

Mediemätaren

Hur politik diskuteras i media

September – december 2023

Ulla von Lochow



Därför gör vi Mediemätaren

En pågående analys sedan 2017

Demokrati handlar om att lyssna

Vi på Verian pratar mycket om att lyssna för att förstå människor. Det är vad demokrati handlar om, det är vad som krävs för att ge kraft till beslut som formar samhället.

Medier, både sociala och redaktionella, har en enorm betydelse för medborgarnas förståelse för den politiska makten. Vad som lyfts och glöms bort, hur partier och händelser vinklas påverkar vad vi röstar på. Och om vi alls röstar.

En guldgruva för dig som vill förstå

Mediemätaren är en guldgruva för den som är intresserad av samspelet mellan människor, politik och medier.

I flera decennier har Verian analyserat hur sociala och redaktionella medier påverkar den bild allmänheten får av företag, organisationer, myndigheter och partier.

Vi ger förklaringar till hur mediebilderna påverkar anseende, tillit och möjligheten att kommunicera i olika frågor. Mediemätaren är ett resultat av den kunskap vi byggt.

Ett samarbete med SR Ekot

Sedan 2017 tar vi fram Mediemätaren i samarbete med SR Ekot. Varje rapport baseras på runt en miljon inlägg och artiklar i sociala och redaktionella medier. Vi analyserar allt som nämner riksdagspartierna eller deras partiledare.

Datainsamlingen för talade medier hjälper All Ears oss med.

Använd och dela gärna innehållet i den här rapporten, dock alltid med hänvisning till källan: Mediemätaren av Verian.

Innehållsförteckning

1. Mediemätaren på två minuter
2. Sakfrågorna som dominerar den politiska debatten i media
3. Partier och partiledare som syns mest i media
4. För dig som inte kan få nog

An aerial night photograph of a curved bridge spanning a body of water. The bridge is illuminated with warm yellow lights, creating a glowing path across the dark water. The surrounding landscape is dark and textured, possibly a forest or rocky terrain. The overall color palette is dominated by deep blues and greens, with the bridge lights providing a strong contrast.

Mediemätaren på två minuter

All time high för frågan om lag och ordning

Mediemätaren sep-dec 2023

En rekordnotering för **lag och ordning**, samtidigt som **Jimmie Åkesson** för första gången nämns mer än Magdalena Andersson i nyhetsmedia. Och något har hänt med **miljödebatten**, som plötsligt är avsevärt större i nyhetsmedia än sociala medier. Trots de tuffa tiderna tar **ekonomi** som fråga inte riktigt fart i den politiska debatten. Så kan man sammanfatta Mediemätaren och den politiska debatten i sociala medier och nyhetsmedier under perioden september till december 2023.

I den här rapporten **blickar vi tillbaka** på de år vi har gjort Mediemätaren. Vilka ämnen har varit tongivande i det politiska samtalet i nyhetsmedia och sociala medier? Och hur framträdande har partierna och partiledarna varit i denna debatt?



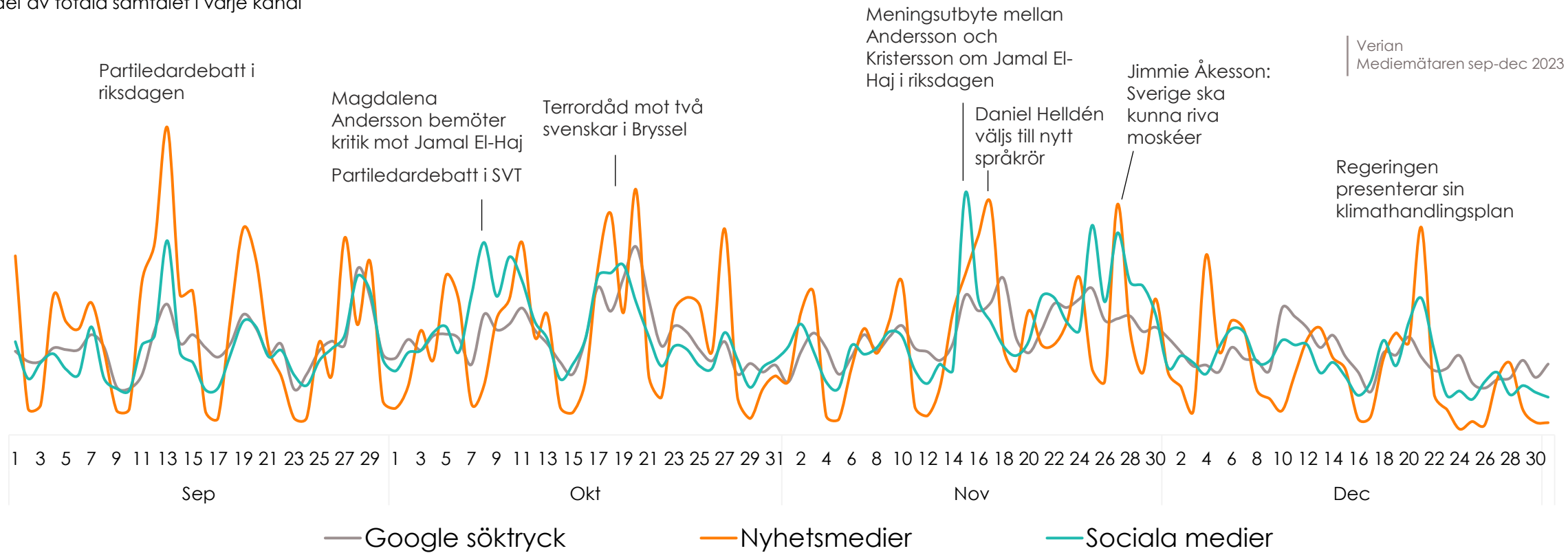
För den som vill gräva djupare i de **sakfrågor** som dominerat den senaste perioden, hoppa hit. Här sätter vi sakfrågorna i relation till vilka frågor som allmänheten ser som viktigast. Ett bra avstamp för den som funderar på kopplingen mellan nyhetsvärdering, partiernas mediala agendor och representativitet.

Partierna och partiledarna, hur syntes de då? Vi tittar närmare på vilka som förekom mest i media – och vilka allmänheten uppfattade att de såg.

Språkrörsval, terrordåd och Jamal El-Haj toppar debatten

Intressetopparna i den politiska världen

Andel av totala samtalet i varje kanal

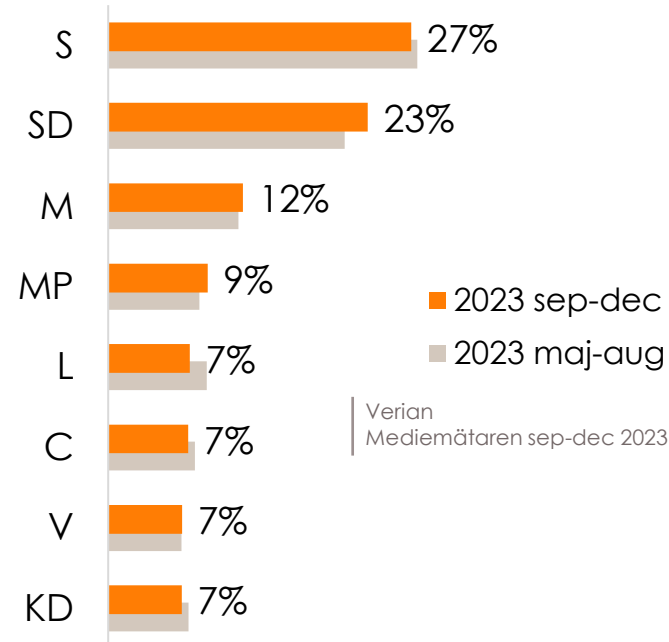


SD tar allt tydligare plats i det politiska samtalet i media

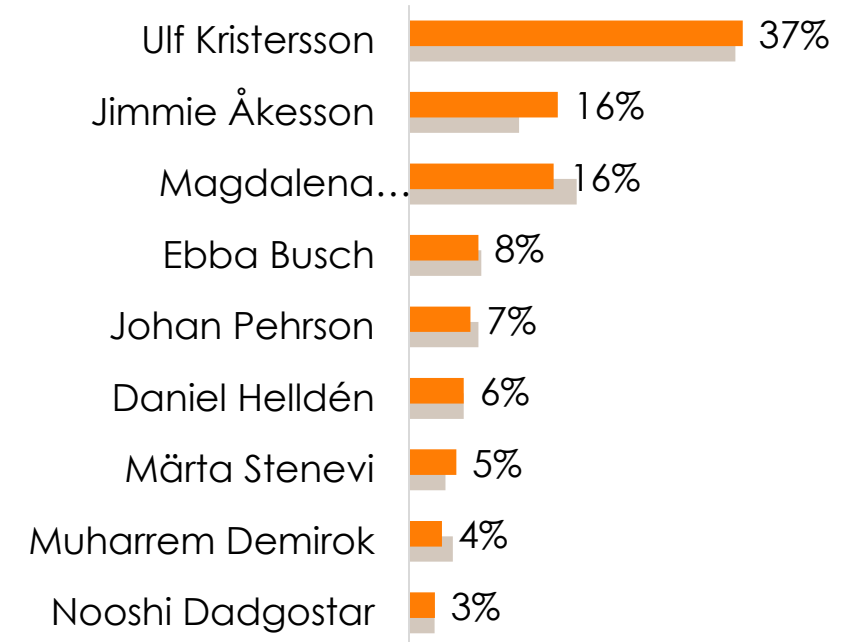
Största frågorna i den politiska debatten i media

1. Lag och ordning (1)
2. Utrikespolitik (2)
3. Migration och integration (3)
4. Moral och religion (4)
5. Miljö och hållbarhet (8)
6. Försvar och beredskap (5)
7. Utbildning (6)
8. Ekonomi (9)
9. Sysselsättning och arbetsmarknad (10)
10. EU och EMU (13)

Partiernas synlighet i media



Partiledarnas synlighet i media



Mediekanaler: dagstidningar, nyhetssajter, radio, tv, poddar, Youtube, Facebook och X (Twitter).
Grå staplar och siffror avser föregående mätperiod (maj-aug 2023).
I Daniel Helldéns statistik inkluderar även genomslaget för Per Bolund när han fortfarande var språkrör.

Sakfrågorna som dominerar den politiska debatten i media

Samt hur de skiljer sig från allmänhetens viktigaste frågor

Miljöfrågan betydligt större i nyhetsmedier

Sakfrågor: Hur skiljer sig nyhetsmedier från sociala medier?

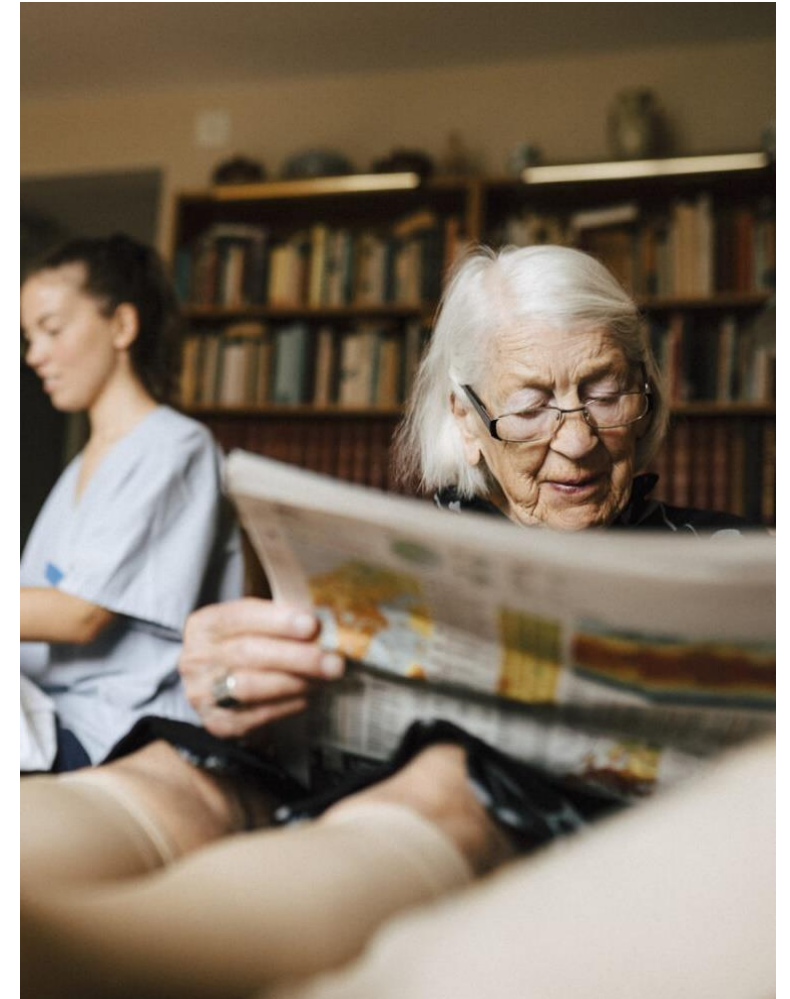
Största sakfrågorna i nyhetsmedier

1. Lag och ordning
2. Utrikespolitik
3. Miljö och hållbarhet
4. Migration och integration
5. Moral och religion
6. Försvar och beredskap
7. Utbildning
8. EU och EMU
9. Ekonomi
10. Sysselsättning och arbetsmarknad

Verian
Mediemätaren sep-dec 2023

Största sakfrågorna i sociala medier och poddar

1. Lag och ordning
2. Migration och integration
3. Utrikespolitik
4. Moral och religion
5. Utbildning
6. Försvar och beredskap
7. Ekonomi
8. Sysselsättning och arbetsmarknad
9. Sjukvård
10. EU och EMU



Mediekanaler: dagstidningar, nyhetssajter, radio, tv, poddar, Youtube, Facebook och X (Twitter).

Lag och ordning på ny toppnivå, miljö växer i nyhetsmedia

Sakfrågorna som dominerar den politiska debatten i media

- **Lag och ordning** fortsätter att vara det ojämförligt största ämnet, framför allt i oktober, och ligger nu på en rekordnivå i både nyhetsmedia och sociala medier. Orsaken är en omfattande debatt kring hur framför allt gängkriminaliteten ska bekämpas i Sverige, en debatt där SD tydligt tar störst plats, följt av S och M.
- **Utrikespolitik** är fortsatt det näst största ämnet i nyhetsmedia och tredje störst i sociala medier. En orolig omvärld där framför allt Gazakonflikten står i centrum, gör att ämnet fortsatt kommer högt upp på dagordningen. Det parti och partiledare vars mediebild tydligast påverkas av denna fråga är V och Nooshi Dadgostar, som möter en hel del kritik för sin Israel-/Palestinapolitik.
- Det tredje största ämnet i nyhetsmedia är **Miljö och hållbarhet**, vilket är en ovanligt hög placering. Samtidigt ramlar ämnet bort från tio-i-topp-listan i sociala medier. Att nyhetsmedia så tydligt lägger mer fokus på miljöfrågan är ovanligt. Fokus i debatten är regeringens klimathandlingsplan, FN:s klimatkonferens och en bred debatt kring olika energikällor och dess miljöpåverkan.
- **Migration och integration** ligger på andra plats i sociala medier och fjärde i nyhetsmedia. Bärande teman är anmälningsplikten mot papperslösa flyktingar, EU:s migrationspakt och olika förslag kring hur utmaningarna med integration och segregation ska lösas. Debatten rör också frågan om medborgarskap, dess förpliktelser och rättigheter.
- **Religion** fortsätter att vara ett stort ämne och hamnar på plats fem i nyhetsmedia och plats två i sociala medier. Bakom utrymmet ligger en kvardröjande debatt om koranbränningar, Jimmie Åkessons utspel om att stänga moskéer och en hätsk debatt kring Gaza-konflikten, där ord kopplade till religion såsom islamism och antisemitism förekommer.
- **Försvar och beredskap** tappar rejält i intresse i nyhetsmedia och faller där från plats tre till plats sex, samma placering som frågan har i sociala medier. Historiskt sett, är frågan mycket stor, men brist på händelseutveckling i Sveriges Natoansökan gör att nyhetsintresset sinar.

Partier och partiledare som syns mest i media

Samt hur de uppfattas av allmänheten

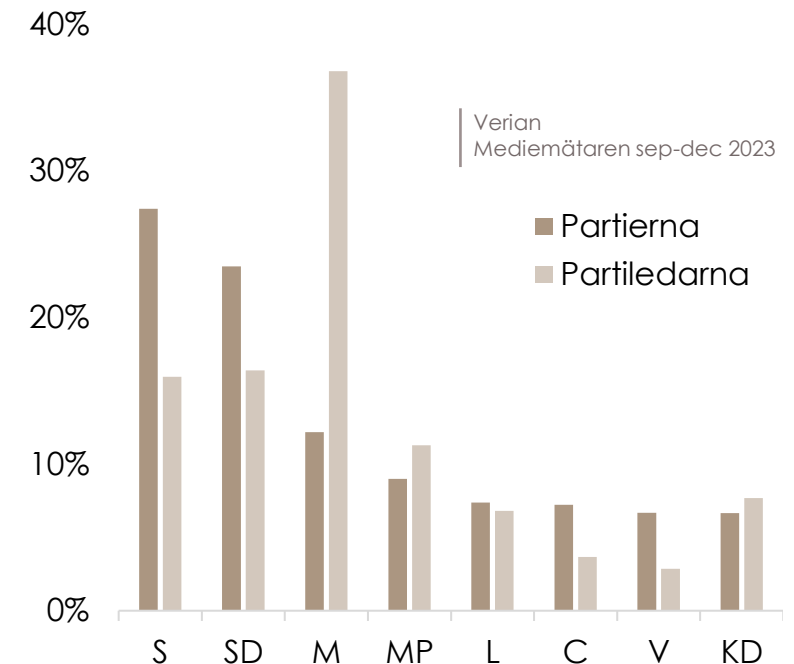
Åkesson första gången mer synlig än Andersson i nyhetsmedia

Partierna och partiledarna som syns mest i media

- Under årets slut får **S** mindre utrymme i den mediala debatten jämfört med tidigare. S är fortsatt det mest omnämnda partiet i nyhetsmedia, men inte längre i sociala medier. Intresset för **Magdalena Andersson** tappar dessutom tydligt. Väljarna upplever fortfarande att S är det enda parti som syns i övervägande positiva sammanhang, men i slutet av året blir bilden tydligt mer negativ.
- För första gången nämns **Jimmie Åkesson** mer än Magdalena Andersson i nyhetsmedia, det kanske tydligaste tecknet på hur **SD** intar en än allt mer central roll i den politiska debatten. Frågar vi väljarna, upplever de att SD syns mest av alla partier. Något de i realiteten gör i sociala medier, där partiet ökar kraftigt, men inte i nyhetsmedia.
- **M** återhämtar sig något från den låga synlighet partiet hade under sommaren i nyhetsmedia, samtidigt som man tappar i sociala medier. Samma utveckling ser vi för statsminister **Ulf Kristersson**, med den viktiga skillnaden att han som statsminister fortsatt är överlägset mest synlig av partiledarna.
- Språkrörsvalet gör att **MP** är det fjärde mest omtalade partiet i både nyhetsmedia och sociala medier. Framför allt är det nyhetsmedia som visar ett ökat intresse. Värt att notera är också att partiet och dess språkrör är de som minst av alla går in i lag- och ordningsdebatten.
- **L** tappar något, framför allt i sociala medier. Samma gäller för partiledaren **Johan Pehrsson**. Partiet och partiledaren särskiljer sig från övriga genom att oftare kopplas samman med utbildningsfrågor i media.
- Även **C** tappar något. **Muharrem Demirok** är nu den näst minst omtalade partiledaren i nyhetsmedia.
- **Nooshi Dadgostar** är fortsatt den partiledare som syns minst i såväl nyhetsmedia som i sociala medier. **V** syns också minst i nyhetsmedia, men är femte synligast i sociala medier. Det kan kopplas till en debatt kring V:s Israel/Palestina-politik.
- **Ebba Busch** figurerar i en större andel av debatten i nyhetsmedia än under sommaren men **KD** tar mindre utrymme i både nyhetsmedia och i sociala medier.

Partiernas och partiledarnas utrymme i media

Andel av totalt genomslag

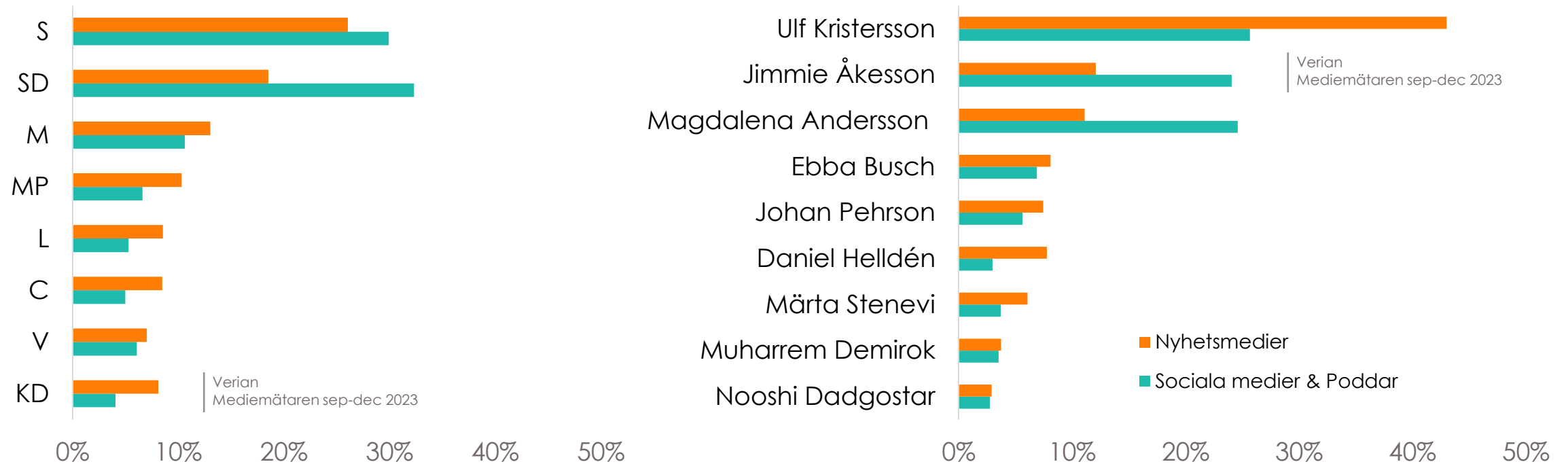


Språkrörens mediegenomslag är här summerat i en stapel. Grafen är sorterad utifrån partiernas genomslag i media.

Mer jämlik fördelning mellan partierna i nyhetsmedia

Partierna och partiledarnas utrymme i nyhetsmedier vs sociala medier och poddar









Andel av medieutrymmet



I nyhetsmedia inkluderas alla referenser till partierna och partiledarna i tidningar, tv och radio samt på nyhetssajter. I sociala medier och poddar ingår publika inlägg på Facebook, X (tidigare Twitter), YouTube och poddar. Per Bolund ingår i statistiken för Daniel Helldén.

Partierna syns fortsatt mindre och mer negativt än normalt

Hur uppfattar väljarna partiernas närvaro i media?

Väljarna upplever ha sett partiet i media	Hur väljarna upplever tonen mot partiet
 Mycket mindre än normalt	Mer negativ än normalt
 Mindre än normalt	Mycket mer negativ än normalt
 Mindre än normalt	Mer negativ än normalt
 Normalt	Mycket mer negativ än normalt
 Normalt	Normalt
 Mycket mindre än normalt	Mer positiv än normalt
 Normalt	Normalt
 Mycket mindre än normalt	Mer negativ än normalt

Media är ofta den viktigaste kontaktytan som partier har till sina väljare. Därför frågar vi allmänheten varje månad sedan 2017:

- Vilka av partierna har du nyligen sett, läst eller hört om i flödet av nyheter?
- Av det som du har sett, läst eller hört, var det övervägande positivt eller negativt?

Resultatet för perioden ser vi till vänster. Det är alltså inte en spegling av den faktiska medie-bilden, utan hur väljarna upplever den. Bilden visar också resultaten utifrån en "normal" bild av respektive parti, inte faktisk position för partierna. Att betrakta mediegenomslaget ur detta perspektiv ger värdefulla insikter om hur olika händelser får genomslag, eller inte något genomslag alls.

Flera faktorer spelar in. Att synas i frågor som många väljare bryr sig om ökar den upplevda närvaron. Samma effekt får skandaler och konflikter, en stark tv-närvaro, en synlig parti-ledare samt proaktiva utspel. Att ofta refereras till, utan att själv ha en framträdande roll, skapar däremot liten hågkomst bland väljarna.

Undersökningen bygger på 7 437 intervjuer med den svenska allmänheten 18–84 år. Datasamlingen genomfördes i den slumpmässigt rekryterade Sifopanelen mellan 1 september – 31 december 2023.

Mindre fördelaktig mediebild för S, M, MP och V

Hur uppfattar väljarna partiernas närvaro i media?

Allmänhetens upplevelse av hur partierna framställs i media



Undersökningen bygger på 7 437 intervjuer med den svenska allmänheten 18–84 år. Datainsamlingen genomfördes i den slumpmässigt rekryterade Sifopanelen mellan 1 september – 31 december 2023.

S är återigen det enda partiet som väljarna uppfattar har en övervägande positiv mediebild. Den är dock i avtagande, framför allt ser vi en tydlig försämring i november-december. Det hindrar emellertid inte S från att ha den absolut mest fördelaktiga mediebilden av alla partier.

Andra partier som också uppfattas ha en försämrade mediebild jämfört med sommaren är **M**, **MP** och **V**. Det enda parti där vi ser en tydlig förbättring är **SD**, även om man fortsatt har den näst mest negativt upplevda mediebilden av alla partier.

Om illustrationen

Hur väljarna upplever tonen för partierna i media spelar roll. Förra sidan illustrerade hur allmänheten upplever tonen för ett *enskilt* parti. På den här sidan ställer vi partiernas ton mot varandra.

Vad påverkar allmänhetens svar här? Först och främst är det givetvis faktiska nyheter; skandaler, rekordnoteringar i opinionen och kritik mot reformförslag som vi ser får tydlig effekt på hur väljarna uppfattar tonen i media. Det finns också annat som påverkar, som den övergripande medieagendan och hur många väljare som uppger sig ogilla ett parti.

Fem år av Mediemätare – vad har vi lärt oss?

”Det känns som vi alltid kommer att prata om lag och ordning”

Sedan vi började analysera den politiska debatten i media hösten 2017, har lag och ordning **löpt som en röd tråd** genom våra mätningar. Nu när vi summerar 2023, är ämnet rekordstort. Tätt sammanvävd med denna debatt finner vi migration- och integrationsfrågor, något framför allt SD har bidragit till. Under 2023 har vi dessutom sett hur nära sammankopplad lag och ordning har blivit med religion- och yttrandefrihet.

Det är lätt att tänka att det är en **naturlag** för svensk politik, att lag och ordning alltid kommer att dominera agendan. Att vissa ämnen, såsom äldreomsorg, landbyggdens villkor eller pensioner, aldrig kommer att synas bland tio-i-toppfrågorna. Därför kan det vara bra att lyfta blicken.

Först, låt oss göra en utblick till vårt grannland **Danmark**, där Verian också mäter vilka sakfrågor som dominerar den politiska debatten i nyhetsmedia. Bland tio-i-topp för 2023 hamnar lag och ordning först på plats tre. Miljöfrågor får betydligt större utrymme i debatten, vilket även gäller sjukvård och EU-frågor. Samtidigt återfinns migration och integration inte ens bland de tio största sakfrågorna.

Hur såg det då ut i den svenska debatten om vi går längre tillbaka i tiden? Mediemätaren sträcker sig bara tillbaka till 2017 men det finns andra källor med dignitet och tyngd. Såsom vår nyss pensionerade opinionschef **Toivo Sjören**. I över 30 år förklarade han partiernas opinionsstöd i media.

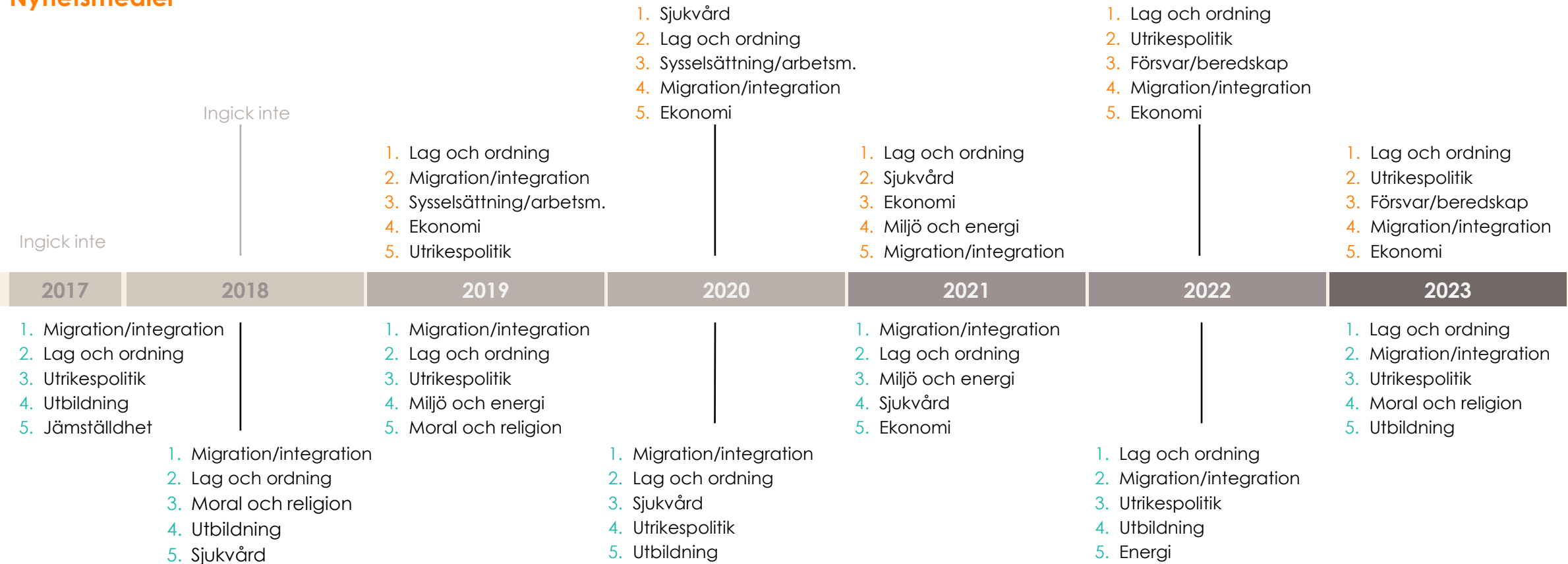
Vi har analyserat vilka sakfrågor Toivo tog upp, något som ger en indikation på vilka ämnen som dominerade politiken under tre decennier.

På **00-talet** toppade EU och EMU, en konsekvens av folkomröstningen 2003 kring EMU. Skatter hamnade på andraplats när Nya Moderaterna drev igenom sina jobbskatteavdrag. Förändringar i a-kassan gjorde också att jämlikhetsfrågor tog stor plats. 11 september och de efterföljande krigen gjorde försvarspolitik till ett hett ämne. **2010** kom SD för första gången in i riksdagen och tillsammans med stora flyktingströmmar fick vi ett decennium dominerat av en migrationsdebatt, samtidigt som lag och ordning växte till den näst största sakfrågan. Stora reformer i skolans värld kombinerat med dåliga PISA-resultat gjorde att utbildning kom högt på agendan. När vi kommer fram till **20-talet** ser vi att lag och ordning är det ämne som Verians opinionschef lyfter mest. De stora omvärldshändelser som hittills präglat decenniet – pandemin, inflationen och Rysslands invasion av Ukraina – gör att ämnen som sjukvård, ekonomi och försvar också i högre grad präglar tiden.

Lag och ordning kommer **knappast alltid att dominera** det politiska samtalet i media, det visar både historien och jämförelser med våra grannländer. Men under de år vi gjort Mediemätaren har lag och ordning nästan alltid toppat nyhetsmedias rapportering, och de senaste två åren även gått om ämnet migration och integration i sociala medier. Det lär sannolikt ta ett tag innan vi ser frågan falla ur rampljuset.

2017-2023: Största sakfrågorna i nyheterna och sociala medier

Nyhetsmedier



Sociala medier och poddar

För åren 2017 till sommaren 2019 användes en annan mätmetod för nyhetsmedia som gör att dessa år inte är jämförbara och redovisas därför inte. För sociala medier ingår för samma period endast Facebook och X (tidigare Twitter). Från hösten 2019 adderas även YouTube och poddar till statistiken.

Hur Toivo Sjørén förklarade väljaropinionen i media



00-talet

1. EU och EMU
2. Skatter
3. Ekonomi
4. Jämställdhet
5. Försvar och beredskap

10-talet

1. Migration och integration
2. Lag och ordning
3. Utbildning
4. Ekonomi
5. EU och EMU

20-talet

1. Lag och ordning
2. Ekonomi
3. Sjukvård
4. Försvar och beredskap
5. Utbildning

Sedan 1954 har Verian, under många namn men mest känt som Sifo, mätt väljaropinionen. Det här är de ämnen vår nyss pensionerade opinionschef Toivo Sjørén oftast tog upp under de decennier när han förklarade rörelser bland väljarna.

Åren då S dominerat och SD vuxit allt mer

Varje år som Mediemätaren summerats under 2020-talet har **S** varit det parti som nämnts mest i nyhetsmedia och i sociala medier. Regeringskiftet ändrade inte på detta, snarare förstärktes tendensen.

S dominans i den offentliga debatten har flera förklaringar. Framför allt handlar det om den **maktställning**, idag och historiskt, som S har i svensk politik. Partiet blir en given referenspunkt för såväl journalister och meningsmotståndare som andra debattörer. Det märks framför allt i sociala medier, där högerorienterade röster tydligt sätter strålkastarljuset mot partiet.

Regeringskiftet innebar att **Ulf Kristersson** plötsligt blev den ojämförligt mest omnämnda partiledaren i nyhetsmedia. Samtidigt kan vi se hur referenserna till M som parti minskade, en konsekvens av att partiet oftare benämns som "regeringen". Detsamma gällde för S i regeringsställning, men partiet var ändå tydligt mer i fokus. Ställer man de två partierna mot varandra, syntes S dubbelt så mycket som M i såväl nyhetsmedia som sociala medier när partiet var i regeringsställning.

Att S syns mest i media, innebär dock inte att väljarna noterar alla dessa referenser. När vi frågar allmänheten vilka partier de har sett i nyhetsflödet, försvinner dominansen för S i samband med regeringskiftet. Trots att S fortfarande syns mest, upplever väljarna att **de ser SD och M oftare**. Detta kan dels bero på att frågor som väljarna förknippar med SD (och M) dominerat den politiska agendan, dels att S ofta nämns utan att stå i fokus av rapporteringen.

Under de senaste åren, har **SD:s** andel av utrymmet i såväl nyhetsmedia som sociala medier vuxit alltmer. Även om partiledaren Jimmie Åkessons närvaro har flukturerat, är det tydligt att partiet i stor utsträckning format det politiska samtalet i media, framför allt i sociala medier.

De **mindre partierna** då? De är helt klart en utmaning för dessa att synas bakom de tre jättarna i media. När de bryter igenom bruset, är det ofta spetsiga uttalanden, en gren där Ebba Busch är mästaren. Andra tillfällen är när partier lyckas positionera sig för att hota regeringsmakten, något vi främst sett V och C göra. Då får de genomslag. Annars är det primärt i samband med partiledarbyte som vi ser att medieutrymmet för småpartierna verkligen ökar. Samt också i valrörelser och i samband med skandaler.

Partierna och hur de rankats över tid

Verian Mediemätaren sep-dec 2023	2020		2021		2022		2023	
	Nyhets- medier	Sociala medier	Nyhets- medier	Sociala medier	Nyhets- medier	Sociala medier	Nyhets- medier	Sociala medier
S	1	1	1	1	1	1	1	1
M	2	3	2	3	3	3	3	3
SD	4	2	3	2	2	2	2	2
L	3	7	5	7	5	7	7	6
C	6	6	4	5	4	5	4	5
V	5	5	6	6	6	6	8	7
MP	7	4	7	4	8	4	5	4
KD	8	8	8	8	7	8	6	8

Siffrorna avser hur framträdande partierna var i den politiska debatten i media. Före 2020 mättes genomslaget på ett annat sätt och är därför inte jämförbara.

Partiledarna och hur de rankats över tid

Verian Mediemätaren sep-dec 2023	2020		2021		2022		2023	
	Nyhets- medier	Sociala medier	Nyhets- medier	Sociala medier	Nyhets- medier	Sociala medier	Nyhets- medier	Sociala medier
Magdalena Andersson	1	1	1	1	1	1	2	2
Ulf Kristersson	3	3	2	4	2	2	1	1
Muharrem Demirok	8	6	3	3	3	4	6	6
Jimmie Åkesson	5	2	7	2	4	3	4	3
Ebba Busch	9	4	5	5	5	5	3	4
Johan Pehrson	7	9	6	9	6	6	5	5
Nooshi Dadgostar	2	5	8	8	7	7	9	9
Daniel Helldén	6	8	4	6	8	8	7	8
Märta Stenevi	4	7	9	7	9	9	8	7

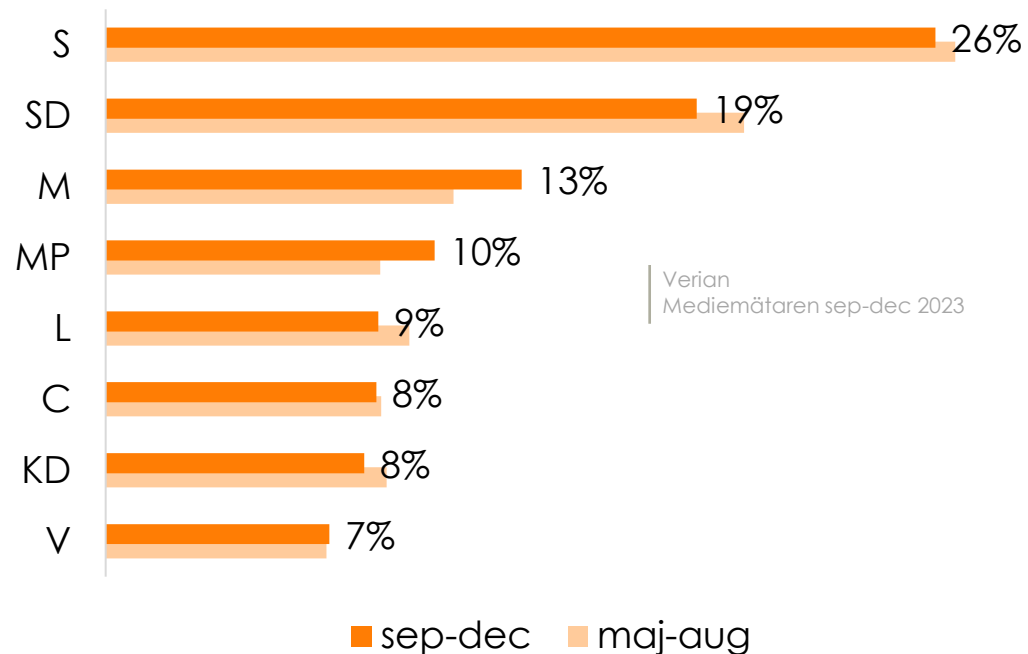
Siffrorna avser hur framträdande partiledarna var i den politiska debatten i media. Nuvarande partiledare ska ses som alias om de efterträtt någon tidigare partiledare under perioden. Före 2020 mättes genomslaget på ett annat sätt och är därför inte jämförbara.

Mer för den vetgirige

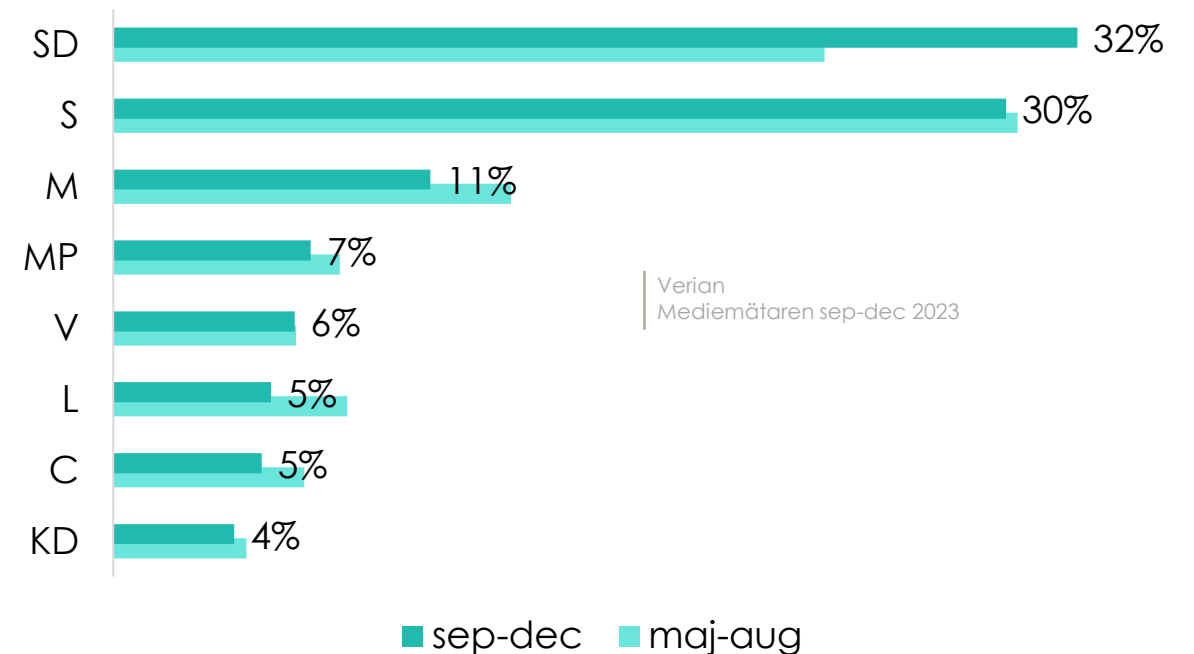
Du är i gott sällskap

Partierna i nyhetsmedier vs sociala medier och poddar

Partierna i nyhetsmedier



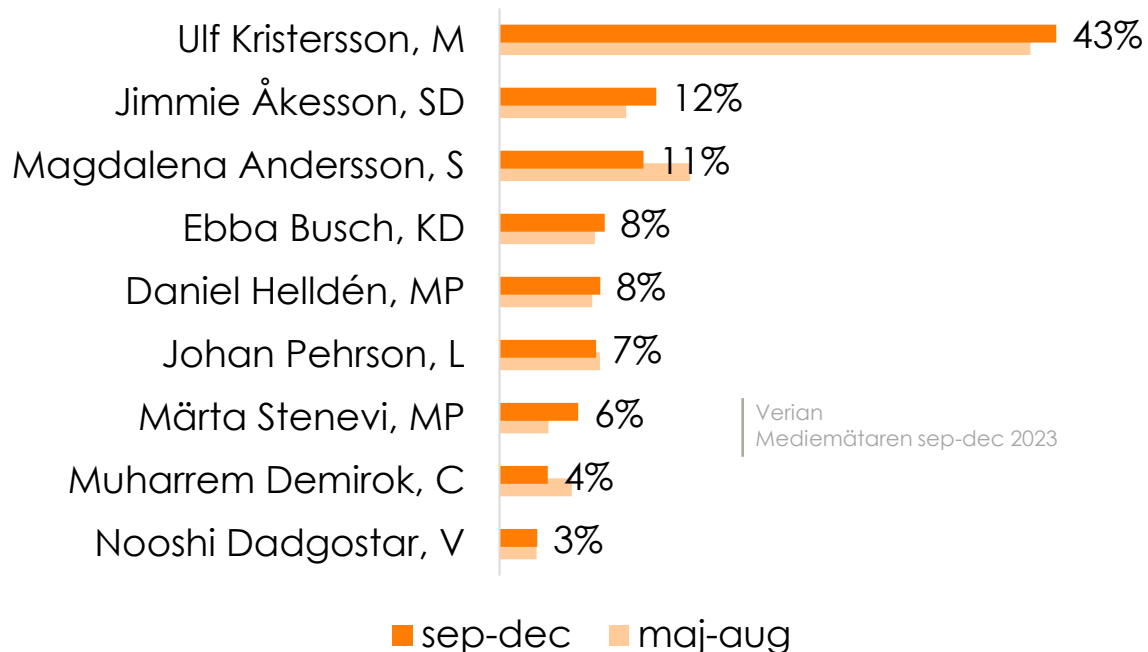
Partierna i sociala medier och poddar



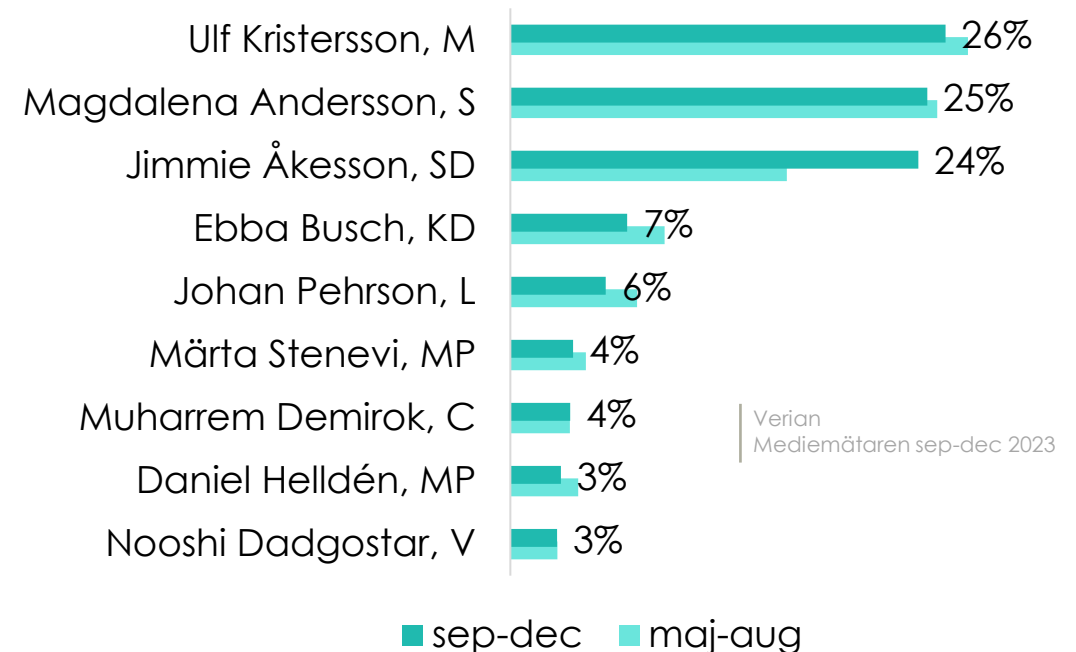
I nyhetsmedia inkluderas alla referenser till partierna i tidningar, tv och radio samt på nyhetssajter. I sociala medier och poddar ingår publika inlägg på Facebook, X (tidigare Twitter), YouTube och poddar.

Partiledarna i nyhetsmedier vs sociala medier och poddar

Partiledarna i nyhetsmedier



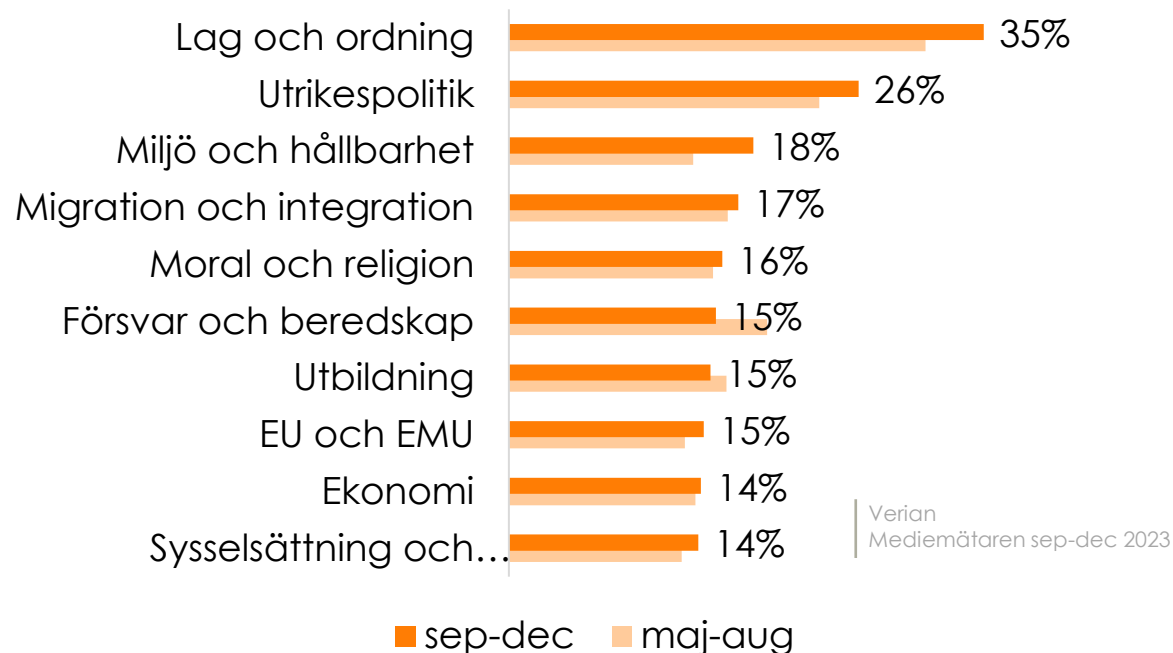
Partiledarna i sociala medier och poddar



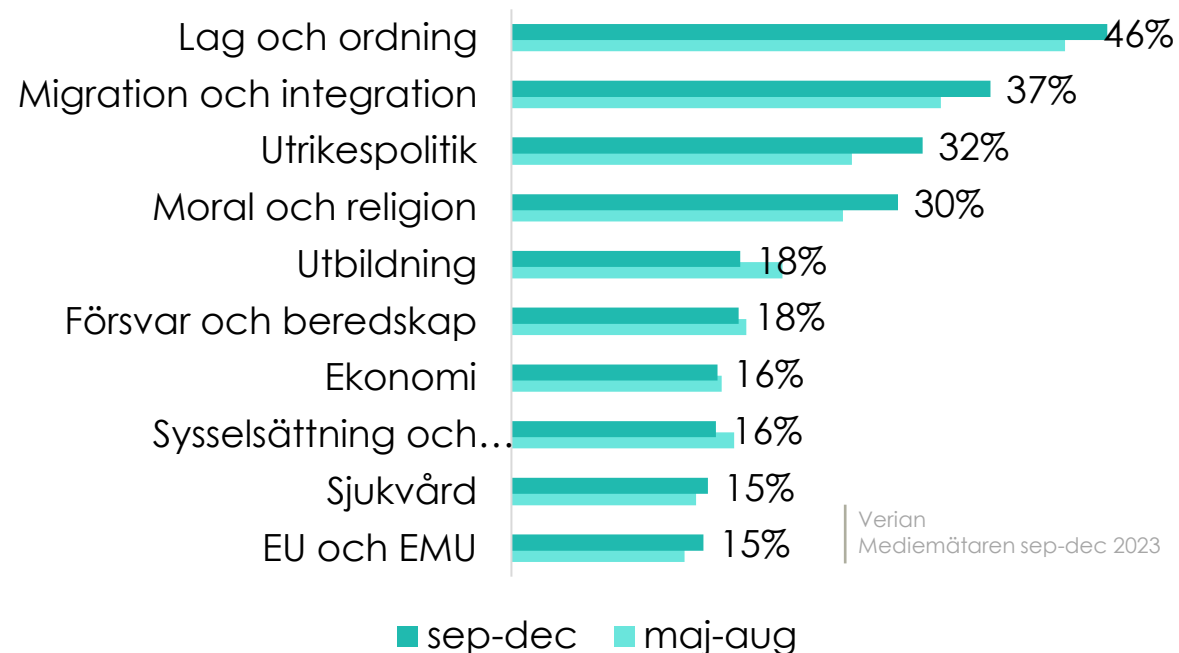
I nyhetsmedia inkluderas alla referenser till partiledarna i tidningar, tv och radio samt på nyhetssajter. I sociala medier och poddar ingår publika inlägg på Facebook, X (tidigare Twitter), YouTube och poddar.

Ämnen i nyhetsmedier vs sociala medier och poddar

Ämnen i nyhetsmedier



Ämnen i sociala medier och poddar



I nyhetsmedia inkluderas tidningar, tv och radio samt på nyhetssajter. I sociala medier och poddar ingår publika inlägg på Facebook, X (tidigare Twitter), YouTube och poddar. Observera att minst ett parti eller en partiledare måste nämnas för att inlägget ska inkluderas.

De tio största sakfrågorna i media och hur de rankats över tid

Verian Mediemätaren sep-dec 2023	2021			2022					2023		
	apr-jul	aug-sep	okt-dec	jan-mar	apr-jul	1 aug-11 sep	12 sep-17 okt	18 okt-31 dec	jan-apr	maj-aug	sep-dec
Lag och ordning	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1
Utrikespolitik	7	8	9	1	3	6	3	3	3	2	2
Migration och integration	2	5	4	5	4	2	2	4	2	3	3
Moral och religion	15	11	15	15	13	16	13	15	13	4	4
Miljö och hållbarhet	9	3	2	3	5	5	5	5	5	7	5
Försvar och beredskap	20	17	21	2	2	12	9	10	4	5	6
Utbildning	6	6	6	7	7	4	4	9	8	6	7
Ekonomi	5	2	3	8	6	7	7	6	9	8	8
Sysselsättning och arbetsmarknad	8	7	7	12	8	9	8	8	10	9	9
EU och EMU	14	16	13	9	15	18	12	13	11	11	10

Siffrorna avser hur framträdande sakfrågan var i den politiska debatten i media. Från augusti 2022 redovisas Energi och Miljö och hållbarhet separat. Siffrorna fram till juli 2022 avser när dessa ämnen var sammanslagna.

Några av de mest spridda artiklarna på Facebook

Datum	Källa	Rubrik	URL
07 sep	Corren.se	Debatt: Replik från Winnerbäck	https://corren.se/debatt/artikel/winnerback-jag-hade-inte-varit-har-utan-musikskolan-och-skylden/lzy02dgr
10 okt	Expressen	Jimmie Åkesson: Ingen annan lösning än att riva medborgarskap	https://expressen.se/nyheter/jimmie-akesson-ingen-annan--losning-an-att-riva-medborgarskap/
11 okt	Expressen	Åkesson till Hamasanhängare i Sverige: Åk till Palestina	https://expressen.se/nyheter/akesson-till-hamasanhangare-i-sverige-ak-till-palestina/
12 sep	Aftonbladet	Jomshof: Jag tänker inte låta mig tystas	https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/VP3yn1/jomshof-jag-tanker-inte-lata-mig-tystas
28 okt	Aftonbladet	Patrick, Kent och Pelle reste till Bryssel bara en kom hem igen	https://www.aftonbladet.se/sportbladet/a/gE9p10/patrick-kent-och-pelle-reste-till-bryssel-bara-en-kom-hem
09 sep	Expressen	Det är livsfarligt att gå islamisterna till mötes	https://expressen.se/debatt/det-ar-livsfarligt-att-ga-islamisterna-till-motes/
15 okt	Expressen	Det är ingen rättighet att bli svensk medborgare	https://expressen.se/debatt/det-ar-ingen-rattighet-att-bli-svensk-medborgare/
11 sep	Expressen	Expressen	https://expressen.se/debatt/nu-ska-vi-forbjuda--kusinaktenskap/
10 okt	Samnytt	SD: Riv upp medborgarskap för dem som vägrar anpassa sig	https://samnytt.se/sd-riv-upp-medborgarskap-for-dem-som-vagr-ar-anpassa-sig
09 okt	Aftonbladet	Nej, våldet är inte invandringens fel	https://www.aftonbladet.se/debatt/a/dw1KxA/forskare-nej-valdet-ar-inte-invandringens-fel

Baserat på interaktioner (delningar, kommentarer och likes)

Några av de mest spridda inläggen på X (Twitter)

Datum	Källa	Utdrag av inlägget	URL
15 nov	Alice Teodorescu Måwe	Det Magdalena Andersson gör, igen, är djupt ovärdigt. Sluta reducera politik till känslor, argumentera i sak utifrån ett principiellt plan - eller [...]	https://twitter.com/273134386/status/1724763286187528679
19 okt	Carl-Oskar Bohlin	Magdalena Anderssons senaste utfall i Göteborgs-Posten kräver skärskådning. Politisk pajkastning och demonisering i ett svårt läge [...]	https://twitter.com/24021197/status/1715030961614643246
22 nov	Hanif Bali	Ali Khan-klanen arrangerar alltså stormning av statsministers utfrågning, försvarar Hamas och får därefter uppbackning av tunga sossar [...]	https://twitter.com/104778698/status/1727276379916644608
27 okt	Fredrik Kärrholm	Jamal El-Haj har demonstrerat under Hamas-flaggor, medverkat på Hamas-kopplad konferens, kramats med Hamas-företrädare [...]	https://twitter.com/124232380/status/1717936015392841729
15 nov	Jesper Sandström	Det Magdalena Andersson gör är skamlöst och farligt. I riksdagens talarstol säger hon, med gråt i rösten, att Jamal El-Hajs släktingar [...]	https://twitter.com/44252948/status/1724759636522201124
07 okt	Gulan Avci	Jag kräver ingen ursäkt av Magdalena Andersson för att hon i våras hotade polisanmäla mig när jag påtalade att hennes [...]	https://twitter.com/28527773/status/1710582021783695571
21 dec	Magnus Ranstorp	Så cool @RPourmokhtari är och så kunnig på klimatområdet! Hon fullständigt utklassar @DanielHellden i debatten i Aktuellt. Med [...]	https://twitter.com/245467017/status/1737958916862935415
18 sep	Plataforma per la Llengua	Fjälls Idrottare @kilianj vänder sig till Sveriges premiärminister @SwedishPM för att be om detta lands positiva röst för officiellt [...]	https://twitter.com/70643141/status/1703864531284353377
11 sep	Hanif Bali	Annika Strandhäll tillhör socialdemokraternas absoluta topp och elit. Av tusentals sossar ansågs hon tillhöra den absolut toppen av [...]	https://twitter.com/104778698/status/1701303430558388449
08 okt	Hanif Bali	Jag tycker inte att språkbarriärer ska stå i vägen för socialdemokratiska väljare att ta del av Magdalena Anderssons starka fördömande av [...]	https://twitter.com/104778698/status/1711072199400919489

Baserat på interaktioner (delningar, kommentarer och likes)

Om Mediemätaren



Kontakta gärna mig!

Ulla von Lochow,
System- och processansvarig,
medieanalys, Verian
+46 701 84 22 45
ulla.von.lochow@veriangroup.com

Mediemätaren är en guldgruva för den som är intresserad av samspelet mellan människor, politik och medier.

Verian har i över ett decennium analyserat hur sociala och redaktionella medier påverkar den bild som allmänheten får av myndigheter, partier, organisationer och företag. Vi tar reda på hur media påverkar anseende, tillit och möjligheten att kommunicera i olika frågor.

Denna rapport utgör bara lite av alla de insikter Mediemätaren ger. Fler hittar du i [Sveriges Radio Ekots](#) rapportering eller genom att kontakta oss.

Undersökning: Kvantitativ

Metod: Natural Language Processing, Röst-till-text-konvertering och boolesk sökteknik

Kanaler: Tidningar, nyhets sajter, radio, tv, poddar, Facebook, X (Twitter) och Youtube.

Det totala mediegenomslaget är viktat utifrån de olika kanalernas betydelse med utgångspunkt i bland annat Orvesto Konsument. Läs mer om metoden [här](#).

1/9-31/12

**Rapportens mätperiod,
2023**

1 223 000

Antal analyserade texter

Nu heter vi Verian

verian 

Det som en gång var Sifos samhällsundersökningar och under de senaste åren kallats Kantar Public, är nu Verian. Allt annat är lika.

Att ge kraft till beslut som formar samhället

Ni arbetar med att förbättra och forma samhället. Vår uppgift är att ge kraft till de beslut ni tar.

Att ta fram fakta om samhället och människorna som befolkar det är själva grunden i vårt snart 90-åriga DNA. I Sverige, i Norden och globalt.

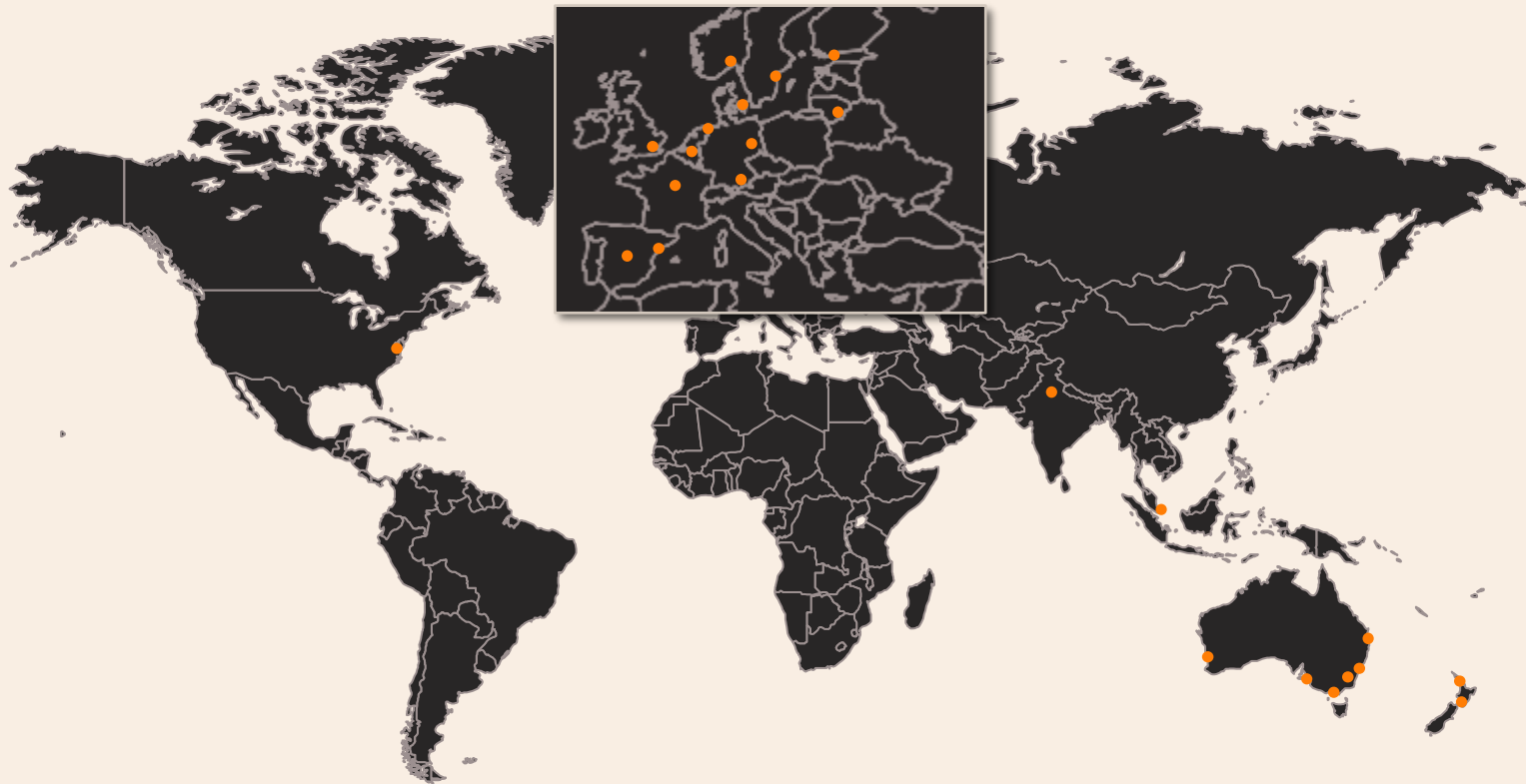
- Vi utgår från klassisk undersökningsmetodik och skapar optimala lösningar i varje uppdrag.
- Vi tar tillvara det bästa av våra medarbetares kompetens och den teknisk utvecklingen.
- Vi tar fram fakta, utvärderar, löser med kreativitet och kvalitet på samma gång.

Det behövs för att överbrygga gapet mellan beslutsfattare och medborgare.

För att ge kraft till beslut, för att forma samhället.

Lokal expertis som ger global styrka

Vi är den största aktören i världen i vår nisch; att möta behoven hos beslutsfattare på den offentliga arenan



Våra 21 kontor

- Brussels, Belgium
- Copenhagen, Denmark
- Helsinki, Finland
- Paris, France
- Berlin, Germany
- Munich, Germany
- Amsterdam, Netherlands
- Oslo, Norway
- Vilnius, Lithuania
- Madrid, Spain
- Stockholm, Sweden
- London, UK
- Maryland, US
- Adelaide, Australia
- Brisbane, Australia
- Canberra, Australia
- Melbourne, Australia
- Perth, Australia
- Sydney, Australia
- Delhi, India
- Singapore
- Auckland, New Zealand
- Wellington, New Zealand