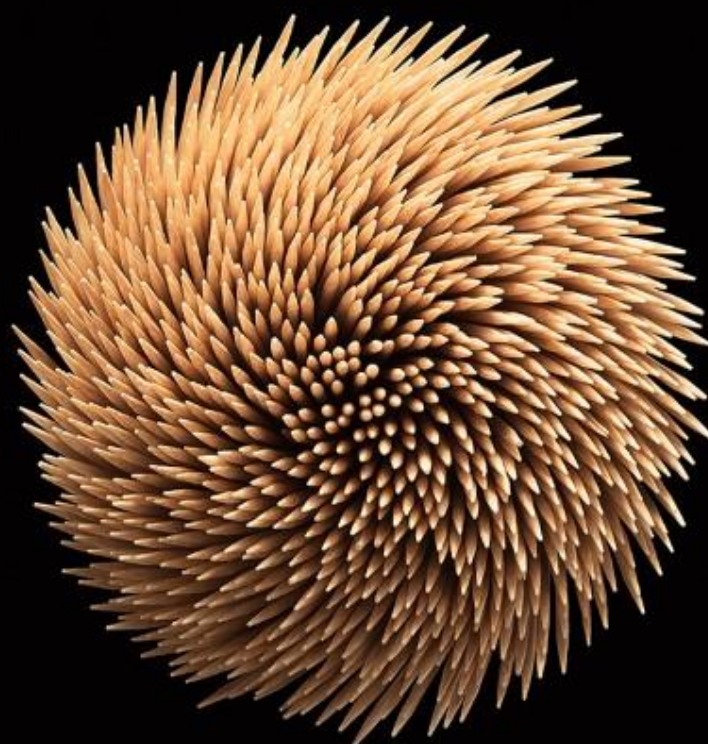


Mediemätaren

Hur politik diskuteras i media

Oktober – december 2020

Ulla von Lochow
Per Söderpalm



1

Coronapandemin förlamar återigen svensk politik



Covid-19, en ny partiledare och ett par skandaler

Mediemätaren oktober – december 2020

En andra coronavåg, ett partiledarbyte och ett flertal skandaler är det som dominerar det politiska samtalet under årets sista månader.

När antalet coronafall ökar explosivt under hösten ställs det politiska samtalet på ända på ett sätt som vi känner igen från i våras: Antalet referenser till partierna minskar samtidigt som synligheten för statsminister Stefan Löfven exploderar. Stefan Löfvens dominans är till och med större än i våras.

Samtidigt är det ett till stor del annorlunda politiskt samtal än i våras. Om det på våren rådde något av en borgfred, är tonläget nu betydligt högre. Framför allt S, men även de flesta andra partier, möts av en tydligt mer kritisk ton i media. När Kantar Sifo frågar allmänheten är det också så svenskar uppfattar den mediala debatten: som mycket negativ. Till viss del kan den mer negativa tonen förklaras av en

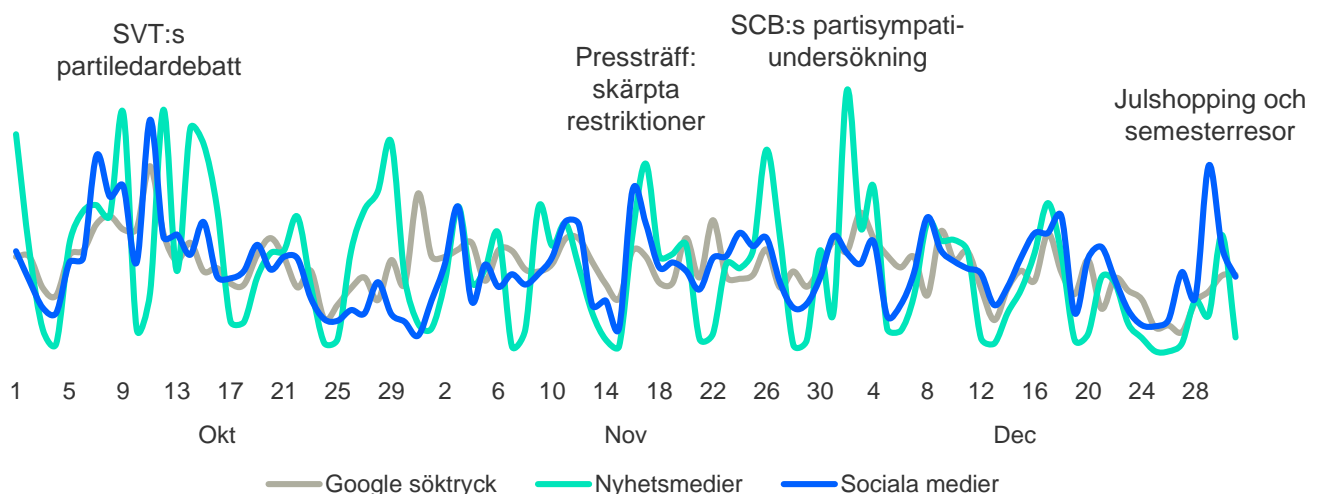
tydligare kritik mot regeringens coronastrategi från den politiska oppositionen och andra debattörer. En annan förklaring är de många skandaler som inträffar under perioden. Dessa berör främst hur politiker brutit mot restriktioner där primärt S men även KD, L, M står i fokus. Även turbulensen kring Fredrick Federley gör att C kommer ut i negativ dager.

L och MP kämpar båda med en låg synlighet i media och får många negativa nyhetsrubriker där kärnan ofta handlar om det tuffa opinionsläget.

För V, som väljer ny partiledare under perioden, är tonläget mer positivt. Dock hamnar partiet och den nyvalda partiledaren i medieskugga när Sverige återigen går in i coronakrisläge. Detsamma gäller för SD, som dock inte ser någon försämring av medietonen under perioden.

Intresset i media oktober – december 2020 i olika kanaler

Källa
Kantar Sifo



2

Förändringar i den politiska diskussionen

Jämförelse mellan augusti-september och oktober-
december

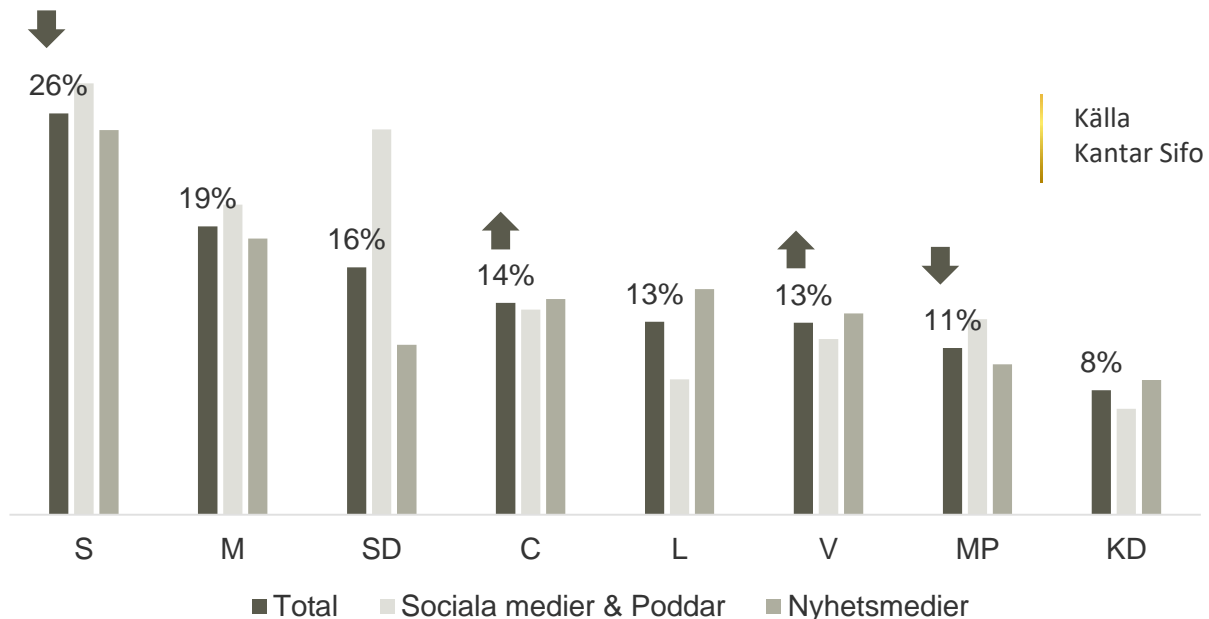


S återgår till att bli "regeringen"

Hur partierna syns i medierna

- **S** är fortsatt det parti som **skapar mest intresse**, trots att man i coronapandemins andra våg oftare refereras till som "regeringen", vilket inte fångas av statistiken. Tonen mot partiet är tydligt mer kritisk än under pandemins första våg.
- **M** ligger kvar som det **näst mest omtalade** partiet och intar precis som i våras tydligt rollen som oppositionsledare.
- **SD** ligger också kvar på **tredje plats**. Kontrasten mellan genomslag i sociala medier och nyhetsmedia är fortsatt markant.
- **Intresset för C ökar** i både nyhetsmedia och sociala medier. Det beror främst på de skandaler som berör partiet där händelserna kopplat till Fredrick Federley utgör navet.
- **L ligger kvar på samma nivå** som tidigare och är det parti där intresset i nyhetsmedia tydligast trumfar det i sociala medier.
- Valet av ny partiledare gör att **V tydligt ökar**, framför allt i nyhetsmedia. Tonen mot partiet är också mer positiv än för övriga partier.
- **Intresset för MP är det som minskar mest** under perioden. Sannolikt påverkar stiltjen i väntan på valet av nytt språkrör, men också att partiet kommer i skymundan av S i coronahanteringen. Tonen mot partiet är en av de mest negativa.
- **KD fortsätter att vara det minst omdiskuterade** partiet och partiet blir dessutom mer och mer osynligt ju närmare årets slut vi kommer.

Andel av debatten i media, okt-dec 2020

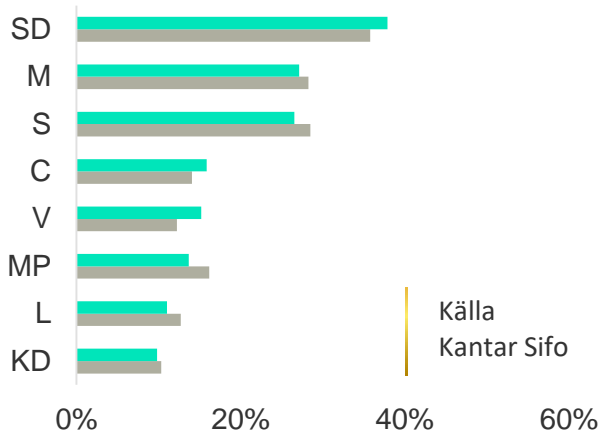


Förändringar på minst två procentenheter från föregående period är utmärkta med pilar

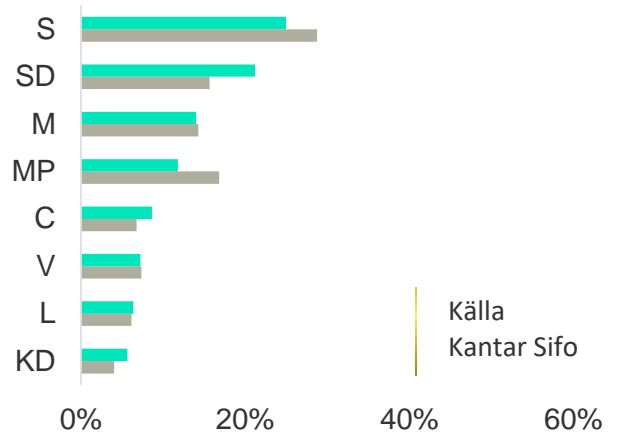
Synlighet i medier för partierna

Andel av diskussionen i varje kanal

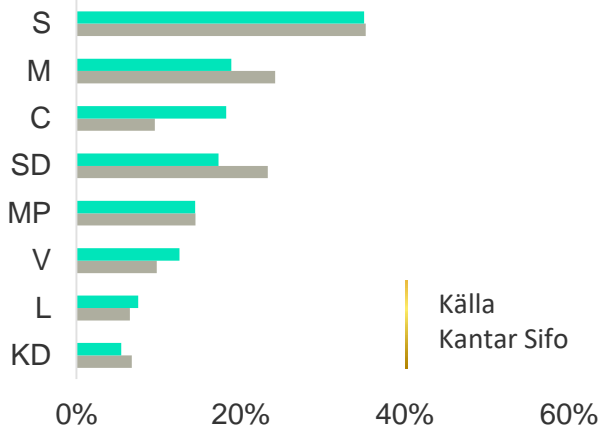
Facebook



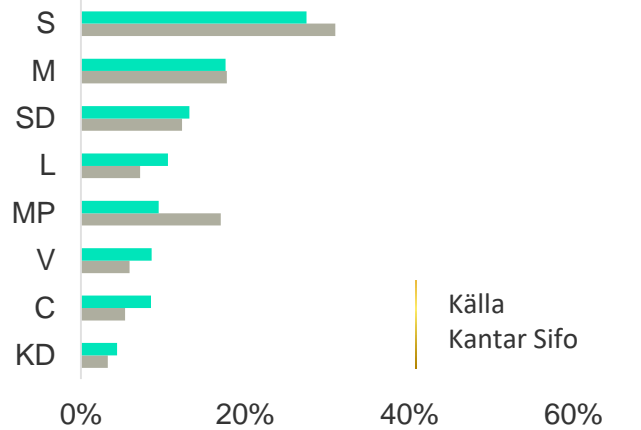
YouTube



Twitter



Poddar



■ aug-sep 2020

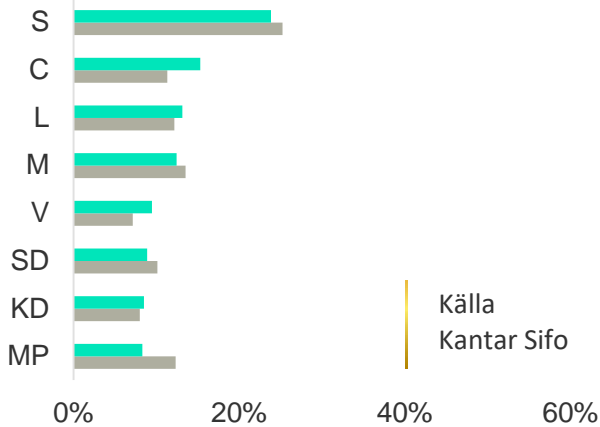
■ okt-dec 2020

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.

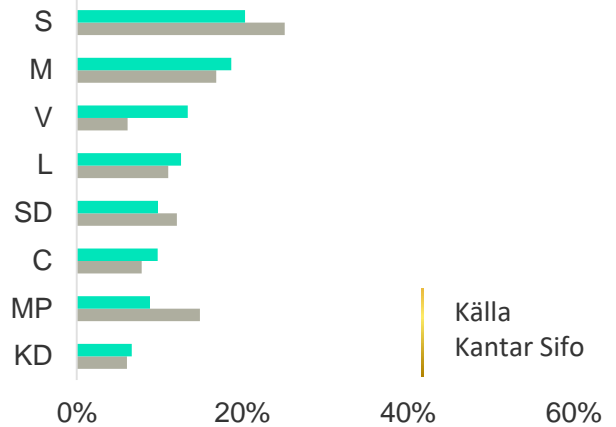
Synlighet i medier för partierna

Andel av diskussionen i varje kanal

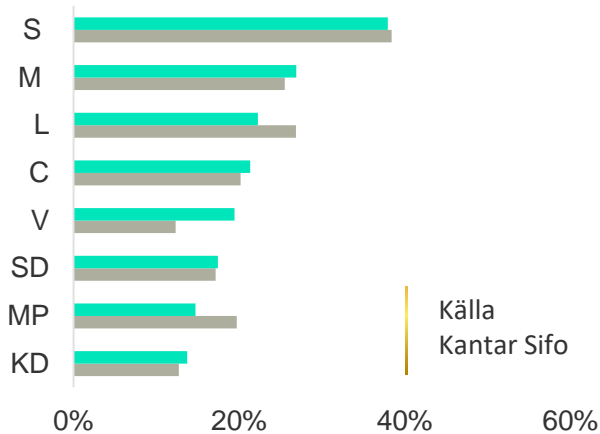
Radio



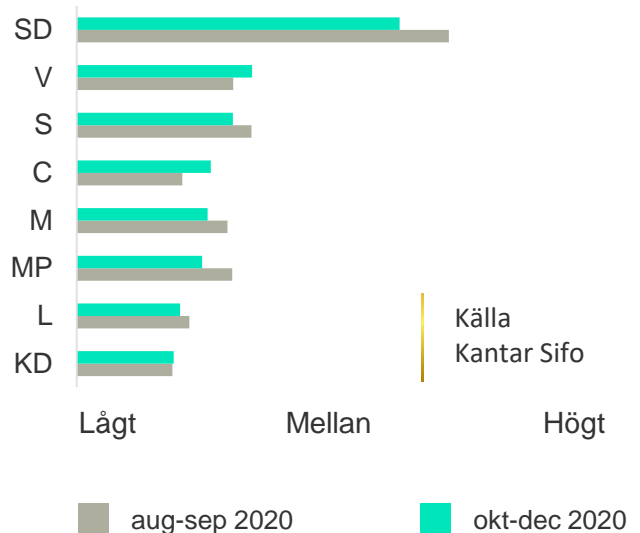
TV



Tidningar och nyhetssajter



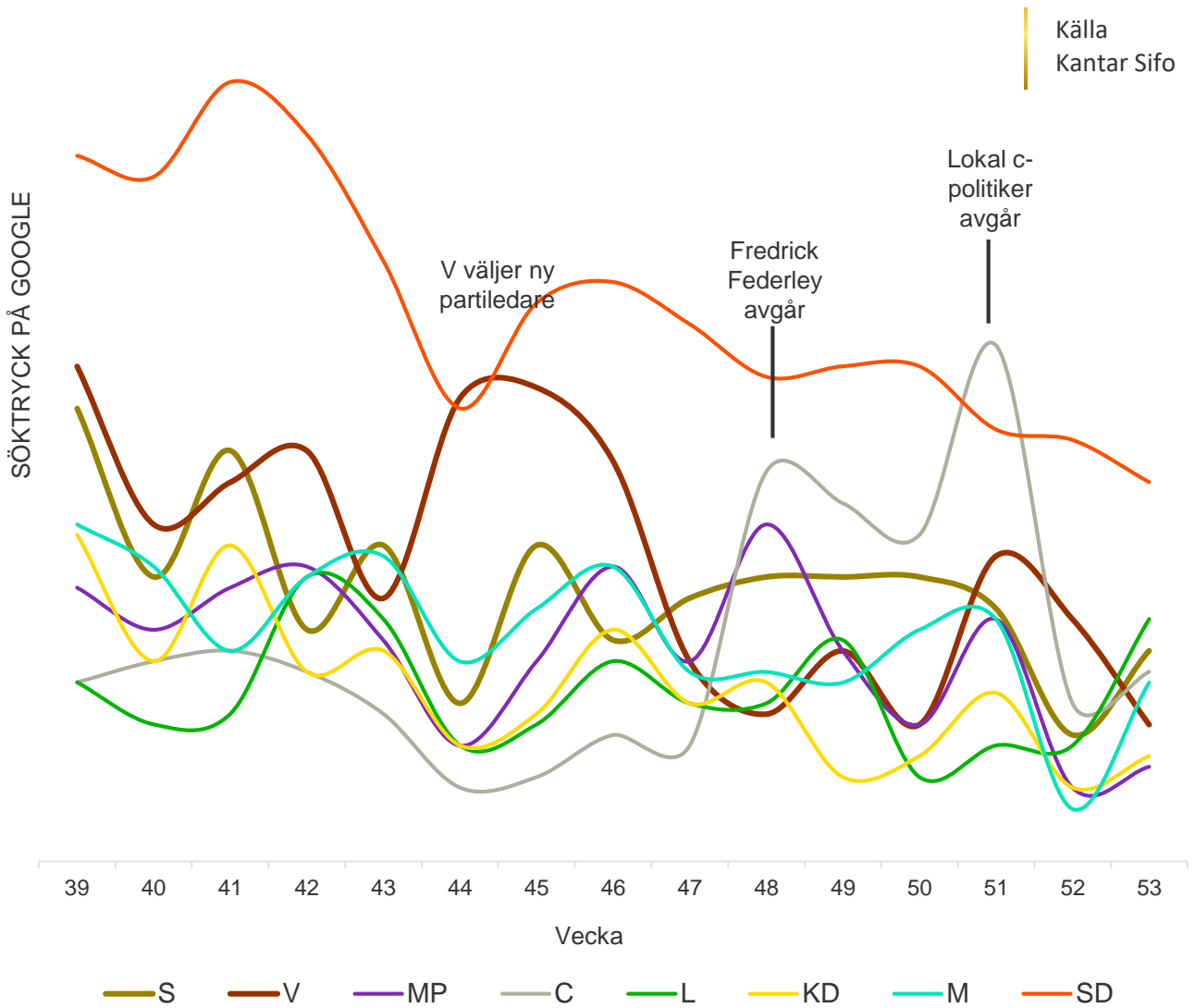
Google Trends – söktryck



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 vecka

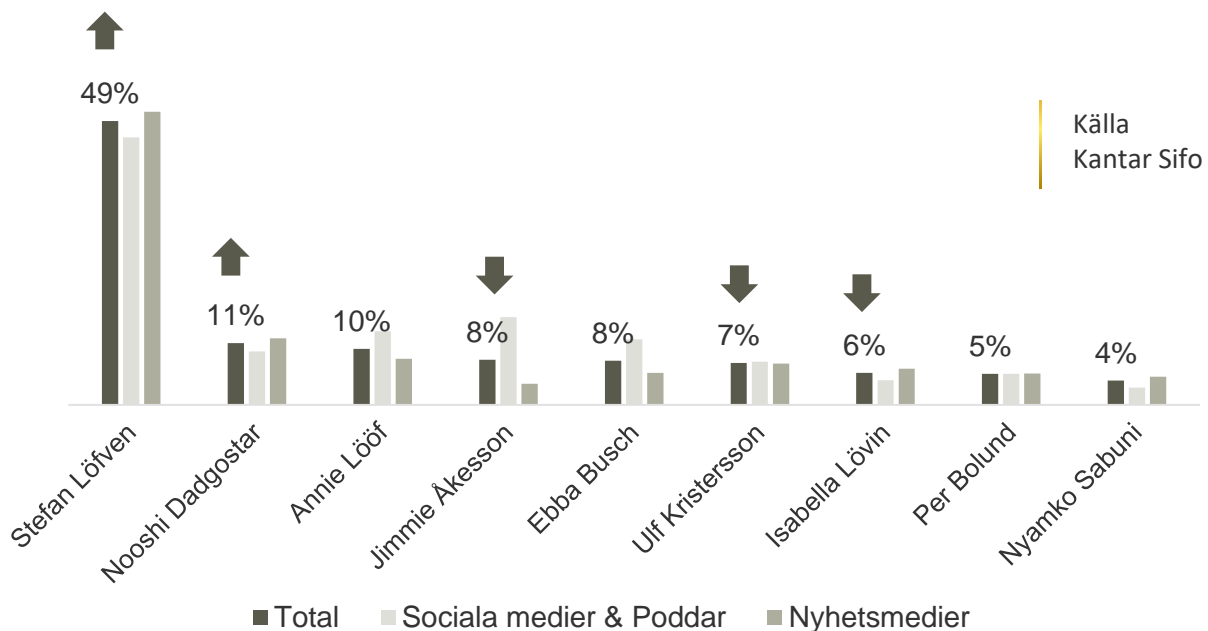


Löfven tränger ut de andra partiledarna i periferin

Hur partiledarna syns i medier

- **Synligheten för Stefan Löfven når rekordnivåer** när statsministern mer än i våras dominerar den mediala debatten. Tonen är dock mer kritisk. Den svenska coronastrategin och statsministerns egen efterlevnad av råden ifrågasätts.
- **Nooshi Dadgostars tillträde** gör att intresset för V:s partiledare ökar, även om toppen är koncentrerad till tillträdet i oktober.
- **Annie Lööf ligger kvar** på ungefär samma nivå som förra perioden, mycket kopplat till den stora synlighet hon får i hanteringen av Fredrick Federley.
- Intresset för **Jimmie Åkesson fortsätter ner**. Han är nu den minst synliga partiledaren i nyhetsmedia. Uppmärksamheten kring Åkesson går ner särskilt mycket när andra coronavågen slår mot Sverige i nov-dec.
- Debatten kring **Ebba Busch ökar något**, men precis som för Jimmie Åkesson är intresset tydligt koncentrerat till oktober. Här är det framför allt festbilder och ett husköp som väcker intresse.
- **Utrymmet för Ulf Kristersson sjunker**, både jämfört med förra perioden och i våras. Till skillnad från Åkesson och Busch tar dock Kristersson större plats under nov-dec.
- Synligheten för **Isabella Lövin minskar tydligt**, när hon som avgående partiledare hamnar i medieskugga.
- Intresset för **Per Bolund** minskar något i nyhetsmedia men ökar i sociala medier. Det senare beror främst på språkrörets medverkan i SVT:s partiledardebatt.
- Referenserna till **Nyamko Sabuni** minskar marginellt och är dessutom ofta tydligt negativa i tonen.

Andel av debatten i media, okt-dec 2020

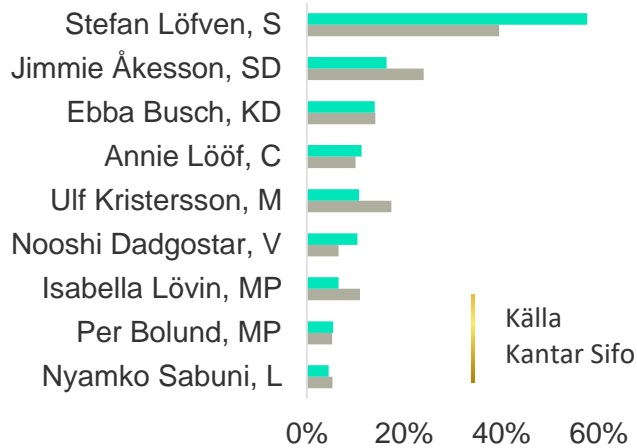


Förändringar på minst två procentenheter från föregående period är utmärkta med pilar

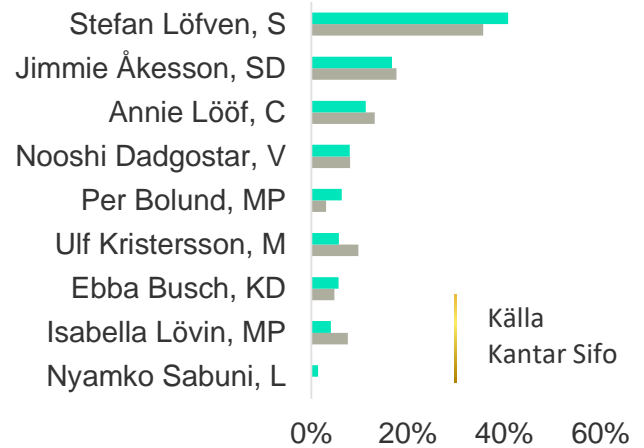
Synlighet i medier för partiledarna

Andel av diskussionen i varje kanal

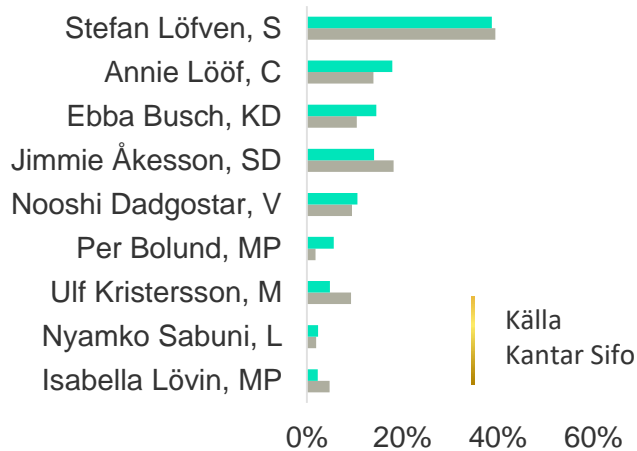
Facebook



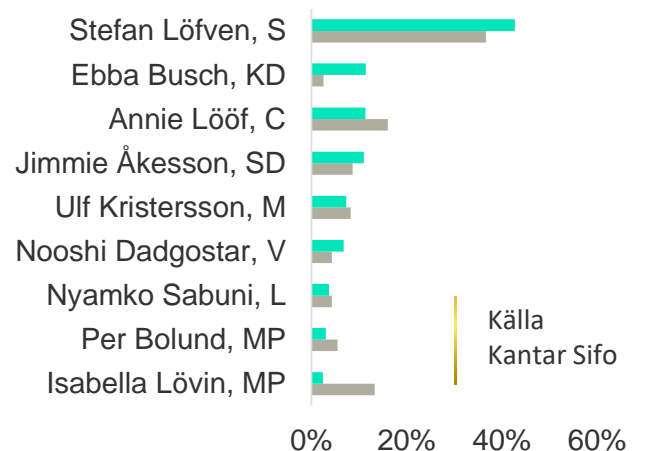
YouTube



Twitter



Poddar



■ aug-sep 2020

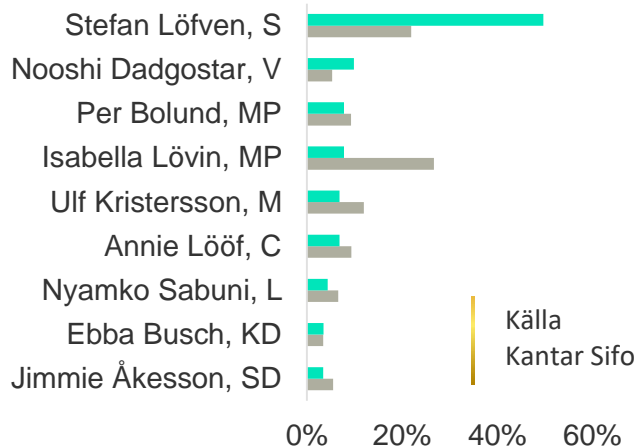
■ okt-dec 2020

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.

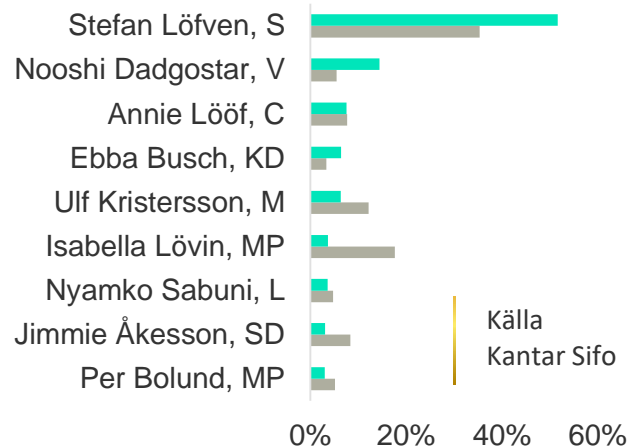
Synlighet i medier för partiledarna

Andel av diskussionen i varje kanal

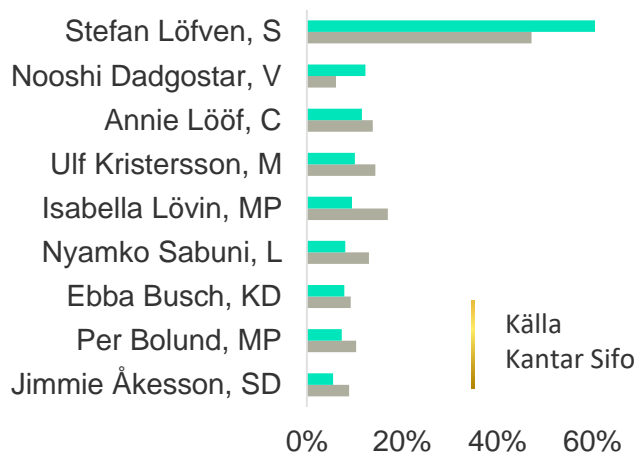
Radio



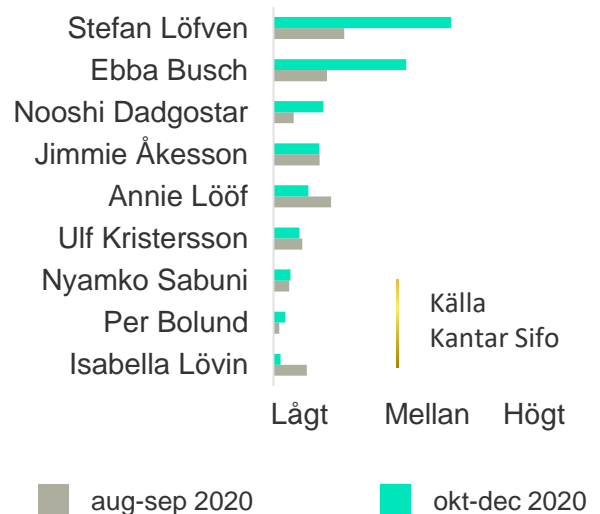
TV



Tidningar och nyhetssajter



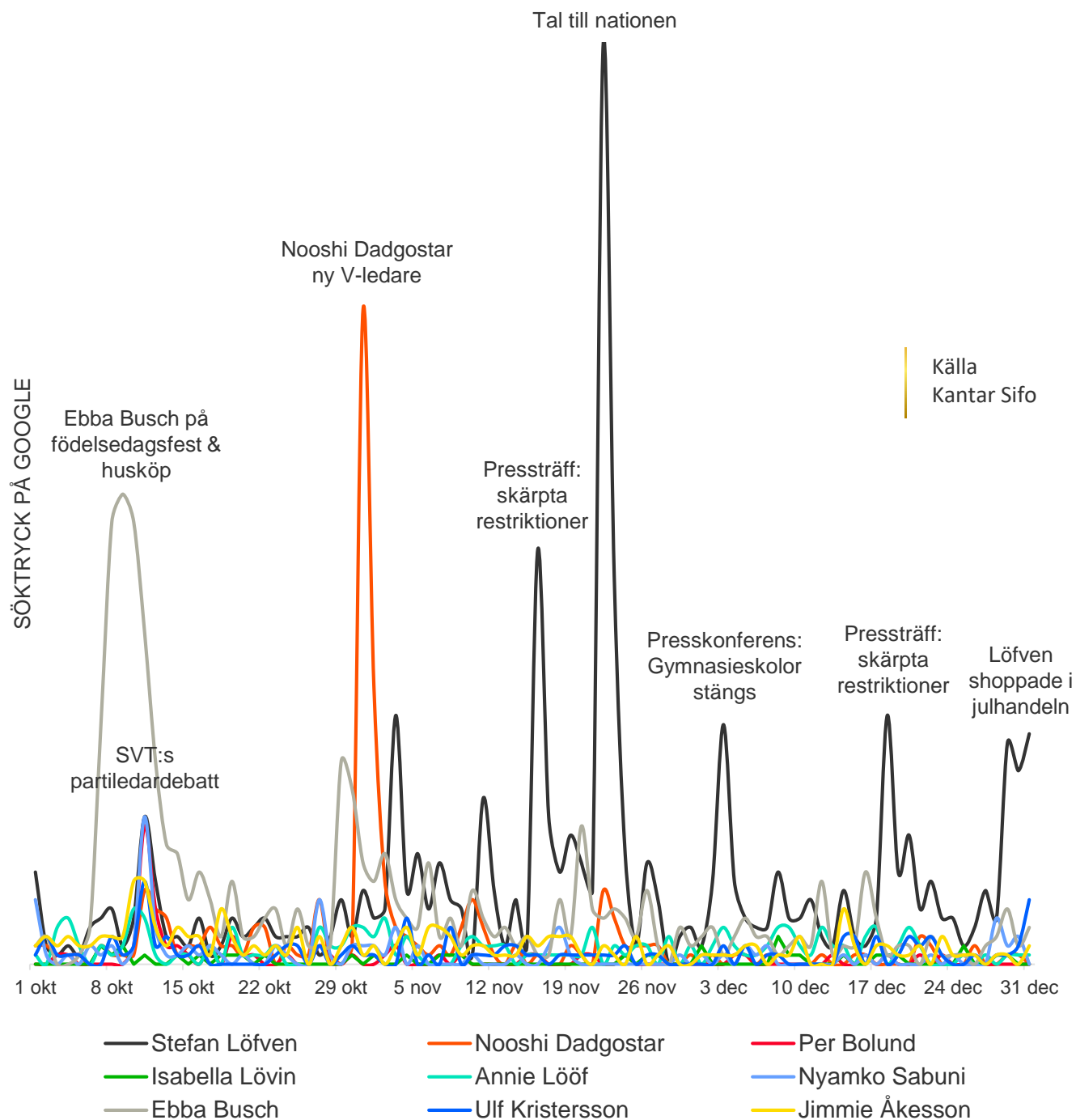
Google Trends - söktryck



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

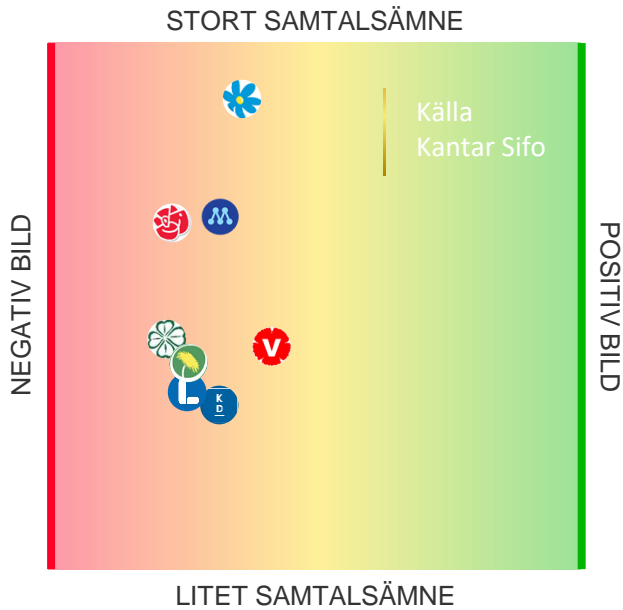
Söktryck nedbrutet per dag



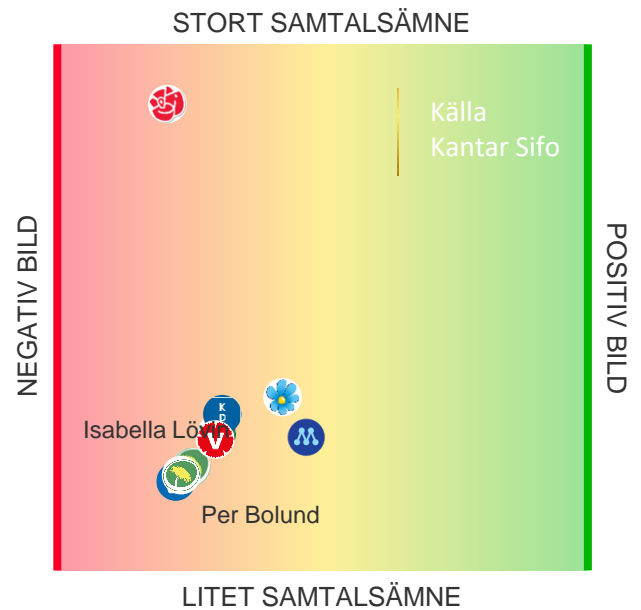
Ton och genomslag för partier & partiledare

På Facebook, i tidningar och nyhetssajter

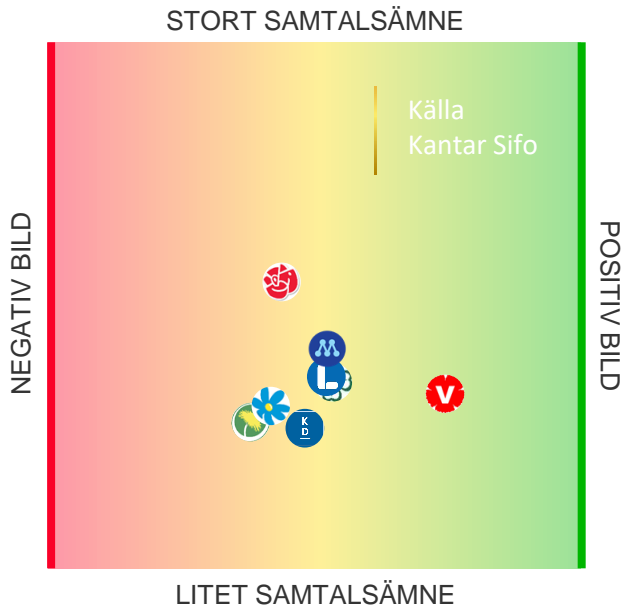
Partierna på Facebook



Partiledarna på Facebook



Partierna i tidningar och på nyhetssajter

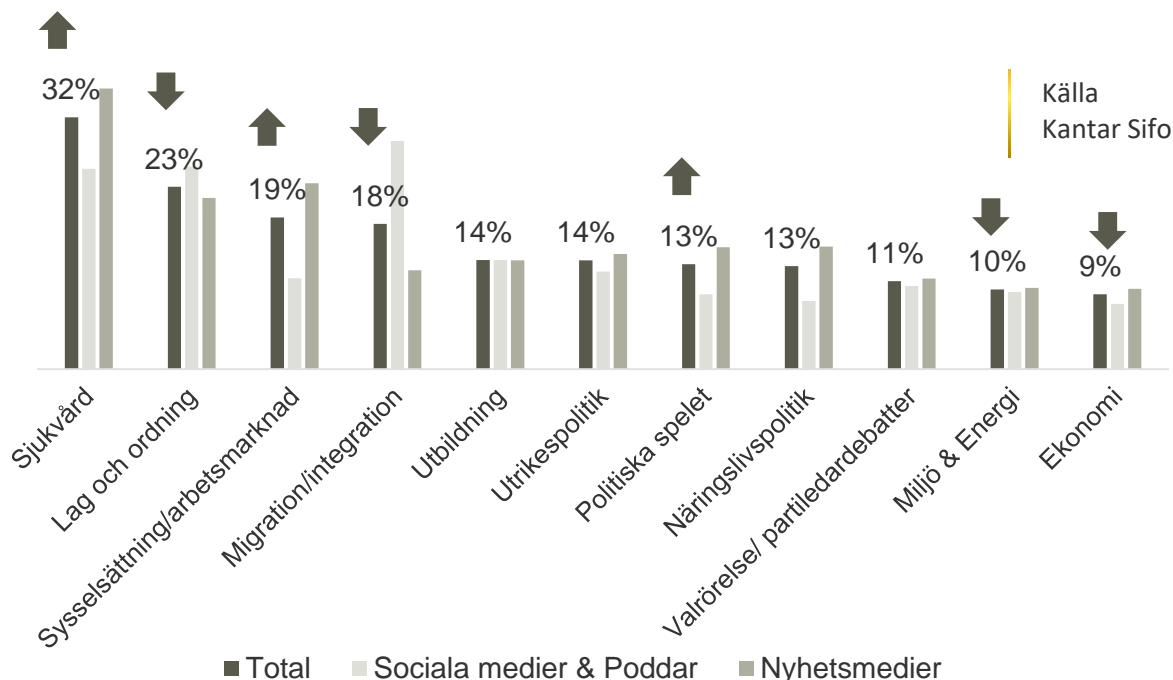


Sjukvård är tillbaka som klart största sakfråga

Hur olika frågor syns i media

- Pandemins andra våg gör att **sjukvården** åter är periodens största ämne i media. I nyhetsmedia är ämnet överlägsen etta, medan den är lägre rankad i sociala medier.
- **Lag och ordning** faller tillbaka rejält, både i nyhetsmedia och i sociala medier. Gängkriminalitet står fortsatt i centrum av debatten.
- **Sysselsättning/arbetsmarknad** klättrar upp till en tredjeplats, en följd av intresset kring LAS-förhandlingarna i oktober. Här är ännu ett ämne som uppmärksammas långt mer i nyhetsmedia än i sociala medier.
- Intresset för **migration och integration** når en bottennotering i nyhetsmedia och syns också mindre än normalt i sociala medier. Där är frågan dock fortfarande störst.
- I oktober är **politiskt spel** det näst största ämnet i nyhetsmedia, en följd av alla politiska turer kring LAS. När smittotalen i corona tar fart i nov-dec minskar både de politiska utspelen och intresset för dessa.
- **Miljöfrågor** minskar något i betydelse och ligger nu i nivå med intresset under första halvåret 2020.
- Ämnet **Ekonomi** minskar kraftigt, framför allt i nyhetsmedia, och ligger på den lägsta nivån under året. Fokus i debatten ligger snarare på olika åtgärder riktade mot sysselsättning och näringsliv, snarare än på en mer makroekonomisk nivå.

Andel av debatten i media, okt-dec 2020



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

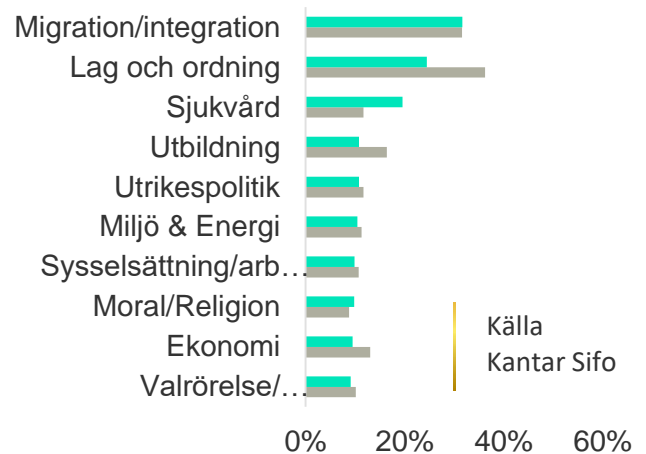
Synlighet i media för olika ämnen

Andel av diskussionen i varje kanal

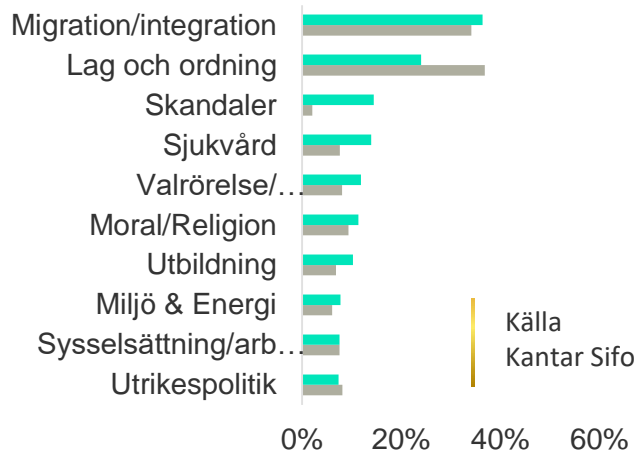
Facebook



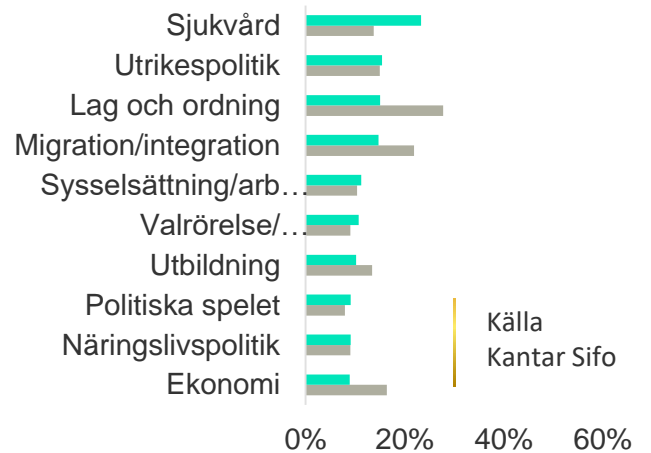
YouTube



Twitter



Poddar



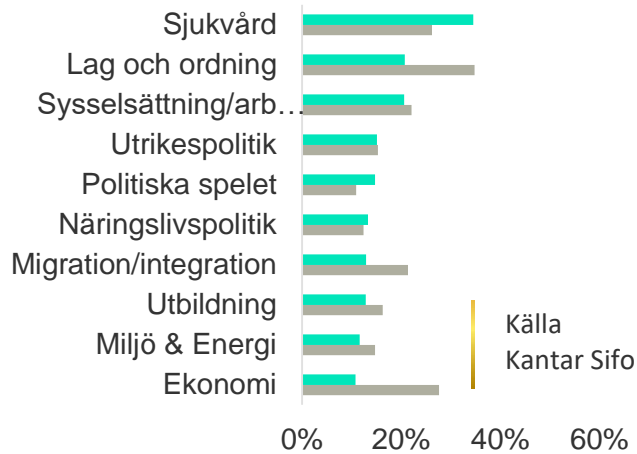
■ aug-sep 2020 ■ okt-dec 2020

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.

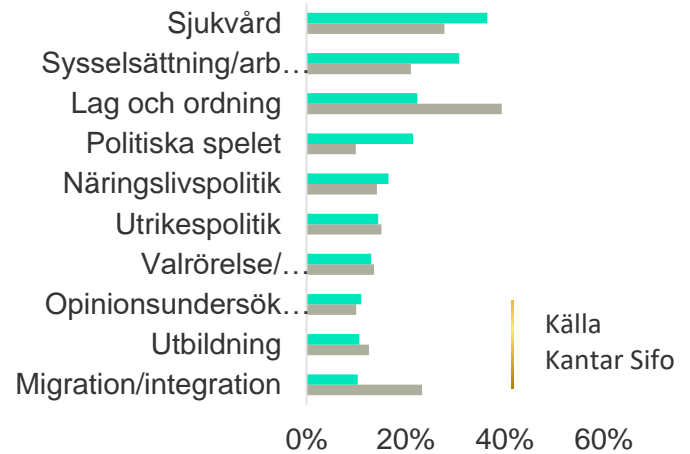
Synlighet i media för olika ämnen

Andel av diskussionen i varje kanal

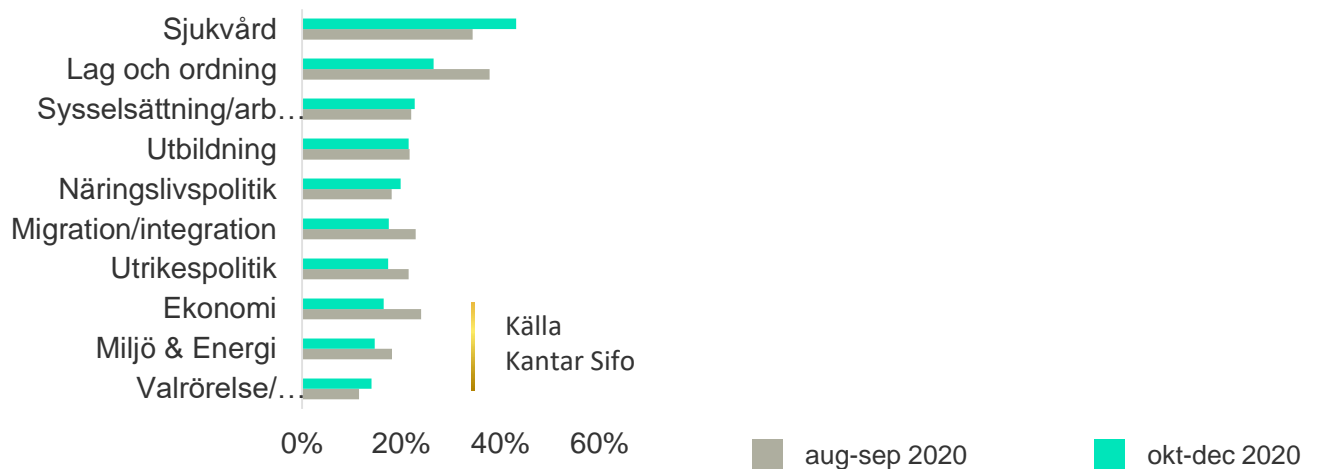
Radio



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)

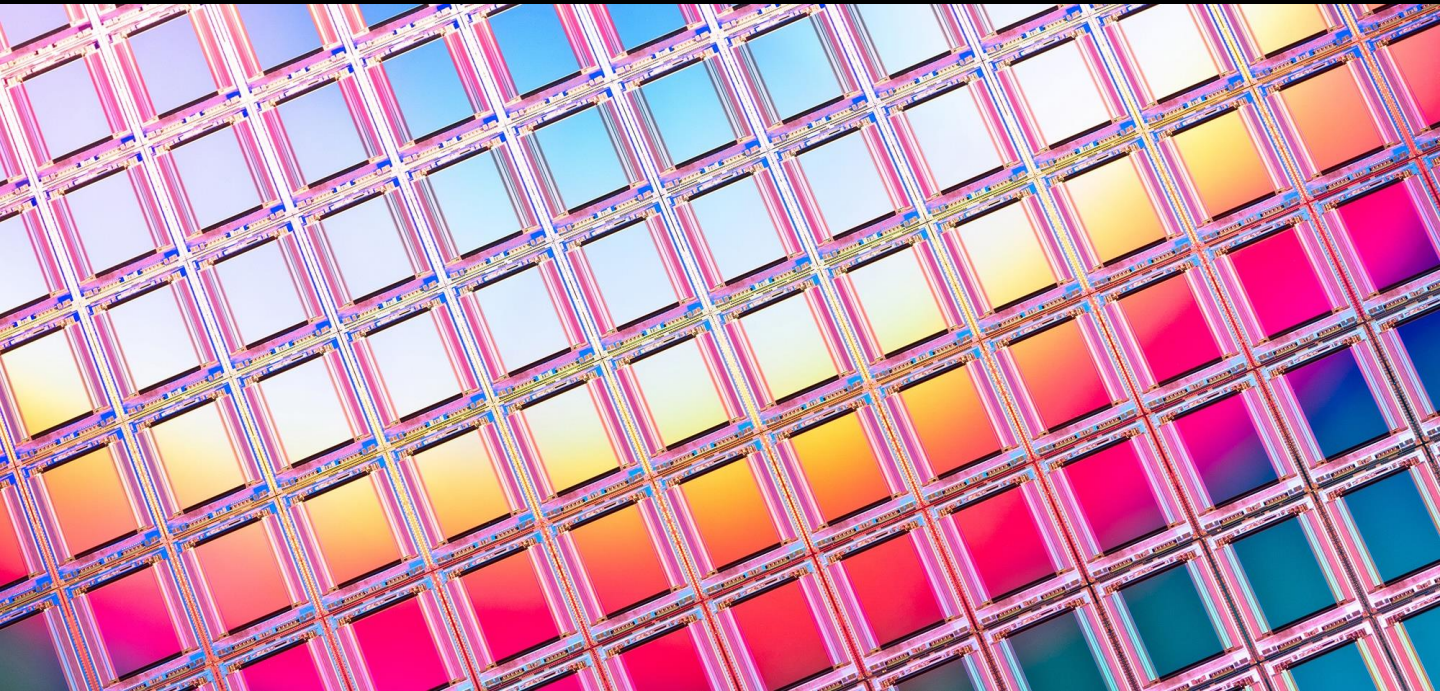
Facebook

Datum	Källa	Rubrik	URL
17 nov	Expressen	Svensk skola är en skam ni politiker har svikit	https://expressen.se/kultur/svensk-skola-aren-skam-ni-politiker-har-svikit/
29 dec	Expressen	Bilderna avslöjar:Här julbesöker Löfven Gallerian	https://expressen.se/nyheter/coronaviruset/bilderna-avslojar-har-julbesoker-lofven-gallerian/
03 nov	Nyheter Idag	Åkesson vill stänga ner moskéer som stödjer islamistisk terror: Inte tid för sorg och förlåtelse	https://nyheteridag.se/akesson-vill-stanga-ner-moskeer-som-stodjer-islamistisk-terror-inte-tid-for-sorg-och-fortatelse/
30 dec	Expressen	Dan Eliasson flög till Kanarieöarna före jul	https://expressen.se/nyheter/dan-eliasson-flog-till-kanarieoama-fore-jul/
21 dec	Aftonbladet	Polis ingrep mot storfest 250 gäster	https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/OQyGXA/polis-ingrep-mot-storfest-250-gaster
12 nov	Omni	MP tappar stöd och hamnar nu under riksdagsspärren	https://omni.se/a/JJUVp8
29 dec	Expressen	Driver ni med oss, regeringen?	https://expressen.se/kronikor/viktor-barth-kron/driver-ni-med-oss-regeringen/
15 okt	Newsner	Jeanette skriver öppet brev till Stefan Löfven kräver bättre villkor för pensionärerna: Bedrövligt	https://www.newsner.com/nyheter/jeanette-skriver-oppet-brev-till-stefan-lofven-kraver-battre-villkor-for-pensionarerna-bedrövligt/
21 nov	Expressen	En återfallsförbrytareskarriär i slappa Sverige	https://expressen.se/debatt/en-aterfallsforbrytares-karriar-i-slappa-sverige/
18 dec	Expressen	Ambulansflyg läggs ner mitt under pandemin	https://expressen.se/nyheter/ambulansflyg-laggs-ner-mitt-under-pandemin/

Twitter

Datum	Källa	Rubrik	URL
29 nov	Jonas Sjöstedt	Tar en Bia Hoi på söndagskvällen. Enormt populär vietnamesisk färsköl på fat a 3-4 kr	https://twitter.com/435854067/status/1333004651726180357
16 nov	Andreas Johnsson	Löfven: Umgås bara med personer i ditt hushåll Jag: https://t.co/l3kQxom4EI	https://twitter.com/585156111/status/1328339912039534594
10 okt	Peppe	16-årig pojke avtvingad kläderna och skjuten i överkroppen. 20-årig tjej skjuten. K	https://twitter.com/820152458/status/1314943067351379976
14 okt	Jennifer Törnros	Visst är det lustigt att man hör mer från media när Ebba är på fest, än när en social	https://twitter.com/1197235501666885632/status/1316354435745021955
07 okt	Maria M Stenergard	På tio månader har Socialdemokraterna gått från att vilja kraftigt minska antalet asy	https://twitter.com/963945493/status/1313861980499869696
21 nov	Hanif Bali	Idag försöker alltså vänstern lära oss att det är rasism att tycka att utländska krim	https://twitter.com/104778698/status/1330122439506976775
22 okt	Jonas Sjöstedt	Tack för debatten Annie! Lycka till med allt, utom att genomföra det mesta av din pol	https://twitter.com/435854067/status/1319176567046680576
23 dec	Paulina Neuding	Det hör till ovanligheterna att ett riksdagsparti kampanjar för att göra "motstånd" m	https://twitter.com/21764525/status/1341672734187778048
11 okt	Viktor Barth-Kron	Varje gång Annie Lööf säger att hon är tydlig så vet man att det är något otydligt på	https://twitter.com/20315636/status/1315356035259998208
29 dec	Jimmie Åkesson	Vi har mycket att tacka alternativmedia för. Hade det inte varit för alternativmedia	https://twitter.com/95972673/status/1343816778028351488

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, aug-sep, okt-dec 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

