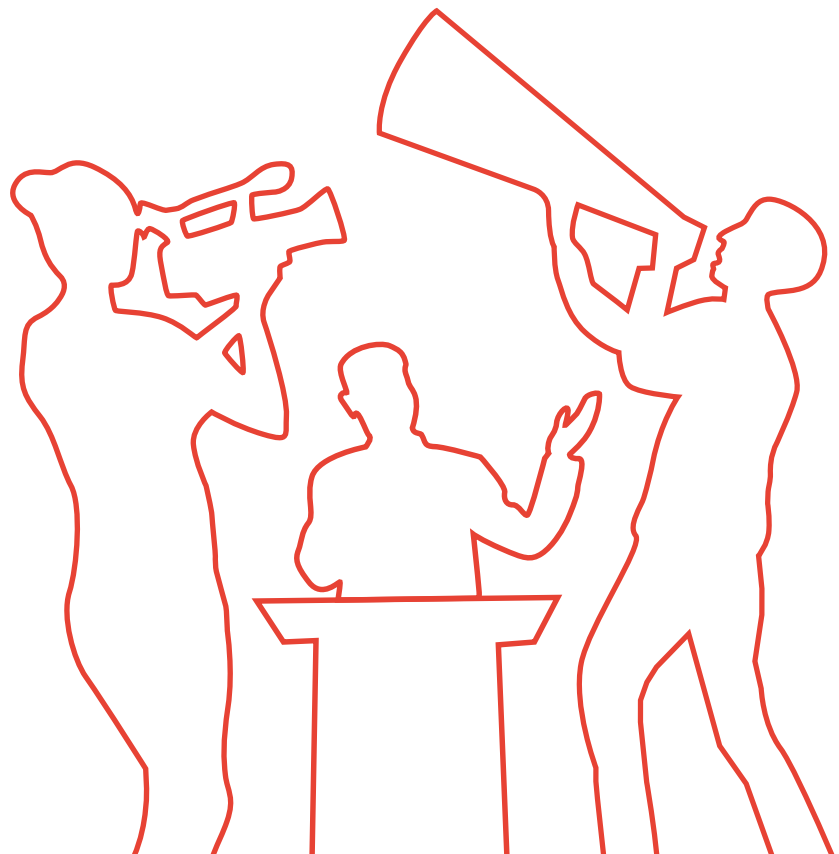


**BENGT JOHANSSON  
JESPER STRÖMBÄCK**

# **Kampen om mediebilden**

**– NYHETSJOURNALISTIK I VALRÖRELSEN 2018**



# Kampen om mediebilden

– nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018

**Institutet för  
mediestudier**



**Institutet för  
mediestudier** 

Institutet för mediestudier  
Pustegränd 1–3, 118 20 Stockholm  
info@mediestudier.se www.mediestudier.se  
Kampen om mediebilden

Bengt Johansson, Jesper Strömbäck, Lars Truedson (red)

© Författarna och Institutet för mediestudier  
Utgivare: Institutet för mediestudier  
Produktion: Kapish produktion, Stockholm 2019  
ISBN 978-91-984982-0-2

# Om Institutet för Mediestudier

Institutet för Mediestudier ska – med forskningen som verktyg – verka för en välgrundad diskussion i samhället om hur medierna sköter sin grundläggande uppgift: att på medborgarnas uppdrag granska makten och skildra verkligheten. Det sker genom att initiera egen forskning eller sprida kunskap om andras forskning samt genom att vara mötesplats för diskussioner om mediers roll i samhället.

Institutet stöds av en bred krets av samhällsintressen: fack, näringsliv och civilsamhälle som kyrkan och idrottsrörelsen. Institutets forskning finansieras dessutom genom bidrag från bland andra Familjen Erling Perssons stiftelse och Marianne och Marcus Wallenbergs stiftelse.



# Innehåll

|                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Förord.....                                                                         | 7         |
| <b>1 Inledning.....</b>                                                             | <b>9</b>  |
| När två blir en.....                                                                | 11        |
| Bokens uppläggning .....                                                            | 14        |
| <b>2 Mellan medialisering och politisering .....</b>                                | <b>15</b> |
| Tes 1: Den politiskt partiska journalistiken .....                                  | 18        |
| Tes 2: Den strukturellt partiska och medialiserade<br>journalistiken .....          | 22        |
| Politisk partiskhet eller strukturell partiskhet:<br>en jämförande diskussion ..... | 30        |
| Tidigare forskning: en översikt .....                                               | 32        |
| <b>3 Medievalsundersökningen 2018 .....</b>                                         | <b>36</b> |
| Rikstäckande nyheter de fyra sista veckorna av valrörelsen ..                       | 38        |
| Nyheter om valet till riksdagen .....                                               | 41        |
| Åtta variabelblock och 83 variabler .....                                           | 42        |
| Interkodarreliabilitet .....                                                        | 44        |
| <b>4 Nyhetsmedierna och dagordningen<br/>i valrörelsen 2018 .....</b>               | <b>46</b> |
| Valrörelsen möter väljarna .....                                                    | 47        |
| På dagordningen 1: Regeringsfrågan .....                                            | 50        |
| På dagordningen 2: Sakfrågornas 10-i-topp.....                                      | 56        |
| På dagordningen 3: Olika veckor och olika dagordningar? ..                          | 62        |
| Mediernas urvalsmakt och medievalrörelsen 2018 .....                                | 66        |

|          |                                                                                   |            |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>5</b> | <b>Den medialiserade valrörelsejournalistiken .....</b>                           | <b>72</b>  |
|          | Sak eller spel: journalistikens gestaltningar av politik.....                     | 74         |
|          | Den medierade och medialiserade opinionen.....                                    | 79         |
|          | Beskrivande eller tolkande journalistik? .....                                    | 86         |
|          | Sammanfattning och slutsatser .....                                               | 92         |
| <b>6</b> | <b>Den politiserade valrörelsejournalistiken .....</b>                            | <b>96</b>  |
|          | Opinionsbärarna och uttolkarna                                                    |            |
|          | – politiker och journalister i valbevakningen.....                                | 98         |
|          | Jakten på att synas och höras .....                                               | 103        |
|          | En partiledare betyder så mycket .....                                            | 110        |
|          | Regeringsalternativens och partiernas behandling .....                            | 113        |
|          | Den ogynnsamma bevakningen av Socialdemokraterna<br>och Sverigedemokraterna ..... | 119        |
|          | Vem kritiserar vem? .....                                                         | 120        |
|          | Konfliktlinjer .....                                                              | 125        |
|          | Sammanfattning och slutsatser .....                                               | 128        |
| <b>7</b> | <b>Medialiserad eller politiserad bevakning? .....</b>                            | <b>132</b> |
|          | Mellan medialisering och politisering .....                                       | 135        |
|          | Medialisering, urvals- och tolkningsmakt .....                                    | 136        |
|          | Politisk partiskhet, urvals- och tolkningsmakt .....                              | 140        |
|          | <b>Referenser .....</b>                                                           | <b>147</b> |
|          | <b>Appendix .....</b>                                                             | <b>171</b> |
|          | <b>Kodbok Medievalsundersökningen 2018 .....</b>                                  | <b>174</b> |

# Förord

Sällan har journalistiken en så viktig roll som när makten står på spel i en valrörelse.

Därför är det glädjande att svensk medieforskning under lång tid haft särskilt fokus på journalistiken i valrörelser. Det arbetet tog ett avgörande steg redan 1979 när Kent Asp, sedermera professor vid JMG, Göteborgs universitet, skapade Medievalsundersökningarna. Den är i dag sannolikt den internationella medieforskningens längsta tidsserie av denna karaktär.

Institutet för Mediestudier är därför stolt över att få finansiera och presentera 2018 års Medievalsundersökning i denna bok. Den är, som kommer framgå närmare nedan, dessutom utökad genom en sammanslagning med Mittuniversitetets valjournalistikstudie som startade vid millennieskiftet.

I valrörelserna är publikens intresse för politik rimligen på topp – liksom den möjliga effekten av bra rapportering och hårda avslöjanden. Den journalistik som då levereras måste inte bara vara av högsta klass utan också kunna tåla att mätas mot normer om balans, relevans och saklighet. Den här boken tar sig an journalistiken utifrån en kvantitativ innehållsanalys för att försöka svara på hur journalistiken klarar några av dessa utmaningar.



Institutet för Mediestudier finns till för att, med forskningen som verktyg, granska hur väl medier och journalistik fyller sin unika roll i demokratin. Medievalsundersökningen 2018 och denna bok passar perfekt in i denna strävan.

Lasse Truedson

Föreståndare, Institutet för Mediestudier

# I Inledning

Det brukar ofta sägas att valdagen är demokratins högtidsstund. Utan en fri och rättvis valrörelse skulle högtidsstunden dock behöva ställas in. Förutsättningen för att valdagen ska fungera som demokratins högtidsstund är att den har föregåtts av en valrörelse där de olika partierna har haft frihet att föra ut sina åsikter, där medierna har bevakat valrörelsen på ett informativt och rättvisande sätt, och där medborgarna haft goda möjligheter att informera sig.

De traditionella nyhetsmediernas bevakning av valrörelsen är därför av stor betydelse. Detta gäller trots att sociala medier över tid har blivit allt viktigare för människor i deras vardag, som källa till politisk information och som arena för politisk debatt, och trots att det vid sidan av traditionella nyhetsmedier numera finns en uppsjö av webbplatser som förmedlar politisk information. Den absoluta merparten av all nyhetsjournalistik produceras fortfarande av traditionella nyhetsmedier, oavsett om människor tar del av den genom nyhetsmedierna i deras traditionella format, via deras webbplatser eller appar, via sökmotorer eller via olika sociala medier (Chadwick, 2013; Newman m fl, 2018). Nyhetsmedier fortsätter därför utgöra den viktigaste källan till information om politik och samhälle för de allra flesta (Nord & Strömbäck, 2018).

Modern politik är i den meningen medierad: den utspelar sig i och förmedlas via olika medier. Men modern politik är också i hög grad medialiserad – påverkad av medierna och deras sätt att fungera (Asp, 1986; Esser & Strömbäck, 2014).

Samtidigt visar forskning att nyhetsmedierna kan ha avsevärd påverkan på bland annat hur medborgarna uppfattar verkligheten, vilka frågor de upplever som viktiga samhällsfrågor, och människors kunskaper om aktuella samhällsfrågor (se bland annat Nabi & Oliver, 2009; Djerf-Pierre & Shehata, 2017; Shehata & Strömbäck, 2018). Inom forskningen brukar denna påverkan diskuteras i termer av *gestaltningseffekter* (hur människor uppfattar verkligheten eller de aspekter av verkligheten som nyheterna handlar om), *dagordningseffekter* (vilka frågor människor tycker är viktiga samhällsfrågor) och *kunskapseffekter* (vilka kunskaper om politik och samhälle i vid mening eller om aktuella samhällsfrågor som medborgarna har). Exakt vilken och hur stor påverkan som medierna har beror på olika faktorer kopplade till bland annat medierna och de individer som tar del av dem, men det råder ingen tvekan om att medierna påverkar opinionsbildningen och människors kunskaper. Studier visar också att partierna och ledande politiker tillskriver nyhetsmedierna stor makt och betydelse för hur det går i valen (Strömbäck, 2011; Strömbäck m fl, 2013). Sammantaget betyder detta att medierna har betydelse för både partierna och medborgarna och för hur medborgarna väljer att rösta på valdagen.

I kombination med att så mycket står på spel på valdagen är det därför inte konstigt att den politiska

nyhetsjournalistiken under valrörelser ofta är ifrågasatt och omstridd. Både inom partierna och bland deras sympatisörer finns det många som tycker att mediebevakningen inte är rättvisande, att olika frågor eller händelser får för mycket eller för lite uppmärksamhet, och att medierna vinklar nyheterna på ett sätt som strider mot vad de anser är rättvisande. Så har det antagligen alltid varit, men mycket talar för att kritiken har blivit både mer synlig och mer högljudd i takt med att de digitala och sociala medierna har skapat plattformar för olika grupperas mediekritik och i takt med att medieförtroendet har blivit mer politiserat (Andersson, 2018; Strömbäck & Karlsson, 2017).

Det finns mot den här bakgrunden både inomvetenskapliga och utomvetenskapliga skäl att undersöka hur de svenska nyhetsmedierna bevakar valrörelser. För svensk del handlar det också om att upprätthålla en stolt tradition som går tillbaka ända till valrörelsen 1979, vilket gör svensk forskning om mediernas bevakning av valrörelser tämligen unik i ett internationellt perspektiv.

## **När två blir en**

Pionjären när det gäller svensk forskning om mediernas bevakning av valrörelser är utan tvekan professor emeritus Kent Asp, som i samband med riksdagsvalet 1979 grundlade de så kallade Medievalsundersökningarna. Sedan dess har Medievalsundersökningarna genomförts vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet (JMG) inför samtliga riksdagsval och inför de olika folk-

omröstningar som har hållits sedan dess (se bland annat Asp, 2011; Asp & Bjerling, 2014; Johansson, 2017). Denna forskning har haft en stor betydelse både för forskningen om den politiska nyhetsjournalistiken och för att sprida kunskap i det omgivande samhället om de svenska mediernas bevakning av valrörelser, inte minst när det gäller frågan om mediernas politiska partiskhet.

Parallellt grundlades runt sekelskiftet en annan serie av studier av de svenska mediernas bevakning av valrörelser av Strömbäck med kollegor vid forskningscentret Demicom vid Mittuniversitetet (se bland annat Nord & Strömbäck, 2018; Strömbäck & Nord, 2013, 2017). Gemensamt för båda undersökningarna är intresset för den politiska nyhetsjournalistiken under valrörelser, men Strömbäcks studier fokuserade mer på frågor som handlar om politikens medialisering, bland annat journalistikens gestaltningar av politik, förekomsten av tolkande journalistik och mediernas användande av opinionsmätningar. I den meningen kompletterade de båda serierna av studier av den svenska valbevakningen varandra.

Att genomföra storskaliga innehållsanalyser är dock mycket resurskrävande. Inför valet 2018 bestämde vi oss därför för att kombinera de båda innehållsanalyserna. Helt enkelt var det dock inte, eftersom de båda studierna hade omfattat lite olika tidsperioder och delvis olika nyhetsmedier, förutom att de innehöll både olika och en del tämligen snarlika variabler. Resultatet av denna nya Medievalsundersökning – vars metod redovisas närmare i kapitel 3 – är vad som står

i fokus för denna bok. Vi är glada över att Institutet för Mediestudier valde att gå in som partner och stötta denna Medievalsundersökning. Vi vill samtidigt passa på och tacka Kalle Färm och Lena Jendel för deras arbete med att koda de artiklar och inslag som ingår i denna studie.

Teoretiskt har vi valt att fokusera på om eller snarare i vilken grad nyhetsmediernas bevakning av valrörelsen 2018 präglades av politisk partiskhet respektive av strukturell partiskhet och medialisering. Därmed anknyter vi till en pågående debatt om den politiska nyhetsjournalistiken som förs både i den bredare offentligheten (politisk partiskhet) och i den mer akademiskt orienterade offentligheten (strukturell partiskhet och medialisering). Vi hoppas därmed att resultaten ska bidra till ökad kunskap om och förståelse för den svenska politiska nyhetsjournalistiken under valrörelser både utanför och inom akademins väggar – och i bästa fall bidra till en debatt om journalistiken som bygger mer på fakta och mindre på åsikter. Det är inte minst viktigt med tanke på att människors åsikter om nyhetsmedierna och journalistiken ofta präglas av det som kallas *fientliga medier-fenomenet*. Det innebär att människor har en tendens att uppleva att medierna missgynnar den egna sidan och gynnar den andra sidan i en politisk konflikt – även när olika sidor tar del av exakt samma medieinnehåll (Perloff, 2015; Strömbäck & Johansson, 2017; Vallone m fl, 1985). Särskilt tydlig är denna fientliga medier-effekt bland personer som har mycket starka åsikter, vilket oftast också är de som syns mest i debatten. Därmed

finns det alltid en risk för att debatten om nyhetsmedierna och journalistiken präglas mindre av fakta från systematiskt genomförda studier och mer av människors intryck och åsikter. Det är kanske naturligt, men inte oproblemiskt.

## **Bokens uppläggning**

Förutom denna inledning består boken av sex ytterligare kapitel. Kapitel 2 är mer teoretiskt orienterat och utvecklar teserna om att nyhetsjournalistiken präglas av å ena sidan politisk partiskhet, och å den andra av strukturell partiskhet och medialisering. Studiens metod och material presenteras i kapitel 3. Därefter inleds de empiriska kapitlen. Kapitel 4 handlar om nyhetsmedierna och dagordningen under valrörelsen 2018. Där redogörs också för omfattningen av medievalrörelsen 2018. I kapitel 5 undersöks i vilken grad medievalrörelsen 2018 präglades av medialisering och nyhetsmedielogik, medan kapitel 6 tar upp olika aspekter av politisering under samma medievalrörelse. I kapitel 7 sammanfattar vi de viktigaste resultaten och diskuterar vilka slutsatser som kan dras.

## 2 Mellan medialisering och politisering

Man behöver inte söka länge för att hitta röster som hävdar att den politiska journalistiken är partipolitiskt partisk. Både från höger och vänster finns det många som hävdar att medierna antingen är vänstervridna eller högervridna, och att de gynnar partierna antingen till vänster eller till höger. Särskilt högljudd är kritiken numera från politiker, debattörer och webbplatser med politiska agendor på den extrema högerkanten (Holt, 2016), men den hörs även från etablerade politiker och debattörer inom framförallt Moderaterna (Widholm & Mårtensson, 2018). Opinionsundersökningar tyder även på att många svenskar upplever att medierna i sin rapportering står allt för långt antingen till vänster eller till höger, med en övervikt för dem som upplever att medierna står allt för långt till vänster (YouGov, 2016). Likaså visar studier att förtroendet för medierna är lägre bland borgerliga väljare och – i synnerhet – bland dem som sympatiserar med Sverigedemokraterna (Andersson, 2018; Andersson & Weibull, 2017; Strömbäck & Karlsson, 2017). Liknande mönster finns i USA, där politiker, debattörer, tanke-smedjor och andra på högerkanten återkommande kritiserar medierna för att vara allt för vänstervridna



och liberala (Lichter, 2017; Watts m fl, 1999), och där opinionsundersökningar visar att många väljare håller med (Gallup, 2018).<sup>1</sup>

Inom forskningen råder det samtidigt stor enighet om att nyhetsjournalistiken inte ger en heltäckande och fullt ut rättvisande bild av verkligheten (Gans, 1980; Hvitfelt, 1989; Nord & Strömbäck, 2005; Schudson, 2003; Shoemaker & Reese, 2014; Tuchman, 1978). Bara det faktum att verkligheten är obegränsad medan mediernas format är begränsade gör att nyhetsjournalistiken aldrig kan ge en heltäckande bild av verkligheten. Journalistik handlar därför i hög grad om institutionaliserade processer för att samla in, värdera, och välja vilka potentiella nyheter som ska publiceras samt vilka källor, ord, bilder och gestaltningar som ska väljas (Harcup & O'Neill, 2017; Johansson, 2008a; Strömbäck, 2019; Tuchman, 1978). I dessa processer påverkas journalistiken och dess innehåll av en lång rad faktorer på olika nivåer (Shoemaker & Reese, 2014), där inte minst mediernas egna intressen och behov har stor betydelse. Dessa bottnar i sin tur i mediernas behov av att vara konkurrenskraftiga i kampen om publikens uppmärksamhet, att locka annonsörer och investerare, att hålla nere kostnaderna för att producera och sprida journalistiken, och att värna den journalistiska professionalismen och integriteten (Esser, 2013; Hamilton, 2004; McManus, 1996; Nygren, 2015). Dessa processer leder till vad som inom forskningen

---

<sup>1</sup> Ett exempel på en sådan tankesmedja är Media Research Center ([www.mrc.org](http://www.mrc.org)).

brukar betecknas som *strukturell partiskhet* (Grabber, 1996; Hofstetter, 1976; Strömbäck & Shehata, 2007) och en *medialisering* av medieinnehållet (Asp, 1986, 2014; Esser, 2013; Strömbäck & Esser, 2014).

Den gemensamma nämnaren för dem som kritiserar nyhetsjournalistiken för att präglas av politisk partiskhet och dem som kritiserar den för strukturell partiskhet och medialisering är en kritik mot att nyhetsjournalistiken inte ger en rättvisande bild av verkligheten eller de aspekter av verkligheten som nyheterna handlar om. Där slutar dock enigheten. De som kritiserar nyhetsjournalistiken för politisk partiskhet hävdar att förklaringen till varför mediebilden inte är rättvisande beror på politiska värderingar och åsikter hos medieägare eller journalister. De som istället kritiserar nyhetsjournalistiken för strukturell partiskhet och medialisering menar att förklaringen till mediebilden handlar om de (semi-)strukturella villkor som präglar den nyhetsjournalistiska produktionen.

Frågan är vilken sida som har rätt. Präglas den nyhetsjournalistiska bevakningen av politisk partiskhet eller präglas den av strukturell partiskhet och medialisering? För att kunna besvara den frågan behövs en djupare genomgång av de tankar och teorier som ligger till grund för teserna om politisk respektive strukturell partiskhet och av vad tidigare forskning visar, innan vi i kommande kapitel analyserar frågan med avseende på medievals rörelsen 2018.

## Tes 1: Den politiskt partiska journalistiken

Anklagelser mot nyhetsmedierna för att vara politiskt partiska är ingenting nytt: sådana har antagligen alltid förekommit. Det var dock under 1900-talet som de började få tyngd, först i USA och sedermera i Sverige. Det hänger samman med journalistikens utveckling. Vad som idag betraktas som professionaliserad journalistik, med dess betoning på normativa ideal som objektivitet, opartiskhet, att kontrollera alla faktauppgifter och att låta alla sidor komma till tals, växte först fram i USA (Kaplan, 2002; Schudson, 1978) för att sedermera inspirera och påverka journalistiken också i andra länder (Esser & Umbricht, 2013, 2014; Hallin & Mancini, 2004; Johansson, 2015). Journalistik i dess moderna betydelse har därför beskrivits som en anglo-amerikansk uppfinning (Chalaby, 1996). Innan nyhetsjournalistiken började göra anspråk på att rapportera objektivt och opartiskt var det ingen större mening med att anklaga den för att vara partisk. Först när nyhetsjournalistiken började göra anspråk på att rapportera objektivt och opartiskt blev kritik om politisk partiskhet meningsfull.

I Sverige dominerades dagspressen länge av partipressen, där det fanns täta band mellan tidningarna och olika partier vilka avspeglades på såväl ledarsidor som nyhetsplats och i politisk annonsering (Johansson & Odén 2014; Nord, 2001; Weibull, 2013, 2015). Denna tradition började dock luckras upp på 1960-talet som en följd av tidningsnedläggningarna men också under påverkan från etermedierna, som redan från början präglades starkt av ideal om objektivitet och opartisk-

het (Djerf-Pierre & Weibull, 2001). Exakt när parti-pressen upphörde är svårt att fastställa, utan det var en process där partipressen successivt försvagades och idealen om en journalistik som präglas av objektivitet och opartiskhet successivt växte sig starkare. Sedan någon gång i slutet av 1980-talet kan det dock sägas att samtliga traditionella nyhetsmedier i Sverige omfattas av samma journalistiska professionalism med dess betoning på bland annat vikten av att vara opartisk och rapportera om verkligheten sådan den faktiskt ser ut, oavsett vem eller vilka det råkar gynna eller missgynna. Olika journalistundersökningar visar också att de yrkesideal som har starkast stöd bland svenska journalister är att fungera som granskare av samhällets makthavare, att snabbt sprida information, att enkelt förklara händelser, och låta olika opinioner komma fram (Strömbäck m fl, 2012; Wiik, 2012).

Enligt kritikerna misslyckas nyhetsjournalistiken dock med att vara opartisk. Istället anklagas nyhetsmedierna för att vara vänstervridna eller höger-vridna eller för att gynna partierna till vänster alternativt till höger. Kritikerna insinuerar därmed att nyhetsmedierna och journalisterna inte alls drivs av objektivitet och opartiskhet utan av egna politiska agendor. Kritiken kommer både från vänster och höger politiskt sett, även om kritiken om vänstervridning har varit och är starkare i såväl Sverige som i USA. Den gemensamma nämnaren är att kritiken oftast bygger på misstankar om att antingen ägarnas eller journalisternas politiska sympatier påverkar nyhetsjournalistiken och dess innehåll. De som kritiserar journalistiken för att vara högervriden brukar peka

på att de flesta medierna är kommersiella och drivs av personer som kan antas vara borgerliga, och på att flertalet tidningar i Sverige har liberala eller borgerliga ledarsidor (Allern, 2018; Boethius, 2001). De som kritiserar journalistiken för att vara vänstervriden brukar istället peka på att journalister står till vänster om allmänheten politiskt sett. Särskilt hård brukar kritiken mot public service vara (Segefeldt, 2016; Olin, 2019; Widholm & Mårtensson, 2018).

När det gäller ägarna av olika medier finns det inga undersökningar av vilka politiska sympatier de har, men de som anklagar medierna för att vara högervridna har rätt i att de allra flesta svenska nyhetsmedier är kommersiella och att de flesta tidningar är borgerliga om man ser till ägande och ledarsidor (Ohlsson, 2015). När det gäller journalisterna och deras politiska sympatier finns det fler studier, även om de numera har några år på nacken. Exempelvis har Asp (2012a) visat att Vänsterpartiet och Miljöpartiet är kraftigt överrepresenterade bland svenska journalister, medan framförallt Moderaterna och Socialdemokraterna är kraftigt underrepresenterade. Liknande resultat framkommer även av en annan studie (Strömbäck m fl, 2012). Särskilt markant är detta bland journalister som arbetar inom radio och TV, där public service dominerar (Asp, 2012a). Just dessa resultat bör dock tolkas med försiktighet, då antalet svarande är tämligen lågt. Också när det gäller vänster-högerinställning visar Asps studier att svenska journalister står till vänster om allmänheten, även om ansvariga utgivare placerar sig själva i mitten av vänster-höger-skalan (Asp, 2012b). Studier visar också att partiidentifikationen bland journalister

är låg, vilket indikerar en strävan efter att stå fria från politiska partier (Asp, 2006b). Sammantaget betyder detta ändå att de som anklagar medierna för att vara vänstervridna har rätt i att journalisterna står till vänster om allmänheten politiskt sett.

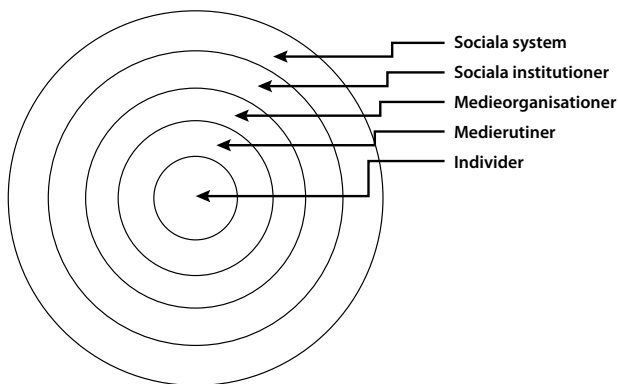
För kritikerna tas undersökningar och fakta om ägarnas respektive journalisternas politiska sympatier som intäkt för att dessa påverkar det nyhetsjournalistiska innehållet, det vill säga vad och hur nyhetsjournalistiken rapporterar om politik och samhälle. Enligt kritikerna misslyckas ägarna och journalisterna – i den mån de överhuvudtaget anses försöka – med att inte låta de egna politiska åsikterna eller sympatierna påverka det journalistiska innehållet. Detta gäller både den svenska och den amerikanska kritiken mot medierna för att vara politiskt partisk (för en aktuell översikt om forskning kring mediernas partiskhet, se Lichter, 2017). Denna kritik om vänster- eller höger- vridning brukar man sedan bygga under med olika enskilda exempel på artiklar eller inslag som man menar bekräftar att journalistiken är vänster- eller höger- vriden.

Medan de som anklagar medierna för vänster- respektive höger- vridning har rätt när det gäller ägarnas (troliga) respektive journalisternas politiska sympatier kan de dock inte båda samtidigt ha rätt när det gäller kritiken mot journalistikens innehåll – åtminstone inte om de syftar på nyhetsjournalistiken generellt sett. Rent logiskt kan journalistiken då inte samtidigt vara vänstervriden och höger- vriden. Antingen har någon av sidorna fel – eller så har båda det.

## Tes 2: Den strukturellt partiska och medialiserade journalistiken

Medan ägarna, cheferna och journalisterna inom olika medier självfallet har betydelse för journalistiken och dess innehåll råder det inom forskningen en omfattande enighet om att många andra faktorer också har stor betydelse. Den vanligaste modellen för att beskriva detta är den så kallade hierarkiska modellen, formulerad av Shoemaker och Reese (2014), som återges i figur 2.1.

**Figur 2.1. Faktorer som påverkar mediernas innehåll: den hierarkiska modellen.**



I centrum för modellen återfinns de individer som är verksamma inom medierna: ägare, chefer, redaktörer och journalister. Samtidigt som de – liksom vilka värderingar och normer som de bär på – är viktiga ska deras betydelse inte överdrivas. Skälet är att individerna

inom medierna inte är fria att agera som de vill. Till att börja med förväntas de leva upp till de normer som råder inom medierna, där inte minst den journalistiska professionalismen har stor betydelse (Nygren, 2015). Till det kommer att hur de agerar i sina professionella normer i hög grad påverkas av olika rutiner och normer i nyhetsarbetet, exempelvis yrkesideal och – inte minst – etablerade nyhetsvärderingar (Allern, 2001; O’Neill & Harcup, 2009; Strömbäck, 2019). Dessa påverkas i sin tur i hög grad av medieorganisationerna och deras uppbyggnad, policys och mål. Inte minst viktiga i det sammanhanget är de ekonomiska resurser och målsättningar som medierna har (Allern, 2002; Hamilton, 2004; McManus, 1996). Samtidigt ingår olika medier i, och formar tillsammans med andra medier, en social institution, som verkar i samspel med andra sociala institutioner, exempelvis politiska institutioner (Cook, 2005; Sparrow, 1999). Med institutioner avses här relativt stabila uppsättningar av regler och praktiker som är inbäddade i strukturer, vars organisatoriska och andra resurser gör handling möjlig och samtidigt skapar mening åt och rättfärdigar olika handlingar (March & Olsen, 1989). Rörelsefriheten för enskilda medieorganisationer begränsas därmed av att de utgör en del av nyhetsmedierna som institution (Cook, 2005), liksom av relationerna med andra sociala institutioner.

På den mest övergripande nivån påverkas medierna som organisationer och institutioner vidare av det sociala system som råder i ett land, vilket inbegriper summan av alla aktörer, organisationer och institutioner. Det sociala systemet inbegriper även normer och



värderingar, både i allmänhet och när det gäller olika aktörers, organisationers och institutioners funktioner och ansvar (Hallin & Mancini, 2004; Hanitzsch & Mellado, 2011).

Tillsammans bidrar dessa faktorer till att forma vad som inom forskningen kallas strukturell partiskhet (*structural bias*). Med det avses förenklat att nyhetsmediernas innehåll formas av ”the character of the medium or because of the incentives that apply to commercial news programming”, för att citera Hofstetter (1976, s. 34) som var först med att använda begreppet i en analys av mediernas valbevakning. På en mer allmän nivå syftar strukturell partiskhet på hur journalistikens innehåll – vad det handlar om och hur det är utformat – påverkas av strukturella och semi-strukturella faktorer kopplade till den journalistiska professionalismen, nyhetsarbetets rutiner och organisering, nyhetsmediernas format och nyhetsmedierna som en social institution i interaktion med andra sociala institutioner (Hofstetter, 1976; Graber, 2006; Gulati m fl, 2004; Strömbäck & Shehata, 2007).

Ett annat teoretiskt perspektiv som har mycket gemensamt med – och lånar från – teorin om strukturell partiskhet är teorin om politikens medialisering och nyhetsmedielogik. Teorin finns i lite olika former, men bygger på grundantagandet att medier och politik utgör skilda system med olika logiker och att den politiska kommunikationen i hög grad styrs av antingen nyhetsmedielogiken eller den politiska logiken (Asp, 1986; Esser, 2013; Strömbäck, 2008, 2016). Teorin hämtar inspiration från teorin om en särskild

form av nyhetsmedielogik, enligt vilken mediernas innehåll i första hand formas av nyhetsmediernas format, organisation och resurser, yrkesmässiga normer och behov av att fånga publikens uppmärksamhet (Altheide & Snow, 1979; Asp, 1986, 2014; Esser, 2013; Hjarvard, 2013; Landerer, 2013; Mazzoleni, 2008). Enligt teorin är det nyhetsmedierna själva och deras behov – formade i första hand av *graden av journalistisk professionalism*, *graden av marknadsorientering* och av de *tillämpade medieteknikerna* – snarare än verkligheten som styr vad nyhetsmedierna rapporterar om och hur de utformar rapporteringen (Esser, 2013; Strömbäck & Esser, 2014).

Politikens medialisering handlar samtidigt om en långsiktig process, där politiken och den politiska kommunikationen kan vara mer eller mindre medialiserad, mer eller mindre präglad av nyhetsmedielogiken. Det samma gäller nyhetsmediernas bevakning av politik och samhälle. I vilken utsträckning nyhetsjournalistiken respektive de politiska aktörernas olika ageranden präglas av nyhetsmedielogiken snarare än någon form av politisk logik kan därför ses som indikatorer på politikens medialisering, tillsammans med i vilken utsträckning som nyhetsmedierna är självständiga och fristående från politiska aktörer och institutioner (Strömbäck & Dimitrova, 2011; Strömbäck & Esser, 2014).

Ett annat sätt att formulera detta bygger på distinktionen mellan nyhetsmediernas *urvalsmakt* och deras *tolkningsmakt* (Asp, 1986). Nyhetsmedierna kan fungera både som arena för andra aktörer och som en självständig aktör i den politiska kommunikationen.

Ju mindre urvalsmakt och tolkningsmakt nyhetsmedierna har, desto mer fungerar de som arenor, och ju mer urvalsmakt och tolkningsmakt de har, desto mer fungerar de som självständiga aktörer. Här pekar forskningen entydigt på att mediernas urvalsfrihet och tolkningsfrihet har ökat ur ett längre tidsperspektiv.

Det är den ena sidan av myntet. Den andra sidan handlar om att nyhetsmediernas ökade självständighet och stora betydelse i opinionsbildningen skapar starka incitament för politiska aktörer att förstå och anpassa sig till nyhetsmedierna och deras logik. Det gäller såväl *vad* de politiska aktörerna kommunicerar som *hur* de kommunicerar och *när* de kommunicerar. Det gäller inte minst under valrörelser när så mycket står på spel för de politiska aktörerna. De satsar därför stor energi och kraft på att anpassa sig till och påverka nyhetsmedierna (Arcenaux m fl, 2019; Nord & Strömbäck, 2018; Sellers, 2010; Strömbäck & Esser, 2017). Lite tillspetsat kan det sägas leda till en dubbel omformning av den verklighet som nyheterna handlar om: Först anpassar sig olika aktörer till nyhetsmedierna och nyhetsmedielogiken, och sedan omformar nyhetsmedierna det nyheterna handlar om för att ytterligare passa nyhetsmedielogiken (Altheide & Snow, 1991; Strömbäck, 2014, 2019). Det innebär också att vad nyhetsmedierna slutligen rapporterar om och hur den rapporteringen är utformad beror på spelet mellan nyhetsmedierna och politiska och andra sociala aktörer.

En viktig del av nyhetsmediernas logik handlar om beroendet av det egna formatet och nödvändigheten av att hantera det konstanta överskott av information och

det underskott av uppmärksamhet som råder (Hernes, 1978). För att hantera detta och vara framgångsrika i kampen om publiken har nyhetsmedierna utvecklat olika berättartekniker, vilka ofta ses som konkreta uttryck för medielogiken och samtidigt har betydelse för urvalet och utformningen av nyheterna. Till dessa hör tillspetsning, förenkling, polarisering, personifiering, konkretion, intensifiering och stereotypisering (Asp, 1986; Hernes, 1978; Strömbäck, 2014). Ju mer en möjlig nyhet passar eller kan formas journalistiskt med hjälp av dessa berättartekniker, desto större är sannolikheten att den ska bli en del av nyhetsurvalet.

En gemensam nämnare mellan dessa teoretiska perspektiv handlar om att de bidrar till att förklara de nyhetsvärderingar och processer för nyhetsurval som har vuxit fram och över tid institutionaliserats. Forskningslitteraturen kring nyhetsvärderingar och nyhetsurval är omfattande (se exempelvis Gans, 1980; Ghersetti, 2012; Harcup & O'Neill, 2017; Johansson, 2004; Strömbäck, 2019), men en sammanfattning av den litteraturen visar att sannolikheten för att nyhetsmedier ska rapportera om en potentiell nyhet ökar:

- Ju viktigare och mer relevant en nyhet upplevs vara;
- Ju större publikens intresse för en möjlig nyhet anses vara;
- Ju mer en möjlig nyhet handlar om kända, statusfyllda eller mäktiga personer, organisationer eller nationer;
- Ju närmare tidsmässigt, geografiskt och kulturellt en möjlig nyhet utspelar sig;

- Ju mer en möjlig nyhet passar mediernas format och kan rapporteras med hjälp av berättartekniker som tillspetsning, förenkling, polarisering, konkretion, personifiering, intensifiering och stereotypisering;
- Ju mer en nyhet handlar om problem, konflikter och negativa företeelser;
- Ju mer nyhetskällor har subventionerat en möjlig nyhet så att den är billig att bevaka och passar medielogiken och nyhetsmediernas format;
- Ju mer en möjlig nyhet passar de frågor, processer eller berättelser som redan befinner sig på nyhetsmediernas dagordningar;
- Ju mindre krav en möjlig nyhet ställer på publikens förkunskaper samtidigt som den kan förväntas fånga människors intresse;
- Ju mindre resurser i form av arbetstid, personal eller pengar det krävs för att bevaka eller granska en möjlig nyhet.

Att nyhetsjournalistiken inte ger – och aldrig kan ge – heltäckande och helt rättvisande bilder av den verklighet som journalistiken handlar om råder det konsensus om inom forskningen, och har sålunda många förklaringar på olika analytiska nivåer. Det behöver inte handla om någon form av politisk partiskhet – särskilt inte när det handlar om frågor eller processer, personer, organisationer eller institutioner inom vad som brukar kallas *sfären av legitima konflikter* (Hallin, 1986). Det är när saker faller inom sfären av legitima konflikter som nyhetsjournalistiken strävar efter objektivitet, opartiskhet och att låta olika sidor komma till tals

(Hallin, 1986; Johansson, 2015). Annorlunda kan det förhålla sig när det handlar om sådant som faller inom *sfären för konsensus* – där i princip alla är överens – eller *sfären av avvikelser* – där den överväldigande majoriteten är överens om att något inte är legitimt. Ett par exempel på frågor som faller inom sfären för konsensus skulle kunna vara tanken att alla människor är lika mycket värda och att demokrati är det mest önskvärda styrelseskicket: om någon i Sverige hävdar detta ifrågasätts det sällan inom nyhetsjournalistiken, likaså känner nyhetsjournalistiken inte något behov av att låta någon som anser motsatsen komma till tals. Omvänt faller tanken att människor är olika mycket värda och att diktatur skulle vara mer önskvärd än demokrati inom sfären för avvikelser, vilket aktiverar ett kritiskt avståndstagande från nyhetsjournalistikens sida. Vad som faller inom respektive sfär skiljer sig samtidigt mellan länder, och kan förändras över tid. Det senare sker exempelvis genom att konsensus bryter samman eller genom att frågor, personer eller organisationer rör sig från sfären av avvikelser i riktning mot sfären av legitima konflikter. Bra svenska exempel på frågor där det har skett stora förändringar över tid handlar om synen på barnaga eller homosexualitet, som fram till 1970-talet var tillåtet respektive förbjudet men som idag av de allra flesta betraktas som förkastligt respektive fullt normalt. Mer generellt kan man säga att nyhetsjournalistiken alltid tenderar att spegla – och i förlängningen bidra till att upprätthålla – de normer och värderingar som är dominerande i ett samhälle (Gans, 1980; Hallin, 1986).

## Politisk partiskhet eller strukturell partiskhet: en jämförande diskussion

För att sammanfatta kan de som kritiserar nyhetsmedierna för politisk partiskhet och de som kritiserar dem för strukturell partiskhet och medialisering vara överens om att nyhetsmedierna inte ger heltäckande och helt rättvisande bilder av verkligheten. De kan också vara överens om att journalistiken vid olika tillfällen gynnar eller missgynnar någon viss åsiktsriktning eller något visst parti. Där slutar dock enigheten. Medan de förra hävdar att avvikelser beror på politiska värderingar och sympatier hävdar de senare att det beror på strukturell partiskhet, det vill säga nyhetsproduktionens villkor, formade som de är av faktorer på system-nivån, institutionsnivån, medieorganisationerna själva och deras rutiner, individerna inom medierna, och samspelet mellan medier och med andra sociala aktörer. Eller för att citera Graber (2006, s. 326): "Political bias reflects ideological judgments, whereas structural bias reflects the circumstances of news production".

Frågan är om den empiriska forskningen kan ge svar på vilken sida som har rätt? Här ska det först konstateras att det finns olika former av partiskhet (*bias*), och att ett parti eller en åsiktsriktning kan gynnas på ett sätt och missgynnas på ett annat sätt. En vanlig distinktion i det sammanhanget är mellan partiskhet vad gäller *synlighet*, *tonalitet* och *dagordningen*, där ett parti kan gynnas eller missgynnas vad gäller hur syn-

ligt det är i nyhetsjournalistiken, i vilken grad nyhetsrapporteringen är positiv eller negativ, och i vilken utsträckning mediernas dagordning handlar om de frågor som partiet vill föra fram (Asp, 2011; Eberl m fl, 2017; Gunther, 2005; Hopmann m fl, 2012, 2017).

Ett sätt att närma sig svaret på den frågan är ändå att kontrastera tesen om politisk partiskhet och tesen om strukturell partiskhet och vad som kan förväntas av det journalistiska innehållet om respektive tes stämmer. Om tesen om politisk partiskhet stämmer bör det visa sig genom att samma nyhetsmedium *systematiskt* gynnar en viss åsiktsriktning eller ett visst parti. Om det är så att ett visst nyhetsmedium vid vissa tillfällen gynnar en viss åsiktsriktning eller ett visst parti, och vid andra tillfällen en annan åsiktsriktning eller ett annat parti, talar det för att förklaringen handlar om strukturell snarare än politisk partiskhet. Vidare: om tesen om politisk partiskhet stämmer bör olika medier beroende på deras politiska färg *systematiskt* rapportera om olika åsikter eller partier på olika sätt. Om olika nyhetsmedier rapporterar om olika åsikter eller partier på snarlika sätt talar det tvärtom för att förklaringen istället handlar om strukturell partiskhet. Till sist: om tesen om politisk partiskhet stämmer bör ett visst parti eller en viss åsiktsriktning *systematiskt* gynnas vad gäller såväl synlighet som tonalitet och agendan, medan om ett visst parti eller en viss åsiktsriktning gynnas i ett avseende men inte i andra talar det för att förklaringen istället handlar om strukturell partiskhet.



I de kommande kapitlen kommer vi att analysera hur svenska nyhetsmedier bevakade valrörelsen 2018 och bedöma om resultaten kan förklaras av tesen om politisk partiskhet respektive tesen om strukturell partiskhet och medialisering. Innan dess finns det dock skäl att översiktligt beskriva tidigare forskning.

## **Tidigare forskning: en översikt**

Såväl i USA som i Sverige finns det en tämligen omfattande forskning med relevans för frågan om journalistikens politiska partiskhet, särskilt vad gäller (a) valrörelser och (b) den partipolitiska partiskheten. Eftersom den svenska debatten ofta präglas av den amerikanska finns det skäl att också nämna vad den amerikanska forskningen visar, innan vi går in på tidigare svensk forskning. Den har det något enklare att försöka fastställa om eller i vilken grad den politiska nyhetsjournalistiken präglas av politisk partiskhet, givet att det bara finns två partier och två kandidater i varje val (primärvalen utgör undantag). Om man lutar sig på den forskning som bygger på systematiska kvantitativa innehållsanalyser visar tidigare forskning att det finns lite som talar för *systematisk* politisk partiskhet i de traditionella nyhetsmedierna (D'Alessio, 2012; D'Alessio & Allen, 2000; Domke m fl, 1999; Farnsworth & Lichter, 2010; Lichter, 2017; Niven, 2002).<sup>2</sup> De mönster i den politiska journalistiken som

---

<sup>2</sup> Ett undantag som har fått mycket uppmärksamhet utgörs av Groseclose, 2011, som dock fått hård metodologisk kritik (se bland annat Nyhan, 2012; Gross m fl, 2012).

återfinns – och som gynnar eller missgynnar olika partier eller politiker – förklaras bättre av strukturell partiskhet och ekonomiska faktorer, däribland att tidningar anpassar sig till de politiska preferenserna i det egna utgivningsområdet (se exempelvis Gentzkow & Shapiro, 2010).

När det gäller svensk forskning har Asp (2011; Asp & Bjerling, 2014) och sedermera Johansson (2017) undersökt mediernas rapportering och partiskhet under valrörelserna 1979–2014. Dessa Medievalsundersökningar är unika då de sträcker sig över så lång tidsperiod och därmed möjliggör jämförelser över tid. Vad gäller frågan om politisk partiskhet bygger de i hög grad på ett så kallat aktörsbehandlingsindex, vilket är ett sammansatt mått av hur ofta en aktör får agera samt hur mycket och på vilket sätt samma aktör omtalas av andra aktörer. Dessa studier visar flera resultat som är relevanta i sammanhanget. För det första finns det alltid något eller några partier som gynnas respektive missgynnas av den bild som ges av valrörelserna. För det andra är det *olika* partier som gynnas eller missgynnas i olika val. För det tredje har likheterna i hur olika medier bevakar partierna ökat över tid, och för de tidningar som har en politisk färg på ledarsidan har utrymmet som ges åt det närstående partiet minskat över tid. Taget tillsammans leder detta Asp (2011, s. 143) till att konstatera att ”Även om det finns skillnader mellan olika nyhetsmedier är det likheterna i urval och tolkning och inte skillnaderna som utmärker svensk politisk journalistik. Det gör att om ett parti hamnar i ett ogynnsamt eller gynnsamt opinionsklimat slår det igenom i alla nyhetsmedier”.

Detsamma gäller i hög grad mediernas behandling av regeringsalternativen (Asp, 2011; Asp & Bjerling, 2014), och liknande resultat framkommer i studien av medievalrörelsen 2014 (Johansson, 2017).

I samband med valrörelserna 2006–2014 har frågan om den politiska partiskheten även undersökts av Strömbäck och Nord, som i sina studier utgår från partiernas förekomst i medierna, hur ofta partierna dominerar nyheterna och i vilken utsträckning nyheterna är vinklade på ett sätt som är positivt respektive negativt för partierna (Strömbäck, 2013; Nord & Strömbäck, 2018). Till att börja med visar dessa studier att partiernas synlighet varierar mellan de olika valrörelserna, men också att ett parti kan gynnas i ett avseende men missgynnas i ett annat. Ett tydligt exempel på det är Sverigedemokraterna, som i de senaste valrörelserna har fått en medieuppmärksamhet som kraftigt har överstigit deras stöd i opinionen, men som under valrörelserna 2010 och 2014 också fick en mer negativ bevakning. Samtidigt visar resultaten att de allra flesta nyheter – i genomsnitt 85 procent – var neutralt vinklade, men att negativa vinklingar var vanligare än positiva (Nord & Strömbäck, 2018). Det illustrerar vad som brukar kallas *negativ bias*, det vill säga att negativa nyheter generellt anses som bättre nyheter än positiva nyheter (Lengauer m fl, 2012; Patterson, 1993). Att ett plan kraschar kommer så att säga alltid ha ett större nyhetsvärde än att ett plan lyfte som det skulle. Likaså kommer det alltid att vara en större nyhet när eller om det visar sig att någon politiker är inblandad i en skandal än att politiker sköter sig som de förväntas.

Sammantaget talar den tidigare forskningen starkt för att svensk nyhetsjournalistik präglas av strukturell partiskhet och medialisering snarare än politisk partiskhet, och att det som styr svenska nyhetsmedier är nyhetsvärderingar snarare än politiska värderingar. Detta gäller åtminstone under valrörelser och i behandlingen av de politiska partierna. Forskning om hur det ser ut mellan valrörelserna är begränsad, men den forskning som finns visar också att svensk nyhetsjournalistik präglas av balans och opartiskhet (Hopmann m fl, 2017).

Frågan är dock hur det såg ut under valrörelsen 2018? Präglades nyhetsbevakningen av politisk partiskhet eller strukturell partiskhet och medialisering? Detta ska vi analysera i de kommande kapitlen.

## 3 Medievalsundersökningen 2018

Hur får man kunskap om hur nyhetsmedierna bevakat en valrörelse? Både mitt under brinnande valrörelse och snabbt efteråt kommenteras valrörelsen, och inte minst mediernas prestationer, i debatter och i medier av olika slag. De senaste åren har det också blivit vanligt att även forskare kort efter valet ger reflektioner kring den valrörelse som nyss tagit slut. I boken *Snabbtänkt* gjorde exempelvis närmare 100 forskare betraktelser och reflektioner kring valet 2018, ofta baserat på tidigare forskning och observationer som de gjorde under valrörelsen (Nord m fl, 2018).

Eftervälsdebatterna och partiernas valanalyser liksom journalisters och forskares reflektioner är alla värdefulla och ger insikter om hur valrörelser ser ut. Trots det rör det sig nästan aldrig om systematiska analyser. I alla fall inte av mediernas innehåll. Istället grundar sig analyserna på en mer impressionistisk läsning av vad medierna valde att ta upp och på vilket sätt.

Medievalsundersökningarna bygger däremot på kvantitativ innehållsanalys, vilket ger helt andra möjligheter till att dra tillförlitliga och generaliserbara slutsatser om hur medierna bevakade valet. Poängen med att systematiskt samla in och kategorisera nyhetsbevakningen

under valrörelserna är flera. Analyserna ger, precis som en surveyundersökning eller ett experiment, ett data-material utifrån vilket det går att dra generella slutsatser till en större population. Vi kan med siffror visa hur bevakningen såg ut och exempelvis analysera om olika skillnader som finns är statistiskt säkra. Resultaten går också att jämföra med tidigare undersökningar samtidigt som andra forskare kan kontrollera analyserna genom att analysera materialet på nytt. Fördelen är också att vi kan undersöka stora volymer av medie-innehåll (Karlsson & Johansson, 2018).

En annan fördel med att arbeta med analyser av kvantitativ innehållsanalys är att ”data slår tillbaka”, såsom Kent Asp en gång formulerade det på ett seminarium. Vad han menade var att även forskare kan ha förväntningar på vad resultaten ska visa, men att det ofta händer att resultaten inte stämmer överens med sådana förväntningar. Givetvis gäller detta all hypotestestande forskning där forskare ställer upp hypoteser som sedan testas. Ibland, och ganska ofta, får inte de uppställda hypoteserna stöd. Men Asps poäng var också att när vi gör innehållsanalys har vi ofta en bild av vad vi kommer att se, även om vi inte formulerar det som formella hypoteser. När vi kommer till resultaten kommer vi också att se exempel på att ”data slår tillbaka” även i Medievalsundersökningen 2018. Allt blev inte som vi kanske trodde.

I denna metodredovisning av Medievalsundersökningen 2018 ska vi beskriva hur urval av tidperiod, medier och innehåll gjorts. Vi ska också redovisa hur kategoriseringen, det vill säga kodningen av artiklarna

och inslagen, har gått till samt de tester som gjorts för att säkerställa att kodningen gjorts på ett systematiskt och tillförlitligt sätt.

Som redan nämnts är 2018 års Medievalsundersökning en sammanslagning av de studier som gjorts på JMG vid Göteborgs universitet sedan valet 1979 och undersökningar som genomförts vid Demicom, Mittuniversitet, sedan sekelskiftet. Dessa båda undersökningar har många likheter, men också skillnader. Målet har varit att i största möjliga mån försöka göra val som gör att de båda tidsserierna kan jämföras med tidigare undersökningar.

## **Rikstäckande nyheter de fyra sista veckorna av valrörelsen**

De göteborgsbaserade undersökningarna har omfattat de fyra sista veckorna av valrörelsen, medan sundsvallsstudierna har omfattat de tre sista veckorna. I Medievalsundersökningen 2018 ingår de fyra sista valrörelseveckorna, där etermedierna undersökts från söndagen den 12 augusti till dagen före valdagen. Undersökningsperioden för tidningarna är från 13 augusti till valdagen den 9 september. Med andra ord har 28 exemplar/sändningar analyserats för varje undersökt medium.

Båda de tidigare studierna har omfattat rikstäckande morgonpress, kvällspress och etermedier. 2018 års Medievalsundersökning omfattar två morgontidningar (Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet), två kvällstidningar (Aftonbladet och Expressen) och tre etermedier (Rapport i SVT, TV4 Nyheterna och

Ekot i SR). För etermedierna har huvudsändningarna undersökts, vilket för Rapport innebär sändningen klockan 19.30, för TV4 Nyheterna sändningen klockan 19.00, och för Ekot sändningen klockan 16.45. Alla dessa har tidigare varit med i de undersökningar som gjorts på JMG. Jämfört med Demicoms studier innebär det att Ekot har lagts till. Även om de stora mediernas redaktioners bevakning finns med innebär givetvis urvalet en form av undertäckning eftersom inte alla svenska nyhetsmedier ingår. Exempelvis fångar det bara in de rikstäckande nyhetsmediernas bevakning, då inte regionala och lokala nyhetsmedier ingår. Men inte heller alla riksmedier ingår. Tydligast är att inte Aktuellt i SVT ingår. Men oavsett detta är det vår bedömning att det med hjälp av detta urval går att uttala sig om de rikstäckande mediernas bevakning av valrörelsen.

I Medievalsundersökningen 2018 har de traditionella utgåvorna av respektive nyhetsmedier analyserats, vilket innebär att det är papperstidningarna för pressen och etermediesändningarna som undersökts. När båda tidsserierna startade var dessa utgåvor helt centrala, både för redaktionerna och för mediepubliken. Sedan dess har mycket hänt, både för mediernas sätt att publicera nyheter och för mediepublikens konsumtion, där mobilappar och digitala utgåvor har blivit allt viktigare. När Medievalsundersökningen startade i Göteborg i slutet av 1970-talet var det i princip en heltäckande undersökning om hur valet bevakades i de rikstäckande nyhetsmedierna. Den täckte i stort sett all nyhetsproduktion om valet som gjordes på riksnivå och därmed även den bild som väljarna kunde ta del av



via nyhetsmedierna. Situationen är givetvis helt annorlunda i dagens medielandskap. Hos några väcker det kanske frågan om vad Medievalsundersökningarna representerar. Helt klart är att de inte längre på samma självklara sätt som förr fångar in den redaktionella satsningen på valet eller den bild som medborgarna får av valrörelsen.

Asp och Bjerling (2014) konstaterar exempelvis att nyhetsmedier via ett ökat antal nyhetssändningar och nya satsningar i de traditionella kanalerna och publicering via den egna webben och sociala medier har ökat sin bevakning av valet. Centralt för denna undersökning är då frågan i vilken utsträckning som mediebilderna i de traditionella kanalerna speglar redaktionernas totala nyhetsutbud om valet. I det sammanhanget är en viktig distinktion mellan ett produktionsperspektiv och ett publikperspektiv. Med en allt mer diversifierad nyhetskonsumtion och publicering i många kanaler går det givetvis inte likställa publicering i traditionella kanaler med den bild som medborgarna möter. Den mest intressanta frågan är dock hur väl valrörelsebevakningen i nyhetsmediernas traditionella kanaler (print, tv och radio) speglar deras publicering på andra kanaler. Eftersom vi inte empiriskt har analyserat den frågan i samband med valrörelsen 2018 kan vi inte ge ett givet svar på den frågan, men de studier där jämförelser gjorts mellan mediernas bevakning av valet på olika plattformar visar på en stor överensstämmelse (Ghersetti, 2011). Utifrån detta tror vi oss kunna dra slutsatsen att de rikstäckande nyhetsmediernas bevakning av valrörelsen 2018 i traditionella kanaler ger en god bild av hur den såg ut generellt i dessa nyhetsmedier.

## Nyheter om valet till riksdagen

När det gäller urval av material är ett första kriterium att nyheten ska handla om politik och relatera till inrikespolitiska aktörer eller institutioner. Undantag kan göras då det rör en nyhet som tidigare eller via kontexten kan anses vara relevant för valrörelsen. Ett annat kriterium är att endast inslag/artiklar som har producerats av journalister ingår, vilket innebär att krönikor eller andra texter som inte produceras av journalister utgår. Fokus ligger på riksvälrörelsen, vilket innebär att nyheter om regionala och lokala val för morgontidningarnas spridningsområde, i första hand Stockholm, inte ingår. För nyheterna däremot en rikspolitisk kontext ingår de, som exempelvis nyheter om Nya Karolinska i Stockholm. I kvällspress samt radio och tv ses alla politiska nyheter som rikspolitiska även om ingen rikspolitiker ingår. Eftersom de är rikstäckande har alla nyheter i dem bedömts relevanta för en rikspublik. Nyheter på tidningarnas förstasida eller etermediesändningarnas löpsedlar ses inte som självständiga artiklar/inslag. Endast texter med fler än tio rader ingår. För radio och tv kodas alla inslag som uppfyller urvalskriterierna, oavsett hur långa de är.

Givet dessa kriterier ingår 1 645 nyhetsartiklar/inslag i Medievalsundersökningen 2018. De fördelas så som visas i tabell 3.1. I kapitel 4 förs mer detaljerade diskussioner om mängden nyheter som medborgarna kunde ta del av via de undersökta nyhetsmediernas traditionella kanaler under valrörelsen 2018.

**Tabell 3.1. Antal analyserade artiklar/inslag i  
Medievalsundersökningen 2018.**

|                   | Antal | Procent |
|-------------------|-------|---------|
| Morgonpress       | 482   | 29      |
| Dagens Nyheter    | 239   | 14      |
| Svenska Dagbladet | 243   | 15      |
| Kvällspress       | 784   | 48      |
| Aftonbladet       | 257   | 16      |
| Expressen         | 527   | 32      |
| Etermedier        | 379   | 23      |
| Rapport (SVT)     | 173   | 10      |
| Ekot (SR)         | 80    | 8       |
| TV4 Nyheterna     | 126   | 5       |
| Summa             | 1 645 | 100     |

## **Åtta variabelblock och 82 variabler**

Den kodbok som har använts för Medievalsundersökningen 2018 innefattar totalt sett 82 variabler (se appendix). Variablerna som ingår i undersökningen kan delas in i åtta block. Det första blocket (basinformation) innehåller variabler med syfte att identifiera artikeln/inslaget, dess plats och vilken typ av nyhet det rör sig om. Det andra blocket innehåller variabler som analyserar olika former av journalistisk synlighet. Som tredje block finns ett antal frågor som rör opinioner och opinionsundersökningar i nyhetsmedierna.

Ett fjärde block fångar in journalistisk form och stil, där frågan om artikeln/inslaget är beskrivande eller tolkande är central. Det femte blocket tar upp olika former av journalistiska gestaltningar (sak, spel och skandal) och hur de på olika sätt får utrymme i nyheterna. Det sjätte blocket rör aktörer och innehåll, det vill säga vilka aktörer som får framträda och agera, vad de pratar om, vem de pratar om och på vilket sätt. I det sjunde blocket sätter vi fokus på regeringsfrågan. Det är ett nytt block för 2018 års undersökning. Skälet är debatten före valrörelsen som starkt indikerade att regeringsfrågan skulle bli en central del av valrörelsen 2018, vilket också visade sig stämma (Eriksson, 2017). Alla ovanstående block analyserar artikeln/inslaget som helhet. Men andra ord ställer vi exempelvis frågan om artikeln eller inslaget som helhet gestaltar politik som sak, spel eller skandal, vem som där framträder mest, vad det handlar mest om och vem som andra pratar mest om.

I det åttonde och sista blocket går vi ner i detalj och kodar flera agerande aktörer, innehåll och omtalade aktörer. För varje artikel och inslag är det möjligt att koda fem aktörer, vilket innehåll de uttalar sig om och vem de talar om. Varje aktör kan omtala två aktörer, vilket innebär att det i varje nyhet kan förekomma fem olika aktörer, fem innehållsdelar och tio omtalade aktörer. Dessutom kan varje omtalad aktör omtalas på ett neutralt, negativt eller positivt sätt. Den som vill ha mer uttömmande principer för hur aktörer kodas hänvisas till den tekniska rapporten från 1998 års Medievalsundersökning (Asp, Johansson & Nilsson, 1998).

## Interkodarreliabilitet

Kvantitativ innehållsanalys bygger på att resultaten ska bli i princip desamma oavsett vem som genomför kodningen av innehållet. För att säkerställa en hög grad av reliabilitet har vi i Medievalsundersökningen 2018 gjort ett antal pilotundersökningar där vi gått igenom och testat våra variabler för att se att de går att koda och tolkas på samma sätt. För att på allvar säkerställa att kodningen inte avgörs av vem som gör kodningen har vi också genomfört ett antal interkodarreliabilitetstest. Ett interkodarreliabilitetstest syftar till att säkerställa att kodningen eller tolkningen av innehållet blir detsamma oavsett vilken person som gör själva kodningen – att kodningen blir *objektiv*. Detta för att garantera att andra personer ska komma fram till samma resultat om de skulle göra om studien (Karlsson & Johansson, 2018).

I Medievalsundersökningen 2018 har vi gjort interkodarreliabilitetstest på 95 artiklar, vilket är 6 procent av det totala antalet artiklar/inslag som ingår i studien. En tumregel är att 10 procent av urvalet ska testas, men om urvalet är större än 1 000 enheter brukar cirka 100 enheter räcka. Måttet för att mäta reliabiliteten är Holstis (1969) formel som bygger på procentuell överensstämmelse. Givetvis är målet att nå så hög överensstämmelse som möjligt, men kodning innefattar alltid olika grader av tolkning och att två personer skulle göra exakt samma bedömning är inte rimligt att förvänta sig. För variabler med endast två värden brukar en överensstämmelse på 80 procent ses som godtagbar. Innehåller variabeln upp till fyra

variabelvärden kan ett godkänt test vara 75 procent. I de fall som variabeln har ännu fler värden kan även en överensstämmelse på 70 procent vara tillräcklig.

I tabell 3.2 redovisas interkodarreliabiliteten för de olika block av variabler som nämndes tidigare. Block 1 som endast handlar om identifikation av materialet ingår inte i testet. Om vi först ser på den genomsnittliga överensstämmelsen så ligger den på 88 procent, vilket måste ses som mycket bra. För de allra flesta variablerna och blocken visar dock testet ett ännu bättre resultat, i flera fall 95 procent eller högre.

**Tabell 3.2. Interkodarreliabilitetsstest för Medievalsundersökningen 2018 fördelat på olika block av variabler (procent överensstämmelse).**

| Genom-<br>snitt | Journal.<br>synlighet | Opinioner<br>& op.mät. | Jour. form<br>& stil | Jour.<br>gestalt. | Aktör<br>& innehåll | Reg.<br>frågan |
|-----------------|-----------------------|------------------------|----------------------|-------------------|---------------------|----------------|
| 88              | 95                    | 97                     | 79                   | 90                | 76                  | 90             |

Två block har ett något lägre mått på överensstämmelse. Journalistisk form och stil når till exempel inte riktigt upp till 80-procentnivån, även om det är nära. Inte heller aktör- och innehållsvariablerna når över 80 procent. I det sistnämnda fallet ingår det emellertid långt mer än 30 variabelvärden, varför en överensstämmelse på 76 procent är klart godkänd. Överlag gör vi därför bedömningen att resultaten är tillförlitliga.

## 4 Nyhetsmedierna och dagordningen i valrörelsen 2018

Valrörelser har drag av ritual över sig där mycket känns igen. Valrörelsen som ritual är både beroende av partiernas kampanjande och nyhetsmediernas sätt att organisera och planera arbetet (Nord & Strömbäck, 2018). Även om det alltid testas nya kampanjmetoder och nya sätt att bevaka finns det ändå saker som alltid återkommer. Politiker tar fram valaffischer och valstugor och kampanjar i mångt och mycket på liknande sätt som skett sedan ett sekel tillbaka, även om det hela tiden finns en strävan hos partierna att förbättra och professionalisera kampanjerna (Esaïasson, 1990; Negrine, 2008; Nord & Strömbäck, 2018). Men även nyhetsmedierna är traditionstygda. Genomgångar av partiernas positioner i sakfrågor i nyhetsjournalistiken känns igen. Uppsnack och utvärdering av partiledarintervjuer och debatter är sedan länge en del av standardrepertoaren i nyheterna om valrörelsen. Vad vi sett de senaste valrörelserna är dock att nyhetsmedierna genom att själva arrangera debatter och utfrågningar mer eller mindre försöker göra sin egen valrörelse. Partiledarna verkar köpa upplägget och går från den ena mediekanalen till den andra. Det är länge

sedan som utfrågningar och debatter endast förekom i SVT och SR. Under valrörelsen 2018 var det också tydligt att medierna satsade mer på olika typer av faktakollar än under tidigare valrörelser.

Vilken bild av valrörelsen möter då väljarna? Hur mycket valbevakning får väljarna sig till livs och vad handlar den om? Vi ska i detta kapitel framförallt ta oss an frågan om mediedagordningen under 2018 års valrörelse. Redan nu kan vi säga att det bjuder på vissa överraskningar, medan andra saker är mer förväntade. Men först till frågan hur mycket valrörelse det egentligen var i nyheterna veckorna före valdagen.

## **Valrörelsen möter väljarna**

Tidigare analyser av den svenska valrörelsebevakningen har konstaterat att valrörelserna generellt sett har fått mindre plats i nyhetsbevakningen sedan slutet av 1970-talet och framåt (Asp & Bjerling, 2014). Slutsatserna är att nedgången till viss del kan förklaras av tabloidisering och försämrade ekonomiska förutsättningar. Men nyhetsjournalistiken i printmedier har också fått stryka på foten för satsningar på webbpublicering av nyheter. Förändringen gäller inte bara pressen, eftersom även etermedierna minskat sin bevakning av valrörelsen på traditionella plattformar. Webb och satsningar på valet i andra kanaler gör visserligen att valbevakningen totalt sett kanske är mer omfattande, men inte i de traditionella nyhetsprogrammen. Asp och Bjerling menar också att politikens plats i det gemensamma offentliga rummet har förändrats som en följd av en tilltagande specialisering och fragmenti-



sering. Istället för en stor gemensam scen finns det många små scener för de som är särskilt intresserade av politik (Asp & Bjerling, 2014).

Hur ser då bilden ut i valrörelsen 2018? Fortsätter de nedåtgående trenderna eller har något hänt? Ser vi till omfattningen av valbevakningen på traditionella plattformar är det – så som tidigare forskning visat – i de allra flesta fall mycket mindre omfattande valbevakning än tidigare decennier. Morgonpressen har lagt sig på en bevakning som är lägre idag jämfört med förr, men i nivå med de senaste valrörelserna. I Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet publicerades det under de fyra sista veckorna runt 250 nyhetsartiklar om valet i respektive tidning. Det kan jämföras med 1980- och 1990-talet, då antalet artiklar om valrörelsen ibland kunde vara det tredubbla.

För kvällspressen finns inte samma nedgång i valrörelsebevakningen. Antalet artiklar skiftar något under åren och numera är det en mer omfattande politisk nyhetsrapportering i kvällspressen än i morgonpressen i svenska valrörelser. Det skiljer sig från situationen före millennieskiftet, då förhållandet var det omvända. 2018 hade Expressen dessutom mer omfattande bevakning än Aftonbladet. Denna omsvängning påverkar i sig den generella bilden av medievalrörelsernas karaktär. Detta eftersom vi vet att nyhetsjournalistiken om politik och val skiljer sig mellan kvällspress och morgonpress (Asp & Bjerling, 2014; Johansson, 2017; Nord & Strömbäck, 2018).

I etermedierna, där inte samma strukturförändring skett som för pressen, är förändringarna mindre än för morgonpressen. Rapport och TV4 Nyheterna har

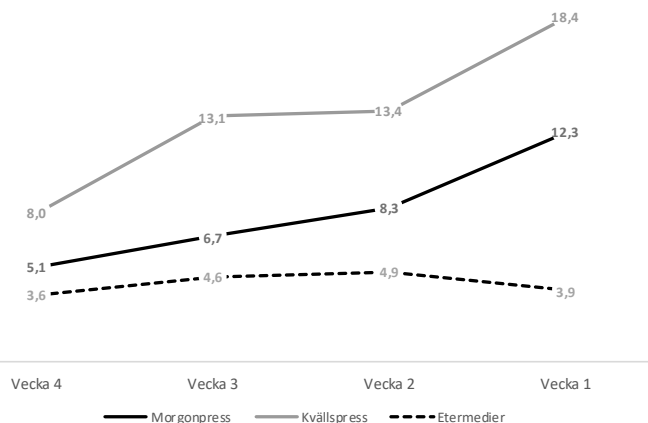
också sedan mitten av 2000-talet ökat sin bevakning av valrörelserna, medan det för Ekot ligger på ungefär samma nivå som tidigare. Den långsiktiga trenden är dock en något minskad sammanlagd bevakning i public service.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att de långsiktiga trenderna för valbevakningens omfattning på de traditionella plattformarna visserligen bekräftas ifråga om morgonpressen. Här ligger bevakningen kvar på en lägre nivå än tidigare, medan kvällspress (framförallt Expressen) och tv-nyheterna snarare verkar intensifiera sin valbevakning under de senaste valen och så även 2018.

Ser vi på hur mycket valbevakning som väljarna kunde ta del av under de fyra valrörelseveckorna är det helt klart så att det finns flest nyheter om valet i kvällspressen, följt av morgonpress och sist etermedierna (figur 4.1). Resultaten visar också att intensiteten i bevakningen ökar under valrörelseveckorna i pressen medan den i stort sett är oförändrad i etermedierna. Störst är ökningen i kvällspressen. När det var fyra veckor kvar kunde läsaren i snitt läsa åtta nyheter om valet varje gång det bläddrades i Aftonbladet eller Expressen. Motsvarande siffra var 18 per dag veckan före valdagen. På samma sätt dubblas antalet artiklar i genomsnitt från cirka fem till 12 i morgonpressen under valrörelsen. Men för de som lyssnade på Ekot, tittade på Rapport eller TV4 Nyheterna handlade fyra nyheter i varje huvudsändning om valrörelsen. Denna stabilitet ska ses som ett uttryck för etermediesändningarnas fasta struktur, där sändningstiden inte går att ändra utan är fastlagd. Inom dessa tidsramar ska valrörelse-

rapporteringen samsas med mer allmänna inrikes- och utrikesnyheter. I pressen och framförallt i kvällspressen finns det större möjlighet att lyfta fram olika händelser och ämnen beroende på nyhetsvärde. Att så många som i snitt 18 artiklar handlar om valet dagarna före valdagen indikerar att nyhetsvärdet för valrörelsen var högt.

**Figur 4.1. Antal nyhetsartiklar/inslag per dag under valrörelsens sista fyra veckor 2018 (artiklar/inslag/dag).**



**Kommentar:** Tabellen bygger på antal artiklar/nyhetsinslag i de tryckta utgåvorna för pressen och etermediesändningar för tv/radio. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT). Vecka 4=fjärde veckan före valdagen, Vecka 3=tredje veckan före valdagen, Vecka 2=näst sista valrörelseveckan, Vecka 1=veckan före valdagen.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

## På dagordningen I: Regeringsfrågan

En av de centrala frågorna när det gäller mediernas bevakning av valrörelser – och politik i allmänhet – handlar om *dagordningen*, det vill säga vilka frågor som får

stor uppmärksamhet i medierna. Det har betydelse för partierna, som vill att valrörelsen ska handla om de frågor som de själva driver och som de kan sägas ”äga” (Petrocik, 1996; Petrocik m fl, 2003; Walgrave m fl, 2009, 2015). Det har också stor betydelse för opinionsbildningen, då forskning återkommande visar att det finns samband mellan vilka frågor som finns på nyhetsmediernas dagordningar och vilka frågor människor tycker är viktiga samhällsfrågor (Djerf-Pierre & Shehata, 2017; McCombs, 2014; Shehata & Strömbäck, 2013a, 2013b).

När det gäller valrörelsen 2018 var det ingen som höjde på ögonbrynen när det inför den påpekades att regeringsfrågan skulle bli ett centralt tema (Eriksson, 2017). Opinionsläget hade visserligen svängt ganska kraftigt för många partier under mellanvalsperioden, men svårigheterna att bilda en regering med starkt stöd var länge uppenbara. De som förutspådde regeringsfrågans centrala plats i valbevakningen fick också rätt.

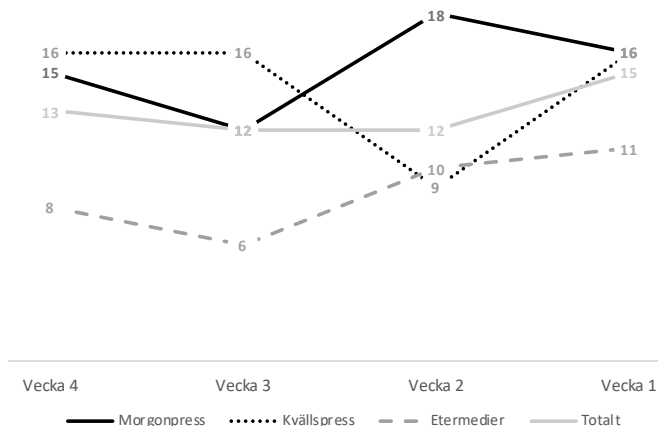
Av alla artiklar och nyhetsinslag som sändes under valrörelseveckorna tog 13 procent upp regeringsfrågan på nationell nivå. Endast några få inslag och artiklar tog upp hur politiska samarbeten skulle se ut i kommuner och landsting efter valdagen. Frågan är givetvis om 13 procent ska ses som mycket eller lite. I tidigare Medievalsundersökningar har inte regeringsfrågan mätts på exakt samma sätt som 2018, vilket försvårar jämförelser. Men regeringsfrågan har skattats på andra sätt; dels utifrån om artikeln/inslaget i huvudsak tagit upp regeringsfrågan eller vilket utrymme som regeringsfrågan fått totalt sett jämfört med alla andra frågor i en artikel eller inslag. Oavsett vilket

mått vi använder så stod regeringsfrågan i fokus mer i valrörelsen 2018 än tidigare valrörelser (Asp, 2011; Johansson, 2017).

Om vi granskar bevakningen lite mer i detalj är en fråga om intresset för regeringsfrågan ökade i takt med att valdagen närmade sig och om det fanns skillnader mellan olika medier i detta avseende. I figur 4.2. ser vi andelen nyheter om regeringsfrågan fördelat på mediegrupper under de fyra valrörelseveckorna. Som framgår fokuserade pressen något mer på regeringsfrågan än etermedierna, men det fanns även skillnader mellan olika nyhetsredaktioner. Det nyhetsmedium som fokuserade mest på regeringsfrågan var Dagens Nyheter, där var femte artikel (21 procent) berörde frågan om nästa regering. Minst intresse för regeringsfrågan finner vi i Ekot, där endast drygt fyra procent tog upp regeringsbildningen.

Med tanke på att regeringsfrågan blir mer relevant ju närmare valdagen vi kommer kunde man förvänta sig att nyhetsmedierna skulle fokusera mer på regeringsbildningen allt eftersom valrörelsen pågår. Någon sådan tendens visar resultaten bara för etermedierna, vilka ökar sitt fokus på regeringsfrågan de sista två veckorna före valet. För pressen ligger det ganska stabilt, där en vecka dock sticker ut nedåt för varje medietyp. Det är dock inte samma vecka. Slutsatsen är att dagspressen hade regeringsfrågan i fokus redan när valrörelsens sista månad startade, men att etermedierna lät frågan bli mer central sista valrörelseveckan.

**Figur 4.2. Andel nyhetsartiklar/inslag som tog upp regeringsfrågan under valrörelsens sista fyra veckor 2018 (procent).**



**Kommentar:** Figuren bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem olika typer av innehåll för varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT). Vecka 4=fjärde veckan före valdagen, Vecka 3=tredje veckan före valdagen, Vecka 2=näst sista valrörelseveckan, Vecka 1=veckan före valdagen.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

En sak är hur mycket regeringsfrågan togs upp. En annan sak är på vilket sätt. I Medievalsundersökningen 2018 gjorde vi en djupdykning i den frågan genom att undersöka (1) vilka olika regeringsalternativ som diskuterades, (2) om Sverigedemokraternas roll togs upp, och (3) om journalisten gjorde egna spekulationer om vilken regering som skulle kunna bli verklighet efter valdagen.

I stort sett alla artiklar och inslag om regeringsfrågan tog upp olika varianter av möjliga regeringsbildningar (tabell 4.1).

**Tabell 4.1. Regeringsfrågan i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 (procent).**

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| Allians/borgerlig regering         | 36  |
| Rödgrön/socialdemokratisk regering | 11  |
| Blocköverskridande regering        | 15  |
| Andra kombinationer/ingen tydlig   | 38  |
| Summa procent                      | 100 |
| Antal artiklar/inslag              | 202 |

**Kommentar:** Endast de artiklar/inslag där regeringsbildning på riksnivå tas upp ingår i analysen.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

I en dryg tredjedel (36 procent) av dessa låg fokus på de borgerliga partierna och dess möjlighet eller omöjlighet som regeringsbildare. En inte obetydlig del handlade om blocköverskridande regeringsalternativ (15 procent). En mindre del, sammanlagt 11 procent, diskuterade olika rödgröna regeringar. Men allra vanligast var ändå att det i inslag och artiklar inte fanns ett dominerande perspektiv. I 38 procent togs det upp olika varianter utan att något alternativ var i fokus.

Intressant är också att det finns skillnader i hur mycket och vilka regeringsalternativ som hamnade i centrum för olika redaktioners nyheter. Tydligt är att det i Expressen är vanligast med artiklar som rör en eventuell Alliansregering. Aftonbladet är den tidning som i allra högsta grad tar upp olika varianter av reger-

ingar där endast de rödgröna partierna är regeringsunderlag (18 procent). Resultaten skulle kunna tolkas som att det finns en tendens att nyhetssidorna går hand i hand med ledarsidan, men faktum är det allra vanligaste för alla redaktioner, förutom Expressen, är att fokus inte ligger en enskild kombination utan på många olika, både borgerliga och rödgröna, regeringsalternativ.

Frågan om Sverigedemokraternas roll för regeringsbildandet var något som aktualiserades redan efter valet 2014 och i Decemberöverenskommelsen. Även om ingen kanske trodde att frågan skulle dominera hela eftervalsdebatten och regeringsbildningen och till slut splittra Alliansen var frågan central i valrörelsen. En dryg tredjedel (36 procent) av alla artiklar om regeringsfrågan tog upp att partiet på något sätt skulle få inflytande över en ny regering, och det var framförallt i Svenska Dagbladet och Expressen som frågan restes.

Den sista frågan handlar om journalisternas spekulationer. I kapitel 5 kommer vi att gräva djupare i frågan om journalisternas synlighet, men vi ska här kort beröra den i relation till diskussioner om regeringsfrågan. Även om journalister inte dominerar som uttolkare visar resultaten nämligen att det är tämligen vanligt att journalisterna själva spekulerar kring olika regeringsalternativ. Mer specifikt visar resultaten att journalisterna spekulerar kring regeringsbildningen och vilka alternativ som är mer eller mindre sannolika i drygt en femtedel (22 procent) av artiklarna och inslagen. Det finns inget som direkt tyder på att medietyp skulle vara avgörande för om det förekommer



regeringsspekulationer från journalisternas sida. De nyhetsmedier där det är vanligast är i tur och ordning Svenska Dagbladet, TV4 Nyheterna och Rapport.

## **På dagordningen 2: Sakfrågornas 10-i-topp**

I Medievalsundersökningarnas historia har ibland enskilda frågor dominerat dagordningen i nyheterna månaden före valet. Tre exempel på detta är kärnkraften i valrörelsen 1979, löntagarfondsfrågan 1982 och miljön 1988. Över tid visar dock analyser att sakfrågekoncentrationen har minskat (Asp & Bjerling, 2014). Det har helt enkelt blivit ovanligare att en enskild fråga sätter sin prägel på medierapporteringen under valrörelsen. Istället är det ofta lite av ett smörgåsbord där frågor om ekonomi, sysselsättning och skatter får cirka en tredjedel av uppmärksamhet, men där skola, vård och omsorg från 1990-talet slut också fått större plats. De sistnämnda kallas ibland för mer mjuka livsvärldsfrågor, vilka över tid har kommit att hamna allt mer i centrum för valrörelsernas dagordning.

Valrörelsen 2014 stack dock ut från detta mönster då invandring och flyktingfrågan var den fråga som dominerade. Ungefär 20 procent av alla sakfrågor som togs upp i nyhetsmedierna handlade om detta sakområde. Det var framförallt kvällspressen som lyfte fram flykting- och invandringsfrågan, inte minst med egna redaktionella granskningar och reportage. Expressens serie ”Det nya landet” är ett exempel på sådana nyheter (Johansson, 2017).

**Tabell 4.2. Medievalrörelsens dagordning (topp-10-lista) i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 fördelat på olika mediegrupper (procent).**

|                       | Alla medier | Morgonpress | Kvällspress | Etermedier |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Värdfrågor            | 15          | 13          | 16          | 15         |
| Invandring/flyktingar | 13          | 13          | 14          | 12         |
| Polis/rättsväsende    | 10          | 8           | 9           | 12         |
| Miljöfrågor           | 10          | 8           | 10          | 12         |
| Skattefrågor          | 7           | 3           | 9           | 7          |
| Skola                 | 7           | 11          | 4           | 7          |
| Familjepolitik        | 4           | 6           | 4           | 4          |
| Ekonomi               | 4           | 4           | 3           | 4          |
| Sociala frågor        | 4           | 1           | 7           | 4          |
| Jämlikhet             | 4           | 2           | 5           | 4          |
| Övriga frågor         | 22          | 31          | 19          | 19         |
| Summa procent         | 100         | 100         | 100         | 100        |
| Antal                 | 2 335       | 778         | 977         | 580        |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem olika typer av innehåll för varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT).  
**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Med tanke på att frågor om invandring och integration – inte minst flyktinginvandring – har haft en framträdande plats i medierna och den politiska debatten under flera år (Bolin m fl, 2016; Strömbäck m fl, 2017), och inte minst efter hösten 2015 då ett rekordstort antal flyktingar sökte sig till Europa och Sverige, vore det inte förvånande om mediebilderna av 2018 års valrörelse liknade den från föregående val. Resultaten i tabell 4.2 visar dock att så inte riktigt var fallet. Visserligen var invandring- och flyktingfrågan central i nyhets-

medierna under valrörelsen 2018, men inte alls lika central som under 2014 års valrörelse. Under valrörelsen 2018 handlade 13 procent av alla sakfrågor i nyheterna om invandrings- och flyktingfrågor, vilket kan jämföras med 19 procent under valrörelsen 2014 (Johansson, 2017). Samtidigt låg frågan om invandring och flyktingar högre på dagordningen än under tidigare valrörelser. Som jämförelse fick den endast 4 procent av mediernas nyhetsutrymme i valet 2010.

Istället toppade vårdfrågor mediedagordningen (15 procent) under valrörelsen 2018, vilket är unikt i Medievalsundersökningarna. Även om vårdfrågor har fått mer uppmärksamhet sedan millennieskiftets valrörelser har de aldrig tidigare fått så stor plats på mediernas dagordning. Bakom dessa siffror finns ett antal saker som kan förklara uppgången. Generellt sett har sjukvårdsfrågor varit en fråga som legat högt upp på medborgarnas dagordning sedan länge (Martinsson & Weissenbilder, 2018), så även inför valåret 2018. Bakom dessa siffror finns också ett antal olika kampanjutspel av flera partier, där exempelvis vinster i välfärden, vårdköer, personalbrist och stafettläkare togs upp. Sedan diskuterades abortfrågan i valrörelsens slutskede och då ur ett vårdperspektiv. Men framförallt var det lagen om stöd och service till funktionshindrade (LSS) som fick stort genomslag, framförallt näst sista valrörelseveckan. Dessutom fick lokala frågor som exempelvis stängningen av BB i Sollefteå och turerna kring Nya Karolinska viss medieuppmärksamhet. Men dessa enskilda utspel och händelser speglar också en generell trend mot att valrörelser handlar mer om mjuka frågor än vad de gjorde några decennier tillbaka.

Två andra frågor fick också en skjuts uppåt jämfört med valrörelsen 2014 och tidigare valrörelser. Frågor om polis och rättsväsende brukar aldrig nå över 10 procent av nyhetsbevakningen, och inte sedan miljövalet 1988 har miljöfrågorna nått upp till nivåerna de fick i valrörelsen 2018. Miljöfrågorna var inte ens bland de 10 mest uppmärksammade frågorna i medievalrörelsen 2014, men låg nu på en delad tredjeplats om man ser till samtliga nyhetsmedier. En annan fråga som tog sig upp på listan var familjepolitik, vilket i hög grad kan tillskrivas det socialdemokratiska förslaget om familjeveckan.

Valrörelsen såsom den såg ut i nyhetsmedierna 2018 visar också med all tydlighet att Sverige befann sig i en högkonjunktur. Sysselsättningsfrågan, som oftast får ganska stort utrymme i mediedebatten, var i stort sett osynlig (2 procent). Även om ekonomi tar sig in på topp 10-listan (4 procent) är det avsevärt mindre uppmärksamhet än vad frågan fick 2014 (7 procent). En fråga som visserligen är med på listan, men som var betydligt mindre i fokus än 2014, är skolfrågan. Då var det en av toppfrågorna (12 procent), vilket den visserligen också var i morgonpressen 2018 (11 procent), men i kvällspressen och etermedier var inte skolan som sakfråga alls framträdande på samma sätt.

En intressant aspekt om man utgår från teorierna kring strukturell partiskhet och medialisering handlar om hur likartad eller olikartad dagordningen var i olika medier. Om teorin om strukturell partiskhet stämmer kan det förväntas att dagordningen var tämligen likartad i olika medier. Här visar resultaten att den generella bilden är att nyhetsvärderingen de facto

var ganska likartad. Om vi använder ett sammanfattande mått på likheten av dagordningar (ÖK)<sup>3</sup> visar resultaten att kvällspressen och etermedierna gjorde den allra mest likartade nyhetsvärderingen av olika sakfrågor (ÖK=.82), medan den minsta likheten fanns mellan morgonpress och de övriga mediegrupperna (ÖK=.76 för båda). Skillnaderna mellan mediegrupperna är dock inte stora och i stort rangordnades olika sakfrågor på ett likartat sätt. Men några avvikelser finns då skolfrågan var mer synlig i morgonpressen, medan sociala frågor (läs pensioner), jämlikhet och skattefrågor tog en större plats i kvällspressen.

Går vi ner på enskilda nyhetsredaktioner varierar måtten på överensstämmelse mellan .61 (Dagens Nyheter och Aftonbladet) och .78 (Expressen och TV4 Nyheterna). De flesta parvisa jämförelser mellan nyhetsredaktionernas dagordningar visar en överensstämmelse med en ÖK-koefficient på antingen runt .70 eller .75. Likheterna är därmed uppenbara om än inte absoluta. De redaktioner som skiljer ut sig mest är Aftonbladet och Ekot. Dessa redaktioners nyhetsvärdering liknar i något mindre utsträckning de andras (se appendix tabell 1).

---

<sup>3</sup> Likheten mellan olika mediegruppers dagordning beräknas som en överensstämmelsekoefficient (ÖK). ÖK bygger på att två procentfördelningar jämförs med varandra och anger grad av likhet eller överensstämmelse mellan de två procentfördelningarna. Om en fördelning 25%, 25% och 50% jämförs med fördelningen 20%, 25% och 55% blir den summerade procentdifferensen 10. Överensstämmelsekoefficienten blir i detta fall 0.95  $(1 - 0.10/2)$  (se Asp, 1986).

**Tabell 4.3. Medievalrörelsens dagordning (topp-5-lista) i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 fördelat på nyhetsredaktioner (procent).**

| DN               | SvD                        | Aftonbladet                | Expressen                 | Rapport                    | Ekot                       | TV4<br>Nyheterna |
|------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------|
| Invandr.<br>12 % | Invandr.<br>15 %           | Vård<br>20 %               | Invandr.<br>15 %          | Vård<br>14 %               | Miljö<br>16 %              | Vård<br>18 %     |
| Vård<br>12 %     | Vård<br>15 %               | Polis o<br>rättsv.<br>14 % | Vård<br>14 %              | Polis o<br>rättsv.<br>13 % | Polis o<br>rättsv.<br>14 % | Miljö<br>17 %    |
| Skola<br>9 %     | Skola<br>13 %              | Sociala<br>frågor<br>11 %  | Skatter<br>11 %           | Invandr.<br>11 %           | Vård<br>13 %               | Invandr.<br>14 % |
| Miljö<br>9 %     | Polis o<br>rättsv.<br>11 % | Invandr.<br>10 %           | Miljö<br>9 %              | Skatter<br>9 %             | Invandr.<br>10 %           | Skatter<br>8 %   |
| Ekonomi<br>8 %   | Miljö<br>8 %               | Miljö<br>10 %              | Polis o<br>rättsv.<br>8 % | Miljö<br>7 %               | Skatter<br>7 %             | Skola<br>8 %     |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem olika typer av innehåll för varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT). Antal innehållsdelar i DN (N=414), SvD (N=366), AB (N=370), Exp (N=632), Rapport (N=296), Ekot (N=146), Nyh (TV4) (N=165).

**Källa:** Medievalundersökningen 2018.

Ser vi på likheten genom att jämföra hur redaktionernas topp-fem-lista ser ut är likheten än mer slående (tabell 4.3). Invandring, vård och miljö finns med på alla sju redaktioners topplista även om inte rangordningen är exakt densamma. Av de övriga frågorna finns polis och rättsväsende med på fem, skola och skatter på tre. Sedan finns det några frågor som bara en redaktion prioriterar högt, exempelvis ekonomi i Dagens Nyheter och sociala frågor i Aftonbladet. Ekot har som enda redaktion miljöfrågan högst upp på dagordningen under valrörelsens sista fyra veckor.

Nyhetsmedierna gjorde med andra ord en ganska likartad värdering av hur nyheter ska bedömas under valrörelsen 2018. I stort sett var det samma frågor som värderades högt under valrörelsen, oavsett vilken nyhetsredaktion vi studerar. Det ligger i linje med teorin om strukturell partiskhet och att olika medier gör likartade nyhetsvärderingar.

### **På dagordningen 3: Olika veckor och olika dagordningar?**

Det är en sak att olika frågor generellt sett får olika mycket medieuppmärksamhet under valrörelsen. Men är det verkligen samma frågor som debatteras hela tiden? Oftast görs analyser av valrörelsen i nyhetsmedierna med fokus på hur den övergripande bilden ser ut. Men förändras dagordningen allt eftersom valrörelsen fortskrider? Att det blir mer fokus på regeringsbildning, opinionsundersökningar och själva valkampen är en sak (Johansson, 2006; Nord & Strömbäck, 2018), men hur såg det ut med sakfrågorna? Var det samma frågor i slutet som i början av valrörelsen? En inte allt för djärv gissning är att valrörelsens dagordning hade olika faser. Ibland kan det bero på partiets utspel eller debatter, i andra fall på saker som händer i samhället utanför kampanjen.

Att verkligheten tränger sig på har skett förr i den svenska valrörelsehistorien. Den galopperande statskulden inför valet 1994 och söldöden i västerhavet 1988 är några ganska sentida exempel. Inför valrörelsen 2018 drabbades Sverige av en lång värmebölja och torka. Sommaren började tidigt och verkade aldrig ta

slut. När det sedan började brinna i skogar runt om i Sverige fick situationen också krisstämpel. Detta påverkade givetvis debatten och partierna avtvingades klimatpolitik när valrörelsen tog sin början. Men det brann även på andra ställen. Under några augustikvällar tände ungdomsgång på en stor mängd bilar i vad som verkade vara samordnade attacker. Särskilt Göteborg drabbades av denna våg av bilbränder. Även dessa händelser diskuterades och då framförallt i valrörelsens inledning.

Men hur ser en mer systematisk genomgång av de fem största sakfrågorna ut vecka för vecka? Det är en sak att minnas de braskande rubrikerna, men påverkade händelserna i så hög grad dagordningen och höll uppmärksamheten i sig eller sjönk de undan allt eftersom valrörelsen pågick? I tabell 4.4 ser vi de sex största frågorna i nyhetsmedierna uppdelat på valrörelseveckorna.

Även om både miljö och polis/rättsväsende (dit lag och ordning hör) fick uppmärksamhet under hela valrörelsen var båda ändå mer synliga i valrörelsens inledning, vilket kan kopplas till vad som hände i Sverige under sommaren 2018. Även om det aldrig går att säga något säkert kan man inte låta bli att ställa sig frågan vad som hade hänt med valrörelsen om regnet hade uteblivit och värmeböljan och bränderna i skog och mark hade fortsatt? Hade det i så fall påverkat valrörelsen och i slutändan också valresultatet? På samma sätt kan man ställa sig frågan om vad som hänt om bilbränderna blivit en följetong. Kanske hade det då drivit valrörelsen i en helt annan riktning?



**Tabell 4.4. Medievalrörelsens dagordning (topp-6-lista) i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 (procent).**

|                 | Vecka 4 | Vecka 3 | Vecka 2 | Vecka 1 |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|
| Invandring      | 9       | 11      | 13      | 19      |
| Vård            | 12      | 10      | 26      | 10      |
| Polis o rättsv. | 17      | 11      | 4       | 7       |
| Skola           | 4       | 8       | 4       | 11      |
| Miljö           | 15      | 12      | 7       | 6       |
| Skatter         | 5       | 9       | 6       | 8       |
| Övriga sakfr.   | 38      | 39      | 40      | 39      |
| Summa procent   | 100     | 100     | 100     | 100     |
| Antal           | 590     | 489     | 639     | 622     |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem olika typer av innehåll för varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT). Vecka 4=fjärde veckan före valdagen, Vecka 3=tredje veckan före valdagen, Vecka 2=näst sista valrörelseveckan, Vecka 1=veckan före valdagen.

**Källa:** Medievalundersökningen 2018.

En fråga som startar lite lägre men sedan blir allt mer central är invandring- och flyktingfrågan. Från att ha fått 9 procent av all medieuppmärksamhet i valrörelsens inledning låg den på 19 procent strax innan det var dags att rösta. Nu ska det sägas att frågan kanske implicit trots allt var ännu större redan i valrörelsens inledande skede eftersom bilbränderna skedde i invandrartäta områden. Även när frågan inte gestaltades som en fråga om invandring och integration är det inte orimligt att tro att mediernas publik – eller delar av den – ändå tolkade den så. I slutet av valrörelsen, då frågan om invandring och flyktingar fick mest uppmärksamhet, var det inte oroligheter i städernas

förorter som upptog debatten utan andra frågor. Dit hörde förslag om att stoppa religiösa friskolor och rapportering om hur andra länders nyhetsmedier skrev om det svenska valet, där invandring och integration sades vara en dominerande fråga. Med tanke på att utländska mediers rapportering på detta sätt fick plats i svenska nyhetsmedier blev det något av en självuppfyllande profetia.

Vårdfrågornas stora plats på mediedagordningen har vi redan tagit upp, men dess stora dominans den näst sista veckan av valrörelsen bör ändå kommenteras igen. Under den veckan kretsade en fjärdedel av sakinnehållet i nyheterna kring vårdfrågor. Även om det finns ett antal utspel från flera partier (Liberalerna, Moderaterna och Socialdemokraterna) om mer pengar till vården var det assistansvården (LSS) som skapade de stora rubrikerna. Frågan om ersättning för stöd och service för funktionshindrade var en het potatis långt före valrörelsen startade och Socialdemokraterna hade tidigare under mandatperioden fått kritik för besparingar inom systemet. Under valrörelsens debatter lyckades Allianspartierna få fäste med frågan och sett över valrörelsen som helhet var debatten om LSS den enskilda fråga (förutom miljö) som betag i hela den politiska debatten.

Skattefrågor fick, liksom de brukar i svenska valrörelser, sin beskärda del. Alla partier diskuterade då och då i vilken utsträckning skatter borde höjas eller sänkas. Det var dock inget gemensamt perspektiv eller enskild skattefråga som partierna debatterade, utan det handlade om lite olika utspel och förslag från olika partier under hela valrörelsen. I tillägg till detta gjorde

redaktionerna sammanställningar av partiernas ståndpunkter i olika skattefrågor. Samma sak gällde för skolfrågorna. Utspel från partierna kombinerades med redaktionernas genomgångar av vilka förslag och positioner de olika partierna intog.

Sammantaget var det inte några väsensskilda valrörelser som nådde väljarna de fyra valrörelseveckorna, men tyngdpunkten såg lite olika ut. Om man så vill var det verkligheten som stod för dagordningen i början av valrörelsen, där externa faktorer såsom torka och bränder påverkade vilka frågor som togs upp. Sedan blev valrörelsen mer och mer en parti- och mediedriven historia där partiernas utspel kombinerades med mediernas granskningar och genomgångar av partiernas plattformar.

## **Mediernas urvalsmakt och medievalrörelsen 2018**

Frågan om mediernas makt över journalistikens innehåll handlar som vi redan berört i denna bok om mediernas urvalsmakt och tolkningsmakt (Asp, 1986). Vi kommer tillbaka till frågan om tolkningsmakten i kapitel 5. När det gäller dagordningen är det framförallt urvalsmakten det handlar om – vilka frågor som hamnar på mediedagordningen. I någon mening är ju givetvis all journalistik bestämd av journalisterna, men inflytandet över vad redaktionerna väljer ut kan vara större eller mindre (Ekman, 2019; Gans, 1980; Manning, 2001; Strömbäck & Nord, 2006). Ju mer beroende journalisterna är av att få information, desto större makt hos politikerna – och omvänt.

En förenklad bild av den svenska valrörelsehistorien är att kampanjerna under första hälften av 1900-talet var styrda av de politiska partierna. På många sätt var valrörelserna partiernas egendom (Esaiasson, 1990). De nära relationerna till dagspressen gjorde att man relativt lätt fick ut sin bild av vilka frågor som var viktiga. Lägg därtill att journalistiken i radion var starkt präglad av speglingsideal (Djerf-Pierre & Weibull, 2001). Valrörelserna var något som partierna styrde över och när väljarrörligheten var låg och människor mötte upp på valmöten bestämde partierna dagordningen – både i kampanjen och i medierna.

Med tv:s inträde på 1960-talet kom förändringens tid för valkampanjerna på flera olika sätt. Många tidningar fick svårt att få ihop ekonomin och tidningsdöden tilltog, vilket innebär att det uppstod tidningsmonopol på många orter. Som en strategi för att fånga nya läsare valde tidningarna successivt att bredda innehållet och tona ner eventuella kopplingar till partierna. Medierna blev därmed mer självständiga från de politiska partierna och journalistiken professionaliserades (Esaiasson & Håkansson, 2002; Weibull, 2019). Partierna kunde inte längre som förr diktera villkoren för hur de skulle synas i medieoffentligheten. Dessutom ökade väljarrörligheten (Oscarsson & Holmberg, 2016). Partierna kunde i allt mindre utsträckning förlita sig på en trogen väljarbas, även om andelen partibytare vad väsentligt lägre än idag. I valet 1960 hade 11 procent bytt parti jämfört med valet före, medan motsvarande siffra i valet 2014 var 35 procent (Valforskningsprogrammet, 2018).

För partierna innebar den nya situationen att man inte längre kunde ta mediernas uppmärksamhet för given. Därför blev det också vanligare och vanligare från 1960-talet och framåt att partierna anordnade presskonferenser, gjorde utspel och skapade mediehändelser, och mer generellt försökte professionalisera sina valkampanjer och sitt arbete för att påverka nyhetsmedierna och deras rapportering. När moderatledaren Gösta Bohman i valrörelsen 1979 bjöd in journalister till sitt sommarställe var det ett exempel på en så kallad pseudo-händelse (Boorstin, 1964), det vill säga en kampanjaktivitet som endast syftade till att fånga mediernas intresse. Genomslaget blev stort, inte minst eftersom bilden av Bohman i rutig skjorta, slidkniv och utedass bröt med mångas förväntningar på en moderat partiledare (Esaiasson, 1990).

Under 1970-talet och fram till slutet av 1980-talet ökade journalisternas makt över valrörelsen och vilka frågor som uppmärksammades. Asp har i sina analyser av valrörelserna visat att dagordningen i 1979 och 1988 års val i stor utsträckning styrdes av journalister. I 1979 års valrörelse ville politikerna exempelvis inte diskutera kärnkraft eftersom man skjutit den frågan framför sig till den kommande folkomröstningen 1980. Efter kärnkraftsolyckan i Harrisburg (USA) släppte journalisterna emellertid inte frågan, och den tog därför en stor plats på mediedagordningen i valrörelsen (Asp & Bjerling, 2014).

De senaste decennierna pekar allt mot att politikerna åtminstone delvis tagit tillbaka initiativet. Förändringen har i första hand att göra med en tilltagande professionalisering av de politiska partiernas

kampanjarbete (Falasca & Grandien, 2017; Nord, 2013; Nord & Strömbäck, 2018), men även andra faktorer har bidragit till att partierna fått mer makt över dagordningen under valrörelserna. En sådan är framväxten av internet, vilket bidragit till en helt ny kommunikativ infrastruktur där partierna har fått andra möjligheter i kampen om opinionen, utan att gå via medier som kontrolleras av journalister (Chadwick, 2013; Hendricks & Kaid, 2011; Karlsson m fl, 2013; Stromer-Galley, 2014). Dessutom har den förändrade lagstiftningen ifråga om politisk tv-reklam inneburit att villkoren för politisk kommunikation under valrörelsen gynnat de politiska partierna (Johansson & Grusell, 2013). Partierna har med andra ord fått ett större manöverutrymme att organisera och föra ut de politiska budskapen på sina egna villkor.

Valrörelserna har under de senaste decennierna inte lika klart kunnat definieras som journaliststyrda eller politikerstyrda. Kampen om dagordningen är just en kamp, både mellan olika politiska aktörer och mellan journalister och politiker. Lägg därtill att olika intresseorganisationer också försöker få in sina frågor i valdebatten. Asp och Bjerling menar i sina analyser av valrörelserna 1979–2010 att dagordningen under en valrörelse snarast är att betrakta som en rundgång mellan partier, medier och medborgare där medierna bidrar till att skapa en gemensam dagordning (Asp & Bjerling, 2014).

Ser vi på valrörelsen 2018 finns det inget som motsäger denna generella bild av nyhetsurvalet. Många av de frågor som fanns på mediedagordningen under valrörelsen var frågor som väljarna redan under hösten

2017 nämnde som viktiga samhällsfrågor (vård, invandring, skola och lag och ordning). Miljöfrågan sticker ut och illustrerar att vissa händelser kan bli en "game-changer". Sommarens torka och skogsbränder var till viss del en sådan, men när valrörelsen kom igång på allvar i kombination med att temperaturen sjönk och regnet började falla återgick valrörelsen till hur den brukar se ut. Det var utspel från partier och medierna agerade till viss del som konsumentupplysare om partiernas förslag i olika frågor. Den enda fråga som partierna på allvar lyckades få fram och som också debatterades flitigt var frågan om LSS, där den borgerliga Alliansen attackerade regeringen och också måste sägas ha lyckats relativt väl med den strategin.

Vad som är uppenbart när valrörelsen 2018 summeras är att medierna inte styrde innehållet i debatten: det formades i samspel mellan de politiska partierna och medierna. Men däremot styrde medierna i hög grad scenen där valrörelsen pågick. Aldrig förr har det funnits så många debatter, utfrågningar och intervjuer i olika medier och kanaler. En slutsats som vi drog redan 2014 var att olika redaktioner strävade efter att försöka "låsa in" valrörelsen i de egna formaten på olika plattformar – allt för att behålla publiken så länge som möjligt. Tendensen måste sägas gälla även för 2018. Trots att partierna satsade avsevärda resurser på egna plattformar på sociala medier och tv-reklam var det medierna som styrde scenen. Det var i mediernas debatter och utfrågningar som valrörelsen drevs framåt och konkurrensen mellan dem

var stenhård. Vår slutsats är också att partierna i stor utsträckning köpte spelplanen och deltog i fler utfrågningar och debatter än någonsin.

Men att bestämma vilka frågor som tas upp i valrörelsen är en sak. En helt annan är på vilket sätt valrörelsen gestaltas, vilket handlar om mediernas tolkningsmakt. I nästa kapitel ska vi därför förflytta fokus från mediernas urvalsmakt till mediernas tolkningsmakt och därmed till frågan om den medialiserade valrörelsejournalistiken.



## 5 Den medialiserade valrörelsejournalistiken

Valrörelsen och mediernas bevakning av den formas i en intensiv kamp mellan nyhetsmedier som konkurrerar om bra nyheter och publikens uppmärksamhet, mellan de politiska aktörerna som konkurrerar om medieuppmärksamhet och människors sympatier och ytterst röster, och mellan nyhetsmedierna och de politiska aktörerna som båda strävar efter att använda de andra för att uppnå sina syften (Nord & Strömbäck, 2018; Truedson & Johansson, 2017). Medan nyhetsmedierna behöver de politiska aktörerna för att få information och uttalanden, och som deltagare i olika utfrågningar, debatter och intervjuer, behöver de politiska aktörerna nyhetsmedierna för att nå ut till den breda allmänheten och påverka opinionen. Det strategiska målet för partierna är att maximera den gynnsamma publiciteten, vilket inbegriper både i vilken grad man får komma till tals i de frågor man själv vill och hur frågor, aktörer och förhållanden i verkligheten gestaltas (Nord & Strömbäck, 2018; Strömbäck & Esser, 2017; Strömbäck & Van Aelst, 2013).

Som diskuterades tidigare handlar teorin om politikens medialisering om att det under de senaste decennierna har skett en förskjutning i relationen

mellan politik och medier, där nyhetsmedierna över tid fått allt större makt och inflytande i den politiska kommunikationen (Asp, 1986; Asp & Bjerling, 2014; Esser & Strömbäck, 2014; Hjarvard, 2013; Strömbäck & Esser, 2014). Mediernas betydelse som arena för de politiska aktörerna är fortsatt stor, men vad som har förändrats är att nyhetsmedierna allt mer fungerar som aktörer (Esaiasson & Håkansson, 2002; Strömbäck, 2008, 2016). Det tar sig bland annat uttryck i att nyhetsmediernas *urvalsmakt* och *tolkningsmakt* har ökat över tid (Asp, 1986). Det tar sig också uttryck i att nyhetsmedielogen över tid har fått större betydelse både för vad som blir nyheter och hur nyheterna formas, och för de politiska aktörerna i deras strategiska och taktiska arbete med att påverka nyhetsmedierna och deras rapportering (Asp, 1986; Asp & Bjerling, 2014; Nord & Strömbäck, 2018; Strömbäck & Esser, 2014, 2015, 2017).

Politikens medialisering är dock ingen linjär process som fortgår i all oändlighet. Teoretiskt är det snarare så att dynamiken i relationen mellan nyhetsmedierna och de politiska aktörerna gör att när nyhetsmedierna har uppnått en viss grad av självständighet uppstår ett läge där graden av medialisering kan variera från ett år till ett annat eller från en kontext till en annan (Esser & Strömbäck, 2014; Strömbäck & Esser, 2014). Det kan exempelvis, som diskuterade i förra kapitlet, variera från en valrörelse till en annan.

Frågan är mot den bakgrunden i vilken grad den nyhetsjournalistiska bevakningen av valrörelsen 2018 präglades av medialisering. Att undersöka detta är ämnet för det här kapitlet, med fokus på några centrala

aspekter av nyhetsmediernas bevakning som i tidigare forskning har använts som indikatorer på medialisering och mediernas makt över det egna innehållet (se bland annat Asp & Bjerling, 2014; Strömbäck, 2013; Strömbäck & Dimitrova, 2011).

## **Sak eller spel: journalistikens gestaltningar av politik**

En av de mest framträdande teorierna när det gäller den nyhetsjournalistiska bevakningen av politik och samhälle samt mediernas effekter är den så kallade gestaltningsteorin (*framing theory*). Eftersom verkligheten är obegränsad medan mediernas format är begränsade handlar journalistik i hög grad om att välja och välja bort, och det gäller allt från val av ämnen och händelser till val av källor, bilder, ord och betoningar. Tillsammans bidrar dessa val till att forma de journalistiska gestaltningarna av det som nyheterna handlar om (Entman, 1983; Lecheler & de Vreese, 2018; Shehata, 2015).

Centralt i det här sammanhanget är att det finns journalistiska gestaltningar som följer av nyhetsmedielogiken respektive den politiska logiken. Ett bra exempel på detta handlar om hur politik som sådant gestaltas. Inom forskningen brukar man här skilja mellan gestaltandet av politik som sak (*sakgestaltning*) respektive politik som spel och strategi (*spelgestaltning*) (Aalberg m fl, 2012, 2017; Cappella & Jamieson, 1997; Patterson, 1993, 2017; Strömbäck, 2013; Zoiner, 2018). När politik gestaltas som sak handlar journalistiken

om innehållet i politiska förslag, politiska åsikter i sakfrågor eller förhållanden i verkligheten med relevans för politikens sakinnehåll. Det senare kan exempelvis handla om arbetslösheten och dess utveckling. När politik gestaltas som spel handlar journalistiken istället om politiska strategier, opinioner och opinionsmätningar och vem som vinner eller förlorar i kampen om opinionen, vem som vinner eller förlorar i olika förhandlingar eller policyprocesser, och om *hur* politik bedrivs (för en genomgång av forskning på området, se Aalberg m fl, 2012). En annan form av gestaltning som – åtminstone under perioder – är återkommande är skandalgestaltningar. De präglas av att journalistiken gestaltar politik som skandal, där skandalerna kan handla om allt från beteenden som är moraliskt eller juridiskt klandervärda till uttalanden som framställs som om de vore skandalösa (Johansson, 2006; Ekström & Johansson, 2008, 2019).

Om man kopplar detta till frågan om medialisering och nyhetsmedielogiken är det vanligt att betrakta spelgestaltningar och skandalgestaltningar som indikatorer på att medieinnehållet är präglad av nyhetsmedielogiken och strukturell partiskhet snarare än någon form av politisk logik, medan sakgestaltningar snarare betraktas som en indikator på att den politiska logiken väger tyngre än medielogiken (Gulati m fl, 2004; Nord & Strömbäck, 2018; Patterson, 1993; Strömbäck & Dimitrova, 2011; Zaller, 2001). Förekomsten av dessa gestaltningar är relevant att undersöka också eftersom forskning visar att spelgestaltningar bidrar till minskat politiskt intresse och till

minskat förtroende för såväl politiker som för medierna själva (se exempelvis Cappella & Jamieson, 1997; de Vreese & Elenbaas, 2008; Hopmann m fl, 2015; Schuck m fl, 2013; Shehata, 2014; Zoiner, 2018).

Tidigare forskning har visat att den genomsnittliga andelen nyheter som gestaltar politik som sak sjönk mellan valrörelserna 2002 och 2014, medan andelen nyheter som gestaltar politik som spel och skandal har varierat mer men med en långsiktig tendens att spelgestaltningar har blivit vanligare (Nord & Ström-bäck, 2018).

Skandaler blir generellt sett vanligare i politisk nyhetsjournalistik (Allern & Pollack, 2012), men under 2000-talets valrörelser skiftar det en del. I valrörelser såsom 2002 och 2006 var valstugereportaget i SVT och Liberalernas dataintrångsskandal något som präglade valrörelsen och som också diskuterats i relation till valresultatet (Asp, 2006a). Valrörelsen 2010 var i princip fri från politiska skandaler (Asp, 2011), medan valet 2014 återigen hade några skandaler. De som fick störst genomslag var avslöjanden om att svenska myndigheter hjälpt till att bygga en vapenfabrik i Saudi-Arabien och kandidater från Sverigedemokraterna som uttalat sig främlingsfientligt på sociala medier. Båda dessa hade sin grund i journalistiska avslöjanden, från SR och Expressen (Johansson, 2017). Nivån på politiska skandaler var något högre 2018 än 2014, och kan delvis kopplas till journalistiska avslöjanden. Expressen gjorde återigen en granskning av kandidaters beteende på sociala medier, men störst genomslag fick Aftonbladets granskning av kandidaters reseräkningar, vilket ledde till att flera politiker frånsade sig sin kandidatur.

Vissa skandaler skedde dock utan att journalisterna granskade. Jimmie Åkesson uttalanden om P3 som en ”skitkanal” och hans uttalande om invandrare i SVT:s slutdebatt hör hit.

**Tabell 5.1. Gestaltningarna av politik i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 fördelat på mediegrupper (procent).**

|                       | Alla medier | Morgonpress | Kvällspress | Etermedier |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Sakgestaltning        | 43          | 54          | 30          | 57         |
| Spelgestaltning       | 46          | 39          | 57          | 33         |
| Skandalgestaltning    | 11          | 7           | 13          | 10         |
| Summa procent         | 100         | 100         | 100         | 100        |
| Antal artiklar/inslag | 1 590       | 469         | 754         | 367        |

**Kommentar:** Nyheter där gestaltningen inte kunde bedömas har uteslutits från analysen. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Ett återkommande mönster har varit att sakgestaltningar är vanligare i morgonpress än i kvällspress och i Rapport och Aktuellt jämfört med TV4 Nyheterna. Dessa studier har dock omfattat medievalsundersökningen under de tre sista veckorna före valet, till skillnad från denna studie som omfattar de fyra sista veckorna. De omfattar också delvis olika medier. I vilket fall visar resultaten om man ser till samtliga medier och medietyper att spelgestaltningar var något vanligare än sakgestaltningar under valrörelsen 2018, men skillnaden är liten (tabell 5.1). Bryter man ned resultaten är det uppenbart att det finns stora skillnader mellan olika typer av medier. Medan sakgestaltningar är vanligare än spelgestaltningar i morgonpress och etermedier är spelgestaltningar vanligare i kvällspress. Även skandal-

gestaltningar är vanligare i kvällspressen än i de övriga medietyperna.

Skillnaderna finns inte bara mellan medietyper: de finns också mellan olika medier. Vanligast förekommande är sakgestaltningar i Ekot och Rapport, följt av Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter (tabell 5.2). Spelgestaltningar är vanligast förekommande i Expressen och Aftonbladet, följt av TV4 Nyheterna. Även skandalgestaltningar är vanligast i dessa medier. Av resultaten framkommer även att det finns en markant skillnad mellan nyhetsprogrammen i TV, där TV4 Nyheterna är mycket mer benägna att gestalta politik som spel än vad Rapport är. Detta ligger i linje med tidigare forskning, som tyder på att det finns samband mellan graden av kommersialisering och förekomsten av spelgestaltningar (Aalberg m fl, 2017; Nord & Strömbäck, 2018; Strömbäck & Van Aelst, 2010). Ett skäl antas vara att det är lättare att dramatisera rapporteringen och locka publik när politik gestaltas som spel (och skandal) jämfört med när den gestaltas som sak (Iyengar m fl, 2004).

**Tabell 5.2. Gestaltningarna av politik i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 fördelat på nyhetsredaktioner (procent).**

|                    | DN  | SvD | AB  | Expr. | Rapport | Ekot | TV4<br>Nyh |
|--------------------|-----|-----|-----|-------|---------|------|------------|
| Sakgestaltning     | 54  | 55  | 33  | 29    | 60      | 71   | 44         |
| Spelgestaltning    | 37  | 40  | 52  | 59    | 32      | 17   | 44         |
| Skandalgestaltning | 9   | 5   | 15  | 12    | 8       | 12   | 12         |
| Summa procent      | 100 | 100 | 100 | 100   | 100     | 100  | 100        |
| Antal              | 232 | 237 | 248 | 506   | 165     | 77   | 125        |

**Kommentar:** Nyheter där gestaltningen inte kunde bedömas har uteslutits från analysen.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

En annan aspekt handlar om dynamiken under valrörelsen. Ur ett demokratiskt perspektiv kan det argumenteras för att sakgestaltningar är att föredra framför spelgestaltningar, inte minst då människor behöver information om såväl förhållanden och problem i verkligheten som vilken politik som partierna går till val på för att kunna rösta på ett genomtänkt sätt. I och med att allt fler väljare bestämmer sig under valrörelsen för vilket parti de ska rösta på, och att drygt var tionde väljare under de senaste valrörelserna bestämmer sig först på valdagen (Oscarsson & Holmberg, 2016), är information om politikens innehåll inte mindre viktig i takt med att valdagen närmar sig. Snarare tvärtom. Ändå visar det sig att andelen sakgestaltade nyheter sjunker kraftigt under valrörelsen, och framförallt under den sista veckan. Från den fjärde veckan före valdagen till den sista veckan sjönk andelen sakgestaltade nyheter från att vara i genomsnitt 50 procent till 37 procent. Omvänt ökade andelen spelgestaltade nyheter från i genomsnitt 48 till 55 procent, medan andelen skandalgestaltade nyheter ökade från 2 till 8 procent. Ur det perspektivet blir valbevakningen knappast bättre – men mer dramatiserad – när valdagen närmar sig. Detta var dock inte unikt för 2018: samma mönster har visat sig i tidigare studier (Johansson, 2006; Nord & Strömbäck, 2018).

## **Den medierade och medialiserade opinionen**

En viktig aspekt av journalistikens gestaltningar av politik som spel och strategi handlar om publicerandet av opinionsmätningar (Aalberg m fl, 2012, 2017). Det



gäller särskilt om opinionsmätningarna avser vilket parti som människor tänker rösta på eller vilket betyg de ger åt partiledarna efter debatter och utfrågningar. Den typen av opinionsmätningar kallas ofta *horse race-polls*, eftersom de så tydligt ger bilden av att politik handlar om en kapplöpning. Redan när den moderna tekniken för opinionsmätningar utvecklades väckte de stort intresse hos medierna, och utgör nu förtiden en viktig del av den politiska nyhetsjournalistiken (Holtz-Bacha & Strömbäck, 2012; Petersson, 2008). Mediernas användning av opinionsmätningar är dock inte oproblematisk. Dels är det ett faktum att opinionsmätningar inte bara speglar opinionen – de påverkar den också (Hardmeier, 2008; Moy & Rinke, 2012; Mutz, 1998). Dels visar studier att medierna ofta brister både när de redovisar nya opinionsmätningar, i det att de inte publicerar den typ av statistisk basinformation som är nödvändig för att kunna granska och förhålla sig till resultaten (Strömbäck & Jendel, 2012). Det handlar exempelvis om den exakta frågeformuleringen, när opinionsundersökningen genomfördes och felmarginalen. Studier visar också att medierna ofta brister när det gäller att ta hänsyn till de statistiska osäkerheterna när de redovisar och tolkar resultaten (Bhatti & Pedersen, 2016; Larson, 2003; Pétry & Bastien, 2013). En svensk studie visar exempelvis att morgontidningarna och kvällstidningarna gjorde fel i drygt 40 procent av de fall där de redovisade och tolkade resultat av opinionsmätningar som de själva beställt, och att de förändringar eller skillnader mellan opinionsmätningar som diskuterades i mer än hälften

av fallen låg inom den statistiska felmarginalen – det vill säga att det inte var statistiskt säkerställt ens att det fanns någon förändring (Oleskog Tryggvason & Strömbäck, 2018).

Mediernas publiceringar av opinionsmätningar är dock ett bra mått på medialisering, genom att de skaffar sig en trippelroll när de själva beställer opinionsmätningar: de beställer dem, rapporterar om dem och tolkar resultaten (Petersson m fl, 2006; Petersson, 2008). Därmed skaffar de sig ett starkt grepp över problemformuleringsprivilegiet i en viktig del av den politiska nyhetsjournalistiken.

Under valrörelsen 2018 publicerade de undersökta nyhetsmedierna totalt 92 redovisningar av opinionsmätningar, vilket motsvarar 6 procent av artiklarna och inslagen. Flest publicerades i Expressen (28), följt av Svenska Dagbladet (17), Dagens Nyheter (16), Aftonbladet (15), TV4 Nyheterna (11) och Rapport (5). Det enda av de undersökta nyhetsmedierna som inte publicerade någon opinionsredovisning var Ekot. Jämfört med valrörelsen 2014 tyder detta på en ökning, men jämfört med valrörelserna 2002–2010 tyder det på en viss minskning.<sup>4</sup>

En närmare analys visar att nyhetsmedierna själva var uppdragsgivare till 78 procent av de opinionsmätningar som redovisades i det egna mediet, och i övriga fall handlar det genomgående om medierna återrapporterar vad mätningar beställda av andra medier

---

<sup>4</sup> Studierna av de tidigare valrörelserna omfattade valbevakningen under de tre sista veckorna före valdagen men inte Ekot. Dessa skillnader har tagits hänsyn till vid jämförelsen.

visar. Åtminstone under valrörelser är det relativt ovanligt att medierna redovisar opinionsmätningar som har gjorts av aktörer utanför medierna (Nord & Strömback, 2018). Det vanligaste är vidare att opinionsmätningarna antingen handlar om människors partisympatier eller om deras sympatier för partiledarna, vilket omfattar såväl förtroende för partiledarna som hur ”folket” betygsätter partiledarnas prestationer i utfrågningar eller debatter (tabell 5.3).

**Tabell 5.3. Opinionsundersökningarnas objekt i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018.**

|                     | Antal | Procent |
|---------------------|-------|---------|
| Partisympati        | 55    | 60      |
| Politikersympati    | 18    | 20      |
| Sakfrågor           | 11    | 12      |
| Regeringsalternativ | 3     | 3       |
| Annat               | 5     | 5       |
| Summa               | 92    | 100     |

**Kommentar:** Procentbasen utgörs av antalet nyheter som innehåller redovisningar av opinionsmätningar.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Om man slår ihop de opinionsredovisningar som handlar om partisympati, politikersympati och regeringsfrågan innebär det att 83 procent av de publicerade opinionsredovisningarna utgör en del av och bidrar till gestaltandet av politik som spel. Endast 12 procent handlade om människors uppfattningar i olika sakfrågor. Med andra ord: genom att beställa den här

typen av opinionsmätningar bidrar medierna – framförallt tidningarna – aktivt till gestaltandet av politik som spel (för tidigare valrörelser under 2000-talet, se Nord & Strömbäck, 2018).

I 60 procent av fallen förekommer försök att förklara opinionen eller förändringar av opinionsläget. Dessa försök till förklaringar fokuserade oftast – i 42 procent av fallen – på partiledarna, som därmed tillskrevs en stor betydelse för hur det går för partierna. Detta trots att forskning visar att partiledarnas självständiga betydelse för valresultaten, efter att man har tagit hänsyn till sådant som väljarnas och partiernas ideologiska placering, är begränsad (Aarts m fl, 2011; Oscarsson & Holmberg, 2016). I andra hand fokuserade förklaringarna på partiernas politik eller ideologi (32 procent), och i tredje hand på kampanjerna (6 procent).<sup>5</sup>

Liksom tidigare visar det sig att medierna fortsatt brister när det gäller att redovisa den statistiska basinformation som behövs för att bedöma och förhålla sig till mätningarna och deras resultat, och som rekommenderas av internationella organisationer som exempelvis *World Association for Public Opinion Research* (WAPOR). Uppdragsgivare redovisas i de flesta fallen (88 procent), men sämre är det med den övriga informationen (tabell 5.4). Generellt är tidningarna bättre än etermedierna på att redovisa detta: i övrigt är det svårt att se några tydliga mönster kopplade till medietyp. Den övergripande slutsats som kan dras av detta är att samtliga medier har mycket kvar att arbeta med

---

<sup>5</sup> I 20 procent av fallen har förklaringarna klassificerats som ”annat”.

innan de kan sägas leva upp till ganska grundläggande krav på vilken typ av statistisk basinformation som ska redovisas i samband med att resultaten av en ny opinionsmätning publiceras. Visserligen är det troligtvis ganska få som är intresserade av denna typ av information, men den är inte desto mindre viktig

**Tabell 5.4. Redovisning av statistisk basinformation i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 (procent).**

| Andel nyheter som redovisar ... |    |
|---------------------------------|----|
| ... exakt frågeformulering      | 42 |
| ... antal tillfrågade           | 64 |
| ... population                  | 41 |
| ... felmarginal                 | 15 |
| ... insamlingsmetod             | 54 |
| ... uppdragsgivare              | 88 |

**Kommentar:** Procentbasen utgörs av antalet nyheter som innehåller redovisningar av opinionsmätningar. N=92.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Mediernas intresse för opinionen och opinionsläget stannar dock inte vid redovisningen av egna eller andras opinionsmätningar. Därutöver är det tämligen vanligt att medierna på olika sätt refererar till opinionen, opinionsläget eller opinionsmätningar, utan att specificera exakt vad som avses. Referenser till opinionen kan exempelvis fungera som en vinkel i ett reportage eller som en fond i bevakningen av valrörelsen eller delar av den. Totalt förekommer referenser till opinionen eller opinionsläget i 20 procent av alla artiklar och inslag. Mest vanligt är det i tidningarna

och i TV4 Nyheterna, och minst vanligt i Ekot. I topp ligger Svenska Dagbladet (24 procent), följt av Dagens Nyheter och TV4 Nyheterna (22 procent), Aftonbladet (21 procent), Expressen (19 procent), Rapport (14 procent) och, på sista plats, Ekot (6 procent).

Att medierna ofta publicerar och själva är uppdragsgivare till opinionsmätningar, att dessa ofta fokuserar på det politiska spelet, och att medierna därutöver relativt ofta refererar till opinionen och opinionsläget visar att medierna fungerar som aktiva aktörer i den politiska kommunikationen. De speglar inte endast opinionen. De är med och formar den. Detta får i sin tur betydelse både för medborgarna och de politiska partierna. Dels kan – som tidigare nämndes – medborgarna påverkas av bilden av opinionsläget (Mutz, 1998; Moy & Rinke, 2012), dels påverkas partierna och deras kampanjer av hur det går för dem i kampen om opinionen (Strömbäck, 2012). Det kan också påverka mediebevakningen, både genom att nyhetsvärdet ökar för partier som det ser ut att gå bra för och genom att medierna använder opinionsläget som en utgångspunkt för den fortsatta bevakningen. Särskilt problematiskt är detta när journalister drar slutsatser om och försöker förklara förändringar mellan olika opinionsmätningar trots att förändringarna inte är statistiskt säkerställda och mycket väl kan vara ett utslag av slump (Oleskog Tryggvason & Strömbäck, 2018). Dock skiljer sig medierna åt, och genomgående är Ekot, följt av Rapport, det nyhetsmedium som är försiktigast i sin användning av opinionsmätningar och referenser till opinionen eller opinionsläget.

## Beskrivande eller tolkande journalistik?

Ett uttryck för medialiseringen och att medierna har flyttat fram sina positioner under de senaste decennierna är att nyhetsjournalistiken i lägre grad än förr fungerar som arena för andra aktörer och i högre grad ingriper i och tolkar politiska skeenden (Esser, 2008; Esser & Umbricht, 2014). Om idealet förr var att spegla så har det sedermera förändrats till att i allt högre grad granska och tolka (Barnhurst, 2014; Djerf-Pierre & Weibull, 2001, 2008; Patterson, 1993), även om det finns skillnader mellan olika länder och journalistik-kulturer (Esser & Umbricht, 2013, 2014; Salgado & Strömbäck, 2012; Salgado m fl, 2017). En mer passiv journalistisk hållning har kompletterats med eller ersatts av en mer aktiv journalistisk hållning och av att journalisterna själva framträder oftare som aktörer. För svensk del visar tidigare forskning att det gäller såväl etermedierna som tidningarna (Asp & Bjerling, 2014; Djerf-Pierre & Weibull, 2001, 2008; Djerf-Pierre m fl., 2013; Ekström, 2006; Nord & Strömbäck, 2018).

Det finns olika sätt att undersöka i vilken grad journalister framträder som aktörer och i vilken grad journalistiken är tolkande (för en översikt, se Salgado & Strömbäck, 2012). Några indikatorer när det gäller tv-nyheterna är om (a) det förekommer en studieintervju med en journalistisk aktör där den senare implicit eller explicit får rollen som kommentator eller expert, (b) om nyhetsankaret intervjuar en reporter på fältet, (c) om det förekommer en så kallad journalistisk stå-uppa där journalisten syns i bild och berättar om eller kommenterar det inslaget handlar om, och

(d) i vilken grad en journalist – till skillnad från politiker eller annan nyhetskälla – får säga de avslutande orden och därmed får ”sista ordet” i ett nyhetsinslag (så kallad ”wrap-up”). Av dessa är det vanligaste att en journalist får de avslutande orden i ett nyhetsinslag, följt av att ett nyhetsankare i studio intervjuar en journalistisk aktör. Det förra förekommer i 48 procent av alla tv-inslag, medan det senare förekommer i 19 procent. Som jämförelse förekommer det en journalistisk stå-uppa i 5 procent av inslagen medan intervjuer med en reporter på fältet förekommer i 2 procent av inslagen. Med ett undantag är dessa former av journalistisk synlighet vanligare i TV4 Nyheterna än i Rapport (tabell 5.5).

**Tabell 5.5. Journalistisk synlighet i tv-nyheter under valrörelsen 2018 (procent).**

|                                    | Rapport | TV4 Nyheterna | Totalt |
|------------------------------------|---------|---------------|--------|
| Studiointervju med journalist      | 12      | 29            | 19     |
| Intervju med journalist på fältet  | 1       | 3             | 2      |
| Journalistisk stå-uppa             | 4       | 7             | 5      |
| Journalist får de avslutande orden | 36      | 62            | 48     |

**Kommentar:** Procentbasen utgörs av antalet nyheter i Rapport (N=173) och TV4 Nyheterna (N=126).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Ett annat mått på tolkande journalistik och att en journalist framträder som aktör handlar om förekomsten av så kallade nyhetsanalyser, det vill säga artiklar eller inslag där en journalist tilldelas rollen som analytiker eller kommentator. För tidningarnas del handlar det om artiklar som har någon form av vinjett, exempelvis ”nyhetsanalys”, som signalerar att det handlar om



en tolkande och analyserande artikel. För etermedie-nyheterna del har en bedömning av genre gjorts. Av de undersökta nyheterna under valrörelsen 2018 utgjordes totalt 14 procent av nyhetsanalyser, medan 81 procent har klassificerats som vanliga nyhetsartiklar eller inslag. De övriga procenten handlar om intervjuer, sakpolitiska guider och – i ett fåtal fall – så kallade instruktiva nyheter. Vanligast var nyhetsanalyser i TV4 Nyheterna (25 procent), följt av Aftonbladet (21 procent), Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet (13 procent), Expressen (11 procent), Ekot (10 procent) och Rapport (8 procent).

Ytterligare ett mått på graden av journalistiskt tolkande utgörs av om det i nyheterna förekommer tydligt värderande kommentarer eller uttalanden från journalistens sida (Salgado & Strömbäck, 2012). Enligt det klassiska journalistiska objektivitetsidealet ska journalistiken vara saklig och opartisk, och medan saklighetskravet innebär att det journalistiska innehållet ska vara sant och relevant innebär opartiskhetskravet att den journalistiska presentationen ska präglas av balans och neutralitet (Westerståhl, 1972; se även Johansson, 2015 och McQuail, 1992). Tydligt värderande kommentarer eller uttalanden från journalisternas sida kan ses som brott mot dessa ideal. Trots det förekommer åtminstone någon tydligt värderande kommentar från journalistens sida i 51 procent av nyheterna, med en viss ökning i takt med att valdagen närmar sig. Medan 43 procent av nyheterna innehöll värderande kommentarer när det var fyra veckor kvar till valet ökade andelen till 55 procent sista veckan före valdagen.

Särskilt vanliga var värderande kommentarer från journalistens sida i Aftonbladet, men med undantag för Ekot är det vanligt förekommande i samtliga nyhetsmedier (tabell 5.6). Resultaten visar också att de var vanligare i TV4 Nyheterna än i Rapport, men däremot går det inte att säga att de är vanligare i morgontidningarna än i kvällstidningarna eller vice versa. Medietyp tycks med andra ord inte vara avgörande, åtminstone inte på tidningssidan.

**Tabell 5.6. Förekomst av värderande uttalanden från journalistens sida i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 (procent).**

|                   | Procent | Antal |
|-------------------|---------|-------|
| Dagens Nyheter    | 55      | 239   |
| Svenska Dagbladet | 47      | 243   |
| Aftonbladet       | 63      | 257   |
| Expressen         | 53      | 527   |
| Rapport           | 44      | 173   |
| Ekot              | 14      | 80    |
| TV4 Nyheterna     | 52      | 126   |

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Att en så stor andel av nyheterna innehåller värderande kommentarer eller uttalanden från journalistens sida indikerar att även det som till formen ser ut som raka nyheter kan vara tolkande eller innehålla journalistiska tolkningar. Att bara utgå från nyheter som *explicit* är tolkande och analyserande underskattar därmed förekomsten av tolkande journalistik. Ett mått på förekomsten av tolkande journalistik som avser att

komma runt detta handlar om ifall nyheterna präglas av ett beskrivande eller tolkande *journalistiskt förhållningssätt* (Strömbäck, 2013; Nord & Strömbäck, 2018). Med ett tolkande journalistiskt förhållningssätt avses att nyheterna inte bara fokuserar på vad som har hänt, vad någon har sagt eller gjort eller vad någon har föreslagit, utan också på varför någon har sagt eller gjort något, vad det betyder i ett vidare sammanhang eller händelsernas eller uttalandenas vidare innebörd. För att en nyhet ska anses ge uttryck för ett tolkande journalistiskt förhållningssätt krävs det att journalisten *i viktiga avseenden* har gjort sina egna tolkningar och vinklingar, det vill säga att journalistens tolkningar spelar *en framträdande roll* i nyheterna.

En analys av det journalistiska förhållningssättet under valrörelsen 2018 visar att i snitt 74 procent präglades av ett beskrivande och 26 procent av ett tolkande journalistiskt förhållningssätt. Dessa resultat skiljer sig från tidigare studier där andelen nyheter med ett tolkande journalistiskt förhållningssätt varit högre (Nord & Strömbäck, 2018). Det finns tre möjliga förklaringar till detta. En är att ett tolkande journalistiskt förhållningssätt har blivit mindre vanligt. En annan är att Ekot inte ingick i tidigare studier. En tredje är att tidigare studier har omfattat de tre sista veckorna före valet medan den här studien omfattar de fyra sista veckorna.

Bryter man ned resultaten på vecka visar det sig att andelen nyheter med tolkande journalistiskt förhållningssätt varierar utan att det finns någon tydlig trend.

När det var fyra veckor kvar till valet präglades 29 procent av ett tolkande journalistiskt förhållningssätt, och den andelen minskade sedan till 21–22 procent för att sedan öka till 32 procent veckan före valet. Bryter man ned resultaten på olika redaktioner visar det sig ett tydligare mönster (tabell 5.7).

**Tabell 5.7. Beskrivande och tolkande journalistiskt förhållningssätt i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 (procent).**

|               | DN  | SvD | AB  | Exp. | Rapport | Ekot | TV4 Nyh |
|---------------|-----|-----|-----|------|---------|------|---------|
| Beskrivande   | 74  | 75  | 63  | 72   | 85      | 90   | 71      |
| Tolkande      | 26  | 25  | 37  | 28   | 15      | 10   | 29      |
| Summa procent | 100 | 100 | 100 | 100  | 100     | 100  | 100     |
| Antal         | 239 | 243 | 257 | 527  | 173     | 80   | 126     |

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Som framgår var ett tolkande journalistiskt förhållningssätt vanligast i Aftonbladet, följt av TV4 Nyheterna och Expressen. Minst vanligt var det i Rapport och Ekot. Det finns inget som tyder på att ett tolkande journalistiskt förhållningssätt har blivit vanligare under 2000-talet, men däremot är det framträdande i de flesta av nyhetsmedierna. Undantagen är främst Ekot och Rapport. Mönstret från tidigare valrörelser – att ett tolkande journalistiskt förhållningssätt är vanligare i kvällspress än i morgonpress och i TV4 Nyheterna än i public service-nyheterna – kvarstår samtidigt (Nord & Strömbäck, 2018; Salgado m fl, 2017).

## Sammanfattning och slutsatser

Av såväl tidigare forskning som bevakningen av valrörelsen 2018 att döma råder det inte mycket tvivel om att den svenska politiska nyhetsjournalistiken i hög grad är medialiserad, formad av nyhetsmedierna själva och nyhetsmedielogiken (Asp, 2014; Asp & Bjerling, 2014; Johansson, 2017; Strömbäck, 2008, 2013; Nord & Strömbäck, 2018). Denna logik är i sin tur formad av nyhetsmediernas format, organisation och resurser, yrkesmässiga normer och behov av att fånga publikens uppmärksamhet (Altheide & Snow, 1979; Asp, 2014; Esser, 2013; Hjarvard, 2013; Landerer, 2013; Mazzoleni, 2008; Strömbäck & Esser, 2014). Den kan därför ses som en del av den strukturella partiskheten. Just när det gäller den politiska nyhetsjournalistiken har två faktorer särskild betydelse. Den ena handlar om att flertalet medier är kommersiella och att samtliga medier ständigt måste konkurrera om publikens uppmärksamhet (Landerer, 2013). Den faktorn kan kopplas till graden av marknadsorientering som en viktig komponent av nyhetsmedielogiken (Esser, 2013). Den andra faktorn handlar om journalistikens strävan efter oberoende och självständighet från politiska aktörer (Zaller, 2001). Den kan kopplas till den journalistiska professionalismen som en annan viktig del av nyhetsmedielogiken (Esser, 2013; Strömbäck & Esser, 2014).

Medialiseringen tar sig bland annat uttryck i gestaltandet av politik som spel respektive som skandal snarare än som sak, genom intresset för och resurserna som ägnas åt att beställa, rapportera om och tolka opinionsundersökningar och att dessa handlar om det politiska

spelet snarare än om sakfrågorna, genom den journalistiska synligheten, genom den frekventa förekomsten av journalistiskt värderande ord och uttalanden, och genom att en betydande andel av nyheterna präglas av ett tolkande snarare än journalistiskt förhållningssätt.

Samtidigt varierar graden av medialisering mellan de olika medierna. Även om resultaten skiljer sig åt beroende av vilken indikator på medialisering det handlar om är ett återkommande mönster att Ekot innehåller vad som kan sägas är den rakaste, minst tolkande och minst medialiserade bevakningen. Ett annat mönster är att nyhetsrapporteringen i Rapport är mindre medialiserad än nyhetsrapporteringen i TV4 Nyheterna. Ett tredje mönster är att kvällspressen fokuserar mer på det politiska spelet och politiska skandaler, och att den är något mer tolkande, än morgonpressen (Nord & Strömbäck, 2018).

En fråga är samtidigt om de olika elementen av medialisering och indikatorerna på att journalistiken fungerar som en aktör hänger samman? Medan det är begränsat med tidigare forskning kring detta finns det studier som exempelvis visar att spelgestaltningar och ett tolkande journalistiskt förhållningssätt hänger samman (Reinemann m fl, 2017).

En analys av detta visar de facto att det finns ett samband mellan gestaltandet av politik som spel och skandal å ena sidan och ett tolkande journalistiskt förhållningssätt och förekomsten av tydligt värderande kommentarer eller uttalanden från journalistens sida å den andra. När politik gestaltas som sak förekommer sålunda värderande uttalanden från journalistens sida i 38 procent av artiklarna och inslagen, medan

motsvarande andel för nyheter där politik gestaltas som skandal är 54 procent och för nyheter som gestaltar politik som spel 65 procent. Det tyder på att journalistiken känner sig friare att kommentera och värdera det nyheterna handlar om när politik gestaltas som spel och skandal än när nyheterna gestaltar politik som sak.<sup>6</sup>

På likartat sätt är ett tolkande journalistiskt förhållningssätt vanligare i nyheter som gestaltar politik som spel och skandal än i nyheter som gestaltar politik som sak. Av de sakgestaltade nyheterna präglas sålunda endast 17 procent av ett tolkande journalistiskt förhållningssätt, medan motsvarande andel av de skandalgestaltande nyheterna är 27 procent och av de spelgestaltande nyheterna 36 procent. Med andra ord är sannolikheten för ett tolkande journalistiskt förhållningssätt högre när politik gestaltas som spel eller skandal än när politik gestaltas som sak.<sup>7</sup>

Annorlunda formulerat innebär detta att den svenska politiska nyhetsjournalistiken under valrörelser är mer försiktig med att tolka, kommentera och värdera olika händelser och skeenden när nyheterna handlar om politikens sakinnehåll eller sakliga förhållanden i verkligheten med relevans för politikens sakinnehåll jämfört med när nyheterna handlar om det politiska spelet eller skandaler. Kanske handlar det om att nyhetsjournalistiken är mer rädd för att anklagas för partiskhet när den behandlar politikens sakinnehåll än

---

<sup>6</sup> Sambandet (Cramer's V) är .026 och signifikant.

<sup>7</sup> Sambandet (Cramer's V) är 0.21 och signifikant.

när den handlar om det politiska spelet, och att journalistiken upplever större tolkningsfrihet när det handlar om det politiska spelet eller skandaler. En annan – kompletterande och inte nödvändigtvis konkurrerande – förklaring kan vara att nyhetsjournalistiken fokuserar så mycket på det politiska spelet och skandaler som den gör därför att det tillåter en högre grad av tolkningsfrihet och självständighet från de politiska aktörerna. Exempelvis har Zaller (2001) föreslagit vad han kallar ”regeln om produktersättning”, enligt vilken journalistiken kan förväntas fokusera mer på det politiska spelet och annat än vad de politiska aktörerna vill tala om ju mer de politiska aktörerna ägnar sig åt att försöka styra nyhetsmedierna och ju skickligare de blir på olika strategier och taktiker för nyhetspåverkan. Att fokusera på det politiska spelet kan ur ett sådant perspektiv ses som en motstrategi som medierna använder för att värna sitt oberoende när de politiska aktörerna blir allt skickligare på olika strategier och taktiker för nyhetspåverkan. Det illustrerar att den politiska nyhetsrapporteringen alltid formas i ett samspel mellan de politiska aktörerna och nyhetsmedierna.



## 6 Den politiserade valrörelsejournalistiken

I detta kapitel ska vi ta oss an frågan om politisk partiskhet i nyhetsmediernas rapportering om valrörelser. Som vi diskuterade tidigare är debatten om politisk partiskhet ständigt pågående och brukar alltid aktualiseras både före, under och efter en valrörelse. I valrörelsen 2018 framförde exempelvis några företrädare för Moderaterna argumentet att bevakningen av klimatfrågan i valrörelsens inledning var ett sätt för medierna att se till att Miljöpartiet skulle klara sig kvar i riksdagen<sup>8</sup>. Försvaret av klimatbevakningen var att det inte handlade om någon politiskt motive-rad bevakning utan om en generell nyhetsvärdering. Anklagelser om partisk journalistik förekom dock intressant nog inte ifråga om bilbränderna i augusti, vilket med samma resonemang borde gynna partier som har lag och ordning som profilfrågor. Dock förekom det påståenden om att själva händelserna hade politiska motiv, vilket tillbakavisades av åklagare.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> <https://www.aftonbladet.se/nyheter/samhalle/a/A2VBqA/forskare-riktar-kritik-mot-m-toppar-jamfor-med-trump>

<sup>9</sup> <https://www.metro.se/artikel/d%C3%A4rf%C3%B6r-ska-du-inte-sprida-vidare-rykten-om-bilbr%C3%A4nderna>  
<https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/yvjpLe/aklagaren-avfardar-politiskt-motiv-bakom-bilbranderna>

Så ser debatten ut, men när vi närmar oss frågan om politisk partiskhet i detta kapitel kommer vi att gå mer systematiskt tillväga. Först ska vi på ett antal olika sätt undersöka på vilket sätt olika politiska aktörer faktiskt gynnades eller missgynnades av mediernas bevakning av valrörelsen 2018. Som exemplen ovan visar kan ju samma utfall bedömas på helt olika sätt. Den första frågan är om det fanns någon skillnad i hur olika politiker och partier gynnades, medan nästa fråga handlar om vad denna eventuella skillnad beror på. Med andra ord bör man skilja mellan frågan om huruvida olika partier gynnas respektive missgynnas och frågan om vad förklaringen bottnar i och om skillnaderna i bevakningen av partierna är skälig eller inte.

Utgångspunkten för studier av partiskhet, så som det studeras i detta kapitel, är att aktörer (politiker och partier) kan gynnas och missgynnas i nyhetsmediernas bevakning på olika sätt. Det handlar om hur 1) bilden av aktörerna ser ut (uppmärksamhet, hur de behandlas och hur de relateras till varandra), 2) bilden av sakfrågorna, som kan speglas i medierna genom uppmärksamhet, hur de tas upp och relateras till andra sakfrågor. Central här är teorin om sakfrågeägarskap, vilket handlar om att vissa partier är starkare än andra i vissa frågor (Walgrave m fl, 2009). Kopplat till partiskhet betyder det att vissa partier gynnas mer än andra när medierna fokuserar på vissa frågor. Sedan kan dessa kombineras 3) genom att aktörer kopplas samman med olika sakfrågor. Att gynnas handlar då om aktörerna får framträda i de sakfrågor som de ser som sina profilfrågor (Asp, 1988; Asp & Bjerling, 2014).

I det här kapitlet kommer vi att fokusera på den första aspekten, det vill säga bilden av aktörerna i nyhetsmedierna. Vi kommer att komma tillbaka till de två andra aspekterna i kapitel 7 där vi sammanfattar huvudresultaten av Medievalsundersökningen 2018. Där kommer vi också resonera om hur resultaten ska tolkas, det vill säga om vad som kan förklara att mediernas rapportering eventuellt gynnade vissa partier mer än andra.

## **Opinionsbärarna och uttolkarna – politiker och journalister i valbevakningen**

Vi ska börja med att knyta an till analyserna av medialisering i kapitel 5. Analyserna där visade att valjournalistiken är starkt medialiserad och att journalisternas tolkningar och bedömningar tar en betydande plats i nyheterna, särskilt när valjournalistiken gestaltas som ett spel om makten eller politiska skandaler briserar. Journalisterna har utan tvivel tagit en allt större plats som uttolkare av valrörelserna. Förändringen är dock inte begränsad till bevakningen av valrörelser utan är en del av en generell förändring av nyhetsjournalistiken, där nyhetskommentarer och journalisters analyser och tolkningar av samhällsskeenden blivit vanligare (Asp & Bjerling, 2014, Djerf-Pierre m fl, 2013, Nord & Strömbäck, 2018).

En aspekt av detta handlar om hur ofta journalister tar plats i nyhetsflödet som *aktörer*, särskilt jämfört med politiker. Sammantaget visar resultaten att journalister och politiker är de stora aktörsgrupperna när vi studerar hur mycket utrymme olika aktörer får i

valrörelsen (tabell 6.1). Detta oavsett vilka mediegrupper som analyseras. Av de aktörer som förekom i valbevakningen 2018 utgjorde politiker drygt 60 procent, medan en femtedel utgjordes av journalister. Därefter kom myndigheter, som fick mer täckning i morgonpress och etermedier jämfört med kvällspressen. Allmänheten, organisationer (till exempel fackföreningar eller andra intresseorganisationer) samt enskilda aktörer (framförallt experter av olika slag) får dela på resten och ingen av dem är särskilt framträdande. Medievalrörelsen är med andra ord i allt väsentligt politikernas och journalisternas arena.

**Tabell 6.1. Uppmärksamhet för olika aktörsgrupper i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 fördelat på mediegrupper (procent).**

|                     | Alla medier | Morgonpress | Kvällspress | Etermedier |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Politiker           | 63          | 61          | 65          | 62         |
| Myndigheter         | 6           | 8           | 4           | 8          |
| Organisationer      | 3           | 4           | 2           | 3          |
| Enskilda aktörer    | 2           | 2           | 3           | 1          |
| Allmänhet/väljare   | 3           | 2           | 4           | 3          |
| Medier/journalister | 21          | 20          | 21          | 22         |
| Övriga              | 2           | 3           | 2           | 1          |
| Summa procent       | 100         | 100         | 100         | 100        |
| Antal               | 11 203      | 3 468       | 5 630       | 2 096      |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Medieuppmärksamhet kan dock handla om flera olika saker. Det kan dels handla om att göra eller säga något som uppmärksammas, dels att bli omtalad av andra i medierna. I en valrörelse handlar det inte bara om att framträda själv utan också ofta om att värdera vad andra vill, gör eller har gjort. I valtal, intervjuer, debattartiklar och sociala medier pratar politiker om sig själva och vad de vill göra och har gjort, men de relaterar också sina uttalanden till andra politiker, ofta med beröm eller kritik. Denna dynamik mellan att få framträda och att omtalas kommer vi att återkomma till. Även journalister omtalar andra och då ofta vad politiker säger och gör. Inte sällan ingår det tolkande inslag i dagens mer kommenterande journalistik (se kapitel 5), exempelvis tolkningar av vad olika utspel betyder eller om en viss strategi är framgångsrik eller inte.

Begränsar vi mediebilden till hur ofta aktörer agerar, det vill säga framträder med egen röst genom att svara på frågor, göra utspel eller på andra sätt vara aktiva, blir bilden något annorlunda jämfört med förra analysen (tabell 6.2). Framförallt förändras relationen mellan journalister och politiker i det att politikernas andel kraftigt sjunker och journalisternas ökar. Det har givetvis att göra med att medierna fungerar både som en arena och en aktör. När medierna fungerar som arena framträder politiker och omtalas av andra. Nyheterna fungerar dock i första hand som journalisternas arena, vilket framkommer av resonemang i förra kapitlet om journalisternas synlighet. Över tid har denna synlighet ökat, och det på politikernas bekostnad (Asp & Bjerling, 2014). Visserligen är det fortfarande

så att politiker oftare agerar jämfört med journalister, men skillnaden är inte stor. På den övergripande nivån är relationen 45 mot 40 procent till politikernas fördel, och ännu mindre när det kommer till morgonpressen.

**Tabell 6.2. Uppmärksamhet som agerande aktör för olika aktörsgrupper i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 fördelat på mediegrupper (procent).**

|                     | Alla medier | Morgonpress | Kvällspress | Etermedier |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Politiker           | 45          | 42          | 46          | 46         |
| Myndigheter         | 3           | 3           | 2           | 3          |
| Organisationer      | 3           | 4           | 2           | 2          |
| Enskilda aktörer    | 4           | 5           | 5           | 2          |
| Allmänhet/väljare   | 4           | 2           | 6           | 5          |
| Medier/journalister | 40          | 41          | 38          | 41         |
| Övriga              | 1           | 2           | 1           | 1          |
| Summa procent       | 100         | 100         | 100         | 100        |
| Antal               | 5 248       | 1 582       | 2 610       | 1 056      |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Vad gäller övriga aktörer är deras andel som agerande aktörer blygsam, men det finns en förskjutning för myndigheter som oftare omtalas än agerar. Även ”enskilda aktörer”, där experter ingår, och väljare agerar oftare än de omtalas.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Någon kanske undrar hur det går ihop med att politiker och även journalister ofta hänvisar till väljare och opinionslägen. Men i kodningen av Medievalsundersökningen ska det syfta på specifika personer eller grupper för att väljare ska ingå i analysen. Att allmänt referera till att väljarna tycker det ena eller det andra eller att spekulera om hur väljarströmmar går fångas inte in i denna analys.

Det finns all anledning att gräva lite djupare i frågan om och på vilket sätt journalister och politiker uppmärksammas. Bakom siffrorna för journalisternas relativt stora plats i medievalrörelsen ligger ett stort antal nyhetsanalyser/-krönikor och ett generellt stort fokus på valrörelsen som ett spel (se kapitel 5). När nyheterna gestaltar politik som sak görs 66 procent av alla aktörsframträdanden av en politiker, medan förhållandet är det motsatta när nyheterna gestaltar politik som spel (tabell 6.3). Då är journalisterna agerande aktörer i 57 procent av alla framträdanden. När nyheten gestaltas som en skandal är det ungefär lika vanligt med politiker som journalister som agerande aktör. Med andra ord är journalisterna framförallt framträdande då det politiska spelet är i fokus. När sakfrågor tas upp är politikerna i centrum.

**Tabell 6.3. Uppmärksamhet som agerande aktör för politiker och journalister i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 fördelat på sak-, spel- och skandalgestaltning (procent).**

|               | Sak   | Spel  | Skandal |
|---------------|-------|-------|---------|
| Politiker     | 66    | 43    | 49      |
| Journalister  | 34    | 57    | 51      |
| Summa procent | 100   | 100   | 100     |
| Antal         | 1 818 | 2 151 | 387     |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

## **Jakten på att synas och höras**

Valrörelser är på många sätt en ovanlig situation. Visserligen präglas offentligheten av ett ständigt brus där många röster söker uppmärksamhet, men valrörelser är särskilt intensiva och fungerar som ett kommunikativt rum där politiska aktörer, journalister och olika intresseorganisationer mobiliserar för att få inflytande över vad som ska sägas och på vilket sätt det sägs. Kampen för att synas och berätta om sina prioriteringar är med andra ord hård.

En första fråga när partiskhet diskuteras är uppmärksamhet för de som bär upp olika sakfrågor och ideologier, det vill säga de politiska partierna. Kort sagt: vilken uppmärksamhet fick de politiska partierna i nyheterna de fyra sista veckorna före valdagen 2018?

Tidigare analyser av de svenska valrörelserna visar att medierna i stor utsträckning har en opinions-speglande princip för nyhetsvärderingen. Med det menas att det finns ett samband mellan hur stora partierna är enligt opinionsmätningar och vilket utrymme de får i medierna. Samtidigt finns det en viss utjämnande effekt där mindre partier får mer utrymme än vad deras opinionsstöd indikerar. På samma sätt får större partier oftast inte riktigt så stort utrymme som det stöd de har i väljarkåren (Asp & Bjerling 2014; Johansson, 2017; Nord & Strömbäck, 2018).



**Tabell 6.4. Politiska partier i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018, väljaropinion dagen före valdagen och valresultat (procent).**

|                     | Medievalsundersökningen |                           | DN/Ipsos<br>5/9 | Valresultat<br>2018 |
|---------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------|---------------------|
|                     | Totalt                  | Sista<br>valrörelseveckan |                 |                     |
| Vänsterpartiet      | 6,6                     | 6,5                       | 10,1            | 8,0                 |
| Socialdemokraterna  | 22,4                    | 20,1                      | 25,9            | 28,3                |
| Miljöpartiet        | 7,8                     | 6,8                       | 4,8             | 4,4                 |
| Centern             | 8,0                     | 8,0                       | 9,6             | 8,6                 |
| Liberalerna         | 6,1                     | 5,8                       | 6,2             | 5,5                 |
| Kristdemokraterna   | 8,2                     | 8,4                       | 5,9             | 6,6                 |
| Moderaterna         | 15,8                    | 14,6                      | 17,3            | 19,8                |
| Sverigedemokraterna | 17,3                    | 21,9                      | 16,8            | 17,5                |
| Övriga              | 7,8                     | 7,9                       | 3,4             | 1,5                 |
| Summa procent       | 100                     | 100                       | 100             | 100                 |
| Antal               | 7 041                   | 2 327                     | 1 683           | 6 476 725           |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. Kollektiva aktörer som "Alliansen/borgerliga" (M+KD+L+C) samt "Rödgröna" (S+MP+V) har fördelats jämnt på de olika partier som ingår i respektive aktörsgrupp. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT). DN/Ipsos slutmätning är publicerad 6 september 2018 och är insamlad med intervjuer 2–5 september 2018. 1.683 intervjuer, 829 digitala intervjuer och 854 telefonintervjuer.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018; DN/Ipsos<sup>11</sup>; SCBs valwebb.

<sup>11</sup> <https://www.dn.se/nyheter/politik/dnipsos-jamnt-mellan-blocken-in-i-det-sista/>

I tabell 6.4 relateras medieuppmärksamheten för de politiska partierna under valrörelsen 2018 till opinionen veckan före valdagen och det slutgiltiga valresultatet. För att göra jämförelsen lite mer rättvis redovisar vi också valspurten, det vill säga hur mycket utrymme de olika partierna fick i nyheterna under den sista valrörelseveckan.

Resultaten visar på en generell överensstämmelse mellan medieuppmärksamhet under de fyra sista valrörelseveckorna, nyheterna veckan före valdagen, sista veckans opinionsmätning samt valresultatet. Men det finns avvikelser. Vad som är tydligt är att medievalrörelsen har mindre spridning mellan partiernas andelar. Precis som vi sett i tidigare val kapas de största partierna lite i uppmärksamhetstoppen och de små får lite extra bevakning. I viss utsträckning jämnar nyhetsredaktionerna därmed ut opinionsstorlek i sin bevakning av valrörelsen.

Ska man sammanfatta det kan man slå fast att nyhetsmedierna generellt sett fungerar opinions- speglande, men att det kombineras med vad som kan kallas en rättvis princip. Stora partier bör enligt denna logik få mer utrymme än små, men de mindre måste ändå få en rimlig del av medieuppmärksamheten. Givetvis är det inte bara nyhetsredaktionernas interna beslut som påverkar utan även hur valrörelsen organiseras med utfrågningar och debatter. Får man vara med på spelplanen kommer partiet också synas i medierna. Det är också förklaringen till att de mindre partierna i riksdagen får nästan lika stort utrymme, trots att det skiljer en del i opinionsstöd.

För att mer systematiskt studera likheter har vi använt oss av ett mått som mäter överensstämmelsen mellan de procentfördelningar som redovisades i tabell 6.4. Tabell 6.5 visar därmed hur lika mediebevakningen var med opinionsmätningen i Dagens Nyheter samt valresultatet och presenteras med en koefficient (ÖK). Koefficienten kan variera mellan 0 (=helt olik) och 1= (helt lik).

**Tabell 6.5. Politiska partier i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018, väljaropinion dagen före valdagen och valresultat (ÖK).**

|                         | Medieval<br>4 veckor | Medieval<br>sista veckan | DN/Ipsos<br>slutmätning | Valresultat |
|-------------------------|----------------------|--------------------------|-------------------------|-------------|
| Medieval – 4 veckor     | X                    | .95                      | .90                     | .88         |
| Medieval – sista veckan | .95                  | X                        | .86                     | .85         |
| DN/Ipsos slutmätning    | .90                  | .86                      | X                       | .94         |
| Valresultat             | .88                  | .85                      | .94                     | X           |

**Kommentar:** Likheten mellan de olika partiers siffror bygger på en överensstämmelsekoefficient (ÖK). ÖK bygger på att två procentfördelningar jämförs med varandra och anger grad av likhet eller överensstämmelse mellan de två procentfördelningarna. Om en fördelning 25%, 25% och 50% jämförs med fördelningen 20%, 25% och 55% blir den summerade procentdifferensen 10. Överensstämmelsekoefficienten blir i detta fall 0.95 (1-0.10/2) (se Asp, 1986).

**Källa:** Medievalundersökningen 2018; DN/Ipsos; SCBs valwebb.

Störst likhet hittar vi, kanske inte helt överraskande, mellan hur mediebevakningen såg ut under hela valrörelsen och den sista veckan (.95). Om vi går tillbaka till tabell 6.4 finns det dock en avgörande skillnad, där Sverigedemokraterna fick mycket stort utrymme i valspurten. Drygt var femte förekomst av en politiker i nyheterna under den sista valveckan var en Sverigedemokrat. Vissa trodde att nivån i medierna skulle hamna nära valresultatet och vissa opinionsinstituts resultat pekade i en sådan riktning. Även på valvakan

var flera Sverigedemokrater hoppfulla att partiet skulle få ett väljarstöd i nivå med hur nyhetsmedierna uppmärksammade dem under den sista veckan. Men i det fallet var inte nivåskattningen i nyheterna en särskilt bra indikator på valresultat.

Mediebevakningen av hela valrörelsen visar sig därmed vara ett något bättre mått på partiopinionen och hur valet faktiskt slutade jämfört med nyheterna i valspurten. Skälet till avvikelserna är dels att Sverigedemokraterna inte hade motsvarande nivåer i varken opinionsmätningen eller valresultat. Dels handlar det om att Socialdemokraterna inte fick ett medieutrymme som motsvarade väljarstödet. Socialdemokraternas relativt låga medietäckning är inget nytt utan har påvisats i många valrörelser (Asp, 2006a, 2011; Asp & Bjerling, 2014). I valet 2014 sågs samma tendens, och tolkades delvis som en effekt av att de inte hade regeringsmakten. Resultat från nyhetsbevakning av valrörelser runt om i världen visar att regeringspartier ofta har en viss ”maktbonus” ifråga om mediebevakning, då de som regeringsparti på ett annat sätt än andra partier står i centrum för uppmärksamheten (Green-Pedersen m fl, 2017; Hopmann m fl, 2011). De agerar i rollen som regering och kommer även under valrörelsen ta initiativ och göra saker, och dessutom riktas ansvarsutkrävandet i större utsträckning mot det maktbärande partiet (Asp & Bjerling, 2014; Strömbäck & Kaid, 2008). Jämfört med 2014 får faktiskt Socialdemokraterna, nu alltså i regering, en något större andel av mediebevakningen. Det andra regeringspartiet – Miljöpartiet – får ungefär samma nivå i medietäckning som under valrörelsen som 2014,

men mer medietäckning än vad deras opinionsstöd under valrörelsen 2018 indikerade. Sammantaget indikerar resultaten ändå ett visst stöd för tesen att maktbärande partier har en liten fördel ifråga om medieuppmärksamhet under en valrörelse.

DN/Ipsos slutmätning och valresultatet (.94) visar också upp en hög grad av likhet. Den är dessutom något högre än samma jämförelse i valet 2014 (Johansson, 2017). Opinionsmätningen som DN/Ipsos gjorde underskattade visserligen Socialdemokraternas valspurt och låg även en bit lägre för Moderaterna, Kristdemokraterna och Sverigedemokraterna än vad som blev utfallet på valnatten. På ett liknande sätt överskattades stödet något för Vänsterpartiet, Miljöpartiet, Liberalerna och Centern. Det rör sig dock om ganska små differenser.

I stort verkar det också ha funnits en gemensam nyhetsvärdering för olika medietyper och redaktioner, även om det också fanns vissa skillnader. Det blir tydligt när det i tabell 6.6 redovisas hur mycket uppmärksamhet olika partipolitiska aktörer fick under medievalrörelsen.

Opinionsstorlek är det som verkar vara mest avgörande för vilken medietäckning ett parti fick, oavsett medietyp. Rangordningen är inte helt identisk, men i de flesta fall beror det på en procentenhet hit eller dit. Rapporteringen om två partier sticker dock ut. Kvällspressen var mer benägen, liksom i 2014, att uppmärksamma Sverigedemokraterna än andra mediegrupper, och det gäller både för Aftonbladet och Expressen. Dessutom fick Socialdemokraterna en bevakning som

låg i nivå med valresultatet i etermedierna, framförallt i public service. Ser man på balansen mellan blocken fick Alliansen mer uppmärksamhet än regeringen Löfven i alla mediegrupper. Räknas Vänsterpartiet in i det rödgröna blocket är rapporteringen nästan helt balanserad, medan det fanns en viss övervikt för de rödgröna i etermedier.

**Tabell 6.6. Politiska partier i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 fördelat på mediegrupper (procent).**

|                            | Alla medier | Morgonpress | Kvällspress | Etermedier |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Vänsterpartiet             | 5           | 6           | 5           | 4          |
| Socialdemokraterna         | 21          | 21          | 20          | 24         |
| Miljöpartiet               | 6           | 6           | 7           | 6          |
| Centern                    | 7           | 7           | 7           | 7          |
| Liberalerna                | 5           | 5           | 5           | 4          |
| Kristdemokraterna          | 7           | 6           | 8           | 6          |
| Moderaterna                | 15          | 14          | 15          | 14         |
| Sverigedemokraterna        | 17          | 15          | 20          | 15         |
| "Alliansen/<br>borgerliga" | 4           | 5           | 3           | 7          |
| "Rödgröna"                 | 5           | 5           | 4           | 8          |
| Övriga                     | 8           | 10          | 6           | 5          |
| Summa procent              | 100         | 100         | 100         | 100        |
| Antal                      | 7 044       | 2 114       | 3 635       | 1 291      |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT). I "Alliansen/borgerliga" ingår Moderaterna, Kristdemokraterna, Centern och Liberalerna. I "Rödgröna" ingår Socialdemokraterna, Miljöpartiet och Vänstern.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

## En partiledare betyder så mycket

Frågan om partiledarens betydelse förekommer både i allmän debatt och inom forskningen. Väljarforskare tonar ofta ner partiledarens betydelse för människors partival (Bjerling, 2012; Oscarsson & Holmberg, 2016), men både för partierna och nyhetsmedierna ses partiledarna som starka symboler och bärare av sitt partis idéer (Håkansson, Johansson & Vigsø, 2014; Strömbäck m fl, 2013). I vilken grad och på vilket sätt partiledare uppmärksammas har varit en central del även för forskningen om medialisering av politik (Bjerling, 2012).

Valrörelser kan få stora konsekvenser för hur partiledare skildras. Det har vi många svenska exempel på. Socialdemokraternas Mona Sahlin kom dåligt ut 2010, medan Lars Leijonborg blev Leijonkungen för Liberalerna 2002. Går vi tillbaka till 1998 gjorde både Gudrun Schyman, som då var partiledare för Vänsterpartiet, och Kristdemokraternas Alf Svensson starka valrörelser, inte minst i medierna (Asp & Bjerling, 2014; Nord & Strömbäck, 2018).

Hur kom då partiledarna fram i medievalrörelsen 2018? Här kommer vi att fokusera på hur stor partiledarkoncentrationen var, det vill säga hur stor andel av partiets medieuppmärksamhet som kom partiledaren till del. Partiledarna brukar alltid synas mycket i moderna valrörelser och har länge varit centrala för partiernas kommunikation (Esaiasson, 1990). Ser vi på partiernas kommunikation finns exempelvis alltid partiledarna på bild på valaffischerna och har så gjort sedan några årtionden tillbaka (Håkansson,

Johansson & Vigsø, 2014). En tilltagande personifiering i nyhetsmedierna kan vi sedan 1980-talet dock bara se i kvällspressen, och framförallt ifråga om bildjournalistiken (Bjerling, 2012; Johansson, 2008b). I valrörelsen 2018 speglade i stort sett partiets opinionsstyrka vilken uppmärksamhet som partiledaren fick. De tre största partiernas också mest medietäckning (se appendix, tabell 2).

Generellt sett låg partiledarkoncentrationen för alla partier och alla medier på 38 procent, vilket i stort sett är identiskt med hur det såg ut 2014 (Johansson, 2017). Störst var den i kvällspressen, där den nådde en bit över 40 procent. Om analysen begränsas till när någon agerar ligger nivån emellertid högre och landar på nästan 50 procent, vilket betyder att när en företrädare för partierna framträdde i nyhetsmedierna var det en partiledare varannan gång. Skillnaderna mellan olika mediegrupper är ganska små, även om det finns en tendens till att partiledarkoncentrationen var minst i morgonpressen och högst i etermedierna. I tabell 6.7 har vi delat upp partiledarkoncentrationen på de olika partiledarna, och fokuserar på när de framträdde som agerande aktörer.

Partiledarna för de mindre partierna var de som allra oftast framträdde som företrädare för sina partier i medierna. I topp ligger Jan Björklund (L), Jonas Sjöstedt (V) och Annie Lööf (C), som alla fick drygt 60 procent av sitt partis medieuppmärksamhet. Ebba Busch Thor och Miljöpartiets språkrör Gustav Fridolin och Isabelle Lövin fick drygt hälften av sina partiers publicitet. Jimmie Åkesson (SD) låg inte långt därefter. Tydligt är att de två största partiernas



partiledare Stefan Löfven och Ulf Kristersson inte dominerar mediebilden av sitt parti lika mycket. De fick båda en dryg tredjedel av sitt partis mediasynlighet till del.

**Tabell 6.7. Partiledarkoncentration i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 fördelat på mediegrupper (procent).**

|                                         | Alla medier | Morgonpress | Kvällspress | Etermedier |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Jonas Sjöstedt (V)                      | 62          | 59          | 56          | 82         |
| Stefan Löfven (S)                       | 35          | 35          | 36          | 34         |
| Gustav Fridolin/<br>Isabelle Lövin (MP) | 53          | 45          | 57          | 57         |
| Annie Lööf (C)                          | 61          | 58          | 63          | 60         |
| Jan Björklund (L)                       | 63          | 66          | 54          | 80         |
| Ebba Busch Thor (KD)                    | 51          | 54          | 45          | 65         |
| Ulf Kristersson (M)                     | 42          | 36          | 46          | 44         |
| Jimmie Åkesson (SD)                     | 48          | 48          | 49          | 55         |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Morgonpress=Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Kvällspress=Aftonbladet, Expressen, Etermedier=Ekot (SR), Nyheterna (TV4), Rapport (SVT). Antal innehållsdelar för V (N=152), S (N=581), MP (N=199), C (N=211), L (N=177), KD (N=195), M (N=408), SD (N=331).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Förklaringen är att för små partier koncentreras ofta mediernas intresse på partiledaren, jämfört med större partier där det ofta finns flera personer som delar på utrymmet. Särskilt tydligt är detta för regeringspartier där ministrar också brukar få relativt stor plats i medierna. Denna regeringseffekt syns också för Miljöpartiet, där koncentrationen på språkrören var mindre 2018 jämfört med fyra år tidigare (Johansson 2017).

I valrörelsen 2018 fanns det miljöpartistiska ministrar såsom Alice Bah Kuhnke och Per Bolund vilka fick självklar plats i nyheterna. Vad som kan tyckas förvånande är att fokuseringen på Ebba Busch Thor inte var ännu större med tanke på att partiet och partiledaren blev något av valrörelsens opinionsraket. Partiet låg illa till i mätningarna före valrörelsen, men gick starkt framåt till valdagen. Denna uppgång tillskrevs till stor del partiledaren vars rättframma stil ansågs vara en stor tillgång. Förklaringen är att en stor del av synligheten för partiet gällde skandaler i kölvattnet efter Aftonbladets granskning "Maktens kvitton" och där förekom inte partiledaren som aktör. Sverigedemokraternas mediebild dominerades 2018 mer av partiledaren jämfört med 2014. Även om det finns andra profilerade företrädare, exempelvis Mattias Karlsson och Richard Jomshof, och trots att partiet är ett av de större, är mediebilden starkt fokuserad på partiledaren Jimmie Åkesson.

Skillnader mellan mediegrupper visar inte helt förvånande att partiledarna syns mest i kvällspressen och etermedierna. Morgonpressen är av tradition inte lika fokuserad på enskilda personer och därmed inte heller på partiledarna. Men det är inte längre några stora skillnader mellan de olika redaktionernas sätt att uppmärksamma politiker. Partiledarna tar en stor plats oavsett vilken nyhetsredaktion som publicerar.

## **Regeringsalternativens och partiernas behandling**

Även om partiskhet både kan handla om hur sakfrågor och aktörer uppmärksammas brukar ändå *behand-*

*lingen* av de politiska aktörerna hamna i centrum för debatten (Asp 1988; Asp & Bjerling, 2014; Hopmann m fl, 2012, se även kapitel 2). I Medievalsundersökningarna mäts behandlingen med ett sammansatt mått av hur ofta en aktör får agera, med vilket avses hur ofta en aktör får säga eller göra något, samt hur mycket och på vilket sätt samma aktör omtalas av andra aktörer. Det mått som används för att på ett sammanfattande sätt ge en bild av hur en aktör behandlas kallas för aktörsbehandlingsindex (AB-index) och tar hänsyn till alla tre aspekter. Kort sagt: hur mycket uppmärksamhet får man och handlar denna uppmärksamhet om att man själv får komma fram och säga något eller är det andra som pratar om en, och när man blir omtalad, handlar det mest om kritik eller beröm.<sup>12</sup>

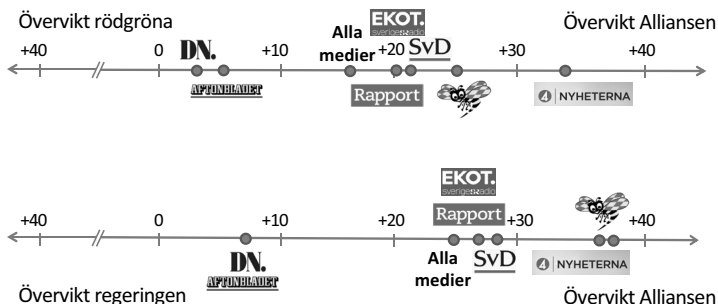
Vi börjar med hur de två regeringsalternativen behandlades. I denna analys jämförs mediebilden av de båda regeringsalternativen och om behandlingen i huvudsak gynnade det ena eller det andra politiska

---

<sup>12</sup> Aktörsbehandlingsindexet (AB-index) bygger på fyra komponenter: (1) antal gånger aktören förekommer som agerande aktör, (2) antal gånger som aktören får beröm, (3) antalet gånger som aktören får kritik samt (4) antalet gånger som aktören omtalas utan att någon värdering görs. De två första två antas vara uttryck för positiv behandling, den tredje för en negativ och den fjärde för en neutral behandling. AB-indexet beräknas sedan som skillnaden mellan antalet en aktör får positiv behandling (1+2) och antalet aktören får negativ behandling (3), dividerat med det totala antalet gånger som aktören exponeras (1+2+3+4) multiplicerat med 100. Indexet kan variera mellan -100 och +100. Vad som är stor och liten skillnad i behandling mellan olika medier finns det ingen statistiskt givet svar på. Kent Asp menar att en bedömning gjord på beprövad erfarenhet gör att skillnader i intervallet  $\pm 5$  är att betrakta som små, bevakningen är i huvudsak balanserad. Mellan  $\pm 5$  och  $\pm 10$  innebär att det finns skillnader, men att de inte kan betraktas som stora. AB-indexvärdet över  $\pm 10$  innebär att bevakningen är klart gynnsam eller missgynnsam. (Asp, 2011).

blocket. Resultatet redovisas i figur 6.1.

**Figur 6.1. Behandlingen av regeringsalternativen i**



#### nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 fördelat på olika nyhetsredaktioner (AB-index).

**Kommentar:** Den översta figuren jämför de rödgrönas (S+MP+V) och Alliansens (M+C+L+KD) behandling i de olika nyhetsmedierna. Den understa visar behandlingen för regeringen Löfven (S+MP) jämfört med Alliansen. AB-index bygger på ett sammanfattande mått av hur aktörer uppmärksammas (agerar, omtalas positivt, omtalas negativt och totalt antal agerande/omtalande) i medierna och kan variera mellan +100 (= mycket positiv behandling) och -100 (= mycket negativ behandling).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

I den översta figuren jämförs rödgröna (S,MP,V) med de borgerliga och visar en klart mer gynnsam mediebild för de senare (+16 för alla medier sammantaget). De enda redaktioner som närmade sig en balans mellan de rödgröna och Alliansen var Dagens Nyheter (+3) och Aftonbladet (+5), men även där fanns en fördel för de borgerliga. De övriga nyhetsredaktionerna gav en klart mer gynnsam behandling av de borgerliga partiernas regeringsalternativ. Här skiljer behandlingen ut sig en del från tidigare valrörelser, inte minst 2014 då

bevakningen var i stort sett helt balanserad. Troligen är resultaten en effekt av att Socialdemokraterna varit regeringsparti under mandatperioden, och att frågor som kan kopplas till ansvarsutkrävande – inte minst vad gäller LSS – gjorde mediebilden mer negativ.

Om jämförelsen görs med regeringen Löfven kontra den borgerliga Alliansen blir detta ännu tydligare. Bevakningen går då i en ännu mer gynnsam riktning för de fyra borgerliga.

**Tabell 6.8. Partiernas behandling i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 fördelat på nyhetsredaktioner (AB-index).**

|                          | Alla<br>medier | DN  | SvD | AB  | Exp | Rapp | Ekot | TV4<br>Nyh |
|--------------------------|----------------|-----|-----|-----|-----|------|------|------------|
| Vänsterpartiet           | +36            | +46 | +29 | +37 | +38 | +34  | +50  | +15        |
| Socialdemo-<br>kraterna  | +9             | +25 | +12 | +15 | +2  | +12  | +12  | +6         |
| Miljöpartiet             | +26            | +57 | +35 | +9  | +24 | +25  | +57  | +26        |
| Centern                  | +32            | +43 | +49 | +13 | +35 | +49  | +55  | +39        |
| Liberalerna              | +41            | +50 | +58 | +28 | +45 | +47  | +60  | +48        |
| Kristdemo-<br>kraterna   | +33            | +58 | +38 | +24 | +36 | +34  | +44  | +40        |
| Moderaterna              | +18            | +24 | +22 | +11 | +17 | +31  | +28  | +19        |
| Sverigedemo-<br>kraterna | -4             | -10 | +3  | -18 | -1  | +18  | -13  | -9         |
| Genomsnitt               | +24            | +36 | +31 | +15 | +24 | +31  | +37  | +23        |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson (1998). Kollektiva aktörer som "Alliansen/borgerliga" (M+KD+L+C) samt "Rödgröna" (S+MP+V) har fördelats jämnt på de olika partier som ingår i respektive aktörsgrupp.

Resultaten blir än mer tydliga då resultaten bryts ner på enskilda partier (tabell 6.8). Här jämför vi inte hur gynnsam bevakningen var i relation till olika regeringsalternativ utan hur de enskilda partierna sammantaget behandlades i medievalrörelsen 2018.

Genomsnittet för AB-indexet ligger på +24 när rapporteringen från alla partier summeras. Vi ser också att mediebilden generellt var något mindre gynnsam för partierna i kvällstidningarna och TV4 Nyheterna, medan den övergripande bilden var något mer gynnsam för partierna i morgontidningarna och public service. De allra flesta partierna fick den mest gynnsamma behandlingen i Dagens Nyheter och Ekot. Motsvarande fick de allra flesta partier sin minst gynnsamma behandling i Aftonbladet.

På en övergripande nivå kan man också se att de större och de mindre partierna behandlades lite annorlunda. Maktpartierna Moderaterna (+18) och framförallt Socialdemokraterna (+9) fick en relativt ogynnsam behandling jämfört med de mindre borgerliga och rödgröna partierna, som pendlar mellan +41 (L) och +26 (MP). Liksom tidigare undersökningar av svenska valrörelser visar fick Sverigedemokraterna en mindre gynnsam behandling än andra partierna (-4) (Asp, 2011; Johansson, 2017; Nord & Strömbäck 2018). I detta liknar resultaten även hur populistiska partier i andra europeiska länder såsom England, Italien och Grekland bevakas av traditionella nyhetsmedier (Ekström, 2017). Att partiet får ett minustal innebär att partiet omtalades i mer negativa ordalag

av andra än de framträdde själva eller berömdes av andra. Siffrorna är något lägre än 2014 års undersökning, men högre än 2010 (Asp, 2011; Johansson, 2017). Noterbart är dock att behandlingen av Sverigedemokraterna inte är väsensskild från hur Socialdemokraterna behandlades i medierna under valrörelsen 2018. Vi ska återkomma till bilden av dessa partier lite senare i analysen.

Nästa jämförelse är hur de olika redaktionerna bevakade partierna. En sådan analys visar att partierna fick den mest likartade behandlingen i Expressen där AB-index varierade mellan -1 för Sverigedemokraterna och +45 för Liberalerna. De medier som hade störst spridning var Svenska Dagbladet och Ekot, där spridningen går mellan +3/-13 för Sverigedemokraterna och +58/+60 för Liberalerna.

Studerar vi istället hur partierna behandlades i olika medier var Liberalerna det parti som fick mest gynnsam behandling i fyra av de åtta undersökta redaktionernas bevakning. Minst gynnsam var bilden för Sverigedemokraterna, som i sju av åtta redaktioners bevakning låg på sista plats. Som redan antytts var Socialdemokraterna emellertid inte heller gynnade i mediebevakningen, och i Rapport var faktiskt bilden av Sverigedemokraterna mer gynnsam än av Socialdemokraterna.

De skillnader vi ser mellan olika redaktioner ska samtidigt inte överdrivas. För mindre partier som får en relativt blygsam rapportering kan koefficienten variera ganska kraftigt, vilket också visar sig vara fallet för Centern, Vänsterpartiet och Miljöpartiet. De stora partierna behandlas mer likartat oavsett vilken

redaktion som studeras.

## **Den ogynnsamma bevakningen av Socialdemokraterna och Sverigedemokraterna**

För att ytterligare fördjupa analysen ska vi härnäst analysera bilden av Sverigedemokraterna och Socialdemokraterna mer i detalj. Det handlar om två partier som alla olikheter i övrigt till trots båda fick en relativt sett ogynnsam behandling – både generellt och när det gäller enskilda redaktioners rapportering.

Sverigedemokraterna är ett av de partier som får allra mest uppmärksamhet i svenska mediers valbevakning. Så har det varit under flera val, inte minst i takt med att partiets stöd i väljarkåren ökat. Men partiet är också starkt kritiserat och mediebilden har knappast varit särskilt gynnsam under de tre senaste valrörelserna (Asp, 2011; Ekström, 2017; Johansson, 2017; Nord & Strömbäck, 2018). I valrörelsen 2014 var det tydligt att bilden av partiet präglades av de skandaler som partiet var inblandade i, inte minst de avslöjanden som Expressen gjorde gällande partiföreträdares uttalanden på sociala medier. Men även andra partiers gemensamma avståndstaganden från partiet och partiets politik var avgörande för mediebilden.

Börjar vi med att bena ut mediebilden av Sverigedemokraterna under valrörelsen 2018 är det otvivelaktigt så att partiet är mest kritiserat av alla, då 56 procent av alla gånger de omtalas av andra innebär kritik (se appendix tabell 3). Faktum är samtidigt att andra



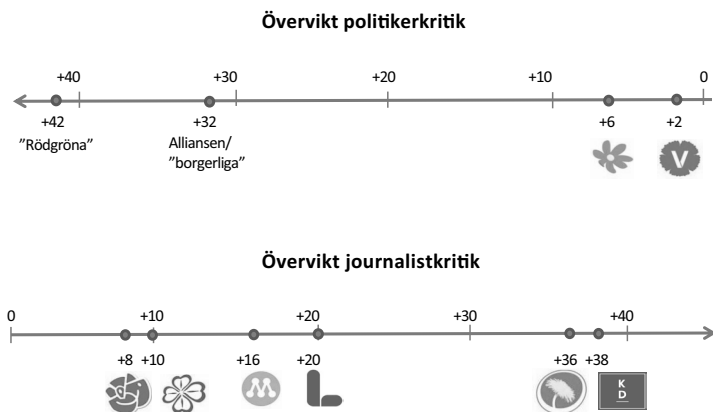
partier inte ligger så långt efter. För Socialdemokraterna uttalas kritik i 54 procent av fallen när de omnämns av andra. Moderaterna ligger en bit efter på 45 procent. De mindre partierna är i lägre grad i centrum för debatten jämfört med de stora och de får därmed oftast mindre kritik. Vi har inte tidigare särredovisat Feministiskt initiativ eftersom partiet fick mycket begränsad medieuppmärksamhet, men faktum är att de var ett av de partier som var mest kritiskt omnämnt i nyhetsmedierna under valrörelsen, de få gånger de uppmärksammades (50 procent). Med andra ord kan även ett litet parti få mycket kritik, även om det inte hör till vanligheterna.

Vad som skiljer mediebilderna av Socialdemokraterna och Sverigedemokraterna åt är att regeringspartiet fick mer uppmärksamhet, vilket kan kopplas till opinionsstöd och innehav av regeringsmakten som tidigare diskuterats. Detta ger utslag i AB-index som presenterades i tabell 6.8. Det stöds också när resultaten fördelas på olika redaktioner, då skillnaderna i kritiknivå i de flesta fallen inte var särskilt stora mellan partierna ifråga. I Svenska Dagbladet, Rapport och Ekot var Socialdemokraterna oftare kritiserade än Sverigedemokraterna.

## **Vem kritiserar vem?**

För att ytterligare fördjupa analysen ska vi analysera vem som kritiserar när olika negativa omdömen fälls. Det ska påpekas att kritik i dessa analyser inte behöver innebära särskilt stark kritik, utan snarare vad som

inom forskningen kallas ”tonalitet” (Eberl m fl, 2017). Negativa omdömen kan innebära beskrivningar om att partiet har problem, att det finns oenighet inom partiet eller att det finns samarbetsproblem med andra partier (Asp, Johansson och Nilsson, 1998). I takt med en allt mer tolkande journalistik är en intressant fråga om mediebilden av politikernas framgångar – och kanske framförallt tillkortakommanden – är ett resultat av politikernas kritik eller journalisters värderingar av valrörelsens aktörer. Mot den bakgrunden är frågan i vilken utsträckning den kritik som riktas mot politiska aktörer görs av politiska debattmotståndare eller av journalister som fungerar som någon form av recensenter.



**Figur 6.2. Kritik mot politiska aktörer av politiker och journalister i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2018 (balansmått).**

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson (1998). I "Alliansen/borgerliga" ingår (M+KD+L+C)

och i "Rödgröna" ingår (S+MP+V).  
**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

I figur 6.2 redovisas huruvida kritiken mot partierna görs av andra politiker eller om det är journalister som i sina analyser kommenterar tillkortakommanden och misstag under mandatperioden eller den pågående valrörelsen. I figuren redovisas balansen mellan politikerkritik och journalistkritik (se appendix tabell 4 för bastabell).

Figuren visar tydligt att det oftast är journalister som uttalar kritik i sin roll som valrörelsens uttolkare. Det gäller för alla politiska partier i riksdagen utom Sverigedemokraterna, där kritiken mot partiet oftare uttalas av andra politiker. Kollektiva aktörsbeskrivningar såsom "de rödgröna" (+6), "Alliansen" (+42) eller "borgerliga" (+32) används mer sällan när journalisterna ger omdömen. Det är begrepp som framförallt används av politiska motståndare när kritik framförs.

En ytterligare specificering är att försöka reda ut vad den kritik som framförs består i. I tabell 6.3 såg vi att det är en avsevärd skillnad mellan politiker och journalister vad gäller vilka gestaltningar de framträder i. Politiker agerar ofta när politik gestaltas som sak, medan journalisterna i högre grad agerar i artiklar som gestaltar politik som spel.

I tabell 6.9 knyts analysen mer direkt till vad innehållet handlar om när någon kritiserar. Fokus riktas därmed inte mot hur inslaget eller artikeln som helhet gestaltas utan mer specifikt till det som politikers och journalisters omdömen handlar om när politiker kriti-

seras. Resultaten i tabellen kan sammanfattas med att politikers kritik mot andra politiker oftast handlar om sakfrågor, medan journalistkritik mot politiker oftare handlar om det politiska spelet. I tre fjärdedelar av den kritik som politiker utdelar mot varandra är olika sakfrågor i fokus.

**Tabell 6.9. Kritik mot politiker från politiker och journalister fördelat på olika typer av innehåll i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 (procent).**

|               | Politiker | Journalister |
|---------------|-----------|--------------|
| Sakfrågor     | 74        | 38           |
| Spel          | 17        | 43           |
| Skandal       | 9         | 19           |
| Summa procent | 100       | 100          |
| Antal         | 995       | 1 046        |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. I sakfrågor ingår både även innehåll som rör regeringsfrågan och mer allmänideologiska frågor. I spel ingår innehåll som rör valrörelsen som företeelse, innehåll som fokuserar på enskilda politiker samt opinionsundersökningar.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Journalisters påpekande om brister eller mindre lyckade ageranden är visserligen till stor del – 38 procent – knutet till olika sakfrågor, men en större andel (43 procent) rör valrörelsens mer spelorienterade innehåll, exempelvis nedgångar i opinionen, mindre lyckade kampanjframträdanden eller andra mer taktiska och strategiska aspekter av valrörelsen. Andelen kritik som rör inblandade politikers agerande i samband med politiska skandaler också större för journalisterna

(19 procent gentemot 9 procent), där kommenterade journalister påpekar att skandalerna utgör ett problem för partiet och den skandaliserade politikern. När politiker ger kritiska omdömen i politiska skandaler handlar det ibland om politiska motståndare eller partikamrater som kritiserar den eller dem som är inblandade. Politiska skandaler ger möjligheter för politiska motståndare att komma åt den som hamnat i centrum för skandalen. För det egna partiet handlar det om kriskommunikation och att begränsa skadeverkningarna av skandalen (Boin m fl, 2017; Entman, 2012; Johansson & Vigsø, 2019).

I linje med att kritiken mot Sverigedemokraterna främst kommer från politiska motståndare handlade kritiken mot partiet framförallt om politiska sakfrågor. De partier som skiljer ut sig åt andra hållet är framförallt Moderaterna, Miljöpartiet och Kristdemokraterna där sakfrågekritiken var mindre omfattande. Moderaterna och Miljöpartiet kritiserades framförallt för innehåll som rörde själva kampanjen medan kritiken mot Kristdemokraterna var mer skandalorienterad. Det sistnämnda berodde i första hand på kritik mot riksdagsledamöterna Penilla Gunther och Caroline Szyber, som avgick under valrörelsen. Men även kritiken mot Moderaterna var ganska skandalorienterad, inte minst i samband med debatten om riksdagsledamoten Hanif Balis upp-

märksammade bilder på Instagram<sup>13</sup>. Kritik mot miljöminister Isabella Lövins flygresor var något som gjorde att kritiken mot partiet också blev relativt hög.

Regeringsfrågan var den enskilda sakfråga som dominerade när kritik riktades mot partierna. Det var bara för regeringspartierna som inte den frågan stod i centrum för kritiken. Socialdemokraterna attackerades mest i vårdfrågan där LSS, som tidigare nämnts, var central. Miljöpartiet kritiserades mest i miljöfrågor där kritiken handlade om Lövins flygresor, men också om kritik mot den förda regeringspolitiken.

För Sverigedemokraterna riktades kritiken också mot synen på flyktingar och invandring. Intressant är att fler partier än Miljöpartiet och Sverigedemokraterna fick mycket kritik i frågor som ofta ses som deras profilfrågor, exempelvis utbildningsfrågor för Liberalerna och skattefrågor för Moderaterna.

## Konfliktlinjer

I detta avsnitt ska vi fortsätta med att analysera konfliktlinjerna i rapporteringen under valrörelsen 2018. Generellt sett är enighet med de partier som man vill samarbeta med att föredra och kan på så sätt anses gynna partiet (Asp, 1988).

Tabell 6.10 ska läsas så att varje kolumn visar kri-

---

<sup>13</sup> <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/EoAeWA/hanif-bali-raderade-kritiserad-vapenbild>

tiken som riktades mot partiet och dess företrädare. Varje rad visar vilket parti som kritiserar och hur stor andel av kritiken det utgör. Flera partier fick inte särskilt omfattande kritik, vilket gör att enskilda procent-siffror för dessa ska tolkas med försiktighet.

**Tabell 6.10. Kritik från det egna och andra politiska partier i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 (procent).**

|                     | V   | S   | MP  | C   | L   | KD  | M   | SD  |
|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Vänsterpartiet      | 4   | 8   | 7   | 0   | 14  | 10  | 3   | 7   |
| Socialdemokraterna  | 4   | 8   | 3   | 25  | 28  | 7   | 58  | 36  |
| Miljöpartiet        | 9   | 0   | 24  | 14  | 21  | 10  | 10  | 7   |
| Centern             | 4   | 9   | 21  | 6   | 0   | 3   | 2   | 15  |
| Liberalerna         | 46  | 12  | 17  | 0   | 21  | 14  | 7   | 10  |
| Kristdemokraterna   | 9   | 14  | 14  | 6   | 7   | 34  | 1   | 7   |
| Moderaterna         | 0   | 38  | 3   | 3   | 0   | 0   | 12  | 11  |
| Sverigedemokraterna | 18  | 10  | 10  | 44  | 7   | 17  | 7   | 5   |
| Övriga              | 6   | 1   | 1   | 2   | 2   | 5   | 0   | 2   |
| Summa procent       | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Antal               | 22  | 194 | 29  | 36  | 14  | 29  | 104 | 229 |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Inga kollektiva aktörer såsom "Alliansen/borgerliga" eller "Rödgröna" ingår i tabellen. Kritiken riktas dock relativt ofta mot dessa kollektiva benämningar (drygt 60 kritiska omdömen om respektive kategori har kodats).  
**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Det finns ändå flera intressanta resultat att fästa uppmärksamhet på. En sådan sak är att den interna kritiken var relativt stor inom vissa partier. Det rörde sig om de partier som vi redan tidigare sett inte fick så stor uppmärksamhet. Kritiken mot Kristdemokraterna,

Liberalerna och Miljöpartiet var till stor del intern kritik som både handlade om skandaler som partiföreträdare varit inblandade i och andra personfrågor. Alternativt var det intern kritik mot den politik som partiet fört. I de partier som var mer i valrörelsens centrum fanns givetvis också sådan kritik, men den drucknade lite mer i kritiska röster från andra partier.

En annan sak är att se vilka som *inte* kritiserar varandra. Helt klart är att varken någon rödgrön eller borgerlig splittring syns i siffrorna. Visst förekom det kritik inom de båda blocken, men den var inte särskilt omfattande. Om det finns någon tendens så är det något mer borgerlig splittring än rödgrön.

Istället gick den största andelen av kritiken över blockgränsen, där Moderaterna och Socialdemokraterna fungerade som huvudkombattanter. Det beror givetvis till stor del på att de är de två stora partierna i respektive block. Resultaten visar också att Centern fick mest kritik av Sverigedemokraterna, även om en hel del kritik också kom från Socialdemokraterna.

Ett sätt att ytterligare tydliggöra konfliktlinjerna är att vända på perspektivet och istället fråga vilket parti som kritiseras när partier riktade negativa omdömen. I tabell 6.11 redovisas de tre partipolitiska aktörer som de olika partierna främst kritiserade när de under den sista valrörelsemånaden framträdde i nyhetsmedierna.

**Tabell 6.11. Kritikens ”tre i topp” riktad mot andra politiska partier i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 (procent).**

|    | V          | S         | MP         | C          | L          | KD        | M         | SD      |
|----|------------|-----------|------------|------------|------------|-----------|-----------|---------|
| I. | SD<br>33 % | M<br>26 % | SD<br>26 % | SD<br>41 % | SD<br>25 % | S<br>39 % | S<br>50 % | S<br>20 |



|    |                  |              |             |              |           |            |               |            |
|----|------------------|--------------|-------------|--------------|-----------|------------|---------------|------------|
| 2. | S<br>29 %        | SD<br>25 %   | All<br>16 % | S<br>29 %    | S<br>20 % | SD<br>22 % | SD<br>22 %    | C<br>17 %  |
| 3. | M/KD/All.<br>6 % | All.<br>17 % | M<br>15 %   | Rödg.<br>8 % | V<br>12 % | KD<br>14 % | Rödg.<br>16 % | SD<br>12 % |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. V (N=52), S (N=235), MP (N=66), C (N=85), L (N=87), KD (N=71), M (N=147), SD (N=96).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

Genom att analysera vem partierna kritiserade blir bilden av ett ”tvåfrontskrig” extremt tydlig. Både Allianspartierna och regeringspartierna riktade sin kritik dels mot Sverigedemokraterna, dels över blockgränsen. Noterbart är att det finns en skillnad i allianspartiernas kritikfokus. Visserligen är udden riktad mot de rödgröna och Sverigedemokraterna hos alla fyra, men Moderaterna och Kristdemokraterna hade mer fokus på de rödgröna medan Centern och Liberalerna satte in fler stötar mot Sverigedemokraterna. Kristdemokraternas (14 procent) och Sverigedemokraternas egenkritik (12 procent) handlar om krishantering av de skandaler som partiföreträdare var inblandade i där partiledarna och andra påpekade brister i deras partikamraters uppträdande. I övrigt spred Sverigedemokraterna sin kritik mot de rödgröna partierna där Socialdemokraterna var det främsta målet, men även Centern fick ta emot en del kritik från deras sida.

Knyter vi an till frågan om konfliktlinjer finns det inte heller här några spår av interna konflikter inom vare sig det borgerliga eller det rödgröna blocket, så som det framträdde i mediebevakningen. Istället riktades kritiken mot två håll; över blockgränserna och

mot Sverigedemokraterna.

## **Sammanfattning och slutsatser**

I kapitlet har vi analyserat uppmärksamhet, generell behandling, kritik och konfliktlinjer för att se i vilken utsträckning det går att hävda att några partier blev gynnade på någon eller några andra partiers bekostnad. Ifråga om uppmärksamhet är slutsatsen att medierna generellt präglades av en opinionsspeglade princip för partiernas medieuppmärksamhet under valrörelsens sista månad. Denna kan sägas vara kombinerad med en rättvisepincip som innebär att de minsta riksdagspartierna får lite mer medietäckning än vad deras opinionsstöd motiverar. Även om det finns vissa avvikelser kan dessa tillsammans sägas innebära att större partier gynnas i det att storlek likställs med uppmärksamhet, men att de mindre partierna ändå till viss del kompenseras.

Summerar vi de politiska blocken ifråga om generell uppmärksamhet så får de likartad uppmärksamhet (38 procent för Alliansen och 37 procent för de röd-gröna), vilket innebär att bevakningen i det avseendet var balanserad 2018. Sverigedemokraterna fick relativt mycket uppmärksamhet i relation till opinionsstöd, särskilt i kvällspressen.

Partiledarna är på många sätt partiernas skyltfönster mot väljarna och medieuppmärksamheten är ofta koncentrerad till partiledarnas göranden och låtanden. Generellt sett speglas opinionsstyrka i hur mycket de syns, men partiledarkoncentrationen är

generellt sett större i mindre partier.

Går vi in på den sammanvägda behandlingen då både uppmärksamhet, beröm och kritik vägs in blir bilden något annorlunda. Valbevakningen 2018 gav Alliansen en bättre behandling jämfört med de röd-gröna. Endast två redaktioners rapportering låg nära en balanserad bevakning mellan blocken (Aftonbladet och Dagens Nyheter).

Socialdemokraterna kom ut sämre i mediernas valbevakning eftersom de fick mycket kritik jämfört med många andra partier. Men inte heller Moderaterna gjorde en särskilt stark medievalrörelse. Med andra ord gick det sämre för de stora partierna än för de små. Det parti som fick sämst behandling var Sverigedemokraterna. När vi skärskådar partiernas behandling visar det sig att Socialdemokraterna och Sverigedemokraterna var ungefär lika ansatta i nyhetsmedierna, och det var endast Socialdemokraternas större totala medieuppmärksamhet som gjorde att de fick en bättre samlad behandling än Sverigedemokraterna. Det är också tydligt att denna negativa mediebild av Sverigedemokraterna mest var sakfrågekopplad och kopplad till de andra partiernas agerande – inte till journalisternas agerande. När Sverigedemokraterna fick kritik var det framförallt andra partier som framförde kritiken och den handlade till övervägande del om partiets politik. Resultaten ger därför inget stöd åt föreställningar att partiet skulle vara särskilt utsatt för journalisters kritiska omdömen och kommentarer i valrörelsen.

Ser vi till konfliktlinjer är det ganska tydligt att kritiklinjerna gick mellan partierna till vänster respektive

till höger och att både de borgerliga och rödgröna partierna gjorde gemensam sak och kritiserade Sverigedemokraterna. I den meningen finns det goda skäl att se konfliktlinjerna i 2018 års medievalrörelse som ett tvåfrontskrig. I slutändan missgynnade det Sverigedemokraterna mer än andra partier. Men vi ska komma tillbaka till denna slutsats i slutdiskussionen eftersom den kan behöva problematiseras.

Detta är den generella bilden. Ser vi till olika redaktioner finns det både likheter och skillnader, men överlag dominerar ändå likheterna över skillnaderna. Det gäller inte minst när det handlar om vilken uppmärksamhet partierna fick av olika nyhetsmedier. Tydligt är att partierna sammantaget får en något bättre behandling i morgonpressen (särskilt Dagens Nyheter) och public service, där kritik inte är lika utbredd. En mer konfliktfylld bild råkar partierna på i kvällspress och i TV4 Nyheterna. Det ligger i linje med att konfliktorientering och negativitet tenderar att vara starkare i mer kommersiellt orienterade medier (Esser m fl, 2017).

## 7 Medialiserad eller politiserad bevakning?

Tittar vi tillbaka på de två senaste svenska valrörelserna har de stora likheter, men det finns också tendenser som var tydligare 2018 jämfört med fyra år tidigare. Om man vill skulle man kunna säga att sådant som skönjdes med lite otydliga konturer tidigare utkristalliserades på ett tydligare sätt under den senaste valrörelsen. Det gäller både hur politikerna valde att positionera sig och debattera och hur medierna organiserade och genomförde sin nyhetsjournalistiska bevakning av valrörelserna.

Vad gäller politiken var det ett oklart parlamentariskt läge inför båda valen. Den främsta orsaken är givetvis Sverigedemokraternas framryckningar till tredje största parti i Sverige. Valdebatten och valrörelserna 2014 och 2018 blev därmed i viss mån ganska likartade. Statsvetaren Henrik Ekengren Oscarsson har benämnt valet 2014 som *Dödlägesvalet* och 2018 som *Förhandlingsvalet* (Oscarsson m fl, 2018). Från dödläge till förhandling alltså, vilket även påverkade den nyhetsjournalistiska bevakningen av valrörelserna i medierna. Kampen och debatten handlade mycket om relationen till Sverigedemokraterna och hur Sverige skulle kunna styras, där det egentligen inte fanns några förhoppningar om att valresultatet skulle resultera i

en majoritet i riksdagen för någotdera politiskt block. Skillnaden mellan 2014 och 2018 var att den senare valrörelsen i ännu hög grad präglades av denna, för partierna centrala, problematik. Valrörelsen 2018 kom att i allra högsta grad handla om hur Sverige skulle kunna regeras i relation till Sverigedemokraterna som vågmästare. Det var det narrativ som hela valrörelsen kretsade kring, och som skapade stora utmaningar inte minst för den borgerliga Alliansen.

Samtidigt har det blivit tydligare hur medierna på olika sätt strävar efter att bevaka valrörelserna inom sitt eget hägn. Redan i valrörelsen 2014 skapade redaktionerna allt fler egna forum för debatter och intervjuer, och med webb-tv skapade inte minst kvällspressen en möjlighet att skildra valrörelsen i stort sett uteslutande genom de egna satsningarna. Denna trend blev ännu mer accentuerad 2018. I stort verkar politikerna ha köpt den spelplanen, trots att de idag har många egna kanaler att sprida sin politik. För partiledarna var 2018 den kanske mest hektiska valrörelsen någonsin, där de sprang mellan tv-debatter och intervjuer i både traditionella format och mer nya.

En ytterligare karakteristik är att mediernas granskningar kom att betyda en hel del för mediebilden av valrörelsen. Det gäller både granskningar i sak och granskningar av olika partier och politiker. Expressens granskningar av hur Sverigedemokratiska politiker uttalade sig på sociala medier slog igenom stort 2014. Detsamma gällde tidningens granskning av integrationsfrågor i serien "Det nya landet". På samma sätt orsakade Aftonbladets granskningar av politikeres reseräkningar 2018 under vinjetten "Maktens kvitton"

svallvågor som inte stannade inom tidningens egen rapportering. Ett antal politiker avgick, vilket gjorde att rapporteringen om kvittoskandaler fick stor spridning. Också avslöjanden om lobbyistkontakter hos pressekreteraren till försvarsminister Peter Hultqvist (S) och miljöminister Isabella Lövin (MP) flygresor fick en hel del uppmärksamhet. När Expressen körde en favorit i repris med att granska politikernas uttalanden i sociala medier blev mediegranskningarna 2018 snäppet mer centrala än fyra år tidigare.

Till detta ska även läggas den satsning som Dagens Nyheter gjorde på att reda ut "Fakta i frågan", där de granskade samhällsutvecklingen på olika områden. Olika typer av faktakollar fick också en mer central plats i den nyhetsjournalistiska bevakningen av valrörelsen 2018 än i tidigare valrörelser.

En faktor som skilde valrörelsen 2018 från den fyra år tidigare är dock att valfrågorna inte uteslutande kom från partiernas prioriteringar och den valdebatt som fördes. Exempelvis satte miljöfrågan avtryck i valrörelsen i efterdyningen av sommarens torka och bränder, och detsamma gäller de bilbränder som skedde under sensommaren. 2014 fanns inga tydliga sådana omvärldseffekter på valrörelsen, även om det kunde skett. Under den valrörelsen pågick det utanför Sveriges gränser exempelvis utbrott av ebola i Afrika samtidigt som krisen i Ukraina var som allra mest upptrappad. Men inget av detta gjorde några större avtryck i mediebevakningen av valet. Kanske måste händelser vara mer inriktade på inrikes händelser för att få riktigt fäste i valrörelsen? Å andra sidan för-

svann bränderna i både skog och bilar ganska snabbt från valrörelsen. De sista veckorna var det partiernas interna kamp om dagordningen och samspelet mellan partierna och medierna som styrde vad valrörelsen kom att handla om.

## **Mellan medialisering och politisering**

Utgångspunkten för analyserna i denna bok har kretsat kring begreppen strukturell partiskhet och medialisering å ena sidan och politisk partiskhet och politisering å den andra. Det är nu dags att knyta ihop trådarna och försöka sammanfatta och dra slutsatser av de mått på dessa begrepp som vi har analyserat. Viktigt i det sammanhanget är att poängtera att såväl strukturell partiskhet och medialisering som politisk partiskhet och politisering handlar både om att karakterisera den nyhetsjournalistiska bevakningen och att förklara varför nyheter om politik och valrörelser ser ut som de gör. Med andra ord kan vi hitta indikatorer både på att valrörelsejournalistiken är medialiserad, det vill säga anpassad efter mediernas villkor, och på att den gynnar eller missgynnar olika politiker och partier. *Förklaringen* till varför mediernas innehåll präglas av medialisering eller av att gynna respektive missgynna olika partier kan vidare sökas antingen i faktorer som handlar om att innehållet styrs av mediernas produktionsvillkor och professionella ideal (strukturell partiskhet och medialisering) eller att journalisters eller medieägares politiska värderingar styr nyhetsurval och presentation (politisk partiskhet).



## Medialisering, urvals- och tolkningsmakt

På grundval av resultaten från Medievalsundersökningen 2018 är en övergripande slutsats att svenska nyhetsmediers bevakning av valrörelser är starkt medialiserad och går att koppla till mediernas urvals- och tolkningsmakt.

Om vi börjar med det förra indikerar resultaten att journalisterna inte styrde *vilka* politiska sakfrågor som valrörelsen handlade om. Valrörelsens stora frågor var redan högprioriterade hos både partier och väljare långt före augusti månad, samtidigt som verkligheten trängde sig på och bidrog till att föra upp miljöfrågan på dagordningen. I detta avseende var urvalsmakten relativt sett mindre hos journalisterna. Det var andra aktörer och faktorer som mer styrde vad valrörelsen skulle handla om, inte i första hand journalisterna. Samtidigt hade journalisterna urvalsmakt på andra sätt. Vid sidan av olika granskningar tog den sig uttryck bland annat genom nyhetsmediernas fokus på det politiska spelet och politiska skandaler. Tydligast är detta kanske genom att medierna skriver mycket om de egna debatterna och intervjuerna, med uppsnack inför och opinionsundersökningar och analyser efteråt för att berätta om hur de gick för deltagarna. Detsamma gäller för många politiska skandaler. Genom att granska makthavarna kan journalister stärka urvalsmakten i en valrörelse. Skandaler förekommer ofta i valrörelser och i många fall beror de på läckor från partiorganisationerna. Under valrörelsen 2018 var flera av de skandaler som förekom resultat antingen av framträdanden i medierna, så

kallade pratskandaler (Ekström & Johansson, 2008, 2019), eller de journalistiska granskningar som vi nämnt tidigare. Dessa granskningar kan ses som ett sätt för journalisterna att styra dagordningen och därmed stärka urvalsmakten.

Den nyhetsjournalistiska bevakningen av valrörelsen 2018 visar också en strävan hos journalisterna att fungera som uttolkare, vilket kan ses som ett uttryck för tolkningsmakten. Några indikatorer på detta är att en betydande del av rapporteringen är tolkande snarare än beskrivande, förekomsten av tydligt värderande ord och uttalanden från journalister sida, och förekomsten av journalistiska spekulationer kring regeringsfrågan. Även andra resultat pekar på journalisternas starka ställning som uttolkare. Dit hör att journalister tar stor – och jämfört med tidigare valrörelser större – plats som aktörer i nyheterna, särskilt då nyheterna fokuserar på det politiska spelet. Det gäller inte minst i rollen som kommentatorer av politiska skeenden, där de ofta syns själva och använder värde-laddade ord i rapporteringen.

Journalistikens roll som uttolkare blir tydligast när det handlar om nyheter kopplade till det politiska spelet och skandaler. Då är journalisterna friare i sin roll, kanske beroende på att de inte upplever sig löpa lika stor risk att uppfattas som politiskt partiska när kommentarer och analyser rör strategiska och taktiska överväganden. Det kan emellertid också tolkas som att sådana nyheter ger journalisterna en roll där deras urvals- och tolkningsmakt stärks, och att det är därför en så stor andel av den nyhetsjournalistiska bevakningen gestaltar politik som spel och skandal. Ur

det perspektivet kan spel- och skandalgestaltningar av politik ses som en motstrategi nyhetsmedierna använder mot allt mer slipade och medianpassade politiker och professionella kampanjer.

Nyhetsmediernas fokusering på det politiska spelet är samtidigt inte oproblematiskt, vare sig ur ett större, demokratiskt perspektiv eller ur nyhetsmediernas eget perspektiv. Som nämndes tidigare finns det en mängd studier som visar att gestaltandet av politik som spel och strategi bidrar till minskat politiskt intresse och minskat förtroende för politiker och politiska institutioner (för en aktuell meta-studie, se Zoiner, 2018), Dessutom tyder flera studier på att den typen av gestaltningar bidrar till sjunkande förtroende för journalister och nyhetsmedier (Hoppman m fl., 2015; Zoiner, 2018). Med tanke på hur viktigt medieförtroendet är för nyhetsmedierna, särskilt i en tid när de är mer ifrågasatta och konkurrensutsatta än kanske någonsin tidigare (Truedson, 2017), finns det därför skäl för nyhetsmedierna att fundera över hur spelgestaltandet påverkar såväl demokratin och dess sätt att fungera som nyhetsmedierna själva.

Medierna var i valrörelsen 2018 på många sätt starkt styrande vad gäller spelplanen, det vill säga de arenor där valrörelsen diskuterades. Tv-debatterna och intervjuerna duggade tätt, och i hög utsträckning präglades dessa av frågor och teman som var journalistiskt bestämda. Mediernas fokus på det politiska spelet, egna nyheter kring opinionsmätningar och egna granskningar är ytterligare exempel på mediernas urvalsmakt. Därtill kan en stark journalistisk synlighet och tolkande ansatser läggas, speciellt när det handlar om

nyheter som redaktionen själv producerat. Givet detta är den övergripande bilden att partierna visserligen hade goda möjligheter att kommunicera sina budskap och att nå ut med dessa i medierna, men att ramarna för och tolkningarna av den politiska debatten under valrörelsen i hög grad styrdes eller regisserades av nyhetsmedierna.

Att den nyhetsjournalistiska bevakningen av valrörelsen 2018 i hög grad präglades av medialisering kan förklaras av de strukturella och semi-strukturella faktorer som är styrande för nyhetslogiken, det vill säga de villkor som har att göra med nyhetsmediernas format, organisation och resurser, yrkesmässiga normer och behov av att fånga publikens uppmärksamhet (Strömbeck & Esser, 2014). För valjournalistiken handlar det särskilt om de kommersiella mediernas jakt på publik för att stärka och säkra sin marknadsställning och den journalistiska viljan att vara självständig och oberoende från politiska aktörer som grundas i professionella ideal. Dessa faktorer kan också bidra till att förklara de skillnader som vi finner mellan olika medier vad gäller graden av medialisering, där de nyhetsmedier som är mest kommersialiserade också tenderar att vara de vars nyhetsjournalistik är mest medialiserad. Men återigen, de kommersiella och de professionella idealen kombineras ofta, och granskningar av politiker kan ses både som ett sätt att fånga publiken och att granska makten. Det gavs det många exempel på under valrörelsen. Däremot finns vad vi kan se inga tecken på politisk partiskhet kopplat till medialiseringen av valjournalistiken. De skillnader som finns är i första hand mellan medier, inte mellan partier.

## Politisk partiskhet, urvals- och tolkningsmakt

På samma sätt som vi diskuterat medialisering går det i ljuset av analyserna också att diskutera graden av politisering och politisk partiskhet. Med politisering avses här att bevakningen på olika sätt kan gynna eller missgynna ett parti. Det kan exempelvis ske genom hur mycket och på vilket sätt partierna uppmärksammas, vilka frågor som dominerar debatten, och hur partierna kopplas till olika sakfrågor.

Om vi även här börjar med urvalsmakten och sakfrågor har vi redan konstaterat att valdebatten i medierna under valrörelsen i stora drag sammanföll med både medborgarnas dagordning och de frågor som partierna prioriterade. Den enda avvikelserna är miljöfrågan som blev aktuell i samband med sommarens torka och skogsbränder. Rimligen gynnade det Miljöpartiet, på liknande sätt som Moderaterna och Sverigedemokraterna antagligen gynnades när bilar brann i olika förorter och när frågor kring lag och ordning och invandring kom mer i fokus. På liknande sätt gynnades också troligen Kristdemokraterna av att sjukvårdsfrågan fick fäste i valdebatten. Med andra ord gynnades vissa partier av att en del frågor steg på dagordningen, medan de missgynnades när frågorna dalade igen. De som kanske hade minst skäl att glädjas åt att valrörelsen fick det fokus som den fick var kanske Liberalerna, där skolfrågorna sjönk undan jämfört med tidigare val. Viktigt att poängtera är samtidigt att det i princip inte finns någon mediedagordning som är neutral i förhållande till de politiska partierna: oavsett vilka frågor som återfinns högt på mediedagordningen

kommer vissa partier gynnas och andra missgynnas. Det är en bieffekt av att mediedagordningen alltid är begränsad.

När det handlar om hur och på vilket sätt partierna uppmärksammades fick de större partierna mer uppmärksamhet än de små. Detta gynnade i någon mån större partier genom att de syntes mer. Samtidigt fick de mindre partierna ofta något mer uppmärksamhet än vad deras opinionsmässiga stöd motiverade. Nyhetsmedierna tycks i den meningen ha försökt balansera vad som kan kallas en opinionsspeglade princip med en rättvisepincip. Om man köper premisen att synliga partiledare gynnar ett parti fick de något mindre partierna en ännu mer fördelaktig mediebild, detta eftersom de i högre grad dominerade bilden av sitt parti.

Förflyttar vi oss till frågan om tolkningsmakten är en central fråga hur rapporteringen av de politiska partierna såg ut. Här visar resultaten att även om de rödgröna och Alliansen fick lika stor medieuppmärksamhet var i synnerhet bilden av Socialdemokraterna mer negativ. På så sätt gynnades Alliansen som regeringsalternativ helt klart i bevakningen av valrörelsen.

Även Sverigedemokraterna fick en mindre gynnsam behandling, och liksom för det största regeringspartiet kombinerades en stor medieuppmärksamhet med mycket kritik. En viktig aspekt att notera är dock att kritiken mot Socialdemokraterna och särskilt Sverigedemokraterna i första hand kom från andra politiska partier och handlade om politiska sakfrågor. Att dessa partier fick en mindre gynnsam bevakning beror därför inte på att journalister var mer kritiska

mot dessa än mot andra partier. Däremot formulerades kritiken mot de borgerliga oftare av journalister, vilket hade att göra med diskussionerna kring regeringsbildningen och relationen till Sverigedemokraterna. De konfliktlinjer som framkom i den nyhetsjournalistiska bevakningen speglade dock i första hand vilka motståndare de politiska partierna själva valde att fokusera på, där de borgerliga drev ett tvåfrontskrig mot Socialdemokraterna och Sverigedemokraterna. Detta var särskilt tydligt hos mittenpartierna Liberalerna och Centern. På liknande sätt bedrev de rödgröna ett tvåfrontskrig mot Alliansen och Sverigedemokraterna. Bilden av konfliktlinjerna ger inte vid handen att någon gynnades eller missgynnades av medierna när det gäller vem som målades upp som fiende eller vän.

En given följdfråga, inte minst mot bakgrund av anklagelser mot nyhetsmedierna för att vara partiska, är om det finns några tecken på partipolitisk partiskhet. En sak är vilka partier som gynnas eller missgynnas av den nyhetsjournalistiska bevakningen, en annan är hur mönster i den nyhetsjournalistiska bevakningen ska förklaras. Handlar förklaringarna om medialisering och strukturell partiskhet eller om politisk partiskhet?

Vår slutsats är att det är svårt att se några tydliga drag av politisk partiskhet. Om vi börjar med valfrågorna är det ganska klart att de är ett utslag av strukturell partiskhet och medialisering snarare än någon form av politisk partiskhet, det vill säga vilka frågor som sågs nyhetsmässiga eftersom partierna förde fram dem och människor såg dem som viktiga. Lika lite som att miljöfrågorna fördes fram för att gynna Miljöpartiet fokuserade medierna på bilbränder för att gynna

Sverigedemokraterna. Det är ett tydligt exempel på att mediernas urvalsmakt ifråga om nyheter under valrörelser inte handlar om att medvetet gynna vissa partier. Det är andra faktorer – inte minst institutionaliserade nyhetsvärderingar – som styr.

När det gäller behandlingen av partierna och regeringsalternativen är det viktigt att komma ihåg att tidigare forskning tydligt visat att vem som gynnas och missgynnas skiftar, både mellan olika medier och olika valrörelser (Asp & Bjerling, 2014). Eftersom den mer gynnsamma bilden av Alliansen är generell över mediegrupper finns det inget som tyder på att den skulle vara ett uttryck för politisk partiskhet. Än mindre ger resultaten stöd för att nyhetsjournalistiken skulle vara vänstervriden. Vår tolkning är att den i första hand är ett uttryck för den starka kritik som Socialdemokraterna utsattes för från de andra partierna under valrörelsen. Detta stärks av det faktum att kritiken av partiet i högre grad gällde sakfrågor och formulerades av andra politiker snarare än av medierna. Vår tolkning är med andra ord att förklaringen till den negativa bilden av Socialdemokraterna i första hand var en konsekvens av den politiska debatten som speglades i medierna. I denna debatt upplevde medierna att de måste låta två block reagera på Socialdemokraterna – både Alliansen och Sverigedemokraterna – vid olika utspel. För till skillnad från valrörelsen 2014 var det nu tre tydliga block som medierna försökte balansera. Konsekvensen blev därmed att journalisterna upplät utrymme till både Alliansen och Sverigedemokraterna att kritisera Socialdemokraterna. Även bilden av Sverigedemokraterna går att tolka på liknande sätt.



Partiet var starkt kritiserat i medierna och bilden var ogynnsam, men det beror i första hand på kritik från andra partier och på skandaler som partiet faktiskt var inblandat i. Dessa resultat bör därför inte tolkas som utslag av politisk partiskhet i den meningen att journalisternas eller medieägarnas åsikter och värderingar låg bakom. Snarare bör resultaten tolkas som en konsekvens av medialiseringen och partiernas egna prioriteringar vad gäller vilka de kritiserade.

En tolkning av Medievalsundersökningen 2018 skulle givetvis kunna vara att Sverigedemokraterna backade i valspurten på grund av den negativa mediebilden. Troligen hade de också fått ett bättre valresultat om mediedagordningen i högre grad hade fokuserat på frågor om invandring och flyktingar, på samma sätt som exempelvis Miljöpartiet hade fått ett bättre valresultat om miljöfrågan legat högre på mediedagordningen och Liberalerna om skola och utbildning hade dominerat mediedagordningen. Samtidigt är mediebild och opinionsstöd inte självklart sammankopplade för populistiska partier som i hög grad spelar på att vara anti-etablissemang (Aalberg m fl, 2017). Sverigedemokraterna har exempelvis vuxit trots återkommande avslöjanden om brister i demokratisyn eller andra tillkortakommanden hos partiföreträdare. Avslöjanden i medierna och kritik från andra politiker kan lika gärna ses eller användas som ett bevis för elitens maktfullkomlighet och den konflikt mellan ”folket” och ”eliten” som är en integrerad del av populistisk politisk kommunikation (Reinemann m fl, 2017; Stanyer m fl, 2017). Att kritik i medierna inte heller är

något som partiet räds visar också den valfilm som partiet gjorde där medier kallades lögnare. Jimmie Åkessons utfall mot Morgonpasset i P3 under valrörelsen passar in i samma berättelse om att både politiska motståndare och journalister är en del av samma elit som partiet vill bekämpa.

Medievalsundersökningen 2018 visar en mängd resultat med relevans för frågan om i vilken grad den nyhetsjournalistiska bevakningen av valrörelser präglas av medialisering och politisering, och att det empiriska stödet för tesen om strukturell partiskhet och medialisering är oändligt mycket större än det empiriska stödet för tesen om politisk partiskhet. Under de senaste åren har det förts många diskussioner om nyhetsmediernas och nyhetsjournalistikens förlorade maktposition, men i valrörelsen 2018 var nyhetsmedierna och deras nyhetsjournalistiska bevakning fortfarande mycket viktiga spelare. Visserligen tar allt fler människor del av nyhetsmedierna via sociala och digitala medier och via appar snarare än via deras traditionella plattformar, men den absoluta merparten av all nyhetsjournalistik produceras fortfarande av etablerade medier, och det är i hög grad deras nyhetsjournalistik som människor tar del av via digitala och sociala medier. Och trots att partierna har fått i stort sett oändliga möjligheter att föra ut sina budskap via sociala medier och andra plattformar behöver de i hög grad fortfarande traditionella nyhetsmedier för att deras budskap ska få legitimitet och stor spridning. Med opinionsjournalistik, granskningar, gestaltningar av politik som ett spel och med kommentarer och värde-

ringar styrde nyhetsmedierna i hög grad både urval och tolkningar av valrörelsen. Partierna fick goda möjligheter att föra ut sina budskap, och precis som vanligt gynnades eller missgynnades vissa partier. Men förklaringen till det handlar knappast om politisk partiskhet. Istället handlar den om strukturell partiskhet och medialisering och att vissa partier med en kombination av tur och skicklighet fick debatten dit de ville.

## Referenser

- Aalberg, T., Strömbäck, J., & de Vreese, C.H. (2012). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 162–178.
- Aalberg, T., de Vreese, C., & Strömbäck, J. (2017). Strategy and game framing. I C. de Vreese, F. Esser & D. N. Hopmann (red.), *Comparing political journalism* (s. 33–49). New York: Routledge.
- Aalberg, T., Esser, F., Reinemann, C., Strömbäck, J., & de Vreese, C. (red.) (2017). *Populist political communication in Europe*. London: Routledge.
- Aarts, K., Blais, A., & Schmitt, H. (red.) (2011). *Political leaders and democratic elections*. New York: Oxford University Press.
- Allern, S. (2001). *Nyhetsverdier – om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Allern, S. (2002). Journalistic and commercial news values. News organizations as patrons of an institution and market actors. *Nordicom Review* 23(1/2), 137–152.
- Allern, S. (2018). *Mediekapitalet. Ägarskap, kontroll och ideologisk hegemoni i svenska nyhetsmedier*. Stockholm: Katalys.

- Allern, S., & Pollack, E. (red.) (2012). *Mediated scandals: Scandalous! The mediated construction of political scandals in four Nordic countries*. Göteborg: Nordicom.
- Altheide, D.L., & Snow, R.P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills: Sage.
- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1991). *Media worlds in the postjournalism era*. New York: Aldine de Gruyter.
- Andersson, U. (2018). Polariserat förtroende för nyhetsrapportering om brottslighet och invandring. I L. Truedson (red.), *Fejk, filter och faktaresistens – hotar sociala medier demokratin* (s. 136–172). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Andersson, U., & Weibull, L. (2017). Har svenskarna förtroende för medierna. I L. Truedson (red.), *Miss-tron mot medier* (s. 51–84). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Arceneaux, P., Borden, J., & Golan, G. (2019). The news management function of political public relations. I J. Strömbäck & S. Kioussis (red.), *Political public relations. Concepts, principles and applications*. Andra uppl. New York: Routledge.
- Asp, K. (1986). *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Asp, K. (1988). Politisk journalistik. I U. Carlsson (red.), *Forskning om journalistik* (s. 7–52). Göteborgs universitet: Nordicom.
- Asp, K. (2006a). *Rättvisa nyhetsmedier. Partiskheten under 2006 års medievalsrevolution*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.

- Asp, K. (2006b). *Journalistkårens partisympatier*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Asp, K. (2011). *Mediernas prestationer och betydelse. Valet 2010*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Asp, K. (2012a). Vänster-högerinställning hos journalister, allmänhet och folkvalda. I K. Asp (red.), *Svenska journalister 1989–2011* (sid. 91–99). Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Asp, K. (2012a). Vänster-högerinställning hos journalister, allmänhet och folkvalda. I K. Asp (red.), *Svenska journalister 1989–2011* (s. 91–100). Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Asp, K. (2012b). Journalistkårens partisympatier. I K. Asp (red.), *Svenska journalister 1989–2011* (s. 101–107). Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Asp, K. (2014). Mediatization: Rethinking the Question of Media Power. I K. Lundby (red.), *Mediatization of Communication* (s. 349–373). Berlin: de Gruyter.
- Asp, K., Johansson, B., & Nilsson, Å. (1998). *Medievalsundersökningen 1998. Teknisk rapport*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Asp, K., & Bjerling, J. (2014). *Mediekratin – mediernas makt i svenska val*. Stockholm: Ekerlids.
- Barnhurst, K. G. (2014). The Interpretive Turn in News. I M. Schreiber & C. Zimmermann (red.), *Journalism and technological change. Historical perspectives, contemporary trends* (s. 111–141). Chicago: University of Chicago Press.
- Bhatti, Y., & Pedersen, R. T. (2015). News Reporting of Opinion Polls: Journalism and Statistical Noise. *International Journal of Public Opinion Research* 28(1), 129–141.

- Bjerling, J. (2012). *The Personalisation of Swedish Politics. Party Leaders in the Election Coverage 1979–2010*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Boëthius, M-P. (2001). *Mediernas svarta bok. En kriminografi*. Stockholm: Ordfront.
- Boin, A., t'Hart, P., Stern, E., & Sundelius, B. (2017). *The Politics of Crisis Management*. Cambridge: Cambridge University press.
- Bolin, N., Hinnfors, J., & Strömbäck, J. (2016). Invandringen på ledarsidorna i svensk nationell dagspress 2010–2015. I L. Truedson (red.), *Migrationen i medierna – men det får en väl inte prata om* (s. 192–211). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Boorstin, D. J. (1964). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Harper Colophon.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism. The press and the public good*. New York: Oxford University Press.
- Chalaby, J. K. (1996). Journalism as an Anglo-American invention: A comparison of the development of French and Anglo-American journalism, 1830s–1920s. *European Journal of Communication* 11(3), 303–326.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system*. Oxford: Oxford University Press.
- Cook, T. E. (2005). *Governing with the news. The news media as a political institution*. 2 uppl. Chicago: University of Chicago Press.
- D'Alessio, D. (2012). *Media bias in presidential election coverage, 1948–2008*. Lanham: Lexington Books.

- D'Alessio, D., & Allen, M. (2000). Media Bias in Presidential Elections: A Meta-Analysis. *Journal of Communication* 50(4), 133–156.
- de Vreese, C. H., & Elenbaas, M. (2008). Media in the Game of Politics: Effects of Strategic Metacoverage on Political Cynicism. *International Journal of Press/Politics* 13(3), 285–309.
- Djerf-Pierre, M., & Shehata, A. (2017). Still an agenda-setter: Traditional news media and public opinion during the transition from low to high choice media environments. *Journal of Communication* 67(5), 733–757.
- Djerf-Pierre, M., & Weibull, L. (2001). *Spegla, granska, tolka. Aktualitetsjournalistik i svensk radio och TV under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.
- Djerf-Pierre, M., & Weibull, L. (2008). From Public Educator to Interpreting Ombudsman. Regimes of Political Journalism in Swedish Public Service Broadcasting 1925–2005. I J. Strömbäck, M. Ørsten & T. Aalberg (red.), *Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries*. Göteborg: Nordicom.
- Djerf-Pierre, M., Ekström, M., Håkansson, N., & Johansson, B. (2013). The Mediatization of Political Accountability. Politics, the news media logic and industrial crises in the 1980s and 2000s. *Journalism Studies* 15(3), 321–338.
- Eberl, J-M., Boomgaarden, H. G., & Wagner, M. (2017). One bias fits all? Three types of media bias and their effects on party preferences. *Communication Research* 44(8), 1125–1148.



- Ekman, M. (2019). Journalistiken och nyhetskällorna. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red.), *Handbok i journalistikforskning*. Andra uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Ekström, M. (2006). *Politiken i mediesamhället*. Malmö: Liber.
- Ekström, M. (2017). Nyhetsjournalistiken som den radikala högerpopulismens fiende och vän. I B. Johansson & L. Truedson (red.), *När makten står på spel – journalistik i valrörelser* (s. 133–151). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Ekström, M. & Johansson, B. (2008). Talk scandals. *Media, Culture & Society* 30(1), 61–79.
- Ekström, M. & Johansson, B. (2019). Talk Scandals: The Power of Mediated talk. I H. Tumber & S. Waisboard (red.), *The Routledge Companion to Media and Scandal* (s. 183–192). New York: Routledge.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 43(4), 51–58.
- Entman, R. M. (2012). *Scandal and Silence*. Cambridge: Polity Press.
- Eriksson, K. (2017). Det sakliga spelet – därför blir regeringsfrågan stor i valrörelsen 2018. I B. Johansson & L. Truedson (red.), *När makten står på spel – journalistik i valrörelser* (s. 116–132). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Esaiasson, P. (1990). *Svenska valkampanjer 1866–1988*. Stockholm: Allmänna Förlaget.
- Esaiasson, P., & Håkansson, N. (2002). *Besked ikväll! Valprogrammen i svensk radio och TV*. Stockholm: Stiftelsen Etermedierna i Sverige.

- Esser, F. (2008). Dimensions of political news cultures: Sound bite and image bite news in France, Germany, Great Britain, and the United States. *International Journal of Press/Politics*, 13(4), 401–428.
- Esser, F. (2013). Mediatization as a challenge: Media logic versus political logic. I H. Kriesi, S. Lavenex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann & D. Bochler (red.), *Democracy in the age of globalization and mediatization* (s. 155–176). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Esser, F., & Strömbäck, J. (red.) (2014). *Mediatization of politics. Understanding the transformation of Western democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Esser, F., & Umbricht, A. (2013). Competing models of journalism? Political affairs coverage in US, British, German, Swiss, French and Italian newspapers. *Journalism* 14(8), 989–1007
- Esser, F., & Umbricht, A. (2014). The evolution of objective and interpretative journalism in the Western press: Comparing six news systems since the 1960s. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(2), 229–249.
- Esser, F., Engesser, S., Matthes, J., & Berganza, R. (2017). Negativity. I C. de Vreese, F. Esser & D. N. Hopmann (red.), *Comparing political journalism* (s. 71–91). New York: Routledge.
- Falasca, K., & Grandien, C. (2017). Where you lead we will follow: A longitudinal study of strategic political communication in election campaigning. *Journal of Public Affairs*, 17(3), e1625.

- Farnsworth, S. J., & Lichter, S. R. (2011). *The nightly news nightmare. Media coverage of U.S. presidential elections, 1988–2008*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Gallup (2018). *Perceived accuracy and bias in the news media. A Gallup/Knight Foundation survey*. Washington: Gallup.
- Gans, H. J. (1980). *Deciding what's news. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage.
- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2010). What drives media slant? Evidence from U.S. daily newspapers. *Econometrica* 78(1), 35–71.
- Ghersetti, M. (2011). *Olika men ändå lika. Rapporteringen av valrörelsen 2010 i fem stora pappers- och webbtidningar*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Ghersetti, M. (2012). Journalistikens nyhetsvärdering. I L. Nord & J. Strömbäck (red.), *Medierna och demokratin* (s. 205–232). 2 uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Graber, D. A. (2006). *Mass Media & American Politics*. Washington: CQ Press.
- Green-Pedersen, C., Mortensen, P. B., & Thesen, G. (2017). The incumbency bonus revisited: Causes and consequences of media dominance. *British Journal of Political Science* 47(1), 131–148.
- Groseclose, T. (2011). *Left turn: How liberal media bias distorts the American mind*. New York: St. Martin's Press.

- Gross, J. H., Shalizi, C. R., & Gelman, A. (2012) Does the US media have a liberal bias? A discussion of Tim Croseclose's "Left turn: How liberal media bias distorts the American mind". *Perspectives on Politics* 10(3), 775–779.
- Gulati, G. J., Just, M. R., & Crigler, A. N. (2004). News coverage of political campaigns. I L. L. Kaid (red.). *Handbook of political communication research* (s. 237–256). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Gunter, B. (1997). *Measuring Bias on Television*. Luton: University of Luton Press.
- Hallin, D. C. (1986) *The "Uncensored War" – the Media and Vietnam*. Berkeley: University of California Press.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. New York: Cambridge University Press.
- Hamilton, J. T. (2004). *All the news that's fit to sell. How the market transforms information into news*. Princeton: Princeton University Press.
- Hanitzsch, T., & Mellado, C. (2011). What shapes the news around the world? How journalists in eighteen countries perceive influences on their work. *International Journal of Press/Politics* 16(3), 404–426.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies* 18(12), 1470–1488.
- Hardmeier, S. (2008). The Effects of Published Polls on Citizens. I W. Donsbach & M. W. Traugott (red.), *The SAGE Handbook of Public Opinion Research* (sid. 504–513). London: Sage.

- Hendricks, J. A., & Kaid, L. L. (red.) (2011). *Techno politics in presidential campaigning. New voices, new technologies, and new voters*. New York: Routledge.
- Hernes, G. (1978). Det mediavriddesamfunn. I G. Hernes (red.), *Forhandlingsøkonomi og blandadministrasjon* (s. 181–195). Oslo: Universitetsforlaget.
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. London: Routledge.
- Hofstetter, C. R. (1976). *Bias in the News. Network Television News Coverage of the 1972 Election Campaign*. Columbus: Ohio State University Press.
- Holt, K. (2016). ”Alternativmedier”? En intervjustudie om mediekritik och mediemisstro. I L. Truedson (red.), *Migrationen i medierna – men det får en väl inte prata om?* (s. 113–149). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Holtz-Bacha, C., & Strömbäck, J. (red.) (2012). *Opinion Polls and the Media. Reflecting and Shaping Public Opinion*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hopmann, D. N., de Vreese, C. H., & Albaek, E. (2011). Incumbency bonus in election news coverage explained: The logic of political power and media market. *Journal of Communication* 61(2), 264–282.
- Hopmann, D. N., Shehata, A., & Strömbäck, J. (2015). Contagious Media Effects: How Media Use and Exposure to Game-Frames News Influence Media Trust. *Mass Communication & Society* 18(6), 776–798.
- Hopmann, D. N., Van Aelst, P., & Legnante, G. (2012). Political balance in the news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13(2), 240–257

- Hopmann, D. N., Van Aelst, P., Salgado, S., & Legnante, G. (2017). Political Balance. I C. de Vreese, F. Esser & D. N. Hopmann (red.), *Comparing Political Journalism* (sid. 92–111). New York: Routledge.
- Hvitfelt, H. (1989). *Nyheterna och verkligheten. Byggestenar till en teori*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Håkansson, N., Johansson, B., & Vigsø, O. (2014). *Politik i det offentliga rummet. Svenska valaffischer 2010-2014*. Stockholm: Carlssons förlag.
- Iyengar, S., Norpoth, H., & Hahn, K. S. (2004). Consumer Demand for Election News: The Horse-race Sells. *Journal of Politics* 66(1), 157–175.
- Johansson, B. (2004). Journalistikens nyhetsvärderingar. I L. Nord & J. Strömbäck (red.), *Medierna och demokratin* (s. 223–240). Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, B. (2006). Blir nyhetsbevakningen bättre ju närmare valdagen vi kommer? I H. Bäck & M. Gilljam (red.), *Valets mekanismer* (sid. 286–302). Malmö: Liber.
- Johansson, B. (2008a). *Vid nyhetsdesken. En studie av nyhetsproduktion vid svenska nyhetsredaktioner*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Johansson, B. (2008b). Popularized Election Coverage? News Coverage of Swedish Parliamentary Election Campaigns 1979–2006. I J. Strömbäck, M. Ørsten & T. Aardal (red.), *Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries* (s 181–93). Göteborg: Nordicom.

- Johansson, B. (2015). Journalistiken, objektiviteten och partiskheten. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red.), *Handbok i journalistikforskning* (sid. 189–206). Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, B. (2017). Medievalrörelsen 2014. I B. Johansson & L. Truedson (red.), *När makten står på spel – journalistik i valrörelser* (s. 22–57). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Johansson, B., & Grusell, M. (2013). ”Och nu blir det reklamfilm” – politisk reklam i svenska valrörelser. I J. Strömbäck & L. Nord (red.), *Kampen om opinionen. Politisk kommunikation under svenska valrörelser* (s. 64–89). Stockholm: SNS Förlag.
- Johansson, B., & Odén, T. (2013). *Politiska annonser. Partiernas valreklam i dagspressen genom 100 år*. Göteborg: Nordicom.
- Johansson, B., & Truedson, L. (red.) (2017). *När makten står på spel – journalistik i valrörelser*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Johansson, B., & Vigsø, O. (2019). The Political Scandal and Crisis Communication. I F. Frandsen & W. Johansen (red.). *Crisis Communication*. Handbooks of Communication Science series (HOCS), Volume 23. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Kaplan, R. L. (2002). *Politics and the American press. The rise of objectivity, 1865–1920*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Karlsson, M., Clerwall, C., & Buskqvist, U. (2013). Digitala medier, public relations och strategisk politisk kommunikation. I J. Strömbäck & L. Nord (red.), *Kampen om opinionen. Politisk kommunikation under svenska valrörelser* (sid. 89–115). Stockholm: SNS Förlag.
- Karlsson, M., & Johansson, B. (2018). Kvantitativ innehållsanalys. I M. Ekström & B. Johansson (red.), *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (s. 171–192). Lund: Studentlitteratur.
- Landerer, N. (2013). Rethinking the logics: A conceptual framework for the mediatization of politics. *Communication Theory*, 23(3), 239–258.
- Larson, S. G. (2003). Misunderstanding margin of error: Network news coverage of polls during the 2000 general election. *International Journal of Press/Politics* 8(1), 66–80.
- Lengauer, G., Esser, F., & Berganza, R. (2012). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 179–202.
- Lecheler, S., & de Vreese, C. (2019). *News framing effects*. New York: Routledge.
- Lichter, S. R. (2017). Theories of Media Bias. I K. Kenski & K. H. Jamieson (red.), *Oxford handbook of political communication*. New York: Oxford University Press.
- Manning, P. (2001). *News and News Sources: A Critical Introduction*. London: Sage.
- March, J. G., & Olsen, J. P. (1989). *Rediscovering institutions*. New York: Free Press.



- Martinsson, J. & Weissenbilder, M. (2018). Viktiga valfrågor i Sverige – från miljö till invandring. I Ulrika Andersson, A. Carlander, E. Lindgren & M. Oskarson (red), *Sprickor i fasaden* (s. 119–132). Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Mazzoleni, G. (2008). Mediatization of Politics. I W. Donsbach (red.), *The International Encyclopedia of Communication*, Volume VII (sid. 3047–3051). Malden, MA: Blackwell.
- McCombs, M. E. (2014). *Setting the agenda. Mass media and public opinion*. Andra uppl. Cambridge: Polity Press.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism. Let the citizen beware?* Thousand Oaks: Sage.
- McQuail, D. (1992). *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
- Moy, P., & Rinke, E. M. (2012). Attitudinal and behavioral consequences of published opinion polls. I C. Holtz-Bacha & J. Strömbäck (red.), *Opinion polls and the media: Reflecting and shaping public opinion* (s. 225–245). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Mutz, D. C. (1998). *Impersonal Influence. How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*. New York: Cambridge University Press.
- Nabi, R. L., & Oliver, M. B. (red.) (2009). *The SAGE handbook of media processes and effects*. Thousand Oaks: Sage.
- Negrine, R. (2008). *The transformation of political communication. Continuities and changes in media and politics*. New York: Palgrave MacMillan.

- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2018). *Reuters Institute digital news report 2018*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Niven, D. (2002). *Tilt? The search for media bias*. Westport: Praeger.
- Nord, L. (2001). *Vår tids ledare. En studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning*. Stockholm: Carlssons.
- Nord, L. (2013). Jakten på den perfekta kampanjen – professionaliseringen av de svenska partierna. I J. Strömbäck & L. Nord (red.), *Kampen om opinionen. Politisk kommunikation under svenska valrörelser* (s. 35–63). Stockholm: SNS Förlag.
- Nord, L., & Strömbäck, J. (2005). *Hot på agendan. En analys av nyhetsförmedling om risker och kriser*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.
- Nord, L., Grusell, M., Bolin, N., & Falasca, K. (red.) (2018). *Snabbtänkt. Reflektioner från valet 2018 av ledande forskare*. Sundsvall: Demicom.
- Nord, L., & Strömbäck, J. (2018). *Svenska valrörelser. Väljare, medier och partier under 2000-talet*. Stockholm: Santérus förlag.
- Nygren, G. (2015). Journalistik som profession. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red.), *Handbok i journalistikforskning* (sid. 63–79). Lund: Studentlitteratur.
- Nyhan, B. (2012). Does the US media have a liberal bias? A discussion of Tim Groseclose's "Left turn: How liberal media bias distorts the American mind". *Perspectives on Politics* 10(3), 767–771.

- Ohlsson, J. (2015). *Svensk tidningsmarknad under 2000-talet. Strukturförändringar och ekonomisk utveckling*. Göteborg: Nordicom.
- O'Neill, D., & Harcup, T. (2009). News values and selectivity. I K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (red.), *Handbook of journalism studies* (s. 161–174). New York: Routledge.
- Oleskog Tryggvason, P., & Strömbäck, J. (2018). Fact or Fiction? Investigating the Quality of Opinion Poll Coverage and Its Antecedents. *Journalism Studies*, 19(14), 2148–2167.
- Olin, M. (2019). Nog lutar public service åt vänster. *Smedjan*, publicerad 2019-01-03. <https://timbro.se/smedjan/mats-olin-nog-lutar-public-service-vanster/>
- Oscarsson, H., & Holmberg, S. (2016). *Svenska väljare*. Stockholm: Wolters Kluwer.
- Oscarsson, H., Andersson, D., Falk, E., & Forsberg, J. (2018). *Förhandlingsvalet 2018. Analyser av valresultatet i 2018 års riksdagsval*. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.
- Perloff, Richard M. (2015). A three-decade retrospective on the hostile media effect. *Mass Communication and Society* 18(6), 721–729.
- Patterson, T. E. (1993). *Out of order*. New York: Vintage.
- Patterson, T. E. (2017). Game versus Substance in Political News. I K. Kenski & K. H. Jamieson (red.), *Oxford Handbook of Political Communication*. New York: Oxford University Press.
- Petersson, O. (red.) (2008). *Medierna: folkets röst?* Stockholm: SNS Förlag.

- Petersson, O., Djerf-Pierre, M., Holmberg, S., Strömbäck, J., & Weibull, L. (2006). *Mediernas valmakt*. Stockholm: SNS Förlag.
- Petrocik, J. R. (1996). Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study. *American Journal of Political Science* 40(3), 825–850.
- Petrocik, J. R., Benoit, W. L., & Hansen, G. J. (2003). Issue ownership and presidential campaigning, 1952–2000. *Political Science Quarterly* 118(4), 599–626.
- Pétry, F., & Bastien, F. (2013). Follow the Pollsters: Inaccuracies in Media Coverage of the Horse-race during the 2008 Canadian Election. *Canadian Journal of political science* 46(01), 1–26.
- Reinemann, C., Scherr, S., Stanyer, J., Aalberg, T., Van Aelst, P., Berganza, R., Esser, F., Hopmann, D. N., Hubé, N., Legnante, G., Matthes, J., Papathanassopoulos, S., Salgado, S., Sheaffer, T., Strömbäck, J., & de Vreese, C. (2017). Cross-Conceptual Architecture of News. I C. de Vreese, F. Esser & D. N. Hopmann (red.), *Comparing Political Journalism* (s. 150–167). New York: Routledge.
- Reinemann, C., Aalberg, T., Esser, F., Strömbäck, J., & de Vreese, C. (2017). Populist political communication: Toward a model of its causes, forms, and effects. I T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. de Vreese (red.), *Populist political communication in Europe* (s. 12–25). London: Routledge.

- Salgado, S., & Strömbäck, J. (2012). Interpretive journalism: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 144–161.
- Salgado, S., Strömbäck, J., Aalberg, T., & Esser, F. (2017). Interpretive journalism. I C. de Vreese, F. Esser & D. N. Hopmann (red.), *Comparing political journalism* (s. 50–70). New York: Routledge.
- Schuck, A. R. T., Boomgaarden, H. G., & de Vreese, C. H. (2013). Cynics all around? The impact of election news on political cynicism in comparative perspective. *Journal of Communication* 63(2), 287–311.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the news. A social history of American newspapers*. New York: Basic Books.
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. New York: W.W. Norton.
- Segerfeldt, F. (2016). Vänstervridningen i public service måste upphöra. *Expressen*, publicerad 2016-10-17. <https://www.expressen.se/debatt/vanstervridningen-i-public-service-maste-upphora/>
- Sellers, P. (2010). *Cycles of spin: Strategic communication in the U.S. Congress*. New York: Cambridge University Press.
- Shehata, A. (2014). Game Frames, Issue Frames, and Mobilization. Disentangling the Effects of Frame Exposure and Motivated News Attention on Political Cynicism and Engagement. *International Journal of Public Opinion Research* 26(2), 157–177.
- Shehata, A. (2015). Journalistikens dagordningar och gestaltningar. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red.), *Handbok i journalistikforskning* (sid. 353–371). Lund: Studentlitteratur.

- Shehata, A., & Strömbäck, J. (2013a). Medieeffekter under svenska valrörelser. I J. Strömbäck & L. Nord (red.), *Kampen om opinionen. Politisk kommunikation under svenska valrörelser* (s. 239–269). Stockholm: SNS Förlag.
- Shehata, A., & Strömbäck, J. (2013b). Not (Yet) a New Era of Minimal Effects: A Study of Agenda Setting at the Aggregate and Individual Levels. *International Journal of Press/Politics* 18(2), 234–255.
- Shehata, A., & Strömbäck, J. (2018). Learning political news from social media: Network media logic and current affairs news learning in a high-choice media environment. *Communication Research*, online early.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century. A media sociology perspective*. New York: Routledge.
- Sparrow, B. H. (1999). *Uncertain Guardians. The News Media as a Political Institution*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Stanyer, J., Salgado, S., & Strömbäck, J. (2017). Populist actors as communicators or political actors as populist communicators: Cross-national findings and perspectives. I T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. de Vreese (red.), *Populist political communication in Europe* (s. 353–364). London: Routledge.
- Stromer-Galley, J. (2014). *Presidential campaigning in the Internet age*. New York: Oxford University Press.
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246.

- Strömbäck, J. (2011). Mediatization and perceptions of the media's political influence. *Journalism Studies* 12(4), 423–439.
- Strömbäck, J. (2013). Den medialiserade valrörelse-journalistiken. I J. Strömbäck & L. Nord (red.), *Kampen om opinionen. Politisk kommunikation under svenska valrörelser* (s. 119–149). Stockholm: SNS Förlag.
- Strömbäck, J. (2014). *Makt, medier och samhälle. En introduktion till politisk kommunikation*. 2 uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Strömbäck, J. (2016). Mediatization. In G. Mazzoleni (red.), *The International Encyclopedia of Political Communication* (s. 827–835). Oxford: Wiley Blackwell.
- Strömbäck, J. (2019). Journalistikens nyhetsurval och nyhetsvärderingar. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red.), *Handbok i journalistikforskning*. Andra uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Strömbäck, J., & Dimitrova, D.V. (2011). Mediatization and media interventionism. A comparative analysis of Sweden and the United States. *International Journal of Press/Politics*, 16(1), 30–49.
- Strömbäck, J., & Esser, F. (2014). Mediatization of politics: Towards a theoretical framework. I F. Esser & J. Strömbäck (red.), *Mediatization of politics. Understanding the transformation of Western democracies* (s. 3–28). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Strömbäck, J., & Esser, F. (red.) (2015). *Making sense of mediatized politics. Theoretical and empirical perspectives*. London: Routledge.

- Strömbäck, J., & Esser, F. (2017). Political public relations and mediatization: The strategies of news management. I P. Van Aelst & S. Walgrave (red.), *How political actors use the media. A functional analysis of the media's role in politics* (s. 63–83). Cham: Palgrave Macmillan.
- Strömbäck, J., & Jendel, L. (2013). Medierna och opinionsmätningarna. I J. Strömbäck & L. Nord (red.), *Kampen om opinionen. Politisk kommunikation under svenska valrörelser* (sid. 150–176). Stockholm: SNS Förlag.
- Strömbäck, J., & Johansson, B. (2017). När bjälken sitter i betraktarens ögon: om fientliga medierfenomenet. I L. Truedson (red.), *Misstron mot medier* (s. 100–116). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Strömbäck, J. & Kaid, L. L. (red.) (2008). *The handbook of election news coverage around the world*. London & New York: Routledge.
- Strömbäck, J., & Karlsson, M. (2017). Sjunkande förtroende för svenska medier? En analys av hur medborgarnas medieförtroende och betydelsen av partisympati har förändrats mellan 2014 och 2016. I L. Truedson, Lars (red.), *Misstron mot medier* (s. 84–99). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Strömbäck, J., & Nord, L. (2006b). Do Politicians Lead the Tango? A Study of the Relationship Between Swedish Journalists and their Political Sources in the Context of Election Campaigns. *European Journal of Communication* 21(2), 147–164.
- Strömbäck, J., & Nord, L. (red.) (2013). *Kampen om opinionen. Politisk kommunikation under svenska valrörelser*. Stockholm: SNS Förlag.



- Strömbäck, J., & Nord, L. (2017). *Mest spelgestaltningar och strukturell partiskhet. En analys av svensk valrörelsejournalistik 2002–2014*. Sundsvall: Demicom.
- Strömbäck, J., & Shehata, A. (2007). Structural biases in British and Swedish election news coverage. *Journalism Studies* 8(5), 798–812.
- Strömbäck, J., & Van Aelst, P. (2010). Exploring some antecedents of the media's framing of election news: A comparison of Swedish and Belgian election news. *International Journal of Press/Politics*, 15(1), 41–59.
- Strömbäck, J., & Van Aelst, P. (2013). Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette* 75(4), 341–358.
- Strömbäck, J., Andersson, F., & Nedlund, E. (2017). *Invandring i medierna – hur rapporterade svenska tidningar 2010–2015?* Stockholm: Delmi.
- Strömbäck, J., Grandien, C., & Falasca, K. (2013). Do campaign strategies and tactics matter? Exploring party elite perceptions of what matters when explaining election outcomes. *Journal of Public Affairs* 13(1), 41–52.
- Strömbäck, J., Nord, L., & Shehata, A. (2012). Swedish journalists: Between professionalization and commercialization. I D. H. Weaver & L. Willnat (red.), *The global journalist in the 21st century* (s. 306–319). New York: Routledge.
- Truedson, L. (red.) (2017). *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediestudier.

- Tuchman, G. (1978). *Making news. A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Valforskningssprogrammet (2018). *Partibytare mellan valen. Valforskningssprogrammets faktablad 2018:16*. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.
- Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The Hostile Media Phenomenon: Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre. *Journal of Personality and Social Psychology* 49(3), 577–585.
- Walgrave, S., Lefevere, J., & Nuytemans, M. (2009). Issue ownership stability and change: How political parties claim and maintain issues through media appearances. *Political Communication* 26(2), 153–172.
- Walgrave, S., Tresch, A., & Lefevere, J. (2015). The conceptualization and measurement of issue ownership. *West European Politics* 38(4), 778–796.
- Watts, M. D., Domke, D., Shah, D. V., & Fan, D. P. (1999). Elite cues and media bias in presidential campaigns. Explaining public perceptions of a liberal press. *Communication Research* 26(2), 144–175
- Weibull, L. (2013). Är partipressen död eller levande? Reflexioner från ett presshistoriskt seminarium. *Nordicom Information* 35(1–2), 37–48.
- Weibull, L. (2015). Brytpunkter i svensk medie- och journalistikhistoria. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red.), *Handbok i journalistikforskning* (sid. 43–61). Lund: Studentlitteratur.

- Westerståhl, J. (1972). *Objektiv nyhetsförmedling*. Göteborg: Akademiförlaget.
- Widholm, A., & Mårtensson, F. (2018). Mediekritik driver Twitteraktivitet. Om journalistik som resurs för politisk kommunikation i sociala medier. I L. Truedson (red.), *Fejk, filter och faktaresistens – hotar sociala medier demokratin?* (s. 104–135). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Wiik, J. (2012). Yrkesideal. I K. Asp (red.), *Svenska journalister 1989–2011* (s. 33–40). Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- YouGov (2016). *YouGov/Eurotrack Survey Results*. Neddladdad från [https://d25d2506sfb94s.cloudfront.net/cumulus\\_uploads/document/n2brop7n28/Eurotrack\\_January\\_MediaRepresentation\\_Website.pdf](https://d25d2506sfb94s.cloudfront.net/cumulus_uploads/document/n2brop7n28/Eurotrack_January_MediaRepresentation_Website.pdf) den 8 februari 2019.
- Zaller, J.R. (2001). The rule of product substitution in presidential campaign news. I E. Katz & Y. Warshel (red.), *Election studies: What's their use?* (s. 247–269). Boulder: Westview Press.
- Zoiner, A. (2018). The consequences of strategic news coverage for democracy: A meta-analysis. *Communication Research*, online early.

# Appendix

**Tabell 1. Överensstämmelse mellan dagordningar i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 fördelat på nyhetsredaktioner (ÖK).**

|           | DN  | SvD | AB  | Exp | Rapp | Ekot | Nyh. |
|-----------|-----|-----|-----|-----|------|------|------|
| DN        | X   | .71 | .61 | .76 | .70  | .71  | .68  |
| SvD       | .71 | X   | .66 | .75 | .76  | .71  | .77  |
| AB        | .61 | .66 | X   | .75 | .71  | .68  | .71  |
| Expressen | .76 | .75 | .75 | X   | .76  | .77  | .78  |
| Rapport   | .70 | .76 | .71 | .76 | X    | .68  | .77  |
| Ekot      | .71 | .71 | .77 | .77 | .68  | X    | .71  |
| TV4 Nyh   | .68 | .77 | .78 | .78 | .77  | .71  | X    |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem olika typer av innehåll för varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Likheten mellan de olika mediegruppers dagordning bygger på en överensstämmelsekoefficient (ÖK). ÖK bygger på att två procentfördelningar jämförs med varandra och anger grad av likhet eller överensstämmelse mellan de två procentfördelningarna. Om en fördelning 25%, 25% och 50% jämförs med fördelningen 20%, 25% och 55% blir den summerade procentdifferensen 10. Överensstämmelsekoefficienten blir i detta fall 0.95 (1-0.10/2) (Asp, 1986).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

**Tabell 2. Uppmärksamhet för partiledare och parti i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 (procent).**

|                     | Partiledare | Partiet totalt |
|---------------------|-------------|----------------|
| Vänsterpartiet      | 8           | 6              |
| Socialdemokraterna  | 23          | 25             |
| Miljöpartiet        | 8           | 8              |
| Centern             | 10          | 8              |
| Liberalerna         | 8           | 6              |
| Kristdemokraterna   | 10          | 8              |
| Moderaterna         | 16          | 18             |
| Sverigedemokraterna | 17          | 21             |
| Summa procent       | 100         | 100            |
| Antal               | 2 250       | 5 882          |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Inga kollektiva aktörer såsom "Alliansen/ borgerliga" eller "Rödgröna" ingår i tabellen.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

**Tabell 3. Andel kritik i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 fördelat på nyhetsredaktioner (procent).**

|                     | Alla medier | DN | SvD | AB | Exp | Rapp | Ekot | Nyh. |
|---------------------|-------------|----|-----|----|-----|------|------|------|
| Vänsterpartiet      | 23          | 19 | 17  | 22 | 29  | 40   | 20   | 14   |
| Socialdemokraterna  | 54          | 52 | 53  | 61 | 56  | 46   | 61   | 48   |
| Miljöpartiet        | 39          | 32 | 29  | 50 | 46  | 35   | 25   | 19   |
| Centern             | 32          | 29 | 15  | 56 | 36  | 31   | 0    | 23   |
| Liberalerna         | 21          | 25 | 7   | 28 | 26  | 14   | 0    | 0    |
| Kristdemokraterna   | 32          | 23 | 19  | 46 | 36  | 17   | 18   | 31   |
| Moderaterna         | 45          | 51 | 42  | 53 | 45  | 37   | 50   | 29   |
| Sverigedemokraterna | 56          | 55 | 47  | 67 | 59  | 39   | 62   | 45   |
| Genomsnitt          | 41          | 39 | 36  | 50 | 43  | 35   | 34   | 33   |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Inga kollektiva aktörer såsom "Alliansen/ borgerliga" eller "Rödgröna" ingår i tabellen. Alla medier (N=3 391), DN (N=562), SvD (N=621), AB (N=704), Exp (N=1460), Rapport (N=261), Ekot (N=118), TV4 Nyh (N=262).

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

**Tabell 4. Kritik mot politiska aktörer av politiker och journalister i nyhetsbevakning av valrörelsen 2018 (balansmått).**

|                      | Politiker | Journalister | Summa procent | Antal |
|----------------------|-----------|--------------|---------------|-------|
| Vänsterpartiet       | 51        | 49           | 100           | 43    |
| Socialdemokraterna   | 46        | 54           | 100           | 431   |
| Miljöpartiet         | 45        | 55           | 100           | 92    |
| Centern              | 40        | 60           | 100           | 80    |
| Liberalerna          | 42        | 58           | 100           | 36    |
| Kristdemokraterna    | 31        | 69           | 100           | 93    |
| Moderaterna          | 32        | 68           | 100           | 245   |
| Sverigedemokraterna  | 53        | 47           | 100           | 436   |
| Rödgröna             | 71        | 29           | 100           | 239   |
| Alliansen/borgerliga | 66        | 34           | 100           | 276   |

**Kommentar:** Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och 10 omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

**Källa:** Medievalsundersökningen 2018.

# Kodbok Medievalsunder- sökningen 2018

**Urval medier:** Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet, Expressen, Rapport 19.30, TV4 Nyheterna 19.00, Ekot 16.45. **Tidsperiod:** De fyra sista veckorna före valdagen (start TV/radio 12/8/press 13/8).

**Urval innehållsmässigt tidningar:** Nyhetsjournalistiskt bearbetade artiklar publicerade i huvudtidningen; 2) signerade av journalister; 3) som har placerats på sidor med vinjetten ”politik” eller motsvarande, eller 4) som i bild, rubrik eller ingress explicit refererar till inrikespolitiska aktörer eller institutioner. Endast texter med fler än tio rader ingår.

**Urval innehållsmässigt TV:** 1) Nyhetsjournalistiskt bearbetade inslag sända i huvudsändningen; 2) inslag signerade av journalister; 3) som har vinjetten ”politik” eller motsvarande, eller 4) som i bild eller ord explicit refererar till inrikespolitiska aktörer eller institutioner.

# MEDIEVALSUNDERSÖKNINGEN 2018

## KODBOK

### BLOCK 1: BASINFORMATION

#### *V1. ID-nummer*

#### *V2. Medium*

1. Dagens Nyheter
2. Svenska Dagbladet
3. Aftonbladet
4. Expressen
5. Rapport 19.30
6. TV4 Nyheterna 19.00
7. Ekot P1 16.45

#### *V3. Kodare*

1. Kalle Färm
2. Lena Jendel

#### *V4. Rubrik*

#### *V5. Månad*

8. Augusti
9. September

#### *V6. Dag*

1-31



**V7. Nyhetsbyrå**

0. Nej

1. Ja

**V8. Tid inslag startar (*min+sek*)**

**V9. Tid inslag avslutas (*min+sek*)**

**V10. Journalistisk genre**

1. Nyhetsartikel

2. Analys/perspektiv/motsvarande

3. Intervju

4. Sakpolitisk guide

5. Fristående opinionsredovisning

6. Instrukтив artikel

**BLOCK 2: JOURNALISTISK SYNlighet**

**V11. Förekommer studiointervju med journalistisk aktör TV/radio**

0. Nej

1. Ja

**V12. Intervjuar nyhetsankaret en reporter på fältet?**

0. Nej

1. Ja

**V13. Förekommer en journalistisk ”ståuppa”?**

0. Nej

1. Ja

***V14. Förekommer studiointervju med politisk aktör  
TV/radio***

- 0. Nej
- 1. Ja

***V15. Vem får säga de avslutande orden i nyhets-  
inslaget?***

- 1. Journalist
- 2. Politiker
- 3. Annan aktör

**BLOCK 3: OPINIONER OCH OPINIONS-  
MÄTNINGAR**

***V16. Redovisas opinionsundersökningsresultat?***

- 0. Nej
- 1. Ja

***V17. Om ja, vad är opinionsundersökningens  
huvudsakliga objekt?***

- 1. Partisynpati
- 2. Politikersynpati
- 3. Sakfrågor
- 4. Regeringsalternativ
- 5. Annat alternativ

***V18. Om ja, är opinionsundersökningen en ”poll  
of polls”?***

- 0. Nej
- 1. Ja

***V19. Redovisas frågeformulering?***

0. Nej

1. Ja

***V20. Redovisas antalet tillfrågade?***

0. Nej

1. Ja

2. Ja, delvis

***V21. Redovisas population?***

0. Nej

1. Ja

***V22. Redovisas osäkerhets/felmarginal?***

0. Nej

1. Ja

2. Ja, delvis

***V23. Redovisas uppdragsgivare?***

0. Nej

1. Ja

***V24. Redovisas insamlingsmetoden?***

0. Nej

1. Ja

***V25. Är mediet ifråga uppdragsgivare för opinionsundersökningen?***

0. Nej

1. Ja

***V26. Refereras det till opinionsmätningar eller opinionsresultat?***

- 0. Nej
- 1. Ja

***V27. Förekommer försök att förklara framgångar eller motgångar i opinionen?***

- 0. Nej
- 1. Ja

***V28. Om ja, vad fokuserar förklaringen framförallt på?***

- 1. Partiledaren
- 2. Partiets politik/ideologi
- 3. Kampanjer
- 4. Annat

#### **BLOCK 4: JOURNALISTIKENS FORM OCH STIL**

***V29. Journalistiskt förhållningssätt?***

- 1. Beskrivande
- 2. Tolkande

***V30. Förekommer tydligt värderande kommentarer eller uttalanden från journalistens sida?***

- 0. Nej
- 1. Ja

## BLOCK 5: JOURNALISTISKA GESTALTNINGAR

### *V31. Journalistisk gestaltning i nyheten?*

1. Sakgestaltning
2. Spelgestaltning
3. Skandalgestaltning
4. Annan

### *V32. Dominerande journalistisk gestaltning?*

1. Sakgestaltning
2. Spelgestaltning
3. Inte möjligt att avgöra

### *Spelgestaltning*

*V33. Förekommer referens till vinnare och förlorare bland politiska partier eller politiker när det gäller kampen om röster, debatter i politiska församlingar, förhandlingar mellan politiska partier, eller i politiken mer generellt?*

0. Nej
1. Ja

*V34. Förekommer referens till politikernas eller partiernas strategier för att vinna val, förhandlingar eller debatter, det vill säga kampanjtekniker, förhandlingstaktiker eller hur de bedriver politik?*

0. Nej
1. Ja

*V35. Förekommer språklig referens till sport eller krig?*

0. Nej

1. Ja

*V36. Förekommer referens till hur en politisk aktör framträder, arbetar eller sköter sitt uppdrag?*

0. Nej

1. Ja

*V37. Förekommer referens till mediernas betydelse i politiken eller i politiska kampanjer och/eller relationen mellan politiska aktörer och medier?*

0. Nej

1. Ja – traditionella medier

2. Ja – sociala medier

3. Ja – både traditionella och sociala medier

**Skandalgestaltning**

*V38. Förekommer referens till felsägningar och uttalanden som behandlas som om de bryter mot någon norm, är förolämpande eller skandalösa?*

0. Nej

1. Ja

*V39. Förekommer referens till omoraliska eller tveksamma beteenden av politiska aktörer som är relevanta med hänsyn till den politiska position de innehar, exempelvis skattefusk?*

0. Nej

1. Ja

*V40. Förekommer referens till omoraliska eller tveksamma beteenden av politiska aktörer som huvudsakligen berör deras privata liv, exempelvis otrohet, fortkörningar eller alkoholmissbruk?*

0. Nej

1. Ja

Personifieringsgestaltning

*V41. Förekommer referens till de privata eller personliga livet hos åtminstone en av aktörerna i nyheten?*

0. Nej

1. Ja

*V42. Förekommer referens till personliga egenskaper, karaktärsdrag eller imagen hos åtminstone en av aktörerna i nyheten?*

0. Nej

1. Ja

## BLOCK 6: AKTÖRER & INNEHÅLL

*V43. Huvudaktör*

*Politiska partier*

1. Vänsterpartiet (V)

2. Socialdemokraterna (S)

3. Centerpartiet (C)

4. Liberalerna (L)

5. Moderaterna (M)

6. Kristdemokraterna (KD)

7. Miljöpartiet (MP)

8. Sverigedemokraterna (SD)
9. Feministiskt initiativ (FI)
10. De socialistiska/rödgröna partierna
11. De borgerliga partierna/Alliansen
12. Övriga/andra partier
13. Samtliga partier

#### *Partiledare*

21. Partiledare V
22. Partiledare S
23. Partiledare C
24. Partiledare L
25. Partiledare M
26. Partiledare KD
27. Språkrör MP
28. Partiledare SD
29. Partiledare FI
30. De socialistiska/rödgröna partiledarna
31. De borgerliga partiledarna (Alliansen)
32. Övriga/andra partiledare
33. Samtliga partiledare ("Igår träffades PL för den avslutande debatten")
34. S-regering
35. S/MP-regering
36. Borgerlig regering

#### *Samhällsorgan*

41. Riksdagen
42. Statliga myndigheter
43. Landsting (ej enskilda politiker)
44. Kommun (ej enskilda politiker)



### *Organisationer*

- 50. Arbetsmarknadens parter
- 51. Fackföreningar
- 52. Arbetsgivarorganisation
- 55. Företag/företagare och intresseorganisationer
- 56. Övriga organisationer

### *Enskilda aktörer*

- 71. Forskare, expert
- 72. Enskilda bland allmänheten
- 73. Allmänhet, väljare, mötesdeltagare
- 74. Kändisar, samhällsdebattörer, intellektuella

### *Massmedier*

- 80. Mediekändisar
- 81. Journalist i eget medium
- 82. Tidning/medium
- 83. Journalist från annat medium

### *Övrig aktör*

- 90. Opinionsinstitut
- 91. EU
- 92. Annan politisk aktör
- 97. Annan aktör/ingen aktör

### ***V44. Huvudsakfråga***

- 100. Jordbruk, skogsbruk, fiske
- 110. Sysselsättning och näringspolitik
- 120. Ekonomi och finanspolitik
- 130. Regionalpolitik
- 140. Skattefrågor

- 150. Familjepolitiska frågor
- 160. Vårdfrågor
- 170. Socialpolitiska frågor
- 180. Skol- och utbildningspolitiska frågor
- 190. Kultur- och fritidsfrågor
- 200. Bostadsfrågor
- 210. Miljöfrågor
- 220. Religion
- 230. Massmedier
- 240. Kommunikationsfrågor
- 250. Invandrings- och flyktingfrågor
- 260. Kommunalpolitiska frågor
- 270. Polis och rättsväsende
- 280. Försvarsfrågor
- 290. Utrikespolitiska frågor
- 300. Arbetslivsfrågor
- 400. EU-frågor
- 500. Demokrati- och inflytandefrågor
- 510. Regeringsfrågan
- 530. Löntagarfonder
- 560. Jämställdhet/jämlikhet
- 599. Byråkratifrågor
- 600. Energipolitik
- 650. Allmänideologiska frågor
- 660. Valrörelsen som företeelse
- 661. Aktörerna i valrörelsen
- 700. Skandaler, affärer
- 800. Opinionsundersökningar
- 970. Övrigt, annat

### ***V45. Omtalad huvudaktör***

(Se aktörskategorier)

### ***V46. Värdering huvudomtalad aktör***

0. Värdering saknas

1. Positiv

2. Negativ

## **BLOCK 7: REGERINGSFRÅGAN**

### ***V77. Tas regeringsfrågan upp i nyheten?***

0. Nej

1. Ja

### ***V78. Vilka regeringskombinationer diskuteras***

1. Alliansregering - ospecificerat

2. Allianspartiregering - majoritetsregering

3. Allianspartiregering - minoritetsregering

4. Rödgrön regering - ospecificerat

5. Rödgrön majoritetsregering

6. Rödgrön minoritetsregering

7. S-regering

8. Blocköverskridande regering

9. Annan regering/kombination/ingen dominerande

### ***V79. Vilken roll sägs SD kunna få?***

1. Aktivt stöd till regeringen

2. Passivt stöd till regeringen

3. Ingår i regeringen

***V80. Spekulerar journalisten själv om möjliga regeringskombinationer?***

0. Nej

1. Ja

***V81. Politisk nivå***

1. Riks

2. Landsting/region

3. Kommunal

***V82. Lokalt/regionalt perspektiv***

0. Nej

1. Ja

**BLOCK 8: DEBATTBLOCK**

V47 V53 V59 V65 V71 Aktör 1-5

V48 V54 V60 V66 V72 Sakfråga 1-5

V49 V51 V55 V57 V61 V63 V67 V69 V73 V75 Omtalad aktör 1-10

V50 V52 V56 V58 V62 V64 V68 V70 V74 V76 Värdering omtalad aktör 1-10

# Kampen om mediebilden

## – NYHETSJOURNALISTIK I VALRÖRELSEN 2018

Det brann i skogar och i förorter under valrörelsen 2018. Men en systematisk studie visar att det snarare var regeringsfrågan än sommarens dramatiska skeenden som kom att prägla mediebilden av valkampanjerna.

*I Kampen om mediebilden – nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018* analyseras mediernas nyhetsbevakning av valrörelsen. Resultaten visar vilka partier som gynnades och missgynnades av mediebilden och förklarar vad som ledde till det. Inte minst analyseras i vilken grad nyhetsbevakningen av valrörelsen präglades av så kallad strukturell partiskhet och medialisering respektive politisk partiskhet och politisering.

Boken presenterar Medievalsundersökningen 2018 som för vidare två serier med studier av journalistik i valrörelser – den ena inledd redan 1979 vid Göteborgs universitet.

**Bengt Johansson**, professor, Göteborgs universitet

**Jesper Strömbäck**, professor, Göteborgs universitet

[www.mediastudier.se](http://www.mediastudier.se)

Institutet för  
mediestudier



ISBN: 978-91-984982-0-2



9 789198 498202