

**BENGT JOHANSSON
JESPER STRÖMBÄCK**

**VALET
2022**

**VALNYHETER
ONLINE &
OFFLINE**

**TILL DENNA RAPPORT FINNS
OCKSÅ ETT PODD-SAMTAL
MED FORSKARNA**

<https://bit.ly/ims-online>



Valet 2022:Valnyheter offline och online

Bengt Johansson & Jesper Strömbäck*

I. Inledning

Under de senaste decennierna har det svenska medielandskapet, liksom i andra länder, förändrats radikalt. När de svenska Medievalsundersökningarna inleddes 1979 dominerade papperstidningar och public service i radio och tv. All nyhetsjournalistik producerades av etablerade medier, och mediekonsumtionen styrdes av när tidningarna publicerades och när tv och radio sände nyheterna. I princip all mediekonsumtion tog plats i hemmen vid fasta tider.

Därför kunde den tidens Medievalsundersökningarna i princip omfatta all rikstäckande rapportering om riksdagsvalen. Nyhetsutbudet offline var lika med det samlade nyhetsutbudet.

I takt med den digitala omställningen och framväxten av sociala och mobila medier har situationen förändrats radikalt. Trots att traditionella nyhetsmedier

* Bengt Johansson, professor i journalistik och masskommunikation vid JMG, Göteborgs universitet. Jesper Strömbäck, professor i journalistik och politisk kommunikation vid JMG, Göteborgs universitet. De båda är ansvariga för Medievalsundersökningarna, som inleddes 1979.

fortfarande står för nästan all *produktion* av nyhetsjournalistik sker *distributionen* och *konsumtionen* av nyhetsjournalistik i allt högre grad online.

Detta väcker flera frågor, bland annat om hur nyhetsrapporteringen online skiljer sig från nyhetsrapporteringen offline. För drygt ett decennium sedan undersökte professor **Marina Ghersetti** (2011) valrörelserapporteringen offline och online i fem dagstidningars tryckta och digitala upplagor (*Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, *Göteborgs-Posten*, *Aftonbladet* och *Expressen*) och fann då att det fanns vissa skillnader, inte minst vad gäller mängden material. Den främsta slutsatsen var dock att ”innehållet på bästa nyhetsplats i pappers- och webbtidningarna var relativt likartat, både vad gäller vilka frågor som lyftes fram och aktörer som framträdde. Nyhetsvärderingen skilde sig med andra ord inte i någon större omfattning” (Ghersetti, 2011, s. 28. Se även Ghersetti, 2014).

Med tanke på medielandskapets fortsatta förändring sedan dess är en central fråga om den slutsatsen fortfarande håller. Frågan är viktig inte minst eftersom Medievalsundersökningarna av historiska skäl bygger på systematiska innehållsanalyser av ledande nyhetsmediers valrörelserapportering offline. Forskningsdesignen är nödvändig för att resultaten ska kunna jämföras bakåt i tiden. Samtidigt är ambitionen med Medievalsundersökningarna att resultaten ska vara giltiga mer generellt för hur nyhetsmedierna bevakar valrörelser.¹

¹ För tidigare studier utifrån Medievalsundersökningarna, se bland annat Asp, 1986, 2006, 2011; Asp & Bjerling, 2014; Johansson & Strömbäck, 2019, 2023.

Utifrån detta inkluderar Medievalsundersökningen 2022 därför en metodologisk delstudie vars syfte är att jämföra bevakningen av valrörelsen offline och online. I den här rapporten redovisas resultaten, men först efter en lite djupare metodbeskrivning.

2. Medievalsundersökningen 2022 – urval av online- och offline-nyheter

I det här avsnittet beskrivs hur urval av tidsperiod, medier och innehåll gjorts för den delstudie som rör offline- och online-rapporteringen. För mer detaljerad information om hur kategoriseringen, det vill säga kodning av artiklar och inslag, har gått till samt de tester som gjorts för att säkerställa att kodningen gjorts på ett systematiskt och tillförlitligt sätt hänvisas till huvudrapporten *Valet 2022: politiken, medierna och nyhetsagendan* (Johansson & Strömbäck, 2023). Vi vill, som tidigare, samtidigt rikta ett stort tack till **Karl-Arvid Färm** som ansvarat för kodningen av alla artiklar och inslag.

Medievalsundersökningarna omfattar traditionellt de fyra sista veckorna av valrörelsen, vilket för huvudrapporten innebär analyser av valrapporteringen från den 15 augusti till valdagen den 11 september 2022. Den här rapporten bygger på ett mindre urval, närmare bestämt de två sista veckorna av valrörelsen (28 augusti till 11 september 2022). Skälet till detta är dels att jämförelsen i första hand handlar om att testa och validera Medievalsundersökningarnas metod att undersöka nyhetsmaterialet på de traditionella plattformarna. Dels är det en resursfråga. Det stora antalet

online-nyheter gjorde en begränsning nödvändig för att analysen skulle rymmas inom ramen för projektets resurser. Vi valde därför att koncentrera jämförelserna till valrörelsens slutspurt. Med tanke på materialets omfattning finns det inga skäl att anta att de slutsatser som vi drar inte skulle gälla för hela valrörelsen.

Urvalet av valnyheter på de traditionella plattformarna (offline) är detsamma som i huvudrapporten, men med 14 i stället för 28 exemplar/sändningar för varje undersökt medium. För online-rapporteringen har ett antal sökord använts för att hitta artiklar/inslag i databasen *Mediearkivet/Retriever*. Sökorden har varit namn på partier och partiledare samt ord som kan kopplas till valrörelse och opinion (för en detaljerad lista, se metodbilaga) inom samma datum (den dag de publicerats online) som nyheterna publicerades offline. Det finns givetvis rimligen en del tidningsnyheter som fallit bort, eftersom de publicerades online innan de kommit med i papperstidningen och motsvarande en del etermedienyheter som publicerades i sändningar före 28 augusti, men publicerades på sajten senare. Vi betraktar inte detta som något betydande problem, eftersom vårt fokus ligger på den bild av valrörelsen som väljarna kunde ta del av under de två sista veckorna av valrörelsen om de följde nyhetsrapporteringen offline respektive online. I praktiken torde problemet också vara relativt litet givet det stora antalet nyheter som ingår i analysen.

I analysen av offline- och online-nyheter i 2022 års Medievalsundersökning ingår de båda morgontidningarna *Dagens Nyheter* (DN) och *Svenska Dagbladet* (SvD) och deras nätsajter *dn.se* och *svd.se*, kvälls-

tidningarna *Aftonbladet* och *Expressen* och deras motsvarigheter online, *aftonbladet.se* och *expressen.se*. För SVT och de andra etermedierna skiljer sig urvalsramen mer än för dagspressen. *Rapport 19.30* i *Sveriges Television* (SVT) jämförs med *SVT Nyheter* där det även ingår nyheter från andra redaktioner med relevans för valrörelsen. I de analoga sändningarna är exempelvis *Kulturnyheter* ett eget program och ingår inte i *Rapports* sändningar. På samma sätt är urvalet av nyheter bredare i *TV4:s* och *Sveriges Radios* online-rapportering än i de analoga sändningarna där *TV4 Nyheter* i TV4 19.00 och *Ekot* i *Sveriges Radio* (SR) 16.45 har undersökts.

Nyheter om valet till riksdagen

I urvalet av materialet är ett första kriterium att Medievalsundersökningarna handlar om nyhetsrapporteringen. Ledarartiklar, insändare och debattartiklar ingår därmed inte.

- Ett andra kriterium är att nyheterna ska handla om politik och relatera till inrikespolitiska aktörer eller institutioner. Undantag kan göras om det rör en nyhet som tidigare eller via kontexten kan anses vara relevant för valrörelsen.
- Ett tredje kriterium är att endast inslag/artiklar som har producerats av nyhetsjournalister ingår. Därför utgår exempelvis krönikor – om de inte författats av tidningens egna journalister – eller andra texter.
- Ett fjärde kriterium är att nyheterna ska handla om valrörelsen på riksplån, vilket innebär att nyheter om regionala och lokala val för morgontidningarnas

spridningsområde, i första hand Stockholm, inte ingår. Ingår nyheterna däremot i en rikspolitisk kontext utgör de en del av urvalet. I kvällspress samt radio och tv ses alla politiska nyheter som rikspolitiska även om ingen rikspolitiker ingår. Eftersom de är rikstäckande har alla nyheter i dem bedömts relevanta för en rikspublik (se Johansson & Strömbäck, 2023 för ytterligare detaljer).

Givet dessa kriterier ingår 2 052 nyhetsartiklar/inslag i Medievalundersökningens analys av offline- och online-rapporteringen av 2022 års valrörelse under de sista två veckorna. Fördelningen mellan de undersökta medierna och på vilken plattform nyheterna publicerades redovisas i tabell 2.1.

Vi kommer att diskutera relationen mellan offline- och online-materialet mer utförligt i nästa kapitel och där slå samman de tre kategorierna till två, där dubbelrapportering (online och offline) räknas in i både den analoga och den digitala valrapporteringen (se tabell 3.1).

Bedömningen av dubbelpublicering gjordes på följande sätt: Rubriker och ingresser i nyhetsartiklarna online/offline jämfördes för att bedöma om det var samma nyhet. För etermedierna användes en liknande princip, men eftersom online-inslagen ofta hade ett extra textelement bedömdes färre nyheter vara dubbelpublicerade jämfört med tidningsnyheterna. Särskilt tydligt var det för SVT där bedömningen gjordes att inga inslag överhuvudtaget var identiska offline och online, eftersom online-inslagen alltid hade en extra textkomponent och var omredigerade. Detta föränd-

rade kodningen även om den huvudsakliga nyheten var densamma och dessutom saknades påannonseringen av nyhetsuppläsaren på nätet.

Tabell 2.1. Antal analyserade artiklar/inslag i Medievalsundersökningens offline-/online-analys.

	Offline	Online	Både offline/online
Storstadsmorgonpress	185	219	131
DN	105	81	57
SvD	80	138	74
Kvällspress	146	571	103
Aftonbladet	80	347	38
Expressen	66	224	65
Etermedier	142	513	42
SVT	81	200	0
TV4	44	207	22
SR	17	106	20
Summa	473	1 303	276

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

3. Omfattningen av valrapportering offline och online

I avsnittet om urvalet av nyhetsmaterial om valrörelsen under de två sista veckorna av valrörelsen, såg vi att bevakningen var mer omfattande online än offline (tabell 2.1). Sammanställer vi det för hela materialet visar resultaten (tabell 3.1) att 64 procent av alla valnyheter fanns online, 23 procent uteslutande i pap-

persutgåvorna eller i etermediesändningarna och 13 procent på båda plattformarna.

Tabell 3.1. Artiklar/inslag i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering (antal/procent).

	Antal	Procent
Offline	473	23
Online	1 303	64
Både och	276	13
Summa	2 052	100

Offline	479	23
Online	1 579	77
Summa	2 058	100

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Slår vi samman så att nyheter som är identiska offline och online fanns 77 procent av alla undersökta nyheter online jämfört med enbart 23 procent offline. För den väljare som valde att följa valrörelsen online fanns det med andra ord tre gånger så mycket nyhetsmaterial att ta del av. Men som vi redan påpekat finns det skäl att kommentera vissa skillnader i fråga om urval kopplat till medietyp, varför vi delat upp rapporteringen på morgonpress, kvällspress och etermedier (tabell 3.2).

Tabell 3.2. Antal artiklar/inslag i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och medietyper.

	Morgonpress		Kvällspress		Etermedier	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Offline	185	35	146	18	142	20
Online	219	41	571	70	513	74
Både och	131	24	103	12	42	6
Summa	535	100	820	100	697	100
Offline	316	49	249	27	184	25
Online	330	51	674	73	555	75
Summa	646	100	923	100	739	100

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Resultaten visar att det finns skillnader mellan medietyper och framför allt att morgonpressen skiljer ut sig från den övergripande analysen i tabell 3.1. I kvällspress och etermedierna publicerades den övervägande delen av valnyheterna digitalt, där cirka tre fjärdedelar fanns online. Gemensamt är också att den stora majoriteten av medierapporteringen om valet förekom på nätet (70 procent för kvällspress och 74 procent för etermedier). En viktig skillnad mellan valmaterialet på webben jämfört med traditionella plattformar är att online finns det mycket mer nyheter från nyhetsbyråer som TT. Det förklarar delvis skillnaden i antalet nyheter online jämfört med offline. För etermedierna gäller, som vi tidigare nämnt, att bedömningen för att det ska

ses som ”samma nyhet” är relativt strikt, vilket gör att det inte finns så mycket överlappningar offline/online. För kvällspressen verkar det som det snarare rör sig om olika nyheter, vilket gör att online-rapportering dominerade så stort. I *Aftonbladet* och *Expressen* förekommer det mycket egenproducerat videomaterial som kan vara alltifrån analyser till okommenterade klipp från debatter med en rubrik. Morgonpressen hade en mer jämn fördelning mellan papper och nät: cirka en fjärdedel var exakt samma valnyheter oavsett plattform. Bryter vi ner materialet på enskilda redaktioner (se tabell 1 i tabellbilagan) kvarstår de generella skillnaderna, men både *DN* och *SVT* hade en större andel exklusiva nyheter i papperstidningen och etermediesändningen, även om online-rapporteringen övervägde.

4. Dagordningar och aktörer offline och online

Skilda dagordningar på olika plattformar?

Forskning visar att kampen om dagordningen spelar roll för hur debatten ser ut, för väljarna och i slutändan också för utfallet av valet (Asp & Bjerling, 2014; McCombs & Valenzuela, 2021). En central fråga är då om det fanns en systematisk skillnad i vilka frågor valrörelsen handlade om beroende på plattform. Eller rakare uttryckt: Spelade det någon roll om väljaren orienterade sig om valets viktigaste frågor via traditionella nyhetsplattformar eller konsumerade nyheterna digitalt? I tabell 4.1 visar vi den övergripande bilden av valrapporteringen i de svenska nyhetsmedierna under de två sista veckorna av valrörelsen. Vi redovisar också

ett mått på hur lika procentfördelningarna är, en så kallat överensstämmelsekoefficient (ÖK) som ger ett mått på mellan 0 och 1 på hur väl olika procentfördelningar – i detta fall vilka sakfrågor medierna uppmärksammar – stämmer överens. Ju närmare 1 koefficienten är, desto mer lika är procentfördelningarna.

Tabell 4.1. Medievalrörelsens dagordning (topp-10-lista) i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering (procent/ÖK).

	Totalt	Offline	Online
Ekonomi	17	18	16
Energi	15	14	15
Lag & ordning	14	14	13
Invandring	8	8	8
Miljö	8	7	8
Skola	6	5	6
Vårdfrågor	6	8	5
Försvar	5	5	5
Sociala frågor	4	4	3
Bostäder	3	2	3
Övriga frågor	14	15	18
Totalt	100	100	100
Antal	4 185	1 592	3 129

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladets.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter.

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK=91

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

En viktig slutsats är att skillnaderna i dagordningen mellan rapporteringen på traditionella plattformar och online var försumbar under valrörelsens två sista

veckor. Ekonomi, energi och lag och ordning låg i topp oavsett plattform, även om ekonomifrågor fick något större uppmärksamhet i offline-rapporteringen (18 respektive 16 procent). Även vårdfrågan var mer uppmärksam på de traditionella plattformarna (8 respektive 5 procent). I övrigt rör det sig någon enstaka procentenhets skillnad. Kort sagt spelade det inte någon större roll om väljarna konsumerade nyheter om valrörelsen från de traditionella medierna offline eller online. Samma frågor som dominerade oavsett plattform. Det bekräftas också av att måttet på överensstämmelse är högt (ÖK=.91).

Bryter vi ner på olika medietyper (tabell 4.2) blir skillnaderna mellan plattformar lite större, men det är ändå inga dramatiska skillnader (ÖK ligger på mellan .80 och .88). Framför allt är det i etermedierna vi ser större avvikelser, men det bör påpekas att rangordningarna var densamma. Rangordningen beroende på plattform förändrades bara i kvällspressen där lag och ordning tydligt toppade listan i pappersupplagan medan det var jämnt fördelat mellan ekonomi, energi, och lag och ordning online. Noterbart är att miljöfrågan fick lite mer uppmärksamhet online än offline (8 respektive 5 procent). För morgontidningarna var online-nyheterna något mer fokuserade på ekonomi och energi, medan nyheterna i pappersupplagorna fokuserade mer på lag och ordning och vårdfrågor.

I etermedierna hittade vi, som redan påpekats, de största avvikelserna beroende på plattform (ÖK=.80). En fjärdedel av alla nyheter i valrörelsens slutskede handlade om ekonomi i de traditionella sändningarna medan motsvarande andel online var 17 procent. På

samma sätt var energifrågan mer central i etermediernas rapportering offline än online (20 respektive 14 procent). I stället fick skolfrågan, sociala frågor och bostäder mer uppmärksamhet online.

Tabell 4.2. Medievalrörelsens dagordning (topp-10-lista) i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och medietyper (procent).

	Morgonpress		Kvällspress		Etermedier	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Ekonomi	13	16	18	16	25	17
Energi	13	16	12	16	20	14
Lag & ordning	13	11	21	16	10	12
Invandring	9	9	10	10	5	6
Miljö	8	9	5	8	7	7
Skola	7	6	4	6	4	7
Värdfrågor	8	4	9	4	6	7
Försvar	5	5	5	5	6	5
Sociala frågor	4	2	4	3	2	4
Bostäder	3	3	1	3	1	3
Övriga frågor	17	19	11	13	14	18
Totalt	100	100	100	100	100	100
Antal	705	782	447	1 192	440	1 155

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem olika typer av innehåll för varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, Morgonpress=.88, Kvällspress=.85, Etermedier=.80.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Bryter vi ner på enskilda redaktioner (se tabell 2 och 3 i tabellbilagan) blir skillnaderna återigen lite större mellan nyheter offline och online. DN och Expressens

nyhetsvärdering online och offline var mest samstämmig (DN, ÖK=.85; Exp, ÖK=.84). I etermedierna var dagordningen som mötte publiken mest olik beroende på plattform. Störst skillnad var det mellan *Ekot* och *SR:s* övriga nyheter (ÖK=.67). Den största enskilda procentuella avvikelser återfinns för *TV4*, där ekonomi utgjorde 30 procent av *TV4 Nyheternas* rapportering offline medan andelen online var 16 procent.

Mediebilden av aktörerna på olika plattformar

Bilden av aktörerna under en valrörelse kan gynna eller missgynna politiska partier och politiker. Inom forskning om partiskhet har stort intresse riktats mot just hur olika aktörer uppmärksammas (Asp & Bjerling, 2014; Hopmann, m.fl., 2012; Johansson & Strömbäck, 2019, 2023). När det gäller analysen av mediebilden av valrörelsens aktörer sker den på tre nivåer.

- Den *första* jämförelsen mellan offline- och online-rapporteringen handlar om vilka aktörsgrupper som fick uppmärksamhet.
- Den *andra* handlar om vilket utrymme olika politiska partier fick.
- Den *tredje* handlar om hur de politiska partierna behandlades, det vill säga vilken sorts uppmärksamhet de fick (positiv eller negativ).

I jämförelse med analyserna av dagordningen var skillnaderna mellan plattformarna större för vilka aktörsgrupper som syntes i valnyheterna (tabell 4.3). Visserligen var politiker mest i centrum, oavsett om det handlade om papperstidningar, etermediesändningar

eller online-nyheter. Men samtidigt syntes politiker mer i online-nyheterna, där de utgjorde två tredjedelar (66 procent) av alla aktörer.

Tabell 4.3. Uppmärksamhet för olika aktörsgrupper i nyhetsbevakning av valrörelsen 2022 i nyhetsmediernas offline- och online-rapportering (procent).

	Total	Offline	Online
Politiker	63	58	66
Myndigheter	5	6	5
Organisationer	5	6	4
Enskilda aktörer	4	3	4
Allmänhet/väljare	6	5	5
Medier/journalister	16	20	15
Övriga	1	2	1
Summa procent	100	100	100
Antal	14 700	5 140	11 867

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter. Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: $\text{ÖK} = 92$.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Motsvarande andel på traditionella plattformar var 58 procent, vilket framför allt handlar om att journalis-terna var mer i centrum i offline-nyheterna. En rimlig förklaring är att analyser och nyhetskommentarer ges ett större utrymme i offline-rapporteringen jämfört med online. Sett till olika redaktioner syns samma tendens oavsett om det handlar om morgonpress, kvällspress eller etermedier (tabell 4.4).

Tabell 4.4. Uppmärksamhet för olika aktörgrupper i nyhetsbevakning av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och medietyper (procent).

	Morgonpress		Kvällspress		Etermedier	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Politiker	60	66	57	68	58	63
Myndigheter	7	5	5	4	6	5
Organisationer	5	4	6	4	7	4
Enskilda ak.	4	4	3	3	3	5
Allm./väljare	3	3	8	5	7	7
Medier/journ.	20	16	21	15	17	15
Övriga	1	2	0	1	2	1
Totalt	100	100	100	100	100	100
Antal	2 205	2 768	1 855	5 050	1 080	4 049

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikell/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK. Morgonpress=.91, Kvällspress=.89, Etermedier=.93.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Politiker var den mest framträdande aktörgruppen generellt och särskilt online. På andra plats kommer journalister, vilket var särskilt tydligt i offline-rapporteringen. Störst skillnad mellan hur framträdande politiker och journalister var såg vi i kvällstidningarna (Politiker: 57 procent offline, 68 procent online; Journalister: 21 procent offline, 15 procent online). För övriga medietyper var skillnaderna inte så stora, men det kan noteras att vanliga människor var mer framträdande i kvällspressens rapportering offline än online (8 respektive 5 procent), och att organisationer av olika

slag var vanligare som aktör i etermedierna offline än online (7 respektive 4 procent). Skillnaderna mellan synligheten för organisationer som aktörsgrupp var systematiska, även om vi jämför mellan olika medier. I nyheter från både SVT, TV4 och SR var intresseorganisationer mer synliga offline än online (se tabell 4 och 5 i tabellbilagan). I övrigt följer resultaten den generella bilden, där den enda avvikelserna var att politiker och journalister som aktörsgrupper fick samma utrymme i SR:s rapportering såväl offline som online.

Den andra nivån handlar om huruvida politiker från olika partier fick mer eller mindre uppmärksamhet offline jämfört med online. I tabell 4.5 görs denna jämförelse och resultaten visar en väldigt stor överensstämmelse mellan rapporteringen online och på traditionella nyhetsplattformar (ÖK=.95).

Oavsett var väljaren tog del av nyheterna, var det samma proportioner mellan hur mycket olika politiska partier uppmärksammades under valrörelsens sista veckor. Socialdemokraterna var i topp, Moderaterna och Sverigedemokraterna delade andraplatsen och de andra partierna låg långt efter, med mellan fem och sju procent av medieuppmärksamheten. Avvikelserna var små mellan offline och online och den enda skillnad värd att nämna är att Socialdemokraterna syntes något mer i rapporteringen offline (26 respektive 23 procent). Det fanns inte heller några substantiella skillnader mellan politiska partiers synlighet offline och online när resultaten bryts ner på medietyper (tabell 4.6).

Tabell 4.5. Uppmärksamhet för olika politiska partier i nyhetsbevakning av valrörelsen 2022 i nyhetsmediernas offline- och online-rapportering (procent).

	Total	Offline	Online
V	6	6	6
S	24	26	23
MP	7	5	7
C	7	7	7
L	7	6	7
M	16	17	16
KD	6	5	6
SD	16	16	16
Övriga	11	12	12
Summa procent	100	100	100
Antal	8 652	2 806	7 315

Kommentar: Antalet artiklarinslag är de två sista veckorna före valdagen I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter. Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK=.95.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 4.6. Uppmärksamhet för politiska partier i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och medietyper (procent).

	Morgonpress		Kvällspress		Etermedier	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
V	7	6	5	6	7	7
S	27	25	22	23	27	28
MP	5	6	6	7	7	7
C	8	8	8	7	6	7
L	7	7	6	7	6	6
M	16	16	17	16	18	18
KD	5	6	6	7	6	6
SD	14	17	21	19	13	12
Övriga	11	9	9	8	10	9
Totalt	100	100	100	100	100	100
Antal	1 221	1 666	991	3 174	3 418	6 416

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. Tabellen bygger på antal aktörsframträdande och omtalande, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Inga kollektiva aktörer (t ex rödgröna, alliansen, högersidan mm ingår i analysen).

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK. Morgonpress=.94, Kvällspress=.89, Etermedier=.93.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Avvikelserna är små, vilket de höga ÖK-koefficienterna bekräftar (Morgonpress=.94, Kvällspress=.89, Etermedier=.93). Oavsett plattform var Socialdemokraterna mer synliga i både morgonpress och etermedier, Sverigedemokraterna var klar tvåa i kvällspressen medan Moderaterna hade andraplatsen i övriga medier. Den enda avvikelsen som nådde upp till tre procent var att Sverigedemokraterna fick mer plats i morgonpressens rapportering online jämfört

med offline (17 respektive 14 procent). Sett till enskilda redaktioner är mönstret i stort detsamma. Som tidigare blir skillnaderna mellan nät och traditionella plattformar lite större och det är också, liksom tidigare, så att skillnaderna var större för etermedierna (se tabell 6 och 7 i tabellbilagan). Störst avvikelser återfinns hos SVT och TV4, eftersom Socialdemokraterna fick avsevärt större utrymme i rapporteringen offline jämfört med online.

Den tredje nivån handlar om hur de politiska partierna behandlades, vilket i Medievalsundersökningarna görs genom analyser av ett index som sammanfattar hur en aktör syns i nyheterna. Måttet kallas AB-index (aktörsbehandlingsindex) och tar både hänsyn till hur mycket och på vilket sätt (positivt och negativt) en aktör – i detta fall politiska partier – syns i nyheterna.

Tabell 4.7. Regeringsalternativen och den politiska partiernas behandling i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering (AB-index).

	Höger- sidan	Vänster- sidan	V	S	MP	C	L	M	KD	SD
Totalt	+27	+34	+33	+32	+33	+43	+30	+30	+33	+20
Offline	+22	+34	+31	+31	+40	+39	+26	+30	+30	+10
Online	+25	+33	+33	+30	+31	+45	+30	+30	+34	+20

Kommentar: Antalet artiklar/linslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoge sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter. Tabellen bygger på antal aktörsframträdanden, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. AB-index bygger på ett sammanfattande mått av hur aktörer uppmärksammas (agerar, omtalas positivt, omtalas negativt och totalt antal agerande/omtalade) i medierna och kan variera mellan +100 (= mycket positiv behandling) och -100 (= mycket negativ behandling). Högersidan (M+KD+C+SD), Vänstersidan (S+V+MP+C).

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Även om partierna till vänster generellt sett fick en något bättre mediebild än de till höger, är skillnaderna mellan rapporteringen offline och online för regeringsalternativen små (Högersidan, +22 respektive +25; Vänstersidan, +34 respektive +33). I analyser av AB-index brukar skillnader som understiger fem enheter bedömas som försumbara. Tar vi det som måttstock och jämför enskilda partier fick Miljöpartiet en något bättre behandling i rapporteringen offline medan Centerns och Sverigedemokraternas mediebild var mer gynnsam i online-rapporteringen.

Studerar vi skillnader mellan olika medietyper visar resultaten, liksom tidigare, lite större avvikelser mellan offline- och online-rapporteringen, även om avvikelserna generellt sett var små för morgonpressen.

Båda regeringsalternativen fick en mer gynnsam behandling i de traditionella etermediesändningarna än på nätet. Däremot gällde det motsatta för vänstersidan i kvällspressen, där mediebilderna var mer gynnsam online. Kvällstidningarna hade också de största skillnaderna mellan plattformar, eftersom de flesta partier kom bättre ut i online-nyheterna.

Tabell 4.8. Regeringsalternativen och den politiska partiernas behandling i valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapporteringer och medietyper (AB-index).

	Höger- sidan	Vänster- sidan	V	S	MP	C	L	M	KD	SD
Morgonpress										
Offline	+22	+37	+36	+35	+32	+53	+20	+34	+32	+6
Online	+21	+39	+39	+35	+39	+51	+23	+32	+32	+10
Kvällspress										
Offline	+13	+13	+11	+18	+35	+28	+25	+21	+27	+6
Online	+16	+28	+24	+28	+24	+39	+39	+28	+25	+20
Etermedier										
Offline	+35	+43	+43	+41	+72	+23	+39	+35	+31	+29
Online	+28	+38	+39	+36	+35	+48	+24	+30	+34	+33

Kommentar: Antalet artiklar/linslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter. Tabellen bygger på antal aktörsframträdanden, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. AB-index bygger på ett sammanfattande mått av hur aktörer uppmärksammas (agerar, omtalas positivt, omtalas negativt och totalt antal agerande/omtalande) i medierna och kan variera mellan +100 (= mycket positiv behandling) och -100 (= mycket negativ behandling). Högersidan (M+KD+C+SD), Vänstersidan (S+V+MP+C).

Källa: Medievalundersökningen 2022.

Det motsatta gäller för etermedierna, i och med att de flesta partier fick en bättre behandling i offline-rapporteringen. Ska enskilda partier kommenteras visar resultaten att bilden av Kristdemokraterna var likadan i alla medietyper, oavsett plattform. Bilden av Miljöpartiet skiftade däremot beroende på plattform och medietyp. Allra störst avvikelse fanns i etermedierna, där behandlingen av Miljöpartiet var mycket mer

gynnsam i de traditionella sändningarna (+72) än i online-rapporteringen (+35).

Om vi till sist också tar upp hur gynnsam och ogynnsam mediebilden var i olika medier, blir avvikelserna ytterligare något större (tabell 8 i tabellbilagan), men bilden är samtidigt komplex. Vissa skillnader finns, som att partierna fick en mer gynnsam rapportering i offline-rapporteringen i *DN*, *SVT* och *SR*, medan det motsatta gäller för *Aftonbladet*, *Expressen* och *SvD*. I de senare var online-bevakningen i stället mer gynnsam för partierna. I *TV4* var avvikelserna i hur partiernas behandlades generellt sett små mellan offline och online.

5. De journalistiska gestaltningarna och stilen

En annan aspekt av mediernas nyhetsbevakning av valrörelsen handlar om graden av medialisering och hur medierna själva formar och omformar det nyheterna handlar om. Denna aspekt omfattar bland annat gestaltningen av politik som sådan (Aalberg m.fl., 2012; Aalberg m.fl., 2017), där Medievalsundersökningarna skiljer mellan gestaltningarna av politik som spel och strategi, sak samt som skandal (se även Nord & Strömbäck, 2018). På en övergripande nivå visar resultaten att det fanns skillnader mellan nyhetsrapporteringen offline och online (se tabell 5.1). Medan 64 procent av nyheterna från valrörelsen offline dominerades av en sakgestaltning var motsvarande andel 45 procent online, en skillnad på 19 procentenheter. Omvänt dominerades 30 procent av nyheterna offline av spelgestaltning, medan andelen var 45 procent av nyhe-

terna online. Det var med andra ord en tydligare balans mellan de olika gestaltningarna online än offline.

Tabell 5.1. Gestaltningar av politik i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering (procent).

	Total	Offline	Online
Sakgestaltning	49	64	45
Spelgestaltning	42	30	45
Skandalgestaltning	9	6	10
Summa	100	100	100
Antal	2 023	465	1 558

Kommentar: Nyheter där gestaltningen inte kunde bedömas har uteslutits från analysen. Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK=81.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Bryter vi ned resultaten på olika medietyper (se tabell 5.2) ser vi att skillnaden var som störst i etermediernas rapportering, och att skillnaden påverkar den övergripande bilden.

Tabell 5.2. Gestaltningar av politik i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och medietyper (procent).

	Morgonpress		Kvällspress		Etermedier	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Sakgestaltning	56	52	38	37	71	50
Spelgestaltning	38	41	51	50	24	43
Skandalgestaltning	6	7	11	13	5	7
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal	314	349	240	313	184	548

Kommentar: Nyheter där gestaltningen inte kunde bedömas har uteslutits från analysen. Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK. Morgonpress=.96, Kvällspress=.98, Etermedier=.79.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

För både morgon- och kvällspress var skillnaderna i rapporteringen offline och online försumbara. Däremot var skillnaderna mellan sakgestaltningar offline och online (71 respektive 50 procent) och spelgestaltningar (24 respektive 43 procent) betydande för etermedierna. Det framkommer också av att ÖK är betydligt högre för morgonpress (ÖK=.96) och kvällspress (ÖK=.98) än för etermedierna (ÖK=.79).

Om vi jämför gestaltningarna av politik i olika medier visar resultaten, liksom tidigare, något större skillnader (se tabell 9 i tabellbilagan). Likheterna överväger och i *DN* och *Expressen* finns ingen skillnad mellan online och offline i fråga om vilken gestaltning som är vanligast, även om de är av motsatt sort. I *DN* var det vanligast med sakgestaltning oavsett plattform (även om spelgestaltningarna ökade på webben). *Expressens* fokusering på spelgestaltningar var i topp oavsett plattform. *SvD* och *Aftonbladet* har inga stora skillnader i hur politik gestaltas på nät och papper, men ändå byter de vanligaste gestaltningarna plats. Spelgestaltningar var vanligast *Aftonbladet* i skiftet från online till online och det motsatta för *SvD*, där sakgestaltningarna var den vanligaste gestaltningen på webben. Ser vi på skandalgestaltningar var de vanligare i nyhetsrapporteringen online i *DN* och *Expressen*, medan skillnaderna för övriga tidningar var små. I etermedierna var ett genomgående mönster att en större andel av nyheterna offline jämfört med online dominerades av sakgestaltningar, medan en större andel av nyheterna online jämfört med offline dominerades av spelgestaltningar (se tabell 10 i tabellbilagan).

Störst var skillnaden för SVT (sakgestaltningar offline=77 procent, online=51 procent, $\text{ÖK}=.74$).

Tolkande respektive beskrivande journalistiskt förhållningssätt

Ytterligare en aspekt av graden av medialisering och hur medierna själva formar och omformar det nyheterna handlar om i vilken grad nyheterna präglas av ett beskrivande respektive tolkande journalistiskt förhållningssätt (Johansson & Strömbäck, 2023; Salgado & Strömbäck, 2012). Frågan är om detta skiljer sig mellan rapporteringen online respektive offline. På en övergripande nivå visar resultaten små skillnader ($\text{ÖK}=.92$), även om ett tolkande journalistiskt förhållningssätt var något mer vanligt i valbevakningen offline (se tabell 5.3).

Tabell 5.3. Beskrivande och tolkande förhållningssätt i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering (procent).

	Total	Offline	Online
Beskrivande	78	70	78
Tolkande	22	30	22
Summa	100	100	100
Antal	2 036	743	1 567

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: $\text{ÖK}=.92$.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Bryts resultaten ned på olika medietyper framkommer i princip inga skillnader mellan etermediernas rapportering online och offline. I kvällspressen fanns däremot tydligare skillnader (se tabell 5.4). Offline präglades 54 respektive 46 procent av ett beskrivande respektive

tolkande journalistiskt förhållningssätt, jämfört med 74 respektive 26 procent i valrapporteringen online. För morgonpressen fanns det också avvikelser, men betydligt mindre. Detta visar sig också genom att ÖK är högst för etermedierna (ÖK=.98), följt av morgonpressen (ÖK=.94) och kvällspressen (ÖK=.80).

Tabell 5.4. Beskrivande och tolkande förhållningssätt i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och medietyp (procent).

	Morgonpress		Kvällspress		Etermedier	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Beskrivande	76	82	54	74	82	80
Tolkande	24	18	46	26	18	20
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal	130	350	151	665	184	552

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK. Morgonpress=.94, Kvällspress=.80, Etermedier=.98.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Dessa skillnader blir också tydliga om resultaten bryts ned på enskilda medier (se tabell 10 och 11 i tabellbilagan). För flertalet medier ligger ÖK mellan .90 och 1, medan den ligger tydligt längre för *Aftonbladet* (ÖK=.76) och *Expressen* (ÖK=.82).

En annan aspekt av den tolkande journalistiken handlar om förekomsten av tydligt värderande omdömen från journalisternas sida. I offline-rapporteringen förekom sådana i 46 procent av alla nyheter, jämfört med 39 procent av alla nyheter i online-bevakningen (se tabell 5.5). Däremot handlar det inte om någon stor skillnad.

Tabell 5.5. Värderande journalistiska omdömen i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering (procent).

	Total	Offline	Online
Ja	39	46	39
Nej	61	54	61
Summa	100	100	100
Antal	2 036	743	1 567

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK=.93.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Bryts resultaten ner på olika medier framkommer det att skillnaden mellan nyhetsrapporteringen online och offline var mycket liten för såväl morgonpressen (ÖK=.97) som etermedierna (ÖK=.95), medan den var mer framträdande för kvällspressen (ÖK=.83) (se tabell 13 i tabellbilagan). Detta visar sig också när för resultaten på enskilda redaktioner. För samtliga medier utom DN och TV4 *Nyheterna*, förekom tydligt värderande journalistiska omdömen oftare i valbevakningen offline än online, men skillnaden var störst i kvällspressens bevakning (se tabell 14 och 15 i tabellbilagan).

Journalistikens redovisningar av opinionsmätningar

En sista aspekt kring de journalistiska gestaltningarna och stilen handlar om redovisningen av opinionsmätningar, som är en central del både av gestaltandet av politik som spel och strategi och av politikens medialisering (Oleskog Tryggvason, 2021). I bevakningen av valrörelsen offline förekom redovisningar av opinionsmätningar i totalt sett sju procent av alla artiklar och

inslag, medan det förekom i fem procent av artiklarna och inslagen online (ÖK=.98) (se tabell 16 i tabellbilagan). Därmed var skillnaden på en övergripande nivå liten (se tabell 5.6).

Tabell 5.6. Opinionsundersökningar i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och onlinerapportering (procent).

	Total	Offline	Online
Ja	6	7	5
Nej	94	93	95
Summa	100	100	100
Antal	2 036	743	1 567

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK=.98.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

En närmare analys visar att den slutsatsen håller för både kvällspressen och etermedierna, men att skillnaden var större för morgonpressen (se tabell 5.7). I både kvällspress och etermedier var andelen artiklar och inslag där opinionsmätningar redovisades exakt densamma, medan förekomsten av opinionsredovisande artiklar var högre i morgonpressens rapportering offline jämfört med online. Denna skillnad beror helt på att *SvD* hade en större andel artiklar som redovisade opinionsmätningar i rapporteringen offline (14 procent) jämfört med online (6 procent) (se tabell 16 i tabellbilagan).

Tabell 5.7. Opinionsundersökningar i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och medietyper (procent).

	Morgonpress		Kvällspress		Etermedier	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Ja	10	6	5	5	5	5
Nej	90	94	95	95	95	95
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal	316	350	243	665	184	532

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK. Morgonpress=.96, Kvällspress=.1, Etermedier=.1.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

En nära relaterad fråga handlar om i vilken utsträckning som medierna offline respektive online rapporterade sådan statistisk basinformation som är nödvändig för att kunna granska och förhålla sig till opinionsmätningarna och deras resultat (Oleskog Tryggvason & Strömbäck, 2018). Sådan basinformation omfattar exempelvis antal svarande, populationen, felmarginalen, insamlingsmetoden och vem som var uppdragsgivare. Teoretiskt skulle rapporteringen av statistisk basinformation kunna tänkas vara mer omfattande och vanligt förekommande online, givet att där inte finns samma begränsade utrymme. På en övergripande nivå så visar resultaten trots det en splittrad bild. I vissa avseenden var medierna bättre på att redovisa den statistiska basinformationen i rapporteringen offline, i andra i rapporteringen online (se tabell 5.8).

Tabell 5.8. Basinformation i opinionsundersökningar i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering. Andel där information redovisas (procent).

	Total	Offline	Online
Antal svar	53	62	52
Population	26	21	35
Felmarginal	13	6	17
Uppdragsgivare	83	90	79
Insamlingsmetod	27	25	33

Kommentar: Antal svar Total=113, Offline=52, Online=81. Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK: Antal svar=.87, Population=.86, Felmarginal=.89, Uppdragsgivare=.89, Insamlingsmetod=.92.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Bryts resultaten ned på olika medier syns ett tydligare mönster. Morgonpressen och kvällspressen var generellt något bättre på att redovisa den statistiska basinformationen online än offline. Störst var skillnaden för etermedierna, som generellt var sämst på att redovisa statistisk basinformation (se tabell 17 i tabellbilagan). I viss utsträckning tycks det därför som om medierna är något bättre på att redovisa statistisk basinformation relaterad till opinionsundersökningar i sin online-rapportering. Eftersom antalet artiklar och inslag blir för litet om vi bryter ned det på enskilda medier har vi valt att inte redovisa en sådan nedbrytning.

6. Slutsatser

Utgångspunkten för den här rapporten var att den ständigt ökade digitaliseringen och framväxten av digitala, sociala och mobila medier har medfört att *distributionen* och *konsumtionen* av nyhetsjournalistik i allt högre grad sker online. Det gäller även rapporteringen om svenska valrörelser. Samtidigt bygger fortfarande Medievalsundersökningarna på systematiska innehållsanalyser av ledande nationella nyhetsmedier i deras traditionella, analoga format. Metodologiskt väcker det frågan om i vilken utsträckning rapporteringen om svenska valrörelser skiljer sig offline och online. I förlängningen aktualiserar det i vilket utsträckning resultaten som bygger på papperstidningar och etermediesändningar är giltig för rapporteringen om valrörelsen i stort. Syftet med den här delstudien har därför varit att jämföra bevakningen av valrörelsen 2022 offline och online i ett urval av medier under de två sista veckorna före valdagen. Utifrån resultaten kan tre slutsatser dras.

- En *första* viktig slutsats som kan dras är att omfattningen av mediernas bevakning av valrörelsen 2022 var mycket mer omfattande online jämfört med offline. Mer specifikt kunde den som enbart följde de undersökta nyhetsmedierna digitalt ta del av mer än tre gånger så många artiklar och inslag.
- Kvantitet är dock inte allt. En *andra* viktig slutsats som kan dras är att likheterna mellan hur medierna rapporterade om valrörelsen online och offline överlag var mycket stor. Det gäller såväl dagord-

ningen som mediebilden av valrörelsens aktörer och behandlingen av regeringsalternativen och de politiska partierna. Likheten mellan offline och online gäller också mediernas gestaltningar av politik. Förekomsten av ett tolkande respektive beskrivande journalistiskt förhållningssätt, tydligt värderande journalistiska omdömen och rapporteringen om opinionsmätningar ser ungefär likadan ut oavsett plattform. Även om vi finner något större skillnader när vi bryter ned resultaten på olika medietyper och på enskilda medier är avvikelserna generellt små. Den dominerande bilden är därför att innehållet i nyheterna om valrörelsen 2022 var relativt likartat och präglades av samma nyhetsvärderingar. Det förhindrar inte att det mycket väl kan ha funnits andra skillnader vid sidan av mängden rapportering om valrörelsen, exempelvis publiceringshastigheten och exakt vilka nyheter som rapporterades och vilket utrymme olika nyheter fick.

- Ur ett metodologiskt perspektiv är en *tredje* viktig slutsats därför att systematiska innehållsanalyser av mediernas rapportering om valrörelsen offline fortfarande ger en mycket god bild av den samlade valrörelserapporteringen kring det som Medievalsundersökningarna fokuserar på: dagordningen, aktörerna, gestaltningarna och graden av medialisering.

Referenser

- Aalberg, T., Strömbäck, J., & de Vreese, C. (2012). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 162–178.
- Aalberg, T., de Vreese, C., & Strömbäck, J. (2017). Strategy and game framing. I C. de Vreese, F. Esser & D. N. Hopmann (red.), *Comparing political journalism* (s. 33–49).
- Asp, K. (1986). *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Asp, K. (2006). *Rättvisa nyhetsmedier. Partiskheten under 2006 års medievalsvalrörelse*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Asp, K. (2010). *Mediernas prestationer och betydelse. Valet 2010*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Asp, K., & Bjerling, J. (2014). *Mediekratin. Mediernas makt i svenska val*. Stockholm: Ekerlids förlag.
- Asp, K., Johansson, B., & Nilsson, Å. (1998). *Medievalsundersökningen 1998. Teknisk rapport*. JMG, Göteborgs universitet.
- Ghersetti, M. (2011). *Olika men ändå lika. Rapporteringen om riksdagsvalet 2010 i fem stora pappers- och webbtidningar*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Ghersetti, M. (2014) Still the Same?, *Journalism Practice*, 8(4), 373–389.
- Hopmann, D.N., Van Aelst, P., Legante, G. (2012). Political balance in the news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 240–257.

- Johansson, B., & Strömbäck, J. (2019). *Kampen om mediebildens – nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Johansson, B., & Strömbäck, J. (2023). *Valet 2022. Politiken, medierna och nyhetsagendan*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- McCombs, M., & Valenzuela, S. (2020). *Setting the agenda*. Tredje upplagan. Polity Press.
- Nord, L., & Strömbäck, J. (2018). *Svenska valrörelser. Väljare, medier och partier under 2000-talet*. Stockholm: Santérus förlag.
- Oleskog Tryggvason, P. (2021). *Under the influence? Understanding media's coverage of opinion polls and their effects on citizens and politicians*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Oleskog Tryggvason, P., & Strömbäck, J. (2018). Fact or fiction? Investigating the quality of opinion poll coverage and its antecedents. *Journalism Studies*, 19(4), 2148–2167.
- Salgado, S., & Strömbäck, J. (2012). Interpretive journalism: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 144–161.

Tabellbilaga

Tabell I. Antal artiklar/inslag i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och nyhetsredaktioner.

	DN	SvD	AB	Exp	SVT	TV4	SR
Offline	105	80	80	66	81	44	17
Online	81	138	347	224	200	207	106
Både och	57	74	38	65	0	22	20
Summa	243	292	465	355	281	273	143
Offline	162	154	118	131	81	66	37
Online	138	212	385	289	200	229	126
Summa	300	366	503	420	281	295	163

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 2. Medievalrörelsens dagordning (topp-10-lista) i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat offline- och online-rapportering och dagspressredaktioner (procent).

	DN		SvD		Aftonbladet		Expressen	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Ekonomi	15	17	10	15	23	16	13	17
Energi	12	14	13	19	12	14	11	18
Lag & ordning	9	7	18	13	19	14	22	19
Invandring	8	10	9	8	6	8	14	13
Miljö	10	11	5	8	5	7	6	8
Skola	5	3	9	9	0	7	7	5
Vårdfrågor	10	8	6	2	12	4	4	3
Försvar	1	3	9	6	8	6	3	5
Sociala frågor	5	2	2	3	4	4	4	2
Bostäder	3	1	3	4	2	5	0	1
Övriga frågor	22	24	16	13	9	15	16	9
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	409	323	296	459	237	777	210	415

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem olika typer av innehåll för varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, DN=.85, SvD=.82, AB=.75, Exp=.84.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 3. Medievalrörelsens dagordning (topp-10-lista) i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och etermedieredaktioner (procent).

	SVT		TV4		SR	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Ekonomi	20	17	30	16	27	17
Energi	29	18	12	13	10	10
Lag & ordning	11	6	11	16	4	14
Invandring	2	6	7	6	2	5
Miljö	7	7	6	9	7	5
Skola	2	6	2	10	11	5
Vårdfrågor	7	5	5	5	7	14
Försvar	7	3	4	5	8	7
Sociala frågor	3	4	3	2	0	5
Bostäder	2	4	1	4	0	2
Övriga frågor	10	24	19	14	24	16
Totalt	100	100	100	100	100	100
Antal	212	405	137	446	91	304

Kommentar: Antalet artiklarinslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter. ÖK=91. Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem olika typer av innehåll för varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, SVT=.70, TV4=.72, SR=.67.

Källa: Medievalundersökningen 2022.

Tabell 4. Uppmärksamhet för olika aktörsgrupper i nyhetsbevakning av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och dagspressredaktioner (procent).

	DN		SvD		Aftonbladet		Expressen	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Politiker	54	63	65	68	57	67	56	68
Myndigheter	8	5	6	5	5	5	6	4
Organisationer	6	4	4	5	5	4	6	5
Enskilda ak.	4	5	4	4	5	4	2	3
Allm./väljare	4	2	2	3	6	5	9	5
Medier/journ.	21	18	18	14	20	15	21	15
Övriga	3	3	1	1	2	0	0	0
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	1 105	1 157	1 100	1 611	851	2 821	1 004	2 229

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK. DN=.90, SvD=.95, AB=.89, Exp=.86.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 5. Uppmärksamhet för olika aktörsgrupper i nyhetsbevakning av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och etermedieredaktioner (procent).

	SVT		TV4		SR	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Politiker	56	63	59	64	60	61
Myndigheter	6	5	4	4	8	9
Organisationer	8	3	5	3	9	6
Enskilda ak.	4	6	3	5	1	2
Allm./väljare	9	6	4	7	5	7
Medier/journ.	14	16	24	15	15	14
Övriga	3	1	1	2	2	1
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal	475	1 327	338	1 789	267	933

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter. Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, SVT=.88, TV4=.89, SR=.95.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 6. Uppmärksamhet för politiska partier i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och dagspressredaktioner (procent).

	DN		SvD		Aftonbladet		Expressen	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
V	6	5	8	7	6	7	4	5
S	29	25	26	24	18	23	26	23
MP	4	7	6	6	5	6	7	8
C	8	8	7	8	6	7	9	8
L	7	7	6	7	7	7	5	6
M	16	15	16	17	18	17	16	16
KD	4	5	5	6	6	6	6	8
SD	14	18	15	16	22	18	21	20
Övriga	12	10	11	9	12	9	6	6
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	556	669	665	997	459	1 746	532	1 428

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. Tabellen bygger på antal aktörsframträdande och omtalande, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. Inga kollektiva aktörer (t ex rödgröna, alliansen, högersidan mm ingår i analysen).

Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, DN=.93, SvD=.95, AB=.91, Exp=.94.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 7. Uppmärksamhet för politiska partier i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och etermedieredaktioner (procent).

	SVT		TV4		SR	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
V	4	8	7	7	6	5
S	31	25	31	22	29	26
MP	4	8	4	8	7	6
C	5	6	5	6	5	8
L	4	7	7	7	6	5
M	18	14	22	18	17	17
KD	4	7	3	7	4	6
SD	9	14	13	16	11	14
Övriga	21	11	8	9	15	13
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal	532	1 428	246	779	195	1 092

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår de analoga sändningarna (Rapport 19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter. Tabellen bygger på antal innehållsdelar, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998.

Övernsstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, SVT=.80, TV4=.87, SR=.92.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 8. Regeringsalternativen och den politiska partiernas behandling i valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-reportering och nyhetsredaktioner (AB-index).

	Höger- sidan	Vänster- sidan	V	S	MP	C	L	M	KD	SD
DN										
Offline	+22	+40	+27	+36	+40	+69	+7	+42	+47	-2
Online	+14	+34	+31	+29	+35	+47	+10	+33	+36	-6
SvD										
Offline	+23	+36	+43	+33	+27	+44	+31	+28	+21	+13
Online	+26	+43	+43	+39	+41	+54	+32	+32	+29	+21
AB										
Offline	+11	+30	+25	+22	+57	+37	+24	+12	+15	+5
Online	+27	+34	+32	+35	+24	+45	+39	+25	+33	+26
Exp.										
Offline	+20	+16	-8	+15	+22	+22	+27	+23	+27	+7
Online	+25	+22	+11	+19	+23	+33	+40	+34	+36	+12
SVT										
Offline	+54	+40	+34	+38	+81	+13	+50	+58	+42	+52
Online	+25	+38	+32	+37	+36	+50	+21	+28	+33	+27
TV4										
Offline	+28	+36	+42	+32	+34	+42	+20	+30	+27	+29
Online	+26	+35	+43	+29	+31	+49	+20	+30	+29	+23
SR										
Offline	+30	+50	+67	+45	+60	+43	+52	+27	+33	+19
Online	+33	+45	+44	+27	+44	+43	+38	+34	+48	+31

Kommentar: Antalet artiklar/inslag är de två sista veckorna före valdagen. I urvalet ingår DN:s, SvD:s, Aftonbladets och Expressens pappersupplagor samt DN.se, SvD.se, Aftonbladet.se, Expressen.se. För etermedierna ingår de analoga sändningarna (Rapport

19.30, Nyheterna TV4 19.00 samt Ekot 16.45) samt SVT Nyheter, TV4.se samt SR Nyheter. Tabellen bygger på antal aktörsframträdanden, det är möjligt att koda upp till fem agerande och tio omtalade aktörer varje artikel/nyhetsinslag. För mer detaljer angående kodning, se Asp, Johansson & Nilsson, 1998. AB-index bygger på ett sammanfattande mått av hur aktörer uppmärksammas (agerar, omtalas positivt, omtalas negativt och totalt antal agerande/omtalande) i medierna och kan variera mellan +100 (= mycket positiv behandling) och -100 (= mycket negativ behandling). Högersidan (M+KD+C+SD), Västersidan (S+V+MP+C).

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 9. Gestaltningar av politik i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och dagspressredaktioner (procent).

	DN		SvD		Aftonbladet		Expressen	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Sak-gestaltning	66	50	46	53	50	44	29	27
Spel-gestaltning	28	39	49	42	41	46	58	56
Skandal-gestaltning	6	11	5	5	9	10	13	17
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	161	138	153	211	111	375	129	286

Kommentar: Nyheter där gestaltningen inte kunde bedömas har uteslutits från analysen. Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, DN=.84, SvD=.93, AB=.94, Exp=.96.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 10. Gestaltningar av politik i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering i etermedieredaktioner (procent).

	SVT		TV4		SR	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Sak-gestaltning	77	51	63	44	70	60
Spel-gestaltning	22	43	29	49	19	31
Skandal-gestaltning	1	6	8	7	11	9
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal	81	199	66	224	37	125

Kommentar: Nyheter där gestaltningen inte kunde bedömas har uteslutits från analysen. Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, SVT=.74, TV4=.80, SR=.88.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 11. Beskrivande och tolkande förhållningssätt i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och olika tidningsmedier (procent).

	DN		SvD		Aftonbladet		Expressen	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Beskrivande	77	77	75	85	51	75	56	74
Tolkande	23	23	25	15	49	25	44	26
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	116	138	154	212	112	376	131	289

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, DN=.1, SvD=.90, AB=.76, Exp=.82.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 12. Beskrivande och tolkande förhållningssätt i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och etermedier (procent).

	SVT		TV4		SR	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Beskrivande	80	84	77	68	95	94
Tolkande	20	16	23	32	5	6
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal	81	194	66	227	37	126

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, SVT=.96, TV4=.91, SR=.99.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 13. Värderande journalistiska omdömen i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och medietyp (procent).

	Morgonpress		Kvällspress		Etermedier	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Ja	40	37	60	43	40	35
Nej	60	63	40	57	60	65
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal	316	350	243	665	184	552

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK. Morgonpress=.97, Kvällspress=.83, Etermedier=.95.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 14. Värderande journalistiska omdömen i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och tidningsmedier (procent).

	DN		SvD		Aftonbladet		Expressen	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Ja	36	44	44	32	62	42	59	44
Nej	64	56	56	68	38	58	41	56
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	162	144	154	212	111	376	131	289

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, DN=.92, SvD=.88, AB=.80, Exp=.85.

Källa: Medievalsundersökningen 2022

Tabell 15. Värderande journalistiska omdömen i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och etermedier (procent).

	SVT		TV4		SR	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Ja	43	26	38	52	35	21
Nej	57	74	62	48	65	79
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal	81	199	66	227	37	126

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, SVT=.83, TV4=.86, SR=.86.

Källa: Medievalsundersökningen 2022

Tabell 16. Opinionsundersökningar i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och online-rapportering och tidningsmedier (procent).

	DN		SvD		Aftonbladet		Expressen	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Ja	5	5	14	6	4	5	6	6
Nej	95	95	86	94	96	95	94	94
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	162	138	154	212	112	376	131	289

Kommentar: Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: ÖK, DN=.1, SvD=.92, AB=.99, Exp=.1.

Källa: Medievalsundersökningen 2022.

Tabell 17. Basinformation i opinionsundersökningar i nyhetsbevakningen av valrörelsen 2022 fördelat på offline- och onlinerapportering och medietyper. Andel där information redovisas (procent).

	Morgonpress		Kvällspress		Etermedier	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Antal svar	84	85	50	53	0	26
Population	23	65	33	41	0	4
Felmarginal	26	60	17	15	22	30
Uppdragsgivare	94	90	83	82	89	67
Insamlingsmetod	29	70	33	38	0	0

Kommentar: Antal svar Morgonpress, Offline=31, Online=20; Kvällspress, Offline=12, Online=34; Etermedier, Offline=9, Online=27. Överensstämmelse mellan offline- och online-rapportering: Morgonpress (ÖK): Antal svar=.99, Population=.58, Felmarginal=.66, Uppdragsgivare=.96, Insamlingsmetod=.59. Kvällspress (ÖK): Antal svar=.97, Population=.92, Felmarginal=.98, Uppdragsgivare=.99, Insamlingsmetod=.95. Etermedier (ÖK): Antal svar=.74, Population=.96, Felmarginal=.92, Uppdragsgivare=.78, Insamlingsmetod=.1.

Källa: Medievalsundersökningen 2022

Metodbilaga

I urvalet av onlinematerialet användes ett antal sökord med trunkeringar i databasen Mediarkivet/Retriever för de aktuella datumen. Sökorden var:

socialdemokrat*
vänsterparti*
centerparti*
liberal*
moderat*
kristdemokrat*
miljöparti*
sverigedemokrat*
(feministiskt AND initiativ*)
lokalparti*
("lokala partier")
("lokala partiet")
("alternativ för sverige")
("medborgerlig samling")

(magdalena AND andersson*)
(ulf AND kristersson*)
(jimmie AND åkesson*)
(ebba AND busch*)
(johan AND pehrson*)
(per AND bolund*)
(märta AND stenevi*)
(nooshi AND dadgostar*)
(annie AND lööf*)

regering*
riksdag*

valrörelse*
valfråg*
valspurt*
valdag*
valkampanj*
röstlokal*
valmyndighet*
politik*
parti*

opinion*
röstning*
röstarna*