

IDEOLOGISK IDENTIFIKATION OCH FRAGMENTERADE NYHETSPUBLIKER

PER OLESKOG TRYGGVASON

Sammanfattning

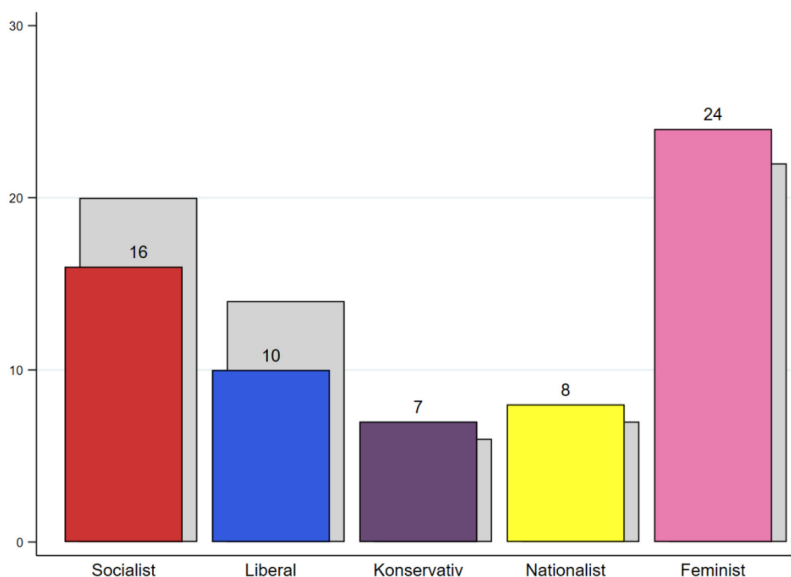
En av de mest dramatiska förändringarna inom svensk politik de senaste decennierna är trenden av minskad grad av partianhängarskap. Betyder den här utvecklingen att svenska folket avideologiserats och saknar politiskt relevanta identiteter? Det är mot den här bakgrunden som det här kapitlet ämnar avhandla tre forskningsfrågor. Den första gäller det svenska folkets ideologiska hemvist. I vilken utsträckning betraktar sig väljarna som socialist, liberal, konservativ, nationalist eller feminist och har detta ändrats sedan valåret 2018? Den andra frågan fokuserar på ideologins roll för partival och undersöker den ideologiska sammansättningen inom de olika politiska partierna. Hur stor andel av Vänsterpartiets sympatisörer betraktar sig som socialister? Hur många av Sverigedemokraternas potentiella väljare ser sig som nationalister? Den tredje frågan fokuserar på vilken roll ideologisk identifikation och relaterade sakfrågeäskiter spelar när det kommer till vilka nyhetsmedier folk tar del av. Överlag visar resultaten att, även om det finns intressanta undantag, så är den generella bilden att det idag finns få tecken på en omfattande ideologisk fragmentering av svenska nyhetspubliker.

En av de mest dramatiska förändringarna inom svensk politik de senaste decennierna är trenden av minskad grad av partiidentifikation. Under det tidiga 1970-talet uppgav över 60 procent att de var anhängare av ett visst politiskt parti. Idag gäller detta endast var fjärde väljare (Oscarsson & Holmberg, 2020). Denna dramatiska utveckling bör dock inte ses som synonymt med en avpolitisering hos den svenska valmanskåren. Ett exempel på detta är att väljarnas identifikation längs den traditionella vänster-högerskalan består och är central för att förstå både partival och politiska attityder (Oscarsson m.fl., 2021). Därutöver har vad som under senare år beskrivits som en kulturell dimension, med synen på invandring som central fråga, kommit att bli allt viktigare för att förstå dagens politiska konfliktlinjer (Oscarsson, 2017). Men, även om specifika policyförslag kopplade till exempelvis migration eller syn på brott och straff visat sig väldigt effektiva för att förstå politiskt beteende så som partival (Oleskog Tryggvason, 2018; Oscarsson m.fl., 2021) så är den här typen av frågor mindre lämpade när vi vill studera förändringar över tid (Svensson, 2019). Verkligheten och förd policy förändras vilket gör att innebörden i frågeinstrument som mäter inställning till sakfrågor riskerar att tappa sin relevans och förklaringskraft. Ett alternativ är att undersöka

i vilken utsträckning svenska folket identifierar sig med klassiska ideologier som visat sig både relevanta och beständiga över flera århundraden. Det är mot den här bakgrunden som syftet med det här kapitlet är att undersöka förekomsten av olika ideologiska identiteter hos det svenska folket samt vilken roll dessa har för vår förståelse av politiska praktiker så som parti och medieval.

För att undersöka den ideologiska identifikationen hos svenska folket använder vi oss av följande frågeformulering ”Hur stämmer följande påstående in på dig? Jag betraktar mig som...” följt av de ”tre stora” ideologiska etiketterna ”socialist”, ”liberal”, ”konservativ”, samt ”nationalist” och ”feminist”.¹ De svarsalternativ som svarspersonerna hade att ta ställning till var: Stämmer helt, Stämmer delvis, Stämmer inte särskilt bra och Stämmer inte alls. I samtliga analyser som presenteras nedan fokuserar vi endast på dem som uppger att det *stämmer helt* att de betraktar sig som respektive ideologisk åskådning. Det är alltså de med en stark ideologisk identifikation som står i centrum i det här kapitlet.

Figur 1 Ideologisk identifikation, 2018 och 2020 (procent)



Kommentar: Frågan lyder 'Hur stämmer följande påstående in på dig? Jag betraktar mig som ...' och följdes därefter av '... socialist', '... liberal', '... konservativ' '... nationalist' '... feminist'. Med svarsalternativ 'Stämmer helt', 'Stämmer delvis', 'Stämmer inte särskilt bra', 'Stämmer inte alls'. Resultaten i den här grafen visar andelen som angav alternativet 'stämmer helt' för respektive ideologi. Antalet svarande 2018 varierar mellan 1 295 och 1 479, antalet svarande 2020 varierar mellan 1 520 och 1 595.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018 och 2020.

Vi inleder med frågeställningen om förekomsten av de fem ideologierna i befolkningen. Resultaten från 2020 års mätning presenteras i figur 1 med 2018 års skattningar i grå färg bakom respektive stapel. Figur 1 visar att den ideologiska etikett som störst andel av de svarande uppger stämmer helt in på dem själva är feminism. Nästan en fjärdedel (24 procent) av de svarande uppgav 2020 att de betraktar sig som feminister. Den näst mest förekommande ideologiska beteckningen är socialism som uppgavs av lite drygt var sjätte svarsperson (16 procent). Tio procent uppgav att de betraktar sig som liberal, motsvarande siffra för nationalist och konservativ var 8 respektive 7 procent. Grafen visar också förändringen jämfört med valåret 2018. Här ser vi en nedgång i andelen som betraktar sig som socialist (-4 procentenheter) samt andelen som betraktar sig som liberal (-4 procentenheter). Övriga förändringar sedan 2018 är inte statistiskt signifikanta.

Hur ser det då ut bland de politiska partiernas anhängare? Om frågor om ideologisk identifikation ska ha ett analytiskt värde så bör det finnas avsevärd spridning i den ideologiska identifikationen mellan de politiska partiernas sympatisörer. Figur 2 visar hur stor andel av respektive politiskt partis sympatisörer som identifierar sig med de fem ideologierna. Resultaten visar som väntat att det finns avsevärda skillnader i partisympatisörernas ideologiska profiler. Nästan fyra av tio (37 procent) av de som tycker bäst om Liberalerna uppger att de stämmer helt att de betraktar sig som liberal. Nästan lika många, 31 procent, uppger att de betraktar sig som feminist medan ingen av de övriga tre ideologierna nämns av mer än fem procent av liberalernas sympatisörer hösten 2020. Figuren visar att det tycks finnas stöd för den gamla folkpartistiska devisen ”*Feminism utan socialism*”.

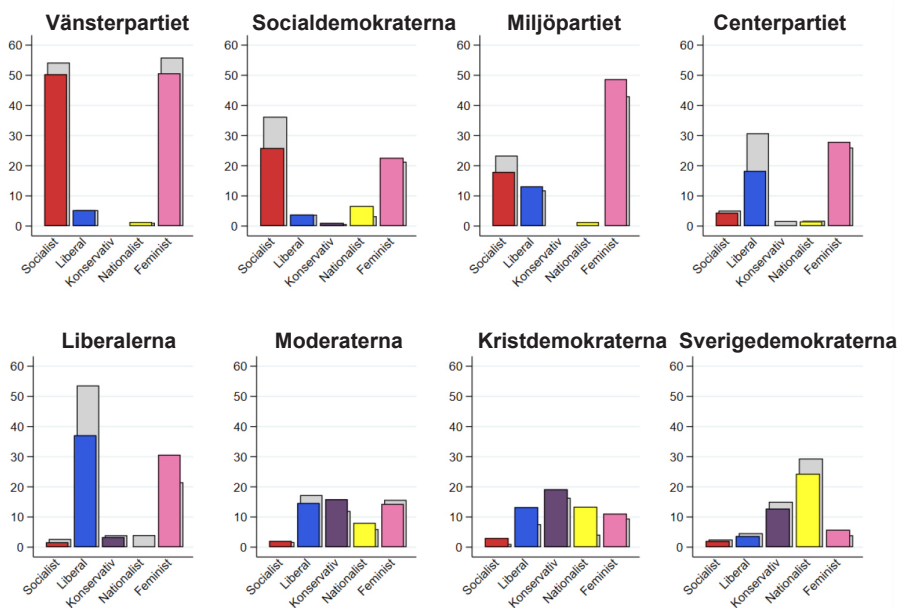
Ytterligare ett parti som brukar etikettera sig som liberalt är Centerpartiet. Här är andelen sympatisörer som betraktar sig som liberal och feminist däremot det omvända. 28 procent av Centerpartiets sympatisörer uppger att de betraktar sig som feminist medan 18 procent betraktar sig som liberal. Att betrakta sig som feminist är också det klart vanligaste alternativet bland Miljöpartiets sympatisörer (49 procent).

Ungefär en fjärdedel av dem som anger Socialdemokraterna som bästa parti uppger att de betraktar sig som socialister och ungefär lika många som feminister. Vänsterpartiets sympatisörer är de som har högst intensitet i sin ideologiska identifikation. Här är det över hälften av de svarande som uppger att de betraktar sig som socialister, ungefär samma andel uppger att de betraktar sig som feminister.

Moderaterna och Kristdemokraternas sympatisörer är de som har lägst intensitet av någon av ideologierna. Hos kristdemokrater är det vanligast att betrakta sig som konservativ, 19 procent, följt av nationalist och liberal (båda 13 procent). Konservativ är också den mest förekommande ideologin bland moderata sympatisörer (16 procent). Sverigedemokraterna sticker ut som det parti med störst andel som betraktar sig som nationalist. En fjärdedel av de sverigedemokratiska sympatisörerna uppger att det stämmer helt att de betraktar sig som nationalist medan 13 procent uppger att de betraktar sig som konservativ.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att det finns omfattande variation i den ideologiska identifikationen bland de politiska partiernas sympatisörer. Vi har två partier, Vänsterpartiet och Socialdemokraterna, där socialism och feminism är de vanligaste etiketterna. Två partier, Miljöpartiet och Centerpartiet, där feminism är det vanligaste ideologiska identifikationen. Två partier, Kristdemokraterna och Moderaterna, där konservativ är den vanligaste ideologiska beteckningen, samt ett parti vardera där liberalism – Liberalerna – och nationalism – Sverigedemokraterna – är de mest förekommande ideologiska identiteterna.

Figur 2 Ideologiska identifikationer bland partiernas sympatisörer, 2018 och 2020 (procent)



Kommentar: Frågan lyder 'Hur stämmer följande påstämning in på dig? Jag betraktar mig som ...' och följdes därefter av '... socialist', '... liberal', '... konservativ', '... nationalist', '... feminist'. Med svarsalternativ 'Stämmer helt', 'Stämmer delvis', 'Stämmer inte särskilt bra', 'Stämmer inte alls'. Resultaten i den här grafen visar andelen som angav alternativet 'stämmer helt' för respektive ideologi. Frågan om partisympati lyder 'Vilket parti tycker du bäst om idag?' följt av riksdagspartierna som fasta svarsalternativ och 'Annat parti: [fritext]'. Det lägsta antalet svarande för respektive parti 2018 och 2020 var; Vänsterpartiet (n=91/149); Socialdemokraterna (n=305/388); Miljöpartiet (n=72/75); Centerpartiet (n=115/130); Liberalerna (n=74/59); Moderaterna (n=234/285); Kristdemokraterna (n=95/97); Sverigedemokraterna (n=151/191).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018 och 2020.

Det frågeinstrument som vi använder oss av för att fånga den ideologiska identifikationen i befolkningen möjliggör att svarspersonerna kan uppge att de betraktar sig som flera av de listade ideologierna. Tabell 1 visar hur vanligt det är att betrakta sig som en eller flera av de ideologiska etiketterna 2018 och 2020. I både mätningen som gjordes strax efter valet 2018 och i 2020 års undersökning var det drygt hälften (55 procent 2020) av de svarande som *inte* betraktade sig som någon av de fem ideologiska etiketterna. Det är alltså en majoritet som *inte* har en stark ideologisk identifikation. En tredjedel angav att de identifierade sig med en av ideologierna. Tretton procent uppgav att två av de ideologiska etiketterna ”stämmer helt” in på dem själva. Den klart vanligast kombinationen av ideologiska identiteter är att betrakta sig som både socialist och feminist (8 procent av de svarande). Den näst vanligaste kombinationen är att betrakta sig som liberal och feminist (3 procent). Tredje vanligast är kombinationen av att betrakta sig som konservativ och nationalist (2 procent). Den ofta framhävda kombinationen mellan liberalism och konservatism lyser med sin frånvaro. Endast tretton respondenter, eller 0,8 procent av de svarande, uppgav 2020 att de betraktade sig som både liberal och konservativ. Vi kan slutligen konstatera att det är ytterst ovanligt att identifiera sig som mer än två ideologier. Detta är något som endast uppges av en procent av de svarande.

Tabell 1 Antal ideologibeteckningar som ”stämmer helt” från de svarande, 2018 och 2020 (procent)

	2018	2020
Ingen ideologi	56,5	55,3
En ideologi	31,0	30,8
Två ideologier	11,1	12,7
Tre ideologier	1,3	0,9
Fyra ideologier	0,2	0,2
Fem ideologier	0,0	0,1
Totalt	100	100
Antal svarande	1 644	1 663

Kommentar: Frågan lyder 'Hur stämmer följande påstående in på dig? Jag betraktar mig som ...' och följdes därefter av '... socialist', '... liberal', '... konservativ'... nationalist'... feminist'. Med svarsalternativ 'Stämmer helt', 'Stämmer delvis', 'Stämmer inte särskilt bra', 'Stämmer inte alls'. Tabellen visar antalet ideologikombinationer där respondenten uppger att det 'Stämmer helt' att de betraktar sig som respektive ideologi.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018 och 2020.

Tecken på ideologisk fragmentering i det svenska medielandskapet?

Resultaten ovan visar att ideologisk identifikation har potential att vara en viktig faktor för att förstå partipreferenser i Sverige. Ytterligare en aspekt av politisk identitet som kommit att diskuteras allt mer, både i samhällsdebatten och inom akademien, är vilken roll ideologi, partianhängarskap och starka åsikter i specifika sakfrågor spelar för medborgarnas nyhetskonsumtion (Shehata & Strömbäck, 2020). Ett centralt teoretiskt perspektiv för att förstå ideologins roll hos nyhetsanvändare är *politisk selektiv exponering*. Politisk selektiv exponering innebär att någon typ av identitetsmarkör, så som ideologisk identifikation eller partianhängarskap, påverkar våra mediala i den mån att vi är mer benägna att söka upp och ta del av nyheter som är i linje med våra politiska värderingar och identiteter (Iyengar, Hahn, Krosnick & Walker, 2008; Iyengar & Hahn, 2009; Stroud, 2011). Från det här perspektivet kan ett ideologiskt fragmenterat nyhetslandskap ses som en in-teckning för att olika nyheter, utifrån publikens upplevelse, levererar journalistik som är i linje med olika gruppers åsikter och politiska identiteter. En angränsande del av litteraturen fokuserar istället på det omvända sambandet, det vill säga i vilken utsträckning vår mediekonsumtion påverkar och upprätthåller nyhetskonsumenternas politiska åsikter och identiteter (Shehata & Strömbäck, 2020). Utifrån tvärsnittsstudier likt SOM-undersökningarna är det omöjligt att gräva djupare i vad som är hönan och ägget i ett eventuellt samband mellan mediekonsumtion och ideologisk identifikation. Vad som däremot går att göra är att kartlägga eventuella skillnader i den ideologiska och sakfrågemässiga sammansättningen hos olika nyhetspubliker.

Frågor kring huruvida det finns tecken på ideologisk fragmentering av olika nyhetspubliker har väckts till liv av den dramatiska utvecklingen på andra sidan Atlanten. De senaste decenniernas framväxt av ett ideologiskt fragmenterat medielandskap i USA har pekats ut som en av de bidragande orsakerna till en allt högre grad av politisk polarisering. Den här utvecklingen har inte bara skett på innehållssidan, utan speglas också i sammansättningen av olika nyhetspubliker där de som betraktar sig som liberala sällar sig till vissa nyhetskanaler, medan de som betraktar sig som konservativa konsumerar andra typer av nyheter (Mitchell, 2014; Stroud, 2011).

Vad finns det då för förväntningar på det svenska fallet? Sverige skiljer sig som bekant från det ofta framhävda amerikanska exemplet på en rad väsentliga punkter (Hallin & Mancini, 2004; Strömbäck & Dimitrova, 2006). Å ena sidan, de återkommande innehållsanalyser som görs i samband med de svenska riksdagsvalen har hittills visat på små systematiska skillnader mellan hur de olika nyhetsmedierna behandlar de politiska partierna (Nord & Strömbäck, 2018; Johansson & Strömbäck, 2019). Utifrån ett innehållsperspektiv bör vi alltså inte förvänta oss några större ideologiska skillnader hos de svenska nyhetspublikerna. Å andra sidan så har respektive kvälls- och morgontidning en politisk eller ideologisk inriktning när det gäller ledarsidorna. Aftonbladet beskriver sig som oberoende socialdemokrat,

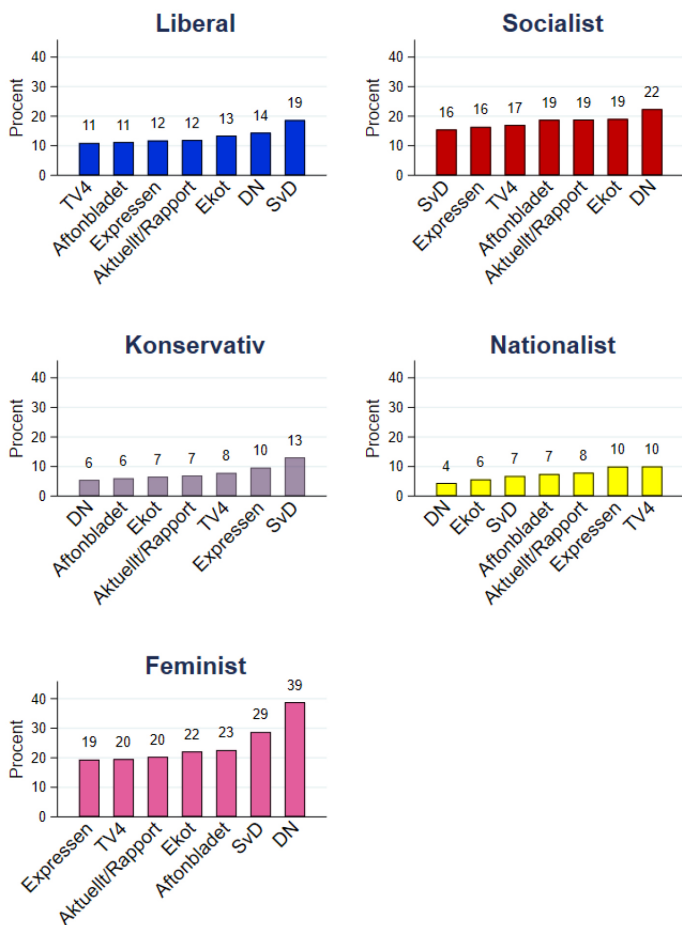
Expressen och Dagens Nyheter som obunden liberala och Svenska Dagbladet som obunden moderat. Samtidigt har vi sett återkommande tecken på att förtroende för nyheter i allmänhet och synen på public service i synnerhet har blivit allt mer partipolitiskt polariserad under senare år (Anderson & Oscarsson, 2020). Sammantaget talar dessa faktorer istället för att vi kan förvänta att en viss grad av ideologiska skillnader mellan olika typer av nyhetskonsumenter. De empiriska analyser som gjorts under senare år har pekat på att det skett en centrifugering av den svenska nyhetspublikens vänster-höger placering. Ett tydligt exempel här är hur Aftonbladets läsare gått från att ha varit vänster till att idag placeras i den ideologiska mitten. Samtidigt som det blivit allt trängre i den ideologiska mitten finns det tecken på stora omförflyttningar och en viss polarisering när det kommer till nyhetspublikernas inställning i migrationsfrågan (Oscarsson m.fl., 2021).

Mot den här bakgrunden undersöker vi härnäst huruvida det finns tecken på ideologisk fragmentering av de svenska nyhetspublikerna. Utgångspunkten är att beskriva sammansättningen och de spatiala positionerna hos nyhetspubliker, här definierat som de som använder sig av en specifik nyhetskälla mer än 3 gånger i veckan. För att öka det statistiska underlaget i analyserna används här data från både 2018 och 2020 års nationella SOM-undersökning. Här är det också viktigt att komma ihåg att, till skillnad från partisympati, så är frågan om vilka nyhetskällor svarspersonerna regelbundet tar del av inte ömsesidigt uteslutande. Det är möjligt, rent av vanligt, att svarspersonerna använder flera nyhetskällor: ”Svenska folket har en allsidig och rik mediediet” (Oscarsson m.fl., 2021:13).

De inledande analyserna av publikfragmentering tar sitt avstamp i det ovan introducerade ideologibatteriet (socialist, liberal, konservativ, feminist och nationalist). Figur 3 visar andelen som identifierar sig som respektive ideologi bland de sju nyhetspublikerna. Det första vi kan konstatera är att variationen i ideologi är betydligt mindre än den tidigare analysen av partisympati (notera att y-axeln här går till 40 procent att jämföra med 60 procent i figur 2). Annat vore såklart besynnerligt då politiska partier är skapta för att kanalisera ideologiska program, något som inte är fallet hos etablerade svenska nyhetsmedier.

Den ideologiska beteckning där det finns störst variation mellan de sju nyhetspublikerna är feminismen. Här är det framförallt Dagens Nyheter regelbundna publik som sticker ut. Jämfört med de som regelbundet tar del av Expressen; TV4; samt public service nyheter i Aktuellt eller Rapport, så är det nästa dubbelt så stor andel av Dagens Nyheter läsare (39 procent) som betraktar sig som feminister. Även om skillnaderna är betydligt mindre, så sticker Dagens Nyheter publik ut också då de har lägst andel som betraktar sig som nationalister och konservativa. Ytterligare en iakttagelse från figur 3 är att den obundet liberala Dagens Nyheter har betydligt fler läsare som betraktar sig som socialister (22 procent) än liberaler (14 procent). Svenska Dagbladets läsare sticker också ut från övriga publikerna då de både har högst andel liberaler och konservativa.

Figur 3 Nyhetspublikernas ideologiska identifikation, 2018 och 2020 (procent)



Kommentar: Frågan för ideologisk identifikation lyder 'Hur stämmer följande påståande in på dig? Jag betraktar mig som ...' och följdes därefter av '... socialist', '... liberal', '... konservativ', '... nationalist' '... feminist'. Svarsalternativen var 'Stämmer helt', 'Stämmer delvis', 'Stämmer inte särskilt bra', 'Stämmer inte alls'. Figuren visar andelen som uppger alternativet "stämmer helt". Frågeformuleringen för Aktuellt/Rapport, Ekot, TV4 lyder 'Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?' Med svarsalternativen 'Dagligen', '5–6 dagar i veckan', '3–4 dagar i veckan', '1–2 dagar i veckan', 'Mer sällan', 'Aldrig'. För användning av Aftonbladet och Expressen användes samma svarsalternativ, med en något reviderad huvudfråga. Frågeformuleringen lyder 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande...?' där respondenterna fick ange hur ofta de tog del av respektive tidning både i pappersform och på internet. Den mest frekventa användningen för papper respektive internet har använts i de följande analyserna. För användning av Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet användes samma frågealternativ som ovan fast med huvudfrågan 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?' De som använder respektive nyhetsmedium mer än 3 gånger i veckan betraktas här som regelbundna användare.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018 och 2020.

Vårt att notera här är att resultaten som presenteras är avhängiga vilka nyhetsmedier som ingår i SOM-undersökningen. Hade det funnits frågor om huruvida svarspersonerna tar del av så kallade ”*alternativa*” nyhetskällor är det antagligen så att vi sett avsevärt större spridning mellan publikerna. Detta då det är vanligt att den här typen av publikationer har en mer eller mindre uttalad ideologisk eller sakfrågemässig profil som manifesteras i både urval och gestaltning av nyheter (Holt, Figenschou & Frischlich, 2019; Weibull, Wadbring & Ohlsson, 2018).

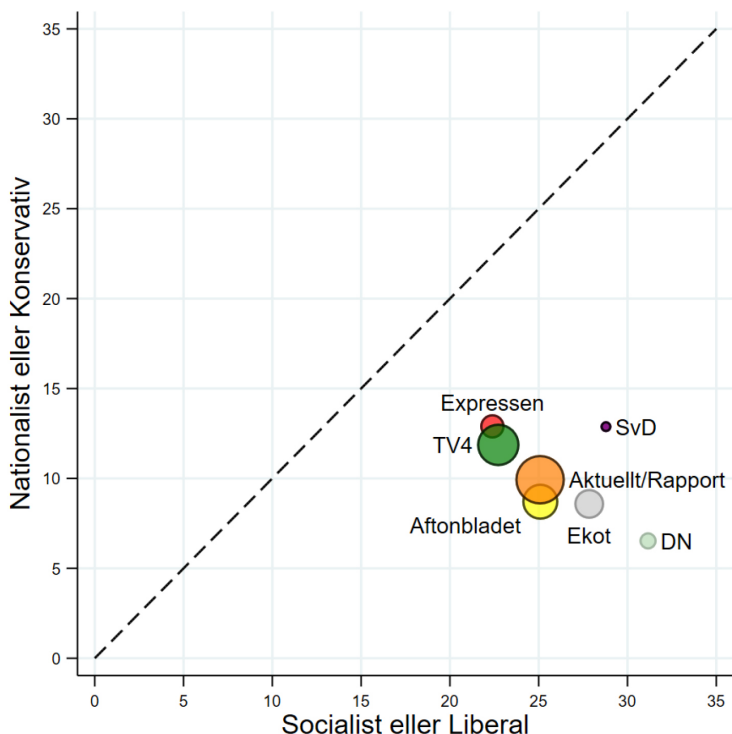
Både i den internationella och svenska debatten lyfts det ofta upp att framtidens politiska konflikt står mellan vänsterliberala värden å ena sidan och konservativa och nationalistiska värden å andra sidan. Figur 4 nedan talar till den bredare frågeställningen huruvida det finns tecken på ett polariserat användande av de sju nyhetsmedierna längs denna dikotoma distinktion. Här presenteras andelen hos respektive nyhetspublik som *antingen* betraktar sig som konservativ eller nationalist (längs y-axeln) samt andelen som betraktar sig som socialist eller liberal (längs x-axeln).

Samtliga nyhetsmedier befinner sig under den streckade diagonala linjen, vilket betyder att de har en större andel som betraktar sig som socialist/liberal jämfört med konservativ/nationalist. Expressens och TV4s nyhetspubliker är de som är närmast att ha en jämn fördelning mellan de två. Återigen är det Dagens Nyheters publik som sticker ut och har den mest segregerade ideologiska profilen. Endast 7 procent av Dagens Nyheters regelbundna användare betraktar sig som antingen konservativ eller nationalist att jämföra med 31 procent som betraktar sig som socialist eller liberal.

Sammantaget kan vi konstatera att den dominerande bilden av det svenska medielandskapet är att det präglas av hög grad av ideologisk homogenitet. Ideologi skiljer uppenbart partisympatier åt, men inte nyhetspubliker. En anledning till dessa resultat kan vara att det trots allt är en majoritet som *inte* betraktar sig som någondera av de fem ideologierna. Ett annat sätt att undersöka det ideologiska avståndet hos de svenska nyhetspublikerna är att fokusera på åsikter i specifika sakfrågor och prioriteringen av samhällsproblem.

Vänster-höger har alltid varit starkt strukturerande inom svensk politik. Under det senaste decenniet har den här dimensionen dock fått konkurrens av vad som betecknats som en kulturell dimension i svensk och europeisk politik. Den kulturella dimensionen innehåller flera aspekter, men mest centralt här är inställningen till migration (Oscarsson, 2017). För att undersöka huruvida den svenska nyhetspubliken är fragmenterad längs dessa två dimensioner så visar figur 5 nyhetspublikernas position längs med den traditionella vänster-höger skalan (medelvärdet per publik) samt andelen som tycker att det är ett mycket bra förslag att ta emot färre flyktingar (y-axeln). För att kontextualisera de ideologiska avstånden mellan de olika nyhetspublikerna så visar figur 5 också positionerna för de åtta riksdagspartiernas sympatisörer hösten 2020.

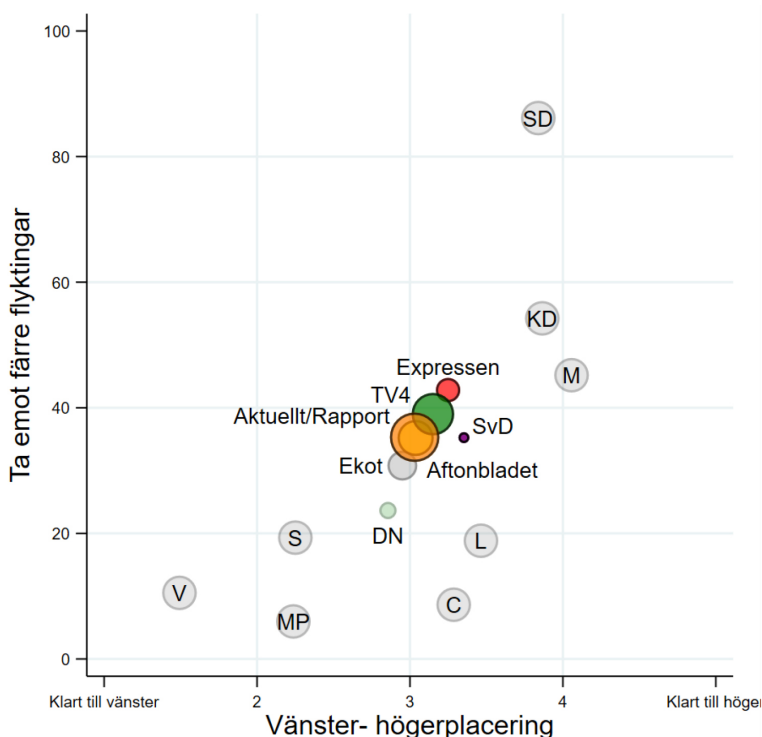
Figur 4 Andel av nyhetspublikerna som anger att de stämmer helt att de betraktar sig som konservativ eller nationalist (y-axeln) jämfört med andelen som anger att det stämmer helt att de betraktar sig som socialist eller liberal (x-axeln), 2018 och 2020 (procent)



Kommentar: Andel av de sju nyhetspublikerna som endast betraktar sig som konservativ eller nationalist, jämfört med andelen som endast betraktar sig som socialist eller liberal. De som betraktar sig som en kombination av socialist/liberal och konservativ/nationalist har exkluderats från analysen [n=53]. Frågan för ideologisk identifikation lyder 'Hur stämmer följande påstående in på dig? Jag betraktar mig som ...' och följdes därefter av '... socialist', '... liberal', '... konservativ', '... nationalist' '... feminist'. Svartalternativen var 'Stämmer helt', 'Stämmer delvis', 'Stämmer inte särskilt bra', 'Stämmer inte alls'. Figuren visar andelen som uppger alternativet "stämmer helt". Frågeformuleringen för Aktuellt/Rapport, Ekot, TV4 lyder 'Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?' Med svartalternativen 'Dagligen', '5–6 dagar i veckan', '3–4 dagar i veckan', '1–2 dagar i veckan', 'Mer sällan', 'Aldrig'. För användning av Aftonbladet och Expressen användes samma svartalternativ, med en något reviderad huvudfråga. Frågeformuleringen lyder 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande...?' där respondenterna fick ange hur ofta de tog del av respektive tidning både i pappersform och på internet. Den mest frekventa användningen för papper respektive internet har använts i de följande analyserna. För användning av Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet användes samma frågealternativ som ovan fast med huvudfrågan 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?' De som använder respektive nyhetsmedium mer än 3 gånger i veckan betraktas här som regelbundna användare.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018 och 2020.

Figur 5 Nyhetspublikernas placering längs med vänster-höger skalan (medelvärde) samt andelen som tycker att det är ett mycket bra förslag att ta emot färre flyktingar, 2020 (procent)



Kommentar: Figuren visar de olika nyhetspublikerna längs med vänster-höger (medelvärde) samt andelen som tycker att det är ett mycket bra förslag att ta emot färre flyktingar. Respektive mediums storlek representerar antalet regelbundna användare (>3 dagar i veckan) i 2020 års undersökning. Frågan om vänster-högerplacering lyder 'Man talar ibland om att politiska åsikter kan placeras in på en vänster-högerekala. Var någonstans skulle du placera dig själv på en sådan skala?' Med svarsalternativ 'Klart till vänster', 'Något till vänster', 'Varken till vänster eller höger', 'Något till höger', 'Klart till höger'. Frågan om politiskt förslag lyder 'Vilken är din åsikt om följande förslag? Ta emot färre flyktingar'. Med svarsalternativen 'Mycket bra förslag'; 'Ganska bra förslag'; 'Varken bra eller dåligt förslag'; 'Ganska dåligt förslag' samt 'Mycket dåligt förslag'. Frågeformuleringen för Aktuell/Rapport, Ekot, TV4 lyder 'Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?' Med svarsalternativen 'Dagligen', '5-6 dagar i veckan', '3-4 dagar i veckan', '1-2 dagar i veckan', 'Mer sällan', 'Aldrig'. För användning av Aftonbladet och Expressen användes samma svarsalternativ, med en något reviderad huvudfråga. Frågeformuleringen lyder 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande...?' där respondenterna fick ange hur ofta de tog del av respektive tidning både i pappersform och på internet. Den mest frekventa användningen för papper respektive internet har använts i de följande analyserna. För användning av Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet användes samma frågealternativ som ovan fast med huvudfrågan 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?' De som använder respektive nyhetsmedium mer än 3 gånger i veckan betraktas här som regelbundna användare.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Fokuserar vi först på nyhetspublikernas positioner så är den mest iögonfallande skillnaden den mellan Bonnierägda Expressen och Dagens Nyheter. Dagens Nyheter:s publik står strax till vänster om mitten samtidigt som Expressens publik står strax till höger om den samma. Den stora skillnaden är dock avståndet mellan publikerna i flyktingfrågan. 24 procent av Dagens Nyheter:s regelbundna användare tycker att det är ett mycket bra förslag att ta emot färre flyktingar. Motsvarande siffra för Expressens regelbundna läsare är 43 procent, en skillnad på 19 procentenheter.

Tar vi däremot in de ideologiska skillnaderna som återfinns bland partiernas sympatisörer ser vi att skillnaderna mellan nyhetspublikerna är relativt blygsamma. Framförallt när det kommer till spridningen längs den traditionella vänster-höger-skalan. När det kommer till skillnader i frågan om att ta emot färre flyktingar är det diskuterade avståndet mellan DN och Expressens läsare mindre än avståndet mellan Liberalernas och Moderaternas sympatisörer.

Ser olika nyhetspubliker olika verkligheter?

Ytterligare ett sätt att studera möjlig publikfragmentering är att undersöka huruvida de sju nyhetspublikerna skiljer sig åt när det kommer till vilka samhällsproblem som de uppfattar som viktigast. Frankt uttryckt, skiljer sig olika nyhetspubliker i hur de uppfattar att verkligheten är beskaffad? För att undersöka detta används den öppna frågan: ”*Vilken eller vilka frågor eller samhällsproblem tycker du är viktigast i Sverige idag?*” De öppna svaren kodas sedan till olika kategorier efter en kodningsmall och resulterar i ett tjugotal övergripande kategorier. I tabell 2 nedan redovisas andelen som angett integration/migration, lag och ordning, sjukvård, miljö och klimat, sociala frågor, äldrefrågor, arbetsmarknad samt ekonomi bland de sju nyhetspublikerna. I och med att frågan om samhällsproblem ställs i flera av SOM-undersökningens editioner så blir antalet svarande betydligt fler här jämfört med tidigare analyser.

För flera av problemområdena är publikerna väldigt samstämmiga i sina bedömningar. Det finns i princip inga skillnader mellan nyhetspubliken när det kommer till omnämmandet av arbetsmarknad och ekonomi. Skillnaderna är något större när det kommer till integration, sjukvård, sociala frågor och äldrefrågor. Exempelvis så anger 45 procent av Svenska Dagbladets regelbundna användare *migration* som ett av de viktigaste samhällsproblemen, vilket kan jämföras med 38 procent hos TV4 och Dagens Nyheter:s användare. Bland Dagens Nyheter:s läsare är det 20 procent som nämner *sociala frågor*, vilket kan jämföras med 12 procent hos de som tar del av TV4 och Expressen. Endast åtta, respektive nio procent nämner äldrefrågor bland de två morgontidningarnas läsare, att jämföra med 13 till 15 procent bland etermediernas regelbundna användare.

Tabell 2 Prioritering av samhällsproblem bland respektive nyhetspublik, 2020 (procent)

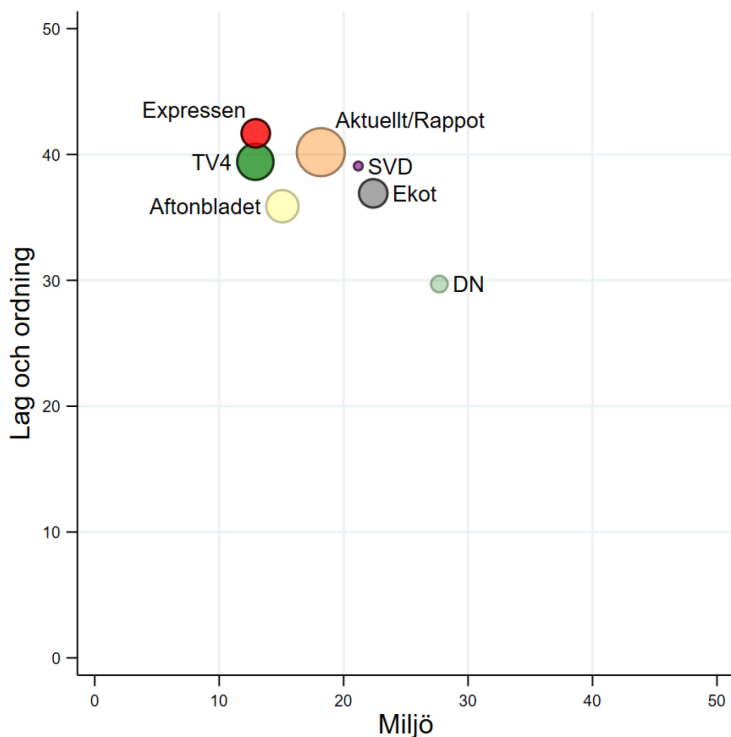
	Integration/ migration	Lag & ordning	Sjukvård	Miljö/ klimat	Sociala frågor	Äldre- frågor	Arbets- marknad	Ekonomi
Ekot (n=1 631)	39	37	35	22	15	13	8	7
Aktuellt/Rapport (n=3 066)	39	40	35	18	13	14	8	6
TV4 (n=2 557)	38	39	35	13	12	15	9	6
Dagens Nyheter (n=845)	38	30	30	28	20	9	9	6
Svenska Dag- bladet (n=458)	45	39	29	21	17	8	9	9
Aftonbladet (n=2 282)	40	36	35	15	13	13	10	6
Expressen (n=1 430)	42	42	34	13	12	13	9	7

Kommentar: Tabellen visar andelen som nämner respektive kategori av samhällsproblem bland de sju nyhetspublikernas regelbundna användare (tar del mer än tre gånger i veckan). Frågeformuleringen för medborgarnas syn på de viktigaste samhällsproblemen lyder 'Vilken eller vilka frågor eller samhällsproblem tycker du är viktigast i Sverige idag? Ange högst tre frågor/samhällsproblem.' Frågeformuleringen för Aktuellt/Rapport, Ekot, TV4 lyder 'Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?' Med svarsalternativen 'Dagligen', '5–6 dagar i veckan', '3–4 dagar i veckan', '1–2 dagar i veckan', 'Mer sällan', 'Aldrig'. För användning av Aftonbladet och Expressen användes samma svarsalternativ, med en något reviderad huvudfråga. Frågeformuleringen lyder 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande...?' där respondenterna fick ange hur ofta de tog del av respektive tidning både i pappersform och på internet. Den mest frekventa användningen för papper respektive internet har använts i de följande analyserna. För användning av Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet användes samma frågealternativ som ovan fast med huvudfrågan 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?' De som använder respektive nyhetsmedium mer än 3 gånger i veckan betraktas här som regelbundna användare.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Störst skillnader hittar vi när vi jämför de sju nyhetspublikernas prioritering av *lag och ordning* respektive *miljö och klimat*. För lag och ordning är det 12 procentenheter skillnad mellan DN (30 procent) och Expressens (42 procent) regelbundna användare. Prioriteringen av miljö och klimat skiljer sig än mer. Det är 13 procent av Expressens läsare (samma som TV4s publik) som anger miljö som ett av de viktigaste samhällsproblemen. Mer än dubbel så hög andel, 28 procent, av Dagens Nyheter läsare gör det samma. Resultaten visar att, sett utifrån ett publikperspektiv, var det antagligen ett strategiskt smart val av Dagens Nyheter chefredaktör Peter Wolodarski att för en dag låna ut chefredaktörskapet till världens mest omskrivna klimataktivist Greta Thunberg. De rumsliga positionerna för respektive nyhetspubliks prioritering av dessa två problemområden illustreras i figur 6.

Figur 6 Uppfattade samhällsproblem bland nyhetspubliker, 2020 (procent)



Kommentar: Figuren visar andelen som nämner "Lag och ordning" (y-axeln) och andelen som nämner "Miljö och klimat" (x-axeln) bland de sju nyhetspublikernas regelbundna användare. Figuren bygger på resultaten i tabell 2 ovan.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Finns det en marknad för ideologiska nyheter?

Resultaten från det här kapitlet har visat att en ansevärd del av det svenska folket betraktar sig som någondera av de fem uppmätta ideologiska etiketterna, socialist, liberal, konservativ, nationalist och feminist. I 2020 års undersökning var det 45 procent av de svarande som angav att det stämde helt att de betraktade sig som minst en av dessa beteckningar. Analysen av de politiska partiernas sympatisörer visar på vitt skilda ideologiprofiler. Exempel på detta är att socialism och feminism är de klart dominerande ideologierna bland vänsterpartistiska och socialdemokratiska sympatisörer. Nästan hälften av alla sympatisörer till Liberalerna betraktar sig som liberaler, samtidigt som den mest förekommande ideologiska etiketten inom Sverigedemokraterna är nationalist.

En av grundförutsättningarna för ett polariserat samhällsklimat är ett ideologiskt fragmenterat medieutbud. Ambitionen är att det här kapitlet ska vara början på en forskningsagenda för att övervaka utvecklingen i Sverige gällande huruvida nyhetsmedier och dess publikar blir allt mer polariserade över tid. Analyserna i det här kapitlet visar att det finns få tecken på en omfattande ideologisk fragmentering av svenska nyhetspubliker. Återigen blir det tydligt att Sverige inte är USA och det svenska medielandskapet är inte särskilt likt sitt amerikanska dito (Mitchell, 2014). Sett till den ideologiska kompositionen hos de sju undersökta nyhetspublikerna kan vi konstatera att, överlag, så präglas de av en hög grad av ideologisk homogenitet. Det finns inga nyhetspubliker som kan betecknas som ideologiskt segregerade. Den som kommer närmast är Dagens Nyheter vars användare i avsevärt högre utsträckning betraktar sig som feminister, har den lägsta andelen som betraktar sig som konservativ och nationalist samtidigt som publiken sticker ut och är minst restriktiv i migrationsfrågan samtidigt som de i högre grad nämner miljö och klimat som det viktigaste samhällsproblemet.

Betyder avsaknaden av stark ideologisk fragmentering att det saknas en marknad för ideologiska nyheter? Inte nödvändigtvis. Resultaten i figur 5 visar att det finns en stor outnyttjad mediemarknad både när det kommer till ytterkanterna längs den traditionella vänster-högerskalan samt när det kommer till mer generös och restriktiv syn på invandring. Det är också åt den här typen av frågor som flera av de större alternativa medierna ägnar stort utrymme. Det finns dock andra värden som värdesätts av nyhetsanvändare så som opartiskhet och neutralitet, vilket inte alltid rimmar särskilt väl med en politiserad nyhetsjournalistik. Framtiden får utvisa huruvida de etablerade nyhetsmediernas publik förblir ideologiskt heterogena, eller om de (i sammanhanget små) skillnader som uppmärksammas i det här kapitlet ökar över tid. En viktig faktor här blir att följa etablerade nyhetsmediers agerande i eventualiteten om en eller flera av de ”alternativa” medieaktörerna lyckas vidga sitt användarantal avsevärt.

Not

- ¹ Svarepersonerna hade också möjlighet att ange ett fritextsvar där de specificerar vilken ideologi de betraktar sig som.

Referenser

- Andersson, U. & H. Oscarsson (2020). (Parti-)politiserat institutionsförtroende. I U. Andersson, A. Carlander & P. Öhberg (red) *Regntunga skyar*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Hallin, D. & P. Mancini (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press

- Holt, K., Ustad Figenschou, T. & L. Frischlich (2019). Key dimensions of alternative news media. *Digital Journalism*, 7(7), 860–869.
- Iyengar, S., Hahn, K. S., Krosnick, J. A. & Walker, J. (2008). Selective exposure to campaign communication: The role of anticipated agreement and issue public membership. *The Journal of Politics*, 70(1), 186–200.
- Iyengar, S. & K., Hahn (2009). Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use, *Journal of Communication*, 59(1).
- Johansson, B. & J. Strömbäck (2019). *Kampen om mediabilden: Nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018*. Institutet för mediestudier.
- Mitchell, A. (2014). *Political polarization & media habits*. Pew Research Center. Hämtad från <https://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-media-habits/>
- Nord, L. & J. Strömbäck (2018). *Svenska valrörelser: Väljare, medier och partier under 2000-talet*. Stockholm: Santerus förlag.
- Oleskog Tryggvason, P. (2018) Utvärdering av Sveriges Televisions valkompassfrågor 2018. Valforskningsprogrammets arbetsrapport 2018:4. Göteborgs universitet: Statsvetenskapliga programmet.
- Oscarsson, H., Bergman, T., Bergström, A. & J. Hellström (2021). *Polarisering i Sverige*. SNS Demokratirådsrapport 2021. Stockholm: SNS Förlag.
- Oscarsson, H. & S. Holmberg (red, 2020). *Research handbook on political partisanship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Shehata, A. & J. Strömbäck (2020). Media and political partisanship. In *Research Handbook on Political Partisanship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Stroud, N. J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. New York: Oxford University Press.
- Svensson, R. (2019). Partiernas ideologiska positioner. I U. Andersson, B. Rönnerstrand, P. Öhberg & A. Bergström (red) *Storm och stiltje*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Strömbäck, J. & D. V. Dimitrova (2006). Political and media systems matter: A comparison of election news coverage in Sweden and the United States. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(4), 131–147.
- Weibull, L., Wadbring, I. & J. Ohlsson (2018). *Det svenska medielandskapet: traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. Stockholm: Liber.