

# SVENSKA FOLKETS UPPFATTNINGAR OM NYHETSMEDIERNAS VÄNSTER-HÖGERPLACERING

PER OLESKOG TRYGGVASON OCH ULRIKA ANDERSSON

## Sammanfattning

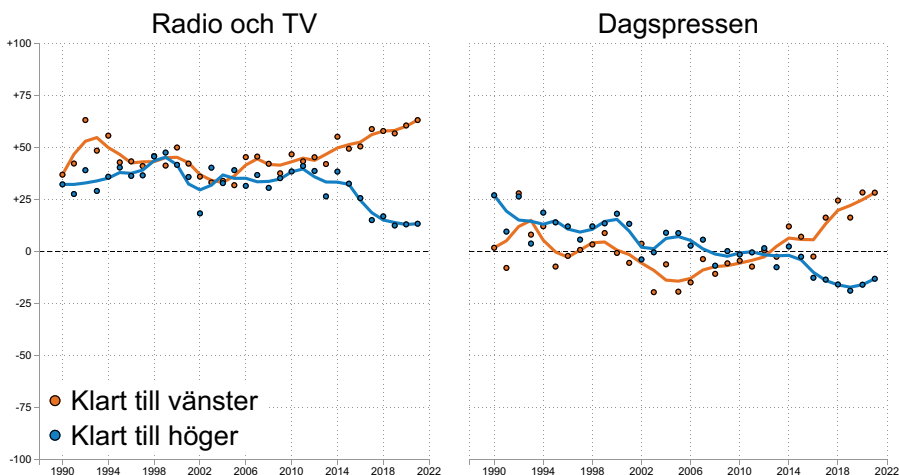
I kapitlet granskas sambandet mellan svenskarnas subjektiva vänster-högerposition och deras uppfattningar om eventuell vänster- eller högerriktning i svenska mediers nyhetsrapportering. Resultaten visar att en stor majoritet antingen saknar uppfattning eller uppger att nyheterna inte har någon ideologisk riktning. Uppfattningarna bland de som däremot anser att nyheterna i kvälls- och morgontidningar har en ideologisk riktning visar sig i mångt och mycket vara en spegling av mediernas (historiska) färg på ledarsidorna, där rapporteringen i Aftonbladet uppfattas stå till vänster medan rapporteringen i Svenska Dagbladet uppfattas stå till höger. Nyhetssajternas innehåll med omväxlande nyheter, ledarartiklar och kolumnister tycks bidra till att delar av publiken har svårt att skilja på nyheter och åsiktsjournalistik. Resultaten visar också att ju längre till höger människor placerar sig själva, desto längre till vänster placerar de medierna, och vice versa. Utfallet ligger i linje med det som beskrivits som fientliga medier-effekten där människor har en tendens att uppfatta att medierna gynnar motståndarna och missgynnar den egna sidan i frågor som är av betydelsen för individen. Mönstret är starkast bland politiskt intresserade.

Både internationellt och i Sverige har allmänhetens syn på etablerade nyhetsmedier blivit alltmer polariserad (Andersson & Oscarsson, 2020; Oscarsson m.fl., 2021; Newman & Fletcher, 2017). Den nationella SOM-undersökningen har kunnat visa på en stabilitet i förtroendebedömningar mellan 1990 och 2014, där de som placerat sig ideologisk längst till vänster respektive höger har haft ungefär samma förtroende för centrala samhällsinstitutioner som radio/tv och dagspressen. Under det senaste decenniet har vi dock kunnat se en rörelse där förtroendet för medier ökar bland de längst till vänster samtidigt som förtroende minskar hos de längst till höger. En illustration av denna utveckling kan ses i figur 1, där förtroendebalansen<sup>1</sup> för radio/tv och dagspressen bland svarande som placerar sig klart till vänster och klart till höger redovisas.

Flera förklaringar till de divergerande förtroendesiffrorna har lyfts fram. Ofta betonas den snabba expansionen av sociala medier, där allt fler användare bidrar med, och tar del av, motbilder till de traditionella mediernas nyhetsbevakning (Carlson m.fl., 2021; Park m.fl., 2020; Weibull & Wadbring, 2020). Kritiken mot 'mediaetablissemangen' och förekomsten av 'fake news' är på sina håll stor i

sociala medier, vilket anses bidra till ökad mediemisstro (Carlson m.fl., 2021; Park m.fl., 2020). Kopplingar har också gjorts till de ökande populistiska och nationalistiska strömningarna inom politiken (Fawzi, 2019; Schulz m.fl., 2020). Till det kan knytas förklaringar såsom att väljare till höger på det politiska spektrumet betraktar etablerade nyhetsmedier som vänstervridna (Esser m.fl., 2017; Fawzi, 2019). Den här typen av kritik har även lyfts av prominenta politiska aktörer på högerkanten. USA:s tidigare president Donald Trump har exempelvis återkommande anklagat nyhetsmedier för att sprida falska nyheter och agera som folkets fiende (Fawzi, 2019).

**Figur 1** *Förtroende för radio/tv samt dagspressen bland svarande klart till vänster och klart till höger, 1990–2021 (balansmätt)*



**Kommentar:** Frågan löd 'Hur stort förtroende har du för det sätt på vilket följande institutioner och grupper sköter sitt arbete?' följt av olika samhällsinstitutioner. Svarsalternativen löd 'Mycket stort förtroende', 'Ganska stort förtroende', 'Varken stort eller litet förtroende', 'Ganska litet förtroende' samt 'Mycket litet förtroende'. Figuren visar balansvärdet för 'Radio och TV' samt 'Dagspressen' bland respondenter som identifierar sig ideologiskt klart till vänster och klart till höger. Balansvärdet beräknas som andelen mycket/ganska stort förtroende minus andelen ganska/mycket litet förtroende. Värdet kan variera från -100 (alla har litet förtroende) till +100 (alla har stort förtroende).

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 1990–2021.

I det här kapitlet adresserar vi frågan om medieförtroende från ett delvis nytt perspektiv. Tidigare SOM-undersökningar har studerat allmänhetens förtroende för mediernas innehåll generellt och kopplat detta till individens egen vänster-högerposition (se t.ex. Andersson, 2021). Kritiken mot medierna handlar dock oftast om nyhetsrapporteringen, där vissa medier anses vara högerinriktade i sin rapportering, medan andra anses vara vänsterinriktade. Vi kommer därför fokusera

på *nyhetsrapporteringen* genom att granska människors uppfattningar om etablerade mediers nyhetsrapportering på den traditionella vänster-högerekalan tillsammans med en ny fråga om *förtroende* för samma mediers nyhetsrapportering. På så sätt har vi möjlighet att presentera unik information om allmänhetens uppfattningar om eventuella ideologiska vinklingar i nyhetsrapporteringen samtidigt som vi kan undersöka huruvida uppfattningar om vänster-högerlutning samvarierar med förtroendet för sagda nyhetsmedier. Därtill kommer vi att granska om individernas egen vänster-högerposition spelar roll för var på väster-högerekalan som de placerar nyhetsmedierna rapportering. I analysen ingår Sveriges Television (SVT), TV4, Sveriges Radio (SR), Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter (DN) och Svenska Dagbladet (SvD), vilka tillsammans når en stor del av befolkningen.

### **Politik, medier och journalistik**

Saklighet, oberoende och opartiskhet är några av de viktigaste utgångspunkterna för den professionella nyhetsjournalistiken (Weibull & Wadbring, 2020). Samtidigt har nyhetsmedierna alltid haft en viss politisk förankring. Det gäller inte minst dagspressen, som präglats av sin partipolitiska tradition. Fram till mitten av 1970-talet fanns det i många städer fortfarande tidningar med olika partifärg inte bara på ledarsidorna utan även på nyhetsplats. Då uppfattades denna partianknytning som naturlig och påverkade människors val av tidning och syn på dagspressen (Hallin & Mancini, 2004; Weibull, 1983). Med ökad konkurrens och marknadskoncentration under 1980-talet ändrade förutsättningarna radikalt och den professionell journalistiken blev ett måste för de dagstidningar som vände sig till en bred publik. Det har dock inte hindrat den politiska traditionen från att finnas kvar i ledare och på kultursidor (jfr. Weibull & Wadbring, 2020). Från ett innehållsperspektiv talar de studier som gjorts i samband med riksdagsvalen mot att det finns få tecken på en systematisk vänster eller högervändning i den politiska journalistiken (Johansson & Strömbäck, 2019; Johansson, 2015). Det mest tydliga mönstret under mandatperioden 2014–2018 (Oleskog Tryggvason, 2021) var en något mer ogynnsam bevakning av regeringspartiet Socialdemokraterna och Sverigedemokraterna (Johansson & Strömbäck 2019).

Det finns flera möjliga orsaker till att allmänheten kan uppfatta nyhetsmedier som antingen vänster eller höger. En delförklaring kan handla om vilka frågor och perspektiv som nyhetsredaktioner väljer att lyfta upp. Vissa frågor och perspektiv – exempelvis kopplat till sociala orättvisor eller den enskildes utsatthet – kan uppfattas som vänster samtidigt som andra frågor och perspektiv – såsom fokus på migration och brottslighet kan uppfattas som höger. En annan delförklaring kan vara uttalanden från politiska aktörer om att nyhetsmedier (generellt eller specifika redaktioner) har en politisk snedvändning. Det här är något som accelererats i samband med Donald Trumps tid i vita huset (Carlson m.fl., 2021; Fawzi, 2019) men också något som frekvent förekommit bland svenska politiker, framförallt på

högerkanten (Saglam & Roaks, 2021).<sup>2</sup> Ytterligare en orsak står antagligen att finna i den digitala miljön, där nyhets-, debatt- och ledarartiklar blandas om vartannat på nyhetssajterna, många gånger utan tydlig märkning av opinionsmaterialet. Där det i papperstidningen finns en tydlig uppdelning, med opinionsmaterialet samlat på en specifik plats som är densamma oavsett om det är måndagens eller torsdagens tidning som läses, är gränserna mer eller mindre flytande på tidningarnas sajter. Det gör det svårare för publiken att skilja mellan vad som är nyhetsartiklar skrivna av journalister och vad som är ledarredaktionens, egna kolumnisters eller olika debattörers åsikter, inte minst då nyhetsartiklar följs av åsiktsmaterial som direkt berör det som tagits upp i artikeln.

### **Svenska folkets uppfattning om ideologiskt färgad nyhetsbevakning**

För att mäta hur allmänheten bedömer enskilda mediers nyhetsbevakning ombads respondenterna att uppgge var på en vänster-högerskala de skulle vilja placera sju svenska nyhetsaktörers *nyhetsrapportering*. Skalan består av alternativen 'klart till vänster', 'något till vänster', 'varken till vänster eller till höger', 'något till höger' samt 'klart till höger'. Därtill har det även gått att svara 'ingen uppfattning'. I tabell 1 redovisas andelen som har angett respektive svarsalternativ samt balansmåt<sup>3</sup> för vart och ett av nyhetsmedierna.

En inledande blick på allmänhetens bedömningar av enskilda mediers nyhetsrapportering visar att en majoritet antingen anser att nyheterna varken är att betrakta som vänster eller höger, eller uppger att de inte har någon åsikt i frågan. Dessa båda svarsalternativ samlar mer än hälften av de svarande när det kommer till samtliga nyhetsmedier. Nyhetsrapporteringen i de tre etermedierna SR, SVT och TV4 ses som minst ideologiskt färgad. Här är det ungefär sju av tio som sammantaget uppger att nyhetsrapporteringen varken är att betrakta som vänster- eller högerpräglad (SVT=42 procent, SR=41 procent, TV4=37 procent) eller som uppger att de inte har en uppfattning i frågan (SVT=25 procent, SR=31 procent, TV4=33 procent). Strax därbakom hamnar Dagens Nyheter. En fjärdedel av de svarande uppfattar DN:s nyhetsrapportering som varken vänster eller höger och ytterligare 44 procent uppger att de saknar uppfattning. Mest politiserad upplevs Aftonbladets nyhetsbevakning. Bland de svarande är det 50 procent som antingen anger mittenalternativet – varken vänster eller höger – eller uppger att de saknar uppfattning. Fyrtiofem procent av de svarande upplever i sin tur nyhetsinnehållet som antingen klart (16 procent) eller något (29 procent) till vänster. Samtidigt anser fem procent att rapporteringen är att betrakta som klart eller något till höger. Balanstalet ligger på -40, vilket innebär en övervikt åt vänster.

Svenska Dagbladet och Expressen är de två nyhetsmedier som upplevs som mest höger. En tredjedel (31 procent) uppfattar Expressens nyhetsinnehåll som något till höger (24 procent) eller klart till höger (7 procent). En ungefär lika stor andel

placeras SvD:s innehåll till höger. Här är det dock en större andel som uppfattar innehållet som klart till höger (16 procent). Balanstalet för SvD är +30, dvs. en övervikt åt höger.

**Tabell 1** *Uppfattningar om nyhetsrapporteringens ideologiska vänster-högerplacering, 2021 (procent, balansvärde)*

|                     | Klart till vänster | Något till vänster | Varken till vänster eller höger | Något till höger | Klart till höger | Ingen uppfattning | Balans | Summa | Antal svar |
|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------------------|------------------|------------------|-------------------|--------|-------|------------|
| Sveriges Television | 10                 | 20                 | 42                              | 3                | 0                | 25                | -27    | 100   | 1 565      |
| Sveriges Radio      | 9                  | 17                 | 41                              | 2                | 0                | 31                | -24    | 100   | 1 539      |
| TV4                 | 3                  | 9                  | 37                              | 16               | 2                | 33                | +6     | 100   | 1 535      |
| Aftonbladet         | 16                 | 29                 | 13                              | 4                | 1                | 37                | -40    | 100   | 1 519      |
| Expressen           | 3                  | 6                  | 17                              | 24               | 7                | 43                | +22    | 100   | 1 521      |
| Dagens Nyheter      | 4                  | 8                  | 24                              | 15               | 5                | 44                | +8     | 100   | 1 525      |
| Svenska Dagbladet   | 2                  | 3                  | 13                              | 19               | 16               | 47                | +30    | 100   | 1 521      |

**Kommentar:** Frågan löd 'I samhällsdebatten talar man ibland om att åsikter kan placeras till vänster och höger. Var skulle du placera följande mediers nyhetsrapportering på en sådan skala?' med svarsalternativen 'Klart till vänster', 'Något till vänster', 'Varken till vänster eller höger', 'Något till höger', 'Klart till höger' samt 'Ingen uppfattning'. Balansvärdet beräknas som andel stort förtroende minus andel litet förtroende och varierar mellan -100 (alla saknar förtroende) och +100 (alla har stort förtroende).

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2021.

Skattningarna för de två public servicemedierna är genomgående väldigt lika. Trettio respektive 27 procent anser att SVT:s och SR:s nyhetsrapportering är att betrakta som något eller klart till vänster. Noterbart är att endast tre respektive två procent ser innehållet som något till höger samtidigt som noll procent ser innehållet som klart till höger. Balanstalen för de båda public serviceaktörerna är negativa (-24 för SR och -27 för SVT)

### Fientliga medier-effekten och dess konsekvenser

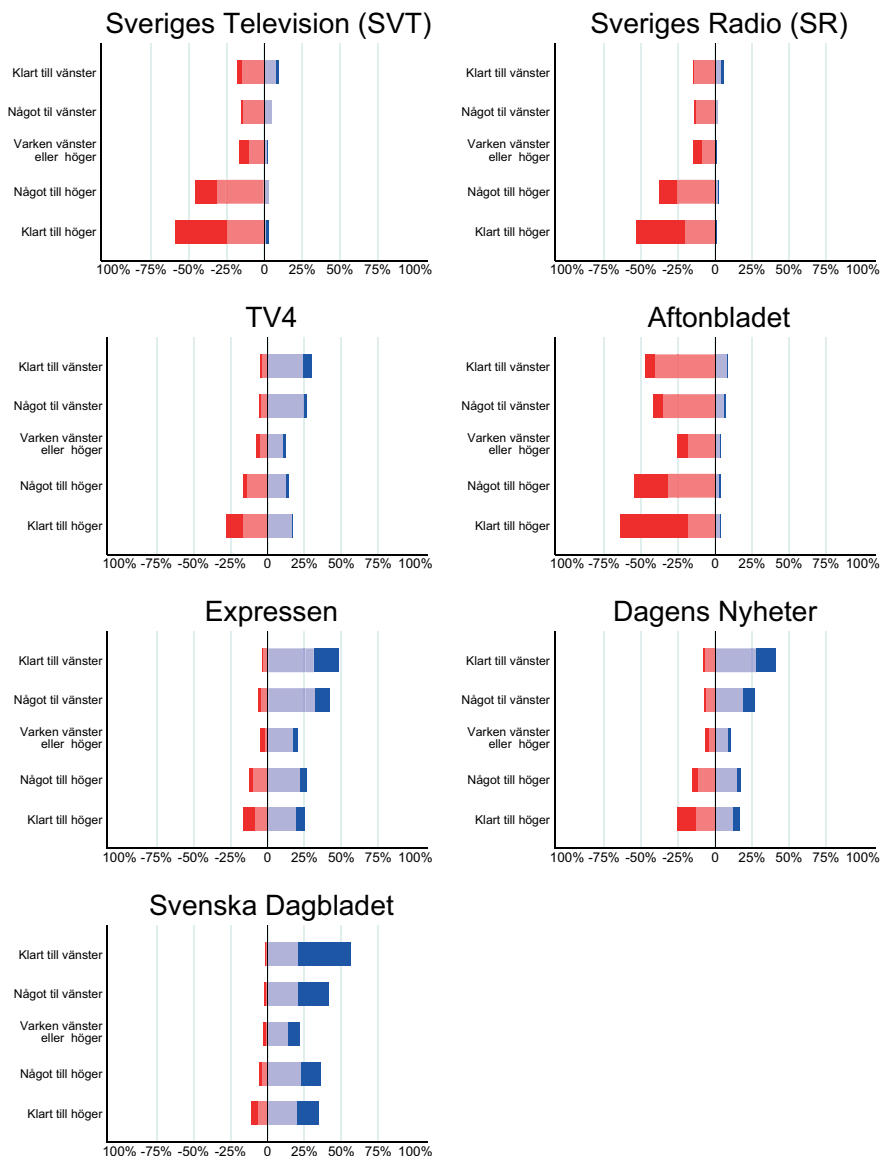
Grundprincipen bakom den fientliga-medier-effekten är att vi har en tendens att uppfatta nyhetsmediers rapportering som kritisk eller missgynnande mot den sida vi själva tillhör (Vallone m.fl., 1985). Den här dynamiken är inte unik för bedömningen av nyhetsmedier rapportering kring politik utan har dokumenterats inom allt från krigsrapportering till sportjournalistik (Arpan & Raney, 2003; Kim & Billings, 2017). Två psykologiska mekanismer tros ligga bakom effekten – *selektivt minne* och *selektiv tolkning*, dvs. att människor har en tendens att komma ihåg mer information som strider mot snarar än stödjer den sida man tillhör samt att människor tolkar beståndsdelarna i en nyhet på olika sätt, där fler delar tolkas som att de strider mot den egna sidan (Perloff, 2015).

För att undersöka förekomsten av en fientliga medier-effekt i allmänhetens bedömningar av nyhetsmediernas ideologiska bias har vi brutit ner andelen som anser att respektive nyhetsmedium är klart/något till vänster samt andelen som anser nyhetsmediet vara klart/något till höger efter de svarandes egen ideologiska identifikation. Utifrån fientliga medier-effekten förväntar vi oss ett generell mönster där de som själva identifierar sig som ideologiskt vänster ser nyhetsrapporteringen som mer högervinklad samtidigt som de till höger ser rapporteringen som mer vänstervinklad.

Om vi först fokuserar på de två public servicemedierna kan vi konstatera att uppfattningar om ideologiskt färgat nyhetsinnehåll är en mycket marginell företeelse bland svarande som står i eller till vänster om den ideologiska mitten. Bland svarande till höger är det däremot en ansevärd andel – mer än hälften – som anser att de två aktörernas nyhetsrapportering är vänstervriden. I gruppen klart till höger uppger exempelvis 59 procent att de uppfattar SVT:s nyhetsrapportering som något eller klart till vänster. Samma mönster återfinns i synen på SR:s rapportering. Uppfattningarna om det tredje etermediet, TV4, visar ett något annorlunda mönster. Här anser svarande som själva står till vänster att innehållet har en högerprägel. Bland de som placerar sig i den ideologiska mitten eller något till höger är det lika få/många som anser att innehållet är vänster som höger. I gruppen längst till höger är det däremot 28 procent som anser att innehållet är vänsterorienterat samtidigt som 17 procent anser det vara högerorienterat.

Från vänster till höger råder konsensus att Aftonbladets nyhetsrapportering står till vänster. Men det är framförallt svarande till höger som anser att innehållet är att betrakta som klart till vänster (65 procent). Noterbar är också att de som befinner sig i den ideologiska mitten är mindre benägna att uppege att Aftonbladet är vänster än de som själva befinner sig till vänster. Skattningarna för Expressen och SvD är i mångt och mycket spegelvänt jämfört med Aftonbladets. Samtliga ideologiska grupper är överens om att nyhetsrapporteringen kan placeras till höger, men de som identifierar sig som vänster är betydligt mer entydiga i sina bedömningar jämfört med de i mitten eller till höger (57 procent svarar höger bland personer klart till vänster). Avslutningsvis uppvisar skattningarna för DN ett snarlikt mönster som de hos TV4. Svarande hos de som står klart eller något till vänster anser att DN:s innehåll lutar åt höger samtidigt som de som står klart till höger anser att innehållet är att betrakta som vänster.

**Figur 2** *Uppfattning om nyhetsmediums vänster-högerplacering efter egen vänster-högerplacering, 2021 (procent)*



**Kommentar:** Frågan löd 'I samhällsdebatten talar man ibland om att åsikter kan placeras till vänster och höger. Var skulle du placera följande mediers nyhetsrapportering på en sådan skala?' med svarsalternativen 'Klart till vänster', 'Något till vänster', 'Varken till vänster eller höger', 'Något till höger', 'Klart till höger' samt 'Ingen uppfattning'. Andelen som svarat 'Ingen uppfattning' respektive 'Varken till vänster eller höger' ingår i procentbasen i samtliga analyser.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2021.

Sammantaget finner vi tre kategorier av svarsmönster när det kommer till svenska folkets uppfattningar om nyhetsmediernas eventuella vänster-högerplacering. För det första finns det en samstämmighet över det ideologiska spektrumet att Aftonbladet ses som vänster samtidigt som Expressen och Svenska Dagbladet betraktas som höger. Det andra mönstret gäller TV4 och DN. Huruvida dessa två nyhetsmedier uppfattas vara vänster eller höger är i mångt och mycket beroende av betraktarens egen ideologiska identifikation. Svarande till vänster anser att DN och TV4 är höger, samtidigt som svarande till höger tycker att de två medierna är att betrakta som vänster. Det tredje mönstret gäller de båda public serviceaktörerna, SVT och SR. Här ser vi inte någon trappstegsdynamik utan snarare en skarp gräns mellan de som identifierar sig som höger och de som befinner sig i eller till vänster om den ideologiska mitten.

### **Fientliga medier i ögonen hos de mest intresserade**

Hittills visar analyserna ett tydligt stöd för den fientliga medier-effekt där de som tillhör de ideologiska ytterkanterna ser nyhetsmedier som mer partiska mot den egna ideologiska övertygelsen. Tidigare forskning på området visar att den här tendensen – att se nyhetsrapportering som ofördelaktig eller direkt fientlig mot våra egna övertygelser – är än starkare bland de av oss som har större kunskaper och är mer engagerade i frågan (Vallone m.fl., 1985; Hansen & Kim, 2011). Vi kan likna det [hypotiserade] sambandet med att vi jämför klagomålen på domarens insats då vi ser på en fotbollsmatch med en grupp ljumt fotbollsintresserade vänner eller på en pub med inbitna supporters för någondera lagen.

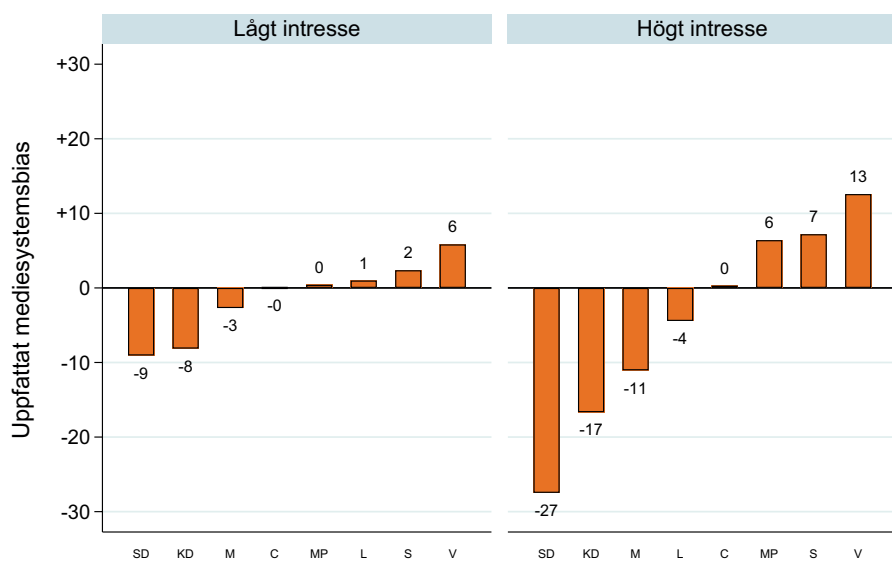
För att undersöka huruvida det fientliga mediefenomenet är mer framträdande bland de mest politiskt intresserade presenterar vi nedan resultaten för hur olika partisympatisörer med lågt och högt politiskt intresse uppfattar den *sammantagna* vänster-högerriktningen för de sju omfrågade nyhetsmedierna. Vad vi nedan kallar mediasystemets ideologiska lutning (media system bias) har en teoretisk räckvidd från -100 (samtliga nyhetsmedier ses som klart till vänster) till +100 (samtliga nyhetsmedier ses som klart till höger).<sup>4</sup> Valet att inledningsvis fokusera på partisympati är gjort i syfte att tydliggöra skillnader inom vänster-respektive högergrupperingarna när det gäller det politiska intressets betydelse för bedömningarna av ideologisk lutning i mediasystemet som helhet.

Figur 3 visar medelvärdet för mediasystemets ideologiska lutning hos olika partiers sympatisörer bland de som uppger att de inte är intresserade alls alternativt inte är särskilt intresserade av politik. Viktigt att komma ihåg här är att antalet svarande för respektive parti i vissa fall blir mycket lågt då vi bryter ner resultaten i grupper med lågt och högt intresse. Här kan vi konstatera att de som sympatiserar med Sverigedemokraterna och Kristdemokraterna och som inte har något större intresse för politik, uppfattar det sammantagna medieutbudet som något lutandes åt vänster (-9 och -8) samtidigt som Vänsterpartiets sympatisörer uppfattar medieutbudet som något högerlutande (+6). Skillnaden mellan övriga partisympatisörer



är nästintill negligerbar (-3 bland M-sympatisörer och +1 bland S-sympatisörer). Skillnaderna mellan ytterkanterna bland politiskt ointresserade är dock ytterst marginella om vi jämför med resultaten bland de som säger sig vara ganska eller mycket politiskt intresserade (till höger i figur 3). Tre av gruppjämförelsenav visar på signifikanta skillnader mellan politiskt ointresserade och politiskt intresserade partisympatisörer. Socialdemokrater med högt politiskt intresse (+6) uppfattar mediasystemets ideologiska lutning som mer högerlutande än socialdemokrater med lågt politiskt intresse (+2). Motsvarande signifikanta skillnad hittar vi bland politiskt intresserade moderater (-11 jmf med -3 i gruppen med lågt politiskt intresse). Störst skillnad i synen på mediasystems ideologiska lutning finner vi dock då vi jämför Sverigedemokrater med lågt respektive högt politiskt intresse. Gruppen SD-sympatisörer med lågt politiskt intresse uppfattar det svenska mediasystemets ideologiska lutning som -9, vilket är något till vänster. Ungefär i paritet med gruppen politiskt intresserade moderater. Det upplevda ideologiska lutningen bland politiskt intresserade sverigedemokrater ligger däremot på en helt egen nivå (-27).

**Figur 3** *Uppfattningar om mediasystemets ideologiska lutning bland partisympatisörer med lågt och högt politiskt intresse, 2021 (medelvärde)*

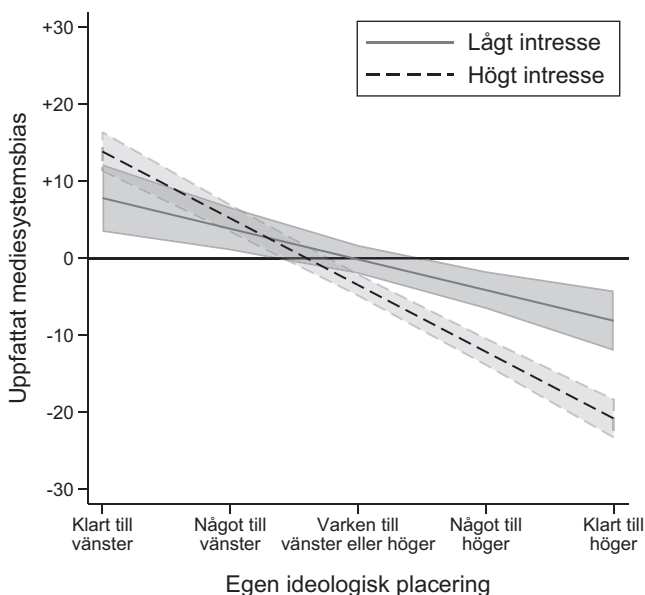


**Kommentar:** Figuren visar den summerade upplevda ideologiska lutningen för de sju uppmätta nyhetsmedierna nedbrutet per bästa parti och politiskt intresse. Indexet har en teoretisk räckvidd från -100 (samtliga medier uppfattas som klart till vänster) till +100 (samtliga medier uppfattas som klart till höger). Antal svarande per parti i gruppen med lågt politiskt intresse: V=36; S=152; C=42; L=13; M=120; KD=30; MP=17; SD=67. Antal svarande per parti i gruppen med högt politiskt intresse: V=116; S=278; C=69; L=36; M=224; KD=42; MP=42; SD=127.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2021.

I figur 4 återvänder vi till svarspersonernas ideologiska position genom att visa de predicerade skattningarna för mediasystemets ideologiska lutning efter vänster-högerplacering bland de med lågt politiskt (streckad linje) och högt politiskt (heldragen linje) intresse då vi också kontrollerar för ålder, utbildning och kön. Analysen ger tydligt stöd åt antagandet att det fientliga mediefenomenet påverkas av graden av politiskt intresse (se även tabell A i appendix). Vi kan konstatera att i gruppen med lågt politiskt intresse är skillnaden i bedömningen av ideologisk lutning 16 (+8 för de klart till vänster och -8 för de klart till höger). I gruppen med stort politiskt intresse är skillnaden betydligt större. Gruppen klart till vänster uppfattar den ideologiska lutningen som +12, vilket betyder att de tycker att mediasystemet som helhet lutar något åt höger. I gruppen som står klart till höger är motsvarande siffra -22, vilket betyder att de tycker att mediasystemet lutar tydlig åt vänster.

**Figur 4** Uppfattning om mediasystemets ideologiska lutning efter egen ideologisk placering och politiskt intresse, 2021 (OLS-regression)



**Kommentar:** Grafen visar resultaten från en OLS-regression där uppfattad ideologisk lutning är den beroende variabeln. Positiva värden innebär att svarande anser att mediasystemet lutar åt höger och negativa värden innebär att svarande uppfattar att mediasystemet lutar åt vänster. De två huvudsakliga oberoende variabelerna i modellen är interaktionen mellan politiskt intresse (0=inte särskilt/inte alls intresserad; 1=mycket/ganska intresserad) och egen vänster-höger placering (1–5). Den heldragna linjen visar det predicerade värdet på uppfattning om det samlade mediasystems ideologiska lutning efter egen vänster-högerplacering i gruppen med lågt politiskt intresse. Den sträckande linjen visar motsvarande predicerade värde bland svarande med högt politiskt intresse. Antal svarande som ingår i modell är 1 548.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2021.

Sammantaget visar resultaten i figur 3 och figur 4 stöd för resonemanget att uppfattningar om en ideologiskt färgad nyhetsrapportering är både en funktion av individens egen ideologiska ståndpunkt i samverkan med graden av politiskt intresse. Det här kan vara en viktig insikt att ta med sig då mycket av dagens mediekritik – välgrundad såväl som mer ogrundad – framförs i kanaler som exempelvis Twitter, där en mycket politiskt intresserad elit och allmänhet befinner sig. De åsikter som uttrycks där är knappast en spegling av den breda allmänhetens uppfattningar.

## Uppfattningar om ideologisk lutning och medieförtroende

Hittills har vi fokuserat på hur svenska folket uppfattar de sju nyhetsmediernas ideologiska placering och hur dessa skattningar formas av svarspersonernas egen ideologiska identifikation. I nästa steg undersöker vi i vilken utsträckning dessa uppfattningar är kopplade till förtroende för sagda nyhetsrapportering. För att undersöka detta använder vi ett frågebatteri som är snarlikt vad som använts i tidigare års SOM-undersökningar för att mäta medieförtroende. Skillnaden här består i att vi specifikt frågar om förtroendet för respektive mediums nyhetsrapportering, jämfört med den mer allmänna frågan om förtroende för innehållet som helhet (Andersson, 2021).

Störst förtroende har allmänheten för SVT:s och SR:s nyhetsrapportering, med 75 respektive 70 procent ganska eller mycket stort förtroende (tabell 2). Det är att betrakta som höga förtroendesiffror. Jämfört med andra samhällsinstitutioner är det i stort bara sjukvården och polisen som når upp till liknande nivåer (Martinson & Andersson, 2022). De båda public service-aktörerna utmärker sig också i förhållande till andra nyhetsaktörer och kan i det närmaste sägas ha en särställning bland svenska medier. Det är ett resultat som även gäller när utbudet som helhet bedöms, dvs. inte bara nyhetsrapporteringen (Andersson, 2021). En majoritet har också stort förtroende för TV4:s nyhetsrapportering, 62 procent. Därefter följer DN och SvD, för vilka 41 respektive 35 procent har stort förtroende. Lägst är förtroendet för kvällspressens nyhetsrapportering, där 22 procent uppger sig ha stort förtroende för Aftonbladet och 16 procent uttrycker stort förtroende för Expressen. För båda kvällstidningarna gäller att andelen som saknar förtroende är större än andelen som har förtroende. Sett till förtroendebalansen ligger exempelvis Expressen på -17 (andel stort förtroende minus andel litet förtroende), medan DN respektive SR har en förtroendebalans om vardera +31 och +62.

Avslutningsvis fokuserar vi på andelen som uppger att de saknar en uppfattning när det kommer till de sju mediernas nyhetsrapportering. Här finns vi avsevärda skillnader mellan de olika medierna. Mindre än var tionde svarande saknar uppfattning i frågan om förtroende för etermediernas nyhetsrapportering (tabell 2). Detta kan kontrasteras mot hela 31 respektive 38 procent för DN och SvD. Den stora spridningen i andelen med *ingen uppfattning* kan tyckas rationell givet att etermedierna har ett betydligt större antal regelbundna användare jämfört med de båda morgontidningarna.

**Tabell 2 Förtroende för olika mediers nyhetsrapportering, 2021 (procent, balansvärde och antal)**

|                     | Mycket stort | Ganska stort | Varken stort eller litet | Ganska litet | Mycket litet | uppfattning | Balansvärde | Summa | Antal svar |
|---------------------|--------------|--------------|--------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------|------------|
| Sveriges Television | 38           | 37           | 13                       | 4            | 4            | 4           | +67         | 100   | 1 597      |
| Sveriges Radio      | 38           | 32           | 12                       | 3            | 5            | 10          | +62         | 100   | 1 542      |
| TV4                 | 21           | 41           | 21                       | 6            | 4            | 7           | +52         | 100   | 1 556      |
| Aftonbladet         | 3            | 19           | 31                       | 19           | 12           | 16          | -9          | 100   | 1 525      |
| Expressen           | 2            | 14           | 30                       | 20           | 13           | 21          | -17         | 100   | 1 531      |
| Dagens Nyheter      | 15           | 26           | 18                       | 5            | 5            | 31          | +31         | 100   | 1 508      |
| Svenska Dagbladet   | 12           | 23           | 19                       | 3            | 5            | 38          | +26         | 100   | 1 505      |

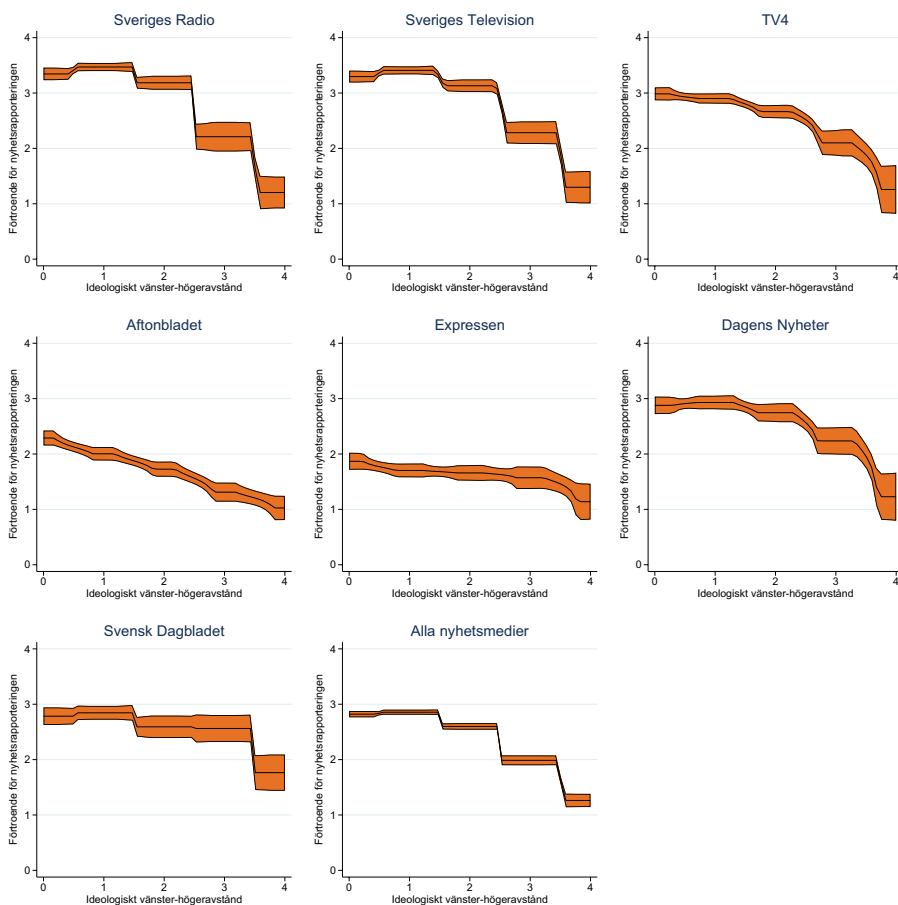
**Kommentar:** Frågan löd 'Vilket förtroende har du för följande mediers nyhetsrapportering?'. Balansvärdet beräknas som andel stort förtroende minus andel litet förtroende och varierar mellan -100 (alla saknar förtroende) och +100 (alla har stort förtroende).

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2021.

Vi avslutar vår analys med att undersöka i vilken utsträckning det finns ett samband mellan förtroende för respektive nyhetsmediums rapportering och hur långt ifrån den svarande uppfattar sig stå mediet i fråga. Resultaten från dessa analyser illustreras i figur 5 nedan. Y-axeln visar förtroendet för respektive nyhetsmediums nyhetsrapportering där högre siffror indikerar högre förtroende. X-axeln visar det upplevda ideologiska avståndet mellan svarspersonen och nyhetsmediet. Värde 0 längs x-axeln betyder att respondentens egen ideologiska identifikation är den samma som den upplevda vänster-högerplaceringen av nyhetsmediet. Variabeln för uppfattat ideologiskt avstånd har ett maximalt värde på 4, det vill säga de fall då respondenten själv identifierar sig som klart till vänster eller klart till höger och placerar nyhetsmediet på motsatt extrem.

Genomgående ser vi ett mönster där förtroendet är högt då det uppfattade ideologiska avståndet är lågt och lägre i de fall då det ideologiska avståndet är stort. Sambandet är emellertid inte helt linjärt utan följer snarare ett mönster där det förefaller finnas ett tröskelvärde, en smärtgräns, där det uppfattade ideologiska avståndet leder till en ansevärd sänkning av förtroendet. Exempelvis är förtroendet för SR, SVT, TV4 och DN relativt stabilt oavsett om det uppfattade ideologiska avståndet är 0, 1 eller 2 skalsteg. Vid ett ideologiskt avstånd på tre skalsteg sker däremot ett avsevärt steg neråt för förtroendet för nyhetsrapporteringen.

**Figur 5 Samband mellan ideologiskt avstånd (egen och uppfattad vänster-högerplacering) och förtroende för respektive nyhetsmedium, 2021 (Kernel-weighted local polynomial smoothing regression)**



**Kommentar:** Ideologiskt avstånd är operationaliserat som det absoluta avståndet mellan den egna ideologiska identifikationen och uppfattningen om nyhetsmediet ideologiska placering. Variabeln har en teoretisk räckvidd från 0, där den egna vänster-höger identifikationen är den samma som skattningen för nyhetsmediets rapportering och 4 där nyhetsorganisationen uppfattas stå maximalt långt bort från den egna ideologiska identifikationen. För fullständiga frågeformuleringar se kommentarer till tabell 1 och tabell 2.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2021.

## Uppfattningar om medierapporteringens vänster-högerplacering – några slutord

Den samhälleliga och politiska debatten om nyhetsmediernas partiskhet, public servicemediernas uppdrag och liknande har i perioder varit ljudlig, inte minst i sociala medier. Det här kapitlet bidrar till att förstå denna debatt genom att analysera svenska folkets uppfattningar om svenska nyhetsmediers ideologiska placering. Huvudpoängen från dessa analyser är att – överlag – anser allmänheten inte att det finns någon systematisk vänster- eller högervändning i mediernas nyhetsrapportering. Exempelvis säger 75 procent av de svarande att de antingen tycker att Sveriges Televisions nyhetsrapportering står *varken till vänster eller höger* eller att de saknar en åsikt i frågan. Det kan kanske tyckas märkligt givet att public service ofta kritiserats för att luta åt vänster. Denna kritik kommer dock framför allt från en grupp ute på högerkanten, och speglar således inte uppfattningarna hos den breda allmänheten. Inte heller för övriga nyhetsmedier finns någon majoritet för att innehållet skulle vara ideologiskt färgat. För ett av medierna (Aftonbladet) står det visserligen och väger, men totalt sett är den generella bilden av svenska nyhetsmedier inte lutar åt vare sig vänster eller höger. Frågan om förtroende för nyhetsrapporteringen visar också att allmänheten generellt har ett grundmurat förtroende. Det gäller framför allt för public service där mer än sju av tio säger sig ha ganska eller mycket stort förtroende för nyhetsrapporteringen.

Med detta sagt, givet att politisk neutralitet är något som är normativt eftersträvsamt i nyhetsrapporteringen, så visar våra resultat på flera orosmoln längs horisonten. Även om public service överlag ses som opolitisk i sin rapportering finns det en stor grupp till höger som tycker att innehållet har en tydlig vänsterprägel. Tillsammans med analyserna som pekar på vikten av uppfattat ideologiskt avstånd för förtroende så kan dessa resultat vara en pusselbit i att förstå den alltmer polariserade synen på medier generellt och public service specifikt som framträtt det senaste decenniet. Vi finner också flera tecken på att den ideologiska tillhörigheten hos ledarsidorna bland morgon- och kvällstidningarna påverkar synen på nyhetsrapporteringen. Det här är ett viktigt resultat som bör tas i beaktan hos redaktionerna då de märker upp redaktionellt material på sina nyhetssajter. Resultaten indikerar att nyhetskonsumenter inte alltid ser de vattentäta skott mellan ledarredaktioner och nyhetsredaktioner som är självklara för praktiserande journalister.

Även om de innehållsanalyser som görs i samband med val pekar på att innehållet i etablerade nyhetsmedier saknar en systematisk ideologisk vinkling (Johansson & Strömbäck, 2019) är det av yttersta vikt att följa utvecklingen av allmänhetens uppfattningar över tid. Det skulle vara en oroande utveckling om det sker en ökad polarisering i synen på nyhetsrapporteringen. Framförallt om detta får konsekvenser för vilka nyhetsmedier olika grupper vänder sig till och bort ifrån. En polariserad syn på nyhetsmedier, i kombination med stora klyftor i nyhetsanvändning riskerar i

längden att underminera förutsättningarna för ett konstruktivt politiskt samtal där olika grupper delar samma verklighetsbild över viktiga frågor och samhällsproblem. En ökad misstro mot traditionella mediers oberoende och opartiskhet riskerar i sin tur att bidra till en ond spiral där information istället söks hos alternativa eller sociala medier – som i sin tur ofta har ett explicit syfte att misskreditera etablerade nyhetsmedier (Holt, 2016).

## APPENDIX

**Tabell A OLS-regression över mediasystembias, 2021 (ostandardiserade betakoefficienter, standardfel inom parentes)**

|                               | Model 1            | Model 2            |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|
| Politiskt intresse (0-1)      | -3.85**<br>(1.20)  | 10.72**<br>(3.56)  |
| Ideologi (1-5)                | -7.56***<br>(0.47) | -3.98***<br>(0.95) |
| Kön (Man=1; Kvinna=0)         | -1.19<br>(1.14)    | -1.28<br>(1.13)    |
| Utbildning (1-4)              | -0.04<br>(0.03)    | -0.04<br>(0.03)    |
| Ålder (16-85)                 | 0.14***<br>(0.03)  | 0.14***<br>(0.03)  |
| Ideologi × Politiskt intresse |                    | -4.68***<br>(1.08) |
| Intercept                     | 16.46***<br>(2.29) | 5.09<br>(3.47)     |
| Antal svarande                | 1 548              | 1 548              |
| Adjusted R2                   | 0.16               | 0.17               |

**Kommentar:** Tabellen visar resultaten från en OLS-regression där total mediabias är den beroende variabeln.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2021.



## Noter

- <sup>1</sup> Förtroendebalansen beräknas genom att subtrahera andelen med mycket/ganska litet förtroende från andelen med mycket/ganska stort förtroende. Värdet kan variera från -100 till +100, där -100 innebär att alla har litet förtroende och +100 innebär att alla har stort förtroende.
- <sup>2</sup> Exempelvis har moderata politiker kallat enskilda tidningar för ”vänstervridna”, och företrädare för Moderaterna, Kristdemokraterna och Sverigedemokraterna har bland annat hävdad att public service ”vänstervrider nyhetsrapporteringen”. För exempel, se t.ex. Bengtsson (2021), Saglam & Roaks (2021), Riedl (2020), Kullgren (2019), Svanström (2017).
- <sup>3</sup> Balansmättet beräknas som andelen som svarar klart/något till höger minus andelen som svarar klart/något till vänster. Värdet kan variera från -100 till +100, där -100 innebär att alla har svarat vänster och +100 att alla har svarat höger.
- <sup>4</sup> I efterföljande figur samt i tabell A i appendix presenterar vi motsvarande analys för vänster-högerplacering.

## Referenser

- Andersson, Ulrika (2019). Förtroendet för journalistiken. I Michael Karlsson & Jesper Strömbäck (red) *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Andersson, Ulrika (2021). Mediers samhällsvärde och oberoende spelar stor roll för förtroendet. I Ulrika Andersson, Anders Carlander, Marie Grusell & Patrik Öhberg (red) *Ingen anledning till oro(?)*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Andersson, Ulrika & Oscarsson, Henrik (2020). (Parti)politiserat institutionsförtroende. I Ulrika Andersson, Anders Carlander & Patrik Öhberg (red) *Regntunga skyar*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Bengtsson, Jesper (2021). *Högerfront mot public service. Vad vill de tre högerpartierna med SVT, SR och UR?* Stockholm: Tankesmedjan Tiden.
- Carlson, Matt, Robinson, Sue & Seth C. Lewis (2021). Digital Press Criticism: The Symbolic Dimensions of Donald Trump's Assault on U.S. Journalists as the "Enemy of the People". *Digital Journalism*, 9(6): 737–754.
- Esser, Frank, Stepińska, Agnieszka & David Hopmann (2017). Populism and the Media. Cross-National Findings and Perspectives. I Toril Aalberg, Frank Esser, Carsten Reinemann, Jesper Strömbäck & Claes H. de Vreese (red) *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge.
- Fawzi, Nayla (2019). Untrustworthy news and the media as "Enemy of the people?". How a populist worldview shapes recipients' attitudes toward the media. *The International Journal of Press/Politics*, 24(2): 146–164.

- Feldman, Laura (2017). The hostile media effect. I Kate Kenski & Kathleen Hall Jamieson (red) *The Oxford Handbook of Political Communication*.
- Hansen, Glenn J. & Kim Hyunjung (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.
- Hallin, Daniel & Paolo Mancini (2004). *Comparing media systems: three models of media and politics*. New York: Cambridge University Press.
- Kullgren, Peter (2019). Dags att smalna av public service. *Dagens Nyheter*, 2019-10-02.
- Matthes, Jörg, Maurer, Peter & Florian Arendt (2019). Consequences of politicians’ perceptions of the news media: A hostile media phenomenon approach. *Journalism Studies*, 20(3): 345–363.
- Oleskog Tryggvason, Per (2021). Ideologisk identifikation och fragmenterade nyhetspubliker. I Ulrika Andersson, Anders Carlander, Marie Grusell & Patrik Öhberg (red) *Ingen anledning till oro(?)*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Oleskog Tryggvason, Per (2021). The winner-loser spiral in political news coverage: Investigating the impact of poll coverage on subsequent party coverage. *Political Communication*, 38(6): 672–690.
- Oscarsson, Henrik, Bergman, Torbjörn, Bergström, Annika & Johan Hellström (2021). *Demokratirådets rapport 2021: Polarisering i Sverige*. Stockholm: SNS Förlag.
- Perloff, Richard M. (2015). A three-decade retrospective on the hostile media effect. *Mass Communication & Society*, 18(6): 1–29.
- Riedl, Edward (2020). Public service kan inte fortsätta vara vänstervridet. *Västerbottens-Kuriren*. 2020-08-20.
- Saglam, Elif & Marcellino Roaks (2021). *Sverigedemokraterna och populismen. Retorik eller verklighet?* Eskilstuna/Västerås: Mälardalens högskola.
- Schulz, Anne, Wirth, Werner & Philipp Müller (2020). We Are the People and You Are Fake News: A Social Identity Approach to Populist Citizens’ False Consensus and Hostile Media Perceptions. *Communication Research*, 47(2): 201–226.
- SOU 1975:78 (1975). *Svensk press. Pressens funktioner i samhället*. Stockholm: Fritzes förlag.
- SOU 1995:37 (1995). *Vårt dagliga blad. Stöd till svensk dagspress*. Stockholm: Fritzes förlag.
- Strömbäck, Jesper, Tsfati, Yariv, Boomgaarden, Hajo, Damstra, Alyt, Lindgren, Elina, Vliegenthart, Rens & Torun Lindholm (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2): 139–156.

- Svanström, Stefan (2017). Sluta med tramsprogram, SVT. *Dagen*, 2017-10-19.
- Vallone, Roger P., Ross, Lee & Lepper, Mark 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.
- Weibull, Lennart (1983). *Svensk tidningsläsning*. Stockholm: Liber.
- Weibull, Lennart & Ingela Wadbring (2020). *Det svenska medielandskapet. Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. Lund: Studentlitteratur.

