

## 13

# Väljarna bedömer mediernas opartiskhet

Väljarnas exponering för partiernas valbudskap under en svensk valrörelse är alltså medialiserad. Det är medierna som förser väljarna med den information som de behöver ha för att kunna utföra sina två huvuduppgifter i valdemokratien: ansvarsutkrävande och mandatgivande. Även om partierna i dagens valrörelser har tillgång till allt större möjligheter för direktkommunikation till väljarna är de mer traditionella mediekanalerna ännu de som tycks nå flest väljare (se kapitel 10) och är även de kanaler som partierna själva värderar högst (Grusell & Nord, 2022). Bevakningen av partierna spelar en avgörande roll i svenska valrörelser och har blivit mer betydelsefulla med åren (Taras & Davis, 2022). Hur partierna framställs kan enligt vissa även ha betydande påverkan på partiernas slutgiltiga valresultat (Strömbäck, 2016:279).

Medierna levererar inte ett förutsättningslöst informationsflöde mellan partiernas förslag och väljarnas preferenser. Mediernas uppdrag är att granska och begripliggöra budskapen, och erbjuda en arena för debatt. Hur partier och ledare porträtteras och vilka sakfrågor som hamnar i förgrunden kan spela en avgörande roll för hur en valrörelse spelas ut. Medieprofessorn Kent Asp sammanfattar sina undersökningar av 10 svenska valrörelser mellan 1979 och 2010 med slutsatsen att vissa partier ofrånkomligen kommer antingen gynnas eller missgynnas av media i en given valrörelse, och att detta (miss)gynnade ofta har ett tydligt samband med partiernas valresultat. Asps studie (2011) visar också att det *inte* systematiskt är *samma* partier som gynnas eller missgynnas i svenska valrörelser. Dagens medieforskare bekräftar samma huvudmönster under de tre senaste valrörelserna: år 2014 var det Moderaterna, Centerpartiet och Miljöpartiet som gynnades mest (Johansson, 2017), år 2018 Liberalerna, Vänsterpartiet och Kristdemokraterna (Johansson & Strömbäck, 2019), och år 2022 var det Miljöpartiet, Centerpartiet och Vänsterpartiet (Johansson & Strömbäck, 2023).

Mycket har dock hänt sedan Asps slutsatser 2011. Vid valet 2010 tog sig Sverigedemokraterna in i riksdagen med 5,7 procent av rösterna och har vuxit till varje val sedan dess. Samtidigt har partiet, enligt medieforskarnas mätningar, konsekvent varit det mest missgynnade partiet i media (se Asp, 2011; Johansson, 2017; Johansson & Strömbäck, 2019; Johansson & Strömbäck, 2023). De gamla ”sanningarna” om medias agerande och roll gentemot partierna och deras prestationer tycks ha ställts på sin spets de senaste fyra valrörelserna. Vi ska därför gräva djupare i väljarnas relationer och bedömningar av media och partierna: Hur har väljarna uppfattat att partierna blivit behandlade i media? Och påverkas uppfattningarna främst av medias hantering eller av väljarnas relation till partierna?

## Väljarnas bedömningar

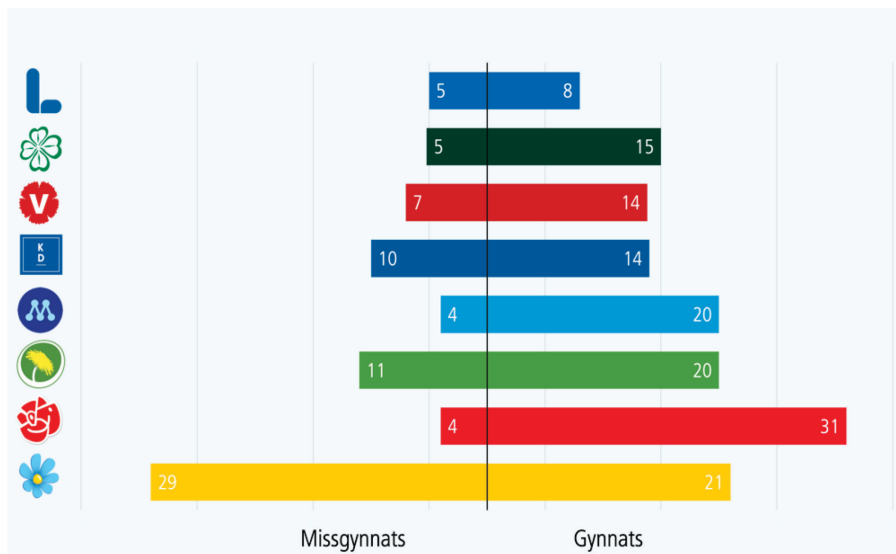
Mediernas agerande under valrörelser är under ständig kritik och diskussioner om dess opartiskhet har pågått under mycket lång tid. Valforskningsprogrammet har alltsedan starten på 1950-talet på olika sätt utvärderat mediernas roll i opinionsbildningen (se t ex Särilvik & Westerståhl, 1958; Holmberg & Asp, 1984). Sedan kärnkraftsomröstningen 1980 har frågor om hur väljarna uppfattar mediernas opartiskhet under valrörelsen funnits med i valundersökningarna.

I figur 13.1 redovisas hur väljarna uppfattade mediebevakningen i samband med valet 2022. Huvudresultatet är att merparten av väljarna även den här gången bedömt att partierna varken gynnats eller missgynnats i medierna. 50 procent ansåg att Sverigedemokraterna behandlats neutralt, vilket är det lägsta värdet bland de åtta partierna. I andra änden av skalan hittar vi Liberalerna, som 87 procent av svarspersonerna bedömer har behandlats neutralt. För alla partier utom Sverigedemokraterna finns även en övervikt av andelen som uppfattar att partiet *gynnats* av mediebevakningen. Socialdemokraterna bedöms ha varit mest gynnade, 31 procent bedömer att de gynnats mot 4 procent som bedömde att de missgynnats (balansmätt +27). På andra plats kommer Moderaterna där 20 procent bedömer att de gynnades och 4 procent att de missgynnades (+16). I fallande ordning kommer sedan Centerpartiet (+10), Miljöpartiet (+9), Vänsterpartiet (+7), Kristdemokraterna (+4), och Liberalerna (+3). För SD är balansen negativ med 21 procent som tyckte partiet gynnats av medierna under valrörelsen och 29 procent att partiet missgynnats (-8).

Hur står sig dessa siffror i historiens ljus? I tabell 13.1 har vi sammanställt hur stor genomsnittlig andel som anser partierna gynnats (+) eller missgynnats (-) under åtta svenska valrörelser mellan 1982–2022. Över lag ansåg väljarna 2022 att medierna generellt gynnade partierna (snittandel 18) än missgynnade dem (snittandel 9), vilket är ett återkommande mönster i val sedan 2010. Går vi tillbaka till valen 1982–1991 är bedömningarna mer balanserade med ungefär lika stora andelar som tycker att partierna gynnats respektive missgynnats. Med andra ord faller 2022 års valrörelse in i samma mönster som andra sentida val med en svag övervikt för väljarbedömningen att partierna generellt har gynnats av medierna under valrörelsen.

Om vi tittar närmare på enskilda partier ser vi viss variation bland väljarnas bedömningar. Uppfattningarna är förhållandevis jämna där partierna mer ofta än inte har ett positivt balansmått. Främst är det M som vid samtliga åtta val bedömts som gynnade, följt av S (sju av de åtta valen) samt L (sex av de åtta valen) bedömts som gynnade. På andra sidan har vi SD som har bedömts som missgynnade av media i samtliga fyra valrörelserna 2010–2022. Detta är samtidigt som väljarnas sammantagna bedömningar mer och mer anser att partierna generellt har gynnats.

Figur 13.1 Väljarnas bedömningar av i vilken utsträckning medierna gynnat eller missgynnat olika partier under valrörelsen 2022, ordnat efter minst till mest oenighet (procent).



Källa: Valundersökningen 2022.

**Kommentar:** Frågan lyder "Tycker du att massmedierna gynnat eller missgynnat något eller några av partierna under årets valrörelse?" varav svarsalternativen innefattar "Gynnats i media", "Varken gynnats eller missgynnats i media", och "Missgynnats i media". Resultaten har viktats efter det officiella valresultatet. Partierna är ordnade efter minst till mest oenighet bland respondenter: exempelvis för L: 5+8=13, för SD: 29+21=50.

Tabell 13.1 Väljarnas bedömningar av i vilken utsträckning medierna gynnat (+) eller missgynnat (-) olika partier under valrörelserna 1982–2022 (procent).

	1982		1985		1988		1991		2010		2014		2018		2022	
	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
V	7	13	9	5	9	6	2	14	9	13	11	7	18	5	14	7
MP	7	25	1	60	8	31	16	1	22	3	18	2	18	13	20	11
S	23	5	33	2	21	5	13	6	13	23	19	4	23	6	31	4
C	12	5	7	9	10	5	4	5	13	4	14	3	27	1	15	5
L	8	8	25	3	8	11	10	1	14	3	9	4	10	2	8	5
M	19	4	23	9	8	6	20	1	36	3	20	6	19	3	20	4
KD	4	22	7	28	25	19	3	29	10	4	5	6	26	3	14	10
SD	-	-	-	-	-	-	-	-	27	36	21	39	23	34	21	29
Snitt	11	12	15	17	13	12	10	8	18	11	15	9	21	8	18	9
Balans	-1		-2		+1		+2		+7		+6		+13		+9	

Källa: Valundersökningarnas eftervalsenkäter 1982–2022.

**Kommentar:** Frågan lyder "Tycker du att massmedierna gynnat eller missgynnat något eller några av partierna under årets valrörelse?" varav svarsalternativen innefattar "Gynnats i media", "Varken gynnats eller missgynnats i media", och "Missgynnats i media". Resultaten har viktats mot de officiella valresultaten.

### Vad förklarar väljarnas bedömningar?

Det går inte att ta ifrån väljarna deras uppfattningar om huruvida partier gynnas eller missgynnas av medier i samband med valrörelser. De äger sina egna perceptioner. Ändå är det intressant att undersöka i vilken utsträckning väljarna har ”rätt” i sina bedömningar av hur medierna porträtterat partierna under svenska valrörelser. Vi ska i resten av kapitlet fördjupa analyserna genom att närmare undersöka två potentiella anledningar till de bedömningar vi just sett: media-behandlingen i sig, samt väljarnas inställning till partierna i fråga.

Vi vänder först blicken mot mediernas hantering. Rimligen är det så att väljarnas bedömning av mediabilden påverkas just av den bild som nyhetsmedierna förmedlar; skulle varje inslag med ett parti endast bestå av kritik och varje inslag med ett annat parti bestå av beröm skulle detta onekligen påverka mottagarnas omdömen. Det bör alltså finnas ett samband mellan hur medierna bevakar partierna och väljarnas bedömningar av denna bevakning.

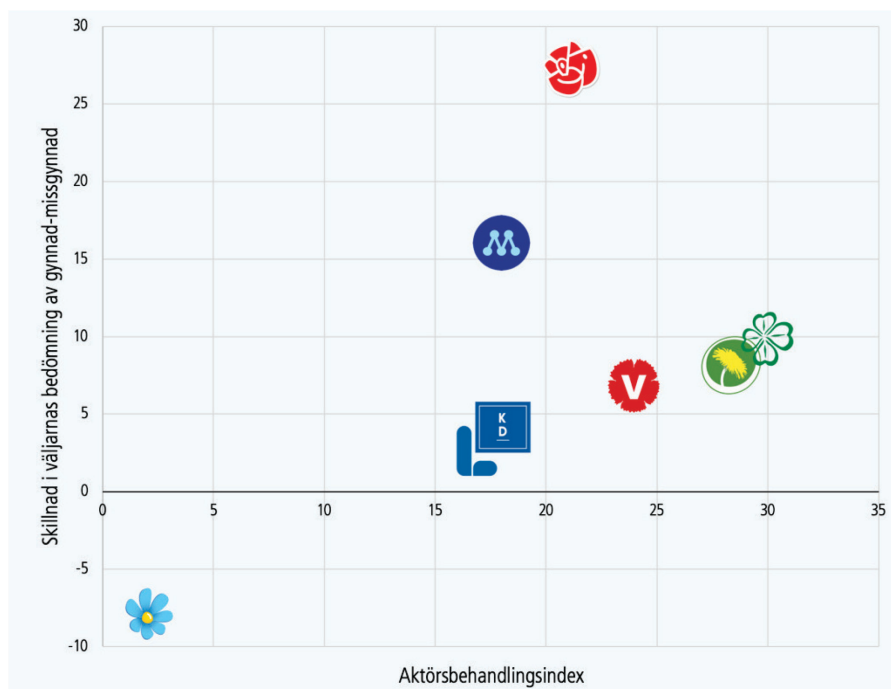


Statsminister Magdalena Andersson (S) och Moderaternas partiledare Ulf Kristersson (M) under statsministermötet i SVT som sändes från Uppsala under onsdagskvällen före valet. Bild: Christine Olsson/TT

Forskargrupper vid institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet (JMG) har under lång tid analyserat media och dess roll i svenska valrörelser. I varje undersökning presenteras bland annat ett så kallat *Aktörsbehandlingsindex* (AB-index), ett sorts mått på hur mycket uppmärksamhet partierna får, om det är de själva som får komma till tals eller inte, och huruvida ett sådant tillfälle innefattar beröm eller kritik. Indexet sträcker sig från -100 (minst gynnsam mediauppmärksamhet) till +100 (mest gynnsam media-uppmärksamhet) (se Asp (2011) för en mer ingående redovisning).

I figur 13.2 har vi jämfört hur väljarnas perceptioner av mediernas bevakning samvarierar med resultaten från innehållsanalyser av mediernas bevakning. X-axeln visar partiernas värde på medieforskarnas AB-index från valrörelsen 2022 (Johansson & Strömbäck, 2023). Y-axeln representerar balansmåten i väljarnas bedömningar av partiets (miss)gynnande. Tittar vi endast på x-axeln ser vi att Centerpartiet (30) och Miljöpartiet (29), följt av Vänsterpartiet (24) var de stora vinnarna i hur mycket de fått komma till tals och karaktären av denna uppmärksamhet. Längst ned ser vi Sverigedemokraterna (2).

Figur 13.2 Väljarnas perceptioner av mediernas opartiskhet och mediernas behandling av partierna 2022 (balansmått och AB-index).



**Källa:** Valundersökningarnas eftervalsenkäter 2022, samt Johansson & Strömbäck (2023).

**Kommentar:** Balansmättet visar andelen väljare som uppfattat att partiet gynnats av medierna minus andelen väljare som uppfattat att partiet missgynnats av medierna under valrörelsen. Viktat efter partival. AB-indexet är hämtat från medie- och kommunikationsvetarnas systematiska innehållsanalyser av svenska mediers valbevakning. AB-index bygger på skillnaden mellan antalet gånger en aktör får beröm eller får komma till tals i media minus antalet gånger aktören får kritik. Detta delas sedan på totala antalet gånger aktören förekommit i media, multiplicerat med 100. Indexet kan variera från -100 till +100. Se Asp (2011:44) för en mer ingående redovisning.

Om vi tar Y-axeln i beaktande ser vi hur AB-indexet förhåller sig till väljarnas bedömningar. Resultaten antyder att det kan ha funnits ett visst samband 2022: ju högre värde på AB-indexet, desto större är den relativa andelen väljare som anser att partiet har gynnats. Exempelvis har Sverigedemokraterna fått lägst AB-värde och merparten av väljarna anser att SD blev mest missgynnade 2022. Väljarnas perceptioner stämmer överens med innehållet i mediernas valrörelsebevakning.

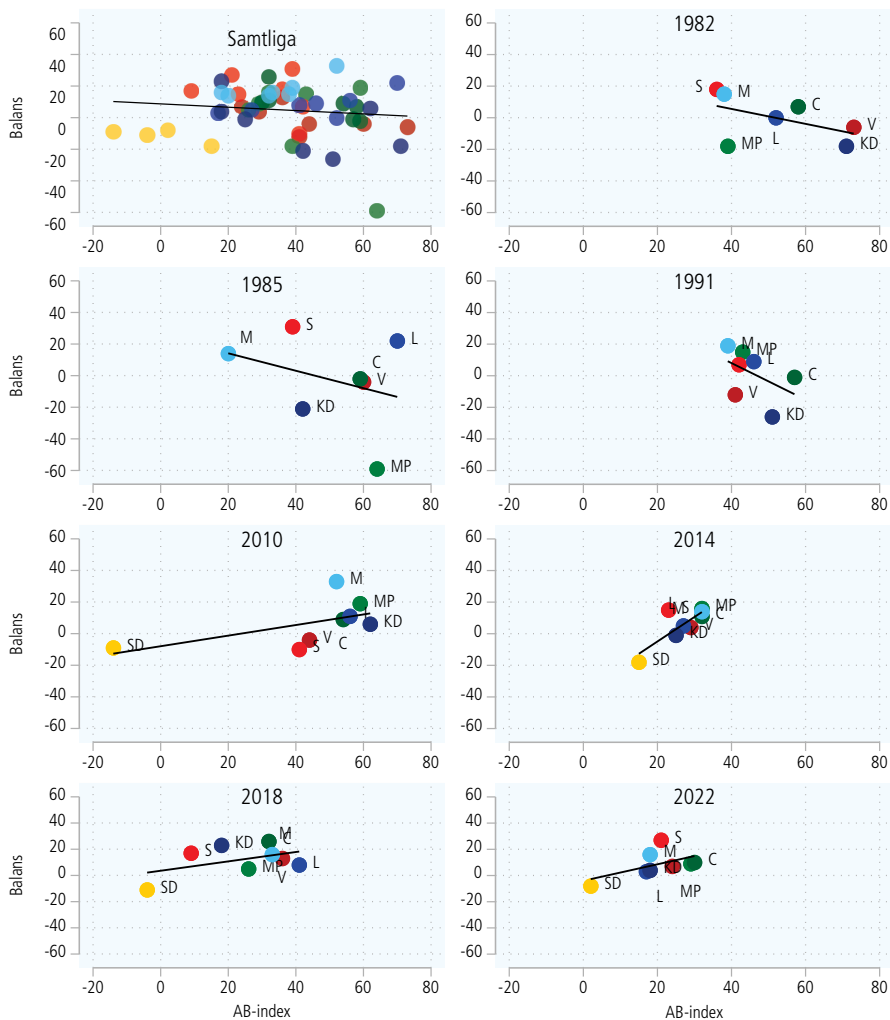
Det ska noteras att Socialdemokraterna och Moderaterna båda är stora partier och länge varit så. Detta påverkar graden av mediauppmärksamhet de får. Så var fallet även under medievalrörelsen 2022 (Johansson & Strömbäck, 2023). Ett tydligt exempel är de särskilda debatterna mellan de två regeringsbärande partiernas ledare, vilket understryker att de är de påbjudna kandidaterna till statsministerposten. Den storleksproportionerliga uppmärksamheten kan på så vis ha framstått som gynnande av väljarna, något vi ser även för tidigare val i tabell 13.1, där S och M överväldigande har bedömts blivit gynnade av media.

Kvar står dock Sverigedemokraterna, som varit tredje största parti under mandatperioden men ändå hamnar längst ned på båda axlarna. Väljarnas bedömning av partiets mediabild har varit väldigt splittrad sedan intaget i valet 2010. Samtidigt visar medievalsundersökningarna att SD genomgående har blivit mer missgynnade av media än något av de andra partierna (se Asp, 2011; Johansson, 2017; Johansson & Strömbäck, 2019; Johansson & Strömbäck, 2023). Vid valet 2022 verkar det ha funnits ett svagt samband mellan hur media behandlar ett parti, och hur väljarna bedömer att de behandlats.

Vi återgår till den historiska kontexten igen. Figur 13.3 plottar väljare-media relationen över sju valrörelser mellan 1982 och 2022. Det första vi lägger märke till är att det positiva sambandet vi såg i figur 13.2 inte är generellt. Snarare nästan tvärtom: Den sluttande linjen i första grafen i figur 13.3 visar det bivariata sambandet mellan medias behandling och väljarnas bedömningar i de sju valrörelserna och det skattade sambandet är svagt negativt men ej statistiskt signifikant. Med andra ord tycks mediernas behandling av partierna, enligt AB-indexets metod, inte ha något systematiskt samband med väljarkårens bedömningar. Ser vi till de årsvisa graferna är bilden betydligt mer brokig. Den kanske tydligaste skillnaden är att relationen mellan medias behandling av partierna och väljarnas bedömningar av huruvida partierna gynnats eller inte är negativ under valrörelserna 1982–1991, medan den är genomgående positiv under valrörelserna 2010–2022. Ett varningens finger ska dock lyftas här då de årsvisa sambanden bygger på för få observationer för att dra några statistiska slutsatser. Men graden och typen av uppmärksamhet partierna fått under en valrörelse visar inget tydligt samband med väljarnas bedömningar av huruvida partierna gynnats eller missgynnats i mediebevakningen.

De senare valrörelserna indikerar förvisso svagt positiva samband, men dessa skattningar drivs främst av Sverigedemokraternas låga värden. Om vi bortser från SD i de bivariata analyserna är sambanden under valrörelserna 2014–2022 inte särskilt imponerande. Väljarnas uppfattningar om mediernas partiskhet i valbevakningen tycks vara frikopplad från hur medierna faktiskt behandlat partierna i sin valbevakning.

Figur 13.3 Väljarnas perceptioner av mediernas opartiskhet och mediernas behandling av partierna 1982–2022 (balansmätt och AB-index).



**Källa:** Valundersökningarnas eftervalsenkäter 1982–2022, samt Medievalsundersökningarna 1982–2022.

**Kommentar:** Balansmättet visar andelen väljare som uppfattat att partiet gynns av medierna minus andelen väljare som uppfattat att partiet missgynnats av medierna under valrörelsen. Viktat efter partival. AB-indexet är hämtat från medie- och kommunikationsvetarnas systematiska innehållsanalyser av svenska mediers valbevakning. AB-index bygger på skillnaden mellan antalet gånger en aktör får beröm eller får komma till tals i media minus antalet gånger aktören får kritik. Detta delas sedan på totala antalet gånger aktören förekommit i media, multiplicerat med 100. Indexet kan variera från -100 till +100. Se Asp (2011:44) för en mer ingående beskrivning. Datan gäller för valåren 1982, 1985, 1991, 2010, 2014, 2018, och 2022.

## Väljarnas bedömningar och ideologisk polarisering

Om inte mediernas behandling av partierna tycks ha ett samband med väljarkårens bedömningar, vad är det då som orsakar dem? Som vi såg i de tidigare analyserna förekommer det relativt stor spridning i bedömningarna: Även om det exempelvis var en större andel som ansåg att Sverigedemokraterna hade missgynnats av media var det samtidigt det parti som näst störst andel ansåg hade gynnats av valbevakningen.

Flera faktorer kan påverka individuella väljares bedömningar av mediernas partiskhet i valrörelsebevakningen. Lika rimligt som det är att anta att mediernas behandling i sig påverkar väljarnas bedömning är det rimligt att anta att väljarna inte bedömer partierna förutsättningslöst. De flesta väljare har någon form av politisk läggning och ett eller flera partier som de ”hejar på”. Likt hur hängivna fotbollssupportrar kanske tenderar att tycka att domaren dömer till fördel för motståndarlaget och till nackdel för det egna laget, tenderar väljare att uppfatta att (neutral) media hanterar ens egna parti(er) ogynnsamt och motståndarpartier mer gynnsamt. Denna tendens, som kallas *fientliga medier-effekten* (*hostile media effect*), är ett mycket välbelagt empiriskt fenomen inom medieforskningen (se exempelvis Perloff (2015) för en litteraturöversikt). Vi ska här närmare undersöka just hur väljarnas relationer till partierna påverkar deras bedömningar av mediernas bevakning.

I Valundersökningen 2022 bad vi väljarna att placera sig själva och de åtta riksdagspartierna på en 11-gradig skala från ”långt till vänster” till ”långt till höger”. Med hjälp av den informationen är det möjligt att ta fram ett mått på hur stort det ideologiska avståndet är mellan den egna vänster-högerpositionen och partiernas position. Måttet kan variera mellan 0 (partiet har samma position som väljaren själv) och 10 (partiet bedöms stå mycket långt från den egna ideologiska vänster-högerpositionen). På detta sätt kan vi testa hypotesen att bedömningarna av mediernas bevakning av partierna beror på det ideologiska avståndet: fientliga medier-effekten borde framträda i form av ett samband mellan ideologiskt avstånd och väljarnas bedömningar om huruvida partiet gynnats eller missgynnats i medievalrörelsen.

I figur 13.4 visualiserar våra analyser av hur väljare med olika avstånd från respektive parti har bedömt mediernas behandling av partiet. Längs Y-axeln visas andelen som svarat att partiet blivit gynnad av mediernas bevakning (heldragna linjer) respektive missgynnad av mediernas bevakning (streckade linjer). X-axeln visar ideologiskt avstånd.

Valundersökningen 2022 ger ett mycket starkt stöd för en betydande *fientliga medier-effekt*. Väljarnas bedömningar av hur partierna behandlas i mediebevakningen har ett mycket starkt samband med det upplevda ideologiska avståndet till det parti som bedöms. Ideologisk distans verkar ha en betydande effekt för samtliga partier, även om vi också ser viss variation. Ju längre ifrån en person uppfattar sig stå från ett parti ( $\rightarrow 10$ ) desto större blir sannolikheten att svara att media har gynnad partiet i fråga. Starkast tycks effekten vara i bedömningar av S, följt av MP och SD. Svagast effekt hittar vi för L, följt av V.

Fientliga medier-effekten är inte symmetrisk. Undersöker vi i stället benägenheten att bedöma media som *missgynnande* ser vi genomgående svagare effekter. Här verkar ideologiskt närhet ( $0 \leftarrow$ ) inte påverka sannolikheten att bedöma media som

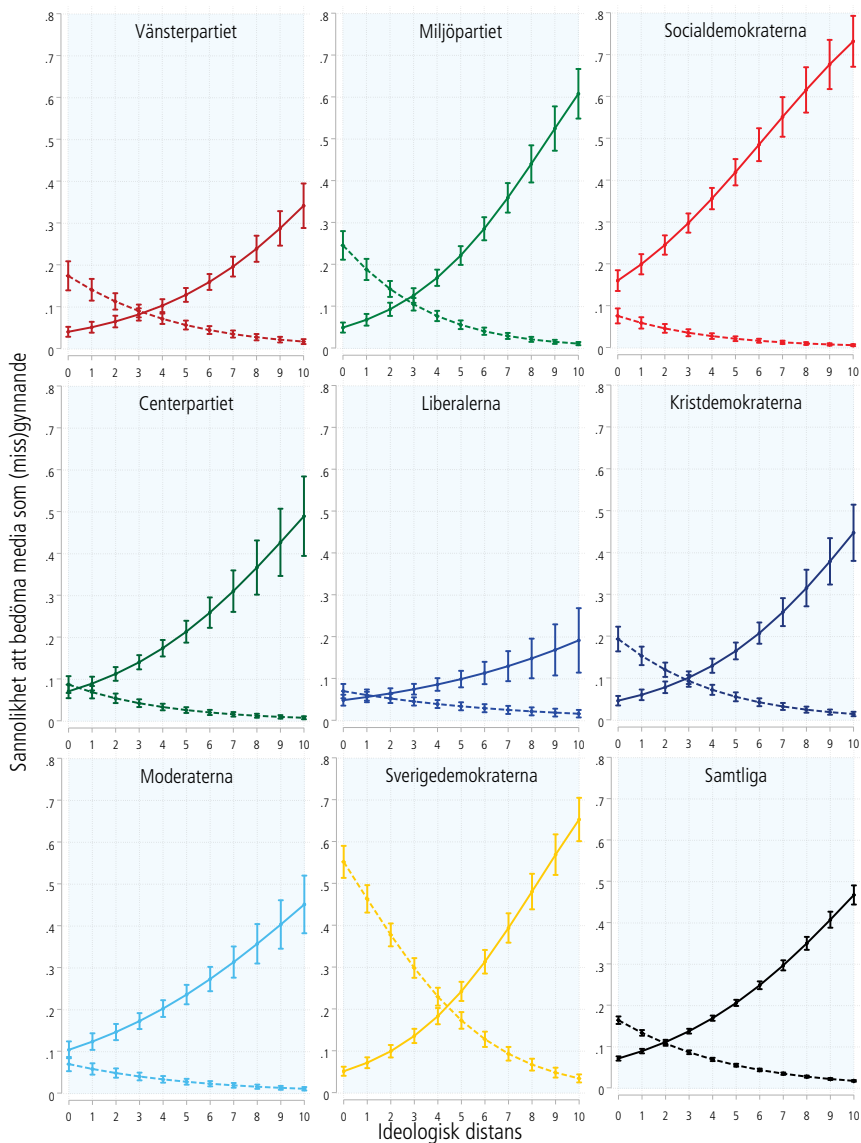


missgynnande i lika hög grad som gynnande. Viss sådan effekt går att urskönja för Vänsterpartiet, Miljöpartiet och Kristdemokraterna. Allra starkast är den hos Sverigedemokraterna. Lägst effekt ser vi för bedömningar av Moderaterna, Liberalerna och Centerpartiet. Vidare tycks de skattade prediceringarna för sannolikheten att svara *missgymnat* vara lägre än att svara *gymnat* för både M och S. Med andra ord tycks även deras närmsta väljare främst anse att partierna gynnades av media under valrörelsen 2022.<sup>29</sup>

Det är tydligt från analysen att väljarnas uppfattningar av balansen i mediernas bevakning i hög grad färgas av deras egna ideologiska utgångspunkter. Vi ska ännu en gång jämföra resultatet från 2022 med tidigare valrörelser. Mycket har hänt i det politiska landskapet sedan Valforskningsprogrammet började fråga väljarna om deras bedömningar 1982. Å ena sidan har mediaklimatet undergått en radikal förändring och ser helt annorlunda ut idag än det gjorde på 80-talet. I stället för det begränsade utbudet av två statliga tv-kanaler har marknaden breddats och antalet kanaler och sändningstimmar mångdubblats. Samtidigt har internets oerhörda framfart inneburit en konstant tillgång till och exponering för nyheter och information (Strömbäck, 2015). I och med mediaklimatets enorma diversifiering menar vissa att *Hostile Media*-effekten skulle ha minskat, då människor i högre utsträckning idag marineras i sin självvalda och självbekräftande media-diet (se Perloff, 2015).

<sup>29</sup> Den kritiske läsaren kanske noterar att figur 13.4 visar ideologisk distans även till mittenpartierna. För partier som står centralt placerade i mitten av partisystemet kan måttet ifrågasättas. Exempel befinner sig Centerpartiet på 4,8 på en 10-gradig vänster-högerskala enligt väljarkårens sammanlagda uppfattning (se kapitel 44). De mest extrema positioner en enskild väljare kan ha är 0 eller 10, och att då placera in ett parti som C på 10 eller 0 indikerar snarare en stark aversion hos sagd väljare än ett ”sant” ideologiskt avstånd. I enlighet med fientliga medier-teorin är det även någon sorts aversion som driver på bedömningen av mediernas behandling. I detta fall har vi ett så kallat spuriöst samband, där ens antipatier påverkar *både* de uppfattade ideologiska avstånden och väljarnas bedömningar av mediabilden. Vi kan här inte kontrollera bort sådana effekter helt och hållet men för att göra ett försök kör vi samma modell men exkluderar de väljare med extremare ideologiska distans-värden (mellan 7 och 10). För att göra analysen ännu mer robust lägger vi dessutom till politisk kunskap bland kontrollvariablerna då detta exempelvis kan påverka ens förmåga att placera partierna ”rätt” (se t ex Dahlberg & Hartevelde, 2016). Vi har även kört samma analys men där vi bytt ut ideologisk distans mot det 10-gradiga ogillar-gillar måttet (se kapitel 14 för mer ingående redovisning om måttet). Med dessa nya krav förblir dock resultaten i princip de samma. Den övergripande slutsatsen förblir därmed att ideologisk närhet till viss del påverkat väljarnas bedömningar av media under valrörelsen 2022, men att ideologiskt avstånd har ganska betydande påverkan.

Figur 13.4 Effekten av ideologiska avstånd till partierna på sannolikheten att bedöma huruvida ett parti gynnats respektive missgynnats av mediernas valbevakning, 2022 (predicerade värden).



Källa: Valundersökningen 2022, uppföljningsenkäten.

**Kommentar:** Varje graf bygger på så kallade Ordered Logistic Regression modeller med bedömningar om media missgynnats (-1), gynnat (1) eller varken eller (0) som utfall. Ideologisk distans är beräknat som avståndet från ens egna vänster-höger position på en 11 graders skala, till ens uppfattning positionen av partiet i fråga. Modellerna är kontrollerat för kön, ålder, utbildning, inkomst samt viktat mot valresultatet. Antal observationer per modell: mellan 1781 och 1833. Streckad linje: missgynnande, heldragen linje: gynnande

Å andra sidan har denna utveckling också drivit på den så kallade *affektiva polariseringen*. På en mediemarknad med allt fler alternativa och världsbildsbekräftande nyhetskällor och allt större konkurrens, formas innehållet mer och mer i syfte att "sätta dit" politiska motståndare. Detta förstärker konsumenternas tendenser att se motståndare i dålig dager och sina fränder som ofelbara (Iyengar m fl, 2019), och följdaktligen påverkas också även väljares bedömningar av mer opartisk politisk bevakning (Perloff, 2015). Den affektiva polariseringen har enligt många ökat under de senare decennierna (Iyengar m fl, 2019; Phillips, 2022; Oscarsson m fl, 2021). Emedan trenden inte är lika drastisk i Sverige som i USA visar valet 2022 ändå en toppnotering av en stigande trend sedan 1998 (se kapitel 14).

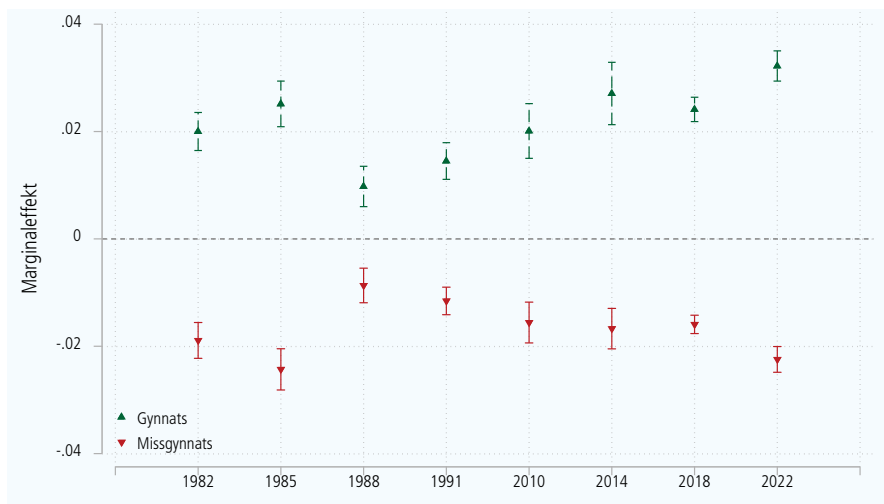
Eftersom frågorna om huruvida mediebevakningen gynnar eller missgynnar enskilda partier har funnits med i Valundersökningarna ända sedan 1980-talet har vi en helt unik möjlighet att undersöka trender i fientliga medier-effekten de senaste fyrtio åren. Ser vi några skillnader mellan gammelmediernas tidevarv på 1980-tal och de nya mediernas tidevarv efter 2010?

Figur 13.5 sammanställer skattningarna av den generella effekten av ideologiskt avstånd på väljarnas bedömning av medias opartiskhet i valrörelsebevakningen över åtta valundersökningar mellan 1982–1991 samt 2010–2022. De gröna koefficienterna indikerar den genomsnittliga marginaleffekten av ideologiskt avstånd på sannolikheten att bedöma media som gynnande. Med andra ord representerar en grön punkt den skattade förändringen i sannolikheten för varje ytterligare steg på ideologisk distans-skalan. De röda koefficienterna representerar marginaleffekterna på sannolikheten att se media som missgynnande.

Resultaten visar att *Hostile Media*-tendensen verkar varit ett mycket stabilt fenomen under de senaste 40 åren. Väljarna tycks alltid och regelmässigt ha bedömt partier i det egna laget som missgynnade och partier i motståndarlaget som gynnade av mediernas valrörelsebevakning. Däremot ser vi viss variation i effektstorlekarna i olika valrörelser. Den största effekten av ideologiskt avstånd på sannolikheten att bedöma media som *gynnande* ser vi just i den senaste valrörelsen år 2022. För valrörelsen 2022 ser vi en toppnotering av en stigande trend som pågått sedan valet 1988. Liknande mönster ser vi för sambandet mellan ideologiskt avstånd och tendensen att bedöma ett parti som missgynnade, ett samband som också har blivit starkare sedan 1988.

Valåren 1982 och 1985 sticker däremot ut. Här är de skattade positiva respektive negativa koefficienterna större än exempelvis 1988 och 1991. I det här sammanhanget har vi inte möjlighet att pröva olika funderingar om varför mediabilden under valrörelserna just 1982 och 1985 såg ut som den gjorde. Medan vi tror att utvecklingen i medielandskapet ligger bakom de ökade effektstorlekarna från 1991 till idag är det något annat som ligger bakom resultaten för just 1982 och 1985. Återgår vi till tabell 13.1 kan vi också konstatera att dessa var de enda valåren då väljarnas sammanlagda bild var att media missgynnade partierna snarare än gynnade dem.

Figur 13.5 Skillnader i effekten av ideologiskt avstånd på sannolikheten att bedöma ett parti som (miss)gynnade av media under valrörelserna 1982–2022.

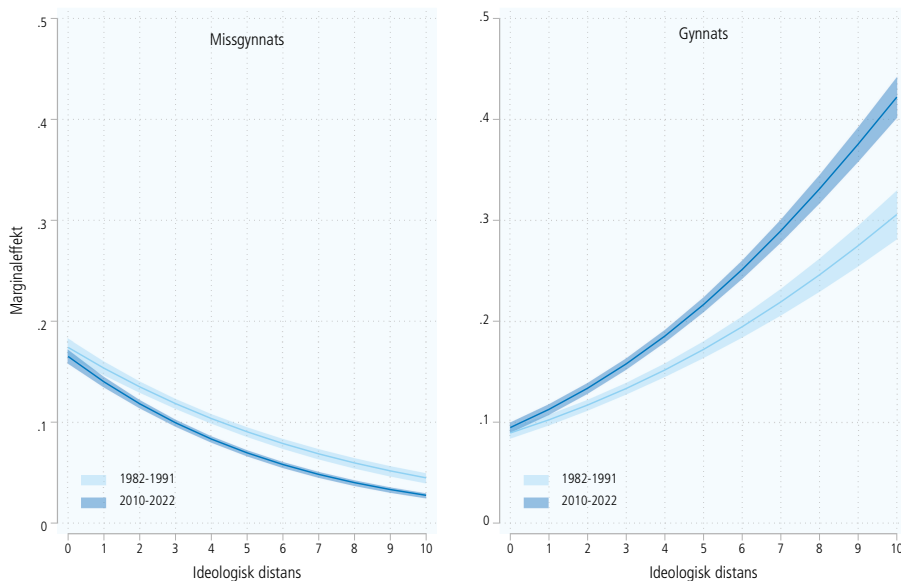


**Källa:** Valundersökningarna 1982–2022.

**Kommentar:** Effekterna är beräknade under kontroll för kön, ålder, och utbildning. Viktat för partival. Stackad datamängd med Clustered Standard Errors för individ. Antal observationer = 62 023. Frågan ställs i Valundersökningarnas eftervalsenkäter till de personer som deltagit i intervjuer före valet. Enkätfrågan för valen 1985–1991 lyder: "Tycker du att det samlade programutbudet i TV inför valet gynnade eller missgynnade något eller några av partierna?". I 2010 års Valundersökning användes frågeformuleringen "Tycker du att massmedierna gynnat eller missgynnade något eller några av partierna i årets valrörelse?". Svarsalternativen var desamma vid alla tillfällen.

Vi avslutar vår analys med att göra en direkt jämförelse av fientliga medier-effektens storlek mellan den tidiga perioden (1982–1991) och sena perioden (2010–2022) i figur 13.6 nedan. De ljusa linjerna representerar de skattade marginaleffekterna av ideologiskt avstånd på sannolikheten att bedöma ett parti som (miss)gynnade under valrörelserna 1982–1991, och de mörka linjerna representerar marginaleffekterna under valrörelserna 2010–2022. Jämförelsen visar små men tydliga skillnader mellan tidsperioderna i båda fallen där fientliga medier-effekten tycks vara något *större* i den senare tidsperioden än den tidigare. Skillnaden mellan de två perioderna är som störst när det gäller tendensen att bedöma ett parti som gynnade; för de som uppger sig stå så långt bort det går från ett parti är sannolikheten att bedöma ett parti som gynnade drygt 10 procentenheter större 2010–2022 jämfört med 1982–1991. Även om vi ser starka fientliga medier-effekter under hela tidsperioden kan vi ändå konstatera att effekterna är något större efter den digitala revolutionen av medielandskapet än före. Resultaten ger stöd till uppfattningen att polariseringen i väljarnas bedömningar av mediernas partiskhet och den så kallade fientliga medier-effekten har blivit mer påtaglig under de senaste decennierna.

Figur 13.6 Skillnader i effekten av ideologiskt avstånd på sannolikheten att bedöma ett parti som (miss)gynnade av media under valrörelserna 1982–1991 jämfört med 2010–2022.



Källa: Valundersökningarna 1982–2022.

**Kommentar:** Effekterna är beräknade under kontroll för kön, ålder, och utbildning. Viktat för partival. Stackad datamängd med Clustered Standard Errors för individ. Antal observationer = 62 023. Frågan ställs i Valundersökningarnas eftervalsenkäter till de personer som deltagit i intervjuer före valet. Enkätfrågan för valen 1985–1991 lyder: "Tycker du att det samlade programutbudet i TV inför valet gynnade eller missgynnade något eller några av partierna?". I 2010 års Valundersökning användes frågeformuleringen "Tycker du att massmedierna gynnat eller missgynnade något eller några av partierna i årets valrörelse?". Svartalternativen var desamma vid alla tillfällen. Vi har även testat att exkludera Sverigedemokraterna från analysen då dessa bedömningar, som vi sett ovan, står för mycket av polariseringen. Resultaten skiljer sig något från de i figuren men det huvudsakliga mönstret kvarstår.

Vår analys av väljarnas bedömningar av mediernas partiskhet har visat flera intressanta resultat som har bäring på diskussioner om medieförtroende i allmänhet och debatten om public service-medierna i synnerhet. För det första kan vi konstatera att såväl väljare som medieforskarnas innehållsanalyser har givit en samstämmig bild av att Sverigedemokraterna missgynnats av medierna under sentida valrörelser. Dock: Tänker vi bort Sverigedemokraterna är sambanden mellan mediernas aktörshandling och väljarnas uppfattningar om partiskhet mycket svaga och sett över längre tid har det heller inte funnits något starkt samband. Väljarkårens bedömningar av valrörelsebevakningen och innehållet i medierna har varit mycket olika. Så pass olika att man stilla undrar om väljare verkligen upplevt samma valrörelse som medierna har bevakat.

Vi kan också konstatera att väljarnas bedömningar av mediernas bevakning har ett mycket starkt samband med väljarnas egna relationer till partierna. Uppfattningar om mediernas bevakning ligger så gott som helt i betraktarens ögon: motståndspartier bedöms ha gynnats av bevakningen medan det egna partiets

behandling i medierna uppfattats ha varit missgynnsam. Denna väldokumenterade *fientliga medier*-effekt har ett mycket starkt empiriskt stöd i valundersökningarnas mätserier under hela perioden 1985–2022 men visar sig vara något starkare i dagens medielandskap än vad den var på 1980-talet.

Sverigedemokraterna är det parti som flest väljare ansågs ha missgynnats av medierna 2022.

Väljarnas bedömningar av huruvida mediernas valrörelsebevakning gynnar eller missgynnar partier drivs i stor grad av egna ideologiska utgångspunkter.

Den så kallade *fientliga medier-effekter* är starkare i perioden 2010-2022 än vad den var under perioden 1985-1991.