

Väljarna betygsätter medievalrörelsen

Medievalrörelsens betydelse för hur mycket och vilken information väljarna har tillgång till när de fattar sina röstningsbeslut kan knappast över-skattas. Det är nu som även normalt svagt nyhetsexponerade väljare ansluter och på relativt kort tid har möjlighet att kunskapsmässigt hinna ikapp de som följt svensk politik mer noggrant under hela mandatperioden. Medievalrörelsen bör idealt sett vara ett slags kraschkurs i vad som hänt under mandatperioden, en genomgång av de viktiga skiljelinjerna och sakfrågorna och vad partierna vill göra i framtiden. I en medialiserad värld – där den stora huvuddelen av all information som väljarna har tillgång till förmedlas via medier – behöver väljarna kunna lita på att medierna gör ett bra jobb med att granska partierna och erbjuda en fungerande arena för de politiska sammandrabbningar som hör en valrörelse till.

Samtidigt har medielandskapet förändrats från ett begränsat utbud av nyhetsmedier och plattformar till ett närmast oändligt stort utbud av medieinnehåll (det som på engelska kallas *high-choice media environment*). För de som är intresserade av politik finns det en mängd olika källor att vända sig till. På samma sätt är utbudet av annat medieinnehåll också stort, och de som inte är politiskt intresserade har möjlighet att välja bort nyhetsinnehåll (Prior, 2007; Strömbäck, 2017a). Som beskrivits i föregående kapitel pekar också forskningen på att andelen nyhetsundvikare ökar (Prior, 2007; Blekesaune, Elvestad & Aalberg, 2012; Strömbäck, Djerf-Pierre & Shehata, 2013). Väljarnas förtroende för medierna har även blivit alltmer politiserat: högeridentifierade väljares förtroende har minskat medan vänsteridentifierade väljares förtroende ökat (Andersson & Oscarsson, 2020; Andersson & Weibull, 2018).

Trots det är det mycket som tyder på mobiliseringseffekter av väljarnas politiska engagemang i samband med val. Tidigare analyser av svenska valrörelser har visat på att väljarna blir mer politiskt intresserade, tar del av mer nyheter om politik och deltar i politiska samtal i större utsträckning under valrörelsen. Även förtroendet för politiker och riksdag ökar under valrörelsen (Strömbäck & Shehata, 2013; Strömbäck, 2017b). Men det ökade politiska förtroendet sträcker sig inte till väljarnas förtroende för medierna, som tvärtom blir lägre under valrörelsens gång (Strömbäck & Shehata, 2013).

I det här kapitlet analyserar vi väljarnas förtroende för den intensiva mediealrörelse de fick sig till livs i samband med valet 2022. Tyckte de svenska väljarna att medierna presterade enligt deras förväntningar? Vi inleder med att undersöka hur väljarnas förtroende för mediernas bevakning av valrörelsen förändrades före och efter valet. I de två senaste valundersökningarna har vi bätt väljarna att uppges hur stort förtroende de har för mediernas bevakning av valrörelsen. Genom att använda oss av vår kampanjpanel kan vi jämföra bedömningar från samma personer före och efter valet. Resultaten från 2018 och 2022 visar mycket likartade

resultat, och de är kanske inte så smickrande för medievalrörelsens aktörer: väljarna tenderar nämligen att hysa ett något lägre förtroende för mediernas valbevakning efter valet än vad de hade före och under valrörelsen (se tabell 9.1).

Frågan vi ställde till samma personer både före och efter valet var ”Hur stort förtroende har du för mediernas bevakning av valrörelsen?”. Enkla övertidjämförelser visar att andelen med mycket eller ganska stort förtroende för mediernas valrörelsebevakning minskade både 2018 (från 52 till 45 procent) och 2022 (från 57 till 52 procent). Förändringarna -6 respektive -5 procentenheter är tillräckligt stora för att vara statistiskt signifikanta.

Tabell 9.1 Väljarnas förtroende för mediernas bevakning av valrörelsen, före och efter valdagen 2018 och 2022 (procent).

2018	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende			Total	Andel med högt förtroende	Antal svarande
			Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende			
Före valdagen	7	45	35	10	4	100	52	1 203
Efter valdagen	4	41	34	13	7	100	45	1 203
Förändring	-3	-4	-1	+3	+4		-6*	
2022	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende			Total	Andel med högt förtroende	Antal svarande
			Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende			
Före valdagen	9	47	30	9	4	100	57	1 448
Efter valdagen	9	43	31	11	6	100	52	1 448
Förändring	±0	-5	+1	+2	+2		-5*	

Källa: Valundersökningen 2018 och 2022, etapp A och uppföljningsenkäten.

Kommentar: Frågan lyder ”Hur stort förtroende har du för mediernas bevakning av valrörelsen?”. I förvalsenkäten 2018 formulerades i stället frågan ”Allmänt sett, hur stort förtroende har du för mediernas bevakning av valet?”. Endast de personer som besvarade frågan både i etapp A och uppföljningsenkäten ingår i analysen. Resultaten är oviktade. * Indikerar att förändringen är statistiskt signifikant ($p < .05$) vid ett test av proportioner.

Ser vi närmare på resultaten från 2022 visar det sig att även bland personer som har för vana att exponera sig för politiska nyheter kan vi se ett förtroendetapp. I tabell 9.2 redovisas förändringen av andelen med stort förtroende före-efter valet i olika väljargrupper. Det visar sig att det i första hand är personer med hög och medelhög medieexponering – det vill säga de som borde ha störst beslutsunderlag när det gäller att bedöma mediernas prestationer under valrörelsen – som har tappat förtroende för medierna i högre utsträckning (-7 respektive -6 procentenheter) samtidigt som personer med låg medieexponering uppvisar ett oförändrat förtroende. På motsvarande sätt är förtroendetappet för medierna större bland personer som är mycket intresserade av politik (-8 procentenheter) och bland personer med hög politisk kunskap (-6).

Det tycks vara just grupper där förvalsförtroendet för medierna var särskilt högt – som till exempel bland kvinnor, högutbildade, tjänstemän och svenskfödda – som förtroendefallet är som störst. När samma personer får uttrycka hur stort förtroende de har för medievalrörelsen blir bedömningen sämre efter valet än vad den var före valet.

I likhet med resultat från SOM-undersökningarna (Andersson & Oscarsson, 2020; Andersson & Weibull, 2018) kan vi även i Valundersökningen 2022 urskilja en tydlig polarisering av medieförtroendet när det gäller partitillhörighet och ideologisk vänster-högerplacering. Det är speciellt väljare till Sverigedemokraterna som har ett betydligt lägre förtroende för mediernas bevakning av valrörelsen (28 procent som har ett mycket/ganska stort förtroende före valet). Även väljare till Kristdemokraterna och Moderaterna uppger ett något lägre förtroende (46 respektive 52 procent). Förtroendet är också lägre bland de som placerar sig långt till höger (41 procent). Dessutom är förtroendet lägre bland de som placerar sig varken till vänster eller höger (49 procent). Men mönstret är inte lika tydligt när det gäller förändringen av förtroendet för medierna före och efter valet. De flesta partiväljare får ett minskat förtroende för mediernas bevakning av valrörelsen. Inte heller Sverigedemokraternas väljare sticker ut, utan visar på en liknande förtroendeminskning som övriga partier. Däremot uppvisar väljare till Vänsterpartiet och Centerpartiet inte något minskat förtroende. Miljöpartiets väljare, som har högst förtroende innan valet, är de som minskar förtroendet mest efter valet. Det tycks inte finnas någon ideologiskt motiverad förlust av förtroende för medierna: Det minskar lika mycket för samtliga grupper längs vänster-högskalan.

Det finns potentiellt flera olika förklaringar till att väljarna tappat förtroende för medierna under medievalsvalrörelsens gång. Är det så att medieförtroendet var starkare under valrörelsen i grupper som var särskilt intresserade och exponerade för den men att förtroendet sedan återvände till mer normala nivåer i just de grupperna? Eller beror nedgången på en allmän ”skjut budbäraren”-effekt av att valresultatet väl blivit känt, i så fall kanske företrädesvis bland valets förlorare? Eller är det helt enkelt så att det som väljarna ska utvärdera – medievalsvalrörelsen – ju inte längre pågår efter valet och får en lägre skattning just därför?

Tidigare analyser av förtroendet för specifika medier under valrörelsen har visat att exponering för en viss nyhetsmedia ökar förtroendet för just det mediet, samt ökar det generella förtroende för journalister (Hopmann, Shehata & Strömbäck, 2015). Men innehållet i medierna spelar också roll. Politiska nyheter som handlar om det politiska *spelet* snarare än om de politiska *sakfrågorna* minskar förtroendet för medierna (Ibid). Med Valundersökningen 2022 har vi dessvärre små möjligheter att undersöka väljarnas förtroende för specifika nyhetsmedier, eller hur mediernas innehåll påverkade väljarnas förtroende.²⁴

²⁴ Vi kan inte utesluta att resultaten är en metodeffekt. Frågan om väljarnas förtroende för valrörelsen har olika placering i förvalsformuläret (i början) jämfört med uppföljningsformuläret (mot slutet). I uppföljningsformuläret ställs det till exempel en del specifika frågor om exponering för valrörelsen före frågorna om medieförtroende, vilket kan ge de svarande ett annat perspektiv. Ordningseffekter av det slaget är inte ovanliga i surveyforskning, och utan större metodexperiment kan det vara svårt att gissa i vilken riktning de snedvrider resultaten. Effekter av paneldödligheten – att en god del av de som svarat före valet har valt att sedan inte medverka i uppföljningsenkäten efter valet – borde emellertid leda till att personer med lägre medieförtroende försvinner ur analysen vilket borde leda till totalt sett rosigare bedömningar av medierna efter valet.

Tabell 9.2 Andel med högt förtroende för mediernas bevakning av valrörelsen före och efter valet 2022 bland samtliga och i olika väljargrupper (procent, procentdifferens)

	Andel mycket/ganska stort förtroende före valet	Andel mycket/ganska stort förtroende efter valet	Förändring	Antal svarande
Total	57	52	-5*	1 436
Man	54	51	-4	722
Kvinna	59	53	-6*	714
18–34 år	57	58	+2	132
35–49 år	61	55	-5	242
50–64 år	61	53	-7*	415
65–74 år	53	52	-2	341
75+	51	44	-6	306
Grundskola	45	39	-5	164
Gymnasium/Eftergymnasial	51	47	-4	451
Högskola/Universitet	64	59	-5*	700
Svensk bakgrund	57	52	-6*	1 309
Utländsk bakgrund	49	53	4	127
Tjänstemän	63	56	-7*	794
Arbetare	50	44	-6	372
Företagare	49	51	3	105
Ren landsbygd	49	49	-0	197
Mindre tätort	54	43	-10*	267
Stad eller större tätort	58	54	-4	699
Stockholm, Göteborg, Malmö	64	61	-4	236
Mycket intresserad	62	55	-7	311
Ganska intresserad	60	55	-5*	789
Inte särskilt/allt intresserad	43	41	-2	333
Låg politisk kunskap	50	46	-5	338
Medel politisk kunskap	60	58	-3	475
Hög politisk kunskap	57	51	-6*	609
Låg medieexponering	43	43	0	267
Medel medieexponering	57	52	-5	363
Hög medieexponering	66	59	-7	357
Övertygad partianhängare	59	51	-7	162
Partianhängare	64	57	-7	246
Endast partipreferens	58	52	-6	666
Ingen partipreferens	50	52	+2	289
Långt till vänster	69	64	-6	255
Något till vänster	65	61	-5	284
Varken t v eller t h	49	45	-4	233
Något till höger	59	54	-5	320
Långt till höger	41	35	-5	265
Vänsterpartiet	63	63	0	84
Miljöpartiet	78	68	-11	102
Socialdemokraterna	63	58	-5	465
Centerpartiet	64	66	+2	114
Liberalerna	67	64	-4	83
Moderaterna	52	46	-6	228
Kristdemokraterna	46	42	-4	74
Sverigedemokraterna	28	25	-4	200

Källa: Valundersökningen 2022, etapp A och uppföljningsenkäten.

Kommentar: Frågan lyder "Hur stort förtroende har du för mediernas bevakning av valrörelsen?". Endast de personer som besvarade frågan både i etapp A och uppföljningsenkäten ingår i analysen. * indikerar att förändringen är statistiskt signifikant ($p < .05$) vid ett test av proportioner. Resultaten är oavtjade.

En ytterligare omständighet som försvårar jämförelser är att uppföljningsenkäten varit i fält relativt lång tid efter valet. Svarstidpunkt kan ha en betydelse för nivån på förtroendet för mediernas valbevakning på flera sätt. För det första blir det avgjort svårare att svara på frågan om hur medierna klarat mediebevakningen under valrörelsen när det förflutit många veckor sedan valdagen. För dem som svarar sent i perioden kan det vara svårt att komma ihåg hur man tyckte att medierna presterade under valrörelsen. För det andra finns det en väldokumenterad elektoral cykel för institutionsförtroende, där vi vet att förtroende för myndigheter, samhällsinstitutioner, partier och medier är som högst i samband med val för att sedan sjunka i mellanvalsperioderna (se Holmberg & Weibull, 2019). Ett lägre förtroende för medierna efter ett val kan bero på att vi fångat in just denna klassiska elektoral cykel. Ett ytterligare stödbevis för att förtroendet kan vara som allra högst just under dagarna före ett val är att Sveriges televisions vallokalsundersökning (SVT/VALU) regelmässigt visar ett något högre förtroende för politiker än vad andra mätserier gör (se Holmberg m fl, 2023).

Valundersökningarna är inte designad för att framgångsrikt kunna besvara den här typen av frågor. Gott nog att vi har en tvåstegspanel före och efter valet men det är svårt att i detalj studera skeendet över tid. Delar vi upp materialet och undersöker vecka för vecka under fältperioden kan vi konstatera att förtroendet för medievalrörelsen varit mycket stabilt kring 57 procent/mycket/ganska högt förtroende under hela valrörelsen, men att variationerna efter valet är betydligt större och dessutom klart lägre, nedåt fyrtio procent, när vi undersöker senare inkomna svar från perioden efter det faktiska regeringsskiftet. Förtroendet för medievalrörelsen faller alltså mest efter att konsekvenserna av valresultatet fullbordas, vid skifteskonseljen på slottet den 18 oktober, vilket möjligen är ett indirekt stöd för skjut budbäraren-hypotesen. Men det går inte att veta säkert om det är regeringsskiftet som utlöser denna effekt eller om det beror på att sent svarande personer tenderar att ha ett lägre förtroende för medier. Det skulle också kunna vara en indikation på att valrörelsen passerat och att förtroendet återigen är på de nivåer som vanligtvis gäller mellan valen.

Om vi försöker konstanthålla fältperiodens längd och jämför data insamlade under de 5 förvalsveckorna med data från en lika lång period av 5 veckor efter valet kan vi konstatera att det fortfarande finns ett lägre förtroende för mediernas valrörelsebevakning efter valet (54 procent/mycket/ganska högt förtroende) än före valet (57 procent) bland samma svarande. Robusthetskontrollen stärker vår slutsats att förtroendet för medier var lägre efter än under medievalrörelsen.

Vi går vidare med att pröva hypotesen om att medieförtroendet påverkas av huruvida väljarna är på den vinnande eller förlorande sidan av politiken. Vi har kunnat se sådana effekter systematiskt efter just regeringsskiftet: förlorarna tappar förtroende för samhällsinstitutioner i allmänhet medan vinnarnas förtroende tillväxer (Holmberg & Weibull, 2007; Weissenbilder & Lundmark, 2023). Finns det en klassisk vinnare-förlorareffekt som kan bidra till att förklara varför förtroendet för medierna minskar bland väljarna efter valet? Designmässigt är en jämförande analys särskilt tilltalande eftersom det kan sägas ha varit olika vinnare och förlorare vid valen 2018 och 2022. Om utfallet av valen 2018 och 2022 betyder att valvinnarna behåller eller stärker sitt förtroende samtidigt som valets förlorare tappar i förtroende betyder det att vinnare-förlorarehypotesen får stöd.

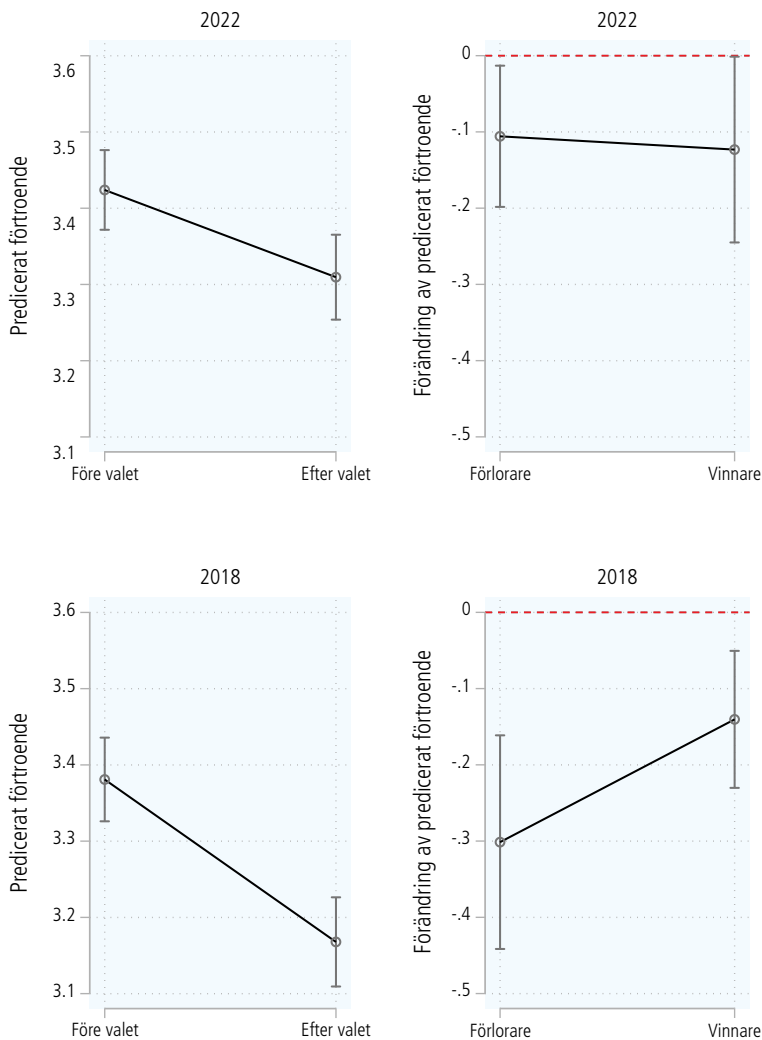
Finns det en skillnad i hur valets vinnare och förlorare bedömer medierna? Det är i så fall de som blev missnöjda med valresultatet och regeringsbildningen som driver ned förtroendet för medierna efter valet och därmed ”skjuter budbäraren”. I figur 9.1 presenterar vi resultaten från en modell som skattar förtroendet för medierna bland vinnare och förlorare före och efter valet 2018 och 2022. Nu är det medeltal på förtroendeskalen som jämförs. Den övre vänstra panelen visar predicerat förtroende för medierna före och efter valet 2022. Minskningen i förtroende är statistiskt signifikant om än liten: ner från drygt 3,4 till 3,3 på skalan som går från 1 (mycket litet förtroende) till 5 (mycket stort förtroende). Den övre högra panelen visar hur minskningen av förtroende efter valet jämfört med före valet skiljer sig åt mellan partianhängare till valets vinnare (Moderaterna, Sverigedemokraterna, Kristdemokraterna och Liberalerna) och valets förlorare (Socialdemokraterna, Vänsterpartiet, Miljöpartiet och Centerpartiet).

Resultaten ger inget stöd för att anhängare av valens förlorarparter skulle vara mer negativa än anhängare till valens vinnarparter i sina värderingar av mediernas prestationer under valrörelsen. Alla väljare – oavsett om de hör till vinnarna eller förlorarna – har ett signifikant lägre förtroende för mediernas valbevakning efter valet än före.

Resultaten från 2018 återfinns i de två nedre graferna i figuren. Den visar samma sak: Bland samtliga väljare var förtroendet för medierna signifikant lägre efter valet och tydligare så än 2022. Men även om förtroendet tycks ha minskat lite mer bland valets förlorare än vinnare 2018 – vilket går i hypotesens riktning – är dessa skillnader inte statistiskt signifikanta, vilket illustreras på ett tydligt sätt av de överlappande konfidensintervallen i den nedre högra figuren. Våra analyser ger inget empiriskt stöd för någon vinnare-förlorareeffekt i förtroendet för medievalrörelsen vid de svenska riksdagsvalen 2018 och 2022.

Vi avslutar kapitlet med att undersöka hur väljarna ser på mediernas trovärdighet. Upplever väljarna att medierna berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor? I Valundersökningen 2022 bad vi respondenterna att ta ställning till ett påstående om att svenska nyhetsmedier inte berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor. En liknande fråga ställdes i SOM-undersökningen 2023, som löd ”Medierna berättar inte hela sanningen i viktiga samhällsfrågor”. Frågan ställdes inte i SOM-undersökningen 2022, så det har alltså gått mer än ett år efter valet. Men eftersom det i SOM-undersökningen 2023 även ställdes fler frågor om hur svarspersonerna uppfattar nyhetsmedierna, kan vi göra intressanta jämförelser med andra indikatorer på hur medborgarna uppfattar mediernas tillförlitlighet. Resultaten visar att 14 procent instämmer helt med påståendet, och 31 procent instämmer delvis med påståendet. En stor andel av svarspersonerna instämde även i påståendet att ”Svenska medier har ofta en politisk agenda i sin nyhetsbevakning” (14 procent instämmer helt och 41 procent instämmer delvis) och i påståendet att ”Journalister vinklar ofta nyheter efter egna åsikter” (11 procent instämmer helt och 45 procent instämmer delvis). Samtidigt tycker en klar majoritet att ”Nyheter i svenska medier är oftast mycket tillförlitliga” (28 procent instämmer helt och 52 procent instämmer delvis) (Andersson, 2024).

Figur 9.1 Förändringar av medieförtroende bland valets vinnare och förlorare 2018 och 2022 (predicerade sannolikheter).



Källa: Valundersökningarna 2018 och 2022, förvals- och eftervalsenkäter.

Kommentar: Frågan lyder "Hur stort förtroende har du för mediernas bevakning av valrörelsen?". I förvalsenkäten 2018 formulerades i stället frågan "Allmänt sett, hur stort förtroende har du för mediernas bevakning av valet?". Resultaten visar resultat från regressionsanalyser av paneldata för Valundersökningen 2018 samt Valundersökningen 2022. Modellerna innehåller inte några kontrollvariabler eftersom svarspersonerna är samma före och efter valet. Däremot är resultatet viktat mot partival. De vänstra panelerna visar predicerat förtroende för medierna före och efter valet och de högra panelerna visar förändringen av predicerat förtroende bland valets vinnare och förlorare. Valet 2018 var vinnarpartierna Socialdemokraterna, Miljöpartiet, Centerpartiet, Liberalerna och Vänsterpartiet och förlorarpartierna var Moderaterna, Kristdemokraterna, Sverigedemokraterna.

Att man instämmer i att medierna inte berättar hela sanningen i viktiga samhällsfrågor verkar inte utesluta att man tycker att medierna oftast är mycket tillförlitliga. Men det är ändå en betydande andel som menar att medierna inte berättar hela sanningen, har en politisk agenda och att journalister vinklar nyheter efter egna åsikter. Korrelationen mellan påståendena är också hög, de som tycker att medierna har en politisk agenda, tycker också att medierna inte berättar hela sanningen (Andersson, 2024).

I Valundersökningen 2022 ställdes frågan om att ”Svenska nyhetsmedier berättar inte sanningen om viktiga samhällsfrågor” både i förvals- och eftervalsenkäten i undersökningen, men det var olika individer som svarade i de olika etapperna. Före valet instämde 37 procent helt eller delvis i påståendet. Efter valdagen hade andelen minskat med fem procentenheter till 32 procent (se tabell 9.3). För påståendet om att svenska nyhetsmedier inte berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor tycks väljarna göra en mer positiv utvärdering av medierna *efter* valet. För att den slutsatsen ska hålla behöver vi dock utesluta att skillnaden beror på att svarsgrupperna i förvals- och eftervalsenkäten skiljer sig åt. I en regressionsanalys där vi kontrollerar för ett antal bakgrundsvariabler²⁵ är skillnaden mellan etapp A och etapp B inte statistiskt signifikant.

För olika grupper av väljare är det däremot stora skillnader i andelen som instämmer med påståendet om att svenska nyhetsmedier inte berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor, speciellt för ideologisk vänster-högerposition och partival (se tabell 9.4).

Tabell 9.3 Väljarnas inställning till påståendet om att svenska nyhetsmedier inte berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor (procent).

	Instämmer helt	Instämmer i stort sett	I stort sett motsatt åsikt	Helt motsatt åsikt	Total	Instämmer helt/i stort sett	Antal svarande
Före valdagen etapp A	15	22	33	30	100	37	2 122
Efter valdagen etapp B	10	22	36	32	100	32	2 184
Förändring	-4	0	+3	+2		-5	

Källa: Valundersökningen 2022, etapp A och B.

Kommentar: Frågan lyder: ”Vi har också ställt samman några olika åsikter som man ibland hör att folk har. En del är rätt kritiska. Instämmer du med åsikten eller har du motsatt åsikt? Svenska nyhetsmedier berättar inte sanningen om viktiga samhällsfrågor”. * Resultatet är oviktade.

²⁵ De kontrollvariabler som används för att balansera grupperna är kön, ålder, utbildningsnivå, politisk kunskap, politiskt intresse, medieexponering och vänster-högeridentifikation.

Tabell 9.4 Väljarnas inställning till påståendet om att svenska nyhetsmedier inte berättar sanningen, i olika grupper (procent).

	Före valet	Antal svarande	Efter valet	Antal svarande	Samtliga	Antal svarande
Total	37	2 112	32	2 184	35	4 296
Man	41	1 089	34	1 082	38	2 171
Kvinna	32	1 023	31	1 102	32	2 125
18–22 år	34	67	30	77	32	144
22–34 år	38	209	33	254	35	463
35–49 år	34	429	31	445	33	874
50–64 år	33	564	30	583	31	1 147
65–74 år	38	448	30	444	34	892
75+	44	395	40	381	42	776
Grundskola	55	263	47	258	51	521
Gymnasium/Eftergymnasial	42	752	38	728	40	1 480
Högskola/Universitet	25	919	24	1 035	25	1 954
Svensk bakgrund	36	1 875	32	1 939	34	3 814
Utländsk bakgrund	41	237	34	245	38	482
Tjänstemän	29	1 052	28	1 124	29	2 176
Arbetare	45	646	36	646	41	1 292
Företagare	46	183	40	160	43	343
Ren landsbygd	42	273	41	306	41	579
Mindre tätort	42	412	36	423	39	835
Stad eller större tätort	35	989	31	1040	33	2 029
Stockholm, Göteborg, Malmö	29	353	25	383	26	736
Mycket intresserad av politik	41	369	34	434	37	803
Ganska intresserad	34	1 055	29	1 100	31	2 155
Inte särskilt/alls intresserad	39	642	37	627	38	1 269
Låg politisk kunskap	38	644	38	744	38	1 388
Medel politisk kunskap	35	626	27	685	31	1 311
Hög politisk kunskap	36	821	31	746	34	1 567
Låg medieexponering	46	409	36	428	41	837
Medel medieexponering	32	527	31	565	32	1 092
Hög medieexponering	31	514	27	548	29	1 062
Övertygad partianhängare	41	256	33	266	37	522
Partianhängare	36	383	28	247	33	630
Endast partipreferens	32	989	30	1 138	31	2 127
Ingen partipreferens	43	362	38	445	40	807
Långt till vänster	23	330	18	358	21	688
Något till vänster	20	373	20	449	20	822
Varken t v eller t h	40	357	36	409	38	766
Något till höger	38	448	35	466	37	914
Långt till höger	57	435	47	441	52	876
Vänsterpartiet	20	91	21	136	20	227
Miljöpartiet	9	123	7	123	8	246
Socialdemokraterna	24	488	21	629	22	1 117
Centerpartiet	17	114	16	152	17	266
Liberalerna	19	72	22	107	21	179
Kristdemokraterna	45	85	39	106	41	191
Moderaterna	40	249	34	367	36	616
Sverigedemokraterna	75	211	63	287	68	498

Källa: Valundersökningen 2022, etapp A och B.

Kommentar: Frågan lyder: "Vi har också ställt samman några olika åsikter som man ibland hör att folk har. En del är rätt kritiska. Instämmer du med åsikten eller har du motsatt åsikt? Svenska nyhetsmedier berättar inte sanningen om viktiga samhällsfrågor". Resultaten är ovtikade.

Störst misstro mot nyhetsmedierna finns hos väljare till Sverigedemokraterna, där 68 procent instämmer helt eller delvis med att svenska nyhetsmedier inte berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor. Även bland väljare till Kristdemokraterna och Moderaterna är andelen något högre (41 respektive 36 procent instämmer). Det är också en högre andel som tycker att svenska nyhetsmedier inte berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor bland personer som står till höger ideologiskt. Slutligen är det en högre andel som instämmer i påståendet bland personer som har en låg medieexponering jämfört med personer med en hög medieexponering.

Sammanfattningsvis har alltså förtroendet för mediernas bevakning av valrörelsen gått ner bland väljarna efter valet, men nedgången kan inte förklaras som en vinnare-förlorareffekt. Störst nedgång ser vi bland personer som potentiellt tagit del av medievalrörelsen i störst utsträckning: personer med hög medieexponering, högt politiskt intresse och hög politisk kunskap. Ser vi till nivåskattningarna av förtroende för medierna bland olika grupper är det däremot personer med låg medieexponering och personer som inte är intresserade av politik som har lägst förtroende för mediernas bevakning av valrörelsen. Samma grupper tycker också i högre utsträckning att svenska nyhetsmedier inte berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor.

Vi ser också en tydlig politisering av väljarnas förtroende för medierna även i samband med 2022 års riksdagsval. Väljare långt till höger och väljare till Sverigedemokraterna har ett lägre generellt förtroende och upplever i högre utsträckning att medierna inte berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor. I kapitel 13 återkommer vi till hur väljarna ser på mediernas opartiskhet och fördjupar oss i hur väljarnas ideologiska position påverkar synen på vilka partier som gynnas eller missgynnas i medierna.

Väljarna hade något lägre förtroende för mediernas bevakning av valrörelsen efter valet än före valet både 2018 och 2022.

Väljare med högt politiskt intresse, goda kunskaper och stark medieexponering tappade mest förtroende för medievalrörelsen.

Förtroendet för medievalrörelsen är lägre i grupper med lågt politiskt intresse och låg medieexponering.

Personer som står långt till höger och väljare till Sverigedemokraterna har lågt förtroende för mediernas bevakning av valrörelsen och tycker i större utsträckning att svenska medier inte berättar sanningen om viktiga samhällsfrågor.