



Mediemätaren

Almedalsspecial: Hur politik diskuteras i media

1 maj – 15 juni 2024

Ulla von Lochow



Analysperiod, underlag och kontakt

1/5-15/6

Rapportens mätperiod,
2024

91 000

Antal analyserade texter

Undersökning: Kvantitativ

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

Kanaler: Tidningar, nyhetssajter, radio och tv.

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

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

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









Denna rapport utgör bara en bråkdel av alla de insikter Mediemätaren ger. Fler hittar du på vår [hemsida](#) eller genom att kontakta oss.



Kontakta gärna mig!

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

Genomslaget för partierna i nyhetsmedia – och hur väljarna upplever det

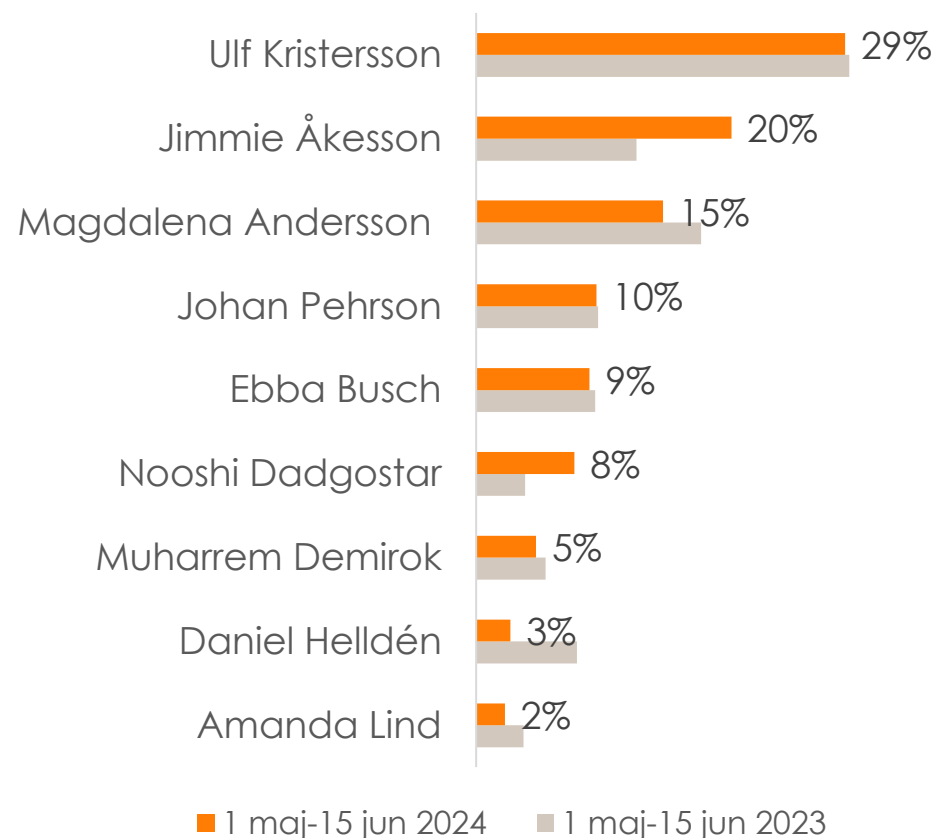
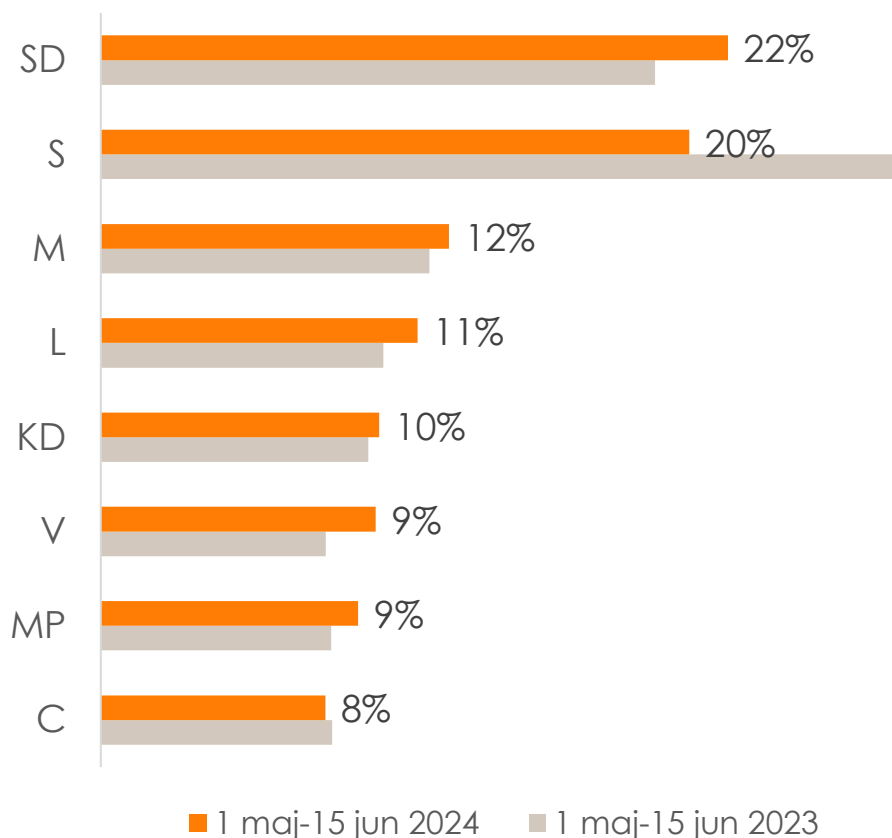
								
Syns mest av partierna	6	7	2	8	4	3	5	1
Syns mest av partiledarna	6	8	3	7	4	1	5	2
Syns mest av EU-toppkandidaterna	7	8	5	4	6	1	2	3
Upplevs synas mest av partierna	5	6	2	8	7	3	4	1
Upplevs ha mest fördelaktig mediebild	3	2	1	4	6	5	7	8

Tabellen visar partiernas ranking (1-8) utifrån faktisk synlighet i media och hur allmänheten upplever synligheten.

Partierna och partiledarna: Aldrig har SD och Åkesson synts så mycket

Genomslaget i nyhetsmedia för partierna och partiledarna

Andel av totala genomslaget för partierna/partiledarna



Kalla Faktas granskning – hur påverkade den EU-valet?

20%

av nyhetsutrymmet
nämnde granskningen

Kalla Fakta: Undercover i
trollfabriken

- **20% av alla nyhetsartiklar och eterinslag** om partier och partiledare under valrörelsen **refererar till Kalla Faktas granskning**. Om vi skulle sortera bort mindre eller lokala nyhetsmedier samt artiklar som bara kort nämner politik? Då berörs granskningen i 34% av publiciteten.
- **SD** är det **mest omnämnda partiet** i nyhetsmedia och **Jimmie Åkesson näst mest** synlig efter statsministern. Endast under Tidöförhandlingarna har partiet varit så i centrum av nyhetsrapporteringen, men då var Jimmie Åkesson inte alls lika synlig.
- När vi frågar **allmänheten vilka partier de noterade i nyhetsflödet** under valrörelsen svarar överlägset flest SD. På följdfrågan om de upplevt rapporteringen som positiv eller negativ säger väljarna att **partiet har den mest negativa mediebilden** av alla partier. Så negativ siffror har vi sett för SD förut, men aldrig kombinerat med en såg hög upplevd synlighet hos väljarna.

Den politiska agendan idag vs för ett år sedan

De mest debatterade sakfrågorna i den politiska debatten i media, 1 maj – 15 juni

1. EU och EMU (7)
2. Utrikespolitik (2)
3. Lag och ordning (1)
4. Miljö och hållbarhet (8)
5. Migration och integration (4)
6. Försvar och beredskap (10)
7. Sysselsättning och arbetsmarknad (6)
8. Utbildning (3)
9. Näringslivspolitik (9)
10. Sjukvård (12)
11. Ekonomi (5)
12. Moral och religion (19)
13. Kultur och media (20)
14. Infrastruktur (17)
15. Skatter (14)
16. Energi (11)
17. Jämställdhet (15)
18. Jordbruk (22)
19. Välfärd och socialförsäkring (13)
20. Jämlikhet (16)

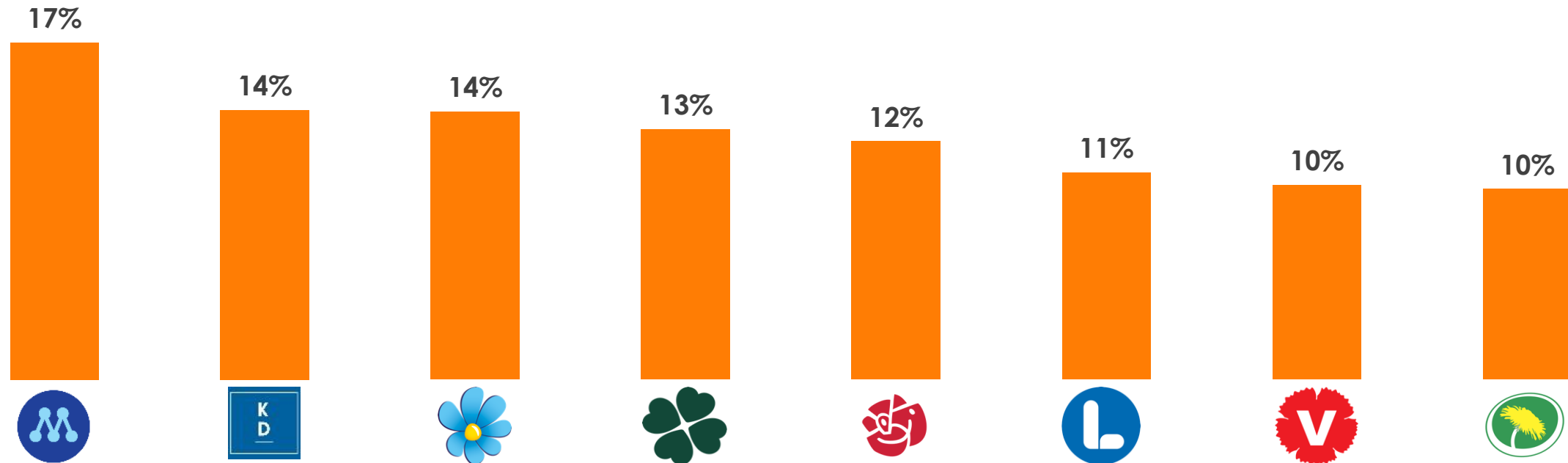
Topplistan illustrerar de sakfrågor som gavs mest medieutrymme i den politiska debatten i nyhetsmedia. Siffran inom parentes anger vilken ranking samma fråga hade perioden **1 maj till 15 juni 2023**.

Toppkandidaterna

Toppkandidaterna: Mest genomslag ger inte störst framgång

Genomslaget i nyhetsmedia för partiernas toppkandidater till Europaparlamentet

Andel av totala genomslaget för toppkandidaterna, 1 maj – 8 juni



Den politiska agendan vs toppkandidaternas agenda

De mest debatterade sakfrågorna i den politiska debatten i media

Vad publiciteten om toppkandidaterna handlade om

1. EU och EMU (1)
2. Utrikespolitik (2)
3. Lag och ordning (3)
4. Miljö och hållbarhet (4)
5. Migration och integration (5)
- 6. Jordbruk (18)**
- 7. Näringslivspolitik (9)**
8. Sysselsättning och arbetsmarknad (7)
- 9. Ekonomi (11)**
10. Försvar och beredskap (6)

Topplistan visar de sakfrågor som gavs mest medieutrymme i den politiska debatten i nyhetsmedia som nämner partiernas toppkandidater **1 maj till 8 juni**.

Siffran inom parentes anger vilken ranking samma fråga hade i den bredare politiska debatten under samma period.

De fetmarkerade ämnena har tydligt högre ranking när toppkandidaterna till Europaparlamentet syns, än i den vanliga politiska debatten.

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.

Fokus på nyhetsmedia

Mediemätaren erbjuder värdefulla insikter om nyhetsmedias rapportering kring svenska partier och partiledare.

Denna rapport baseras på knappt 200 000 artiklar och eterinslag. 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, Verian.

Guldgruvan 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.