

MEDIERS SAMHÄLLSVÄRDE OCH OBEROENDE SPELAR STOR ROLL FÖR FÖRTROENDET

ULRIKA ANDERSSON

Sammanfattning

Det här kapitlet fokuserar på vilket värde allmänheten bedömer att svenska medier har för samhället, hur oberoende samma medier upplevs vara samt vilken betydelse dessa bedömningar har för förtroendet för medierna. Tidigare studier har visat att det finns både en åldersdimension och en politisk dimension i förtroendet, framför allt för public service och morgontidningar. I samhällsdebatten har ofta hörts argument om att enskilda medier lutar åt vänster och att de är inte är opartiska i sin bevakning av samhället, en kritik som många gånger är kopplad till enskilda partier och deras sympatisörer. Resultaten i kapitlet visar att partisympati fortsatt spelar roll för hur stort eller litet förtroendet är, men också att mediets upplevda samhällsvärde respektive oberoende tenderar att minska spridningen i de partipolitiska bedömningarna för vissa medier.

Tillgång till fria och oberoende medier beskrivs ofta som en grundbult i den representativa demokratin (Strömbäck, 2003; jfr Kovach & Rosenstiel, 2021). I Sverige har mediernas samhälleliga betydelse stipulerats i olika offentliga utredningar sedan 1970-talet. Medierna behövs för en fri åsiktsbildning, fritt utbyte av idéer, informationsförmedling, kritisk granskning och, inte minst, för underhållning och tidsfördriv. Tillsammans med Norge, Finland och Danmark befinner sig Sverige i toppskiktet i det internationella pressfrihetsindex som presenteras årligen av organisationen Reportrar utan gränser (RSF, 2021). Samtidigt har oro uttryckts över en del generella förändringar som skett under senare år, förändringar som bland annat är kopplad till situationen för journalister som yrkesgrupp, tillväxten av alternativmedia och politiseringen i synen på och förtroendet för svenska medier (RSF, 2020). Studier visar att hot och hat mot journalister blivit allt vanligare och allt grövre (Medieinstitutet Fojo, 2021; Journalistförbundet, 2019). Parallellt ökar antalet högerextrema och systemkritiska alternativmedier, som i sin retorik riktar stark misstro och inte sällan antipati mot traditionella medier (Holt, 2016, 2017). Samtidigt har debatten om svenska medier fått en allt tydligare politisk dimension.

Det här kapitlet knyter an till dessa mer övergripande skeenden genom att granska hur allmänheten värderar svenska medier. I fokus står frågor om 1) vilket upplevt samhällsvärde allmänheten bedömer att olika medier har, 2) i vilken utsträck-

ning olika medier upplevs vara oberoende i förhållande till exempelvis politiska och ekonomiska intressen när de berättar om samhället, samt 3) vilken betydelse upplevt samhällsvärde och oberoende har för förtroendet för samma medier. Då tidigare studier kunna påvisa ett tydligt samband mellan vilket parti individerna sympatiserar med och hur stort eller litet förtroende de har för medier (Andersson & Weibull, 2018), kommer kapitlet även att analysera partisympati som en moderator mellan värde, oberoende och förtroende.

Politiserad syn på svenska medier

Den politiska debatten om svenska medier har stundtals varit hård under de senaste åren. Företrädare från borgerliga och konservativa partier har exempelvis kritiserat medierna för att vara vänstervridna. Särskilt public servicemedierna Sveriges Television och Sveriges Radio har i egenskap av offentligt reglerade och finansierade medier befunnit sig i hetluften. Kritiken har varit riktad mot såväl regelsystem och nyhetsvärdering som finansiering och organisation (Horz, 2018; Asp, 2017). Företrädare för Moderaterna och Kristdemokraterna har drivit linjen att public services utbud ska vara smalare och vassare (Aftonbladet, 2020-08-29; Dagens Media, 2020-09-04; Kulturutskottets betänkande 2020/21:KrU3, s. 7) medan Sverigedemokraterna har yrkat på en sammanslagning av de tre public servicebolagen samt en reformering av nyhetsverksamheten med avseende på saklighet och opartiskhet (Sverigedemokraterna, 2020). Liknande förslag till begränsningar i public servicemediers verksamhet förekommer, och har även genomförts, i andra europeiska länder (Saurwein m.fl., 2019). På den motsatta sidan står de röda, gröna och liberala partierna, som istället argumenterat för ett grundlagsskydd av public service i syfte att säkerställa dess oberoende och skydda mot politisk styrning (Dagens Nyheter, 2020-08-18).

Frågan om grundlagsskydd togs i beaktande av 2018 års yttrande- och tryckfrihetskommitté, som 2020 kunde konstatera att det inte fanns ett tillräckligt brett parlamentariskt stöd för driva ett sådant lagförslag (SOU 2020:45, s. 275). Företrädare för Socialdemokraterna och Miljöpartiet kritiserade i media oppositionen för att ha tagit ställning mot förslaget om grundlagsskydd (Aftonbladet, 2020-08-18; Dagens Nyheter, 2020-08-18). Företrädare för Sverigedemokraterna bemötte kritiken med argumentet att ett grundlagsskydd per automatik inte gör public service ”mer oberoende eller mer sakligt” (Svenska Dagbladet, 2020-08-18). Trots de partipolitiska skiljelinjerna om vad som bör ingå i public serviceuppdraget och hur verksamheten ska organiseras, råder ändå relativ konsensus bland partierna om att public service i sig har ett stort värde för samhället.

Ett annat område där det har funnits viss skillnad mellan partierna är synen på det statliga press- och mediestödet, även om tonläget i frågan varit betydligt lägre än i debatten om public service. Moderaterna har exempelvis betonat att de hellre

ser fokus på nya affärsmodeller för dagspressen än att staten långsiktigt går in med ekonomisk stöttning, Socialdemokraterna har förespråkat en generell ökning av resurserna till press- och mediestödet medan Sverigedemokraterna har velat halvera driftsstödet för att istället satsa på ett helt teknikneutralt stöd (Dagens Media, 2018-06-29). Nyligen gick även dagstidningarnas branschorganisation TU ut och förespråkade ett slopat driftsstöd till förmån för ett plattformsnutralt stödssystem (Dagens Nyheter, 2021-04-12)

Givet de politiska partiernas ståndpunkter är det kanske inte konstigt att inställningen till och förtroendet för svenska medier har blivit mer politiserat också i väljarkåren (jfr Andersson & Weibull, 2018). Det gäller framför allt för public servicemedierna Sveriges Television och Sveriges Radio, men i viss mån också för morgontidningarna Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Förändringen kan till viss del knytas samman med det som kallats för fientliga medier-effekten (hostile media effect), där upplevelsen att medierna inte berättar om verkligheten så som den ”egentligen” ser ut, spelar roll för individens förtroendebedömning (Feldman, 2017; Perloff, 2015; Hansen & Kim, 2011). Men förändringen hänger även samman med en mer generell trend där förtroendet för olika samhällsinstitutioner blivit allt mer avhängigt av vilka partier individerna sympatiserar med (Andersson & Oscarsson, 2020).

Svenska medier har stort samhällsvärde

I förordet till Medieutredningens slutrapport *En gränsöverskridande mediepolitik* (SOU 2016:80) från 2016, beskriver utredaren hur svenska medier i en digital och kraftigt expansiv mediavärld präglad av hård konkurrens om både publik och pengar ”kämpar allt intensivare för att försvara sitt värde” (s. 12). Så förhåller det sig otvivelaktigt och kampen har för vissa medier blivit än mer intensiv under de år som har passerat sedan utredningen genomfördes. I ett komplext medielandskap är det dock tydligt att den svenska allmänheten sätter stort värde på traditionella medieaktörer. På frågan om vilket värde för det svenska samhälle som olika medier har, uppger omkring 50 procent att den lokala morgontidningen på den egna orten respektive de nationella morgontidningarna Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet har ganska eller mycket stort värde (tabell 1). För kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen ligger andelen på mellan 30–34 procent, med andra ord en lägre nivå än för morgontidningarna. Samtidigt är andelen som uppger att kvällstidningarna har stort värde för samhället större än andelen som bedömer värdet som litet. Bedömningen av värdet av TV4s kanaler ligger något över värderingen av morgontidningarna, 55 procent. Den klart högsta värderingen görs dock av public servicemedierna Sveriges Television (SVT) och Sveriges Radio (SR). Av samtliga som besvarat frågan är det 82 procent som anser att SVT har ett stort värde för det svenska samhället medan 76 procent gör motsvarande bedömning av Sveriges Radio. Ytterst få bedömer deras respektive värde som litet.

Tabell 1 Bedömning av olika mediers värde för det svenska samhället, 2020 (procent, balansmätt)

	Mycket stort värde	Ganska stort värde	Varken stort/litet	Ganska litet värde	Mycket litet värde	Ingen uppfattning	S:a	Andel stort värde	Balansmätt
Sveriges Television (SVT)	55	27	6	2	2	8	100	82	+78
Sveriges Radio	51	25	8	2	3	11	100	76	+71
TV4s kanaler	18	37	20	7	5	13	100	55	+43
Dagens Nyheter	21	31	15	3	4	26	100	52	+45
Lokala morgontidning	20	32	17	6	4	21	100	52	+42
Svenska Dagbladet	18	31	17	3	3	28	100	49	+43
Aftonbladet	8	26	24	12	11	19	100	34	+11
Expressen	7	23	25	12	11	22	100	30	+7

Kommentar: Frågan lyder 'Vilket värde för det svenska samhället anser du att följande medier och internettjänster har?'. För TV4 lyder alternativet 'TV4s kanaler (t.ex. TV4, Sjuan, C More)'. Svarsalternativen visas i tabellen. Balansmätt avser andel stort värde minus andel litet värde och varierar mellan -100 (alla svarar litet värde) och +100 (alla svarar stort). Antal svarande är 1 844.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Tabell 2 Samband i bedömning av olika mediers värde för det svenska samhället, 2020 (Pearsons r)

	SVT	Sveriges Radio	TV4s kanaler	Dagens Nyheter	Lokal morgontidning	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen
SVT	1.00							
Sveriges Radio	0,84***	1.00						
TV4s kanaler	0,58***	0,52***	1.00					
Dagens Nyheter	0,47***	0,49***	0,35***	1.00				
Lokal morgontidning	0,46***	0,45***	0,42***	0,35***	1.00			
Svenska Dagbladet	0,43***	0,47***	0,35***	0,88***	0,36***	1.00		
Aftonbladet	0,38***	0,38***	0,46***	0,58***	0,40***	0,59***	1.00	
Expressen	0,38***	0,37***	0,45***	0,59***	0,40***	0,61***	0,89***	1.00

Kommentar: Frågan lyder 'Vilket värde för det svenska samhället anser du att följande medier och internettjänster har?'. Antal svarande varierar mellan 1 759–1 830. Sign. ***0,000

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Det finns starka samband i bedömningen av olika mediers samhällsvärde. Den som tillmäter SVT stort värde för samhället gör oftast motsvarande bedömning av Sveriges Radio (tabell 2). På samma sätt finns en stark korrelation mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet samt mellan Aftonbladet och Expressen. Det finns således tydliga kluster av medier som bedöms på likartade sätt.

Bedömningen av enskilda mediers värde för samhället varierar såväl mellan kvinnor och män som mellan olika åldersgrupper. Därtill råder kanske inte helt oväntat också ideologiskt och partipolitiskt relaterade skillnader i uppfattningen om hur stort eller litet samhällsvärde de olika medierna har. Mellan kvinnor och män råder statistiskt signifikanta skillnader i värderingen av public servicemedierna, TV4 samt nationell och lokal morgonpress, för vilka kvinnor genomgående gör en något högre värdering än män (tabell 3). För kvällstidningarna finns däremot ingen skillnad mellan könen.

För samtliga medier förekommer signifikanta skillnader mellan olika åldersgrupper. Äldre betonar i något högre utsträckning värdet av public service, TV4 och lokala morgontidningar jämför med yngre. Exempelvis uppger 63 procent i åldersgruppen 16–29 år att Sveriges Radio har ett stort värde för det svenska samhället, medan motsvarande andel bland personer över 50 år är 82 procent. Ett omvänt förhållande gäller för bedömningen av Aftonbladet och Expressen, där yngre värderar kvällstidningarna något högre än med äldre. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är dock inte lika stora som för Sveriges Radio. Bland individer under 30 år anser 41 procent att Aftonbladet har ett stort värde för samhället, medan 31 procent av de äldre över 65 år är av samma uppfattning.

De största skillnaderna är dock förknippade med vilket parti svarspersonerna sympatiserar med. Det är framför allt Sverigedemokraternas sympatisörer som utmärker sig genom en lägre andel som anser att SVT har ett stort samhällsvärde, 63 procent (tabell 3). Differensen relativt sympatisörer till övriga partier – undantaget M-sympatisörer – är närmare 30 procentenheter, en skillnad som får anses vara mycket stor. Samtidigt är det tydligt att en majoritet av SD-sympatisörerna faktiskt sätter stort värde på såväl SVT som Sveriges Radio, åtminstone sett ur ett samhällsperspektiv. Den partipolitiska spridningen är dock som störst i bedömningen av Dagens Nyheters samhällsvärde. Medan 67 procent av gruppen V-sympatisörer anser att tidningens värde är stort, är 31 procent av SD-sympatisörerna av samma åsikt: med andra ord en differens om 36 procentenheter. Även för övriga medier framträder skillnader mellan partisympatisörer, men spridningen är inte fullt så stor som för Dagens Nyheter och public service. Likt tidigare är det SD-sympatisörer som står för den mest kritiska bedömningen. Exempelvis menar 24 respektive 25 procent att Expressen och Aftonbladet har stort värde för samhället, vilket är den lägsta nivån bland samtliga jämförda samhällsgrupper.

Tabell 3 Andel som bedömer att enskilda medier har stort värde för det svenska samhället, efter kön, ålder och partisympati, 2020 (procent, eta)

	SVT	Sveriges Radio	TV4s kanaler	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Lokal morgontidning	Aftonbladet	Expressen
Kvinnor	86	80	60	59	54	57	36	32
Män	79	75	53	50	47	52	34	31
<i>Eta</i>	<i>0,07</i>	<i>0,03</i>	<i>0,04</i>	<i>0,06</i>	<i>0,06</i>	<i>0,05</i>	<i>0,03</i>	<i>0,02</i>
16–29 år	74	63	49	53	49	42	41	36
30–49 år	78	76	53	60	55	51	36	30
50–64 år	85	82	59	57	54	54	35	34
65–85 år	87	82	60	47	44	64	31	28
<i>Eta</i>	<i>0,15</i>	<i>0,16</i>	<i>0,08</i>	<i>0,16</i>	<i>0,16</i>	<i>0,11</i>	<i>0,15</i>	<i>0,16</i>
V	91	91	50	67	59	56	38	33
S	89	83	61	60	55	60	40	34
MP	90	89	46	74	46	52	46	43
C	94	90	68	67	67	64	35	32
L	(91)	(84)	(64)	(72)	(64)	(54)	(32)	(25)
KD	89	82	64	52	46	63	27	31
M	81	76	61	52	49	53	33	30
SD	63	60	45	31	31	44	24	25
<i>Eta</i>	<i>0,22</i>	<i>0,21</i>	<i>0,14</i>	<i>0,23</i>	<i>0,20</i>	<i>0,11</i>	<i>0,14</i>	<i>0,11</i>

Kommentar: Frågan lyder 'Vilket värde för det svenska samhället anser du att följande medier och internetjänster har?'. För TV4 lyder alternativet 'TV4s kanaler (t.ex. TV4, Sjuan, C More)'. I basen ingår samtliga som har angett ett svar för minst någon av de omfrågade aktörerna. Antal svarande är 947 (kvinnor), 876 (män), 271 (16–29 år), 528 (30–49 år), 454 (50–64 år), 555 (65–85 år), 165 (V), 455 (S), 81 (MP), 122 (C), 58 (L), 92 (KD), 354 (M), 233 (SD). Eta-värdet anger spridningen inom olika grupper, t.ex. bland olika partisympatisörers värdering av respektive medium i relation till den totala spridningen i värderingen av mediet. Värdet varierar mellan 0 och 1: ju högre värde, desto större spridning. Antal svarande som sympatiserar med Liberalerna är få, 58 stycken, och resultatet bör tolkas med försiktighet. Procentsatserna är därför redovisade inom parentes. Tabellen redogör för andelen som svarat mycket/ganska stort värde.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Stort samhällsvärde – men medierna upplevs inte alltid oberoende när de berättar om världen

Den andra frågan i fokus gäller i vilken utsträckning svenska medier uppfattas som oberoende i relation till politiska, ekonomiska och andra särintressen när de berättar om samhället och världen. Det är förstås inte helt givet vilken slags innehåll respondenterna har i åtanke när de gör sin bedömning. Formuleringen ”när de berättar om samhället” leder rimligen tankarna till material som exempelvis är kopplat till nyheter, samhällsprogram och samhällsdokumentärer, krönikor, ledar-

material, analyser, grävande journalistik samt recensioner inom olika ämnesområden och samhällsfrågor. Men det skulle också kunna vara så att de reklamfinansierade medierna även bedöms utifrån vad som kommuniceras i sådant material. Tidigare studier har exempelvis visat att annonser i tryckt morgonpress upplevs förhållandevis positivt, medan reklam i tv upplevs klart negativt (jfr Grusell, 2008).

Resultaten visar att rangordningen mellan de jämförda medierna är ungefär densamma som i bedömningen av samhällsvärdet. Andelen som instämmer i att medierna är oberoende i förhållande till olika slags intressen är högst för public service och lägst för kvällspressen (tabell 4). Däremellan befinner sig TV4 och nationella respektive lokala morgontidningar. Ungefär två av tre respondenter anser att SVT (68 procent) och Sveriges Radio (63 procent) förhåller sig oberoende, medan motsvarande andel för TV4, Dagens Nyheter och lokala morgontidningar är 41–42 procent. En av tre respondenter, 36 procent, håller med om att Svenska Dagbladet är oberoende när tidningen berättar om samhället, en andel som för Aftonbladet och Expressen ligger på 25 respektive 23 procent. För kvällstidningarna är andelen som inte instämmer dessutom större än andelen som instämmer, vilket ger en negativ bedömningsbalans (-20 för Aftonbladet, -22 för Expressen).

Tabell 4 Bedömning av olika mediers oberoende, 2020 (procent, balansmått)

	Instämmer helt	Instämmer delvis	Instämmer knappast	Instämmer inte alls	Ingen uppfattning	S:a	Andel instämmer	Balansmått
Sveriges Television	31	37	9	8	15	100	68	+51
Sveriges Radio	29	34	9	8	20	100	63	+46
TV4s kanaler	7	35	20	12	26	100	42	+10
Dagens Nyheter	10	31	13	9	37	100	41	+19
Lokal morgontidning	9	32	16	8	35	100	41	+17
Svenska Dagbladet	8	28	14	9	41	100	36	+13
Aftonbladet	4	21	24	21	30	100	25	-20
Expressen	3	20	26	19	32	100	23	-22

Kommentar: Frågan lyder 'I vilken utsträckning instämmer du i att följande medier och internet-tjänster är oberoende, i relation till politiska, ekonomiska eller andra särintressen när de berättar om samhället och världen?'. För TV4 lyder alternativet 'TV4s kanaler (t.ex. TV4, Sjuan, C More)'. Svartalternativen visas i tabellen. Balansmått avser andel stort värde minus andel litet värde och varierar mellan -100 (alla svarar litet värde) och +100 (alla svarar stort värde). Antal svarande varierar mellan 1 832–1 838.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Om enbart andelen som *instämmer helt* jämförs, är det än tydligare att public service står ut gentemot övriga medieaktörer. Omkring 30 procent håller helt med om att SVT och Sveriges Radio förhåller sig oberoende, vilket ska jämföras med mellan 3 och 10 procent för övriga aktörer. Liksom för skattningen av mediernas

samhällsvärde, förekommer starka korrelationer i hur olika grupper av medier bedöms (tabell 5). Sambanden är som starkast mellan SVT och Sveriges Radio ($r=0,88$), mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet ($r=0,86$) samt mellan Aftonbladet och Expressen ($r=0,86$). Dessutom finns tydliga samband mellan enskilda mediers upplevda samhällsvärde och bedömningen av deras oberoende.

Tabell 5 Samband i bedömning av olika mediers oberoende, 2020 (Pearsons r)

	SVT	Sveriges Radio	TV4s kanaler	Dagens Nyheter	Lokal morgontidning	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen
SVT	1.00							
Sveriges Radio	0,88***	1.00						
TV4s kanaler	0,61***	0,59***	1.00					
Dagens Nyheter	0,51***	0,52***	0,48***	1.00				
Lokal morgontidning	0,47***	0,45***	0,43***	0,36***	1.00			
Svenska Dagbladet	0,45***	0,47***	0,47***	0,86***	0,38***	1.00		
Aftonbladet	0,46***	0,44***	0,56***	0,57***	0,43***	0,57***	1.00	
Expressen	0,43***	0,42***	0,55***	0,60***	0,43***	0,60***	0,86***	1.00

Kommentar: Frågan lyder 'I vilken utsträckning instämmer du i att följande medier och internet-tjänster är oberoende, i relation till politiska, ekonomiska eller andra särintressen när de berättar om samhället och världen?'. Antal svarande varierar mellan 1 718–1 819. Signifikans: ***0,000

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

I likhet med uppfattningen om mediernas värde för samhället, spelar ålder, partisympati och allmänt myndighetsförtroende roll för bedömningen av mediernas oberoende. Differensen mellan grupperna är i vissa fall dock större när det gäller frågan om oberoende. Det är exempelvis 19 procentenheters skillnad mellan yngre och äldre i uppfattningen om SVTs oberoende (tabell 6). Bland yngre under 30 år instämmer 56 procent i att SVT är oberoende, medan samma andel bland personer i 65-årsåldern och uppåt är 75 procent. Förhållandet är likartat för Sveriges Radio. För båda public serviceaktörerna framträder samma mönster också ifråga om partisympati. Sympatisörer till Miljöpartiet är den väljargrupp som i störst utsträckning anser att SVT och Sveriges Radio är oberoende när de berättar om samhället, med 86 respektive 85 procent instämmande. Uppfattningen försvagas något bland sympatisörer till Kristdemokraterna och Moderaterna, även om majoriteten betraktar public service som oberoende. Det är bland Sverigedemokraternas sympatisörer som den mest kritiska bedömningen görs. Fyrtiosex procent anser att SVT är att betrakta som oberoende och 43 procent gör samma bedömning av Sveriges Radio. Fortfarande är dock andelen som instämmer i frågan större än andelen som inte instämmer (+10 i balansmått för SVT och +9 för SR).

Tabell 6 Andel som instämmer i att olika medier är oberoende, efter kön, ålder och partisympati, 2020 (procent, eta)

	SVT	Sveriges Radio	TV4s kanaler	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Lokal morgontidning	Aftonbladet	Expressen
Kvinnor	71	68	44	45	39	45	25	22
Män	66	64	44	43	38	43	28	27
<i>Eta</i>	<i>0,02</i>	<i>0,00</i>	<i>0,01</i>	<i>0,01</i>	<i>0,01</i>	<i>0,00</i>	<i>0,05</i>	<i>0,06</i>
16–29 år	56	58	33	40	34	31	25	23
30–49 år	67	65	43	48	44	39	23	21
50–64 år	70	68	45	46	41	44	30	29
65–85 år	75	74	49	39	33	53	26	23
<i>Eta</i>	<i>0,14</i>	<i>0,16</i>	<i>0,09</i>	<i>0,13</i>	<i>0,15</i>	<i>0,14</i>	<i>0,09</i>	<i>0,11</i>
V	82	80	43	48	44	40	29	24
S	80	78	50	50	40	49	36	29
MP	86	85	43	58	49	41	28	26
C	80	75	44	49	48	52	26	27
L	(76)	(69)	(60)	(68)	(51)	(49)	(38)	(39)
KD	64	64	46	35	33	47	16	20
M	65	63	48	47	43	46	23	23
SD	46	43	35	27	27	38	20	22
<i>Eta</i>	<i>0,22</i>	<i>0,22</i>	<i>0,10</i>	<i>0,18</i>	<i>0,14</i>	<i>0,07</i>	<i>0,13</i>	<i>0,08</i>

Kommentar: Frågan lyder 'I vilken utsträckning instämmer du i att följande medier och internet-tjänster är oberoende, i relation till politiska, ekonomiska eller andra särintressen när de berättar om samhället och världen?'. För TV4 lyder alternativet 'TV4s kanaler (t.ex. TV4, 7, C More)'. För antal svarspersoner på gruppnivå samt förklaring av eta-värde, se kommentar till tabell 3. Antalet svarande som sympatiserar med Liberalerna är få, 58 stycken, och resultaten bör tolkas med försiktighet. Procentsatserna är därför redovisade inom parentes. Tabellen redogör för andelen som instämmer helt eller delvis i att mediet är oberoende.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Ålder spelar mindre roll för kvällstidningarna och de nationella morgontidningarna, medan det däremot framträder vissa nivåskillnader mellan yngres och äldres skattning av de lokala morgontidningarna och TV4. Spridningen är störst för lokaltidningarna, där 31 procent av 16–29-åringarna och 53 procent av 65–85-åringarna instämmer i att tidningarna förhåller sig oberoende (tabell 4). Generellt gäller också att individernas partisympati har betydelse för i vilken utsträckning de bedömer kvällstidningar, nationella morgontidningar och TV4 som oberoende.

Samhällsvärde och oberoende av stor betydelse för förtroendet

Nästa del av kapitlet fokuserar på förtroendet för de enskilda mediernas innehåll. Störst förtroende har allmänheten för innehållet i SVT och Sveriges Radio, med 76 respektive 70 procent stort förtroende (tabell 7). Det är att betrakta som höga förtroendesiffror. Sett till andra samhällsinstitutioner är det i stort bara sjukvården

och polisen som uppnår motsvarande förtroendenivåer (Martinsson & Andersson, 2021). Public service utmärker sig i relation till övriga medier och kan i det närmaste beskrivas som ett slags tätgrupp i förtroendeligan. I en mellangrupp hittas TV4, Dagens Nyheter, Svenska dagbladet och den lokala morgontidningen. Drygt hälften av respondenterna uppger sig ha stort förtroende för innehållet i TV4, medan 41–46 procent har förtroende för morgontidningarna. Längre ned i förtroendebedömningarna hittas Aftonbladet och Expressen med 26 respektive 21 procent stort förtroende. Det bör sägas att frågan om förtroende för TV4 här inte avser hela kanalpaketet, så som i tidigare frågor om samhällsvärde och oberoende, utan innehållet i specifikt TV4.

Tabell 7 Förtroende för medier, 2020 (procent, balansmått)

	Mycket stort	Ganska stort	Varken stort/litet	Ganska litet	Mycket litet	Ingen uppfattning	S:a	Andel stort förtroende	Balansmått
Sveriges Television	37	39	13	4	3	4	100	76	+69
Sveriges Radio	37	33	13	4	3	10	100	70	+63
TV4	15	41	23	7	4	10	100	56	+45
Dagens Nyheter	16	30	18	4	4	28	100	46	+38
Lokal morgontidning	15	35	22	4	2	22	100	40	+44
Svenska Dagbladet	14	27	18	4	3	34	100	41	+34
Aftonbladet	4	22	30	17	12	15	100	26	-3
Expressen	3	18	30	17	13	19	100	21	-9

Kommentar: Frågan lyder 'Vilket förtroende har du för innehållet i följande medier och internet-tjänster?'. Svarsalternativen var 'Mycket stort förtroende', 'Ganska stort förtroende', 'Varken stort eller litet förtroende', 'Ganska litet förtroende' samt 'Mycket litet förtroende'. Antal svarande varierar mellan 1 728–1 824.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Precis som i bedömningen av samhällsvärde och oberoende, varierar förtroendenivåerna mellan olika samhällsgrupper. För SVT och Sveriges Radio framträder ett tydligt mönster med ett klart högre förtroende bland kvinnor, äldre samt bland personer som sympatiserar med partier till vänster respektive i den politiska mitten (tabell 8). Åldersrelaterade skillnader syns också i förtroendet för lokala morgontidningar, där äldre har högre förtroende än yngre. För nationella morgontidningar och kvällspress är förhållandet däremot det motsatta, då yngre i högre utsträckning än äldre har stort förtroende. Likt public service förekommer också en tydlig politisk dimension i förtroendet för Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, där särskilt SD-sympatisörer har lågt förtroende. Överlag är de mönster som framträder i förtroendebedömningarna mycket lika de som kunnat ses i de tidigare analyserna (se tabell 3 och 6).

Tabell 8 Andel med stort förtroende för olika medier, efter kön, ålder, partisynpat och bedömning av samhällsvärde och oberoende, 2020 (procent, eta)

	SVT	Sveriges Radio	TV4s kanaler	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Lokal morgontidning	Aftonbladet	Expressen
Kvinnor	80	75	59	49	44	52	26	21
Män	71	66	53	42	37	47	25	21
<i>Eta</i>	0,13	0,09	0,08	0,05	0,04	0,06	0,02	0,00
16–29 år	68	59	50	47	43	40	34	28
30–49 år	75	71	54	53	46	48	24	18
50–64 år	78	74	57	47	43	47	27	23
65–85 år	78	72	60	36	32	59	22	18
<i>Eta</i>	0,09	0,09	0,06	0,23	0,21	0,11	0,17	0,17
V	86	83	44	54	44	49	25	17
S	86	80	66	51	42	56	34	26
MP	83	82	52	69	54	44	35	21
C	91	85	64	58	59	55	28	22
L	(82)	(78)	(67)	(55)	(44)	(54)	(20)	(20)
KD	74	73	55	38	34	54	18	18
M	77	70	62	50	49	55	24	22
SD	52	43	45	25	23	40	21	18
<i>Eta</i>	0,27	0,26	0,18	0,23	0,20	0,10	0,14	0,09
Stort samhällsvärde	86	84	76	72	67	72	55	47
Litet samhällsvärde	9	18	19	12	11	27	6	7
<i>Eta</i>	0,57	0,53	0,49	0,61	0,60	0,53	0,57	0,53
Oberoende	91	89	81	80	76	79	55	50
Inte oberoende	37	34	24	32	32	35	15	13
<i>Eta</i>	0,54	0,55	0,46	0,67	0,65	0,62	0,46	0,51

Kommentar: Frågan lyder 'Vilket förtroende har du för innehållet i följande medier och internetjänster?'. I basen ingår samtliga som har angett ett svar för minst någon av de omfrågade aktörerna. Antalet svarspersoner i gruppen *Litet värde för samhället* respektive *Inte oberoende* är ca 90 för SVT och SR, ca 110 för TV4, DN och SvD, 170 för lokal morgontidning och ca 410 för AB och Expressen. För antal svarspersoner i övriga grupper samt förklaring av eta-värde, se kommentar till tabell 3. Då antalet svarspersoner som sympatiserar med Liberalerna är få, 58 stycken, bör gruppens resultat tolkas med försiktighet. Procentsatserna är därför redovisade inom parentes.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Störst förtroendedifferens hittas dock när upplevt samhällsvärde respektive bedömning av mediernas oberoende tas i beaktande. Bland dem som bedömer SVTs samhällsvärde som stort har 86 procent förtroende för SVTs innehåll (tabell 8). Motsvarande andel bland dem som anser att SVT har ett begränsat värde för samhället, är 9 procent. Förhållandet är likartat även för övriga medier. Av dem som lyfter TV4s värde för samhället har 76 procent stort förtroende för kanalens innehåll, medan andelen förtroendefulla bland dem som bedömer samhällsvärdet

som litet är 19 procent. För Svenska Dagbladet är andelen med stort förtroende 67 respektive 11 procent i de båda grupperna, för lokala morgontidningar 55 respektive 6 procent och för Expressen 47 respektive 7 procent.

Bilden är likartad när det gäller bedömning av det enskilda mediets oberoende. Men förtroendedifferensen mellan dem som instämmer i att mediet är oberoende och de som inte instämmer är inte fullt lika stor som för upplevt samhällsvärde. I gruppen som ser SVT som oberoende har 91 procent stort förtroende för innehållet, medan andelen förtroendefulla är 37 procent i gruppen som inte anser att SVT är oberoende (tabell 8). För Dagens Nyheter är motsvarande siffror 80 respektive 32 procent och för Aftonbladet 55 respektive 15 procent.

Men vad är det som påverkar förtroendet mest?

Den avslutande analysen tar fasta på vilken eller vilka av de faktorer som berörs ovan som spelar störst roll när det gäller att förklara människors förtroende för svenska medier. För varje medium presenteras tre olika förklaringsmodeller, där den första omfattar kön, ålder och partisympati, den andra inkluderar samhällsvärde och oberoende och den tredje utgår från samtliga av dessa faktorer.

För såväl SVT, Sveriges Radio, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Aftonbladet är partisympati den faktor som har störst betydelse i modell 1. Koefficientens värde varierar dock från som högst $\beta = 0,29$ för SVT och Sveriges Radio till $\beta = 0,10$ för Svenska Dagbladet (tabell 9, modell 1). För lokala morgontidningar spelar ålder störst roll för förtroendet ($\beta = -0,14$), medan det för TV4 och Expressen inte är någon av variablerna kön, ålder eller partisympati som utmärker sig.

Särskilt betydelse har, kanske inte så förvånande, bedömningen av enskilda mediers värde för det svenska samhället samt hur oberoende medierna upplevs vara när de berättar om samhället (tabell 9, modell 2). Tillsammans förklarar dessa mer än en tredjedel av variationen i förtroendet för public service, Dagens Nyheter och Aftonbladet. De har även ett betydande förklaringsvärde för övriga medier.

När samtliga faktorer inkluderas i modellen sker endast en högst marginell ökning av förklaringsvärdet (tabell 9, modell 3). Framför allt samhällsvärde visar sig vara särskilt viktig, följt av upplevt oberoende. Partisympati minskar däremot i betydelse, vilket förklaras av att en del av effekten absorberas i de båda värderingsfaktorerna. De medier där partisympati fortfarande spelar roll för att förklara förtroendet, är Sveriges Television, Sveriges Radio och Dagens Nyheter.

Tabell 9 Förklaringsmodeller över faktorer som påverkar förtroendet för enskilda medier, 2020 (linjär regression, betakoefficienter)

	Sveriges Television			Sveriges Radio			TV4		
	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 1	Modell 2	Modell 3
Kön	0,08**		0,04*	0,08**		0,06**	0,09**		0,06*
Ålder	-0,02		0,09***	-0,07**		0,04*	-0,08***		-0,04
Partisypati	0,29***		0,15***	0,29***		0,16***	0,07**		0,04
Mediets samhällsvärde		0,47***	0,42***		0,47***	0,43***		0,45***	0,44***
Mediets oberoende		0,28***	0,26***		0,31***	0,29***		0,22***	0,30***
<i>Förklaringsvärde (justerat r²)</i>	9	37	38	10	40	42	2	29	30

	Dagens Nyheter			Svenska Dagbladet			Den lokala morgontidningen		
	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 1	Modell 2	Modell 3
Kön	0,07**		0,04	0,08**		0,07**	0,06*		0,05
Ålder	0,03		0,01	0,04		0,02	-0,14***		-0,02
Partisypati	0,20***		0,11***	0,10***		0,04	0,09***		0,05
Mediets samhällsvärde		0,47	0,43***		0,41***	0,37***		0,32***	0,30***
Mediets oberoende		0,30	0,31***		0,31***	0,32***		0,30***	0,31***
<i>Förklaringsvärde (justerat r²)</i>	5	38	39	2	33	32	3	25	25

	Aftonbladet			Expressen		
	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 1	Modell 2	Modell 3
Kön	0,00		-0,01	0,00		-0,01
Ålder	-0,06*		-0,05*	-0,07**		-0,04
Partisypati	0,13***		0,06**	0,06*		-0,02
Mediets samhällsvärde		0,56***	0,56***		0,51***	0,52***
Mediets oberoende		0,14***	0,14***		0,14***	0,15***
<i>Förklaringsvärde (justerat r²)</i>	2	36	39	1	31	33

Kommentar: Ålder går från yngst till äldst. Partisypati går från vänster till höger, med i tur och ordning V, S, MP, C, L, KD, M och SD. Bedömning av samhällsvärde går från mycket stort till mycket litet. Uppfattning om oberoende går från instämmer helt till instämmer inte alls. Signifikans: *<0,05; **<0,01; ***0,000.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2020.

Sammantaget visar analysen att spridningen mellan partisypatisörernas förtroendebedömning minskar när individerna även får ta ställning till samhällsvärde och oberoende. Oavsett partisypati gäller att ju högre ett medium värderas desto större är andelen med förtroende för mediet. För SVT är exempelvis andelen förtroendefulla bland Sverigedemokraterna 52 procent medan motsvarande andel bland socialdemokratiska sympatisörer är 85 procent (tabell 8), en differens om 33 procentenheter. När hänsyn tas till upplevt samhällsvärde är andelen förtroende-

fulla bland SD- respektive S-sympatisörer istället 71 respektive 91 procent, en differens om 20 procentenheter. Fortfarande kvarstå en tydlig skillnad i förtroendebedömningen, men gapet mellan de båda grupperna av sympatisörer krymper. Ett liknande mönster framträder även för Sveriges Radio, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet respektive den lokala morgontidningen.

Medierna som ett av demokratins grundläggande fundament

Studier har sedan länge visat att förtroendet för radio och tv som samhällsinstitutioner är större än förtroendet för dagspressen (jfr Weibull, 1983; Andersson & Weibull, 2018). Det är en sanning som gäller även 2020, om än med viss modifikation. De etermedier som utmärkte sig genom särskilt högt förtroende i början av 1980-talet, är desamma som får de högsta förtroendebedömningarna fyrtio år senare. Det är tydligt att public service som institution fortfarande har en stark ställning hos den svenska allmänheten, trots att den expansiva mediemarknaden bidragit till alltmer heterogena medievänor. Skillnaderna i förtroendebedömningarna skiljer sig dock betydligt mellan olika samhällsgrupper, men inom varje grupp är det samma aktör som i jämförelse med övriga medier får det största förtroendet: Sveriges Television. På en god andraplats kommer Sveriges Radio. Resultaten kan kanske tyckas något förvånande givet diskussionen som förs både på den politiska arenan och i en rad olika forum. Trots att public service å ena sidan beskrivs som vänstervridna, å andra som högervridna – ett exempel på det som kallas fientliga medier-effekten – är det dessa medier som når högst värdering när allmänheten får uppge hur stort samhällsvärde olika medier har, i vilken utsträckning de upplevs vara oberoende från särintressen när de berättar om samhället och världen, och som även åtnjuter störst förtroende bland människor. En Ipsos-undersökning från juni 2019 visade att endast en minoritet, omkring var sjätte person, var för en nedläggning av public service (Dagens Nyheter, 2019-06-25) och givet resultaten i det här kapitlet torde den inställningen inte ha förändrats särskilt nämnvärt. Huruvida allmänheten vill se en revidering av utbudet, inriktningen och organiseringen, är däremot en mindre beforskad fråga.

Men varför gör människor så skiftande bedömningar av medier trots att de till viss del innehåller samma slags innehåll? Beror det på en allmän förväntan om att medier som finansieras och regleras på ett specifikt sätt, som exempelvis public service, också *borde* ha ett stort samhällsvärde och därför får stort förtroende från den enskilde, även om hen själv kanske inte använder det så ofta? Och varför är andra medier förknippade med ett lägre förtroende, ett svagt samhällsvärde och bristande oberoende, trots att de används flitigt i vardagen? Möjligen är det äldre uppfattningar och värderingar av enskilda medier, exempelvis kvällspressen, som fortfarande lever kvar i befolkningen. Oavsett förklaring förefaller det räcka med ett *tillräckligt* stort förtroende för ett medium för att det ska vara värt att nyttja

dess innehåll och tjänster. Den spännande frågan är *var* gränsen för ett tillräckligt stort värde och förtroende går. Svaret kommer inte att ges här, men förhoppningsvis kan fortsatta studier på området så småningom bidra med ytterligare pusselbitar. Därtill behövs också mer forskning om den grupp som upplever att medier i mycket liten utsträckning är oberoende i sina beskrivningar av samhället och som har lågt förtroende för sådana medier som vanligtvis brukar beskrivas som ett av demokratins grundläggande fundament.

Referenser

- Aftonbladet (2020-08-18). M och KD blockerar att public service skyddas. Debattartikel. <https://www.aftonbladet.se/debatt/a/dOomLq/m-och-kd-blockerar-att-public-service-skyddas>
- Aftonbladet (2020-08-29). MP avgör inte vad som oberoende media. Debattartikel. <https://www.aftonbladet.se/debatt/a/3Jl1P0/mp-avgor-inte-vad-som-ar-oberoende-media>
- Andersson, Ulrika (2017). Lågt förtroende för rapporteringen om invandring. I Lars Truedson (red) *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Andersson, Ulrika (2018). Polariserat förtroende för nyhetsrapporteringen om brottslighet och invandring. I Lars Truedson (red) *Fejk, filter och faktaresistens*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Andersson, Ulrika & Lennart Weibull (2018). Polariserat medieförtroende. I Ulrika Andersson, Anders Carlander, Elina Lindgren & Maria Oskarson (red) *Sprickor i fasaden*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Asp, Kent (2017). *Public service-TV – vårt offentliga rum*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet.
- Carlsson, Ulla & Lennart Weibull (2018). *Freedom of expression in the digital media culture. A study of public opinion in Sweden*. Göteborg: Nordicom.
- Dagens Media (2018-06-29). Så tycker partierna i mediepolitiken. <https://www.dagensmedia.se/premium/sa-tycker-partierna-i-mediepolitiken-6921319>
- Dagens Media (2020-09-04). Ebba Busch: ”Public service bör smalnas av”. <https://www.dagensmedia.se/medier/radio-podd/ebba-busch-public-service-bor-smalnas-av/>
- Dagens Nyheter (2019-06-25). DN/Ipsos: 18 procent vill lägga ned public service. <https://www.dn.se/kultur-noje/dnipsos-18-procent-vill-lagga-ned-public-service/>
- Dagens Nyheter (2020-08-18). Public service får inte skydd i grundlagen. <https://www.dn.se/nyheter/sverige/public-service-oberoende-far-inte-skydd-i-grundlagen/>
- Dagens Nyheter (2021-04-12). ”Vi tidningsutgivare vill lägga ner presstödet”. <https://www.dn.se/debatt/vi-tidningsutgivare-vill-lagga-ner-presstodet/>

- Fawzi, Nayla (2019). Untrustworthy news and the media as “Enemy of the people?”. How populist worldview shapes recipients attitudes toward the media. *The International Journal of Press/Politics*, 24(2): 146–164. <https://doi.org/10.1177/1940161218811981>
- Feldman, Laura (2017). The hostile media effect. I Kate Kenski & Kathleen Hall Jamieson (red) *The Oxford Handbook of Political Communication*.
- Grusell, Marie (2008). *Reklam – en objuden gäst? Allmänhetens uppfattningar om reklam i morgonpress och tv*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Hansen, Glenn J. & Hyunjung Kim (2011). Is the media biased against me? A meta-analysis of the hostile media effect research. *Communication Research Reports*, 28(2): 169–179.
- Holt, Kristoffer (2016). ”Alternativmedier?” – en intervjustudie om mediekritik och mediemisstro. I Lars Truedson (red) *Migrationen i medierna: Men det får en väl inte prata om?* Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Holt, Kristoffer (2017). Mediemisstro: där ytterkanterna möts. I Lars Truedson (red) *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Horz, Christine (2018). Networking Citizens. Public Service Media and Audience Activism in Europe. I Gregory Ferrell Lowe, Hilde Van den Bulck, Karen Donders (red) *Public Service Media in the Networked Society*. Göteborg: Nordicom.
- Journalistförbundet (2019-08-20). Fortsatt hög andel hot mot journalister. <https://www.sjf.se/aktuellt/201908/fortsatt-hog-andel-hot-mot-journalister>
- Kovach, Bill & Tom Rosenstiel (2021). *The Elements of Journalism: What newspeople should know and the public should expect*. 4th edition. New York: Crown Publishing Group.
- Kulturutskottets betänkande 2020/21:KrU3 (2020). Radio och tv i allmänhetens tjänst. Sveriges Riksdag. <https://data.riksdagen.se/fil/6D9D5C70-9964-428D-941F-063D0EEE4FE3>
- Martinsson, Johan & Ulrika Andersson (2021). Svenska trender. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Medieinstitutet Fojo (2021). *Det nya normala – ett hot mot demokratin*. Kalmar: Medieinstitutet Fojo, Linnéuniversitetet. <https://fojo.se/detnyanormala/>
- Perloff, Richard M. (2015). A three-decade retrospective on the hostile media effect. *Mass Communication & Society*, 18(6): 1–29. DOI: 10.1080/15205436.2015.1051234
- RSF – Reportrar utan gränser (2020). The World Press Freedom Index 2020. <https://rsf.org/en/ranking>
- RFS – Reportrar utan gränser (2021). The World Press Freedom Index 2021. <https://rsf.org/en/ranking>
- Saurwein, Florian, Tobias Eberwein & Matthias Karmasin (2019). Public Service Media in Europe: Exploring the Relationship between Funding and Audience Performance. *Javnost – The Public*, 26(3): 291–308, DOI: 10.1080/13183222.2019.1602812

- Soontjens, Karolin, Annelien Van Remoortere & Stefaan Walgrave (2021). The hostile media: politicians' perceptions of coverage bias. *West European Politics*, 44(5): 991–1002, DOI: 10.1080/01402382.2020.1792671
- SOU 2016:80 (2016). *En gränsöverskridande mediepolitik för upplysning, engagemang och ansvar*. Slutbetänkande av Medieutredningen. Stockholm: Wolters Kluwer.
- SOU 2020:45 (2020). *Ett ändamålsenligt skydd för tryck- och yttrandefrihet*. Betänkande av 2018 års tryck- och yttrandefrihetskommitté. Stockholm: Norstedts Juridik. <https://www.regeringen.se/4a3cfd/contentassets/a08a611df3aa442e990893fabd67fbb1/ett-andamalsenligt-skydd-for-tryck--och-yttrandefriheten-sou-202045>
- Strömbäck, Jesper (2003). *Medierna som fjärde statsmakt – en studie av innebörden av begreppet granskande journalistik*. Studier i politisk kommunikation 1/2003. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Svenska Dagbladet (2020-08-18). ”Public service bör inte skyddas i grundlagen”. Debattartikel. <https://www.svd.se/public-service-bor-inte-skyddas-i-grundlagen>
- Sverigedemokraterna (2020). Public service. <https://sd.se/our-politics/public-service/>
- Truedson, Lars (2017, red). *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Weibull, Lennart (1983). *Svenska tidningsläsning*. Stockholm: Liber.

