

POLARISERAT MEDIEFÖRTROENDE

ULRIKA ANDERSSON OCH LENNART WEIBULL

Sammanfattning

Det här kapitlet fokuserar på den övergripande frågan hur stort förtroende människor har för medierna och hur förtroendet har förändrats över tid. Resultatet pekar mot fortsatt stabila förtroendenivåer med avseende på medier som institutioner och som organisationer, åtminstone på övergripande nivå. Störst är förtroendet för radio-tv, då specifikt för public servicemedierna. Lågst är förtroendet för kvällstidningarna. Under ytan kan dock skönjas en successiv polarisering i förtroendet för de traditionella medierna, framför allt för public service. Å ena sidan har det skett en åldersförskjutning, där förtroendet bland de yngre har minskat samtidigt som det har ökat något bland de äldre. Å andra sidan har de partipolitiska skillnaderna i synen på förtroendet ökat, där förtroendet bland dem som betraktar sig som ideologiskt till höger har minskat.

Den som har följt debatten om mediernas förtroende under de senaste åren har förmodligen hört en rad olika röster som å ena sidan hävdar att förtroendet för de stora medierna rasar, å andra sidan betonar att förtroendet är fortsatt högt och stabilt. Möjligen kan det upplevas något brydsamt, då det handlar om tämligen disparata verklighetsbeskrivningar. Den första beskrivningen av det allmänna medieförtroendet, den om mediernas förtroendekris, tar inte sällan sin utgångspunkt i den kritik och misstro mot de stora medierna som florerat i sociala medier – kritik som många gånger har politiska undertoner. Medier med lång historia tenderar i sammanhanget att vara särskilt utsatta för kritiska uppfattningar. Trots en påfallande stabilitet i det långsiktiga förtroendet för medier förefaller det således bubbla något under ytan, åtminstone i vissa samhällsgrupper, i vilka det går att skönja rörelser i riktning mot försvagat förtroende. Följande kapitel avser därför studera den svenska allmänhetens förtroende för medier, närmare bestämt vilket förtroende den svenska allmänheten har för medier som samhällsinstitutioner, exempelvis deras roll i opinionsbildningen, och som organisationer, exempelvis deras sätt att fungera som företag, och hur detta förtroende har förändrats över tid. För att placera förtroendet för medier i ett vidare sammanhang, inleder vi dock med en bakåtblick i mediehistorien.

Politik och medier har alltid hängt samman

Svenska medier har alltid haft en politisk förankring. Den svenska dagspressen har varit präglad av sin partipolitiska tradition. Ända fram till mitten av 1970-talet

fanns det i flertalet städer tidningar med olika partifärg inte bara på ledarsidorna utan även på nyhetsplats. Partianknytning uppfattades som naturlig och påverkade människors val av tidning liksom deras syn på dagspressen (SOU 1975:78; Weibull, 1983; Hallin & Mancini, 2004). Marknadskoncentrationen under 1980-talet kom att radikalt ändra förutsättningarna. Professionell journalistisk var ett måste för dagstidningar som sökte en bred läsekrets, vilket emellertid inte hindrade att den politiska traditionen kunde finnas kvar i ledare och kommentarer, liksom i allmänhetens föreställningar (jfr Weibull m.fl., 2018).

För radion föregicks inrättandet av Radiotjänst under tidigt 1920-tal av några inledande år av politiska diskussioner. Bolaget, som kom att ägas av den samlade dagspressen och radioindustrin under teknisk kontroll av Telegrafverket, fick ensamrätt på svensk radio. Innehållet skulle präglas av opartiskhet och saklighet. Det ansågs fungera väl, även om det då och då förekom politisk kritik mot vissa inslag i sändningarna (Hadenius, 1998). När televisionen etablerades på 1950-talet fick den samma regelsystem, nu inom ramen för det nya radio-tv-bolaget Sveriges Radio. Under 1960- och 1970-talen förekom ofta politisk kritik mot både organisation och innehåll, medan allmänheten överlag hade en positiv inställning till verksamheten (Djerf-Pierre & Weibull, 2001; Asp, 2017).

De två nedslagen i mediehistorien sätter synen på dagens medier i en vidare belysning. Det har således visat sig att radio-tv som samhällsinstitution traditionellt har haft ett högre förtroende än dagspressen bland allmänheten, något som sannolikt kan föras tillbaka till tidningars förhållande till politiken. Dagspressens framväxt har varit kopplad till partipolitik, medan radio-tv traditionellt har betraktats mer som en offentlig organisation präglad av saklighet och opartiskhet (Holmberg & Weibull, 2017). Upprepade studier har visat på allmänhetens stora förtroende för public service.¹ I en studie från 2011 framkom ett starkt stöd för public service-profilen (Weibull, 2012).

Samtidigt är det uppenbart att mediernas – både dagspressens och etermediernas – ställning i samhället kraftigt förändrats under de senaste decennierna. Från att ha varit ett relativt sammanhållet system av å ena sidan dagspress och å andra sidan radio-tv har mediemarknaden splittrats upp allt mer. Utvecklingen av kommersiell radio och tv har framför allt medfört att underhållningsutbudet ökat. Men när det gäller opinionsbildning är den sannolikt största förändringen de sociala mediernas snabba expansion. Där de traditionella medierna tidigare var mer eller mindre tongivande i nyhetsvärderingen bidrar sociala medier i ökande grad med motbilder till de traditionella mediernas nyhetsbevakning (Weibull m.fl., 2018).

Konsekvensen av de förändrade villkoren är en ökad debatt om de traditionella medierna och inte sällan ett ifrågasättande av deras centrala ställning (Andersson & Weibull, 2017). Sådan kritik som främst har sitt ursprung i sociala medier förekommer inte bara i Sverige utan är ett internationellt fenomen. Det är särskilt public servicemedierna som, i egenskap av offentligt reglerade och finansierade

medier, möter kritik (Asp, 2017). En analys av europeiska förhållanden har pekat på att kritiken gäller både regelsystem, nyhetsvärdering, finansiering och organisation (Horz, 2018). I Schweiz fick exempelvis kritiker till stånd en folkomröstning 2018, där medborgarna fick ta ställning till ett förslag om att avveckla public servicemedierna. Förslaget fick dock inte stöd bland de röstande.²

Att public service har en stark ställning bland svenskar i allmänhet har inte hindrat återkommande kritik mot nyhetsbevakningen. En kritik har varit att de traditionella medierna inte ger hela nyhetsbilden (Andersson, 2017). Det har inte sällan funnits en politisk underton. Sociala medier har kritiserat ”medieetablissemanget” för att, som man menar, vissa ämnen mörkas. En effekt av debatten är att det skapats en osäkerhet om nyhetsbevakningen. Debatten har bland annat handlat om förekomsten av ”fake news”, och det har diskuterats om man överhuvudtaget kan lita på mediernas nyhetsbevakning. Det är dock viktigt att tillfoga att det inte bara handlar om en debatt om olika mediers sätt att fungera utan kritiken är också uttryck för populistiska och nationalistiska strömningar inom politiken (Müller, 2016; jfr Lindroth, 2016). Den fråga vi ställt oss är hur dessa förändringar av mediasystem och politik har påverkat människors syn på medierna och deras innehåll.

Utgångspunkten för vår belysning av synen på medierna är att studera hur människors förtroende för de traditionella medierna – dagspress, radio och tv – har utvecklats under det senaste decenniet. Frågan är de traditionella medierna fortsätter att behålla sitt stora förtroende eller om den politiska kritiken har påverkat allmänhetens bedömningar av medierna och deras innehåll. Särskilt intressant är att belysa synen på public servicemedierna, eftersom dessa ofta varit en måltavla för kritiken. Även om vi lagt tonvikten på den politiska faktorn går det inte att bortse från att även demografiska och sociala faktorer har en självständig betydelse för allmänhetens mediebedömningar. Vi kommer därför att även analysera hur dessa samspelar med de politiska faktorerna.

Analysen bygger på de långsiktiga studier av medieförtroende som genomförts inom ramen för de nationella SOM-undersökningarna (Holmberg & Weibull, 2017; Andersson & Weibull, 2017). Från tidigare analyser vet vi att det finns tendenser att medierna är mer omstridda idag än bara för några år sedan (Andersson m.fl., 2017; Weibull, 2017). Vår utgångspunkt är dock att vidga perspektivet och i analysen göra en huvudskillnad mellan medier som *institutioner* i samhället och medier som *organisationer*. De två perspektiven hänger givetvis samman, men vår tanke är att en sådan ”nivågruppering” av mediasystemet kan utvinna mer kunskap om vad som utmärker människors medieförtroende och därigenom bidra till förståelsen för hur förtroendet har utvecklats i Sverige.

För att få en bild av förändringens kraft har vi satt vårt fokus på demografiska, sociala och politiska faktorer. Samma typ av analys genomförs när det gäller synen på medierna som institutioner och som organisationer. För institutionsanalysen finns det möjlighet att genom den nationella SOM-undersökningen följa en lång

tidsperiod av årliga mätningar, medan mätperioden för synen på medierna som organisationer är kortare (jfr Andersson, 2017).

Förtroendet för medier som institutioner

Institutionsförtroende bygger samhällen. Ett samhälle där människor har ett någorlunda högt förtroende för de bärande institutionerna fungerar effektivare och förutsätter mindre kontroll. I verkligheten är bilden inte lika enkel. Människors förtroende för olika samhällsinstitutioner påverkas av många olika omständigheter. Den viktigaste av dessa är vilken institution det är fråga om, vad som utmärker dess verksamhet och vilken betydelse människor tillskriver institutionen både för samhället och för sig själv. Institutionernas kompetens, integritet, empati, transparens, värdegemenskap och närhet är faktorer som har betydelse för hur en institution värderas (Aronsson & Karlsson, 2001).

Förtroendet för det svenska samhällets centrala institutioner har i den nationella SOM-undersökningen mätts sedan starten 1986. Det handlar om bland andra sociala institutioner (sjukvården, grundskolan), politiska (regering, riksdag), juridiska (domstolarna), ekonomiska (bankerna, storföretagen) och kunskapsinstitutioner (universitet och högskolor). Två av institutionerna är medier: dagspressen och radio-tv (Holmberg & Weibull, 2010, 2015, 2017). Förtroendet för de enskilda institutionerna mäts på en femgradig skala från mycket stort till mycket litet förtroende med mittalternativet varken stort eller litet förtroende. Det finns inget explicit alternativ för ingen uppfattning.

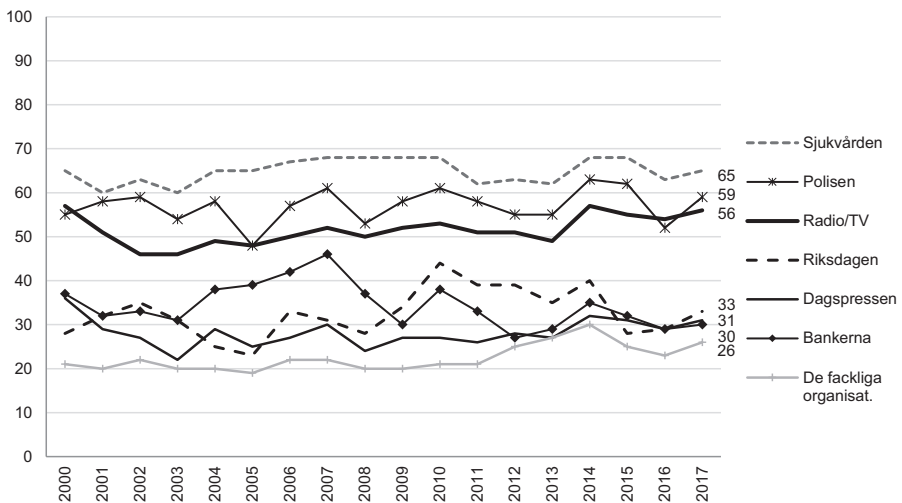
Den fråga som ställts är hur institutionerna *sköter sitt arbete*.³ Det handlar således inte om att värdera enskilda aktörer utan om att bedöma den samlade verksamheten. För medierna avses således förtroendet för radio-tv som institution i samhället, alltså inte enskilda public servicekanaler eller kommersiella kanaler, liksom frågan om bankerna avser banksystemet och inte olika typer av banker. Av metodstudier att döma är det inte alltid lätt för de svarande att hålla isär de två perspektiven, men svarsutfallet över åren tyder på att det ändå fungerat relativt bra.⁴

I figur 1 redovisar vi förtroendets utveckling för de två medieinstitutionerna radio-tv och dagspressen i jämförelse med ett urval andra samhällsinstitutioner: sjukvården, universiteten, riksdagen, bankerna och de fackliga organisationerna. Tanken är att de ska representera både olika verksamhetsområden och skilja sig åt i förtroende bland svenskarna. Den tidsperiod vi valt är de senaste två decennierna, alltså den period då det svenska mediesamhället i stor utsträckning förändrades – 2000–2017 (Weibull m. fl., 2018).⁵

När vi relaterar de två medieinstitutionerna till andra samhällsinstitutioner finner vi att både radio-tv och dagspressen ligger på en mellannivå. Förtroendet för radio-tv är dock samtliga år klart större än det är för dagspressen. I genomsnitt har omkring 50 procent stort förtroende för radio-tv, medan motsvarande andel för

dagspressen är omkring 30 procent. Det gör att radio-tv är i nivå med universitet och högskolor, medan dagspressens förtroende i stort sett ligger nära bankernas och riksdagens. Som nämndes i inledningen kan en förklaring till dagspressens lägre siffror vara att tidningar oftare uppfattas som partipolitiska, medan radio-tv, trots stora skillnader i utbudet sedan början av 1990-talet, fortfarande har karaktären av en offentlig organisation. Vi ska strax återkomma till den frågan.

Figur 1 *Institutionsförtroende för radio-tv och dagspressen samt fem andra samhällsinstitutioner, 2000–2017 (procent med mycket eller ganska stort förtroende)*



Kommentar: Frågan löd: 'Hur stort förtroende har du för det sätt på vilket följande institutioner och grupper sköter sitt arbete?' följt av alternativen i figuren. Svartalternativen var: 'mycket stort förtroende', 'ganska stort förtroende', 'varken stort eller litet förtroende', 'ganska litet förtroende' samt 'mycket litet förtroende'. Antal svarande var 3 270 år 2000 och 3 504 år 2017.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000–2017.

När det gäller förändringen över tid kännetecknas förtroendet för medieinstitutionerna av stor stabilitet. Också för övriga redovisade institutioner finns en viss grundläggande stabilitet. Människors förtroende för sjukvården och universitet och högskolor är genomgående högt medan det för både riksdagen och bankerna är klart lägre. Det hindrar inte att det finns, inte obetydliga, skillnader mellan enskilda år; exempelvis kännetecknas förtroendet för både radio-tv och dagspress av en nedgång i början av 00-talet och en uppgång efter 2010.⁶ Motsvarande mönster finns även för andra institutioner och bakom dem kan man anta påverkan av ekonomiska och politiska konjunkturer.⁷

Det finns skäl att anta att de två medieinstitutionerna framför allt förknippas med de traditionellt opinionsbildande medierna. En första iakttagelse är då att förtroendet för dem inte förändras på något dramatiskt sätt under de senaste två decennierna.⁸ Möjligen kunde förväntas att de skulle ha tappat sin centrala position, men resultatet visar snarast att de har fått ett svagt ökat förtroende de senaste åren, låt vara efter en period med något lägre förtroende. Det visar sig att även andelen med litet förtroende är stabil: under de senaste åren ligger andelen med lågt förtroende för radio/tv på drygt tio procent och för dagspress på knappt tio procent.

Även om de senaste decenniernas förändringar i samhälle och mediasystem således inte tycks ha påverkat nivån på institutionsförtroendet finns det relativt stora skillnader i förtroendet för de två medieinstitutionerna mellan olika grupper av svars personer (tabell 1a och 1b). De äldre har de flesta år större förtroende än de yngre för dagspress och radio-tv, och tjänstemän har överlag större förtroende än arbetare. Högutbildade har högre förtroende än lågutbildade för medieinstitutioner, liksom för flertalet samhällsinstitutioner. När det gäller politiska faktorer visar det sig att personer som anger att de står till vänster på den ideologiska skalan har högre förtroende för dagspress och radio-tv än personer på högerkanten.

Den största effekten finns när det gäller partisynpati. Jämförelsen visar här hur förtroendet för medierna, särskilt under de senaste åren, har en tydlig partipolitisk koppling. Den stärkta kopplingen mellan partipolitisk hemvist och medieförtroende innebär att avståndet mellan den grupp som har störst och den som har minst förtroende har ökat. I figur 2 redovisas för perioden 2000–2017 vilken utsträckning förtroendet för radio och tv respektive dagspress har samband med partisynpati. Måttet som där används för att sammanfatta sambandet partisynpati och medieförtroende kallas eta och kan variera mellan 0 och 1. Ett högt eta-värde indikerar att förtroendebedömningen är nära kopplad till individens partisynpati.

Medieförtroendets växande partipolitiserings sammanfaller tidsmässigt med Sverigedemokraternas inträde på den politiska arenan i Sverige, och det är Sverigedemokraternas sympatisörer som utgör en viktig förklaring till att mönstret ser ut som det gör. Dessa utmärks av ett väsentligt lägre förtroende för såväl radio och tv som för dagspress jämfört med övriga partiernas sympatisörer. Bland SD-sympatisörerna uppgav 17 procent att de hade förtroende för dagspress under 2017, medan 26 procent hade förtroende för radion/tv (tabell 1a och 1b). I befolkningen som helhet var motsvarande andelar 31 respektive 56 procent. Men den politiska faktorn framträder även i fråga om politisk ideologi. Personer som politiskt placerar sig klart till höger uppvisar ett minskat förtroende för radio/tv från omkring 50 procent till 2010 till 40 procent 2017, medan förtroendet bland personer klart till vänster under samma period ökade från drygt 50 till 67 procent. En motsvarande men svagare tendens finns i förtroendet för dagspress.

Tabell 1a Förtroende för dagspressen, 2000–2017 (procent med mycket eller ganska stort förtroende, eta-värden)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Samtliga	36	29	27	22	29	25	27	30	24	27	27	26	28	27	32	31	29	31
16–29 år	39	35	28	24	29	24	30	32	24	24	25	27	28	25	24	24	27	25
30–49 år	35	28	26	20	27	27	27	30	26	29	26	24	28	28	32	31	30	30
50–64 år	34	27	26	23	27	23	24	28	20	25	26	26	26	26	31	30	27	32
65–85 år	36	29	29	23	31	28	28	33	25	29	30	26	30	29	36	34	32	34
eta	0,01	0,05	0,04	0,06	0,06	0,06	0,03	0,04	0,05	0,07	0,06	0,04	0,06	0,07	0,09	0,10	0,09	0,10
Låg utb.	32	27	25	20	28	23	21	29	20	24	26	24	25	22	28	30	28	27
Medel utb.	34	29	25	21	26	23	25	28	23	23	25	23	26	24	28	26	24	27
Hög utb.	42	33	31	26	34	30	34	35	28	33	30	29	33	32	38	35	35	37
eta	0,06	0,04	0,04	0,04	0,05	0,06	0,10	0,03	0,05	0,08	0,05	0,04	0,04	0,07	0,10	0,08	0,08	0,11
Arbetarhem	32	27	26	20	25	21	22	27	22	24	27	22	26	23	25	24	24	24
Jordbrukare	31	28	19	22	27	29	27	36	14	26	19	24	22	34	25	26	34	28
Tjänstem.hem	40	33	29	24	31	29	31	34	27	30	28	29	31	31	39	35	34	38
Egen företagare	36	31	26	23	32	26	28	24	23	27	25	26	27	28	29	35	23	31
Eta	0,06	0,07	0,06	0,05	0,08	0,08	0,10	0,07	0,05	0,05	0,04	0,07	0,07	0,09	0,13	0,09	0,12	0,15
Klart t.vänster	29	24	28	19	27	19	23	30	22	26	27	25	31	28	35	32	30	40
Något t.vänster	36	32	27	21	29	24	27	31	26	30	30	27	29	30	34	35	36	36
Varken v./h.	31	26	26	20	25	22	23	26	21	23	23	23	23	23	26	26	23	25
Något t.höger	42	32	29	24	32	30	30	34	25	26	27	25	30	28	34	31	32	33
Klart t.höger	40	37	26	30	34	34	33	31	25	31	27	30	32	26	30	31	25	25
eta	0,10	0,07	0,03	0,06	0,07	0,09	0,08	0,07	0,06	0,07	0,06	0,04	0,06	0,08	0,09	0,09	0,12	0,15
V	32	24	22	16	24	15	28	26	22	21	41	19	28	28	31	31	30	36
S	35	29	27	22	27	23	24	30	24	28	28	25	30	26	34	32	34	33
MP	37	31	26	19	32	24	28	30	26	29	31	31	30	37	38	38	30	38
C	30	27	28	18	26	28	33	33	22	28	24	27	25	31	40	40	36	41
L	47	38	34	29	37	30	38	38	31	30	29	31	42	33	42	40	45	41
M	39	36	23	25	32	31	29	34	24	30	28	27	28	28	31	33	30	28
KD	38	28	26	22	23	24	24	23	25	21	22	18	26	23	33	32	27	28
SD	-	-	-	-	-	-	13	16	20	20	17	18	15	17	15	17	16	17
eta	0,07	0,11	0,08	0,10	0,10	0,10	0,11	0,09	0,10	0,09	0,12	0,11	0,14	0,16	0,20	0,24	0,27	0,26

Kommentar: Frågan löd: 'Hur stort förtroende har du för det sätt på vilket följande institutioner och grupper sköter sitt arbete?': 'Dagspressen'. Svartalternativen var: 'mycket stort förtroende', 'ganska stort förtroende', 'varken stort eller litet förtroende', 'ganska litet förtroende' samt 'mycket litet förtroende'. Eta-värdet anger åsiktsspridningen inom grupper i relation till den totala åsiktsspridningen i frågan. Värdet kan variera mellan 0 och 1: ju högre värde, desto större polarisering. Minsta antal svarande på gruppnivå var 101 (jordbrukarhem) 2000 och 87 (jordbrukarhem) år 2017. Endast personer som har besvarat frågorna ingår i procentbasen.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000–2017.

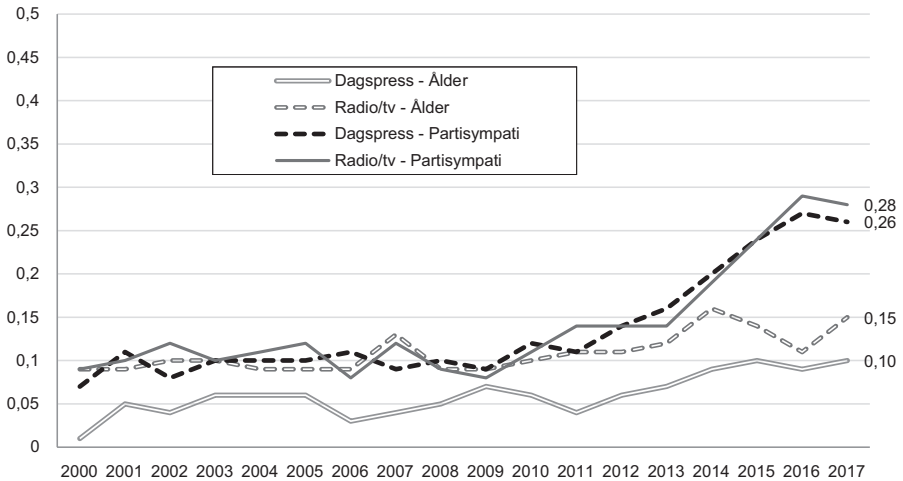
Tabell 1b Förtroende för radio och tv, 2000–2017 (procent med mycket eller ganska stort förtroende, eta-värden)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Samtliga	57	51	46	46	49	48	50	52	50	52	53	51	51	49	57	55	54	56
16–29 år	58	54	51	48	48	50	51	53	51	48	47	50	47	43	45	46	46	44
30–49 år	53	46	42	41	44	45	48	46	48	47	49	47	48	45	51	52	55	52
50–64 år	57	54	44	47	52	46	49	52	47	53	53	51	49	48	57	53	50	56
65 år –	61	51	51	51	54	54	54	57	53	59	61	60	60	57	67	63	61	66
eta	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,06	0,05	0,08	0,06	0,09	0,10	0,11	0,11	0,12	0,16	0,14	0,11	0,15
Låg utb.	59	51	49	49	54	52	52	55	49	55	56	55	52	49	56	55	57	57
Medel utb.	59	53	48	45	49	51	51	51	51	52	52	50	51	47	54	53	51	52
Hög utb.	52	47	41	44	45	48	49	49	49	49	52	51	52	50	60	59	58	59
eta	0,09	0,06	0,08	0,04	0,09	0,06	0,03	0,07	0,04	0,05	0,05	0,04	0,02	0,02	0,05	0,03	0,05	0,08
Arbetarhem	58	52	47	47	50	49	49	53	49	52	52	50	50	45	52	50	50	50
Jordbrukare	56	53	41	43	49	46	58	50	46	48	54	50	43	54	50	58	54	53
Tjm-hem	57	51	46	45	49	48	51	50	50	53	55	53	55	53	62	60	59	63
Egen ftg	55	50	42	44	46	49	45	50	52	48	49	47	46	44	53	53	47	52
Eta	0,04	0,04	0,06	0,03	0,03	0,02	0,03	0,02	0,02	0,03	0,04	0,05	0,07	0,09	0,11	0,07	0,10	0,14
Klart t.v.	58	52	49	48	48	47	55	56	53	50	56	52	57	54	64	60	60	67
Något t.v.	62	53	49	47	55	53	54	58	56	58	58	56	54	57	64	62	66	68
Varken v.h.	55	49	46	44	47	46	46	47	47	59	48	48	44	53	48	50	46	51
Något t.h.	57	51	45	45	49	47	52	51	53	51	55	50	54	49	58	56	57	55
Klart t.h.	53	48	38	50	46	51	46	46	56	49	49	52	52	43	52	52	47	40
eta	0,06	0,05	0,08	0,05	0,06	0,05	0,07	0,09	0,08	0,08	0,08	0,07	0,09	0,11	0,13	0,11	0,17	0,20
V	55	49	43	43	48	46	58	50	50	48	55	52	52	52	62	55	57	67
S	63	56	50	51	55	54	54	58	54	58	58	56	56	55	63	63	64	66
MP	55	41	48	52	48	41	48	47	51	53	55	54	50	56	57	58	60	60
C	59	55	49	41	45	54	54	50	49	52	54	63	55	49	63	68	60	63
L	59	54	51	47	51	48	54	55	55	57	55	51	61	52	67	70	68	63
M	55	52	36	45	48	50	47	50	46	51	53	51	52	47	55	57	55	51
KD	53	45	43	44	43	40	48	40	46	42	48	44	46	47	58	46	57	46
SD	-	-	-	-	-	-	42	45	44	49	38	37	38	34	37	38	35	37
eta	0,09	0,10	0,12	0,10	0,11	0,12	0,08	0,12	0,09	0,08	0,11	0,14	0,14	0,14	0,19	0,24	0,29	0,28

Kommentar: Frågan löd: 'Hur stort förtroende har du för det sätt på vilket följande institutioner och grupper sköter sitt arbete': 'Radio och tv'. Svarsalternativen var: 'mycket stort förtroende', 'ganska stort förtroende', 'varken stort eller litet förtroende', 'ganska litet förtroende' samt 'mycket litet förtroende'. Eta-värdet anger åsiktsspridningen inom grupper i relation till den totala åsiktsspridningen i frågan. Värdet kan variera mellan 0 och 1: ju högre värde, desto större polarisering. Minsta antal svarande på gruppnivå var 101 (jordbrukarhem) 2000 och 87 (jordbrukarhem) år 2017. Endast personer som har besvarat frågorna ingår i procentbasen.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000–2017.

Figur 2 Förtroende för radio/tv och dagspressen efter ålder och partisympati, 2000–2017 (eta-värden)



Kommentar: 'Hur stort förtroende har du för det sätt på vilket följande institutioner och grupper sköter sitt arbete': 'Radio och tv'. Svarsalternativen var: 'mycket stort förtroende', 'ganska stort förtroende', 'varken stort eller litet förtroende', 'ganska litet förtroende' samt 'mycket litet förtroende'. Eta-värdet anger åsiktsspridningen mellan åldersgrupper samt mellan grupper av partisympatisörer i relation till den totala åsiktsspridningen i frågan. Värdet kan variera mellan 0 och 1: ju högre värde, desto större ålders- respektive partipolarisering.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000–2017.

De partipolitiska faktorernas betydelse kan ställas mot förändringar i förtroendet för de två medieinstitutionerna efter ålder, social klass och utbildning. Det visar sig att även åldersfaktorn får större betydelse över tid för bedömningar av förtroendet för både dagspress och radio-tv (figur 2). Ökningen är visserligen klart mindre än för partifaktorn men ändå markant. I den ligger att framför allt yngre har ett mindre förtroende för de traditionella medierna: bland de yngsta har förtroendet för dagspressen under de drygt femton åren minskat från 39 till 25 procent, för radio-tv från 58 till 44 procent; bland de äldre har förtroendet för radio-tv ökat något och för dagspressen är förtroendet stabilt. Även social klass ökar i betydelse, medan utbildningsfaktorn uppvisar något mindre förändring, särskilt när det gäller förtroendet för radio/tv.

Den sammanfattande bilden av förtroendet för medierna som samhällsinstitutioner är att det skett en successiv polarisering av förtroendet. Övergripande sett ligger det genomsnittliga förtroendet på i stort sett samma nivå hela perioden, samtidigt som det under ytan skett inte obetydliga förskjutningar mellan olika grupper. Den politiska effekten är klart större än den demografiska men båda spelar roll. Vidare framgår att polariseringen i förtroendebedömningen är större för radio-tv än för

dagspressen. I fråga om de politiska faktorerna är tendensen att personer till höger tappar och personer till vänster ökar sitt förtroende, medan åldersfaktorn står för ett lägre förtroende bland de yngsta och en stabilitet bland de äldsta.

Det går också att jämföra förändringsmönstren för medieinstitutionerna med motsvarande mönster för andra institutioner. Det framgår då föga oväntat att den partipolitiska faktorn har en liten betydelse för allmänhetens förtroende för sjukvården, medan den är har ett klart samband med synen på riksdagen; förtroendet för bankerna intar en mellanställning. En analys av förändringen över tid visar relativt små förändringar. Det finns visserligen för några av samhällsinstitutionerna en svag tendens till ökad partipolitisk polarisering men det är huvudsakligen bara för bankerna som partipolitiserings av förtroendeskattningarna efter 2010 har ökat i ungefär samma omfattning som för radio/tv och dagspressen.

Förtroende för medierna som organisationer

Så långt har vi utgått från medierna som institutioner. Det betyder att dagspress och radio-tv bedömts som ett slags abstrakta funktioner i samhället. Samtidigt är det självklart att förtroendet för samhällets institutioner ytterst bygger på egna konkreta erfarenheter av existerande medieverksamheter. Det gör – som framhölls tidigare i kapitlet – att det ofta kan vara svårt att göra en institutionsbedömning, eftersom en svarsperson kan värdera enskilda tidningar eller radio-/tv-kanaler på helt olika sätt.

Det har därför varit naturligt att SOM-institutet också har ställt frågor i syfte att belysa allmänhetens syn på medier som organisationer. Den förtroendefråga som sedan 2010 har ställts inom ramen för de nationella SOM-undersökningarna har tagit sikte på förtroendet för innehållet i olika medier. Frågan rymmer de största radio- och tv-kanalerna i Sverige, den största morgontidningen och de största kvällstidningarna. De mest spridda svenska medierna – lokala morgontidningar – inkluderades först 2014. I redovisningen har vi begränsat oss till förtroendemönstret för ett urval av dessa medier.⁹

Precis som för det övergripande förtroendet för medier som samhällsinstitutioner är förtroendenivåerna för enskilda medieorganisationer stabila över tid. Detsamma gäller också för rangordningen sinsemellan de olika medierna. Störst är förtroendet för public servicemediernas innehåll. Andelen förtroendefulla svenskar var 2017 drygt 70 procent för såväl Sveriges Television som Sveriges Radio. I jämförelse med övriga medier är andelen mycket hög (tabell 2). Trots mediemarknadens struktur-omvandling och de senaste årens allt flitigare debatt kring mediernas trovärdighet, har det starka förtroendet för det innehåll som förmedlas av public service hållit i sig. Public service kan beskrivas som ett slags tätgrupp i människors förtroende för svenska medieorganisationer. Sveriges Television är den medieorganisation som flest – 95 procent – svenskar har åsikter om.

**Tabell 2 Förtroende för innehållet i svenska nyhetsmedier, 2000–2017
(procent med mycket eller ganska stort förtroende)**

	2000	2006	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sveriges Television	76	74	78	78	77	75	77	76	77	73
Sveriges Radio	73	72	73	73	73	70	-	72	74	71
TV4	69	65	55	56	52	48	59	52	53	54
Den lokala morgontidningen	67	65	-	-	-	-	57	66	55	52
Dagens Nyheter	-	-	43	44	40	43	43	44	46	44
Aftonbladet	-	-	23	22	20	18	17	23	24	23
Genomsnittligt antal svarspersoner	1 590	1 580	1 542	1 509	1 525	1 828	1 627	1 524	1 579	1 685

Kommentar: Frågan lyder 'Vilket förtroende har du för innehållet i följande medier?' Svarsalternativen är 'mycket stort förtroende', 'ganska stort förtroende', 'varken stort eller litet förtroende', 'ganska litet förtroende', 'mycket litet förtroende' samt 'ingen uppfattning'. För åren 2002 och 2006 ingick inte svarsalternativet 'ingen uppfattning', däremot 'tar aldrig del av medief'. Tabellen baseras på andelen som har uppgett att de har mycket stort alternativt ganska stort förtroende för innehållet i respektive mediebolag. 2014 ändrades tillfälligt ordningsföljden mellan de olika mediebolagen, vilket bland annat påverkade förtroendebedömningen för TV4. Ett streck (-) innebär att frågan inte ställdes det aktuella året.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000–2017.

I en medieförtroendets mellangrupp finner vi TV4 tillsammans med morgontidningarna. Drygt 50 procent av befolkningen har mycket eller ganska stort förtroende för TV4. Lokala morgontidningen på orten ligger på samma nivå, medan drygt 40 procent hyser stort förtroende för storstadsmorgontidningen Dagens Nyheter (tabell 2). Nivåskillnaden mellan de båda morgontidningsgrupperna handlar till stor del om att färre människor tar del av de två senare: omkring 30 procent av svenskarna har ingen uppfattning om Dagens Nyheter och 20 procent har ingen uppfattning om den lokala morgontidningen – att jämföra med bara tio procent för TV4. Om vi begränsar oss till dem som har uppfattning åtnjuter både DN och den lokala morgontidningen något större förtroende än TV4. Det är således tydligt att förtroendet har samband med medievanan. Som exempel kan nämnas att 79 procent av dem som regelbundet läser Dagens Nyheters nyhetssajt (dn.se) har stort förtroende för tidningen, medan endast 34 procent av de svarspersoner som sällan eller aldrig läser dn.se har stort förtroende. Betydelsen av individens kännedom om den organisation eller verksamhet som omfrågas är således stor, ett mönster som har framträtt också i tidigare studier (se Andersson & Weibull, 2017).

Det finns slutligen en grupp av medier som kännetecknas av litet förtroende hos allmänheten. I denna hittas kvällstidningarna, här exemplifierad genom Aftonbladet. Liksom för övriga kvällstidningar är det fler människor som har litet förtroende för innehållet i Aftonbladet än som har stort förtroende. Knappt en fjärdedel, 23

procent har stort förtroende (tabell 2), medan andelen med litet förtroende är 33 procent. Bland de regelbundna läsarna av Aftonbladet på papper är det dock en övervikt för dem som har stort förtroende men mönstret gäller inte för användarna av Aftonbladets sajt. För övriga medier som ingår i jämförelsen – public service och morgontidningarna – är förhållandet det motsatta, det vill säga att andelen med stort förtroende överstiger andelen med litet förtroende.

Precis som i fråga om institutionsförtroendet varierar nivåerna på organisationsförtroendet efter vilken samhällsgrupp som är i fokus. För public servicemedierna Sveriges Television och Sveriges Radio framträder ett tydligt mönster med ett klart högre förtroende bland äldre, högutbildade, tjänstemän och personer som placerar sig till vänster på den politiska skalan, jämfört med förtroendenivåerna bland yngre, lågutbildade, arbetare och personer som placerar sig till höger på den politiska skalan (tabell 3). Tidsmässigt är jämförelsen här avgränsad till perioden 2010–2017, eftersom det var först 2010 som de flesta medieorganisationer inkluderades i mätningarna. De lokala morgontidningarna ingick först 2014, dock saknas möjlighet att analysera förtroendet för Sveriges Radio under detta år, därför har 2015 valts ut som mätpunkt tillsammans med 2010 respektive 2017.

Åldersrelaterade skillnader framträder också i förtroendet för lokala morgontidningar, där äldre har högre förtroende än yngre. För en storstadsmorgontidning som Dagens Nyheter är förhållandet dock det motsatta, då yngre i högre utsträckning än äldre hyser stort förtroende för tidningen. Skillnaderna mellan olika åldersgrupper är däremot inte lika påtagliga för Aftonbladet, och för TV4:s del finns knappast några skillnader alls mellan yngre och äldre. Överhuvudtaget är TV4 den medieorganisation där samstämmigheten mellan olika grupper störst, vilket sannolikt är en spegling av att det är den medieorganisation som når ut bredast till befolkningen i termer av användning i olika samhällsgrupper.

Ålderspolariseringen har – precis som vi sett i fråga om institutionsförtroendet – ökat under det senaste decenniet, främst genom de yngres ändrade vanor och synsätt. Det gäller särskilt Sveriges Television och TV4, där förtroendet bland de unga minskat. Bland personer i gruppen 16–29 år har andelen med stort förtroende för SVT minskat från 76 till 66 procent mellan 2010 och 2017, bland personer mellan 30 och 49 år från 80 till 72 procent. För TV4 är nedgången något mindre.

När det gäller Dagens Nyheter framträder även en tydlig socio-ekonomisk faktor i förtroendet. Skillnaderna är mycket påtagliga när det gäller utbildning och subjektiv klassstillhörighet. År 2017 uppger 17 procent av de lågutbildade att de har stort förtroende för Dagens Nyheter, vilket ska jämföras med 62 procent bland högutbildade (tabell 3). Bland personer i arbetarhem har 30 procent stort förtroende för tidningen, medan andelen med stort förtroende bland dem som bor i tjänstemannahem är nära nog dubbelt så stor, 59 procent. Förhållandet är emellertid inte nytt – även 2010 låg förtroendedifferenserna på i stort sett samma nivå.

Tabell 3 Förtroende för innehållet i svenska nyhetsmedier i olika samhällsgrupper, 2010, 2015 och 2017 (procent med mycket eller ganska stort förtroende, eta-värden)

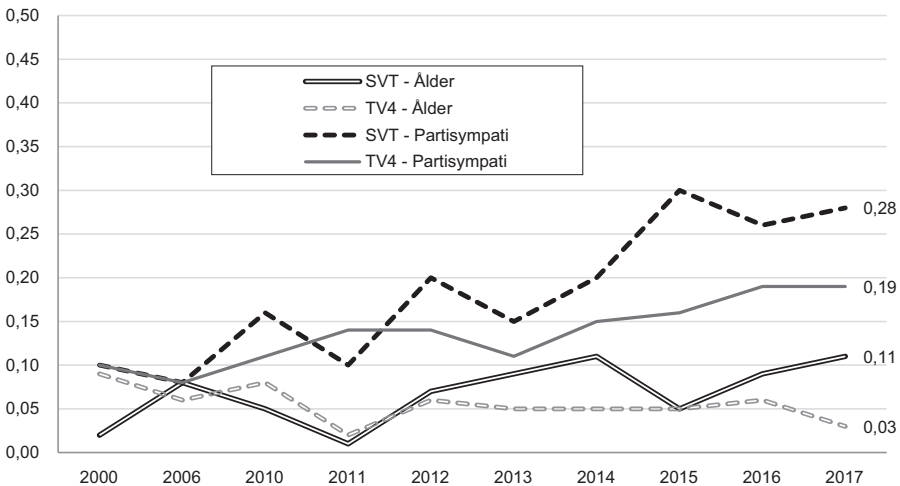
	Sveriges Television			Sveriges Radio			TV4			Lokal morgontidning			Dagens Nyheter			Aftonbladet		
	2010	2015	2017	2010	2015	2017	2010	2015	2017	2010	2015	2017	2010	2015	2017	2010	2015	2017
Samtliga	78	76	73	73	72	71	55	52	54	-	66	52	43	44	44	23	23	23
16-29 år	76	75	66	62	64	60	57	51	52	-	43	42	56	57	52	27	25	27
30-49 år	80	75	72	74	73	69	58	52	55	-	48	46	51	53	50	24	23	21
50-64 år	76	74	74	75	72	73	49	50	54	-	59	52	39	40	42	21	23	25
65-85 år	79	80	78	75	76	77	56	55	53	-	65	62	29	30	35	19	20	21
eta	0,05	0,05	0,11	0,10	0,07	0,10	0,08	0,05	0,03	-	0,13	0,11	0,26	0,28	0,22	0,18	0,18	0,13
Låg utb.	72	72	65	67	60	62	53	54	49	-	65	53	19	16	17	24	26	22
Medel utb.	75	73	69	67	68	65	56	54	54	-	54	52	42	36	35	27	26	26
Hög utb.	86	81	81	82	80	80	54	49	56	-	51	53	64	60	62	15	17	18
eta	0,13	0,13	0,16	0,13	0,20	0,19	0,01	0,06	0,05	-	0,07	0,02	0,36	0,38	0,36	0,08	0,11	0,12
Arbetarhem	74	72	64	65	65	60	56	53	51	-	53	52	29	28	30	30	27	25
Jordbrukare	69	63	(65)	65	65	(72)	42	56	(56)	-	60	(70)	29	21	(29)	15	19	(15)
Tjm-hem	85	81	83	83	81	82	55	51	56	-	52	52	59	57	59	16	20	21
Egen ftg.	71	76	79	74	73	69	56	52	54	-	56	46	46	47	43	20	19	19
eta	0,12	0,17	0,18	0,15	0,19	0,23	0,05	0,03	0,07	-	0,08	0,09	0,28	0,26	0,28	0,15	0,06	0,08
Klart t.v.	86	82	83	75	78	81	52	46	49	-	51	56	40	46	53	33	30	34
Något t.v.	85	86	84	78	80	81	55	59	56	-	61	56	40	45	46	27	28	27
Varken eller	67	69	65	61	64	63	49	50	50	-	54	49	31	35	34	21	20	23
Något t.h.	81	76	78	77	75	75	58	52	59	-	52	53	55	50	55	20	19	18
Klart t.h.	79	71	60	77	72	60	59	51	52	-	57	48	47	48	39	13	19	20
eta	0,15	0,15	0,20	0,12	0,14	0,20	0,11	0,07	0,09	-	0,07	0,06	0,14	0,12	0,19	0,11	0,13	0,11
V	77	78	81	73	74	80	45	40	44	-	45	53	34	38	52	23	23	28
S	80	85	82	71	76	77	56	63	59	-	68	60	31	39	40	37	34	34
MP	85	86	80	76	81	74	52	49	52	-	47	46	57	66	70	15	18	22
C	78	87	83	81	89	85	59	61	65	-	70	60	45	51	59	16	22	13
L	85	87	82	81	87	80	47	53	61	-	61	52	58	71	61	16	13	16
M	79	82	80	75	80	75	59	58	64	-	57	52	40	56	53	17	23	23
KD	84	74	78	75	72	69	55	44	55	-	62	58	45	37	42	18	16	12
SD	52	48	46	48	43	47	55	36	36	-	38	38	17	19	21	22	16	18
eta	0,16	0,30	0,28	0,14	0,29	0,28	0,11	0,18	0,19	-	0,20	0,15	0,22	0,27	0,27	0,17	0,19	0,16

Kommentar: Frågan lyder: 'Vilket förtroende har du för innehållet i följande medier?'. Svartalternativen är: 'mycket stort förtroende', 'ganska stort förtroende', 'varken stort eller litet förtroende', 'ganska litet förtroende', 'mycket litet förtroende' samt 'ingen uppfattning'. Tabellen baseras på andelen som har uppgett att de har mycket stort alternativt ganska stort förtroende för innehållet i respektive mediebolag. Siffror inom parentes (-) innebär att antalet svarpersoner understigit 50 för gruppen. Eta-värdet anger åsiktspridningen inom grupper i relation till den totala åsiktspridningen i frågan. Värdet kan variera mellan 0 och 1: ju högre värde, desto större polarisering. Minsta antal svarpersoner på gruppnivå är 53 (jordbrukarhem) 2010, 52 (jordbrukarhem) 2015 samt 37 (jordbrukarhem) 2017.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010, 2015 och 2017.

Den partipolitisering som vi under den senaste tioårsperioden har sett växa fram i förtroendet för radio-tv och dagspress som samhällsinstitutioner framträder också för medierna som organisationer. Det gäller i synnerhet för public service. Generellt har personer som anger att de står till höger eller i mitten på den politiska skalan lägre förtroende i jämförelse med personer som placerar sig själva till vänster. Att grupper som befinner sig i den ideologiska mitten har lägre förtroende för public service än personer till vänster respektive höger, är i sig ingen nyhet och reflekterar att många i gruppen allmänt har en mindre klar uppfattning. Det som däremot är nytt sedan några år är den ökande skillnaden i förtroendenivå mellan personer som står ideologiskt till vänster och personer som står ideologiskt till höger. För Sveriges Television har procentdifferensen mellan vänster- och högersympatisörer sedan 2010 gått från 3 till 23 – en ökning som framför allt beror på minskat förtroende bland individer som står längst till höger på den politiska skalan, men i viss mån också på att förtroendenivåerna har ökat något bland dem till vänster. Förändringsmönstret är i stort sett detsamma i fråga om Sveriges Radio.

Figur 3 *Förtroende för Sveriges Television och TV4 efter ålder och partisympati, 2000–2017 (eta-värden)*



Kommentar: Frågan löd: 'Hur stort förtroende har du för innehållet i följande medier' följt av alternativen i figuren. Svarsalternativen var: 'mycket stort förtroende', 'ganska stort förtroende', 'varken stort eller litet förtroende', 'ganska litet förtroende', 'mycket litet förtroende' samt 'ingen uppfattning'. Eta-värdet anger åsiktsspridningen mellan åldersgrupper samt mellan grupper av partisympatisörer i relation till den totala åsiktsspridningen i frågan. Värdet kan variera mellan 0 och 1: ju högre värde, desto större ålders- respektive partipolarisering.

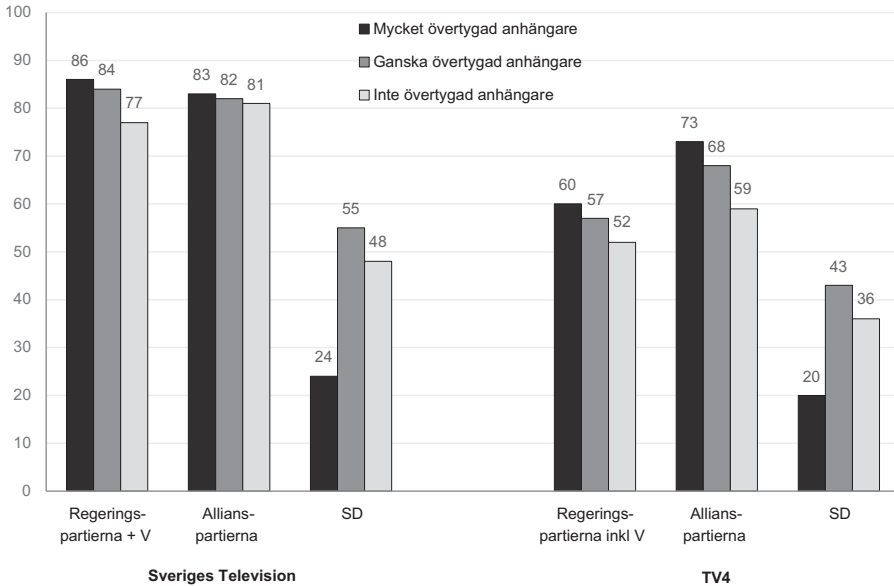
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000–2017.

Den största polariseringen i förtroendet för public service finns mellan de olika partiernas sympatisörer. Till skillnad från institutionsförtroendet för radio-tv, är den uppåtgående kurvan inte riktigt lika brant för Sveriges Television. Konkret innebär det att skillnaderna mellan olika partisympatisörer inte har ökat i samma takt som för radio-tv som samhällsinstitution. Det hindrar dock inte att polariseringen 2017 ligger på samma nivå (figur 3). Resultaten indikerar snarast att partipolitiseringen började redan 2010 för SVT:s del. Som jämförelsepunkt har även TV4 inkluderats i analysen, för att tydliggöra skillnaderna mellan de båda kanalerna. Förtroendet för TV4 har i förhållandevis låg grad karakteriserats av polarisering, oavsett om det har gällt ålder, klass eller ideologi. Under 00-talet var den partipolitiska polariseringen ungefär likartad för de båda kanalerna, men under 2010-talet har polariseringen ökat i högre utsträckning för Sveriges Television än för TV4. Det gäller också för polariseringen mellan olika åldersgrupper. Här är det dock rimligt att anta att förändringen för SVT hänger samman med en tydlig minskning av andelen yngre och medelålders som tar del av SVT:s utbud, medan TV4 står fortsatt stark i dessa åldersgrupper.

Utöver skillnaderna i förtroendebedomningar *mellan* olika partiers sympatisörer finns det även klara differenser bland sympatisörerna *inom* partierna. Om graden av partiengagemang tas i beaktande framträder 2017 betydande skillnader mellan de mycket övertygade anhängarna och de icke-övertygade anhängarna inom vissa partier (figur 4). Det bör sägas att de grupperingar av partisympatisörer som ingår i jämförelsen skiljer sig från den tidigare redovisningen, vilket beror på att antalet svars personer i de tre anhängargrupperna blir så små för de flesta partier att det inte är möjligt att dra några säkra slutsatser från resultatet. Därför har sympatisörer till de båda regeringspartierna S och MP här fått bilda en rödgrön grupp tillsammans med V-sympatisörer, liksom sympatisörerna till Allianspartierna – C, L, M, KD – behandlats som en grupp. Sverigedemokraternas sympatisörer är tillräckligt många, räknat i antal, för att en nedbrytning efter grad av partiövertygelse är möjlig att genomföra (se vidare kommentar i anslutning till figur 4).

Bland S-, MP- och V-sympatisörer är andelen med stort förtroende för Sveriges Television respektive TV4 som störst bland dem som säger sig vara mycket övertygade partianhängare och som minst bland dem som inte är övertygade partianhängare. I den förra gruppen är det exempelvis 86 procent som har stort förtroende för Sveriges Television, medan 77 procent i den senare gruppen har stort förtroende (figur 4). För TV4:s del är andelen med stort förtroende 60 respektive 52 procent i de båda grupperna. Däremellan ligger de partisympatisörer som säger sig vara ganska övertygade anhängare. Allianspartiernas sympatisörer är generellt mer förtroendefulla när det gäller TV4. Andelen med stort förtroende når samma nivå bland de icke övertygade partianhängarna bland Allianssympatisörerna som bland de mycket övertygade V-, S- och MP-sympatisörerna.

Figur 4 Förtroende för Sveriges Television och TV4 efter partisympati, 2017
(procent med mycket eller ganska stort förtroende)



Kommentar: Frågan löd: 'Hur stort förtroende har du för innehållet i följande medier?' följt av alternativen i figuren. Svarsalternativen var: 'mycket stort förtroende', 'ganska stort förtroende', 'varken stort eller litet förtroende', 'mycket litet förtroende' samt 'ingen uppfattning'. Figuren redogör för andelen med mycket/ganska stort förtroende. Till regeringspartierna hör Socialdemokraterna och Miljöpartiet, till Allianspartierna hör Centerpartiet, Liberalerna, Moderaterna och Kristdemokraterna. Minsta antal svarspersoner är 50 (mycket övertygad anhängare till SD).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Den mest påtagliga skillnaden mellan övertygade respektive mindre övertygade partianhängares förtroende hittas bland Sverigedemokraternas sympatisörer.¹⁰ Med tanke på tidigare förändringsmönster kunde möjligen förväntas att de mycket övertygade SD-sympatisörerna skulle ha särskilt lågt förtroende för public service. Gruppen skiljer visserligen ut sig genom att ha ett betydligt lägre förtroende för public serviceföretagen än övriga partiers sympatisörer men bland de mycket SD-övertygade är förtroendet för Sveriges Radio och Sveriges Television ändå större än deras förtroende för andra medier. Andelen med stort förtroende för SVT är således 24 procent och för TV4 20 procent. Det kan också nämnas att 21 procent har stort förtroende för lokala morgontidningar, 16 procent för Dagens Nyheter och 13 procent för Aftonbladet. Det som utmärker de mycket SD-övertygade är således att de överlag har ett lågt medieförtroende, medan mönstret snarast är det omvända bland övriga partiers sympatisörer.

Det låga förtroendet i gruppen SD-sympatisörer härrör sannolikt dock inte enbart från en generell misstro mot medier som organisationer. Det är till viss del också kopplat till specifika bevakningsområden, där i synnerhet mediernas rapportering om brottslighet och invandringen når mycket lågt förtroende bland Sverigedemokraternas sympatisörer jämfört med övriga partisympatisörer – oavsett om de senare befinner sig till vänster eller till höger på den politiska skalan (Andersson, 2017, 2018). Här framträder snarast en koppling till det som beskrivs som GAL-TAN-skalan, en politisk indelningsdimension där frågor kopplade till traditionell vänster-högerideologi inte har samma tyngd utan åsiktsskillnaderna istället bryts efter en grön, alternativ, libertär (GAL) respektive en traditionell, auktoritär, nationalistisk (TAN) skiljelinje (Hooghe m.fl., 2002; jfr Ohlsson m.fl., 2016). Indelningen handlar i detta system om synen på statens roll i förhållande till sociala och kulturella värden, snarare än fördelningspolitiska värden. Med skilda synsätt på hur världen bör vara beskaffad respektive hur den upplevs fungera i realiteten, följer också olika synsätt på och förtroende för samhällsinstitutioner såväl som för andra samhällsaktörer. Det förklarar också i viss mån skillnader i förtroendet för mediernas nyhetsbevakning (jfr Andersson, 2018).

Bland mediekritiker är det således knappast mediestrukturen som står i centrum utan det innehåll som den producerar. Dock kan förtroendet för innehållet spilla över på organisationen såväl som institutionen, vilket vi ser exempel på hos Sverigedemokraternas sympatisörer, inte minst bland de mycket övertygade (Andersson, 2018). För SD-sympatisörerna handlar det således inte om synen på nyheter i allmänhet utan hur bevakningen ser ut på för dem viktiga områden. Ju mer bevakningen avviker från den egna verklighetsuppfattningen, desto mer påverkas förtroendet för de etablerade medierna. Därtill sammanfaller också det bristande förtroendet för medier med en djupare liggande och mycket utbredd, generaliserad, bristande tilltro – i vissa grupper även misstro – mot samhällseliter och samhällsinstitutioner (jfr Andersson m.fl., 2017; se även Maria Oskarsons kapitel i denna bok).

Det vi kan utläsa från analysen av förtroendet för medierna som organisationer bekräftar i huvudsak vad vi sett i fråga om förtroendet för dagspress och radio-tv som samhällsinstitutioner. Det som främst framträder är en ökad polarisering efter ålder och politisk sympati. Den samlade effekten är tydligast i förtroendet för televisionen men finns även för public serviceradion. För dagspressen handlar det främst om en långsiktig ålderssegregation, där bakgrunden ofta kan sökas i en minskande tidningsläsning bland yngre (Weibull m.fl., 2018).

Polariserade mediebedömningar

Den centrala frågan för vårt kapitel har varit i vilken utsträckning förändringar i massmediestrukturen och i samhället påverkat det svenska medieförtroendet, särskilt bedömningen av de traditionella medierna. Vi utgick från antagandet att framför

allt de sociala mediernas expansion skulle föra med sig ett ökat ifrågasättande av traditionell dagspress och radio-tv både som samhällsinstitutioner och medieorganisationer, men också att sociala och politiska faktorer i samhällsutvecklingen skulle påverka synen på medierna. Vad har då resultaten visat?

En första och möjligen något oväntad iakttagelse är den stora stabiliteten som kännetecknar svenskarnas medieförtroende. Oavsett om vi studerar medierna som samhällsinstitutioner eller medieorganisationer har det genomsnittliga förtroendet förändrats mycket lite under de senaste tio åren. Radio-tv som institution och public service som organisation har hela perioden åtnjutit ett stort förtroende. Det ligger i linje med vad vi vet om det i Sverige traditionellt stora förtroendet för offentliga verksamheter (Holmberg & Weibull, 2012). Visserligen finns det andra samhällsinstitutioner som har större förtroende, men det är ändå rimligt att betrakta förtroendet för radio-tv som till och med överraskande högt, inte minst med tanke på den debatt som förekommit. Det ligger även i linje med att publikintresset för public service-tv efter den betydande nedgången som var en följd av den kommersiella konkurrensen under de senaste tio åren stabiliserats och snarast ökat något (Asp, 2017).

Den andra iakttagelsen är att det trots allt har skett betydande förändringar i förtroendet. Det kan synas något motsägelsefullt mot bakgrund av talet om stabilitet. Men det vi på ytan ser som ett högt genomsnittligt förtroende döljer vissa långsiktiga förändringsmönster, främst i bedömningen av radio-tv. Å ena sidan har det skett en åldersförskjutning: förtroendet bland de yngre har minskat för de traditionella medierna, men nedgången har delvis kompenseras av ökat förtroende bland de äldre. Å andra sidan har de politiska skillnaderna i synen på förtroendet ökat: Sverigedemokraternas sympatisörer har minskat sitt förtroende, men personer som politiskt placerar sig till vänster har samtidigt ökat sitt förtroende. Skillnaderna i förtroendet mellan olika grupper av partisympatisörer är visserligen förhållandevis begränsade men samtidigt betydligt större än till exempel de ålders- och utbildningsrelaterade skillnader vi iakttagit i våra studier. Det som förefaller motverka snabba skiften är paradoxalt nog den traditionella mediestrukturen. Även grupper som är kritiska till de traditionella medierna är i stor utsträckning ändå hänvisade till dem: Sverigedemokraternas sympatisörer tar del av public servicetelevision nästan lika mycket som andra partiers sympatisörer, men de bedömer att innehållet inte på ett rimligt sätt speglar de områden och de frågor som de anser vara de viktigaste.

Medieförtroendet hos Sverigedemokraternas sympatisörer illustrerar en typ av konfliktlinje mellan medierna och dagens politik. Men när vi ska söka förklaringar till den längre utvecklingen är exemplet knappast tillräckligt. Där ligger det närmare till hands att tro att medieförtroendets förändring reflekterar vissa grundläggande mönster i samhällsutvecklingen som skapat politiska sprickor i mediefasaden genom att medierna haft svårt att hantera dem. De åldersmässiga,

socioekonomiska och politiska skillnaderna i samhället har ökat och det är naturligt att detta även påverkar synen på medierna och omvänt förstärker de sociala medierna dessa förändringsmönster. Visserligen är de traditionella nyhetsmedierna – de stora dagstidningarna och public service – fortsatt opinionsmässigt starka, men de är inte längre de lägereldar som alla samlas omkring och ökad social och politisk polarisering bidrar till att människor orienterar sig åt olika håll. Möjligen är därför det mest överraskande att förändringarna inte går snabbare. Samtidigt kan åldersskillnaderna i medieförtroende möjligen signalera en långsiktig förändring med en ny generation med minskat förtroende för traditionella medier.

Noter

- ¹ Inom ramen för SOM-institutets undersökningar finns det över tid en rad analyser av samhälls- och medieförtroende, bland andra Andersson (2017), Andersson & Weibull (2017), Elliot (1992, 1997), Elliot & Weibull (1987), Weibull (1999, 2003, 2005, 2007, 2009, 2011, 2014) och Weibull & Börjeson (1995).
- ² Mer information finns på <https://www.reuters.com/article/us-swiss-media/switzerland-vote-to-retain-license-fee-for-state-broadcaster-idUSKBN1G-G0KS>. Vid folkomröstningen röstade 71,6 procent nej (<http://www.zeit.de/kultur/2018-03/schweizer-laut-trendrechnung-gegen-abschaffung-der-rundfunkgebuehren>).
- ³ Frågan har ställts på en femgradig skala: 'mycket stort förtroende', 'ganska stort förtroende', 'varken stort eller litet förtroende', 'ganska litet förtroende', 'mycket litet förtroende'. När det i texten talas om stort förtroende avses vanligen mycket + ganska stort förtroende.
- ⁴ En experimentell metodstudie utförd av SOM-institutet 2017/18 pekar mot att det kan finnas svårigheter att förstå vad som är en samhällsinstitution. Exempelvis hade vissa personer svårt att föreställa sig radio/tv och dagspress som institutioner i samhället och ville hellre värdera förtroendet för olika tv-kanaler eller enskilda tidningar (Johansson, 2018).
- ⁵ För den som vill ha en bild av hur institutionsförtroendet utvecklats för hela perioden och för samtliga studerade institutioner i SOM-institutets årliga undersökning hänvisas till analyser redovisade i Holmberg & Weibull (2017) samt till Svenska trender (2018).
- ⁶ Om vi istället för andelen mycket+ganska stort förtroende bygger på ett balansmått och tar hänsyn till andelen med litet förtroende (ett balansmått går mellan +100 om alla har stort förtroende till -100 om alla har litet förtroende) blir kurvorna för medieinstitutionerna ännu mer stabila (Holmberg & Weibull, 2017).

- 7 Det senare mönstret blir särskilt tydligt i förtroende för bankerna och riksdagen. För den förra institutionen betyder nedgångar i samhällsekonomin ett minskat förtroende och för den senare innebär valåren klara uppgångar (Holmberg & Weibull, 2017).
- 8 Om vi granskar förtroendet för radio-tv i ett ännu längre perspektiv är det intressant att notera att framväxten av kommersiell tv och radio i början av 1990-talet inte påverkade allmänhetens förtroende (Holmberg & Weibull, 2017).
- 9 Som en jämförelsens redovisas här andelen stort förtroendet för övriga medieorganisationer 2017: TV3 14 procent, Kanal5 9 procent, Mix Megapol 9 procent, Radio Rix 9 procent, Expressen 17 procent, Svenska Dagbladet 40 procent.
- 10 Av Sverigedemokraternas sympatisörer i 2017 års undersökning (16 procent av de svarande) uppger sig 20 procent vara mycket övertygade anhängare, knappt 40 procent något övertygade och drygt 40 procent inte övertygade.

Referenser

- Andersson, Ulrika (2017). Lågt förtroende för rapporteringen om invandring. I Lars Truedson (red) *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Andersson, Ulrika (2018). Polariserat förtroende för nyhetsrapporteringen om brottslighet och invandring. I Lars Truedson (red) *Fejk, filter, faktaresistens och fula troll*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Andersson, Ulrika, Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Oskarson (2017). Larmar och gör sig (Inledningskapitel). I Ulrika Andersson, Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Oskarson (red) *Larmar och gör sig till*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Andersson, Ulrika & Lennart Weibull (2017). Litar vi på medierna? I Ulrika Andersson, Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Oskarson (red) *Larmar och gör sig till*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Aronsson, Gunnar & Jan Karlsson (2001; red). *Tillitens ansikten*. Lund: Studentlitteratur.
- Asp, Kent (2017). *Public service-TV – vårt offentliga rum*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
- Djerf-Pierre, Monika & Lennart Weibull (2001). *Spegla, granska, tolka. Svensk aktualitetsjournalistik i radio och tv under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.
- Elliot, Maria (1992). Förtroendet på fallrepet. I Sören Holmberg och Lennart Weibull (red) *Trendbrott?* Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Elliot, Maria (1997). *Förtroende för massmedier*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

- Elliot, Maria & Lennart Weibull (1987). Förtroendet för press och etermedier. I Sören Holmberg och Lennart Weibull (red) *SOM-undersökningen 1987*. Statsvetenskapliga institutionen och Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet 1988.
- Johansson, Johannes (2018) *Kognitiv analys av svar på enkätfrågor*. Arbetsrapport, SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Hadenius, Stig (1998). *Kampen om monopolet*. Stockholm: Prisma.
- Hallin, Daniel & Paolo Mancini (2004). *Comparing media systems: three models of media and politics*. New York: Cambridge University Press.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2010). Ljusare bild av samhällets institutioner. I Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Nordiskt ljus*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2012). Förtroendet för staten. I Lennart Weibull, Henrik Oscarsson och Annika Bergström (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2015). Demokratins haloeffekt. I Annika Bergström, Bengt Johansson, Henrik Oscarsson & Maria Oskarson (red) *Fragment*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2017). Långsiktiga förändringar i svenskt institutionsförtroende. I Ulrika Andersson, Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Oskarson (red) *Larmar och gör sig till*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Hooghe, Lisbet, Gary Marks & Carole J Wilson (2002). "Does Left/Right Structure Party Positions on European Integration." *Comparative Political Studies*, 35(8): 965-989.
- Horz, Christine (2018). Networking Citizens. Public Service Media and Audience Activism in Europe. I Gregory Ferrell Lowe, Hilde Van den Bulck, Karen Donders (reds) *Public Service Media in the Networked Society*. Göteborg: Nordicom.
- Lindroth, Bengt (2016). *Väljarnas hämnd: populism och nationalism i Norden*. Stockholm: Carlsson.
- Müller, Jan-Werner (2016). *Vad är populism?* Göteborg: Daidalos.
- Ohlsson, Jonas, Henrik Oscarsson och Maria Solevid (2016) *Ekvilibrיום*. I Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson och Maria Solevid (red) *Ekvilibrיום*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- SOU 1975:78 (1975). *Svensk press. Pressens funktioner i samhället*. Stockholm.
- Svenska Trender 1986–2017 (2018). Göteborg. SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (1983). *Svensk tidningsläsning*. Stockholm: Liber.
- Weibull, Lennart (1999). Vad menas med negativa nyheter? I Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Ljusnande framtid*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.

- Weibull, Lennart (2003). Medieförtroende 1999–2002. I Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2005). Synen på aktualitetsjournalistiken i TV. I Sören Holmberg och Lennart Weibull (red) *Lyckan kommer, lyckan går*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2009). Medieförtroendet och medieanvändning. I Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2009). Medieförtroendets villkor. I Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Svensk höst*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2011). Medieförtroende och public service. I Sören Holmberg, Lennart Weibull & Henric Oscarsson (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2012) Public service i radio och tv – en politisk fråga? I Lennart Weibull, Henrik Oscarsson och Annika Bergström (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2014). Medieförtroende i ett nytt medielandskap. Kapitel i Annika Bergström & Henrik Oscarsson (red) *Mittfåra och marginal*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2017) Förtroende för politiker och tjänstemän. Kapitel i Ulrika Andersson (red) *Slutna rum och öppna landskap*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart & Britt Börjesson (1995) *Publicistiska seder*. Stockholm: Tiden-SJF.
- Weibull, Lennart, Ingela Wadbring & Jonas Ohlsson (2018). Det svenska medielandskapet. Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens. Stockholm: Liber.