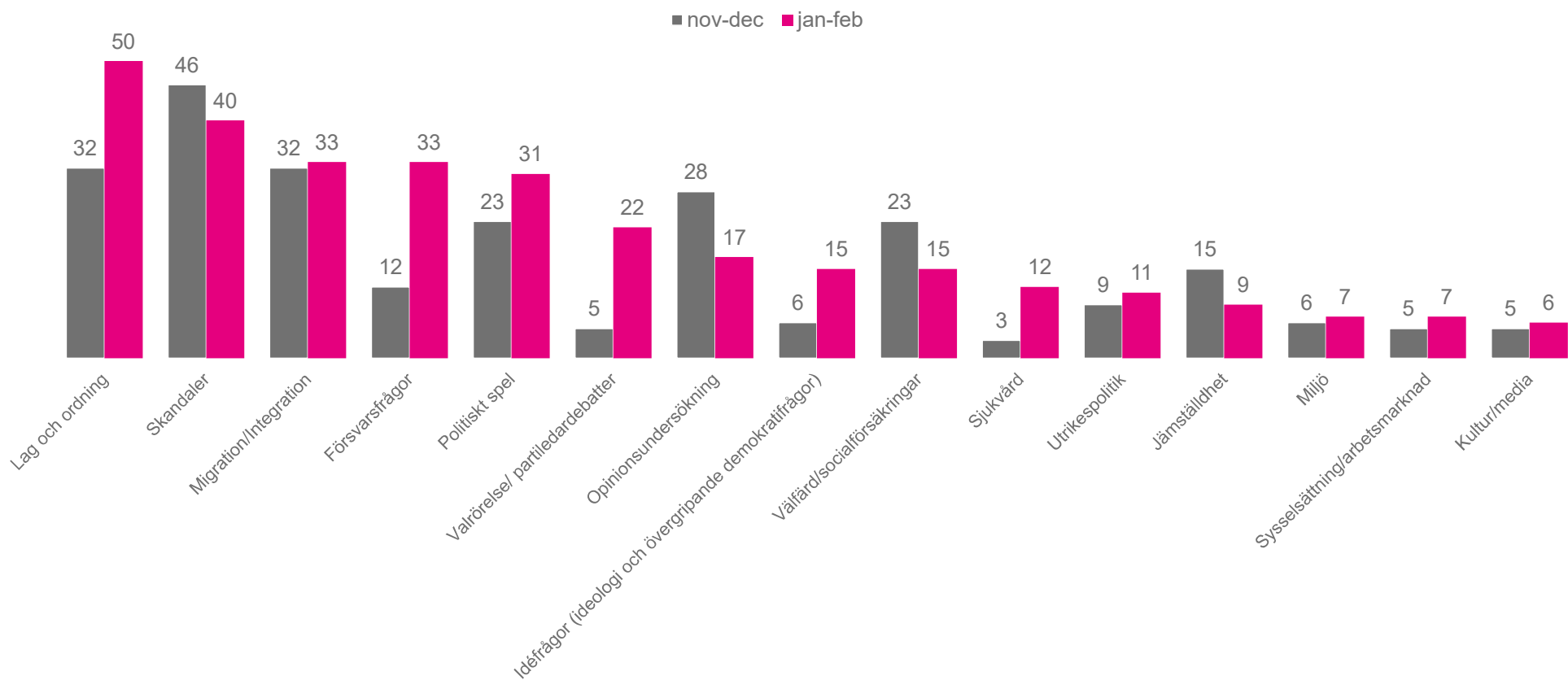


KANTAR SIFO

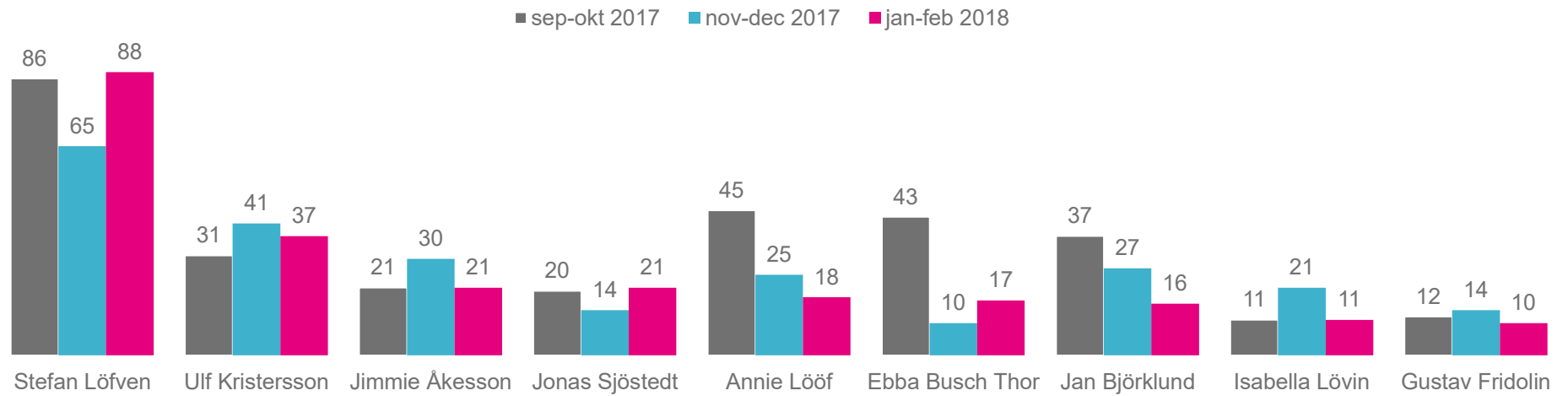
**Partipolitiska toppnyheter i svenska
redaktionella medier**

Januari och februari 2018

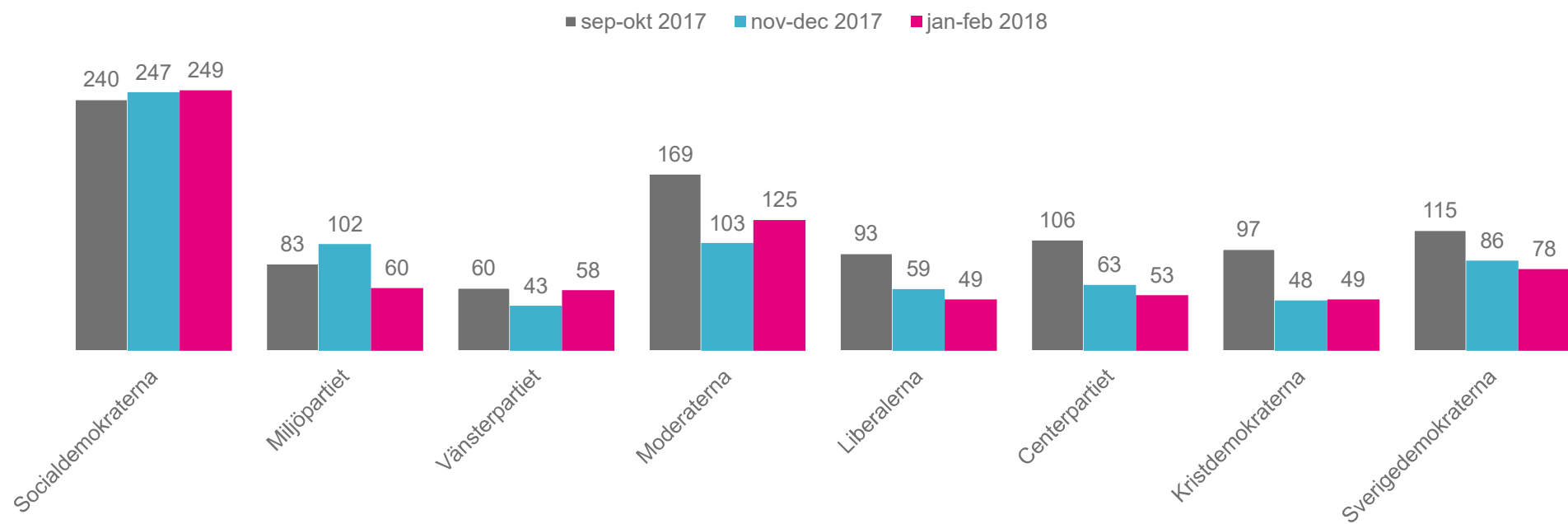
Frågor i partipolitiken



Partiledarnas synlighet

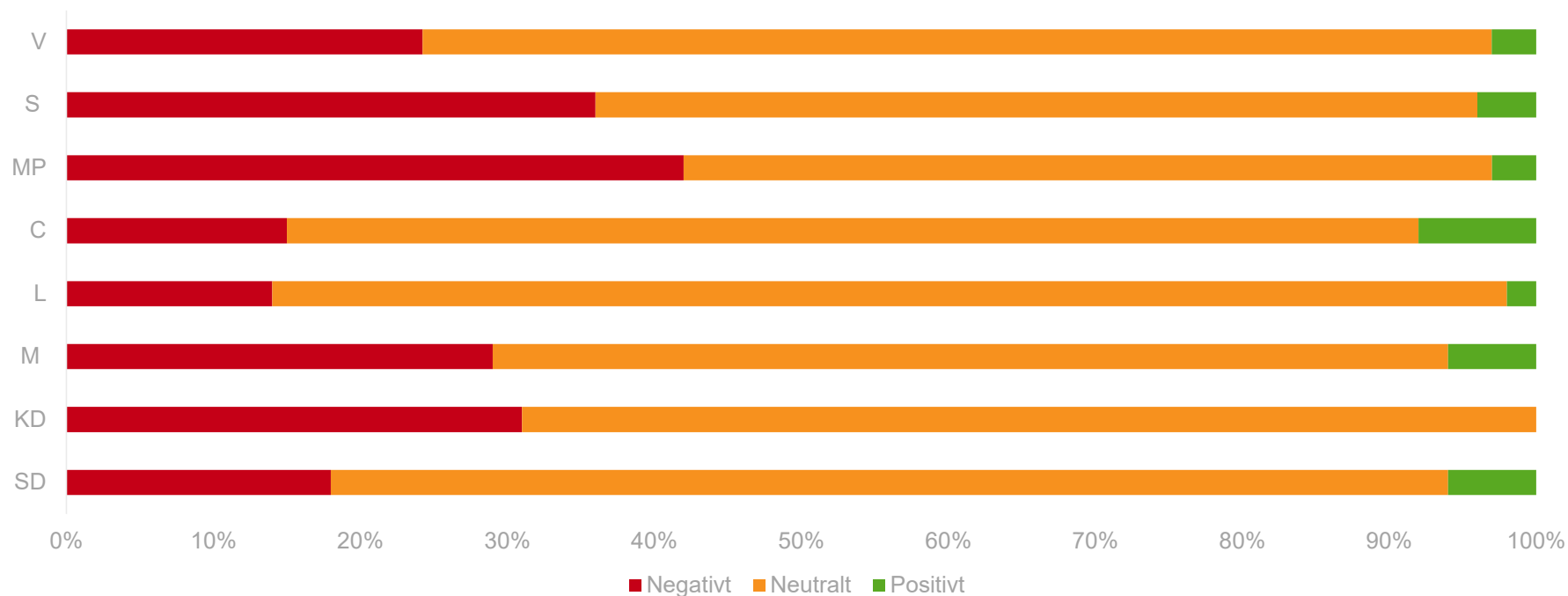


Partiernas synlighet



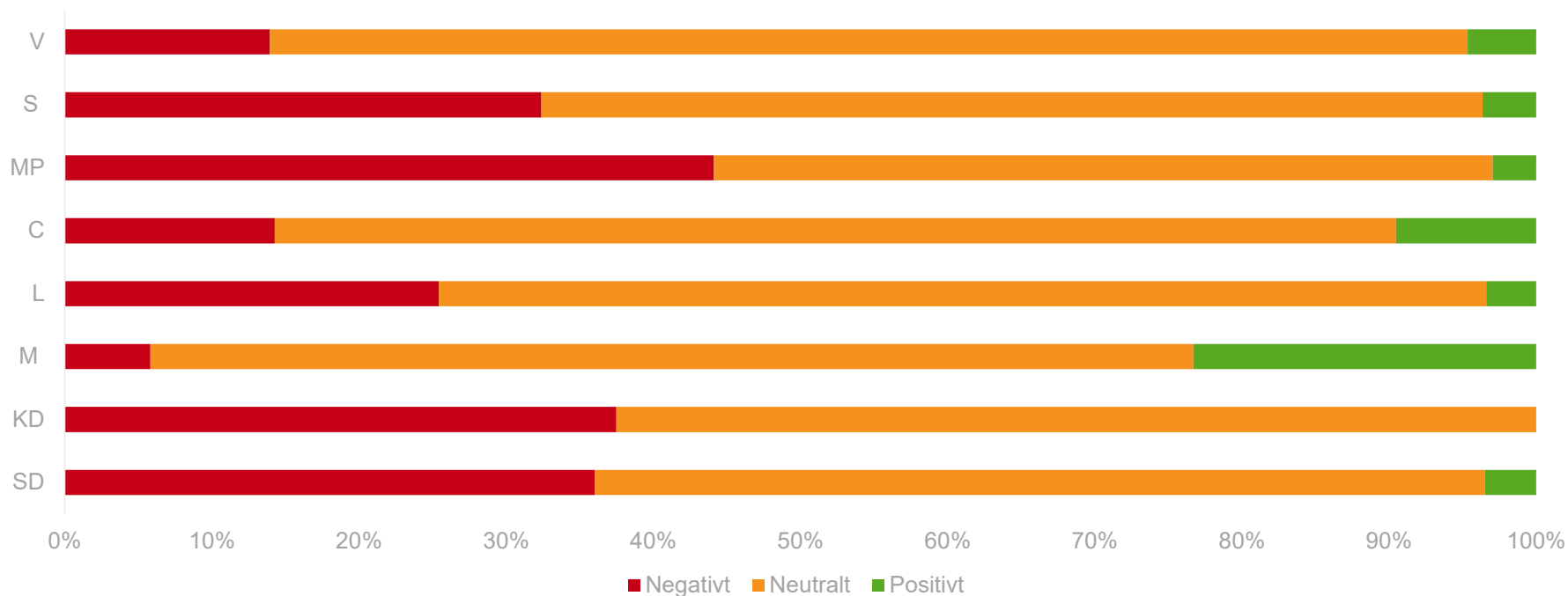
Hur medierna har rapporterat om partierna

Jan – feb 2018 (nettoprocent, positiva-negativa *andelar* av partiets publicitet)



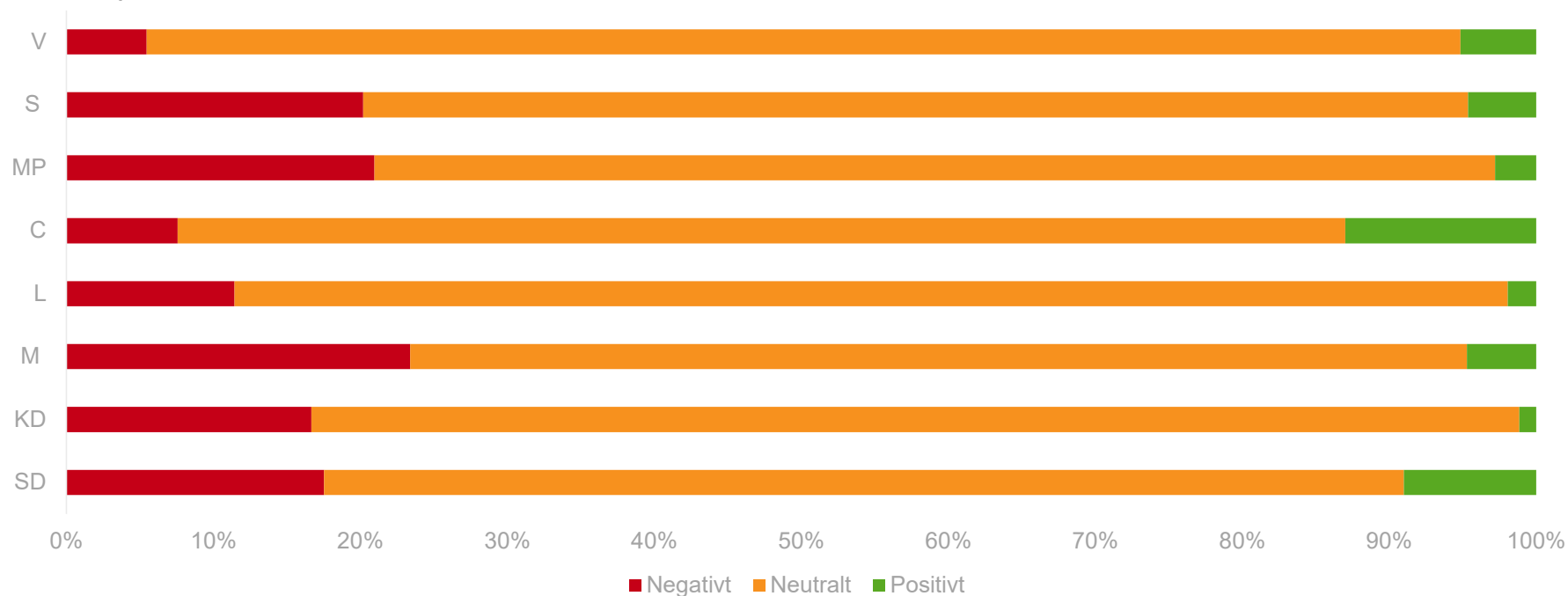
Hur medierna har rapporterat om partierna

nov – dec 2017 (nettoprocent, positiva-negativa *andelar* av partiets publicitet)



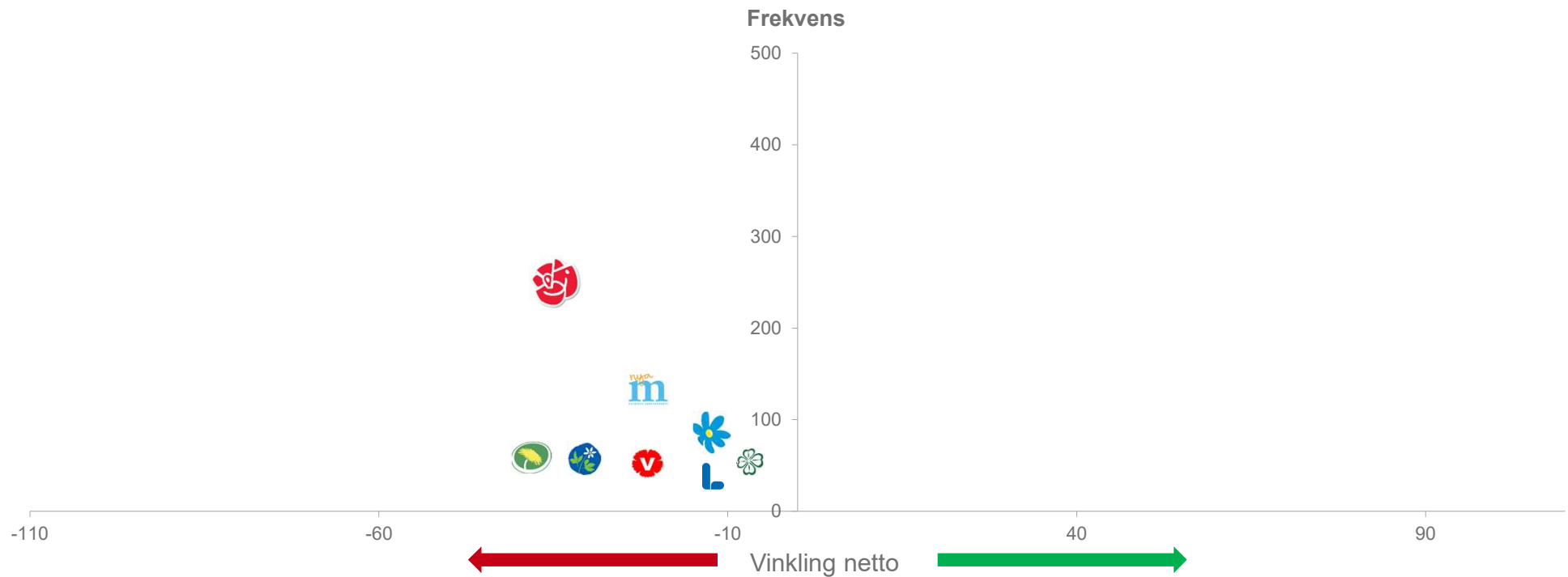
Hur medierna har rapporterat om partierna

Totalt 2017 – januari till december (nettoprocent, positiva-negativa *andelar* av partiers publicitet)



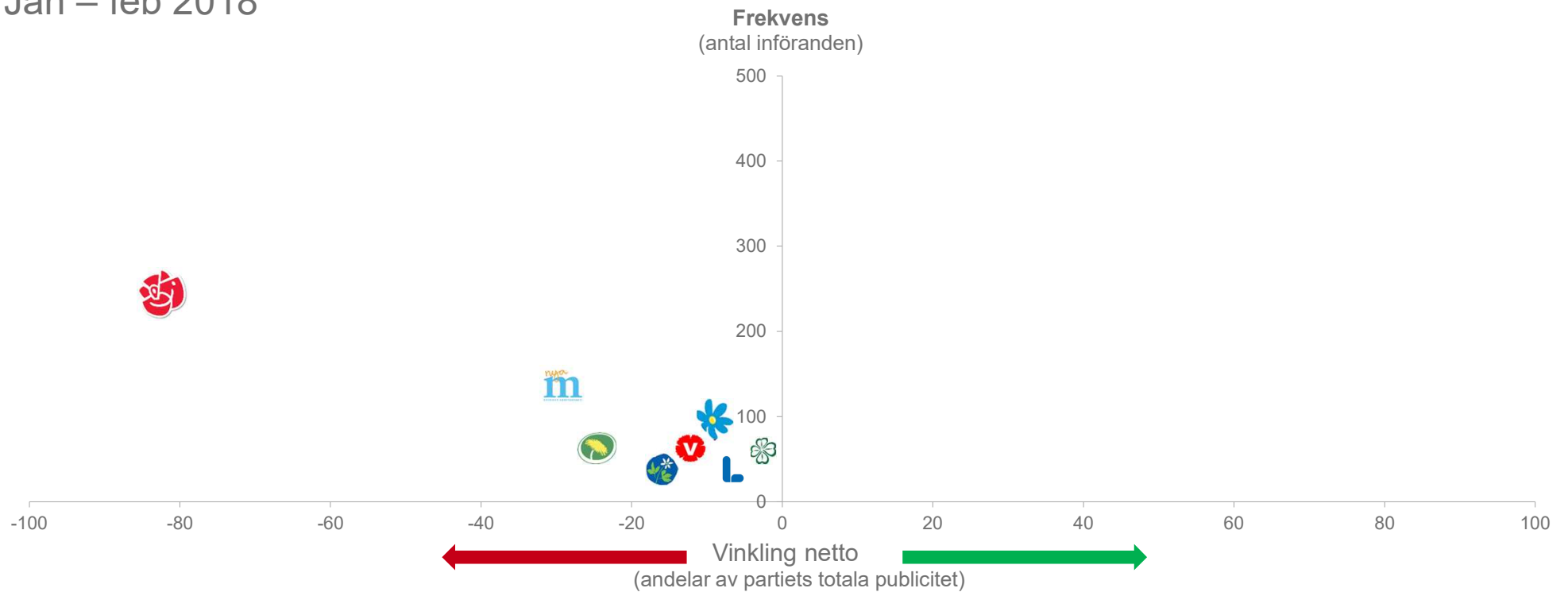
Hur medierna har rapporterat om partierna – frekvens absoluta tal och nettoprocent (positiva-negativa *andelar* av partiets publicitet)

Jan – feb 2018



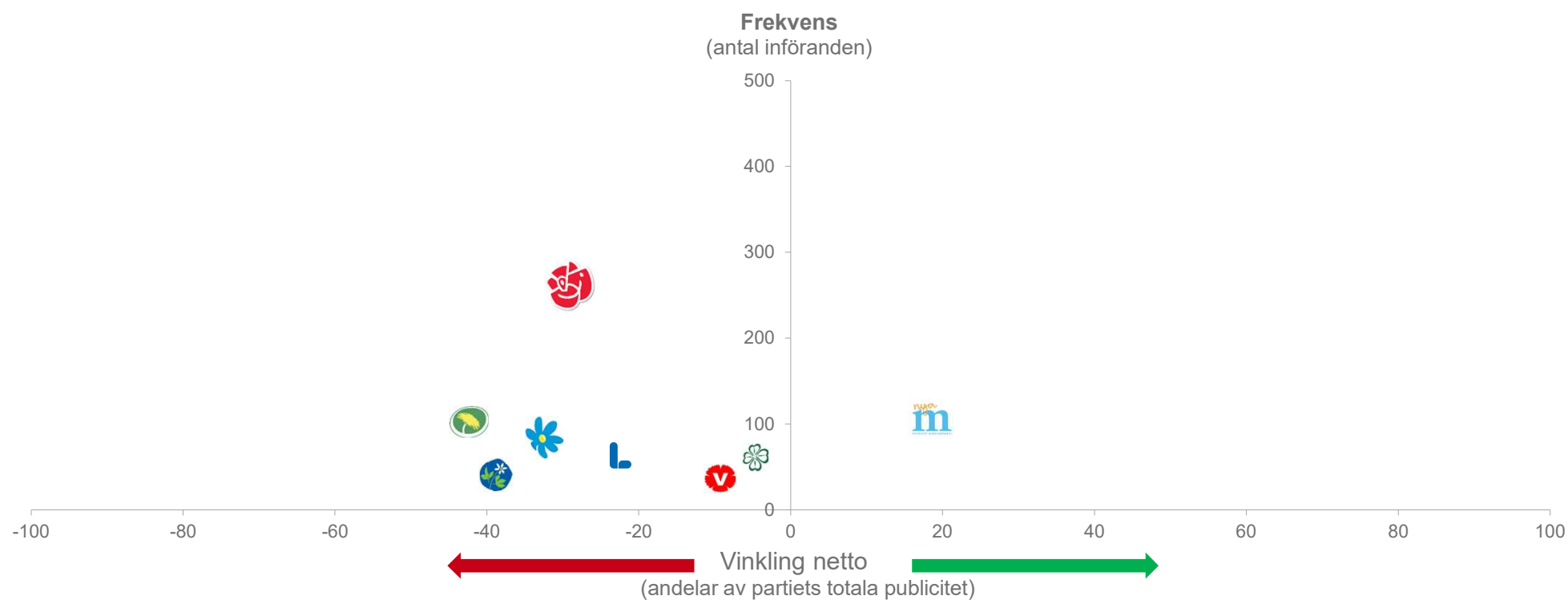
Hur medierna har rapporterat om partierna – frekvens absoluta tal och nettovinklning (*antalet* positivt vinklade nyheter subtraherat med *antalet* negativt vinklade)

Jan – feb 2018



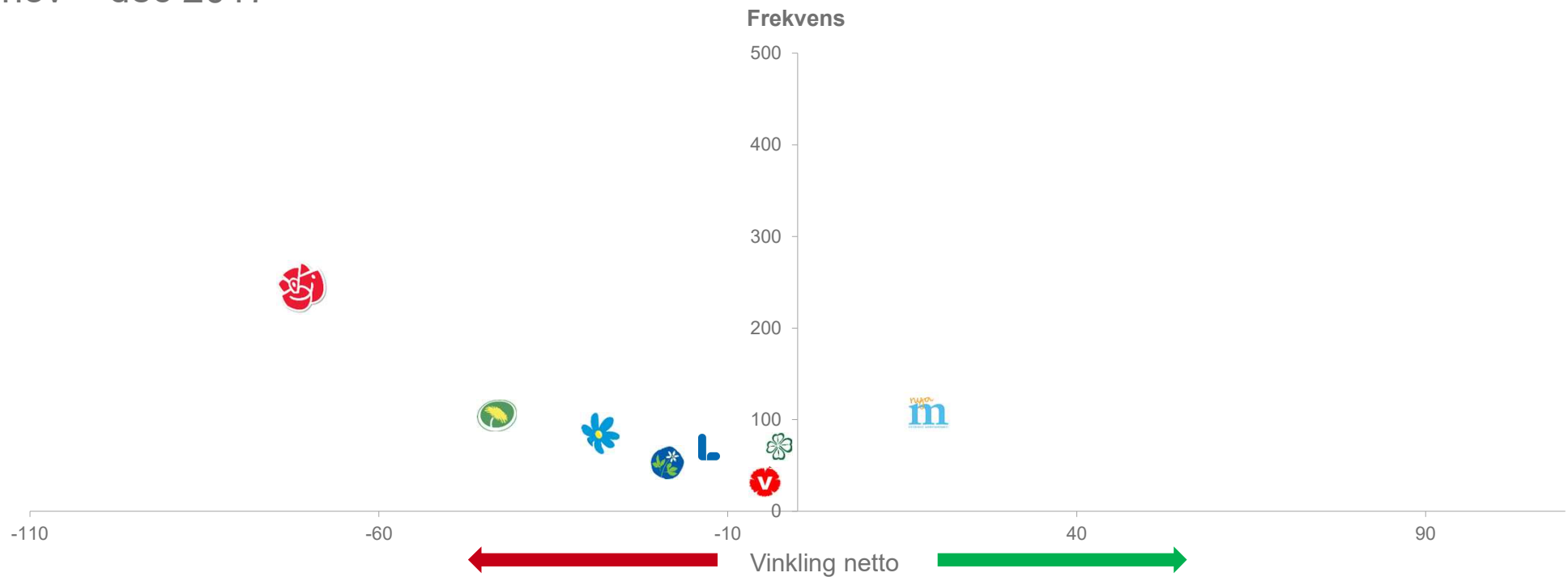
Hur medierna har rapporterat om partierna – frekvens absoluta tal och nettoprocent (positiva-negativa *andelar* av partiets publicitet)

nov – dec 2017



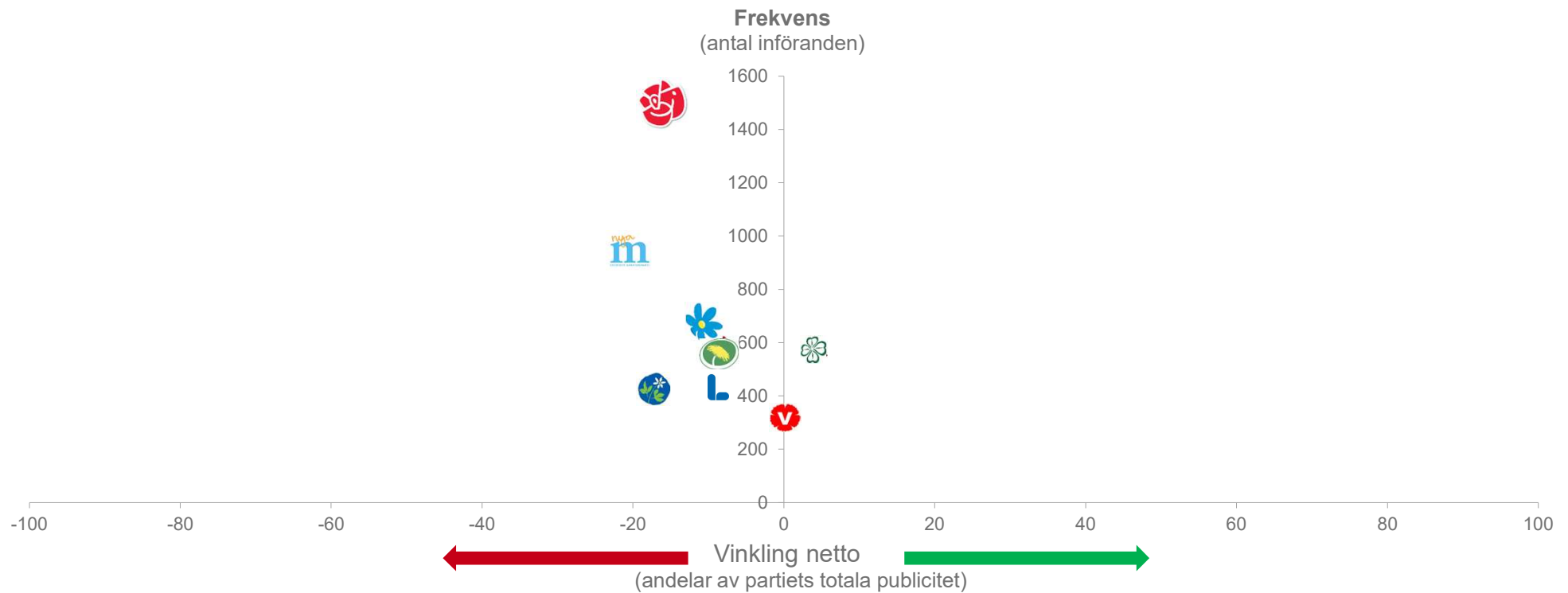
Hur medierna har rapporterat om partierna – frekvens absoluta tal och nettovinkling (*antalet* positivt vinklade nyheter subtraherat med *antalet* negativt vinklade)

nov – dec 2017



Hur medierna har rapporterat om partierna – frekvens absoluta tal och nettoprocent (positiva-negativa *andelar* av partiets publicitet)

Helår 2017



Om undersökningen

Analysperiod: från 13 januari 2014 och löpande

Medieurval: SR Ekot 16:45, SVT Rapport 19:30, Aftonbladet, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten, Expressen (från januari 2017) och TV4 (från januari 2017)

Politiska toppnyheter urvalsprocess: Alla nyheter som har legat på tidningarnas förstasidor eller på löpet i TV/radio går igenom i sin helhet för att notera om ett politiskt parti omnämns. Om ett parti finns med i införandet bedöms hela artikeln/inslaget efter de på förhand definierade variablerna (ämne, synlighet politiskparti, synlighet politiker, EU omnämnt). Max två införanden per källa och dag analyseras. Ledare och debattartiklar exkluderas.

Analysprocess: Införanden analyseras enligt följande variabler:

- **Ämne:** En sakfråga/ämne kodas per artikel/inslag. När flera sakfrågor förekommer i samma artikel/inslag registreras den som ges störst fokus i respektive artikel/inslag. Strukturen för ämnesfördelningen följer i stort SOM-institutets indelning av sakfrågor. Vi har också adderat den struktur Göteborgs universitet använder sig av vid en fördelning av frågor som inte är av direkt sakpolitisk art ("policy"), utan mer av det som handlar om spelet runt politiken ("politics") såsom politiska skandaler, regeringsbildning, opinionsundersökningar och valrörelser.

- **Synlighet politiska partier:** Alla partier som finns omnämnda i artikeln/inslaget noteras och bedöms efter ton. Bedömning av hur respektive parti framställs sker enligt en tregradig tonskala (positiv, neutral, negativ). Den redaktionella tonen anger i vilken grad ett införande ger en positiv, negativ eller neutral bild av partiet. Metoden är en textanalys vilket innebär att vi utgår från den redaktionella vinkeln på nyheten, utan att ta objektets eventuella budskap och önskemål i beaktning.

Vi identifierar vilka värdeord som partiet kopplas ihop med.

- Positiva värdeord – till exempel bra, stark, växer, vinner (väljare)
- Negativa värdeord – till exempel svagt, konflikt inom partiet, tappar (väljare)
- **Synlighet partiledare/politiker:** Samtliga partiledare och politiker som omnämns i artikeln/inslaget noteras. Här görs även en bedömning av personens roll i införandet enligt en tre-gradig skala (statist, biroll, huvudroll). Variabeln bedömer politikernas aktivitet. Blir personen endast omnämnd av andra (statist) eller gör personen i fråga egna uttalanden. Om personen gör uttalanden, bedöms hur stor del av införandet personen tar. Sätter personen agendan och tar den störst utrymme (huvudroll) eller delar personen utrymmet med andra (biroll).

KANTAR SIFO

**Partipolitiska toppnyheter i svenska
sociala medier**

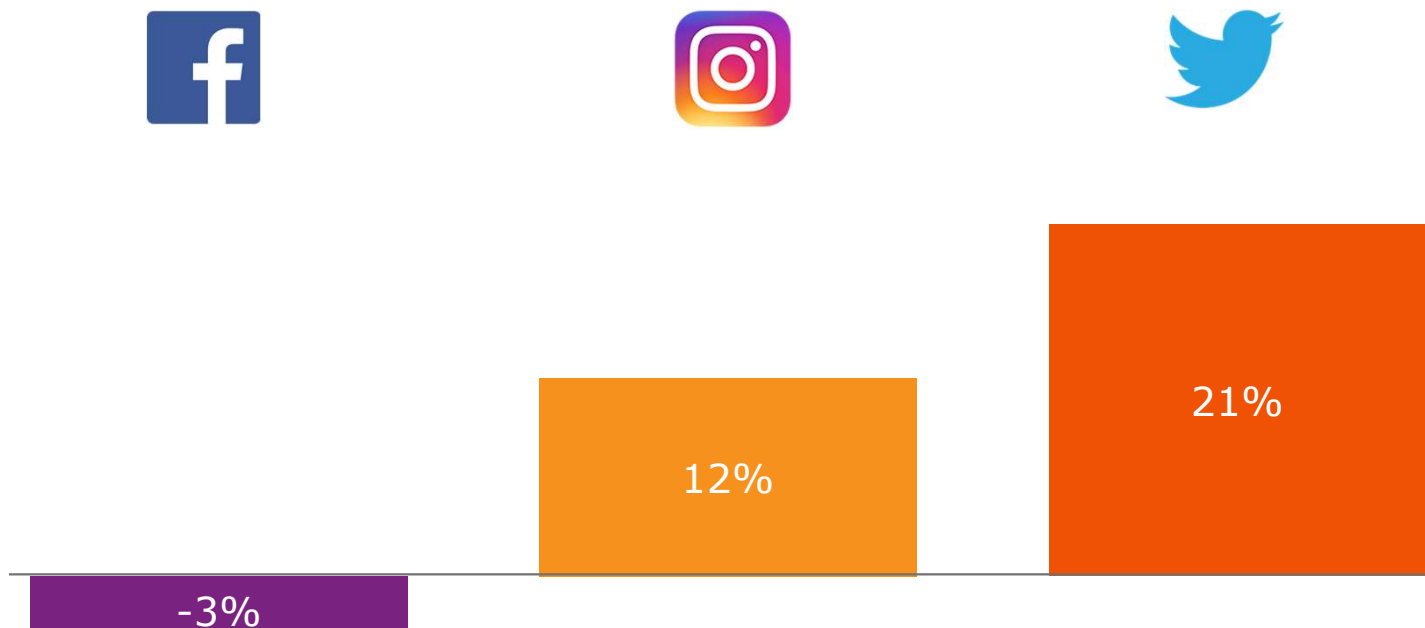
Januari och februari 2018

Det politiska samtalet i sociala medier: jan-feb 2018

- **Valrörelsen** är definitivt igång – på Twitter. För andra perioden i rad ökar det politiska samtalet kraftigt i denna kanal.
- Samtalet kring **migration och integration** minskar kraftigt på både Facebook och Twitter.
- **Gustav Fridolin** har stora problem med synligheten och hamnar på bottenplacering på både Facebook och Twitter bland partiledarna. Isabella Lövin syns däremot allt mer.
- På Facebook fortsätter den nedåtgående trenden för **SD** där partiet figurerar i en allt mindre del av samtalet.
- På Twitter är det **Ulf Kristersson** som skildras på det minst negativa sättet bland partier och partiledare, bl.a. på grund av rapportering av starka förtroendesiffror för partiledaren som sprids där.
- Det är de redaktionella artiklar som skildrar **SD** på ett positivt sätt som får störst spridning på Facebook. Bakom ligger framför allt en undersökning om vilka partier som har störst förtroende inom olika sakfrågor.

Det politiska samtalet i sociala medier

Förändringar i storleken på det politiska samtalet mellan nov-dec 2017 och jan-feb 2018



Största förändringarna partier/partiledare

Vilka partier/partiledare ökar respektive minskar mest sin utrymme i det partipolitiska samtalet?



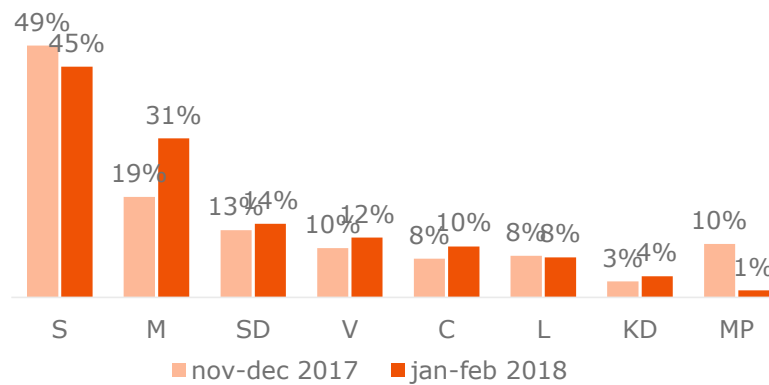
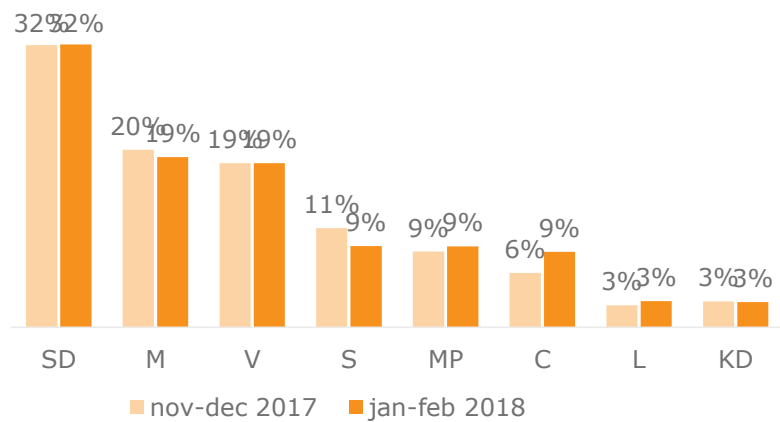
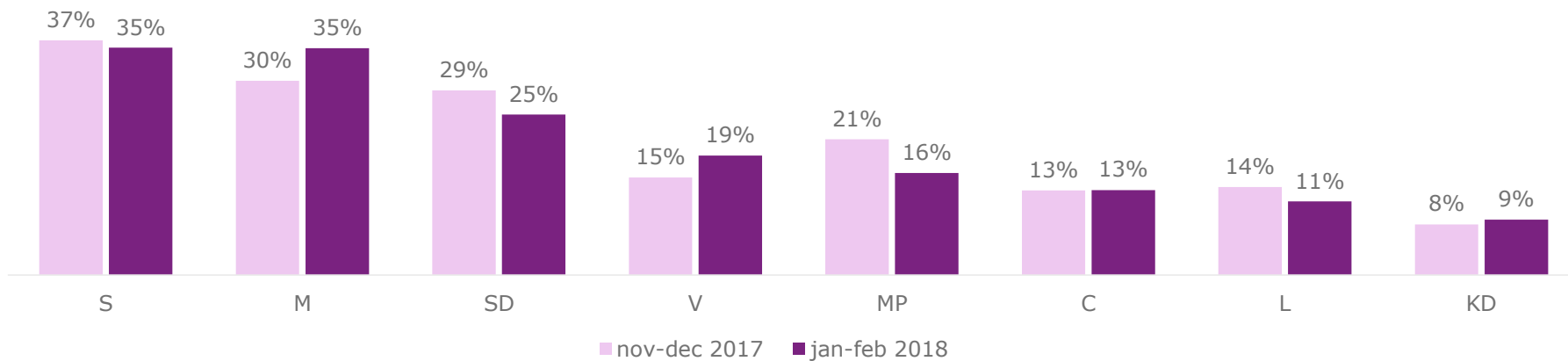
ÖKAR	MINSKAR
M (+5%)	MP (-5%)
V (+3%)	SD (-4%)
Isabella Lövin (+4%)	Stefan Löfven (-6%)
Ulf Kristersson (+3%)	Gustav Fridolin (-5%)

ÖKAR	MINSKAR
C (+2%)	S (-2%)
MP (+1%)	M (-1%)
Ebba Busch Thor (+5%)	Jimmy Åkesson(-2%)
Jonas Sjöstedt (+4%)	Annie Lööf (-2%)

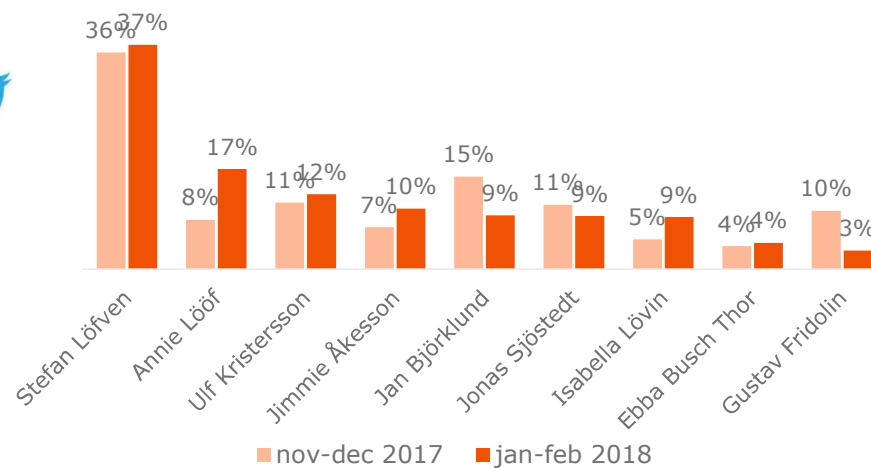
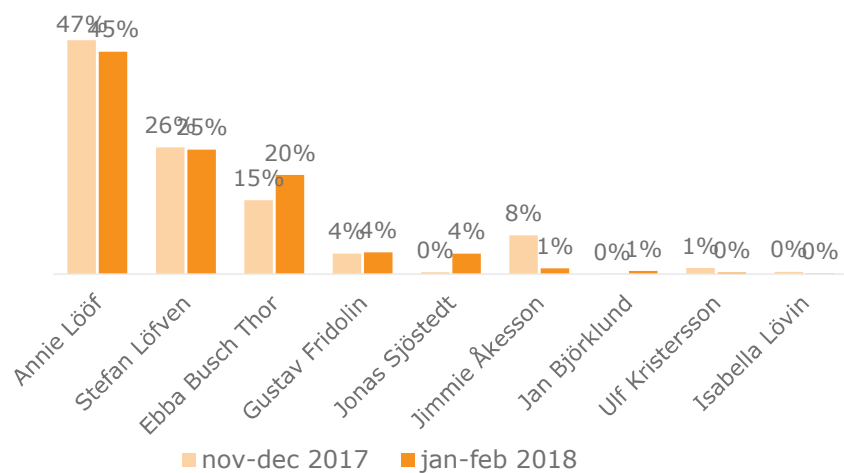
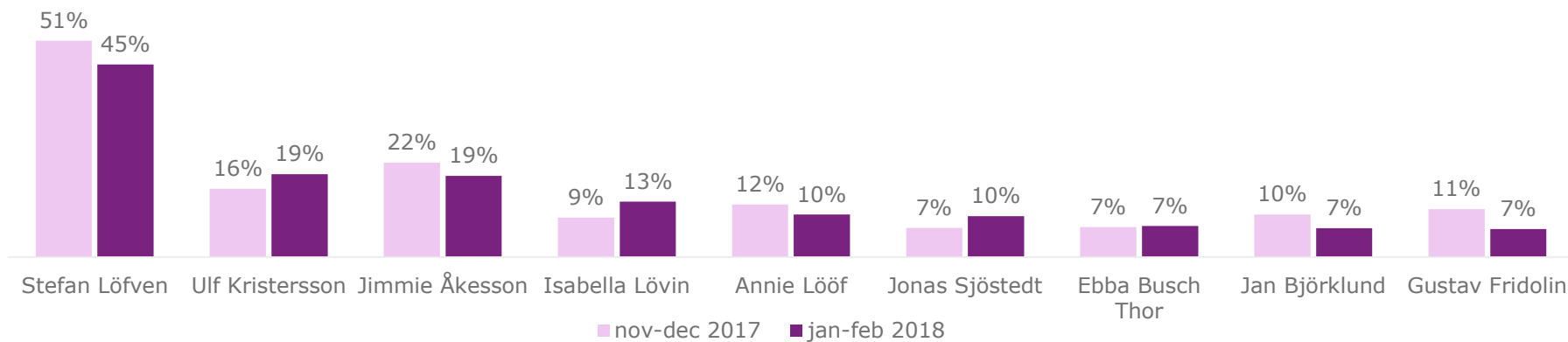
ÖKAR	MINSKAR
M (+11%)	MP (-9%)
C (+2%)	S (-4%)
Annie Lööf (+8%)	Gustav Fridolin (-7%)
Isabella Lövin (+4%)	Jan Björklund (-6%)

Tabellerna redovisar förändringar i procentenheter av det totala partipolitiska samtalet. Förändringarna innebär alltså att partiet har tagit större eller mindre plats i detta samtal. De redogör inte för om partiet/partiledaren syns mer eller mindre totalt sätt.

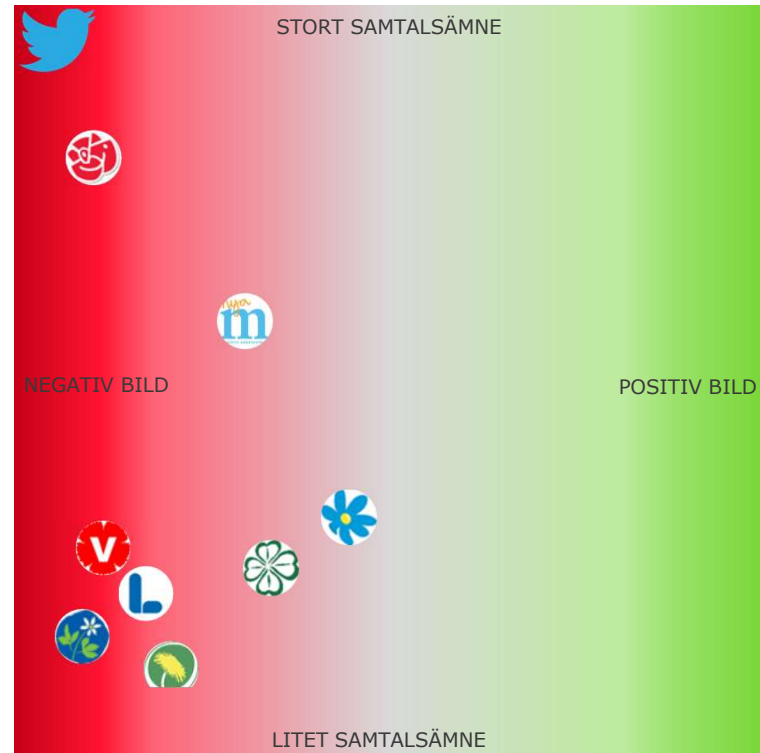
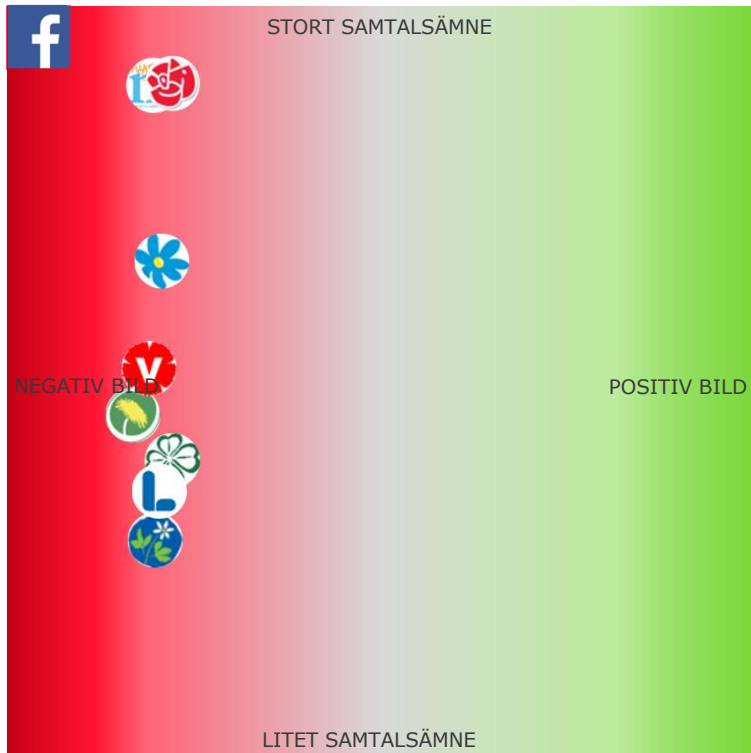
Partier – genomslag i olika kanaler



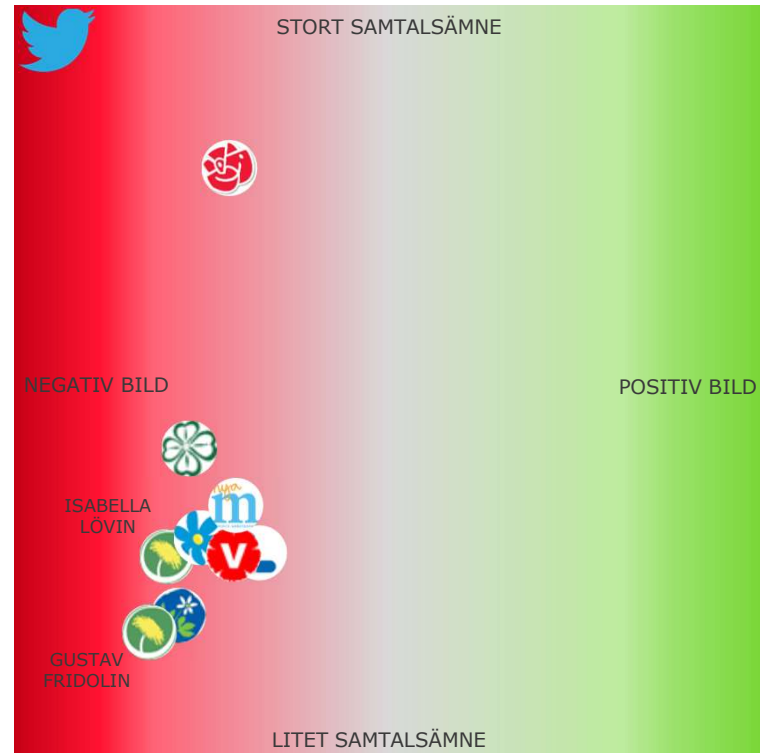
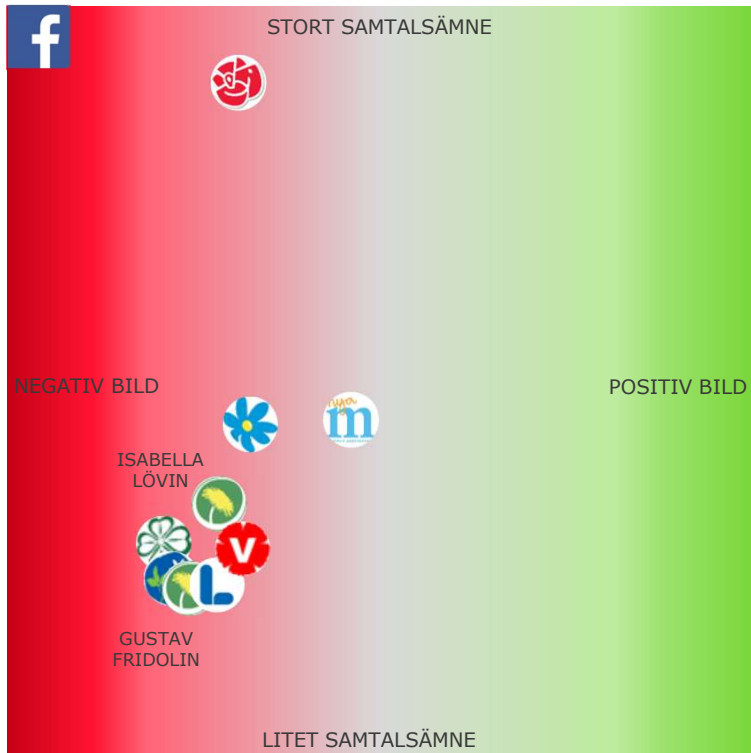
Partiledare – genomslag i olika kanaler



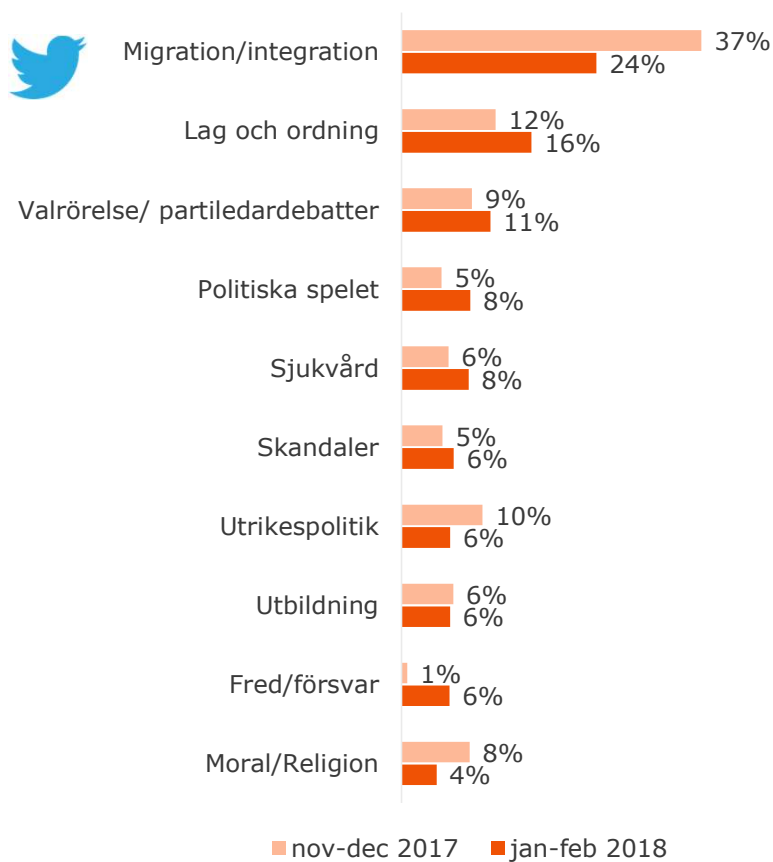
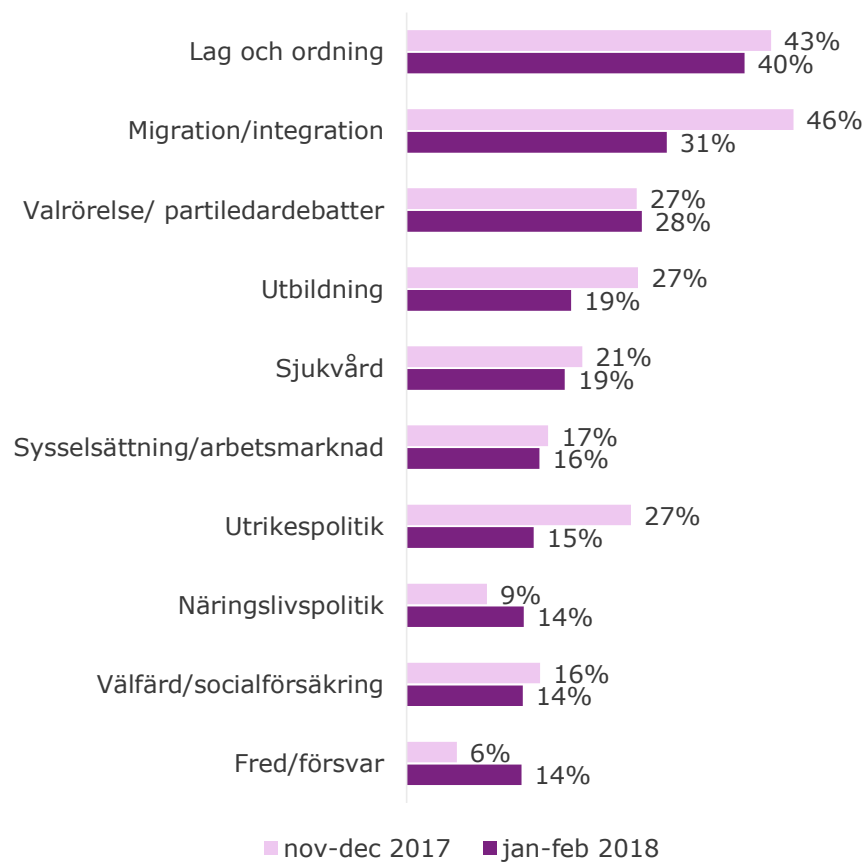
Tonen och genomslaget för partier på Facebook och Twitter



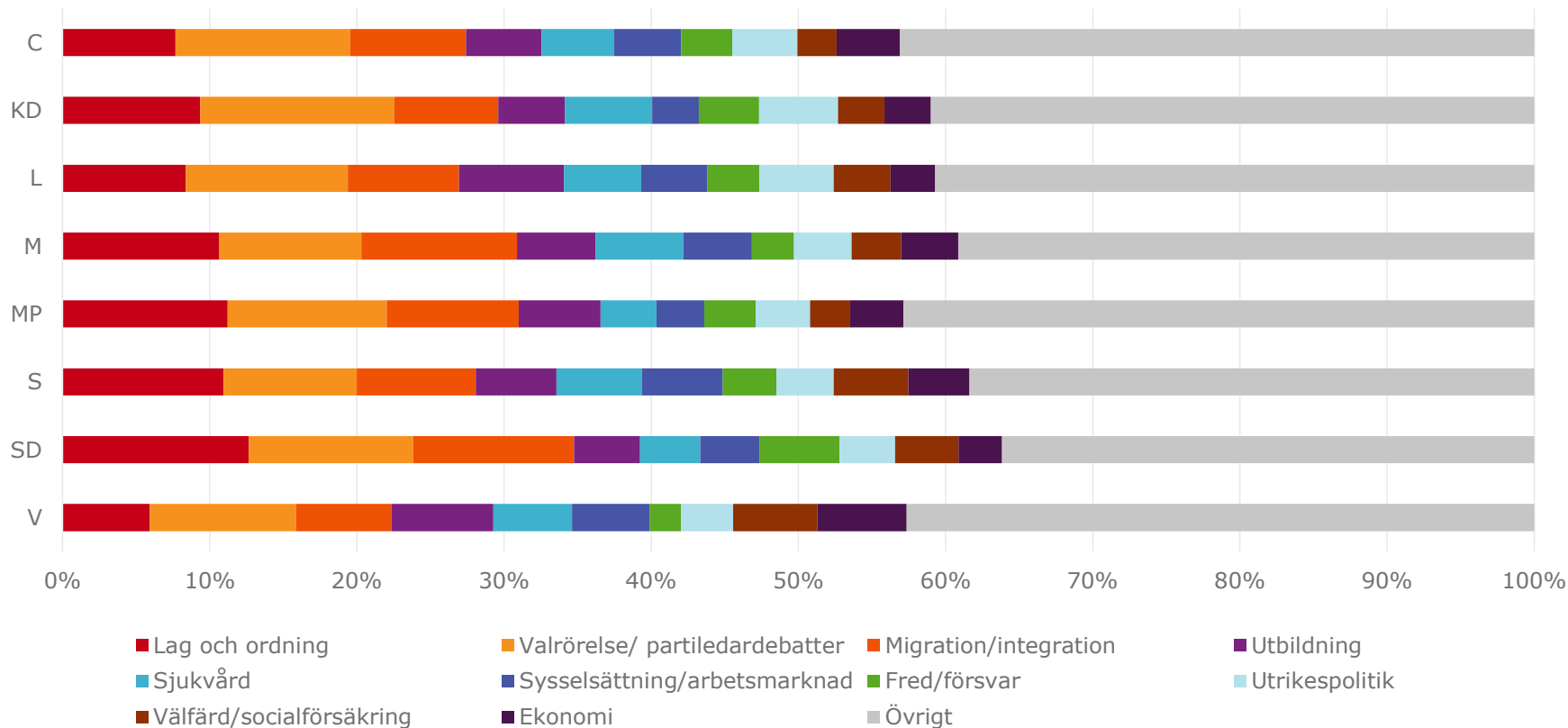
Tonen och genomslaget för partiledare på Facebook och Twitter



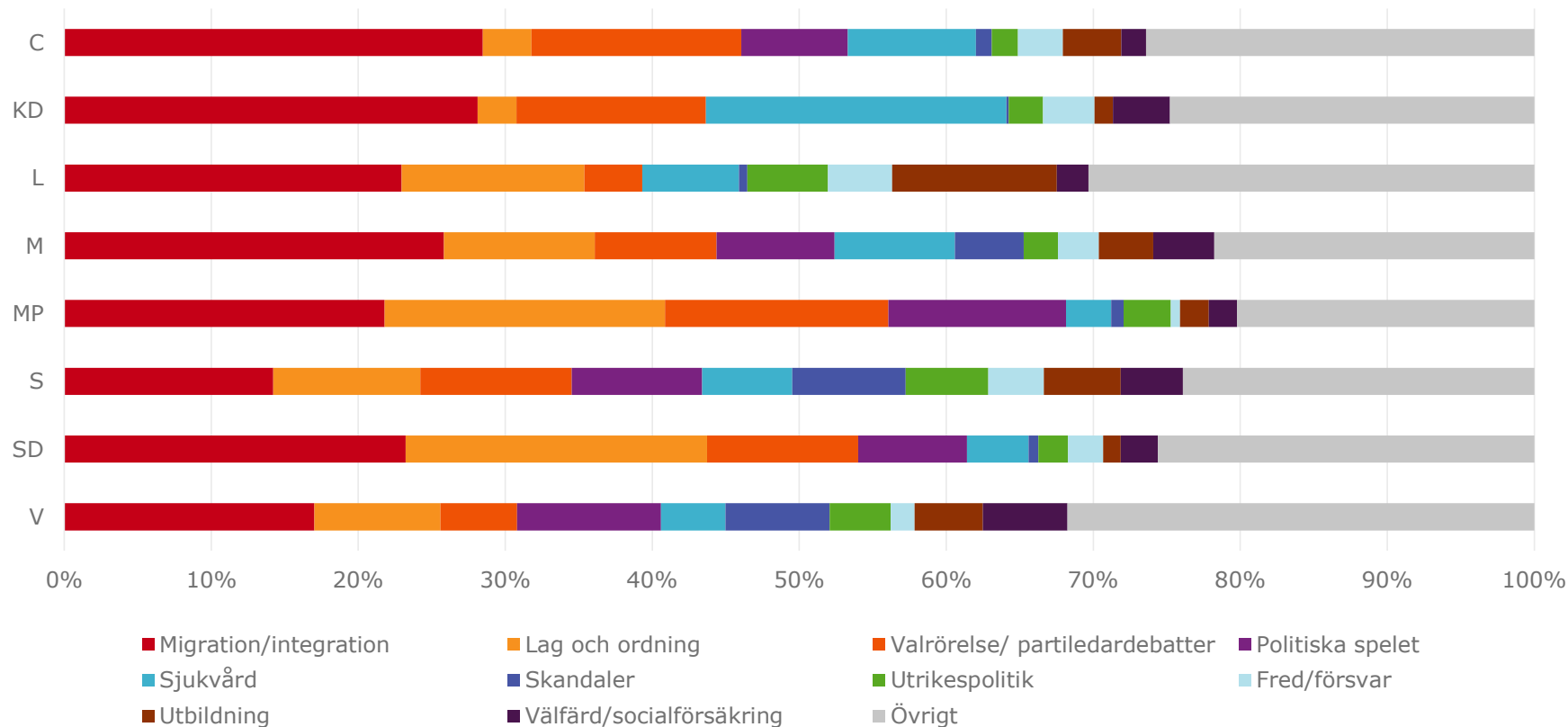
Frågor i partipolitiken på Facebook och Twitter



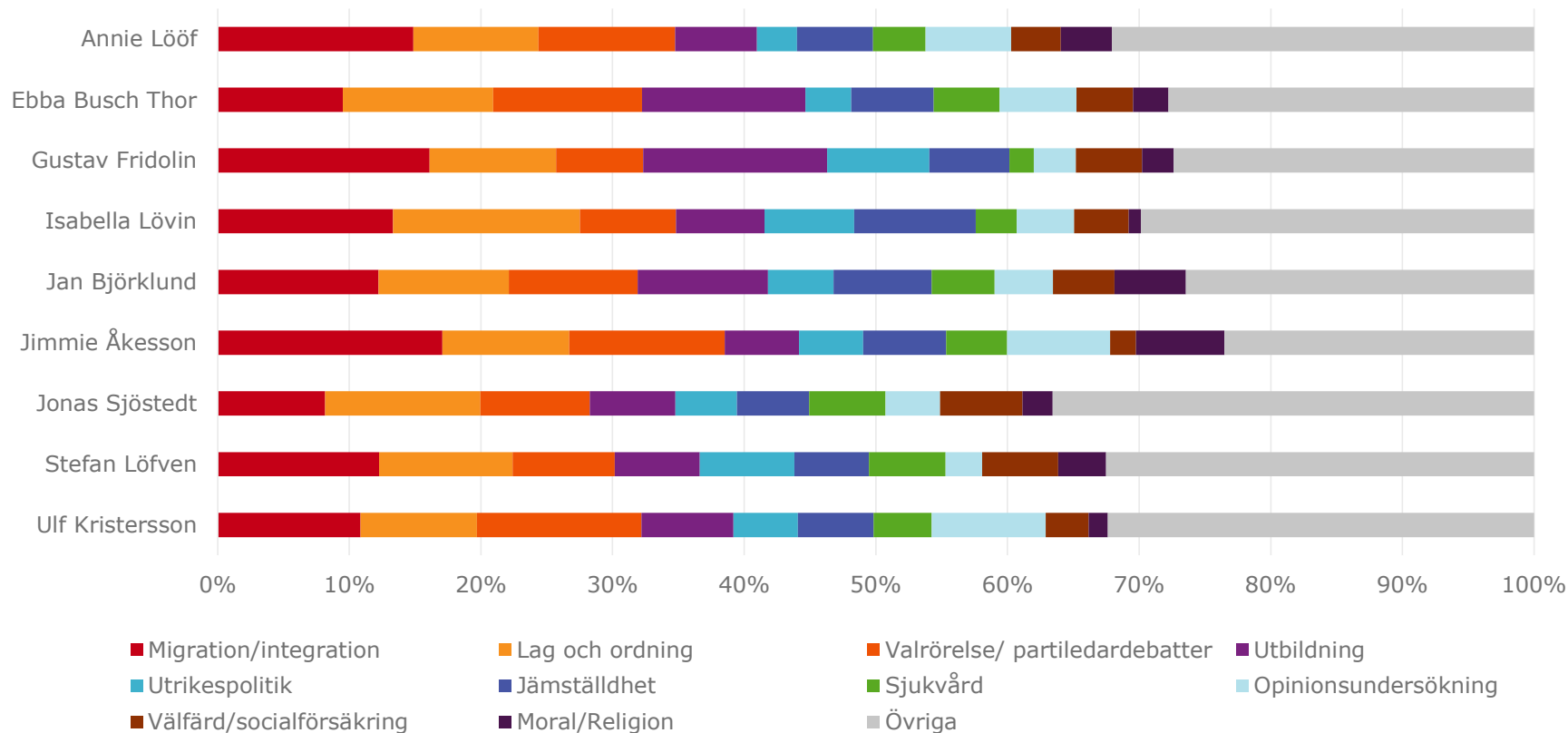
Inom vilka frågor syns partierna?



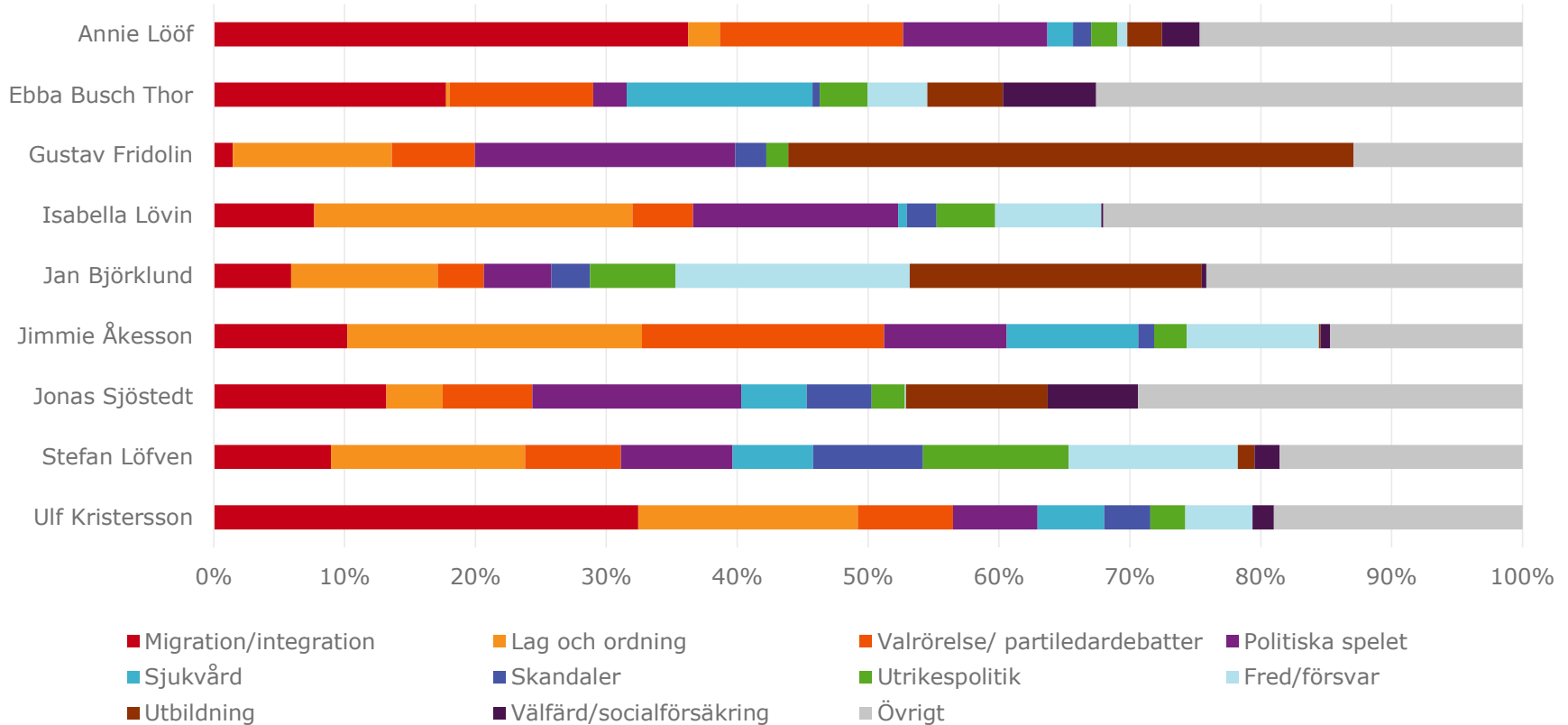
Inom vilka frågor syns partierna?



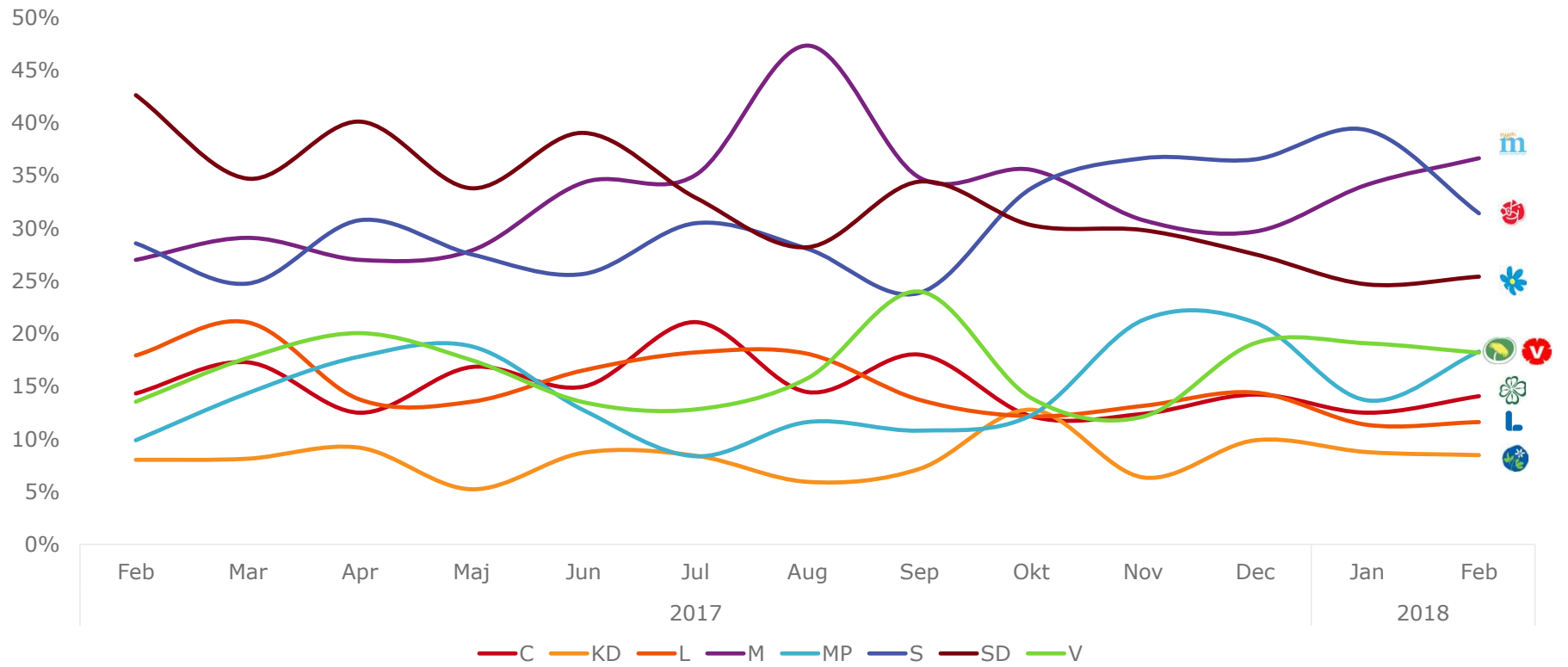
Inom vilka frågor syns partiledare?



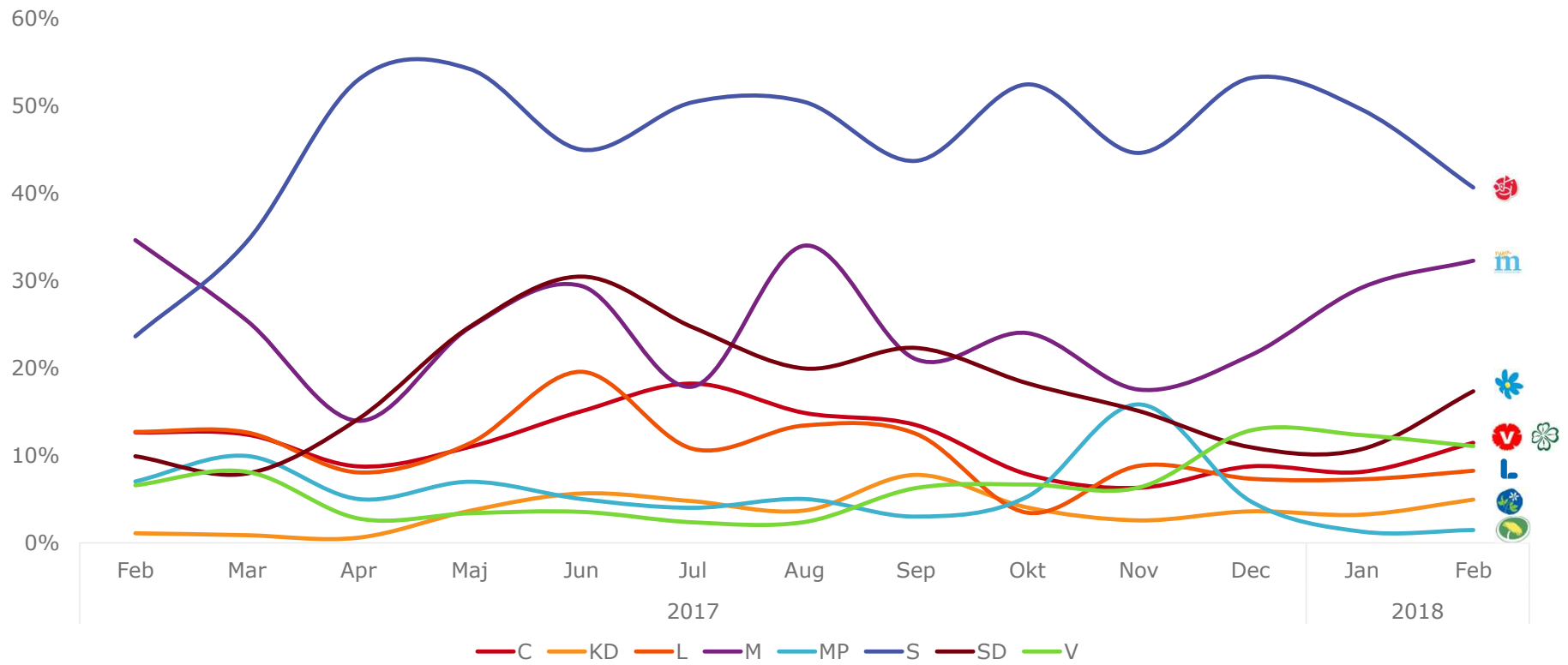
Inom vilka frågor syns partiledare?



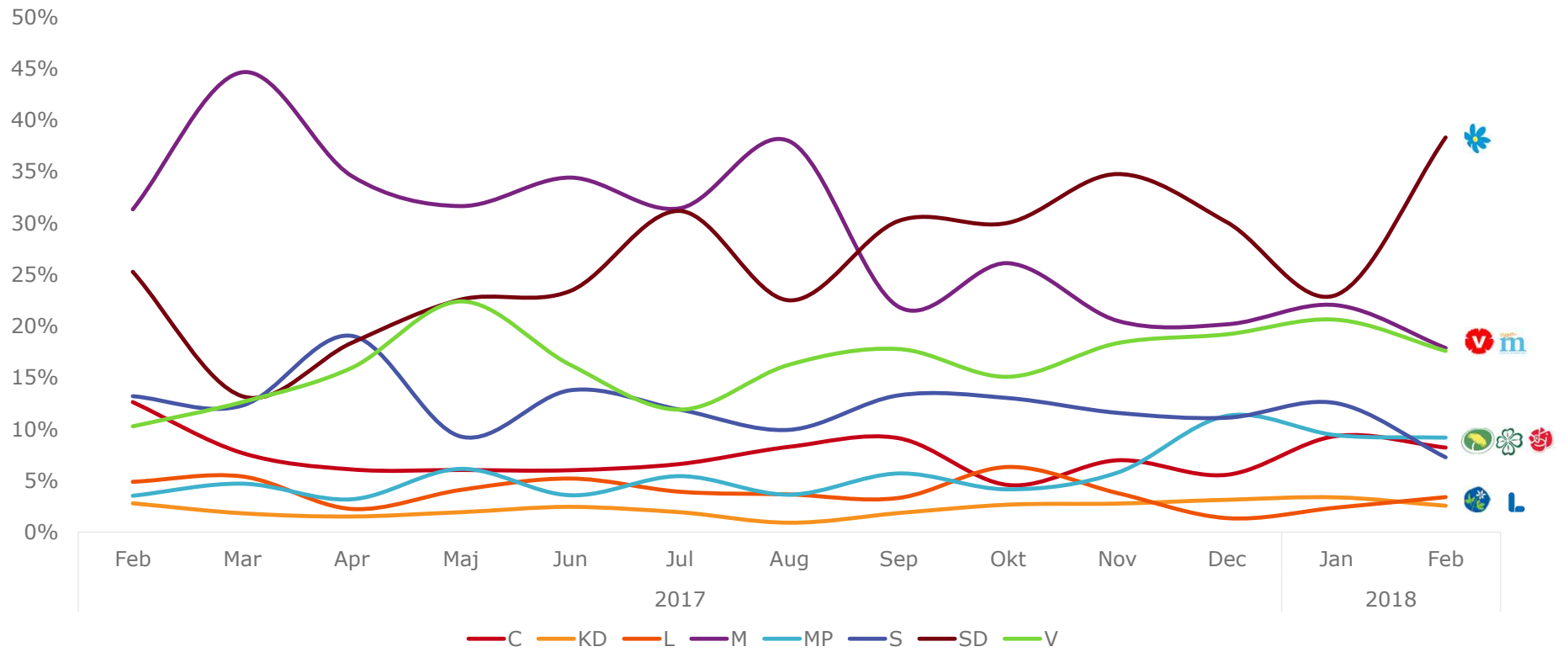
Partier – genomslag över tid



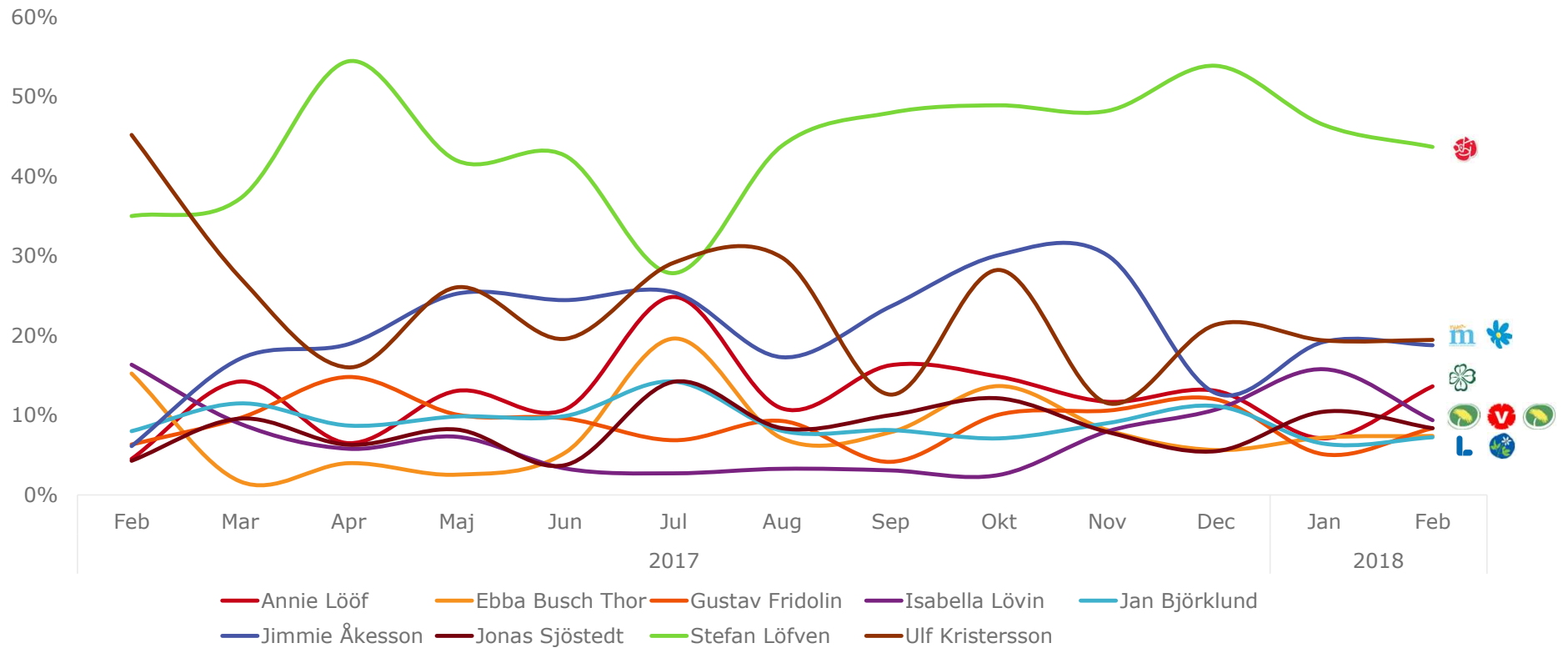
Partier – genomslag över tid



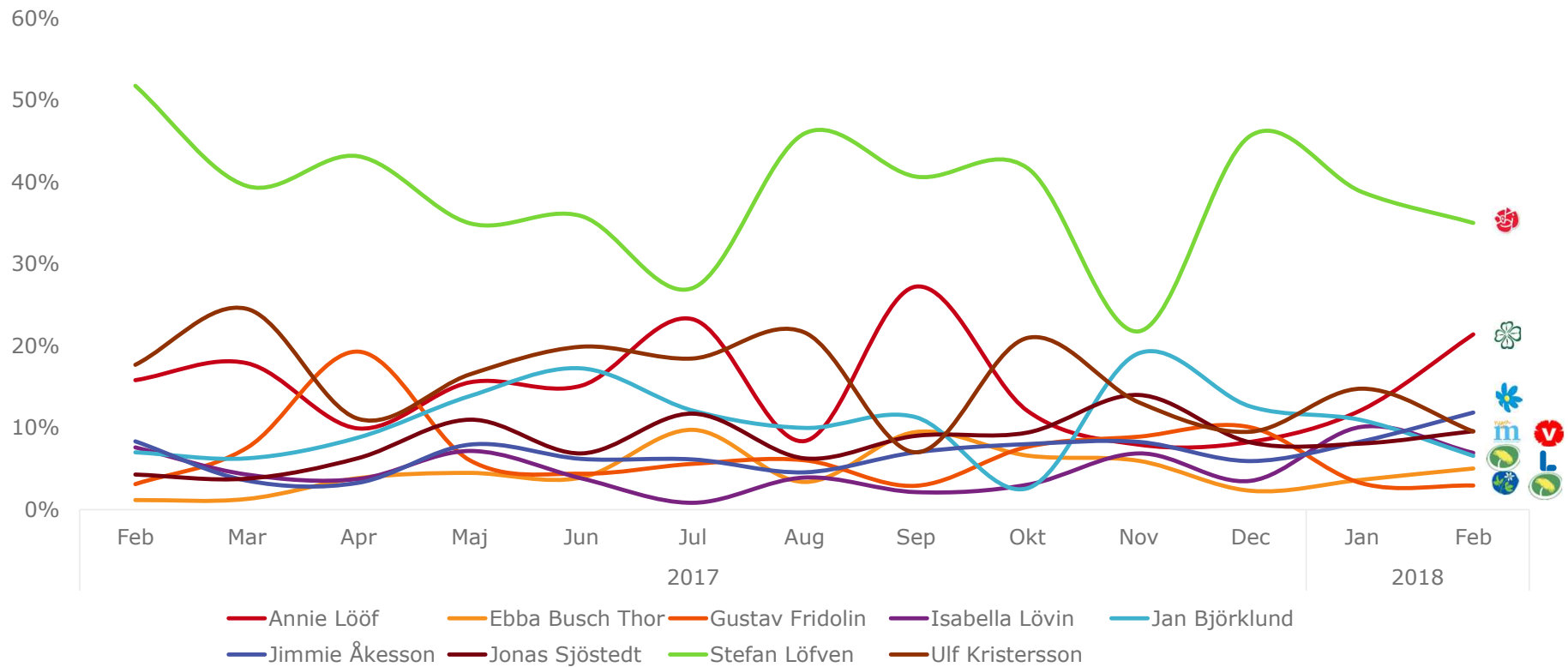
Partier – genomsnitt över tid



Partiledare – genomsnitt över tid



Partiledare – genomslag över tid



Partiledare – genomsnitt över tid

