

Arbetsrapport nr 13

Medieval 2002

Partiskheten och valutgången

En studie av valrörelsens medialisering

Kent Asp



GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation

Arbetsrapport nr. 13

Medieval 2002

Partiskheten och valutgången

En studie av valrörelsens medialisering

Kent Asp

ISSN 1101-4679



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för Journalistik och Masskommunikation

Box 710, 405 30 GÖTEBORG

Telefon: 031-786 49 76 • Fax: 031-786 45 54

E-post: majken.johansson@jmg.gu.se

2003

Innehåll

	Förord	5
Del I	Undersökningen	7
Del II	Mediebilden: gynnas eller missgynnas	9
	1 Partierna	9
	2 Regeringsalternativen	12
	3 Partiernas medieprofiler	13
	4 Medieagendan	18
	5 Nyhetsmediernas partiskhet – sammanfattande slutsatser	20
Del III	Mediebildens följder: vinnare och förlorare	25
	6 Valets vinnare och förlorare	25
	7 Valkampanjens sista veckor: mediebild och opinionsutveckling	27
	8 Mediebildens betydelse för valresultatet – sammanfattande slutsatser	32
Del IV	Bakom mediebilden: politiker och journalister	35
	9 Folkpartiets framgångssaga	35
	10 Moderaternas valkatastrof	37
	11 Makten över dagordningen	39
Del V	2002 års medievalrörelse i ett kvartssekelsperspektiv	39
	12 Partierna under åtta valrörelser	41
	13 Regeringsalternativen i åtta valrörelser	44
	14 Valrörelsens medialisering - en personlig kommentar	47
	Appendix 1	51
	Undersökningsperiod och urval	51
	Förklaringar	51
	Förkortningar	52
	Litteraturhänvisning	52
	Appendix 2	53

Förord

Årets medievrörelse är den åttonde i följd som undersökts. Samtliga undersökningar har sedan starten 1979 finansierats av Riksbankens jubileumsfond (RJ) och Humanistiska samhällsvetenskapliga forskningsrådet (HSFR) inom ramen för olika forskningsprojekt under ledning av professor Kent Asp (JMG).

Den nu aktuella undersökningen ingår i forskningsprogrammet Journalistik och demokrati - studier kring mediekvalitet där det övergripande syftet är att i ett brett perspektiv studera svensk samhällsjournalistik utifrån normativa demokratiska utgångspunkter.

Undersökningsledare för 2002 års medievalsundersökning har varit fil dr *Bengt Johansson*. Projektmedarbetare har varit *Marie Elfving*, *Therese Eriksson*, *Christina Jonsson* och *Anna Levin*. Samtliga är verksamma vid JMG. Christina Jonsson har stått för redigeringen av rapporten.

Maj 2003
Kent Asp

I Undersökningen

Att påstå att medierna spelar en viktig roll i svenska valrörelser är lite som att framhäva vattnets stora betydelse för sjöfarten.

Men vilken roll spelar medierna - och vad för slags inflytande har de?

En central maktposition är att nyhetsmedierna genom sitt urval och genom sin presentation kan gynna eller missgynna olika aktörer – antingen det gäller politiska partier, storföretag, fackliga organisationer, nationer, myndigheter eller enskilda personer.

En undersökning om i vilken utsträckning nyhetsmedierna är partiska under en valrörelse blir därmed också en studie av mediernas makt och inflytande i samhället.

I denna rapport om 2002 års medievalrörelse behandlas tre frågor.

1. *Mediebilden:* Vilken bild gav nyhetsmedierna av valrörelsen? Gynnades eller missgynnades något parti?
2. *Mediebildens följder:* Påverkade bilden valutgången? Finns det samband mellan mediebild och valresultat?
3. *Mediebildens orsaker:* Vem bestämde bilden av partierna och valrörelsen? Journalisterna eller politikerna?

Undersökningen av 2002 års medievalrörelse omfattar nyhetsrapporteringen i press, radio och TV de fyra sista veckorna före valdagen den 15 september 2002.

I urvalet ingår TV4:s nyhetsprogram *Nyheter* (22.00-sändningen), SVT:s nyhetsprogram *Aktuellt* (21-sändningen) och *Rapport* (19.30-sändningen), Sveriges Radios nyhetsprogram *Ekot* (17.45-sändningen) samt *Svenska Dagbladet* (obund m), *Dagens Nyheter* (ober lib), *Göteborgs-Posten* (lib), *Aftonbladet* (s) och *Expressen* (lib).

Undersökningen ingår i forskningsprogrammet *Journalistik och demokrati* och är den åttonde i rad sedan riksdagsvalet 1979. De åtta medievalsundersökningarna har sedan starten gjorts utifrån samma teoretiska utgångspunkter och med samma undersökningsteknik. Riksbankens jubileumsfond och Humanistiska-samhällsvetenskapliga forskningsrådet (HSFR) har under årens lopp finansierat studierna inom ramen för olika forskningsprojekt.

Mått, beräkningssätt och litteraturhänvisningar mm redovisas i rapportens *Appendix 1*. En del av tabellmaterialet av större omfattning har lagts i *Appendix 2*.

II Mediebilden: gynnas eller missgynnas

Undersökningens första huvudfrågeställning handlar om mediernas partiskhet. En aktör – ett politiskt parti, en åsiktsriktning, en enskild person – kan i nyhetsrapporteringen gynnas eller missgynnas på tre olika sätt.

För det *första* kan ett parti gynnas eller missgynnas genom den bild som ges av partiet som aktör, t ex genom den uppmärksamhet partiet får eller genom det sätt på vilket partiet framställs.

För det *andra* kan ett parti gynnas eller missgynnas genom det sätt på vilket partiet relateras till olika frågor, företeelser eller sammanhang. Ett parti kan t ex gynnas genom att det får framträda med den sakfrågeprofil partiet önskar eller missgynnas genom att det förbinds med företeelser eller sammanhang som partiet inte önskar.

För det *tredje* kan ett parti gynnas eller missgynnas genom den bild som medierna ger av politikens innehåll, t ex genom att den världsbild aktören står för gynnas eller missgynnas genom den uppmärksamhet som olika frågor och företeelser ges eller hur olika sakförhållanden framställs.

Sammantagna, (men också var för sig), ger de tre sätten att gynna eller missgynna underlag för slutsatser om i vilken utsträckning mediebilden kan anses vara partisk.

En aktör, ett parti eller åsiktsriktning kan med andra ord ges en gynnsam uppmärksamhet i ett avseende (stor uppmärksamhet) och missgynnas i ett annat avseende (framträda i oönskade frågor eller sammanhang). Slutsatserna om ett mediums eventuella partiskhet bör därför bygga på en samlad bedömning av de olika sätt som mediebilden kan gynna eller missgynna en aktör på.

De tre olika partiskhetsaspekterna kommer att belysas i tur och ordning. Därefter görs en sammanfattande bedömning av nyhetsmediernas partiskhet i 2002 års valrörelse.

1. Partierna

Partiernas exponering som agerande och omtalade aktörer presenteras i **tabell 1**. Resultatet redovisas för samtliga nio undersökta nyhetsmedier och i form av medelvärden för nyhetsprogrammen i radio och TV (Ekot, Rapport, Aktuellt och Nyheterna) och pressen (SvD, DN, GP, AB och Expressen).

Tabell 1 Partiernas exponering i nyhetsrapporteringen i valet 2002 (procent)

	Alla medier	Radio/TV	Press	Rapp	Akt	Ekot	Nyh	SvD	DN	GP	AB	Expr
S	34	37	32	37	37	40	35	34	36	33	27	30
m	17	18	17	20	15	16	20	17	15	16	18	18
fp	14	12	13	8	14	12	15	12	11	12	14	14
kd	9	8	9	7	9	9	8	8	9	9	12	9
mp	8	7	9	9	7	6	6	8	9	9	9	10
v	7	7	8	8	6	8	5	8	9	9	9	8
c	7	6	8	7	6	6	6	8	7	8	9	7
"borgerliga"	4	5	4	4	6	4	5	5	4	4	2	4
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n=antal	-	-	-	531	592	467	328	2425	3480	2061	1931	1617

Exponering

Tabell 1 visar två resultat som gäller generellt för svenska medievalrörelser. För det *första* den stora likhet som finns mellan de nio nyhetsredaktionerna när det gäller den uppmärksamhet som ges partierna. För det *andra* hur väl partiernas medieexponering stämmer överens med partiernas valresultat.

De olika nyhetsredaktionerna tycks med andra ord tillämpa en och samma urvalsprincip. Men är det som resultatet tycks antyda, partiernas opinionsstöd som avgör exponeringen i medierna?

Det är dock knappast partiernas ställning i valmanskåren *i sig* som avgör medieexponeringens storlek. Från mediernas sida handlar det snarare om en relevansbedömning där ett partis politiska relevans eller betydelse avgör partiets plats i nyhetsbevakningen. Och ett enkelt kriterium på ett partis politiska relevans är partiets ställning i opinionen. Ett stort partis ställningstagande tillmäts exempelvis (allt annat lika) ett större nyhetsvärde än ett litet partis.

Partiernas exponering i 2002 års medievalrörelse jämförs i **tabell 2** med motsvarande resultat från valet 1998.

Tabell 2 Partiernas exponering i valen 1998 och 2002 (procent) - medelvärde för alla medier

	1998	2002	+/-
Fp	8	14	+6
Mp	6	8	+2
"Borgerliga"	2	4	+2
Kd	8	9	+1
C	8	7	-1
M	18	17	-1
V	10	7	-3
S	40	34	-6
	100	100	

Folkpartiets exponering ökade mycket kraftigt - från 8 till 14 procent. Även miljöpartiet fick en ökad uppmärksamhet, medan vänsterpartiet och socialdemokraterna uppmärksammades klart mindre. Tendensen är densamma i samtliga undersökta medier.

Bakom folkpartiets starkt ökande uppmärksamhet låg bl a partiets stora framgångar i opinionsmätningarna. Och bakom miljöpartiets ökade uppmärksamhet låg främst partiets vågmästarställning.

De förändringar som kan iakttas mellan valen 1998 och 2002 är emellertid inte större än vid tidigare val. Sedan medievalsundersökningarnas start 1979 har det skett mycket stora förändringar från det ena valet till det andra. Mellan 1994 och 1998 års val minskade exempelvis folkpartiets exponering i SR:s och SVT:s nyhetsprogram från 15 till 9 procent och socialdemokraterna ökade från 33 till 42 procent (se **Appendix 2, tabell A1**).

Behandling

Att få uppmärksamhet är ett sätt ett parti kan gynnas eller missgynnas på. Men det är kanske ännu viktigare *hur* partiet uppmärksammas.

I nyhetsrapporteringen kan ett parti förekomma antingen som *agerande* aktör (partiet eller dess företrädare säger eller gör något) eller som *omtalad* aktör (partiet omtalas av andra aktörer).

För att på ett enkelt sätt sammanfatta hur partierna uppmärksammas i medierna används sedan medievalsundersökningarnas start ett aktörsbehandlingsindex (AB-index) som tar hänsyn till hur partiet uppmärksammas både som agerande och omtalad aktör. AB-indexet anger något förenklat förhållandet mellan i vilken utsträckning ett parti får komma till tals och i vilken utsträckning ett parti blir negativt eller positivt omtalat.

I **figur 1** redovisas med hjälp av detta sammanfattande mått på vilket sätt partierna uppmärksammades i valet 2002.

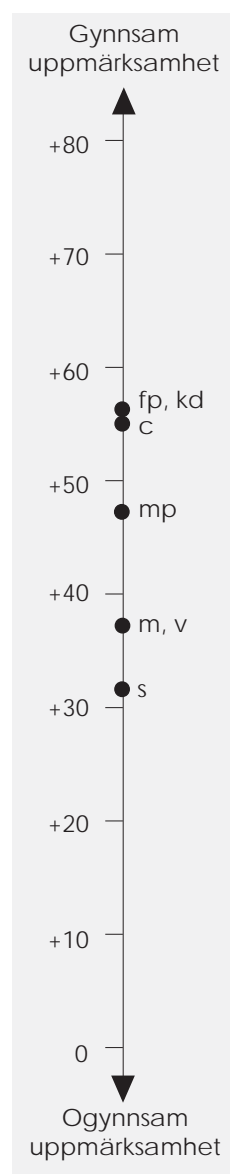
Folkpartiet, i sällskap med kristdemokraterna, fick den mest gynnsamma uppmärksamheten i 2002 års medievalsundersökning. Centerpartiet tillhör också den trio av partier som fick den mest gynnsamma medieuppmärksamheten.

Den minst gynnsamma uppmärksamheten fick socialdemokraterna, moderaterna och vänsterpartiet. Avståndet mellan de tre partier som fick den mest gynnsamma behandlingen och de tre partier som fick den minst gynnsamma behandlingen är stort.

Resultatet i figur 1 avser medelvärdet för de nio undersökta medierna. Det finns dock vissa skillnader mellan olika medier, även om likheten är det dominerande mönstret. Resultatet för enskilda nyhetsmedier redovisas i **Appendix 2, tabell A2**.

När det gäller de två partier som får den mest gynnsamma behandlingen (folkpartiet och kristdemokraterna) och de två partier som får den minst gynnsamma behandlingen (socialdemokraterna och moderaterna) är emellertid skillnaderna mellan olika medier som minst. Oavsett om ett parti hamnar i en gynnsam eller i en ogynnsam medievind blåser det med andra ord åt samma håll, och med samma styrka i alla nyhetsmedier.

Figur 1 Partiernas uppmärksamhet i valet 2002 (AB-index)



Syftet med AB-indexet är att ge ett enkelt och sammanfattande mått. För att komma något närmare materialet och se vad som ligger bakom AB-indexet presenteras i **tabell 3** de absoluta talen för en av de två huvudkomponenter som måttet består av: i vilken utsträckning de olika partierna och deras företrädare har fått beröm eller blivit positivt omtalade respektive har fått kritik eller blivit negativt omtalade.

Tabell 3 Partierna som omtalade aktörer - antalet positiva/berömande omdömen och antalet negativa/kritiska omdömen (absoluta tal).

	Radio/TV		Press	
	neg.	pos.	neg.	pos.
v	25	5	96	71
s	161	20	622	166
c	13	4	58	61
fp	21	38	102	220
m	71	5	320	62
kd	11	15	97	88
mp	20	13	65	64
"Borgerliga"	27	10	78	43

Redovisad i absoluta tal blir skillnaden mellan folkpartiet och moderaterna mycket tydlig. I etermediernas nyhetsprogram omtalades moderaterna 5 gånger positivt och 71 gånger negativt och i pressurvalet 62 gånger positivt och 320 gånger negativt. Motsvarande siffror för folkpartiet var i etermedierna 38 gånger positivt och 21 gånger negativt och i pressurvalet 220 gånger positivt och 102 gånger negativt.

I etermediernas nyhetsprogram var med andra ord 93 procent av de värderande utsagorna om moderaterna negativa eller kritiska och sju procent positiva eller berömande. Motsvarande siffror för folkpartiet var 36 respektive 64 procent. Socialdemokraterna uppvisar i stort sett samma resultat som moderaterna

2. Regeringsalternativen

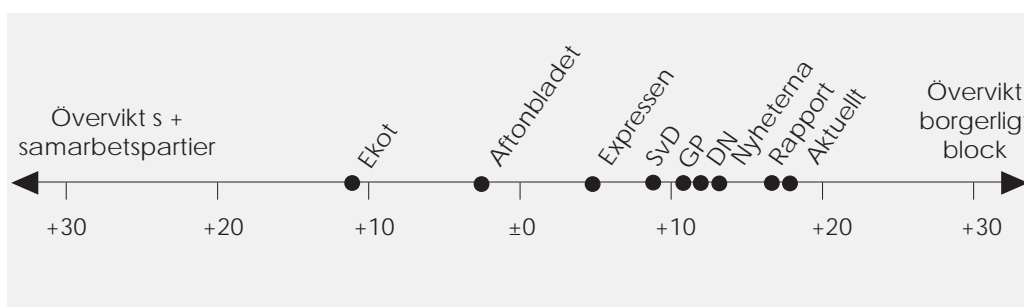
De svenska väljarna har i val att ta ställning till enskilda politiska partier. Men valhandlingen är också ett ställningstagande till olika regeringsalternativ.

I medievalsundersökningarna har i varje riksdagsval sedan valet 1979 redovisats hur nyhetsmedierna har behandlat de olika regeringsalternativ som stått emot varandra. Fram till 2002 års val har det handlat om å ena sidan socialdemokraterna och å den andra det borgerliga regeringsalternativet. (Mellan 1979 och 1988 utgjordes det av c, fp och m. Från 1991 års val har kd räknats till det borgerliga blocket.)

I 2002 års val är det inte lika självklart vad som skall räknas som huvudalternativ till det borgerliga regeringsalternativet. Socialdemokraterna klargjorde före och under valkampanjen att partiet inte hade för avsikt att bilda någon form av koalitionsregering med de två partier som partiet i regeringsställning hade samarbetat med under den gångna mandatperioden, utan socialdemokraterna sökte under den kommande mandatperioden efter ett, som man uttryckte, socialdemokratiskt mandat för att bilda regering. Socialdemokraterna angav emellertid att partiet (vid en eventuell majoritetsställning för s, v och mp) hade för avsikt att fortsätta samarbetet med vänsterpartiet och miljöpartiet, de s k samarbetspartierna.

Mot bakgrund av den samverkan som ägde rum under den gångna mandatperioden och de uttalanden som gjordes från socialdemokraterna om ett fortsatt samarbete med vänsterpartiet och miljöpartiet redovisas i **figur 2** hur de två huvudalternativen i 2002 års val (s + v + mp respektive c + fp + m + kd) behandlades i de nio undersökta nyhetsmedierna.

Figur 2 Behandlingen av huvudalternativen i valet 2002 (AB-index)



Ett medium som ligger på nollpunkten i figur 2 anger att s + samarbetspartierna och de borgerliga har uppmärksammats på samma sätt (har samma AB-indexvärde). Ju längre till höger ett medium är placerat på skalan, desto gynnsammare uppmärksamhet för det borgerliga regeringsalternativet. Och ju längre till vänster ett medium är placerat, desto gynnsammare för s + samarbetspartierna.

I sju av nio undersökta nyhetsmedier uppmärksammades det borgerliga regeringsalternativet mer gynnsamt än s och samarbetspartierna.

Den mest gynnsamma uppmärksamheten fick det borgerliga blocket i *Aktuellt* och *Rapport*. Därefter kommer *Dagens Nyheter*, *Göteborgs-Posten* och *Svenska Dagbladet*, med sinsemellan mycket likartade nyhetsvärderingsprinciper. *Nyheterna* i TV4 kan också räknas till denna grupp.

Den mest likartade behandlingen av valets huvudalternativ gavs i *Aftonbladet*.

Ekot var den enda nyhetsredaktion som gav s + samarbetspartierna en mer gynnsam uppmärksamhet än det borgerliga blocket.

Huvudmönstret är detsamma om enbart socialdemokraterna ställs mot de borgerliga. Övervikten för det borgerliga regeringsalternativet blir dock för samtliga nyhetsmedier ännu mer markant, med undantag för *Nyheterna* ock *Ekot*.

3. Partiernas medieprofiler

Ett parti gynnas eller missgynnas inte enbart genom den bild som ges av partiet som nyhetsaktör utan också på vilket sätt partiet relateras till olika sakfrågor, företeelser och sammanhang. En framgångsrik valrörelse hänger starkt samman med om partiet lyckas komma fram i ett positivt sammanhang och i sina egna favoritfrågor och undvika frågor som kan uppfattas som negativa för partiet.

Two different types of media profiles can be distinguished. The first one looks at the parties' *sakfrågeprofiler* – how the party comes across in different issues in the media. The second one looks at the parties' *valrörelseprofiler* – how the party comes across in the media campaign as a whole.

Partiernas dagordning

For a party to be considered as favored or disfavored when it comes to the party's issue profile, it is required that the party itself wishes to bring forward the issues in the election.

In the same way as in earlier media surveys, the parties' own issue profiles are established with the starting point from the parties' election manifestos. It is thus a comparison between the parties' own issue priorities (as they appear in the election manifestos) and the parties' issue profiles in the media, which form the basis for conclusions about in which areas the parties have managed to come forward in the issues they themselves wished.

In **tabell 4** the parties' own election programs are presented: what the seven parties themselves considered to be the most important issues in the election 2002. The table shows the parties' election programs based on what each party considered to be the ten most important issues. Altogether, 20 different issues were identified.

Tabell 4 Partiernas viktigaste sakfrågor i valet 2002 (procent).

	Alla partier	v	s	c	fp	m	kd	mp
1. Skola, utbildning	10	4	11	10	15	9	15	6
2. Vård, äldreomsorg	8	5	9	7	5	8	18	6
3. Ekonomi	7	5	8	8	10	11	7	3
4. Miljöfrågor	7	6	6	6	8	2	8	16
5. Skatter	6	2	2	11	4	14	6	3
6. Utrikes/intern.	6	8	5	3	7	3	9	6
7. Jämställdhet	6	14	3	4	6	4	3	6
8. Rättsfrågor, brott	6	2	7	10	6	7	7	0
9. Familjefrågor	5	4	6	2	3	4	13	6
10. Integration, inv. frågor	5	6	6	4	8	4	1	6
11. EU	4	4	0	3	8	7	2	6
12. Arbetslivsfrågor	3	8	6	1	1	0	2	6
13. Sociala frågor, allm.	3	8	2	2	0	6	1	3
14. Regionalpolitik	3	3	2	11	1	0	0	4
15. Ohälsa, sjukskrivningar	2	3	2	5	2	1	1	3
16. Jordbruk, fiske	2	2	0	2	1	2	2	8
17. Kulturfrågor	2	2	6	1	6	0	0	0
18. Sysselsättningsfrågor	2	6	2	1	1	4	0	1
19. Kommunikationsfrågor	1	1	0	2	0	4	0	3
20. Missbruksfrågor	1	0	7	0	0		1	0
Övriga sakfrågor	11	7	10	7	8	9	4	8
	100	100	100	100	100	100	100	100
N=antal utsagor	–	419	241	231	397	425	309	144

Kommentar: Beräkningen utgår från partiernas valmanifest och utgörs av antalet utsagor i enskilda sakfrågor. Procentandelen för "alla partier" avser medelvärdet för de sju partierna.

Partiernas prioriteringar av olika sakfrågor är mycket likartad. Samtliga partier har nästan med samtliga 20 sakfrågor i sina valmanifest och spridningen över olika sakfrågor är dessutom jämn.

De små skillnaderna mellan partierna innebar därför att partierna inför 2002 års valrörelse i jämförelse med tidigare val framstod som förhållandevis profillösa.

Skolan och vården var de två största frågorna på partiernas dagordning. Sjukskrivningarna och det som i valrörelsen kom att kallas svenskarnas ohälsa intog däremot en undanskymd plats.

Till de frågor som traditionellt brukar inta en central plats på partiernas dagordning hör ekonomi, skatter och sysselsättning. I 2002 års valrörelse spelade de en underordnad roll.

Internationella frågor, kultur och rättsfrågor tillhör däremot frågor som sällan brukar spela en stor roll i svenska valrörelser. Det gjorde de däremot i 2002 års valrörelse.

Partiernas egna sakfrågeprofiler

Socialdemokraternas sakfrågeprofil liknar genomsnittet för samtliga partier. Den utslätade sakfrågeprofilen hos socialdemokraterna visas också av att s inte hade någon fråga som prioriterades högre än hos något annat parti, med undantag för missbruksfrågor.

Missbruksfrågor (främst narkotika) liksom rättsfrågor (polis, lagar, brottslighet, trygghet) tillhör områden som i tidigare valrörelser inte prioriterats särskilt högt hos socialdemokraterna. I detta avseende visade socialdemokraterna en ny och delvis särpräglad profil i 2002 års valrörelse.

Hos *moderaterna* fick skatterna och ekonomin högre prioritet än hos något annat parti. Men även hos moderaterna kom vården och skolan högt på dagordningen, liksom rättsfrågor.

Folkpartiet satte integrationsfrågorna högre upp på dagordningen än något annat parti. Men skolan, och även ekonomin, prioriterades högre än integrationsfrågorna. Folkpartiet prioriterade EU högst av partierna. Däremot gav folkpartiet vårdfrågorna inte en lika central plats som andra partier.

Familjefrågor fick högst prioritet hos *kristdemokraterna*, men liksom hos övriga partier kom skolan och vården högt på kristdemokraternas dagordning. Även miljön och internationella frågor (biståndsfrågor) intog en central plats.

Centerpartiets viktigaste frågor var regionalpolitiken och skatterna. Men även vården, skolan och rättsfrågor prioriterades högt. Centerpartiet var det parti där frågor om människors ohälsa fick störst uppmärksamhet.

Jämställdheten var *vänsterpartiets* viktigaste fråga. Den prioriterades högre än hos något annat parti. Därefter kom internationella frågor och arbetslivsfrågor. De sociala frågorna och sysselsättningen gavs också hög prioritet.

Miljöfrågan var, inte helt överraskande, den viktigaste frågan för *miljöpartiet*. Därefter kom den kategori som här kallas jordbruk och fiske, och som i miljöpartiets fall främst handlar om torskfiskestoppet. I övrigt går det inte att urskilja någon profilfråga hos miljöpartiet utan övriga sakfrågor gavs en likartad prioritet, med ett visst försteg för EU, internationella frågor och arbetslivsfrågor.

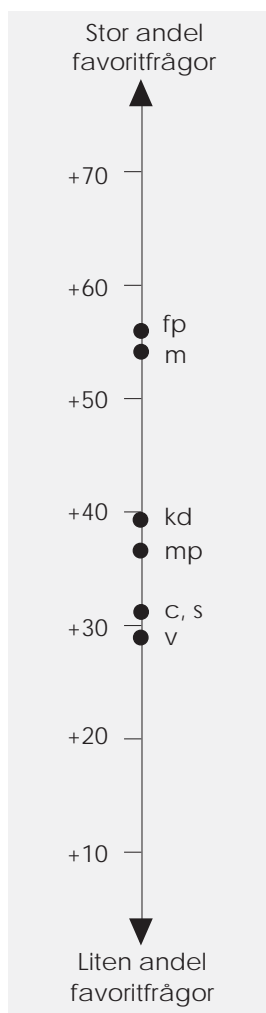
Partiernas sakfrågeprofiler i medierna

Fick då partierna tala om de frågor de själva prioriterade – och i den utsträckning de önskade?

I **figur 3** presenteras i vilken utsträckning partierna fick framträda i sina favoritfrågor. Resultatet avser medelvärde för de nio undersökta medierna. (I **Appendix 2, tabell A3**, redovisas resultatet uppdelat på radio/TV respektive pressen i tabell A4 överensstämmelsen för samtliga sakfrågor).

Partiernas placering på skalan anger partiets framträdande i de fem frågor som partiet självt prioriterade högst (de sakfrågor som markerats med fetstil i tabell 4). Ju högre andel, desto mer får partiet framträda i sina favoritfrågor. Värdet 100 innebär att partiets alla medieframträdanden (i sakfrågor) utgörs av framträdanden i de fem högst prioriterade sakfrågorna, medan värdet 0 innebär att inte något av partiets medieframträdanden (i sakfrågor) utgörs av framträdanden i partiets fem högst prioriterade sakfrågor.

Figur 3 Partiernas framträdanden i sina favoritfrågor (procent)



Kommentar: Figuren visar överensstämmelser mellan partiets egna favoritfrågor (fem-i-topp) och den sakfrågeprofil som partiet framträdde med i medierna. Siffran i figuren anger hur stor procentandel som de fem sakfrågor som partiet själv prioriterade högst utgjorde av partiets samtliga medieframträdanden i enskilda sakfrågor. Ex: av fp:s samtliga medieframträdanden i sakfrågor utgjorde 56 procent framträdanden i partiets fem högst prioriterade sakfrågor (se sakfrågor markerade med fetstil i tabell 4).

Folkpartiet uppvisade den tydligaste sakfrågeprofilen i 2002 års medievalsrelse och fick i stor utsträckning framträda med den sakfrågeprofil de själva prioriterade. Närmare hälften av partiets mediefamträdanden i olika sakfrågor handlade om skolfrågor och integrationsfrågor.

Moderaternas sakfrågeprofil i medierna stämmer också i stor utsträckning överens med partiets egna sakfrågeprioriteringar. Moderaterna fick tala om ekonomi, skatter, rättsfrågor, vård och skolan i ungefär den utsträckning de själva önskade.

Centerpartiet, socialdemokraterna och *vänsterpartiet* fick däremot en mindre gynnsam sakfrågeprofil i medierna. Centerpartiet kom exempelvis inte fram i de regionalpolitiska frågorna i den utsträckning partiet själv önskade.

Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler och partiernas sakfrågeprofiler i medierna måste dock överlag bedömas som stor. Partierna kan därför i 2002 års medievalsrelse i mycket stor utsträckning sägas ha fått framträda med den sakfrågeprofil de själva önskade.

Partiernas valrörelseprofiler i medierna

En svensk medievalsrelse handlar dock inte enbart om framträdanden i politiska sakfrågor.

Vid sidan av rapporteringen kring (1) politiska *sakfrågor* framträder partierna också i (2) övergripande *idé- och demokratifrågor* av ideologiskt slag och oftast i slutet av valkampanjen när valdagen närmar sig ges (3) *regeringsfrågan* stor uppmärksamhet. Partierna får svara på frågor om vem som skall bilda regering och vem som kan tänkas stödja vem.

Till de stående inslagen i medievalsrelsen hör också rapporteringen kring (4) politiska *affärer* eller tabbar av olika slag. Till detta kommer bevakningen av själva (5) *valrörelsen* och dess aktörer; exempelvis reportage från valarbetarnas vardag och opinionsmätningar i samband med televisionens partiledarutfrågningar.

Partierna kan med andra ord under en medievalsrelse förknippas med annat än politiska sakfrågor. I **tabell 5** presenteras vad som kan kallas partiernas *valrörelseprofiler* – hur partierna kom fram i valrörelsen som helhet.

Socialdemokraterna hade den mest sakfrågeinriktade profilen i medierna, vänsterpartiet och miljöpartiet en mer framträdande profil i övergripande idé- och demokratifrågor än andra partier och centerpartiet och miljöpartiet förekom oftare än andra i sammanhang där frågor ställdes om vilken regering de var beredda att stödja. Folkpartiets framträdande i *regeringsfrågan* handlade dock i första hand om anspråk på vem som var de borgerliga partiernas främste statsministerkandidat.

Tabell 5 Partiernas valrörelseprofiler i nyhetsrapporteringen (procent).

	v		s		c		fp		m		kd		mp	
	Radio/ TV	Press	Radio/ TV	Press	Radio/ TV	Press	Radio/ TV	Press	Radio/ TV	Press	Radio/ TV	Press	Radio/ TV	Press
Enskilda sakfrågor	50	71	75	73	64	73	63	72	53	66	64	74	58	65
Idé- och demokratifrågor	15	5	4	2	0	1	3	2	5	3	1	2	10	3
Regeringsfrågan	11	2	7	3	18	3	17	4	7	2	11	3	22	11
Affärer, tabbar	4	0	6	2	1	1	1	0	24	8	12	1	0	0
Valrörelsen	20	22	8	20	17	22	16	22	11	21	12	20	10	21
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N=antal framträdanden	54	524	343	1743	72	547	103	695	182	1024	82	621	60	581

I övrigt kan två huvudresultat urskiljas i tabell 5.

Det *första* gäller moderaternas valrörelseprofil. En mycket stor del av moderaternas framträdanden i 2002 års medievalrörelse kom att handla om uppföljningen av Uppdrag gransknings TV-reportage om rasistiska och främlingsfientliga uttalanden i partiernas valstugor. Nyhetsrapporteringen som följde på det uppmärksammade programmet bestod i stor utsträckning av citat och återutsändning av uttalanden som gjordes i programmet av moderata valarbetare. I tabellen har den rapportering som följde på Uppdrag gransknings reportage valts att föras till kategorin ”affärer”.

Nyhetsbevakningen av kristdemokraterna uppvisade samma mönster som för moderaterna, men bilden av kristdemokraterna dominerades inte i lika stor utsträckning av den rapportering som följde på Uppdrag gransknings valstugereportage.

Det *andra* huvudresultatet gäller den mycket stora skillnad som finns mellan etermedierna och pressen. I Rapport, Aktuellt, Ekot och Nyheterna hade i genomsnitt 24 procent av moderaternas framträdanden samband med Uppdrag granskning. Motsvarande andel i pressen var i genomsnitt 8 procent. Uppdrag Granskning och uppföljningar av programmet fick en jämförelsevis begränsad uppmärksamhet i pressen. Det gällde särskilt kvällspressen, där programmet knappt berördes.

4. Medieagendan

Det tredje sättet ett parti kan gynnas eller missgynnas på är genom den uppmärksamhet olika frågor och företeelser får i medierna.

Kampen om dagordningen under en valrörelse handlar ytterst om vem som skall bestämma vilka frågor som skall stå överst på väljarnas dagordning.

I denna kamp om vad väljarna kommer att bedöma som valets viktigaste frågor spelar nyhetsmedierna en avgörande roll. Ett partis framgångar hos opinionen hänger i hög grad på om partiets favoritfrågor är högt placerade på medieagendan och att frågor och företeelser partiet helst vill undvika hamnar utanför.

Stor överensstämmelse partier - medier

Mediernas uppmärksamhet av de 20 viktigaste sakfrågorna inför valet 2002 presenteras i **tabell 6** på nästa sida.

Högst på medieagendan stod integrations- och invandrarfrågor. Ekonomin, vården, skolan, internationella frågor och ohälsan kom därefter. Och som vi tidigare visat stod ekonomin, vården, skolan och de internationella frågorna också högt på partiernas dagordning (tabell 4).

Det finns med andra ord en betydande överensstämmelse mellan vad som i valrörelsen kom att stå överst på medieagendan och vad fanns på partiernas agenda före valet, med två viktiga undantag. Integrationsfrågorna och ohälsofrågorna fick en klart större uppmärksamhet i medierna än hos partierna. Men det finns en stor skillnad mellan etermedier och kvällspress. Nyhetsprogrammen i radio och TV är klart mer inriktade på integrationsfrågor, medan kvällspressen är mer inriktad på sjukskrivningar och ohälsa.

Vilka partier kom då att gynnas eller missgynnas av de frågor som medievalrörelsen främst kom att handla om?

Tabell 6 De viktigaste sakfrågorna i nyhetsmedierna (procent).

	Alla medier	Radio/ TV	Morgonpress	Kvällspress
1. Integration, inv. frågor	12	16	11	7
2. Ekonomi	10	10	13	5
3. Vård, äldreomsorg	7	8	6	7
4. Ohälsa, sjukskrivningar	7	5	6	11
5. Utrikes, internationellt	7	11	5	4
6. Skola, utbildning	6	4	5	12
7. Rättsfrågor, polis	5	7	4	6
8. EU	5	8	4	2
9. Jämställdhet	4	3	4	6
10. Familjefrågor	4	2	4	6
11. Kulturfrågor	3	1	3	9
12. Skatter	3	3	5	4
13. Miljöfrågor	3	3	3	4
14. Sysselsättningsfrågor	3	2	5	3
15. Arbetslivsfrågor	2	2	4	2
16. Kommunikationsfrågor	2	2	3	0
17. Sociala frågor, allmänt	1	1	3	1
18. Jordbruk, fiske	1	1	1	1
19. Missbruksfrågor	1	1	2	2
20. Regionalpolitik	1	1	1	2
Övriga sakfrågor	12	9	7	6
	100	100	100	100

Den betydande överensstämmelsen mellan medieagendan och vad partierna (som grupp och som enskilda partier) ansåg vara valets viktigaste sakfrågor gör att det är svårt att urskilja något parti som klart missgynnades av vad som kom att stå på mediedagordningen i valet 2002. Och det går inte heller att skilja ut något parti som påtagligt gynnades av medieagendan, med undantag för folkpartiet.

Folkpartiets förslag till språkkunskapskrav för svenskt medborgarskap bidrog snabbt till att integrationsfrågor kom att stå överst på medieagendan. Folkpartiet satte också integrations- och invandrarfrågorna högt på sin egen dagordning, högre än något annat parti. Men integrationsfrågor stod inte högst, utan kom först på femte plats. Skolan, ekonomin, miljön och EU prioriterades högre. Integrationsfrågorna fick något tillspetsat en högre prioritet i medierna än vad folkpartiet före valet ”önskade”.

Det gynnsamma för folkpartiet var inte att integrationsfrågorna som sådana fick stor medieuppmärksamhet. Viktigare var att folkpartiet framstod som initiativtagare och pådrivande i den fråga som kom att utveckla sig till den viktigaste frågan i medierna. Genom att språkkunskapskravet passade både folkopinion och medielogik kunde folkpartiet tidigt i valrörelsen genom mediernas försorg få till stånd en dagordning som satte upp ramarna för de andra partiernas agerande.

Skolfrågorna fick också stor uppmärksamhet i medierna, utan att tillhöra de allra största frågorna, med undantag för kvällspressen. Även i detta fall var det inte skolfrågornas stora uppmärksamhet som i första hand ledde till att medieagendan blev gynnsam för folkpartiet, utan mera att folkpartiet sedan lång tid tillbaka haft initiativet och varit drivande i frågan och kunde därigenom (liksom i integrationsfrågan) bestämma förutsättningarna för valdebatten i medierna.

5. Nyhetsmediernas partiskhet – sammanfattande slutsatser

Under 1998 års valrörelse fick folkpartiet åtta procent av utrymmet i nyhetsrapporteringen. I 2002 års val var folkpartiets andel nästan dubbelt så stor.

Den kraftigt förändrade uppmärksamheten för folkpartiet visar hur viktiga medierna är för partiernas möjligheter att nå ut till väljarna, men också hur nyhetsmedierna genom sitt urval drastiskt kan ändra de opinionsmässiga förutsättningarna för ett politiskt parti.

Folkpartiet kan tyckas ha fått en mer gynnsam behandling i medierna 2002 än 1998. Men innebär detta att medierna därigenom varit partiska i sin nyhetsrapportering?

Utgångspunkter

För att svara på den frågan krävs först en del klarläggande. För det *första* måste frågan om medierna faktiskt har gynnat ett parti skiljas från den normativa frågan om medierna på ett oskäligt sätt har gynnat partiet. Att ett parti de facto fått en gynnsam uppmärksamhet i nyhetsrapporteringen innebär inte med nödvändighet att det därmed oskäligt har gynnats.¹

Medievalsundersökningarna är studier av mediernas faktiska partiskhet. De tar inte sin utgångspunkt i exempelvis SVT:s sändningstillstånd eller någon annan regelsamling. Det hindrar naturligtvis inte att resultaten kan användas som underlag för slutsatser om partiskheten varit oskälig eller ej. Men – och det är viktigt – slutsatser om faktisk partiskhet är inte automatiskt giltiga på normativ nivå.

För det *andra* avser studierna av mediernas partiskhet det journalistiska arbetets slutprodukt. Det är sålunda inte nyhetsmediernas eller journalisternas intentioner som undersöks. Ett enskilt medium kan mycket väl ha för avsikt att vara opartiskt men ändå inte vara det, liksom ett medium kan vara opartiskt även om avsikten har varit att gynna eller missgynna någon aktör. Att fastställa att ett medium varit partiskt innebär inte med nödvändighet att detta också varit journalisternas avsikt.

För det *tredje* krävs en teori eller föreställning som på ett heltäckande sätt anger hur en aktör kan gynnas eller missgynnas i nyhetsrapporteringen. Teorin måste vara heltäckande eftersom en aktör kan missgynnas i ett avseende, men gynnas i ett annat. De studier som här presenteras utgår ifrån ett grundantagande om hur den politiska världen är beskaffad som den enskilde individen har att agera gentemot. Utifrån detta grundantagande har sedan de tre huvudsätten som en aktör kan gynnas eller missgynnas deduktivt härletts.²

¹För en mer ingående redogörelse för innehållsstudiernas allmänna teoretiska utgångspunkter och en diskussion kring slutsatser om medieinnehållsegenskaper på deskriptiv och normativ nivå se *Mäktiga massmedier* (Asp 1986, kap 1,3 och 5-8) och kap 5 Massmedierna som informations- och opinionsförmedlare i *Kampen om kärnkraften* (Holmberg och Asp, 1984).

²Studierna ingår i ett större teoretiskt sammanhang där den enskilde individens politiska handlande antas vara bestämt av hur han/hon uppfattar och värderar två centrala objekt i den politiska världen: aktörer och sakfrågor. Dessa två objekt tillsammans med åtföljande egenskaper och relationer konstituerar den politiska världen. Med utgångspunkt från en politisk värld som består av två objekt med åtföljande objektrelationer och objekttegenskaper följer de tre huvudsätten som en aktör kan gynnas/missgynnas på. (Se *Mäktiga massmedier*, Asp, 1986, s 62ff)

För det *fjärde* krävs en teori eller föreställning som avgör huruvida en faktisk partiskhet föreligger eller ej – om någon aktör skall anses ha gynnats eller missgynnats. Det är exempelvis inte självklart att stor uppmärksamhet alltid är gynnsamt för en aktör eller att liten uppmärksamhet är ogynnsam.

Till grund för att avgöra vad som kan tänkas vara gynnsamt eller ogynnsamt för en aktör ligger enkla grundantaganden om vad som i normalfallet är gynnsamt eller ogynnsamt för en aktör. Att det te x i normalfallet är gynnsamt för ett politiskt parti att få uppmärksamhet, att det i normalfallet är mer gynnsamt att få beröm än kritik, att det i normalfallet är mer gynnsamt att framställas i harmoni än i konflikt med sina politiska vänner, att det i normalfallet är gynnsamt om mediernas bild av omvärlden stämmer överens med den bild aktören själv vill ge osv.³

Detta innebär att det i vissa fall krävs att man kan fastställa eller i varje fall kan uppskatta vilken världsbild aktören själv står för eller vilka preferenser aktören själv har för att kunna avgöra om medierna kan anses ha gynnats eller missgynnats aktören ifråga.

Resultat i sammandrag

Det borgerliga regeringsalternativet fick en mer gynnsam medieuppmärksamhet än socialdemokraterna och de två samarbetspartierna. Den mest gynnsamma uppmärksamheten av det borgerliga blocket gavs i *Rapport* och *Aktuellt*. Därefter kom *Dagens Nyheter*, *Göteborgs-Posten* och *Svenska Dagbladet*, med sinsemellan mycket likartade nyhetsvärderingsprinciper. *Nyheter*na i TV4 kan också räknas till denna grupp. Den mest likartade behandlingen av valets huvudalternativ gavs i *Aftonbladet*. *Ekot* var den enda av de undersökta nyhetsredaktionerna som gavs + samarbetspartierna en mer gynnsam uppmärksamhet än det borgerliga blocket.

Vänsterpartiet gavs en klart mindre gynnsam behandling i 2002 års medievalrörelse än 1998. Liksom i 1998 års val dominerades partiets medieframträdanden i hög grad av partiledaren. Men Gudrun Schyman och vänsterpartiet fick mindre uppmärksamhet än 1998 och tillhörde de partier som fick den minst gynnsamma uppmärksamheten när de väl kom fram i medierna. Det gällde särskilt i radions och televisionens nyhetsprogram, medan pressens bevakning inte var lika ogynnsam.

Jämställdheten som var partiets främsta profilfråga blev också partiets viktigaste profilfråga i medierna. Men i andra av partiet högt prioriterade frågor kom man inte till tals i den utsträckning partiet självt önskade. Vänsterpartiets egen sakfrågeprofil stod inte heller i samklang med de frågor som i valrörelsen stod högst upp på mediedagordningen.

Miljöpartiet stod i fokus på ett helt annat sätt i 2002 års medievalrörelse än 1998. Partiet fick större uppmärksamhet och tillhörde de partier som också fick en övervägande positiv exponering. Det gällde särskilt partiets språkrör, Peter Eriksson och Maria Wetterstrand, som båda fick ett kraftigt genomslag i medierna.

Miljöpartiet kom fram väl i partiets hjärtefråga, miljön, men det gällde i första hand i etermedierna. I övrigt var överensstämmelsen mellan partiets egen sakfrågeprofil och profilen i medierna förhållandevis liten. Till en del var det ett resultat av att partiet självt saknade en tydligt prioriterad sakfrågeprofil. Den stora uppmärksamheten kring miljöpartiets ställningstagande i regeringsfrågan blev därför miljöpartiets mest markanta medieprofil.

³ I en del fall kan det självklart vara negativt för en aktör att framträda i medierna; en aktör kan te x mot sin vilja tvingas fram. I andra fall kan det vara negativt att få beröm; beröm från en viss aktör kan vara en dödskyss, liksom det i andra fall kan vara positivt att få kritik; kritik från en motståndare kan vara något man eftersträvar. I flertalet fall torde de grundantaganden som görs vara giltiga. Därav tillägget ”i normalfallet”.

Centerpartiet fick en gynnsam uppmärksamhet i medierna. Det gällde både i pressen och i etermedierna. Partiet fick visserligen inte större uppmärksamhet i medierna än 1998, men skillnaden mellan Maud Olofssons och Lennart Daléus framtoning i medierna var stor.

Centerpartiets framträdanden i regionala frågor, partiets främsta profilfråga, var få i pressen och i det närmaste obefintliga i etermedierna. Med undantag för regionalpolitiken var dock överensstämmelsen mellan centerpartiets egen sakfrågeprofil och profilen i medierna förhållandevis stor. Det gällde skatterna och ekonomin. Vården, skolan och omsorgen, som stod högt på mediedagordningen, tillhörde också de frågor som stod högt på centerpartiets dagordning.

Kristdemokraterna och Alf Svensson stod inte i fokus på samma sätt som i 1998 års framgångsrika valrörelse. I det avseendet finns det ingen skillnad mellan etermedierna och storstadspressen.

De frågor som medievalrörelsen kom att handla om var i stor utsträckning också frågor som stod högt på kristdemokraternas dagordning. Familjefrågor, som i tidigare valrörelser intagit en central plats, kom dock i skymundan i 2002 års val. I integrationsfrågorna, medievalrörelsens största fråga, hade kristdemokraterna liksom centerpartiet en låg profil.

Kristdemokraterna hörde till de partier som allmänt sett fick en gynnsam uppmärksamhet, men partiet förekom också i klart negativa sammanhang. Förutom en del mindre och övergående s k affärer, förekom kristdemokraternas valarbetare i den mycket omfattande rapportering i etermedierna som följde på TV-programmet Uppdrag granskning.

Folkpartiet gjorde en mycket lyckosam medievalrörelse. Partiet fick nästan dubbelt så stor uppmärksamhet som i valet 1998. Lars Leijonborg som 1998, tillsammans med Lennart Daléus, befann sig i medievalrörelsens utkant stod 2002 i centrum för mediernas uppmärksamhet.

Folkpartiet kom i hög grad att prägla två av medievalrörelsens viktigaste sakfrågor. Både i skolfrågan och i integrationsfrågorna hade folkpartiet ett problemformuleringsinitiativ och bestämde i hög grad ramarna för den debatt som fördes i medierna, ofta utan att partiet självt deltog i debatten.

Dessutom stämde folkpartiets profil i medierna i hög grad överens med partiets egen sakfrågeprofil. Förslaget till språktest fick stort genomslag och en fjärdedel av folkpartiets framträdanden i radions och televisionens nyhetsprogram handlade om skolan, partiets främsta profilfråga.

Moderaterna fick tillsammans med vänsterpartiet och socialdemokraterna den minst gynnsamma uppmärksamheten i medievalrörelsen. Det var ungefär samma uppmärksamhet och samma behandling som i valet 1998. Och i likhet med tidigare val fick moderaterna en klart mindre gynnsam uppmärksamhet än övriga tre borgerliga partier. Det gäller såväl i pressen som i etermedierna.

Moderaterna fick i stort sett framträda och komma fram i de sakfrågor de själva önskade. De frågor som stod högt på moderaternas egen dagordning, skatter, ekonomin, men också skolan och vården, blev också de frågor som partiet förknippades med i medierna. Däremot lyckades inte moderaterna att få ekonomin och tillväxtfrågorna till en stor fråga i valet.

Även om moderaterna fick ut sitt budskap i sakfrågorna kom slutet av valrörelsen att helt präglas av den negativa rapportering som följde på Uppdrag granskningens valstugereportage.

Det var dock en stor skillnad mellan etermediernas och pressens bevakning. Närmare en fjärdedel av moderaternas framträdanden i radions och televisionens nyhetsprogram hade samband med de rasistiska och främlingsfientliga uttalanden som gjordes i programmet av moderata valarbetare. I pressen fick TV-programmet en i jämförelse mindre uppmärksamhet.

Socialdemokraterna fick som nyhetsaktör den minst gynnsamma uppmärksamheten i 2002 års valrörelse. Partiets exponering i medierna var betydligt lägre än i 1998 års valrörelse.

Däremot stämde socialdemokraternas profil i medierna och de frågor som valrörelsen kom att handla om väl överens med partiets egen sakfrågeprofil. Socialdemokraterna kan på så vis sägas både ha fått en gynnsam och ogynnsam uppmärksamhet i medierna.

Överensstämmelsen mellan medieagendan och socialdemokraternas egen dagordning var dock till stor del ett resultat av att socialdemokraternas egen sakfrågeprofil närmast återspeglade ett genomsnitt av de andra partiernas sakfrågeprofiler. Socialdemokraterna fick med andra ord i stor i stor utsträckning framträda med den medieprofil de själv önskade och kom som ett resultat av detta framstå som profillöst i medierna.

III Mediebildens följder: vinnare och förlorare

Undersökningens andra huvudfrågeställning handlar om nyhetsrapporteringens betydelse för valutgången.

Den bild som press, radio och TV ger av en valrörelse kan som resultatet i föregående avsnitt visat kraftigt gynna eller missgynna ett politiskt parti. I 2002 års valrörelse fick folkpartiet den mest gynnsamma uppmärksamheten och blev valets stora vinnare. Moderaterna fick den mest ogynnsamma uppmärksamheten och blev valets stora förlorare.

Det finns alltså ett starkt samband mellan mediebild och valresultat. Men att det föreligger ett samband betyder inte med nödvändigt att det var den gynnsamma mediebilden av folkpartiet och den ogynnsamma mediebilden av moderaterna som låg bakom partiernas valresultat. Det finns andra, djupare orsaker som under lång tid före valkampanjen påverkat väljarna; en persons politiska preferenser är en komplicerad produkt av personliga erfarenheter och av sociala och ekonomiska omständigheter. Det hindrar dock inte att andra mer kortsiktigt verkande faktorer kan bli avgörande för valutgången och partiets valresultat. En sådan kortsiktigt verkande faktor är den bild som ges i medierna av valrörelsen och partierna.⁴ Det finns därför inget nödvändigt samband mellan innehållets partiskhet och individeffekter i samma riktning. Mediernas innehåll kan vara partiskt utan att avsätta sig i några individeffekter, likväl som ett opartiskt innehåll kan åstadkomma effekter som kan vara positiva eller negativa för ett politiskt parti.

Vilken betydelse hade mediernas bild av 2002 års valrörelse för valutgången?

6 Valets vinnare och förlorare

Valets vinnare och förlorare presenteras i **tabell 7**.

Jämfört med 1998 innebar 2002 års val mycket stora förändringar. Folkpartiet nästan tredubblade sin röstandel och moderaterna förlorade en tredjedel av sina väljare. Kristdemokraterna förlorade också stort, medan centerpartiet för första gången på över 20 år gick fram i ett val. Socialdemokraterna ökade med drygt tre procent, ungefär lika mycket som vänsterpartiet förlorade.

Tabell 7 Vinnare och förlorare i valet 2002 (procent).

	1998	2002	+/-
v	12.0	8.3	-3.7
s	36.6	39.8	+3.2
c	5.1	6.1	+1.0
fp	4.7	13.3	+8.6
m	22.7	15.2	-7.5
kd	11.8	9.1	-2.7
mp	4.7	4.6	-0.1

⁴ Även om mediebildens påverkan på den enskilde, är eventuella effekter inte enbart beroende av medieinnehållets egenskaper utan också av egenskaper hos individen (se Mäktiga massmedier 1986, Publikens mottaglighet s 69ff).

Men vinnare och förlorare i ett val är inte nödvändigtvis detsamma som valkampanjens vinnare och förlorare. I **tabell 8** redovisas den opinionsutveckling som ägde rum under den sista månaden före valdagen den 15 september. Uppgifterna i tabellen bygger på TEMO:s väljarbarometer för augusti, vilken grundar sig på intervjuer som genomfördes under augusti månads första hälft.

Tabell 8 Vinnare och förlorare under valkampanjen (procent).

	TEMO (15 aug)	Val- resultat	+/-
v	10.1	8.3	-1.8
s	41.2	39.8	-1.4
c	6.0	6.1	+0.1
fp	6.8	13.3	+6.5
m	19.4	15.2	-4.2
kd	10.2	9.1	-1.1
mp	3.9	4.6	+0.7

Valkampanjens vinnare och förlorare är i stort desamma som valets vinnare och förlorare. De opinionsförändringar som ägde rum under den sista valrörelsemånaden går i huvudsak i samma riktning som förändringarna mellan 1998 och 2002 års valresultat. Folkpartiet vinner mycket kraftigt och moderaterna förlorar kraftigt under själva valkampanjen. Enligt TEMO:s (och Sifos) siffror gjorde både folkpartiet och moderaterna huvuddelen av sina vinster och förluster just under de sista fem-sex veckorna före valdagen.

Vänsterpartiet och kristdemokraterna förlorar också väljarstöd under valkampanjen. Men enligt TEMO och Sifo hade ungefär hälften av v:s och kd:s förluster gjorts redan innan valkampanjen började. För centerpartiet är det svårt att (i opinionsmätningarna) urskilja någon trend under själva valkampanjen.

Miljöpartiet och socialdemokraterna är de enda partier som under valkampanjen går i en annan riktning än valresultatet. Miljöpartiets valresultat minskade något, men enligt opinionsinstitutet ökade miljöpartiet under själva valkampanjen. Socialdemokraterna förbättrade sitt valresultat, men minskade enligt opinionsinstitutet jämfört med opinionsläget fem-sex veckorna före valdagen. Socialdemokraterna gjorde (om opinionsmätningarna stämmer) därmed ett bra valresultat men ett dåligt resultat under själva valkampanjen, medan miljöpartiet gjorde ett bättre kampanjresultat än valresultat.

Detta innebär att det för fyra partier existerar ett klart samband mellan uppmätt mediebild och opinionsutveckling. Det gäller folkpartiet, moderaterna, vänsterpartiet och miljöpartiet.

För tre partier, socialdemokraterna, centerpartiet och kristdemokraterna är sambandet inte lika entydigt, även om det går i samma riktning. Kristdemokraterna gjorde (särskilt i jämförelse med 1998) ingen stark medievals rörelse och partiet förlorade också väljare under valkampanjen. Centerpartiet gjorde enligt innehållsmätningarna varken en stark eller svag medievals rörelse och verkar inte heller gjort några stora vinster eller förluster under valkampanjen.

Socialdemokraternas medievals rörelse är svårbedömd. Det går dock knappast att hävda att den bild som gavs i medierna var särskilt gynnsam, även om partiets nedtonade och lågt hållna sakprofil i medierna blev den som eftersträvats. Om partiet (som opinionssiffrorna antyder) gjorde förluster mellan augustis första hälft och valdagen är det därför ett resultat som står i samklang med den bild som gavs i medierna av partiet och partiets politik..

Resultaten för 2002 års valrörelse står därmed i överensstämmelse med resultat från tidigare medievalsundersökningar. Under samtliga sju tidigare undersökta valrörelser har tydliga samband mellan mediebild och partiernas valresultat kunnat konstateras.

7. Valkampanjens sista veckor: mediebild och opinionsutveckling

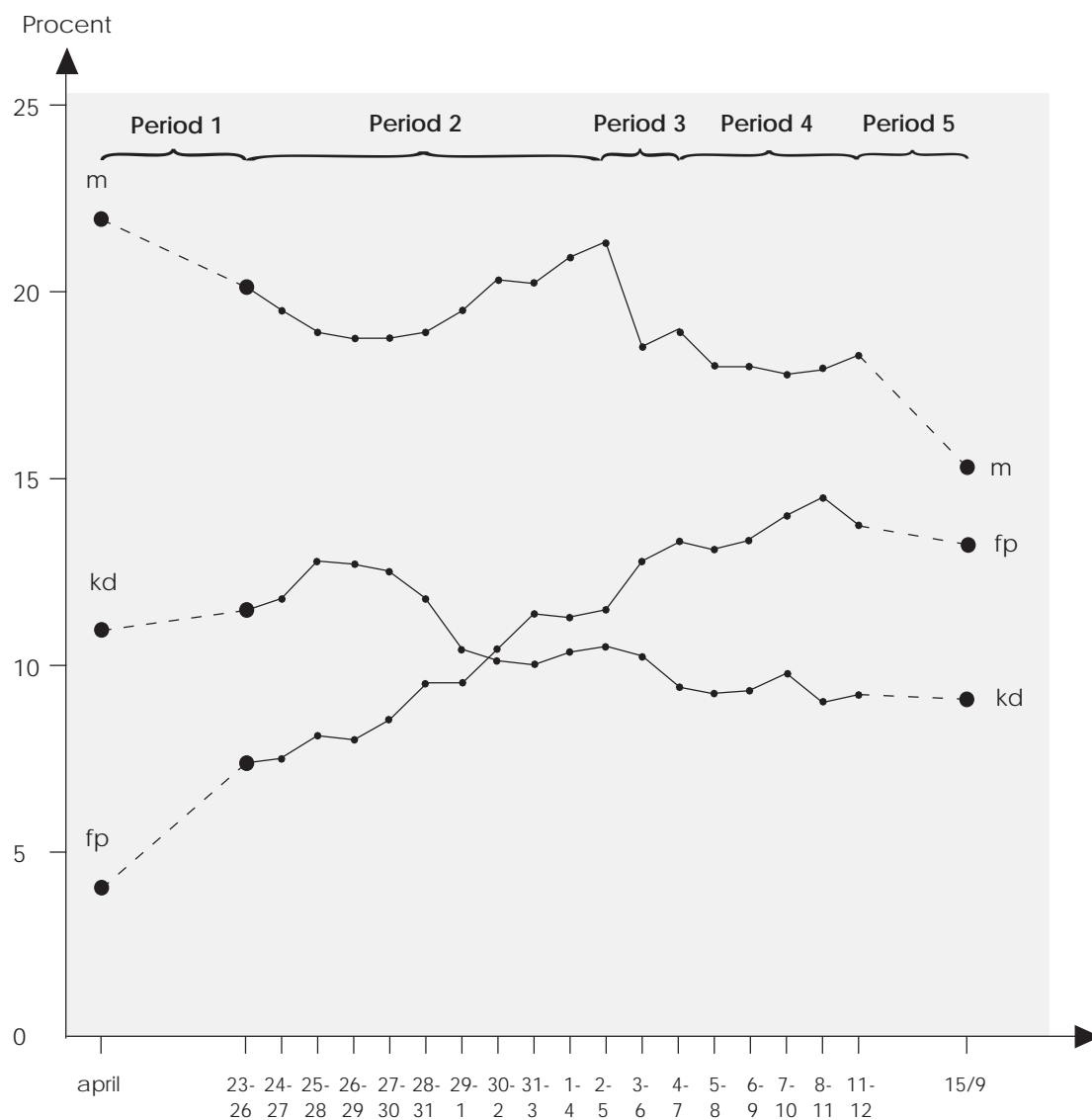
Under 2002 års valrörelse genomförde opinionsinstitutet under de tre sista veckorna före valdagen även dagliga opinionsmätningar. Det gör att det mer i detalj går att följa opinionsutvecklingen och relatera uppgångar och nedgångar till den bild som gavs i medierna strax före mätningarna.

I det följande koncentreras intresset till de två partier som gjorde de största vinsterna respektive de största förlusterna under valkampanjens tre sista veckor.

Opinionsutvecklingen för folkpartiet och moderaterna presenteras i **figur 4** på nästa sida. Även om moderaterna och folkpartiet står i fokus redovisas också kristdemokraternas opinionssiffror, eftersom man kan anta att kd påverkades mest av förändringar hos folkpartiet och moderaterna.

TEMO:s dagliga opinionsmätningar för de tre partierna visar i stort samma resultat som Sifos dagliga mätningar. I de fall då mätningar har gett olika resultat redovisas det i texten.

Figur 4 Opinionsutvecklingen under valrörelsens tre sista veckor (procent)



Det datum som anges figur 4 är inte dagen för publiceringen (som anges i tidningarna) utan de fyra dagar då intervjuerna faktiskt genomfördes. Det innebär att varken TEMO:s eller Sifos mätningar i strikt mening tillåter slutsatser om förändringar från en specifik dag till en annan, utan de förändringar som kan iaktas från en dag till en annan handlar om glidande medeltal där hänsyn tas till uppmätta resultat för de tre föregående dagarna. I den följande redovisningen har därför datum för enskilda dagar satts inom anföringstecken.

Analysen av opinionsutvecklingen under valrörelsens tre sista veckor tar sin utgångspunkt i de opinionsciffror som de tre partierna hade i april, före Almedalens sommartal och valkampanjens start. Förutom (1) perioden "april - 25 augusti" (då de dagliga opinionsmätningarna startade) kan under de tre sista veckorna ytterligare fyra perioder med olika karaktär urskiljas: (2) "25 augusti - 5 september", (3) "6 september", (4) "7 september - 11 september" och (5) "12 september - 15 september".

I det följande redovisas för varje tidsperiod de opinionsförändringar som ägde rum och den dominerande bilden i medierna.

Period 1: april - 25 augusti

Opinionsutveckling

Från april till de dagliga mätningarnas början den "25 augusti" gick folkpartiet i TEMO från att vara ett fyra-procentsparti till ett väljarstöd på drygt sju procent. Sifos siffror är nästan på tiondelen desamma. Uppgången med ca tre procentenheter för folkpartiet gäller också oavsett om jämförelsen görs med opinionsciffror från mars eller maj.

Moderaterna tappar under samma period en till två procent – från 21-22 procent till ca 20 procent. Både TEMO:s och Sifos siffror visar på nedgång, men de båda opinionsinstitutens aprilsiffror skiljer sig åt med ca en procentenhet.

För kristdemokraterna är opinionsutvecklingen mera osäker. Både i TEMO och Sifo startar kd de dagliga mätserierna på ca 11.5 procent, men de båda opinionsinstituten ger något olika siffror för kd i mätningarna före sommaren. Under denna period går det därför varken att spåra någon uppgång eller nedgång för kd.

Mediebild

Vilken roll kan då mediernas bild under den här perioden tänkas ha spelat för folkpartiets uppgång och moderaternas svaga inledning av 2002 års valrörelse?

En genomgång av de största nyhetsmedierna från början av augusti fram till den 15-16 augusti visar att folkpartiet ägde mediescenen. Bakom den stora uppmärksamheten låg (1) folkpartiets förslag om "acceptabla kunskaper i svenska språket" som krav för medborgarskap, och (2) folkpartiets framgångar i opinionen.

Förslaget till det som i medierna senare kom att kallas språktest fanns i folkpartiets integrationspolitiska program, vilket presenterades lördagen den 3 augusti i samband med Lars Leijonborgs traditionsenliga sommartal på Gränsö slott utanför Västervik. På kvällen toppade Rapport med ett inslag från Gränsö med påannonseren: "Folkpartiledaren anser att invandrare måste lära sig svenska innan dom får svenskt medborgarskap" (Rapport 3/8 2002).

Frågan rönt stor uppmärksamhet redan från början och både Mona Sahlin och statsministern i sitt sommartal i Björkvik dagen efter riktade stark kritik mot folkpartiets förslag till arbetskraftsinvandring och för att fiska röster i grumligt vatten. Förslaget följdes i medierna upp med debatter i radio och TV, rapporter om interna motsättningar inom folkpartiet, reportage och på stan-intervjuer om vad folk tyckte om folkpartiets förslag.

Ett slags slutpunkt på debatten kom den 15 augusti när Dagens Nyheter (15/8 2002) kunde meddela att en opinionsundersökning av Sifo (på uppdrag av folkpartiet) visade att en mycket stor majoritet av svenska folket stödde förslaget till språktest som krav på medborgarskap.

Folkpartiets dominans på mediescenen under augustis första hälft var också ett resultat av att skolan, folkpartiets främsta profilfråga, hade varit en av de största politiska sakfrågorna under sommarmånaderna. I Rapport var exempelvis skolan under sommaren en större fråga än vården. Och på samma sätt som när det gällde debatten om språkkunskaper präglade folkpartiet skoldebatten utan att egentligen behöva delta i den eftersom båda frågorna förknippades så intimt med folkpartiet. Andra debattörers roll blev att reagera på frågor och förslag som väckts av folkpartiet. Exempelvis förslaget att beslagta skolelevernas mobiltelefoner.

Den andra huvudorsaken till folkpartiets dominans i medierna var rapporteringen kring folkpartiets framgångar i opinionen. Folkpartiets förbättrade opinionsciffror blev en stor nyhet och fick ett mycket stort genomslag i medierna kring den 15:e och 16:e augusti både genom att partiledarnas förtroendemätningar och opinionsinstitutens mätningar för första hälften av augusti publicerades.

I Aftonbladet kunde man efter redovisningen av "Aftonbladets/Sifos stora förtroendegallup" läsa en jätterubrik över två sidor: JÄTTELYFT FÖR LEIJONBORG (15/8 2002). Leijonborg (som ökade mest av partiledarna, från 14 till 20 procent) låg dock fortfarande på näst sista plats (med endast mp:s språkrör efter sig). Jättelyftet för Leijonborg innebar att han befann sig på samma låga nivå som i augusti 1998! Expressen toppade efter att folkpartiet nått 6.8 procent i Sifo med rubriken: NU KAN FP BLI FOLKETS PARTI Språktest för invandrare vände Leijonborgs siffror (Expressen 16/8 2002).

Även om framgångarna i mitten av augusti inte var så stora som medierna hävdade hade folkpartiet ändå genom den stort upplagna rapporteringen tagit det första viktiga inledande steget i det som jag i tidigare medievalanalyser kallat för en *positiv mediespiral* - den växelverkan som äger rum mellan partiernas ställning i opinionen och den behandling och framtoning de får i medierna, där förbättrade opinionssiffror leder till en positiv och gynnsam behandling i medierna, som ger bättre opinionssiffror och som ger anledning till än större (och nästan alltid positiv) uppmärksamhet i medierna osv.

Moderaterna startade medievalrörelsen i motvind. Grunden las under Almedalsveckan i början av juli. Bo Lundgren var visserligen på plats i Visby, men hade som enda partiledare valt att inte framträda och hålla tal. Enligt partiets valledning var ett skäl att man ville ransona Bo Lundgrens framträdanden. Lundgrens "icke-tal" blev därmed i enlighet med nyhetsmediernas arbetslogik den största och mest bestående nyheten som medierna rapporterade från Almedalsveckan.

Almedalsveckan innebar inte enbart att nyhetsrapporteringen från Visby blev negativ för moderaterna och sände fel signaler till partiets valarbetare. De krystade förklaringarna till Lundgrens frånvaro resulterade troligen också i att dåliga relationer grundlades mellan den moderata valledningen och de journalister som senare skulle komma att bevaka valkampanjen.

Folkpartiets förslag till språktest (tidigare ett m-förslag) innebar också särskilda svårigheter för moderaterna. Moderaterna var splittrade när det gällde språkkunskapskravet. Partiets riksdagsgrupp var för, medan moderatstämman hade uttalat sig mot. Partiledaren ansåg sig bunden av stämman och rubrikerna i medierna blev därför att Bo Lundgren säger NEJ till folkpartiets krav på språkkunskaper för svenskt medborgarskap. Lundgrens ställningstagande fick stark intern kritik, bl a från Skånemoderaterna.

Ett annat moderat förslag som fördes fram och fick stor uppmärksamhet i medierna var stockholmsmoderatens förslag till nattöppet på krogen. I Svenska Dagbladet blev rubriken: AXÉN OLIN LOCKAR MED KROGEN Socialborgarrådet vill att stockholmarna ska kunna beställa alkohol dygnet runt (9/8 2002). Det nyliberala förslaget rönt inte enbart starkt motstånd hos många väljare i och utanför Stockholm, utan det var även starkt kontroversiellt inom det egna partiet.

Folkpartiets stora framgång i opinionen från våren och försommaren fram till mitten av augusti (även om den var långt ifrån så stor som tidningsrubrikerna slog fast) kan förklaras av två huvudfaktorer.

Den *första* förklaringen är sakpolitisk. Det stora genomslag som skolan under flera år fått i medierna och det stora genomslag som språkkunskapskravet fick i valkampanjens inledning gjorde att folkpartiet framstod som tydligt för väljarna. De båda frågornas politiska sakinnehåll gjorde att folkpartiets position på vänster-högerskalan blev tydlig på samma gång som förslagens karaktär och utformning gjorde att partiets ställningstaganden blev tydliga inför väljarna.⁵

⁵Anders Jonsson menar i en krönika att fp:s förslag till språktest inte primärt skall ses som ett försök att göra fp:s politik tydlig, utan mera ägnat åt visa att fp inte enbart är ett invandrarliberalt parti utan att man också ställer krav (SvD 10/8 2002).

Tydligheten stod i stark kontrast med den kluvenhet och den otydlighet som folkpartiet liberalerna traditionellt associerats med. Även denna historiskt betingade kontrastverkan bidrog troligen också till det som Pär T Olson kallat för folkpartiets tydlighet i 2002 års medievalsörelse. Ett parti som går från stor otydlighet till tydlighet framstår antagligen som mer tydligt än ett parti som går från liten otydlighet till tydlighet.

Den *andra* huvudfaktorn som hade betydelse för folkpartiets framgångar var det stora intresse som skapades i medierna för folkpartiet och dess politik. Både språkkunskapskravet och skolfrågorna appellerade sakpolitiskt starkt till mycket stora grupper av väljare. Folkpartiet framstod i medierna som offensiv ”sanningssägare” som initierat och väckt de frågor som valdebatten kretsade kring. De andra partierna framstod som defensiva vilkas roll främst bestod i att reagera på folkpartiets förslag och ställningstaganden. Till detta kom det stora intresse som framgångarna i opinionsmätningarna skapade.

Det stora medieintresset för folkpartiet, partiets sakpolitiska tydlighet i populära frågor och positionering på vänster-högerskalan drabbade troligen i första hand moderaterna.

Period 2: 26 augusti - 5 september

Opinionsutvecklingen

Folkpartiet fortsätter kraftigt uppåt i opinionsmätningarna under perioden och ökar successivt från 7.3 procent till 11.5 procent. Utvecklingen är densamma i Sifos mätserie.

Det kraftiga ökningen för folkpartiet har inte någon motsvarande nedgång för moderaterna. Under periodens första hälft följer visserligen en svacka, men mot periodens andra hälft byts det mot en kraftig uppgång. I Sifos dagliga mätningar ligger däremot moderaterna i stort sett kvar på samma nivå under hela perioden. De båda opinionsinstitutens nivåskattningar för moderaterna i periodens början (20.1 respektive 20.6) och i periodens slut (20.7 respektive 21.2) är dock mycket lika. En försiktig tolkning av resultatet är att moderaterna under denna period ligger still i opinionen.

Kristdemokraterna minskar under samma period från 11.5 till 10.6 procent. Sifo-siffrorna ligger dock i början av perioden lägre och i slutet högre än i TEMO. Även om mönstret inte är entydigt tyder resultaten på en nedgång för kristdemokraterna under perioden.

Mediebild

Under denna tio-dagarsperiod är bilden i medierna fortsatt mycket gynnsam för folkpartiet. Efter genombrottet i opinionsmätningarna publicerade i mitten av augusti ägnade medierna stort utrymme åt att försöka *förklara* folkpartiets och Lars Leijonborgs stora framgångar i opinionen. I Aftonbladet blir rubriken över ett mittuppslag: ”En kombination av tur och uthållighet” – Leijonborgs förklaring till fp:s uppsving – partiet vågar säga sanningen. (AB 24/8 2002). Och rubriker på temat ”vind i seglen”, ”träkmånsen blev vinnare” och ”avspänd Leijonborg andas optimism” är andra exempel på försök att förklara folkpartiets framgångar.

Ett andra viktigt tema i rapporteringen är att folkpartiets framgångar ökar dramatiken i valet. I Gallups opinionsmätningar som publiceras i slutet av augusti framhålls exempelvis ”Leijonborgs raketform” som förklaring till att ”BORGARNA ÄR STÖRST” och att ”Lars Leijonborgs framgångar har gjort valet om två och en halv vecka till en öppen affär” (Expressen 29/8 2002)

Samtidigt med mediernas rapportering kring en Leijonborg i raketform och ett folkparti i stark medvind rapporteras om fortsatt motvind för Bo Lundgren och moderaterna. Det fick fp-ledaren att uppmana till ett slut på ”mobbnigen av Lundgren” – ett uppmärksammat uttalande som av många kom att uppfattas som en judaskyss.

Kommentarerna efter SVT:s partiledarutfrågning med Bo Lundgren kom att gå på samma linje. Även om tittarna efter det som kallades ”skandalintervjun” rasade mot att Stina Lundberg ständigt avbröt och hade svårt att dölja sin aversion mot Lundgren blev det ändå moderatledaren som ”FICK TA SKITEN”, som Aftonbladets mittuppslagsrubrik löd. Och Aftonbladets Lena Melin kunde konstatera: ”Stackars Bo Lundgren. Han har valrörelsens sämsta flyt” (AB 30/8 2002).

Det är svårare att sammanfatta mediernas bild av kristdemokraterna under denna period. Alf Svensson och kristdemokraterna hade dock inte samma ”flyt” i medierna som under 1998 års valrörelse. I nästan samtliga undersökta medievalrörelser har kristdemokraterna drabbats av vad som kan kallas småaffärer, ofta med religiösa förtecken. Så även i 2002 års medievalrörelse. Bland annat gällde det en kd-kvinna som tyckte det var bra med porr på TV och ”avslöjande uppgifter” om att partiledarens hustru var anställd i kristdemokraternas partikansli.

Folkpartiets fortsatta framgångar drabbade under denna period (om opinionsmätningarna stämmer) mera kristdemokraterna än moderaterna.

Period 3: den 6 september

Opinionsutveckling

Den ”6 september” står inte för opinionsförändringar som äger rum just den 6 september utan om förändringar som äger rum runt den 6 september. Både TEMO:s och Sifos mätningar vittnar om att det ägde rum en stor förändring för samtliga tre partier koncentrerad till några få dagar kring den 6 september. (Se figur 4.)

Folkpartiet fortsätter under dessa få dagar ytterligare uppåt med ca 2 procent till drygt 13 procent. Moderaterna tappar med över två procent och kristdemokraterna med ca en procentenhet. Båda opinionsinstituten visar på mycket likartade förändringar hos samtliga tre partier.

Mediebild

Under den 5 och den 6 september når rapporteringen kring Lars Leijonborg och folkpartiet sin absoluta topp. Folkpartiets framgångsaga handlar inte längre om ordning och reda i skolan, populära språkkunskapskrav, och inte heller om hur framgångarna kan förklaras – utan om folkpartiet och Lars Leijonborg som valets VINNARE, och som det LEDANDE partiet inom borgerligheten.

Den femte september upptar en bild på Lars Leijonborg nästan hela förstasidan i Dagens Nyheter (DN 5/9 2002) och den sjätte september efter TV-utfrågningen handlar både löp, förstasidor och mittuppslag i både Aftonbladet och Expressen om Lars Leijonborg. På Expressens förstasida blir rubriken: Succé i tv-utfrågningen LEIJONKUNGEN REKORDSTOR I NATT (Expressen 6/9 2002) och på Aftonbladets mittuppslag talas om ”braksuccé” och att ”NÅN DÄR UPPE GILLAR DIG, LARS”(AB 6/9 2002).

Det går inte under dessa få dagar att spåra någon särskilt negativ eller ogynnsam rapportering kring moderaterna eller kristdemokraterna som kan relateras till partiernas kraftiga nedgång, utan det är den positiva rapporteringen kring folkpartiet och Lars Leijonborg som dominerar.

Under detta mycket begränsade valskede talar mycket för att fp fick sitt stora genombrott hos allmänborgerliga väljare. Och en mycket viktig faktor bakom flödet från både m och kd var att Lars Leijonborg i medierna framstod som borgerlighetens ledare och folkpartiet som det parti som skulle föra de borgerliga till en valseger. Sakpolitiken hade i detta skede en mindre betydelse.

Period 4: 7 september - 11 september

Opinionsutveckling

Den sista valveckan inleds avvaktande. Folkpartiet ökar ytterligare något, men faller sedan tillbaka och uppnår under de två sista intervjudagarna (11-12 september) ungefär samma nivå som i periodens inledning. Även moderaternas och kristdemokraternas opinionsciffror förändras lite under denna period.

Mediebild

Stiltjen i opinionen motsvaras också av en avvaktande rapportering i medierna. Bland annat uppmärksammas det jämna läget mellan de båda regeringsalternativen.

I slutet av perioden bryts dock stiltjen av den stora uppmärksamhet som följde på Uppdrag granskning valstugereportage. TV-programmet sändes på tisdagskvällen den 10 september, men fick sitt stora genomslag i medievalrörelsen genom de uppföljningar som gjordes dagarna efter programmet hade sänts och då främst i radions och televisionens många nyhets-sändningar.

Period 5: 12 september - 15 september

Opinionsutveckling

Under de tre dagar som återstod från den "12 september" fram till valdagen den 15 september finns det inga (offentligt) tillgängliga uppgifter om hur opinionen utvecklades.

Men utgår vi ifrån de intervjuer som genomfördes den 11-12 september och partiernas valresultat tycks folkpartiet i varje fall inte ha gjort några (brutto)vinster under de tre sista dagarna. Folkpartiets valresultat blev 13.3 procent och hade i opinionsmätningarna den "12 september" 13.8 procent. Kristdemokraterna verkar också legat på ungefär samma nivå de sista dagarna – med 9.2 procent den "12 september" och ett valresultat på 9.1 procent.

Moderaterna tappar däremot de tre sista dagarna hela tre procent (även enligt Sifo) – från 18.2 procent till ett valresultat på 15.2 procent. Även med reservation för att moderaternas opinionsciffror ligger på en för hög nivå tre dagar före valdagen är det inte en orimlig slutsats att moderaterna förlorade mycket kraftigt i väljarstöd under valrörelsens 2-3 sista dagar.

Mediebild

Det är inte heller ett orimligt antagande att den negativa rapporteringen som följde på Uppdrags granskning valstugereportage spelade en mycket viktig roll för moderaternas ras under valrörelsens slutspurt.

Var tog då moderaternas väljare vägen? Med de data som finns tillgängliga är det naturligtvis inte möjligt att ge något definitivt svar på frågor som rör nettoförändringar. Men eftersom varken folkpartiet eller kristdemokraterna gjorde några (brutto)vinster de sista dagarna är det tänkbart att en del moderata sympatisörer, bland annat som en följd av konfrontationen med de moderata valarbetarnas främlingsfientliga uttalanden, valde att stanna hemma.

8. Mediebildens betydelse för valresultatet – sammanfattande slutsatser

Det finns ett klart samband mellan mediernas bild av partierna och valrörelsen och partiernas valresultat. Det är inget unikt för 2002 års val. Liknande samband har även kunnat konstateras i de sju tidigare undersökta valrörelserna.

Opinionsinstitutens dagliga mätningar under valrörelsens tre sista veckor gör dock att det mer i detalj går att tidsmässigt relatera opinionsutvecklingen till den bild som ges i medierna. En sådan analys visar att opinionsutvecklingen för valkampanjens stora vinnare och stora förlorare till stor del kan föras tillbaka till den uppmärksamhet folkpartiet och moderaterna fick i medierna.

I tidigare medievalsanalyser har jag kunnat visa att de svenska nyhetsmedierna fungerar både som *medspelare* och *motspelare* till de politiska partierna. Rollen som medspelare och motspelare växlar mellan olika partier och från val till val. Och rena ”tillfälligheter eller händelser som inträffar under själva valkampanjen kan avgöra om medierna blir medspelare eller motspelare till ett visst parti”.

Denna slutsats gäller också för 2002 års valrörelse. Det var i högsta grad tillfälligheter och händelser som inträffade under själva valkampanjen som avgjorde att folkpartiet blev mediernas medspelare och att moderaterna blev mediernas motspelare.

Det som språkstestet var den viktigaste förklaringen till att folkpartiet under valkampanjen blev mediernas medspelare. Språkkunskapskravet var avgörande på två sätt.

För det *första* sakpolitiskt. Det genomslag och det sätt på vilket medierna uppmärksammade folkpartiets krav gjorde att partiet a) fick stor uppmärksamhet och b) framstod som tydligt inför väljarna. Dels kom förslaget att tydligt positionera folkpartiet på vänster-höger-skalan, dels utgjorde förslaget ett klart och entydigt ställningstagande.

För det *andra* skapade språkkunskapskravet ett stort intresse i medierna för folkpartiet. Det blev det första avgörande steget i en positiv mediespiral – där framgång föder framgång.

Förklaringen till att moderaterna under valkampanjen blev mediernas motspelare var i huvudsakligen två.

För det *första* inledde moderaterna medievalrörelsen svagt. Det gällde både i relationerna till medierna och sakpolitiskt. Den stora nyheten från Almedalsveckan blev att Bo Lundgren inte framträdde trots han var där. I fortsättningen kom Lundgren att framställas som partiledaren som ”fick ta skiten” och med ”valrörelsens sämsta flyt”. Och folkpartiets språkkunskapskrav (ett tidigare moderatförslag) utmanade moderaterna på vänster-högerdimensionen.

För det *andra* blev moderaterna mediernas främste motspelare i den omfattande rapportering som följde på Uppdrag granskning valstugereportage. Moderaternas valrörelse kom under de sista avgörande dagarna att i medierna helt domineras av de moderata valarbetarnas främlingsfientliga uttalanden.

Nyhetsmediernas bild av 2002 års valrörelse kom därför att i stor utsträckning att påverka valutgången. Mediebildens var en avgörande faktor både för folkpartiets stora valframgångar och moderaternas stora valförluster.

Men var det folkpartiets egen skicklighet och förtjänst och moderaternas egna fel och brister som låg bakom den bild som förmedlades i medierna? Eller var det medierna och journalisterna som främst präglade den bild som avgjorde vem som blev vinnare och vem som blev förlorare?

Det är den tredje frågan som jag skall försöka besvara.

Del IV Bakom mediebilden: politiker och journalister

Den bild medierna ger av partierna och valrörelsen bestäms inte enbart av journalister. Den bestäms av samspelet mellan medier och partier, men även av politikerna själva och deras strid om väljarna.

Vem bestämde då den bild medierna gav av 2002 års valrörelse? Var partiernas framgångar och motgångar främst ett resultat av partiernas egna förtjänster och brister eller främst ett resultat av journalisternas urval och prioriteringar?

Tre specifika frågor tas upp:

- (1) Vem präglade den bild i medierna som låg bakom folkpartiets valframgång? Var det journalisternas förtjänst eller ett skickligt agerande från fp:s sida?
- (2) Vem bestämde bilden av moderaterna i medierna? Låg journalisterna bakom m:s stora förlustval? Eller var det m:s egna tillkortakommanden?
- (3) Vem bestämde dagordningen i 2002 års val – vilken roll spelade journalisterna?

9 Folkpartiets framgångssaga

Lite drygt sex veckor före valet var folkpartiet i opinionsmätningarna ett fyraprocentparti. I valet uppnådde folkpartiet 13.3 procent. Ökningen ägde rum under en mycket begränsad tidsperiod, den var jämn och skedde i huvudsak successivt och i små steg. Och under hela perioden föregicks det ökande väljarstödet av en mycket gynnsam uppmärksamhet i medierna.

Vad var det som gjorde att bilden i medierna blev så gynnsam för folkpartiet?

Skolan hade sedan flera år tillbaka varit folkpartiets främsta profilfråga och var också en av de sakfrågor som fått störst uppmärksamhet i medierna. Skolfrågorna bidrog till en gynnsam mediebild för folkpartiet, men tycks inte ha gett någon utdelning i ökat väljarstöd eftersom opinionsförändringen ägde rum först under sista hälften av augusti.

Språktestförslaget

Det avgörande momentet för folkpartiet var språkkunskapskravets stora uppmärksamhet i valrörelsens inledning. I en grundläggande mening var det självfallet folkpartiets ”förtjänst” att frågan fick en så stor uppmärksamhet. Det var inte journalisterna som föreslog eller hittade på det som i medierna kom att kallas för ”språktest”. Förslaget – ”acceptabla kunskaper i svenska språket krav för medborgarskap” – utgjorde en av sjutton punkter i folkpartiets rapport ”En ny integrationspolitik”.

Enligt uppgift tog dock Lars Leijonborg aldrig själv upp förslaget i sitt Gränsö-tal, utan frågan berördes enbart på presskonferensen innan talet hölls (se Petter Olofssons artikel i DN 1/10 2002). Det går därför knappast att påstå att Lars Leijonborg och folkpartiet var de som särskilt förde fram just språkkunskapskravet när partiets integrationspolitiska program presenterades den 3 augusti 2002. Språkkunskapskravet för medborgarskap utgjorde ett av många förslag i folkpartiets program, ett förslag som inte prioriterades högre än andra förslag som exempelvis förslaget till arbetskraftsinvandring.

Förklaringen till att frågan blev så stor i medievalrörelsen måste därför sökas hos journalisterna och den logik som styr nyhetsmedierna.

Det som startade utvecklingen var med största säkerhet Rapports inslag på lördagskvällen den 3 augusti. Rapports inrikesreporter Mats Knutson bevakade Leijonborgs sommartal och valde att ta upp språkstestet som ”en del av” inslaget, eftersom det enligt hans mening var ”det mest intressanta” (DN 1/10 2002). Påannonsen för inslaget vinklades sedan helt på språkstestet: ”Folkpartiledaren anser att invandrare måste lära sig svenska innan dom får svenskt medborgarskap” (Rapport 3/8 2002) .

Rapports vinkel på språkstestet var dock inte självklar. Det visar Dagens Nyheters referat av Leijonborgs tal.

Dagens Nyheter hade ingen egen reporter på plats, utan publicerade en en-spaltare från TT (DN 4/8 2002). Språkkunskapskravet ges här en undanskymd plats och nämns först i slutet av artikeln. Artikeln visar ett annat sätt att bevaka talet som också måste bedömas som rimligt utifrån professionella nyhetskriterier. Svenska Dagbladet följde däremot Rapports vinkel och hade på söndagen en uppföljningsartikel där helsidesrubriken var starkt vinklat på språkstestförslaget: ”Svenska krav för nya svenskar – Språkkunskaper nödvändigt för medborgarskap i kontroversiellt förslag från Leijonborg” (SvD 4/8 2002).

Rapports inslag innebar att en första viktig förutsättning var uppfylld. Sveriges största nyhetsmedium hade gett frågan dignitet och visat vägen genom att presentera förslaget som en stor och viktig nyhet. Och mot bakgrund av folkpartiets traditionellt invandrarliberala profil måste rapportredaktionens bedömning utifrån rent professionella nyhetsvärderingskriterier anses som rimlig.

En andra viktig förutsättning var tajmingen. Det fanns inga andra publika stridsfrågor i början av augusti som kunde få valrörelsen att tända till. Snart alla valrörelser inleds med kommentarer från journalisternas sida att de tycker att valrörelsen är tråkig och att ingenting händer (som det går att göra nyheter av). En avgörande förklaring till att förslaget till språkstest blev en stor fråga i medierna var därför att den fyllde ett tomrum. Det fanns inga andra lika engagerande frågor som det gick att göra nyheter av.

Rätt ingredienser

Språkstestfrågan hade dessutom de viktiga ingredienser som gjorde att den kunde bli en stor fråga i medierna. För det första kunde förslaget presenteras som en *nyhet*, i den meningen att förslaget var oväntat och att det (enligt många kommentatorer) stod i kontrast med folkpartiets traditionellt invandrarliberala politik.

För att det andra utvecklades förslaget till en politisk *stridsfråga*, bl a genom att statsministern och andra riktade stark kritik mot folkpartiet för att flirta med invandrarfientliga stämningar. Konflikter är livsluft för journalister och det blev inte sämre av att det i språkstestfrågan dessutom fanns olika uppfattningar inom folkpartiet

För det tredje var frågan *populär* – i meningen att alla har eller kan ha en uppfattning i frågan. Att många, helst alla, berörs av en fråga är naturligtvis viktigt i journalistiken. Och för det fjärde passade förslaget medielogikens krav på *enkelhet* och *entydighet*. Förslaget till språkstest är en fråga som man kan svara ja eller nej på och där journalister kan göra på-stan-intervjuer och ta reda på vad svenska folket tycker.

Och rätt ugnsvärme

Men det räcker inte att en fråga har rätt ingredienser för att den skall växa och frodas. Den måste också ha rätt ugnsvärme. Och den ugnsvärme som fick språkstestförslaget att frodas var den större frågan om invandrarnas situation i det svenska samhället.

Förslaget till språktest blev ett slags katalysator som gjorde det journalistiskt möjligt för medierna att ta upp problem i det segregerade Sverige. Trots sin stora sociala och politiska betydelse har integrationsfrågor aldrig tagits upp till debatt i svenska valrörelser eller i partipolitisk debatt överhuvudtaget. Språktestfrågan gav medierna möjligheter att följa upp med frågor om bidragsberoende, arbetsmarknadsdiskriminering och boendesegregation. Men denna rapportering tog inte primärt sin utgångspunkt i partierna och deras politik, utan hade sitt primärt sitt ursprung hos journalisterna själva.

Det var journalisterna som ”blåste upp” integrationsfrågorna till den storlek de fick i valrörelsen. Men integrationsfrågorna hade knappast blivit den största valfrågan i medievalrörelsen om inte språkkunskapskravet funnits med som punkt nio i folkpartiets integrationspolitiska program som Lars Leijonborg presenterade i sitt sommartal på Gränsö slott utanför Väster-
vik.

Folkpartiets främsta och avgörande bidrag var att de satte journalisterna på spåret. När det väl var gjort skedde allt enligt den dynamik och den inneboende logik som styr medierna.

Den gynnsamma uppmärksamhet som följde på språktestförslaget från början av augusti fram till mitten av augusti lade inte enbart grunden för folkpartiets ökande opinionssiffror. Framgången hos väljarna gav i sin tur upphov till en fortsatt positiv bild i medierna, som gav ännu bättre opinionssiffror, som i sin tur gav upphov till ytterligare positiv publicitet. Växelverkan mellan partiernas ställning i opinionen och deras behandling i medierna gjorde att folkpartiet hamnade i en uppåtgående mediespiral. Och även i detta fall var den gynnsamma mediebildens mindre ett resultat av folkpartiets ”förtjänster” än ett resultat av mediernas speciella arbetslogik.

10 Moderaternas valkatastrof

Om en viktig förklaring till folkpartiets framgångar står att finna i att partiet enligt medie-logikens lagar hamnade i en uppåtgående mediespiral, ligger det nära till hands att anta att moderaterna parallellt och på motsvarande sätt hamnade i en nedåtgående mediespiral. Men det stämmer enbart delvis och är inte huvudförklaringen till den bild som medierna gav av moderaterna under valrörelsen – en bild som var en viktig faktor bakom det som kom att kallas partiets valkatastrof.

En önskad sakfrågeprofil

Moderaterna visar inte samma mönster som folkpartiet när det gällde opinionsutvecklingen. I likhet med folkpartiet skedde stora förändringar under en mycket begränsad tidsperiod, men förändringen skedde inte successivt utan i huvudsak vid tre olika tillfällen: från våren/sommaren fram till början av augusti, under dagarna kring den 6 september och under valrörelsens tre sista dagar. Under perioder däremellan låg partiet stilla eller ökade sitt väljarstöd. Opinionsutvecklingen uppvisar därför inte fullt ut det mönster som är typiskt för en nedåtgående spiral.

Däremot följde uppmärksamheten kring de båda partiledarna ett sådant mönster. Samtidigt som den tidigare ”losern” Lars Leijonborg hyllades i medierna som vinnare allteftersom opinionssiffrorna steg, framställdes Bo Lundgren som förlorare, ”mobbad” och med ständigt ”oflyt” i allt han företog sig.

Generellt sett gjorde moderaterna ingen utpräglad dålig medievals rörelse. Moderaterna fick i stor utsträckning framträda i medierna med den sakfrågeprofil partiet själv önskade. I detta avseende måste därför slutsatsen bli att mediebildens i större utsträckning präglades av partiet självt än av journalisterna.

Uppdrag granskning

Däremot bestämde journalisterna den bild som gavs av moderaterna i TV-programmet Uppdrag granskning och i den mycket omfattande nyhetsrapportering som följde efter programmet. Moderaternas företrädare Per Unckel fick visserligen i ett studiosamtal direkt efter reportaget ta ställning till de moderata valarbetarnas främlingsfientliga uttalanden och ge sin och moderaternas syn på programmet. Unckel kritiserade de uttalanden som hade fällt av de moderata valarbetarna, men i kommentarerna efteråt ansåg många bedömare att Unckel inte tillräckligt bestämt hade tagit avstånd ifrån sina valarbetare utan uppvisat en delvis överslätande attityd. Moderaternas andre företrädare i studion, en kvinna med utländsk bakgrund, tog emellertid både personligt och som moderat företrädare mycket kraftigt och engagerat avstånd ifrån det hon hade hört de moderata valarbetarna säga i reportaget.

Den centrala frågan gäller dock inte här om SVT-programmet och nyhetsuppföljningarna efter programmet i högre grad präglades av journalister än av moderaterna. Den centrala frågan gäller här snarare om den stora och för moderaterna ogynnsamma uppmärksamheten som följde efter SVT-programmet kan betraktas som oskälig. Fick uppföljningarna av programmet för stor plats i nyhetsbevakningen – och var mediernas starka fokusering på moderaterna motiverad?

Oskälig nyhetsrapportering?

När det gällde frågans uppmärksamhet och inriktningen på moderaterna finns det (som vi tidigare har sett) en betydande skillnad mellan etermedierna och pressen. I etermedierna fick SVT-programmet och de moderata framträdandena en betydligt större plats än i pressen. Pressen och etermedierna tycks med andra ord vid ett första påseende ha gjort olika bedömningar av SVT-programmets nyhetsvärde – en bedömning som resulterade i att moderaterna fick en klart mer ogynnsam uppmärksamhet i radio och TV än i pressen under valrörelsens sista dagar.

Hur skall då skillnaden mellan etermedierna och pressen förklaras? Handlar det om olika professionella bedömningar eller har skillnaden sin grund i journalisternas personliga värderingar och politiska åsikter?

Skillnaden mellan etermedierna och pressen kan i princip förklaras på tre sätt.

En *första* förklaring är att skillnaden återspeglar en åsiktsskillnad mellan nyhetsjournalister som arbetar inom radio och TV respektive pressen – och att denna åsiktsskillnad hos journalisterna i sin tur skulle slå igenom i den faktiska journalistiken. Dvs att det handlar om en oskälig partiskhet.

De undersökningar som finns rörande svenska journalisters politiska sympatier åsikter tyder dock inte på några stora eller avgörande skillnader mellan politiska reportrar inom olika mediegrupper. Nyhetsjournalister inom radio och TV är i stort varken mer vänstervridna eller högervridna än journalister i storstadspresen. I modern nyhetsrapportering spelar dessutom generellt sett enskilda journalisters politiska åsikter en begränsad roll i förhållande till andra viktigare faktorer.⁶

⁶ Den senaste undersökningen från år 2000 finns bl a redovisad på JMG:s hemsida (JMG-data nr 1). En mer utförlig redovisning finns i min artikel Röd-gröna journalister. Politiska åsikter och yrkesideologi i samverkan i Ulla Carlsson (red) Medierna i samhället. Igår idag imorgon. Nordicom 1996.

Det är därför lite som talar för att skillnaden mellan etermediernas och pressens nyhetsbedömning och den mer ogynnsamma bevakningen av moderaterna i radio och TV i huvudsak berodde på partipolitiska faktorer.

För det *andra* kan skillnaden förklaras av just skilda nyhetsvärderingar. I detta fall handlar det dock inte om bedömningen av vilket nyhetsvärde olika händelser har, utan om det är en "egen" nyhet eller inte. En nyhetsredaktions "egna" nyheter har i journalistiken ett nyhetsvärde som i stort sett slår ut alla andra nyheter.

Skillnaden mellan pressen och etermedierna skulle därför kunna förklaras med att nyhetsredaktionerna inom Sveriges Radio och Sveriges Television såg rapporteringen kring SVT-programmet som uppföljning av en "egen" nyhet framtagen inom "huset". Ointresset från kvällspressens sida, där det i allmänhet finns ett större motstånd mot "andras" nyheter än i morgonpressen, kan ha en sådan bakgrund.

Hypotesen stämmer dock inte fullt ut eftersom det inte finns någon skillnad mellan TV4:s nyhetsprogram och SVT:s nyhetsprogram. Det talar för att skillnaden inte i huvudsak berodde på att SVT-programmet värderades olika med utgångspunkt ifrån om det var en uppföljning av en "egen" nyhet eller ej.

För det *tredje* kan skillnaden mellan pressen och etermedierna förklaras av att uppföljningen av SVT-programmet bättre passade radions- och televisionens formspråk än pressens. Ett mycket centralt inslag i nyhetsuppföljningarna var ljud- och bilduppspelningar av valarbetarnas uttalanden i TV-programmet. Ljud- och bildmedierna kunde därför helt naturligt på ett mer levande och autentiskt sätt än tidningscitater återge de sensationellt främlingsfientliga uttalanden som gjordes av de moderata och de andra partiernas valarbetare. Detta skulle i så fall förklara varför uppmärksamheten och fokuseringen på de moderata valarbetarnas uttalanden blev större i radions- och televisionens nyhetsprogram än i pressen.

Det är därför mycket som talar för att skillnaden till allra största delen berodde på att nyhetsuppföljningen av SVT-programmet bättre passade etermediernas arbetslogik och formspråk än pressens. Detta visar återigen vilken central roll som medielogiken – mediernas sätt att arbeta och tänka – spelar för vilken bild som ges i medierna.

11 Makten över dagordningen

Mediernas innehåll kan ses som ett resultat av överväganden och handlanden hos tre olika aktörer: aktörer inom medierna, aktörer utanför medierna och mediernas publik. Ytterst är det samspelet mellan dessa tre aktörer och deras agerande gentemot varandra och den verklighet de verkar i (och påverkas av) som slutligen avgör vad som kommer att stå på mediernas dagordning – vad medievalsörelsen kommer att handla om.

I tidigare medievalsundersökningar har svaret på frågan om vem som haft makten över dagordningen varit olika vid olika val – även om medierna sett i ett långt perspektiv gradvis har ökat sitt inflytande.

1988 års val (där miljöfrågorna dominerade medievalsörelsen) präglades i mycket hög grad av *journalisterna*. 1991 års val handlade däremot (kanske som en reaktion på 1988 års valörelse) i stor utsträckning om de sakfrågor partierna själva ville att den skulle handla om. Den medievalsörelsen präglades i hög grad av *politikerna*.

1994 års valörelse utspelades mot bakgrund av kraftiga budgetunderskott och stor stats-skuld. Landets ekonomiska situation satte ramarna både för politikernas budskap och journalisternas frågor. Den kan därför sägas vara ett exempel på en valörelse där bilden i medierna i stor utsträckning präglades av den ekonomiska *verkligheten*.

I 1998 års valrörelse (som dominerades av vård, skola och omsorg) lät medierna i större utsträckning än i tidigare val väljarna komma till tals genom opinionsundersökningar, genom väljarpaneler, genom enkäter och frågespalter. Även om mediedagordningen (tydligare än i tidigare val) bestämdes genom en rundgång mellan partier, väljare och medier kom *väljarna* mer än tidigare att sätta sin prägel på medievalrörelsen.

Hur skall då 2002 medievalrörelse karaktäriseras?

I sin mest renodlade form kan nyhetsmedierna fungera på två olika sätt i en valrörelse. Antingen fungerar medierna som en mer eller mindre passiv förbindelselänk mellan väljare och valda eller som en självständig maktfaktor som egenhändigt skapar opinioner som från början kanske inte har någon annan förankring än hos just journalisterna själva.

I svenska valrörelser fungerar medierna varken på det ena eller andra sättet. Mediernas dagordning skapas snarare genom en rundgång mellan politiker, medborgare, medier och den verklighet de omges av.

Väljarnas måttstock för vad som är viktiga frågor är det som medierna slår upp, och som oftast, men inte alltid, är förankrad i den verklighet som samhällsmedborgarna verkar i. Opinionsinstitutet, oftast på uppdrag av medierna, registrerar vad folk tycker är viktiga frågor. Journalisterna reagerar på vad läsarna, lyssnarna och tittarna – deras måttstock – tycker är viktiga frågor och rättar sin rapportering efter det. Politikernas måttstock på vad som är viktigt är ofta det som slås upp av medierna och vad opinionsundersökningar säger. – Väljarnas svar till opinionsinstitutet påverkas av vad som slås upp i medierna, vad politikerna pratar om i TV osv, osv.

Så kan det pågå – varv efter varv – en rundgång där det till slut är svårt att skilja ut vad det hela började: som ett angeläget politiskt budskap, som framgångsrik politisk marknadsföring, som en genuin folklig opinionsyttring – eller något som satts igång av medierna själva. Denna process resulterar i en långtgående konsensus i samhället om vad som är de viktigaste politiska frågorna - oavsett om samsynen har en verklig grund eller är falsk.

Det gällde också i 2002 års val och det har även varit det övergripande mönstret i de tidigare sju undersökta valrörelserna. Sett i ett större perspektiv finns det en betydande konsensus i det svenska samhället om vilka politiska frågor som anses viktiga.

Men även om överensstämmelsen är stor har det i varje medievalrörelse också funnits frågor där prioriteringar varit mycket olika. I 1979 års valrörelse gjorde exempelvis journalisterna en annan prioritering än politikerna när det gällde kärnkraftsfrågan. För partierna var det en fråga som skulle avgöras i den kommande folkomröstningen; för medierna blev det valets viktigaste fråga. Kärnkraftsfrågan kom därigenom också att bli väljarnas viktigaste valfråga.

I 2002 års valrörelse fanns det också en stor skillnad mellan mediernas och partiernas prioriteringar. I medierna blev integrationsfrågan den största valfrågan, men den prioriterades varken högt av partier eller väljare. Och medievalrörelsens slutskede dominerades av SVT:s valstugereportage.

Medierna och journalisterna spelade en helt avgörande roll för den stora uppmärksamhet som integrationsfrågorna och valstugereportaget fick. Språkkunskapskravet var initialt ingen högt prioriterad fråga för folkpartiet och det var mera slumpen och mediernas inneboende arbetslogik som gjorde att debatten kring språktestet kom att bli avstamp för en bredare medierapportering om segregation och integrationsfrågor. Och den stora uppmärksamheten kring valarbetarnas rasistiska uttalanden hade sitt direkta ursprung hos medierna själva.

2002 års medievalrörelse kom därför i ännu högre grad än tidigare undersökta valrörelser att präglas av medie-logiken.

V 2002 års medievalsvalrörelse i ett kvartssekelsperspektiv

Undersökningen av 2002 års valrörelse är den åttonde sedan starten 1979. Resultaten har skiljt sig från val till val, men i de tidigare sju undersökningarna har det funnits ett generellt mönster som kan sammanfattas i tre empiriska generaliseringar.

För det *första* gynnas eller missgynnas alltid något parti av den bild press, radio och TV ger av valrörelsen. Men för Sveriges Television, Sveriges Radio och TV4 (fyra undersökta val) finns det ingen systematik i den partiskhet som existerar. Olika partier gynnas eller missgynnas i olika val. Det går därför inte att hävda att något parti eller politisk åsiktsriktning systematiskt gynnas eller missgynnas i de medier där det i lag och sändningstillstånd ställs krav på en opartisk och saklig nyhetsförmedling.

För det *andra* spelar den bild nyhetsmedierna ger av partierna och valrörelsen en viktig roll för partiernas valresultat. Under samtliga valrörelser som undersökts har klara samband mellan partiernas valresultat av den bild som ges i medierna kunnat konstaterats.

För det *tredje* bestäms inte nyhetsmediernas bild av partierna och valrörelsen enbart av medierna själva, utan också av partierna och deras inbördes kamp om väljarna. Nyhetsmediernas bild av valrörelsen bestäms i ett samspel mellan publik, journalister och politiker och den politiska verklighet de omges av och verkar i.

12. Partierna under åtta valrörelser

Resultaten från de tidigare sju undersökta valrörelserna är även i stort giltiga för 2002 års medievalsvalrörelse.

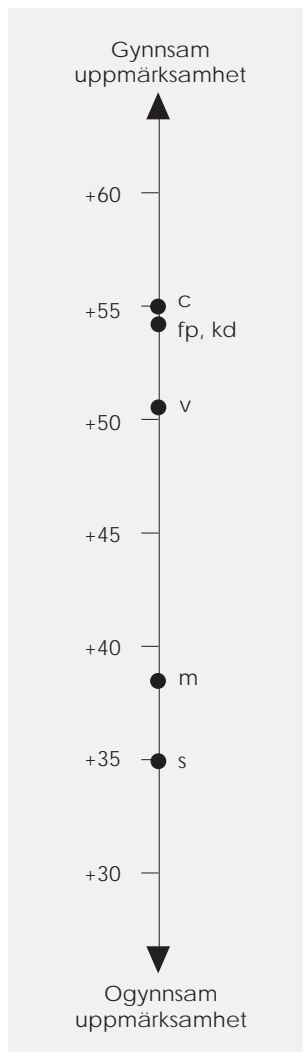
I 2002 års medievalsvalrörelse gynnades folkpartiet och moderaterna missgynnades. Det var en bild som också starkt kom att påverka deras valresultat. Och även om journalisterna och deras arbetslogik i hög grad satte sin prägel på valrörelsen spelade både politiker och väljare en viktig roll för hur 2002 års medievalsvalrörelse slutligen kom att gestalta sig.

På en viktig punkt kan det dock finnas anledning till en viss revidering av resultaten. Det gäller den första empiriska generaliseringen, att det inte finns någon systematik i den partiskhet som existerar i våra etermedier.

Det stämmer i så måtto att det inte finns några trender över tid för exempelvis SR:s och SVT:s del utan att det växlar från val till val. Men i ett avseende finns det anledning till att nyansera och precisera den första generaliseringen om de svenska medievalsvalrörelserna: I SVT:s och SR:s nyhetsprogram har moderaterna och socialdemokraterna genomgående getts en mer gynnsam uppmärksamhet än andra partier.

Detta visar **figur 5** där partiernas medelvärde på aktörsbehandlingsindexet (AB-index) har beräknats. Det angivna AB-indexet avser medelvärdet för Rapport, Aktuellt och Ekot för de åtta undersökta valrörelserna 1979-2002.

Figur 5 Behandlingen av partierna i Rapport, Aktuellt och Ekot under åtta valrörelser 1979 - 2002 (genomsnittligt AB-index).



Resultatet i figur 5 visar dels att skillnaden mellan å ena sidan moderaterna och socialdemokraterna och å den andra sidan centerpartiet, folkpartiet och kristdemokraterna är mycket stor, dels att de båda grupperna var för sig uppmärksammas på ett likartat sätt. Socialdemokraterna och moderaterna ligger båda kring ett AB-indexvärde på +35 och centerpartiet, folkpartiet och kristdemokraterna ligger alla kring +55.

Värdet på AB-indexet kan dock antas vara påverkat av partiets position i partisystemet – i det grundläggande samarbets- och konfliktmönster som existerar mellan partierna. Socialdemokraternas och moderaternas lägre indexvärden skulle med andra ord kunna vara ett resultat som mer eller mindre automatiskt följer av deras ”ytterpositioner” och som ”huvudalternativ” i det svenska partisystemet (under den aktuella tidsperioden). Deras positioner i partisystemet gör att de inte enbart utsätts för ömsesidig kritik utan också kritik från de andra partierna.

Folkpartiets, centerpartiets och kristdemokraternas högre AB-indexvärden skulle på samma grunder kunna sägas vara ett resultat av deras mittpositioner och att de sällan utdelar kritik sinsemellan och inte heller lika ofta utsätts för kritik från de två ”ytterpositionspartierna”.

Dessutom mäter AB-indexvärdet enbart en aspekt av mediernas partiskhet. Under de åtta undersökta valrörelserna finns det flera exempel där socialdemokraterna och moderaterna visserligen fått den mest ogynnsamma uppmärksamheten som politisk aktör, men samtidigt fått den mest gynnsamma behandlingen när det gäller partiernas sakfrågeprofiler. Under första hälften av 1980-talet handlade exempelvis medievalrörelserna i stor utsträckning om moderaternas favoritfrågor (skatter), medan exempelvis medievalrörelserna under andra hälften av 1990-talet handlade om socialdemokraternas favoritfrågor (välfärden).

Men oavsett vad som ligger bakom de lägre AB-indexvärden kvarstår att socialdemokraterna och moderaterna under de åtta undersökta valrörelserna genomgående fått en betydligt mer ogynnsam uppmärksamhet som aktör i SR:s och SVT:s nyhetsprogram än centerpartiet, folkpartiet och kristdemokraterna.

Det finns dock ingen trendmässig förändring över tid, varken för socialdemokraterna eller moderaterna. Vänsterpartiet är det enda parti som under de åtta valrörelserna kan sägas ha genomgått en trendmässig förändring – från mycket höga AB-indexvärden till successivt allt lägre AB-indexvärden.

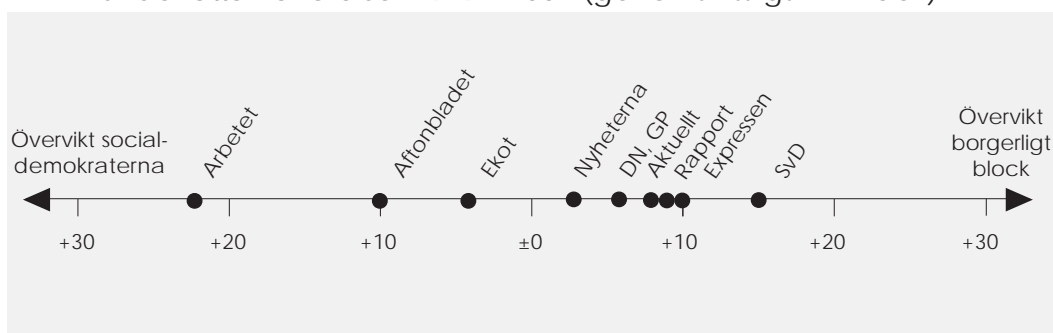
Detta återspeglar i stor utsträckning vänsterpartiets ställning i partisystemet. De höga indexvärdena under de första valrörelserna återspeglade ett närmast marginaliserat vänsterparti där de andra partierna inte ”brydde sig om” att kritisera partiet, medan vänsterpartiet i senare medievalrörelser har behandlats som ”andra partier”.

13 Regeringsalternativen i åtta valrörelser

Även när det gäller behandlingen av regeringsalternativen finns det anledning att nyansera och precisera den första generaliseringen om de svenska medievalrörelserna: i SVT:s och SR:s nyhetsprogram har socialdemokraterna som regeringsalternativ genomgående getts en mer ogynnsam uppmärksamhet än de borgerliga regeringsalternativen.

Detta visar resultatet i **figur 6** där behandlingen av de båda huvudalternativen redovisas för tio nyhetsmedier under åtta valrörelser. Eftersom *Arbetet* inte fanns 2002 avser det genomsnittliga AB-indexvärdet för tidningen enbart sju valrörelser. *Aftonbladets* och *Expressens* genomsnittsvärden avser sex och *Nyheternas* fyra undersökta val.

Figur 6 Behandlingen av regeringsalternativen i nyhetsrapporteringen under åtta valrörelser 1979 - 2002 (genomsnittligt AB-index).



Ett medium som ligger på nollpunkten i figur 2 anger att socialdemokraterna och det borgerliga blocket har uppmärksammats lika gynnsamt/ogynnsamt (har samma AB-indexvärde). Ju längre till höger ett medium är placerat på skalan, desto gynnsammare uppmärksamhet har det aktuella mediet gett av det borgerliga regeringsalternativet. Och ju längre till vänster ett medium är placerat, desto gynnsammare uppmärksamhet har mediet gett socialdemokraterna.

Arbetet och *Svenska Dagbladet* ligger på var sin ytterkant; *Arbetet* med en stark övervikt för socialdemokraterna och *Svenska Dagbladet* med en mindre påtaglig övervikt för det borgerliga blocket.

TV4:s *Nyheterna* och *Ekot* har under de undersökta valrörelserna (genomsnittligt) uppvisat den mest balanserade nyhetsbevakningen.

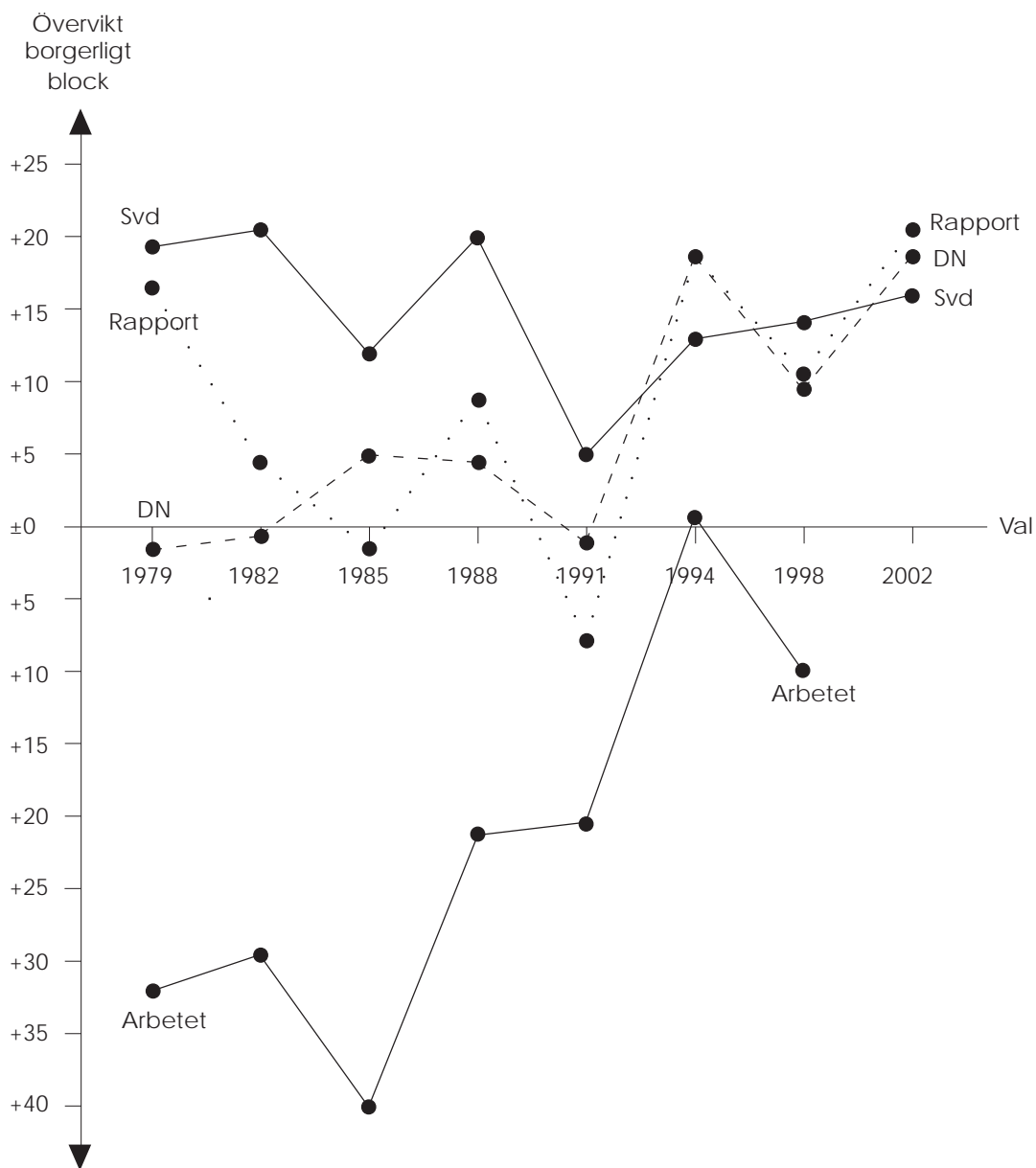
Även om det i *Dagens Nyheter* och *Göteborgs-Posten* finns en viss övervikt för det borgerliga blocket kan också de räknas till nyhetsmedier med en i huvudsak balanserad nyhetsbevakning.

I både *Aktuellt* och *Rapport* finns det (i genomsnitt) under de åtta undersökta valrörelserna en klar övervikt för det borgerliga blocket.

Utveckling i samma riktning

Resultatet i figur 6 grundar sig för (flertalet medier) på medelvärden för åtta olika val. I **figur 7** på nästa sida presenteras hur behandlingen av de båda regeringsalternativen har förändrats över tid. För åskådlighetens skull redovisas enbart utvecklingen för *Rapport*, *Svenska Dagbladet*, *Dagens Nyheter* och *Arbetet*. Det förtjänar att påpekas att *Aktuellt*, *Aftonbladet* och *Göteborgs-Posten* i stora drag följer samma utveckling över tid som *Rapport*, *Arbetet* respektive *Dagens Nyheter*.

Figur 7 Behandlingen av regeringsalternativen - utvecklingen över tid i Rapport, Arbetet, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter (AB-index).



Av figur 7 kan åtminstone tre utvecklingslinjer skönjas.

För det *första* har tidningarna på ytterkanten, *Arbetet* och *Svenska Dagbladet*, över tid gått mot en mer balanserad nyhetsbevakning. Resultatet illustrerar väl partipressens utveckling mot en mer professionell nyhetsvärdering. *Aftonbladet* uppvisar samma mönster som *Arbetet*, men utvecklingen startade tidigare (valet 1988) och är än mer markant. I de tre senaste valen har *Aftonbladet* behandlat socialdemokraterna och det borgerliga blocket i stort sett lika.

För det *andra* har *Dagens Nyheter* gått ifrån en närmast total balans mellan de båda regeringsalternativen (valen 1979-1991) till en klar övervikt för det borgerliga blocket under de tre senaste valrörelserna (valen 1994-2002). *Rapport* uppvisar samma utveckling (med undantag för 1979 års valrörelse).

För det *tredje* finns det en långtgående likhet mellan nyhetsmedierna när det gäller behandlingen av de båda regeringsalternativen. Medierna är sinsemellan lika och har också utvecklats i samma riktning.

Under de senaste tre valen har *Rapport, Aktuellt, Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten* och *Svenska Dagbladet* gjort i stort sett samma nyhetsbedömning och den utveckling som kan iakttas i *Dagens Nyheter* från en likartad uppmärksamhet för de båda regeringsalternativen under de första fem undersökta valen mot en övervikt för det borgerliga blocket under de senaste tre undersökta valen kan också iakttas i *Rapport, Aktuellt* och *Göteborgs-Posten*.

Men det är inte enbart *Rapport, Aktuellt, Dagens Nyheter* och *Göteborgs-Posten* som är lika. Sedan valet 1988 har i stort sett samtliga undersökta nyhetsmedier förändrats på samma sätt från det ena valet till det andra. Av 30 möjliga förändringar går 26 i samma riktning.⁹

Nyhetsmedierna använder med andra ord i mycket stor utsträckning en och samma måttstock. Det är likheterna i urval och presentation och inte skillnaderna som är det mest utmärkande draget för svensk politisk journalistik.

Mindre gynnsamt för s

Vad är det då för måttstock som lett till att socialdemokraterna under de åtta undersökta valrörelserna generellt sett fått en mindre gynnsam uppmärksamhet än de borgerliga regeringsalternativen och att den tidigare i hög grad balanserade bevakningen av de båda regeringsalternativen under de senaste tre valrörelserna förbytts i en klar övervikt för det borgerliga blocket?

En förklaring till att socialdemokraterna generellt sett ges en mindre gynnsam uppmärksamhet som partipolitisk aktör är att partiet under den aktuella perioden (och även alla andra perioder) i större utsträckning än de borgerliga innehaft regeringsmakten och att partiet därigenom under valrörelserna utsätts för hårdare kritik och granskning från både medier och oppositionspartier.

Det är dock inget som tyder på att innehavet av regeringsmakten har sådana konsekvenser. Vid tre val (1979, 1982 och 1994) har de borgerliga innehaft regeringsmakten och vid samtliga dessa tillfällen fick det borgerliga blocket en i huvudsak balanserad eller gynnsam uppmärksamhet. Vid de övriga fem valen då socialdemokraterna utgjort sittande regering har socialdemokraterna vid tre tillfällen fått en i huvudsak balanserad eller gynnsam uppmärksamhet och vid två tillfällen en i huvudsak ogynnsam uppmärksamhet. Sex av åtta fall går emot hypotesen och de två tillfällen som går i hypotesens riktning har gällt de två senaste valrörelserna.

En förklaring till att socialdemokraterna relativt det borgerliga regeringsalternativet har fått en mindre gynnsam uppmärksamhet under de senaste tre valrörelserna kan vara att valbevakningen helt enkelt återspeglar socialdemokraternas ställning i väljaropinionen och dess beroende av stöd från andra partier för att kunna bilda regering. Under periodens första hälft var socialdemokraterna ett 45-procentsparti som kunde förlita sig på ett passivt och närmast villkorslöst stöd från vänsterpartiet, medan socialdemokraterna under periodens senare del inte nått över 40 procent och tvingats etablera samverkan med två kravställande stödpartier.

Men oavsett vad som ligger bakom den mindre gynnsamma uppmärksamheten kvarstår att socialdemokraterna som aktör under de senaste valrörelserna fått en mindre gynnsam uppmärksamhet än det borgerliga blocket. Och förändringen gäller inte enbart den borgerliga pressen utan i lika hög grad SVT:s båda nyhetsprogram *Rapport* och *Aktuellt*.

14 Valrörelsens medialisering - en personlig kommentar

När jag i slutet av 1970-talet påbörjade studierna av vilken roll medierna spelade under valrörelserna så var den gängse uppfattningen bland svenska medieforskare och statsvetare (med undantag för Jörgen Westerståhl) att medierna var betydelselösa och inte påverkade valutgången. Det var i stort sett endast politiker som insåg mediernas stora betydelse.

Lika fel som det var på 1970-talet att underskatta mediernas betydelse i politiken, lika fel är det att nu i början av 2000-talet överskatta mediernas betydelse. Avslutningsvis skall jag därför översiktligt beröra den större frågan om mediernas makt.

Frågan om mediernas makt handlar förenklat uttryckt om två olika saker. Den *första* frågan handlar om mediebildens påverkanskraft – den makt medierna har över publiken. På denna fråga ger forskningen numera ett ganska entydigt svar. Medierna är mäktiga i den meningen att deras utbud starkt påverkar människor.

Den *andra* frågan handlar om i vilken utsträckning det är journalisterna eller medierna själva som bestämmer eller kontrollerar utbudet i medierna – vem som har makten över bilden i medierna.

Medierna kan med andra ord vara mäktiga i den meningen att deras innehåll påverkar människors tankar, känslor och handlingar på samma gång som medierna kan vara maktlösa i den meningen att det inte är journalisterna själva som bestämmer över utseendet på den bild som ges i medierna av samhället, politiken eller valrörelserna.

Ett fullständigt svar på frågan om mediernas makt – eller brist på makt – kräver alltså att båda frågorna besvaras. När det gäller den första frågan – mediebildens makt – är alltså forskningens svar ja. När det gäller den andra frågan – hur mediebildens skapas och vilken roll journalisterna spelar i denna process – är svaret mer komplicerat.

Sett i ett längre tidsperspektiv är det dock uppenbart att journalisterna, i jämförelse med andra aktörer, exempelvis politiker, kraftigt har ökat sitt inflytande över den bild som förmedlas i våra nyhetsmedier. I denna mening har det skett en grundläggande maktförskjutning i samhället.

Men detta handlar enbart om en sida av mediernas ökande makt – vad som kan kallas mediernas *synliga* maktutövning. Mediemakten har också ett osynligt ansikte.

Mediemaktens osynliga ansikte

Det är i detta sammanhang som begreppet *medialisering* kommer in. Begreppet är inte något inlånat amerikanskt begrepp utan användes för första gången i min avhandling *Mäktiga massmedier* från 1986. De tankar som låg till grund för begreppet var ett försök från min sida att vetenskapligt komma åt och analysera mediernas *osynliga* maktutövning.

Om själva maktmekanismen i den synliga maktutövningen kan sägas vara påverkan, kan den verksamma maktmekanismen i den osynliga maktutövningen sägas vara anpassning.

Mediernas osynliga maktutövning verkar genom att politiker och andra aktörer som har med medierna att göra – från enskilda personer till samhällsinstitutioner – anpassar sig till mediernas sätt att arbeta och tänka och de villkor medierna ställer.

Det är denna anpassning till *medielogiken* - det tankemönster, det arbetssätt och de normer som medierna och journalisterna tillämpar som jag kallat politikens medialisering.

Begreppet medialisering har blivit ett populärt och ofta använt begrepp – både i statliga utredningar, den allmänna debatten och inom forskningen, där hela konferenser ägnats åt begreppet. Det beror nog både på att begreppet är användbart för att beskriva den samhällsförändring som ägt rum under de senaste decennierna – i Sverige och världen över, men också på att begreppet är lagom diffust så att var och en kan lägga in sin speciella innebörd i det. Och inte minst viktigt – det bär lite av självklarhetens prägel över sig. Forskare och debattörer talar därför nu för tiden inte bara om politikens medialisering, utan också om samhällets, konstens, forskningens, kulturens, fackets osv medialisering – och nu alltså också valrörelsens medialisering.

Ett exempel på hur medialiseringen, anpassningen till medielogiken, fungerar är det som brukar kallas mediedramaturgin. Mediedramaturgin är en (urgammal) teknik för att fånga publikens uppmärksamhet. De viktigaste teknikerna för att fånga publikens uppmärksamhet är (1) förenkling, (2) tillspetsning, (3) konfrontation, (4) personifiering och (5) konkretisering.

I ett samhälle där det råder underskott på uppmärksamhet och överskott på information måste aktörer utanför medierna (politiker, företagsledare, facket och andra) anpassa sig till den arbetslogik medierna tillämpar, vilket innebär att de också måste förenkla, tillspetsa, konfrontera, personifiera och konkretisera för att i sin tur fånga mediernas uppmärksamhet.

Varför medialiseras då samhället, politiken och valrörelserna? Den viktigaste förklaringen ligger i det enkla förhållandet att journalisterna har kontroll över något som politiker och andra makthavare har blivit mer beroende av: publicitet och uppmärksamhet. Och för att få denna publicitet måste maktaktörerna anpassa sig till de villkor medierna ställer.

Då inställer sig naturligtvis frågan: Varför har då uppmärksamhet och publicitet blivit viktigare i samhället?

När det gäller politikens medialisering är svaret ganska enkelt. Grunden för politikernas starka intresse av publicitet kan föras tillbaka till den ökande politiska rörligheten i samhället. Journalister och medier har alltså kontroll över något som politiker, men också andra makthavare i samhället, blivit mer beroende av. Dvs publicitet och uppmärksamhet. Och för att få denna publicitet (i stark konkurrens med andra) måste maktaktörerna anpassa sig till medielogiken och de villkor medierna ställer.

Och den vi blir mer beroende av, den får också makt över oss.

Medialiseringens fyra faser

Samhällets medialisering är alltså enligt mitt sätt att se den viktigaste maktförskjutningen som ägt rum i det demokratiska samhället de senaste decennierna. Och denna medialisering påverkar naturligtvis också valrörelserna.

Begreppet medialisering kan användas för att allmänt beskriva mediernas ökande betydelse och makt i det moderna samhället. Men samhällen kan uppvisa olika grader av medialisering. Ju större betydelse medierna har och ju mer anpassat ett samhälle, en organisation eller ett system är till mediernas sätt att arbeta och tänka, desto högre grad av medialisering uppvisar det.⁷

Med hänsyn till hur långt medialiseringen har nått i ett samhälle har jag tidigare talat om en utveckling i fyra faser.

⁷ Se Kent Asp and Peter Esaiasson *The Modernization of Swedish Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization* in Swanson and Mancini (eds) *Politics, Media and Modern Democracy*. Praeger 1996.

1. *Medierna som dominerande kommunikationskanal:* Medialiseringens första fas inleddes i början av 1960-talet då medierna blev den helt dominerande kommunikationskanalen mellan väljare och valda. 1964 års val brukar exempelvis omtalas som Sveriges första TV-val. Det är en tid då medierna är mäktiga i den meningen att mediebildens påverkar, men den bild som påverkar bär i hög grad de politiska partiernas prägel.

2. *Medierna som självständig aktör:* Medialiseringens andra fas kan i grova drag sägas ha fått sitt genombrott i början av 1970-talet. Den kritiskt granskande och tolkande journalistiken får ett starkare genomslag och nyhetsjournalisterna börjar uppträda som en självständig aktör i politiken. Det är en tid då medierna är mäktiga både i den meningen att mediebildens påverkar och i den meningen att den bild som påverkar också i hög grad präglas av journalisterna själva.

3. *Politikens anpassning till medielogiken:* Mot bakgrund av mediernas ökande betydelse och makt och politikernas ökande beroende av medierna börjar politiker och andra makthavare alltmer anpassa sig till medielogiken – mediernas sätt att arbeta och tänka. Medialiseringens tredje fas kan sägas ha inletts i början av 1980-talet. Det är tid då medierna inte enbart är mäktiga genom att den av dem själva präglade bilden påverkar politiken, utan också genom att andra för att få uppmärksamhet i medierna tvingas anpassa sig till de villkor medierna ställer.

4. *Politiken lärt sig medielogiken:* Politiker och andra makthavare lär sig allteftersom, bl a genom en mer långtgående professionalisering, att använda sig av medielogiken för sin egna syften. Medialiseringens fjärde fas påbörjas i början av 1990-talet och den sker mot bakgrund av allt resursvagare nyhetsmedier och allt resursstarkare nyhetsaktörer. Det innebär att medierna fortfarande är mäktiga i den meningen att den bild medierna förmedlar har makt över publiken, men att den bild som påverkar publiken i högre grad än tidigare är ett resultat av att nyhetsaktörer (som exempelvis Blair och Persson) framgångsrikt lärt sig att använda sig av medielogiken för sina egna syften.

Var hamnar då 2002 års medievalrörelse i detta utvecklingsschema? Var inte folkpartiets framgångar med språkstestet och socialdemokraternas valiumstrategi typexempel på att politikerna lärt sig medielogiken och skickligt använder sig av medierna för sina egna syften? Var därför inte 2002 års medieval också ett exempel på att det i högre grad är politiker som styr och ställer med journalister än journalister som styr och ställer med politiker.

Medialiseringens fjärde fas innebär visserligen att politiker och makthavare i högre grad än tidigare lärt sig att påverka den bild som medierna ger av dem själva och de frågor som de har intresse i. Men sett i ett vidare och mer långsiktigt maktperspektiv handlar det om att politiker, börsföretag, fackliga företrädare och andra maktaktörer i grunden har fått anpassa sig till medielogiken – till mediernas sätt att ”arbeta och tänka”.

I denna mening kan journalisterna sägas ha förlorat slaget, men vunnit kriget.

Appendix 1

Undersökningsperiod och urval

Analyserna av mediernas innehåll omfattar nyhetsrapporteringen i press, radio och TV de sista fyra veckorna före valdagen 2002. I medieurvalet ingår Nyheterna i TV4 (22.00) och Sveriges Radios tre nyhetsredaktioner Rapport (19.30), Aktuellt (21.00) och Ekots 17.45-sändning samt storstadstidningarna Svenska Dagbladet (obund. m), Dagens Nyheter (ober lib.) Göteborgs-Posten (lib), Expressen (lib) och Aftonbladet (s).

Förklaringar

Aktörsbehandlingsindex (AB-index)

Avsikten med AB-indexet är att på ett enkelt sätt ge en sammanfattande bild av hur en aktör behandlas i medierna. AB-indexet anger - något förenklat uttryckt - förhållandet mellan i vilken utsträckning ett parti får komma till tals som agerande aktör, i vilken utsträckning partiet som omtalad aktör utsätts för ”kritik” och i vilken utsträckning det får ”beröm”. På så sätt kan olika mediers behandling av olika aktörer jämföras. Och kanske inte minst viktigt - det går att jämföra hur olika aktörer har behandlats över tid, eftersom undersökningstekniken är densamma i val efter val. Indexet bygger på följande komponenter:

1. antalet gånger som man får komma till tals som agerande aktör
2. antalet gånger man som omtalad aktör får beröm
3. antalet gånger man som omtalad aktör får kritik
4. antalet gånger man blir omtalad utan att någon värdering görs

Aktörens totala uppmärksamhet delas sålunda in i fyra beståndsdelar, där de två första antas vara ett uttryck för en positiv behandling, den tredje för en negativ och den fjärde för en neutral behandling. AB-indexet beräknas sedan som skillnaden mellan antalet gånger en aktör får en positiv behandling (1+2) och antalet gånger en aktör får en negativ behandling (3) dividerat med det totala antalet gånger en aktör exponeras i medierna (1+2+3+4) multiplicerat med 100. Indexet kan variera mellan -100 och +100.

Partiernas egna sakfrågeprofiler

Partiernas egna sakfrågeprofiler bestäms med utgångspunkt från partiernas valmanifest. Att fastställa vilka valbudskap som partierna vill föra ut till väljarna är inte oproblematiskt. Ett av problemen är av källkritisk natur: vilka dokument eller källor skall ligga till grund för att få reda på partiernas valbudskap? I detta speciella fall bör dokumentet uppfylla följande krav:

1. det måste i princip föreligga före valkampanjens start
2. det skall vara offentligt och rikta sig till en bred publik
3. det skall ligga på samma formmässiga nivå som medierna (och väljarna eftersom det även används för jämförelser med väljarna)
4. det skall ha ungefär samma utformning och vara av samma omfattning hos samtliga partier

Jag har i tidigare studier (valen fram till 1991) valt att utgå ifrån partiledarnas valupptaktstal eftersom dessa bäst uppfyller de ställda kraven. Från och med 1994 års valrörelse har det emellertid hållits få traditionella valupptaktstal. Därför har partiernas valmanifest/valprogram använts, eftersom alla partier i årets val har haft skrivna valprogram utformade på ett likartat sätt.

Förkortningar

Rapp = Rapport kl 19.30 (Kanal 1)

Akt = Aktuellt kl 21.00, söndag kl 18.00 (TV2)

Ekot = Ekoredaktionens 17.45-sändning

Nyh = Nyheterna kl 22.00 (TV4)

SR = Sveriges Radio

SVT = Sveriges Television (Rapport och Aktuellt sammantagna)

DN = Dagens Nyheter

SvD = Svenska Dagbladet

GP = Göteborgs-posten

Expr = Expressen

AB = Aftonbladet

Litteraturhänvisning

För en ingående redogörelse för undersökningarnas uppläggning och genomförande se ”Politisk journalistik - studier i mediernas partiskhet och makt” av Kent Asp i Ulla Carlsson (red) *Forskning om journalistik*, Nordicom, 1988:4. Den första studien, av 1979 års valrörelse, publicerades i Kent Asp mfl *Väljare Partier Massmedia*, Liber, 1982. För en mer ingående redogörelse för innehållsstudiernas allmänna teoretiska utgångspunkter och en diskussion kring slutsatser om medieinnehållsegenskaper på deskriptiv och normativ nivå hänvisas till kapitel 5 ”Massmedierna som informations- och opinionsförmedlare” i Holmberg och Asp *Kampen om kärnkraften*, Liber, 1984 och Kent Asp *Mäktiga massmedier*, Akademi-litteratur, 1986, (kapitel 1, 3 och 5-8).

Appendix 2

Tabell A1 Partiernas exponering i SR:s/SVT:s nyhetsprogram Ekot, Rapport och Aktuellt valen 1979 - 2002.

	1979	1982	1985	1988	1991	1994	1998	2002	medelvärde 1979 - 2002
v	4	6	5	5	8	4	10	7	6
s	29	30	38	36	40	33	42	38	36
c	20	20	15	14	11	9	8	8	13
fp	30	19	14	16	13	15	9	13	16
m	16	22	24	13	18	23	16	18	19
kd	1	1	2	2	6	8	9	9	5
mp	-	2	2	14	4	8	6	7	6
	100	100	100	100	100	100	100	100	101
n=antal framträdanden=	1782	1732	2173	3186	2220	2018	1796	1591	-

Kommentar: Övriga partier, exempelvis Ny Demokrati, ingår ej. Fram till valet 1988 har kategorin "borgerliga" delats upp med 1/3 på c, fp och m och därefter med 1/4 på c, fp, m och kd.

Tabell A2 Behandlingen av partipolitiska aktörer i nyhetsrapporteringen sista månaden före valet 2002 (Aktörsbehandlingsindex).

	Rapp	Akt	Ekot	Nyh	SvD	DN	GP	AB	Exp	kvälls- morgon-			radio/	SVT/	
										alla	press	press	press	TV	SR
v	+41	+29	+23	-12	+55	+48	+55	+60	+38	+37	+49	+53	+51	+20	+31
s	+27	+20	+37	+33	+33	+33	+34	+49	+22	+32	+36	+33	+34	+29	+28
c	+47	+67	+37	+38	+62	+58	+54	+68	+60	+55	+58	+64	+60	+47	+50
fp	+68	+57	+46	+48	+53	+64	+60	+59	+45	+56	+52	+59	+56	+55	+57
m	+45	+22	+31	+42	+42	+46	+46	+38	+21	+37	+45	+30	+39	+35	+33
kd	+61	+65	+40	+56	+61	+60	+59	+64	+43	+56	+60	+54	+57	+56	+55
mp	+38	+50	+19	+43	+59	+57	+51	+68	+41	+47	+55	+56	+55	+38	+36
"borgerliga"	+5	+6	-10	+6	+17	-1	+18	-3	+10	+5	+4	+11	+8	+2	±0
"Soc"	-	-	-	-	-6	+9	-11	+29	+43	-	-3	+36	+17	-	-
"c+fp+m+kd"	+48	+43	+21	+42	+49	+51	+51	+53	+35	+44	+44	+50	+48	+39	+37
s+v+mp	+31	+25	+33	+29	+40	+39	+40	+55	+30	+36	+43	+40	+41	+30	+30

Kommentar: I Aktuellt ingår A-ekonomi.

**Tabell A3 Partiernas framträdande i
sina favoritfrågor**
(procentandel fem-i-topp-frågor).

	Medelvärden		
	alla medier	radio/ TV	press
fp	56	67	45
m	54	62	46
kd	39	42	36
mp	37	50	24
c	31	28	33
s	31	33	29
v	29	34	23

Tabell A4 Överensstämmelse mellan partiernas sakfrågeprofiler inför valet 2002 och partiernas sakfråge profiler i medierna (procent).

	v			s			c			fp			m			kd			mp		
	radio/			radio/			radio/			radio/			radio/			radio/					
	egen	TV	press	egen	TV	press	egen	TV	press	egen	TV	press	egen	TV	press	egen	TV	press	egen	TV	press
1. Skolan	4	4	9	11	5	7	10	2	8	15	25	16	9	8	8	15	0	8	6	6	7
2. Värden	5	4	4	9	11	7	7	7	5	5	8	7	8	14	7	18	10	7	6	6	4
3. Ekonomi	5	4	9	8	11	10	8	11	9	10	6	7	11	25	11	7	8	8	3	23	7
4. Miljön	6	0	3	6	3	1	6	0	4	8	0	2	2	0	2	8	0	2	16	23	12
5. Skatter	2	7	5	2	6	7	11	11	8	4	8	6	14	9	13	6	8	6	3	6	6
6. Internationellt	8	4	4	5	9	6	3	4	2	7	3	1	3	0	3	9	16	3	6	9	2
7. Jämställdhet	14	18	10	3	1	2	4	29	7	6	0	3	4	0	2	3	0	5	6	0	7
8. Rättsfrågor	2	0	4	7	4	3	10	4	4	6	1	4	7	6	7	7	8	5	0	0	2
9. Familjen	4	7	7	6	4	6	2	9	7	3	3	7	4	5	7	13	16	16	6	6	8
10. Integration	6	25	7	6	6	8	4	2	8	8	35	19	4	12	10	1	2	4	6	3	9
11. EU	4	0	2	0	6	2	3	2	2	8	1	1	7	9	4	2	6	2	6	9	6
12. Arbetsliv	8	4	3	6	4	3	1	0	3	1	1	3	0	0	4	2	0	2	6	6	2
13. Sociala frågor	8	4	2	2	1	2	2	7	3	0	1	2	6	2	4	1	2	2	3	0	2
14. Regional pol.	3	0	0	2	1	1	11	0	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0
15. Ohälsan	3	4	4	2	4	4	5	0	6	2	0	2	1	2	3	1	12	4	3	0	3
16. Jordbruk, fiske	2	0	1	0	2	2	2	0	1	1	0	1	2	1	0	2	2	1	8	3	2
17. Kultur	2	0	1	6	2	3	1	0	2	6	0	1	0	0	2	0	0	2	0	0	2
18. Sysselsättningsfr.	6	4	4	2	3	3	1	0	4	1	5	3	4	2	3	0	2	3	1	0	5
19. Kommunikationsfr.	1	0	2	0	3	2	2	0	1	0	0	1	4	0	2	0	6	1	3	0	2
20. Missbruk	0	0	1	7	2	2	0	0	1	0	0	1	1	0	2	1	0	1	0	0	1
Övriga sakfrågor	7	11	18	10	12	19	7	12	11	8	3	13	9	5	6	4	2	18	8	0	11
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n=andel utsagor	419	28	379	241	253	1272	231	45	399	397	65	500	425	97	598	309	51	460	144	34	380