista

- Barnard, Malcolm. (2001). *Approaches to understanding visual culture*. London: Palgrave Macmillan.
- Bergström, Bo. *Bild & budskap – ett triangeldrama om bildkommunikation*. Stockholm: Carlsson bokförlag, 2001.
- Bignell, J. (2002). *Media semiotics: an introduction*. (2 uppl.). Manchester: Manchester University Press.
- Byrman, G. (2005). *Svenskans beskrivning : [SvB.] 27, Förhandlingar vid Tjugosjunde sammankomsten för svenskans beskrivning, Växjö den 14 och 15 maj 2004*. Växjö: University Press.
- Carlsson, A., & Koppfeldt, Thomas. (2008). *Visuell retorik : Bilden i reklam, nyheter och livsstilsmedia*. Malmö: Liber.
- Dagensanalys. (2016). *Ring inte mig, jag textar dig – 75 procent av alla millennials föredrar text framför samtal*. Hämtad 9 december, 2016, från <http://www.dagensanalys.se/2016/08/ring-inte-mig-jag-textar-dig-75-procent-av-alla-millennials-foredrar-text-framfor-samtal/>
- Dahlgren, Peter. (2002). *Voodoo film - Kameravinkel och bildutsnitt*. Hämtad 12 december, 2016 från <http://www.voodoofilm.org/artikel/kameravinkel-bildutsnitt>
- Esaiasson, P. (2012). *Metodpraktikan : Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (4., [rev.] uppl.. ed.). Stockholm: Norstedts juridik.
- Fiske, J. (2009). *Kommunikationsteorier – en introduktion*. (2 uppl.). Finland: WS Bookwell.
- Givens, David B. *The nonverbal dictionary of gestures, signs & body language cues*. Spokane, Washington: Center for Nonverbal Studies Press, 2008.
- Gripsrud, J. (2011). *Mediekultur, mediesamhälle* (3., [bearb.] uppl.. ed.). Göteborg: Daidalos.
- Grusell, M., & Nord, L. (2009). *Syftet är alltid att få spinn* (Studier i Politisk Kommunikation nr. 23). Hämtad 28 september, 2016, från https://www.miun.se/siteassets/forskning/center-ochinstitut/demicom/dmi-rapport_23_final.pdf
- Holme, Idar och Solvang, Bernt. *Forskningsmetodik: Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. 2 Uppl. Lund: Studentlitteratur, 1991, 1997.

- Instagram. (2016). *About us*. Hämtad 8 december, 2016, från <https://www.instagram.com/about/us/>
- Jackson, S.J., & Foucault Welles, B. (2016). *Ferguson is everywhere: Initiators in emerging counterpublic networks*. *Information, Communication & Society*, 19(3), 397-418.
- Kjeldsen, Jens E. (2002). *Visuel retorik*. Bergen
- Koblanck, Henriette. *Typografi, bild och grafisk design*. 2 Uppl. Stockholm: Bonnier Utbildning, 2003.
- Lippman, Walter, 1922/1997. *Public Opinion*. New York: The Free Press.
- Martinec, Radan, 2001: *Interpersonal resources in action*. *Semiotica*, vol 135-¼, s.117-145.
- McNair, B (2007) *An introduction to political communication*, Abigdom: Routledge.
- Nya moderaterna västra götaland. (2014). *MODERATERNAS VALLÖFTE: VI KOMMER PRIORITERA SJUKVÅRDEN!*. Hämtad 12 december, 2016, från <https://moderatvg.se/moderaternas-vallofte-vi-kommer-prioritera-sjukvarden>
- Papacharissi, Z., & de Fatima Oliveira, M. (2012). *Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on #Egypt*. *Journal of Communication*, 62(2), 266-282.
- Schill, D. (2012). The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication. *Review Of Communication*, 12(2), 118-142. doi:10.1080/15358593.2011.653504
- Smith, L. R., & Sanderson, J. (2015). I'm Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 342-358. doi:10.1080/08838151.2015.1029125
- Socialdemokraterna. (2014). Vallöften. Hämtad 12 december, 2016, från <http://www.socialdemokraterna.se/Valloften/>
- Strömbäck, J. (2014). *Makt, medier och samhälle : En introduktion till politisk kommunikation* (2. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Svenskarna och internet. (2015). *En årlig studie av svenska folkets internetvanor – sociala medier*. Hämtad 14 oktober, 2016, från <http://www.soi2015.se/sociala-medier/>
- Thurén, Torsten. (2007). *Vetenskapsteori för nybörjare*. 2. uppl. Stockholm: Liber.

Wærn, Y., Pettersson, Rune, & Svensson, Gary. (2004). *Bild och föreställning : Om visuell retorik*. Lund: Studentlitteratur.

Åberg, Henrik (2013). Det är insidan som räknas. En kvalitativ innehållsanalys om svenska partiledare på valaffischer 2010. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation: Göteborgs Universitet.

Bilagor