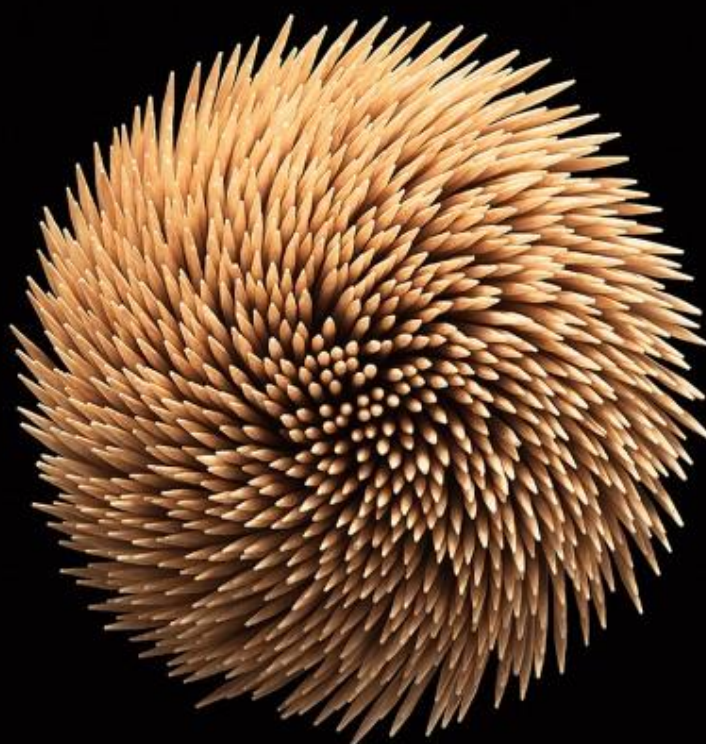


Mediemätaren

Hur politik diskuteras i media

Augusti – september 2020

Ulla von Lochow
Per Söderpalm



1

Gängkriminalitet och ekonomiska utmaningar i allt större fokus



Lag och ordning gör comeback

Mediemätaren augusti – september 2020

Coronapandemin är långt ifrån över, men trots det börjar den politiska diskussionen återta konturerna av den debatt vi hade innan krisen drabbade Sverige.

Dödsskjutningen av en 12-årig flicka i Botkyrka innebär att fokus, som under ett halvår primärt riktats mot sjukvården, förändras kraftigt och åter sätter lag och ordning i första rum. Flera andra uppmärksammade händelser kopplat till gängkriminalitet och överfallsrån gör att ämnet dominerar stora delar av perioden.

Samtidigt ser vi hur intresset kring sjukvård och äldreomsorg tydligt går ner igen, om än inte fullt ut till de nivåer som vi såg innan coronakrisen.

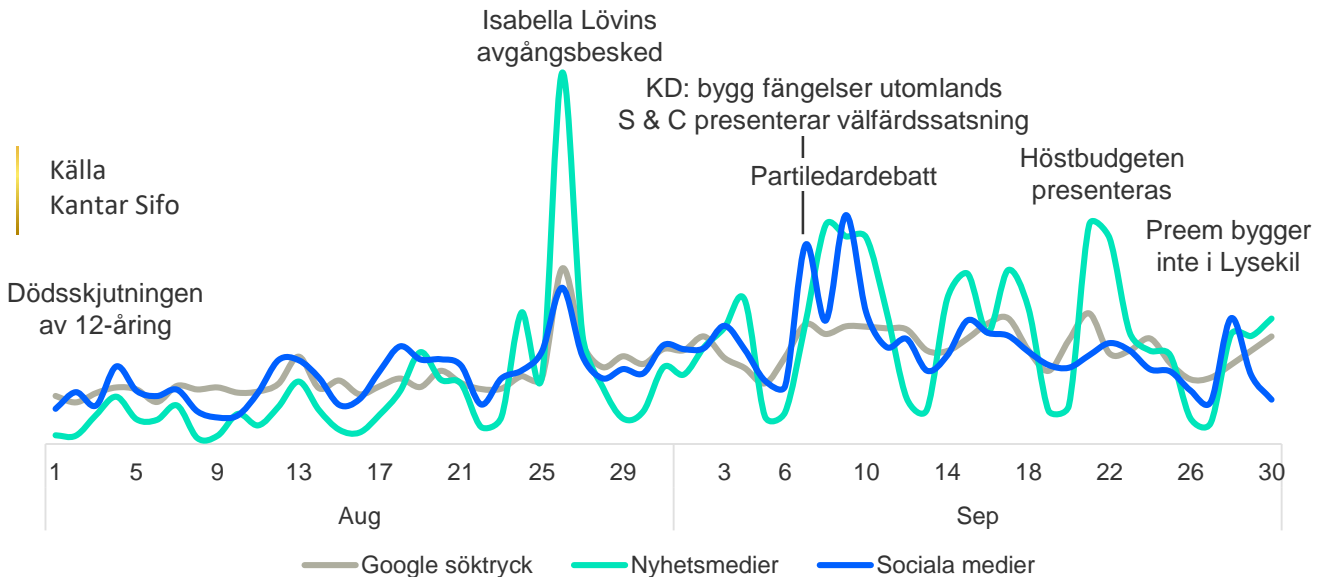
Den förändrade agendan gör att statsministern inte längre står lika mycket i centrum av debatten. Synligheten för Stefan Löfven går ner kraftigt i de flesta kanaler.

Istället riktas mer uppmärksamhet mot andra partiledare. Framför allt gäller det Isabella Lövin och Annie Lööf. Den senare gör ett återinträde i den politiska debatten efter föräldraledigheten, något som driver mycket publicitet från slutet av augusti och framåt.

Det ökade intresset för Isabella Lövin är i hög grad koncentrerat till hennes avgångsbesked. Under september ser vi också att miljöfrågorna ligger högre på den mediala agendan, bland annat genom miljöåtgärder i budgeten och Preems beslut att inte bygga ut i Lysekil.

Höstbudgeten präglar som vanligt under denna tid på året stora delar av den politiska debatten i media. Här kan man se en tydlig skillnad i nyhetsmedia och sociala medier, där de senare kanalerna har ett mycket större fokus på skattefrågor.

Intresset i media augusti – september 2020 i olika kanaler



2

Förändringar i den politiska diskussionen

Jämförelse mellan april-juli och augusti-september

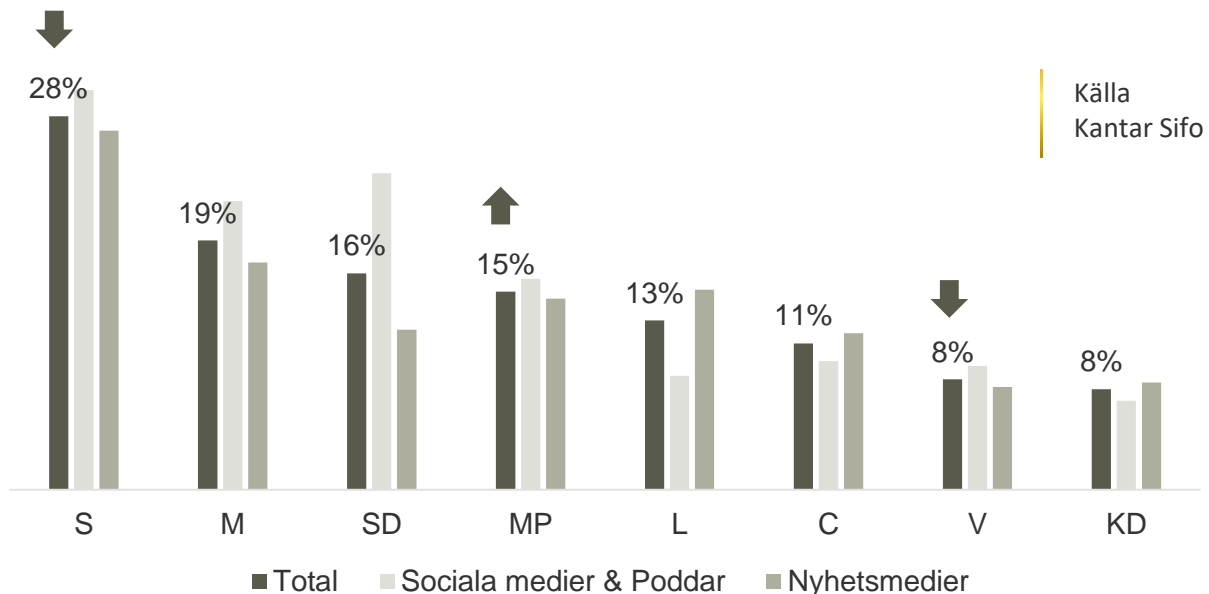


Växande intresse för MP – S och V tappar utrymme

Hur partierna syns i medierna

- Coronakrisen och höstbudgeten gör att **S fortsatt är det mest synliga partiet** i alla kanaler, förutom på Facebook och i sökningar på Google. Tonen är dock tydligt mer kritisk jämfört med tidigare i år.
- **M** fortsätter att precis som förra perioden vara det **näst mest omtalade** partiet. En tydlig position som oppositionsparti driver utrymme.
- **SD ligger kvar på tredje plats.** På Facebook toppar SD, men i tidningar, nyhets sajter och radio är intresset lägre än för de flesta andra partier. I tidningar och nyhetssajter sticker också tonen mot SD ut som mer negativ.
- **Intresset för MP fortsätter att vara högt,** mycket beroende på Isabella Lövin's avgångsbesked, men också att miljöfrågor får mer utrymme i debatten.
- Även för **L är intresset relativt högt,** framför allt i nyhetsmedier. Det bör dock påpekas att referenserna till partiet oftast är perifera och avspeglar sig inte heller i ett motsvarande intresse i sociala medier eller i sök på Google.
- **C refereras det totalt sett till lika mycket som tidigare,** även om vi ser en uppgång i september. Annie Lööfs återkomst i debatten innebär också att C i mycket högre grad står i fokus av artiklar och sociala medieinlägg.
- **V** fortsätter att väcka begränsat intresse, framför allt i redaktionella medier: Partiet kommer näst sist.
- **KD bibehåller sin plats som det minst omdiskuterade** partiet i media under perioden augusti till september.

Andel av debatten i media, aug-sep 2020

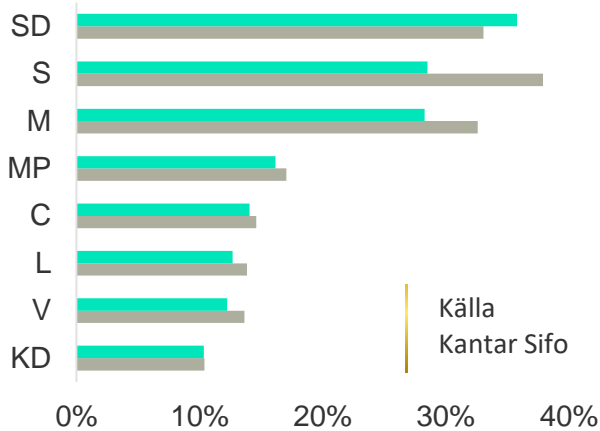


Förändringar på minst två procentenheter från föregående period är utmärkta med pilar

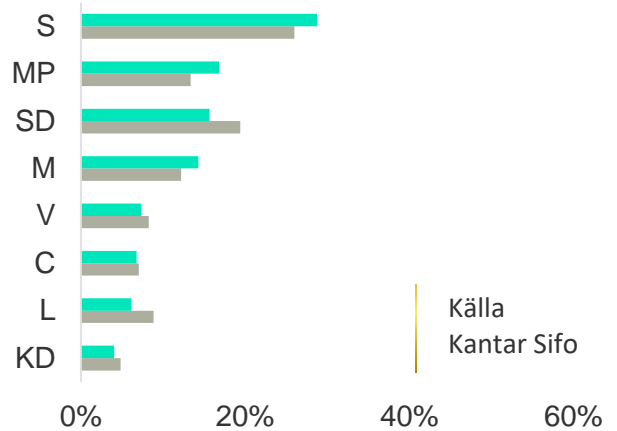
Synlighet i medier för partierna

Andel av diskussionen i varje kanal

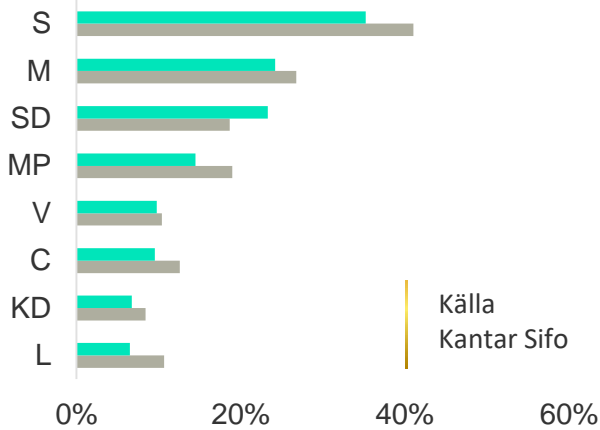
Facebook



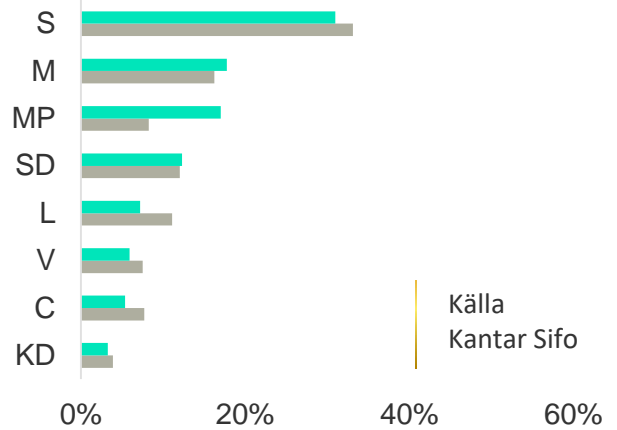
YouTube



Twitter



Poddar



■ apr-jul 2020

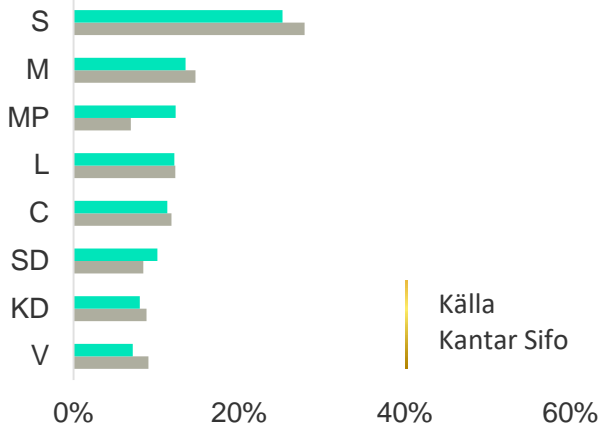
■ aug-jul 2020

De procentuella skillnaderna mellan kanalerna beror primärt på att textmängderna som analyseras är olika stora. Tidningar och nyhetssajter har längst texter medan Twitter har kortast. Jämförelser av ett parti/partiledares procentuella andel av diskussionen i olika kanaler bör därför göras med viss försiktighet. En bättre jämförelse är istället den ranking som återfinns tidigare i rapporten.

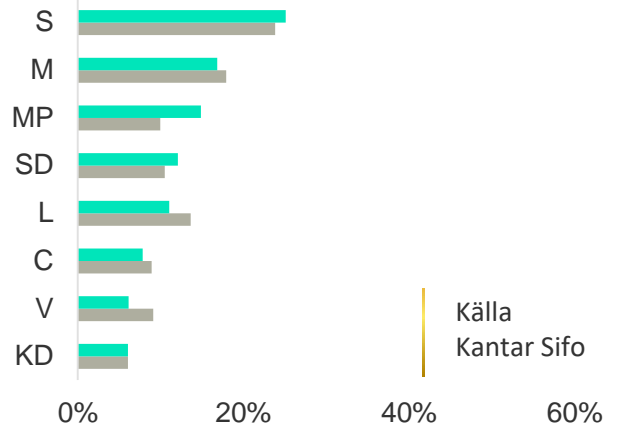
Synlighet i medier för partierna

Andel av diskussionen i varje kanal

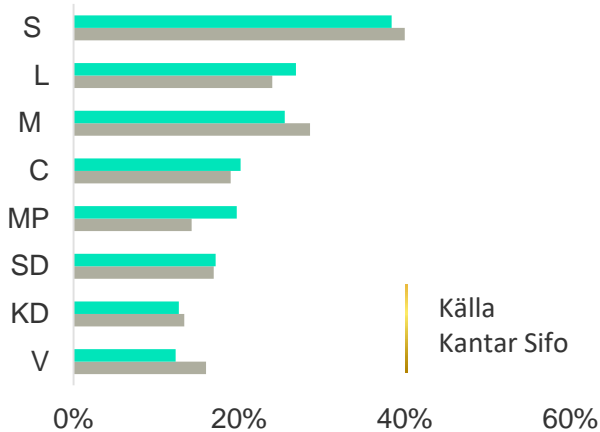
Radio



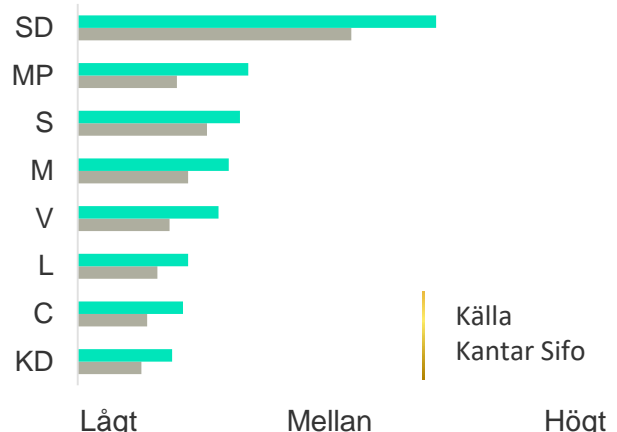
TV



Tidningar och nyhetssajter



Google Trends – söktryck



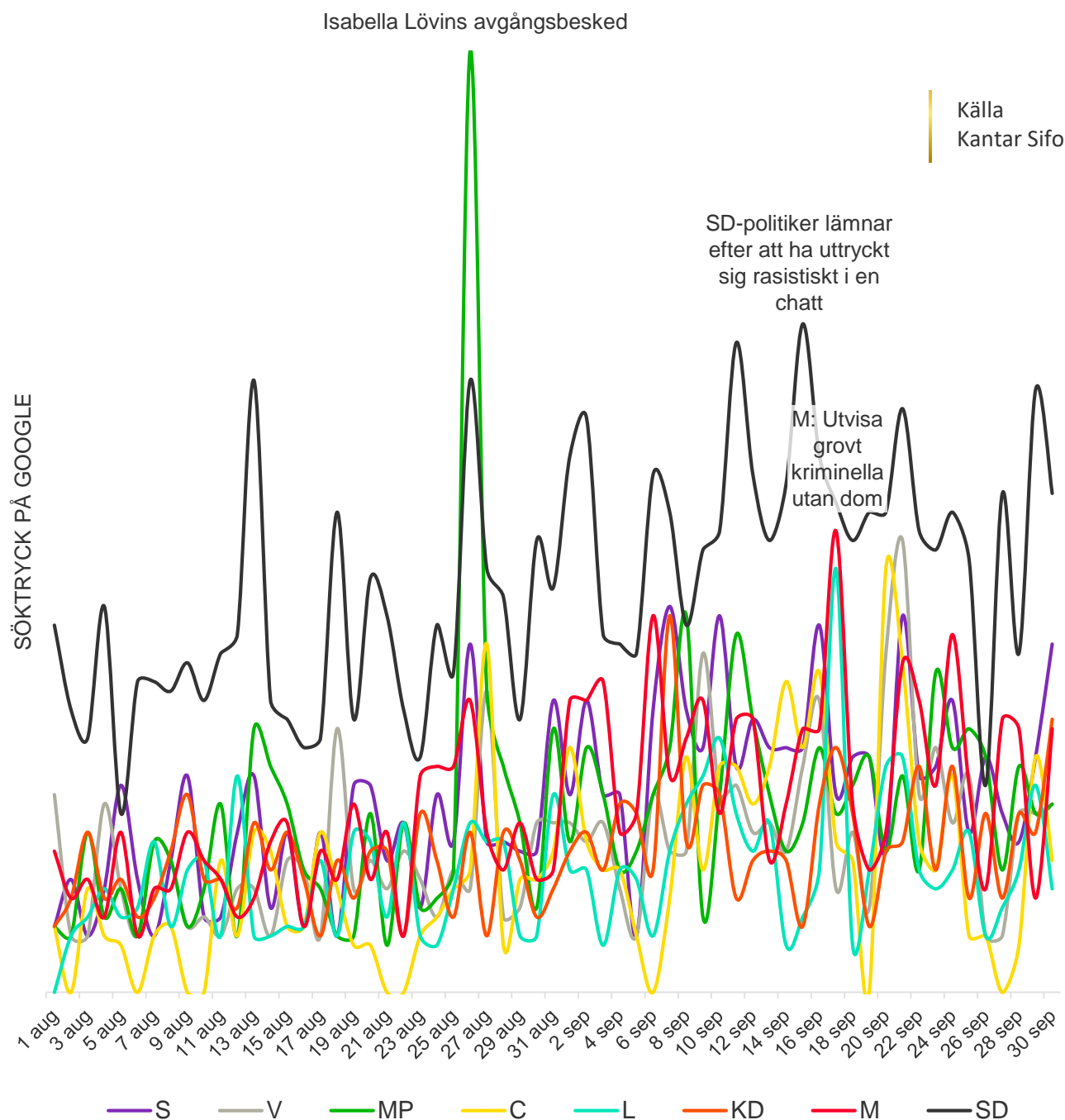
■ apr-jul 2020

■ aug-jul 2020

De procentuella skillnaderna mellan kanalerna beror primärt på att textmängderna som analyseras är olika stora. Tidningar och nyhetssajter har längst texter medan Twitter har kortast. Jämförelser av ett parti/partiledares procentuella andel av diskussionen i olika kanaler bör därför göras med viss försiktighet. En bättre jämförelse är istället den ranking som återfinns tidigare i rapporten.

Söktryck på Google för partierna

Söktryck nedbrutet per dag

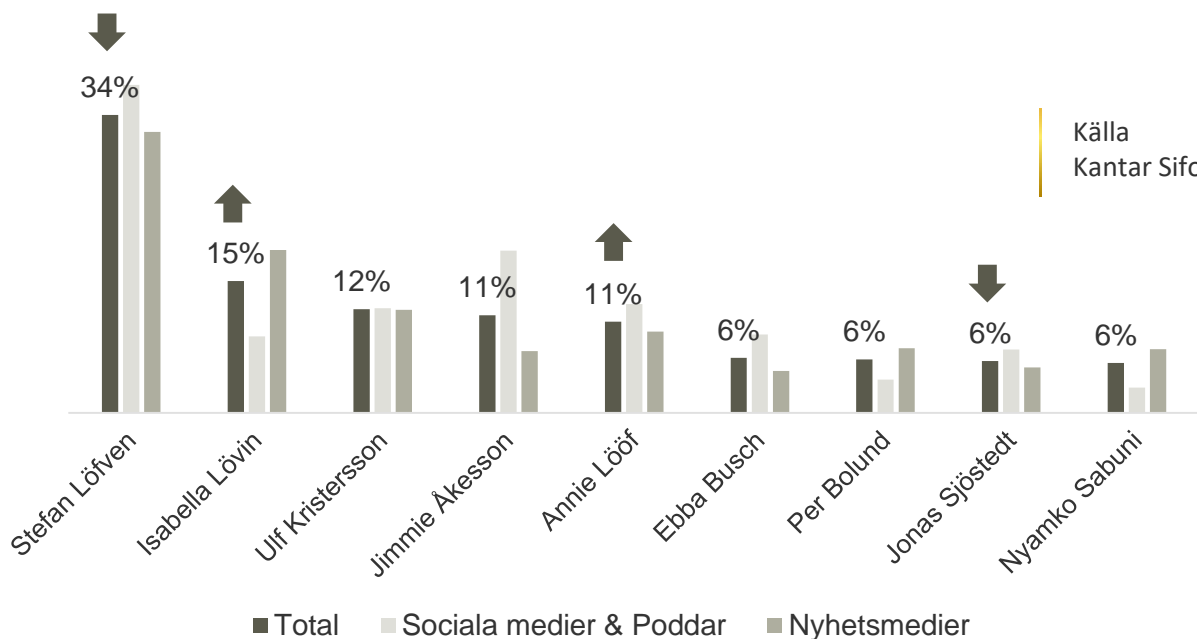


En återkomst och en avgång bland partiledarna

Hur partiledarna syns i medier

- **Stefan Löfven är fortsatt den mest synliga partiledaren**, men dominerar inte alls på samma sätt som under coronans mest intensiva fas.
- **Isabella Lövin** är för första gången den näst mest synliga partiledaren, i radio ligger hon till och med etta. Så mycket medieutrymme har Lövin inte fått förut, primärt ett resultat av det stora intresset kring hennes avgångsbesked.
- Intresset för **Ulf Kristersson** är ungefär det **samma som tidigare**.
- För **Jimmie Åkesson** syns en **marginell nedgång**, framför allt på YouTube och i poddar.
- **Annie Lööfs** återkomst efter föräldraledigheten gör att intresset för henne **ökar kraftigt**, både i sociala och nyhetsmedier.
- **Ebba Busch** nämns något mindre än tidigare. Med undantag för Jimmie Åkesson är Busch den partiledare som tydligast väcker mer intresse i sociala medier än i nyhetsmedia.
- För **Per Bolund** är förhållandet de motsatta, han syns betydligt mer i nyhetsmedier jämfört med i sociala medier.
- **Intresset för Jonas Sjöstedt minskar tydligt** till den lägsta nivån på länge. Färre stora utspel bidrar sannolikt, liksom det faktum att V:s partiledarbyte närmar sig.
- **Referenserna till Nyamko Sabuni minskar något** vilket gör att hon är periodens minst synliga partiledare.

Andel av debatten i media, aug-sep 2020

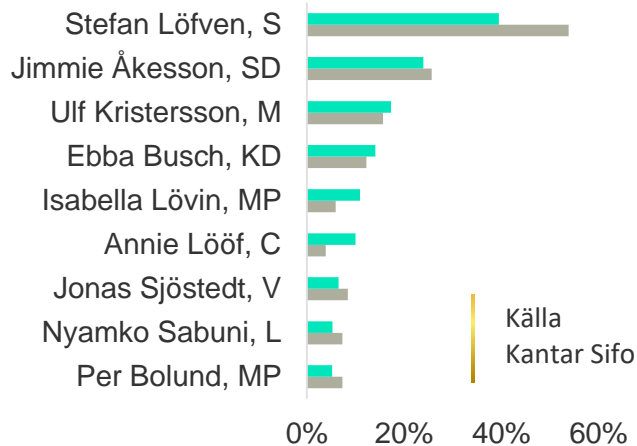


Förändringar på minst två procentenheter från föregående period är utmärkta med pilar

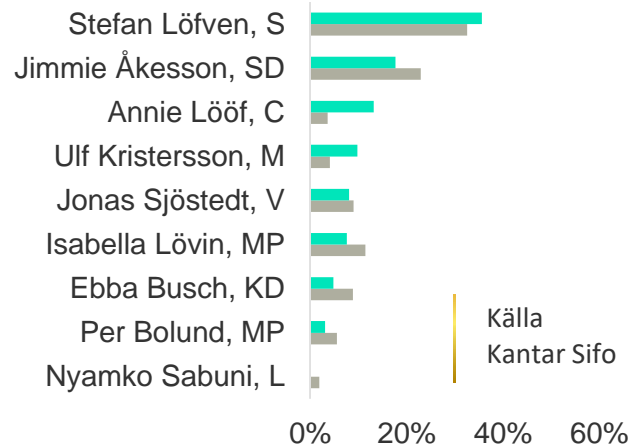
Synlighet i medier för partiledarna

Andel av diskussionen i varje kanal

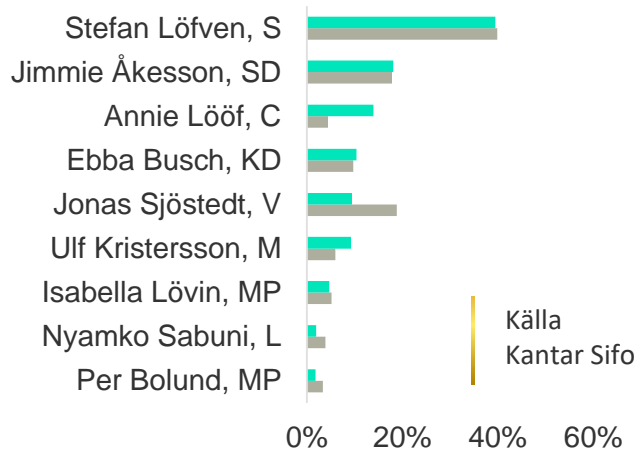
Facebook



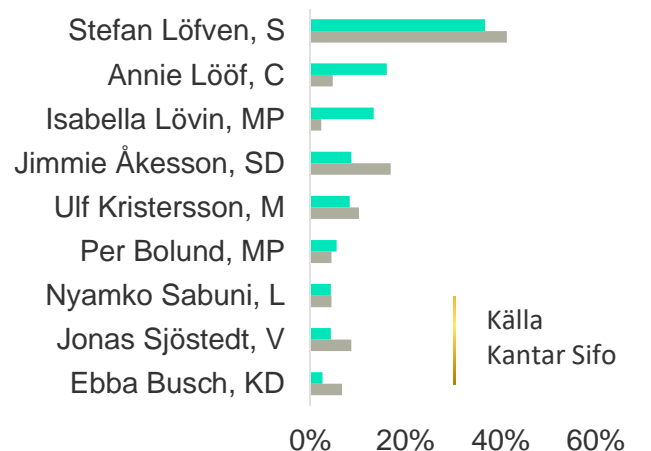
YouTube



Twitter



Poddar



■ apr-jul 2020

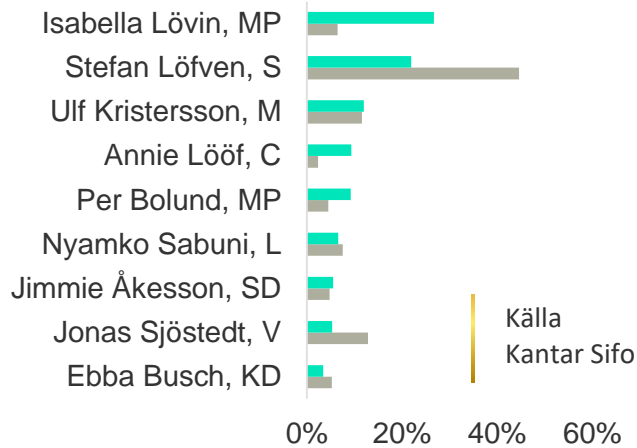
■ aug-jul 2020

De procentuella skillnaderna mellan kanalerna beror primärt på att textmängderna som analyseras är olika stora. Tidningar och nyhetssajter har längst texter medan Twitter har kortast. Jämförelser av ett parti/partiledares procentuella andel av diskussionen i olika kanaler bör därför göras med viss försiktighet. En bättre jämförelse är istället den ranking som återfinns tidigare i rapporten. Notera att Google Trends är ett index och inte i procent.

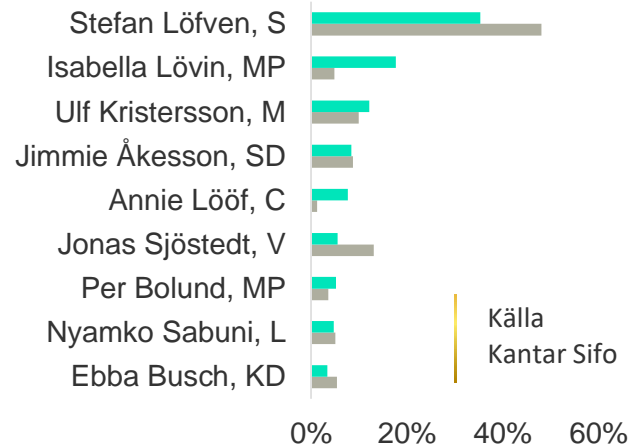
Synlighet i medier för partiledarna

Andel av diskussionen i varje kanal

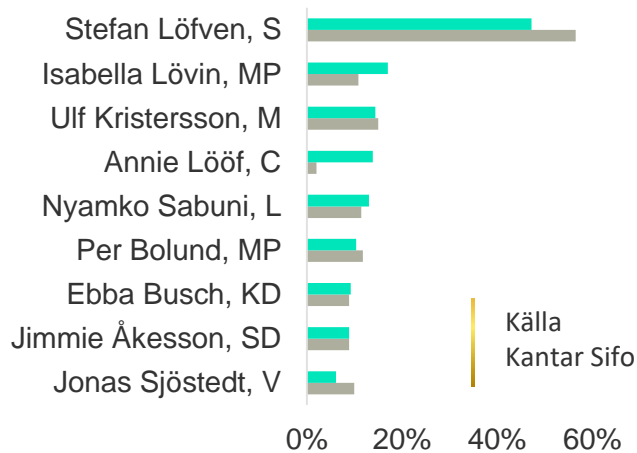
Radio



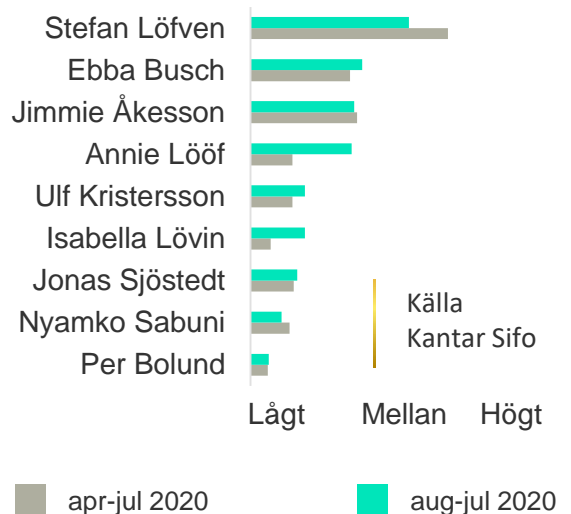
TV



Tidningar och nyhetssajter



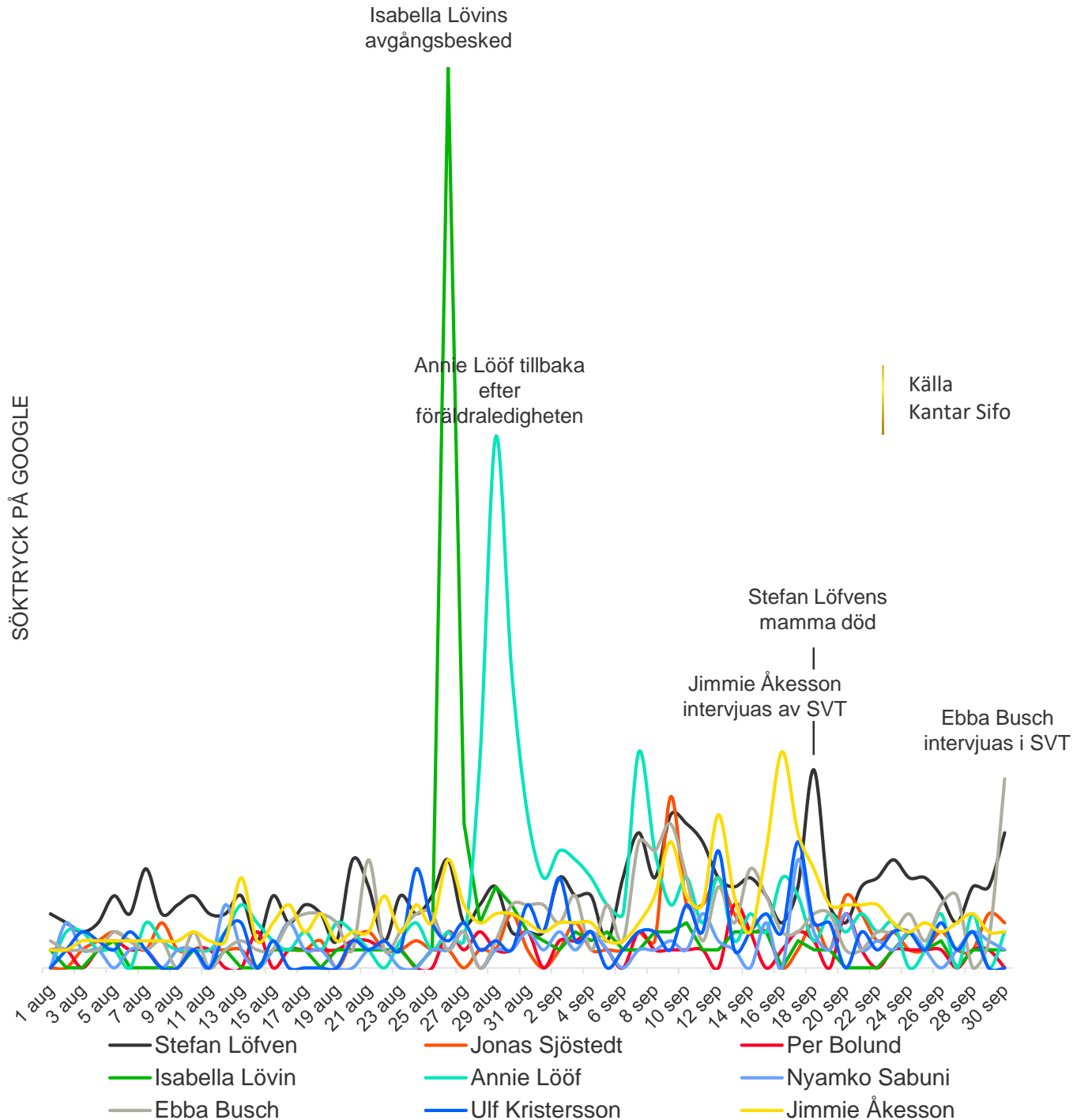
Google Trends - söktryck



De procentuella skillnaderna mellan kanalerna beror primärt på att textmängderna som analyseras är olika stora. Tidningar och nyhetssajter har längst texter medan Twitter har kortast. Jämförelser av ett parti/partiledares procentuella andel av diskussionen i olika kanaler bör därför göras med viss försiktighet. En bättre jämförelse är istället den ranking som återfinns tidigare i rapporten. Notera att Google Trends är ett index och inte i procent.

Söktryck på Google för partiledarna

Söktryck nedbrutet per dag

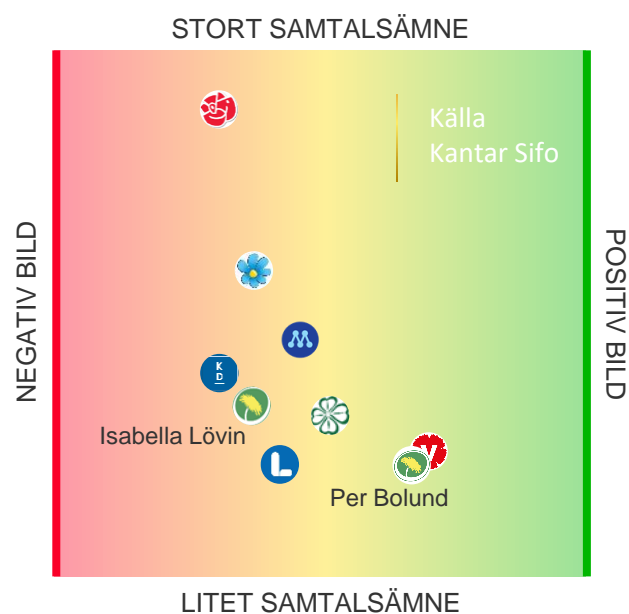
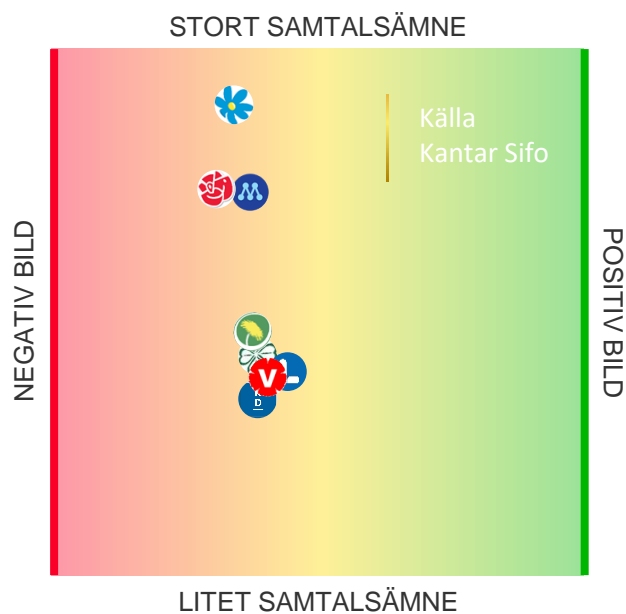


Ton och genomslag för partier & partiledare

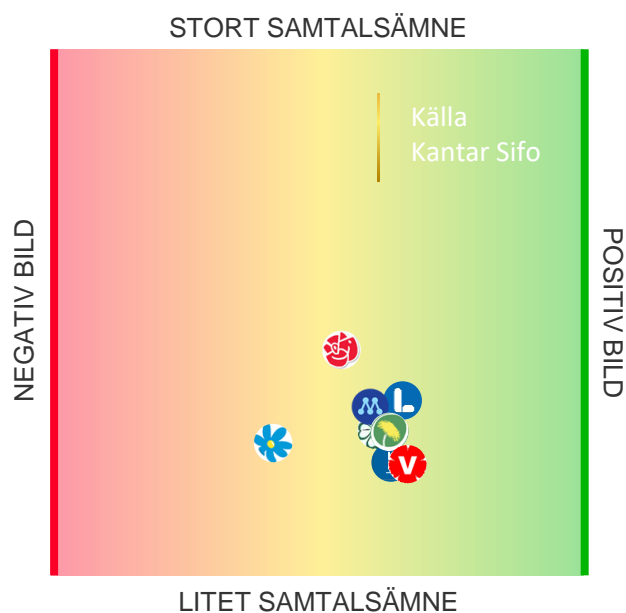
På Facebook, i tidningar och nyhetssajter

Partierna på Facebook

Partiledarna på Facebook



Partierna i tidningar och på nyhetssajter

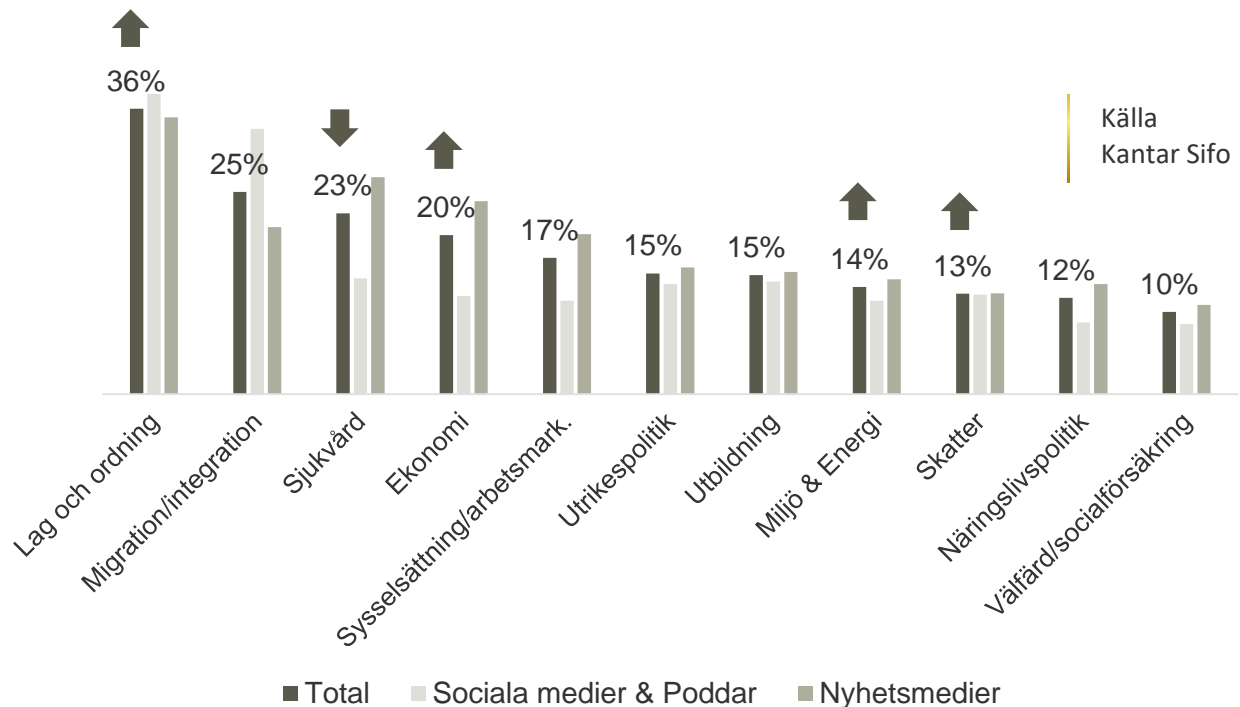


Lag & ordning dominerar stort – migration är tvåa

Hur olika frågor syns i media

- **Lag och ordning** är tillbaka som det största ämnet i medias rapportering, även om det inte är någon rekordnotering. Gängkriminalitet står i fokus av rapporteringen, där udden i kritiken ofta riktas mot S.
- Näst störst utrymme får **Migration och integration**, som också ökar något i nyhetsmedier. Ämnet är dock långt mycket större i sociala medier.
- Mediernas minskade fokus på pandemin gör att **Sjukvårdsfrågor** tar en väsentligt mindre plats i den politiska debatten. Ämnet är tydligt större i nyhetsmedier än i sociala medier.
- Ämnen som **Ekonomi** och **Skatter** ökar tydligt, vilket precis som tidigare år beror på att höstbudgeten genererar stort intresse. Särskilt framträdande är debatten om dessa frågor i nyhetsmedier.
- Även intresset för **Miljö & Energi** växer, där bland annat Isabella Lövins avgångsbesked, miljösatningar i budgeten och Preems stoppade utbyggnad i Lysekil skapar debatt.

Andel av debatten i media, aug-sep 2020

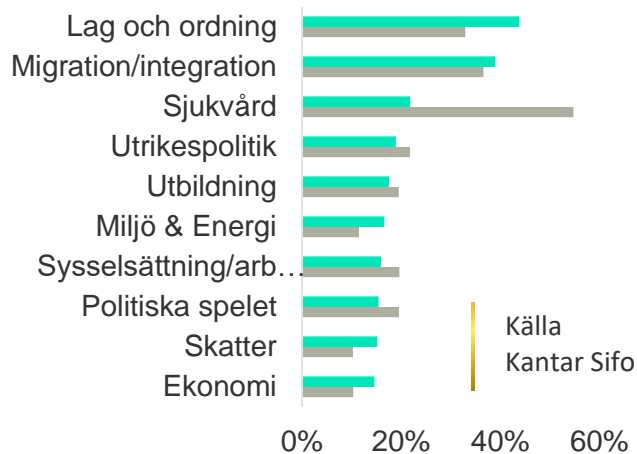


Förändringar på minst fem procentenheter från föregående period är utmärkta med pilar

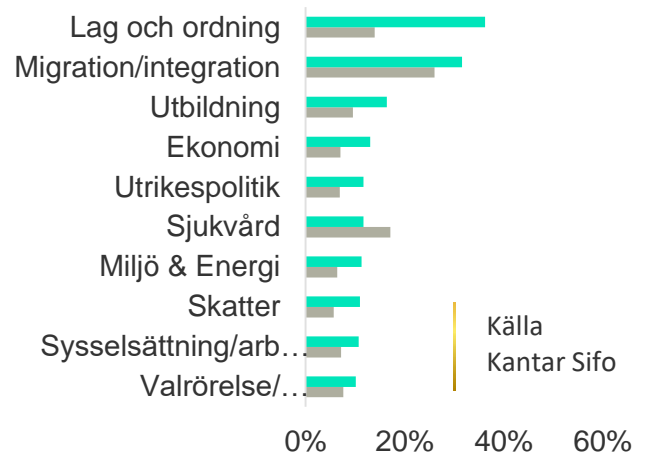
Synlighet i media för olika ämnen

Andel av diskussionen i varje kanal

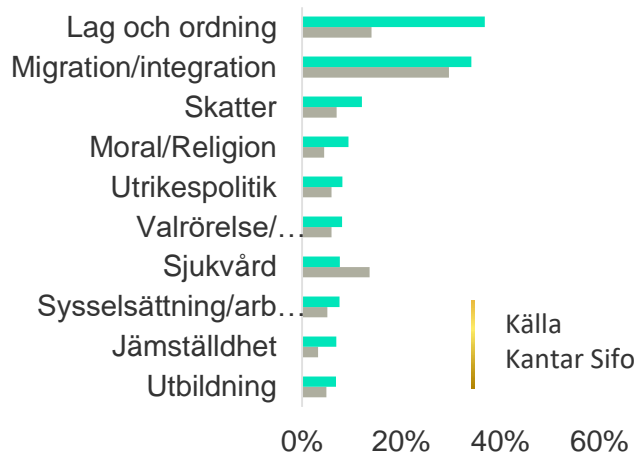
Facebook



YouTube



Twitter



Poddar



■ apr-jul 2020

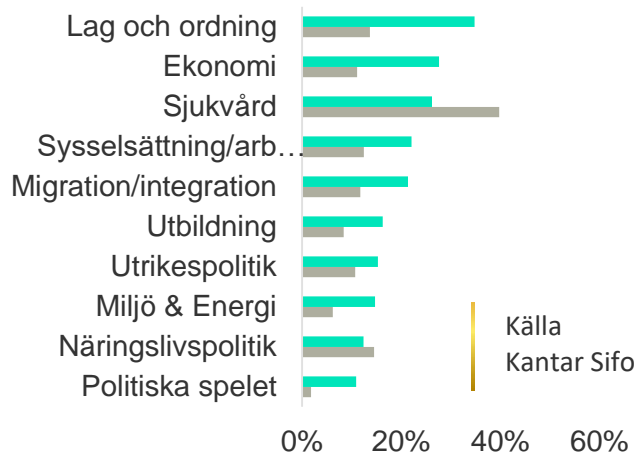
■ aug-jul 2020

De procentuella skillnaderna mellan kanalerna beror primärt på att textmängderna som analyseras är olika stora. Tidningar och nyhets sajter har längst texter medan Twitter har kortast. Jämförelser av ett ämnes procentuella andel av diskussionen i olika kanaler bör därför göras med viss försiktighet. En bättre jämförelse är istället den ranking som återfinns tidigare i rapporten.

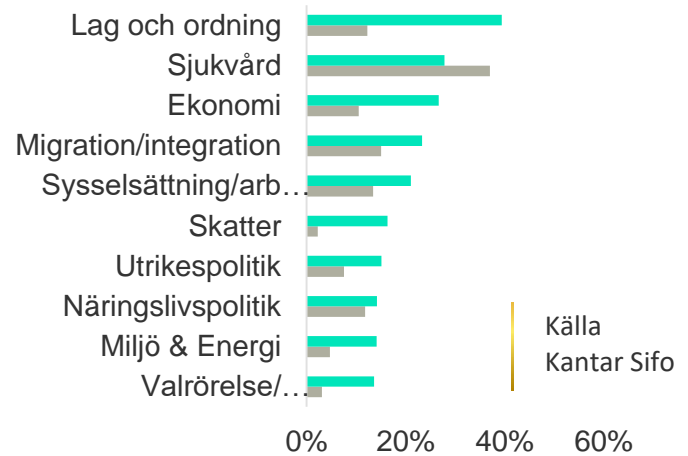
Synlighet i media för olika ämnen

Andel av diskussionen i varje kanal

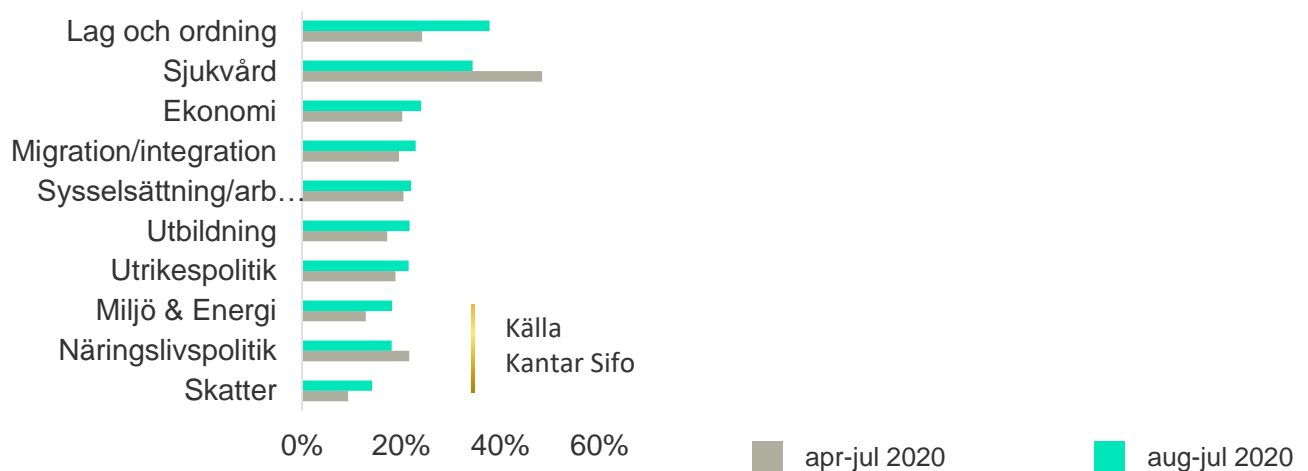
Radio



TV



Tidningar och nyhetssajter



De procentuella skillnaderna mellan kanalerna beror primärt på att textmängderna som analyseras är olika stora. Tidningar och nyhetssajter har längst texter medan Twitter har kortast. Jämförelser av ett ämnes procentuella andel av diskussionen i olika kanaler bör därför göras med viss försiktighet. En bättre jämförelse är istället den ranking som återfinns tidigare i rapporten.

Några av de mest spridda artiklarna/inläggen

Baserat på interaktioner (delningar, kommentarer och likes)

Facebook

| Datum | Källa | Rubrik | URL |
|--------|----------------|---|---|
| 28 sep | Sveriges Radio | Preem drar tillbaka ansökan om utbyggnad av Preemraff | https://sverigesradio.se/artikel/7563098 |
| 14 aug | Expressen | Skolan får miljoner – rektorn driver islamistparti i Somalia | https://www.skolporten.se/nyheter/skolan-far-miljoner-rektorn-driver-islamistparti-i-somalia/ |
| 07 sep | Expressen | KD-förslag: Bygg fängelser utomlands | https://expressen.se/nyheter/kd-forslag-bygg-fangelser-utomlands/ |
| 02 aug | Dagens Nyheter | De vittnar om rasismen som många i Sverige inte vill se | https://www.dn.se/nyheter/sverige/de-vittnar-om-rasismen-som-manga-i-sverige-inte-vill-se/ |
| 13 sep | Aftonbladet | Ebba Busch framstår som en elak liten fan | https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/dlIdRJo/ebba-busch-framstar-som-en-elak-liten-fan |
| 12 aug | Aftonbladet | SD vill avskaffa permanenta uppehållstillstånd | https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/Ad66wz/sd-vill-avskaffa-permanenta-uppehallstillstand |
| 29 sep | Expressen | Här tar SD-toppenkokain från bordet fångas på filmen | https://expressen.se/nyheter/har-tar-sd-toppen-kokain-fran-bordet-fangas-pa-filmen/ |
| 20 aug | Dagens Nyheter | DN Debatt. Vi måste sluta prata om psykisk ohälsa | https://www.dn.se/debatt/vi-maste-sluta-prata-om-psykisk-ohalsa/ |
| 19 aug | Expressen | Nämndeman spred bild på Löfven som måltavla | https://expressen.se/nyheter/namndeman-spred-bild-pa-lofven-som-maltavla/ |
| 23 sep | Samnytt.se | Polisaspirant Bareq hatar äckliga SD-väljare som bör begå självmord: Får tycka vad man vill | https://samnytt.se/polisaspirant-bareq-hatar-ackliga-sd-valjare-som-bor-bega-sjalvmord-far-tycka-vad-man-vill/ |

Twitter

| Datum | Källa | Rubrik | URL |
|--------|-----------------------|--|---|
| 06 aug | Bill of Rights | Skulle förklara demokrati för barnen så de fick rösta vad vi | https://twitter.com/3406106981/status/1291481974469689344 |
| 09 sep | Alice Teodorescu Måwe | Bara så att alla hänger med: den som såg sambanden FÖRE Löfv | https://twitter.com/273134386/status/1303775269111476224 |
| 08 sep | Johan Forssell | Välkommet att Stefan Löfven utlovar hårdare tag mot brottsli | https://twitter.com/154050557/status/1303319835103952896 |
| 04 sep | Viktor Barth-Kron | Påminner om skillnaden mellan en vanlig skattesänkning (förö | https://twitter.com/20315636/status/1301914383291944961 |
| 21 aug | Jonas Sjöstedt | De får f-imej betala skatt som alla andra. | https://twitter.com/435854067/status/1296869583421345793 |
| 04 sep | Hanif Bali | M, KD med SD skulle ha egen majoritet i riksdagen om dagens | https://twitter.com/104778698/status/1301774007671365634 |
| 05 sep | Henrik Salander | Oerhört. Polischefen (P1 lördag) krossar den bild S, MP och | https://twitter.com/2467685544/status/1302215783058149379 |
| 11 aug | Richard Herrey | Restauranger kämpar för sin överlevnad i denna kris, och med | https://twitter.com/35209318/status/1293051372628312064 |
| 12 aug | Sofia Reideborn | Morgan Johansson i Aktuellt till Ulf Kristersson Ditt parti | https://twitter.com/1094312003957649410/status/1293634087983427586 |
| 25 aug | Ebba Busch | Vårt parti föreslog avskaffad fastighetsskatt och låg kommun | https://twitter.com/1407151866/status/1298180647140327426 |

Vilket ämne nämns mest?

Ranking inom respektive kanal

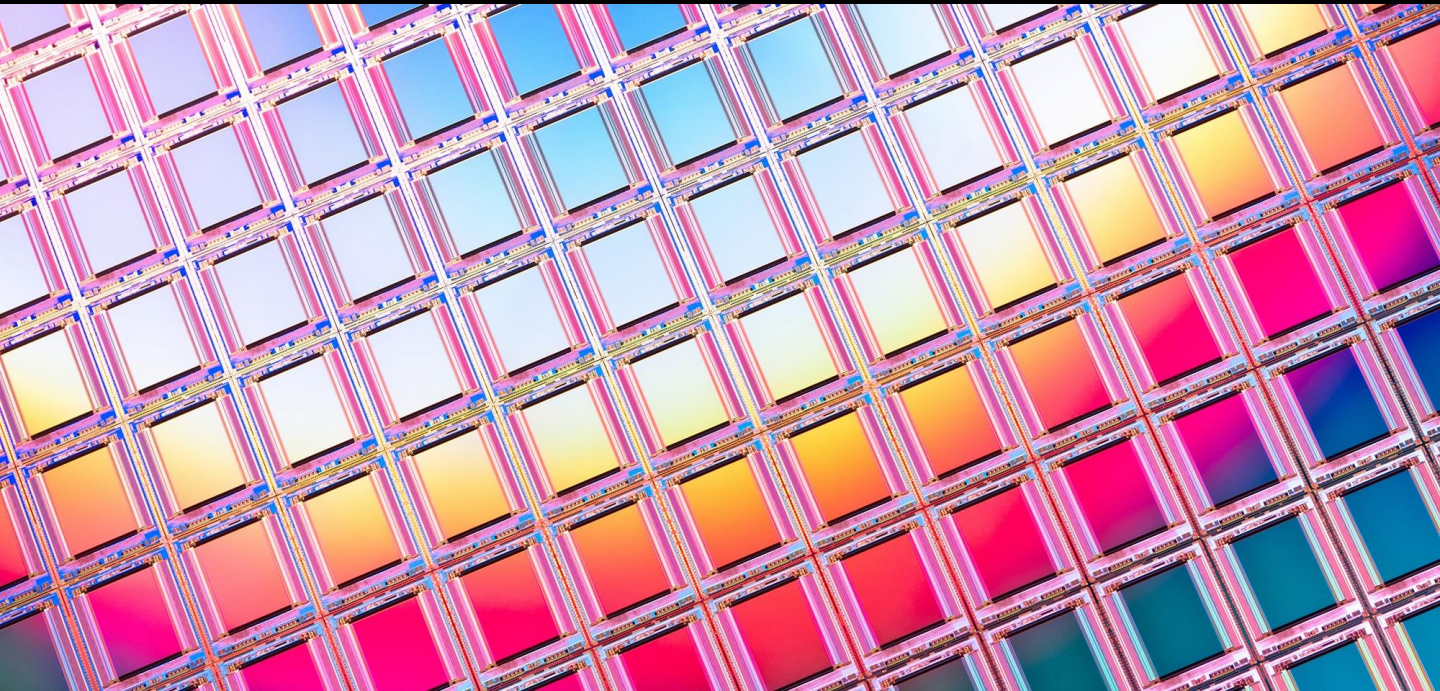
| | Poddar | Radio | YouTube | TV | Twitter | Facebook | Tidningar & nyhetssajter |
|--------------------------------|--------|-------|---------|----|---------|----------|--------------------------|
| Bostäder | 20 | 22 | 24 | 21 | 22 | 20 | 18 |
| Ekonomi | 3 | 2 | 4 | 3 | 13 | 10 | 3 |
| EU/EMU | 18 | 14 | 16 | 19 | 15 | 16 | 12 |
| Försvar och beredskap | 15 | 18 | 23 | 15 | 23 | 24 | 19 |
| Infrastruktur | 22 | 15 | 21 | 18 | 21 | 22 | 14 |
| Jordbruk | 27 | 25 | 27 | 27 | 26 | 27 | 26 |
| Jämlikhet | 19 | 20 | 15 | 22 | 16 | 14 | 15 |
| Jämställdhet | 16 | 19 | 17 | 23 | 9 | 17 | 17 |
| Kultur/media | 13 | 16 | 18 | 20 | 18 | 23 | 22 |
| Lag och ordning | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Landsbygdens villkor | 25 | 26 | 26 | 25 | 27 | 26 | 25 |
| Migration/integration | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 |
| Miljö & Energi | 9 | 8 | 7 | 9 | 12 | 6 | 8 |
| Moral/Religion | 14 | 24 | 12 | 24 | 4 | 11 | 23 |
| Näringslivspolitik | 10 | 9 | 11 | 8 | 17 | 13 | 9 |
| Opinionsundersökning | 21 | 17 | 22 | 13 | 19 | 18 | 20 |
| Pensioner | 24 | 23 | 19 | 17 | 24 | 25 | 24 |
| Politiska spelet | 12 | 10 | 14 | 14 | 11 | 8 | 16 |
| Sjukvård | 5 | 3 | 5 | 2 | 7 | 3 | 2 |
| Skandaler | 23 | 27 | 24 | 26 | 20 | 19 | 27 |
| Skatter | 8 | 11 | 8 | 6 | 3 | 9 | 10 |
| Sysselsättning/arbetsmarknad | 7 | 4 | 9 | 5 | 8 | 7 | 5 |
| Utbildning | 6 | 6 | 3 | 12 | 10 | 5 | 6 |
| Utrikespolitik | 4 | 7 | 5 | 7 | 5 | 4 | 7 |
| Valrörelse/ partiledardebatter | 10 | 13 | 10 | 10 | 6 | 15 | 13 |
| Välfärd/socialförsäkring | 17 | 12 | 12 | 11 | 14 | 12 | 11 |
| Äldreomsorg | 25 | 21 | 20 | 16 | 25 | 21 | 21 |

Källa
Kantar Sifo

Kategoriseringen är gjord med automatisk textanalys. Vissa ämnen, såsom "Politiskt spel" och "Skandaler" har systemet svårare att identifiera och är därför något underrepresenterat i rapporten.

1: nämns mest, 27: nämns minst

Appendix



Metoden bakom Mediemätaren

Mediemätaren är ett verktyg för politisk analys där Kantar Sifo kartlägger den politiska agendan i hela medielandskapet.

Mediemätaren baseras på det som har sagts och skrivits om våra partier och partiledare i media.

Från starten hösten 2017 har nyhetsmedier, Google trends, Facebook och Twitter inkluderats i Mediemätaren. Genom vårt samarbete med All Ears kan vi från augusti 2019 även inkludera de talade medierna podd, YouTube, radio och TV i mätningen. Från oktober 2019 har vi även utvidgat vår underlaget för tidningar och nyhetssajter.

Mediemätaren är den största sammanhållna, återkommande analysen som görs i Sverige av diskussionen kring svenska riksdagspartier och partiledare i sociala och nyhetsmedier.

Analysen släpps fyra gånger per år (jan-mar, apr-jul, aug-sep och okt-dec) och omfattar någonstans mellan en halv och en miljon artiklar, tv/radio-inslag och sociala medieinlägg per rapport.

Fokus i Mediemätaren är politiska frågor, partiledare och partier:

- Hur stort **utrymme** får partier och partiledare i sociala medier?
- Inom vilka **ämnen** syns partier/partiledare?
- Hur ser **tonen** ut mot partierna/partiledarna?

För att besvara den första frågan analyseras alla referenser till partierna och partiledarna. För att besvara den andra frågan gör vi ett urval på ungefär 10 % av det totala underlaget. För den tredje frågan tittar vi på tonen gentemot partierna på Facebook, tidningar och nyhetssajter, för partiledarna tittar vi endast på diskussionen på Facebook.

Du kan läsa mer om metoden bakom Mediemätaren [här](#).

NYHETS-
SAJTER

TIDNINGAR

FACEBOOK

TWITTER

GOOGLE
TRENDS

PODD

RADIO

YOUTUBE

TV



All Ears är en bevakningstjänst för talade medier. Genom sin teknik för tal till textanalys kan All Ears automatiskt bevaka tusentals källor från TV, radio, poddar och Youtube.

Ulla von Lochow
+46 701 84 22 45
ulla.von.lochow@kantarc.com

Per Söderpalm
+46 767 83 00 77
per.soderpalm@kantarc.com

