



## Titel

HÖGT FÖRTROENDE FÖR NYHETSMEDIER -  
MEN UNDER YTAN RÅDER STORMVARNING

## Författare

ULRIKA ANDERSSON, docent, är verksam som forskare vid SOM-institutet, Göteborgs universitet. Hennes forskning är framför allt inriktad på medieinnehåll, mediepublik samt mediemedarbetare.

Kontakt: [ulrika.andersson@som.gu.se](mailto:ulrika.andersson@som.gu.se)

## Förhandspublicering

Publiceringsdatum online:

2019-05-28

Tillgänglig via:

[www.som.gu.se/publicerat/bocker/forhandspublicering](http://www.som.gu.se/publicerat/bocker/forhandspublicering)

Kapitlet ingår i SOM-institutets 74:e forskarantologi *Storm och stiltje* (red. Ulrika Andersson, Björn Rönnerstrand, Patrik Öhberg och Annika Bergström).

**Boken publiceras i sin helhet den 27 juni 2019**



# HÖGT FÖRTROENDE FÖR NYHETSMEDIER – MEN UNDER YTAN RÅDER STORMVARNING

ULRIKA ANDERSSON

## Sammanfattning

De traditionella mediernas ställning i det svenska samhället har förändrats påtagligt under 2000-talet. Det har väckt frågor om hur själva förtroendet för medier har påverkats. Det här kapitlet fokuserar på den övergripande frågan om hur stort förtroende den svenska befolkningen har för medier i allmänhet och för nyhetsmedier i synnerhet. Resultaten pekar mot fortsatt stabila förtroendenivåer för medieinstitutioner, möjligen beskrivet som ett slags stiltje. Under ytan blåser det dock desto mer på sina håll. Det gäller framför allt de ökande förtroendeklyftor som kan kopplas till partisympati. De partipolitiska skillnaderna framträder även i förtroendet för nyhetsmedier. Bland de minst förtroendefulla återfinns högerympatisörer med en allmänt kritisk bild av svenska nyhetsmedier.

Det har under de senaste åren talats mycket om tilltagande misstro mot nyhetsmedier. Internationella studier har pekat mot en generell nedgång i allmänhetens förtroende för medier (Edelman, 2018). En sådan förändring är onekligen bekymmersam, inte minst givet det demokratiska uppdrag som nyhetsmedier ofta tillskrivs. Medier har länge ansetts fylla en viktig samhällsfunktion genom att förse medborgarna med nyheter och information, så att dessa ska kunna fatta kloka och välgrundade beslut (jfr SOU 1975:78). För att uppdraget ska kunna uppfyllas, krävs dock att människor tar del av mediernas utbud och att nyhetsbevakning upplevs som åtminstone någorlunda relevant och tillförlitlig (jfr Kohring & Matthes, 2007).

I spåren av en förändrad mediemarknad, har dock följt en debatt kring och ifrågasättande av traditionella medier, deras nyhetsvärdering och, inte minst, deras centrala position i samhället (Peters & Broersma, 2013; Horz, 2018). I Sverige har medierna kritiserats för att medvetet mörka i rapporteringen om exempelvis invandringsfrågan (Andersson, 2017), liksom att medier låter sin politiska inriktning styra nyhetsurvalet (Carlsson & Weibull, 2018). Studier har också visat att en inte obetydlig del av befolkningen upplever att journalister vinklar nyheter efter personliga åsikter (Andersson, 2018a).

En del forskare har hävdats att det sjunkande förtroendet och den växande misstron är resultat av mediemarknadens ökade segmentering, överflöd av politiska strategier och rådgivare samt mediernas ifrågasättande förhållningssätt (Arceneaux

& Johnson, 2013; Levendusky, 2013; Newton 2017). Andra har lyft fram den snabba expansionen av sociala medier som en betydelsefull faktor då dessa i ökande grad kommit att bidra med motbilder till den gängse nyhetsbevakningen, vilken tidigare dominerades av traditionella mediers nyhetsvärdering (Weibull m fl, 2018).

Samtidigt finns det forskare som betonar att ifrågasättandet inte enbart handlar om hur nyhetsmedier fungerar. Det är också ett uttryck för populistiska och nationalistiska strömningar i samhället (Müller, 2016; jfr Lindroth, 2016), ett förhållande som till viss del kan förklara de tendenser till partipolarisering som kunnat skönjas i svenskarnas förtroende för medier (jfr Andersson, 2018a; Andersson & Weibull, 2018).

Följande kapitel fokuserar på den svenska allmänhetens förtroende för medier. Inledningsvis granskas i vilken mån människors förtroende för medier som samhällsinstitutioner har förändrats över tid samt hur stort förtroendet för *nyhetsmedier* är. I syfte att öka förståelse för vad som kan tänkas ligga bakom ett stort respektive litet förtroende för svenska nyhetsmedier, granskas också i vilken mån människor anser att nyhetsmedier sällan bevakar sådant som individen själv upplever som viktigt. Det är rimligt att tänka sig att förtroendet påverkas av människors inställning i denna fråga. Frågorna om förtroende för nyhetsmedier respektive uppfattning om svenska medier har ställts av Dagspresskollegiet i samverkan med SOM-institutet. Dagspresskollegiet är ett forskningsprogram som sedan 1979 har studerat människors användning och värdering av svenska nyhetsmedier.

För att sätta förtroendet för medier i ett vidare sammanhang, inleds kapitlet med en kortare beskrivning av den forskning som gjorts på området samt de dimensioner och teoretiska utgångspunkter som varit centrala inom forskningsfältet.

## **Medieförtroende viktigt, men svårdefinierat som begrepp**

Forskare har sedan länge betonat förtroendets betydelse för relationen människor emellan och för samhället i stort. Förtroende är kopplat till olika förhållanden som ur ett normativt perspektiv anses önskvärda, då det bidrar till många fördelaktiga utfall såväl individuellt, institutionellt som nationellt (Delhey & Newton, 2013; Carl & Billari, 2014). Förtroende utgör ett slags selektiv mental process som skiftar beroende på sammanhang, exempelvis är olika individer olika benägna att vara förtroendefulla (Korsgaard, Brower & Lester, 2015).

Samtidigt är förtroende som begrepp inte helt enkelt att precisera. Det innehåller flera olika beståndsdelar som kan variera mellan områden och kontexter (för ytterligare diskussion, se Holmberg och Weibulls respektive Holmberg och Rothsteins kapitel i denna bok). Därtill finns en rad närliggande begrepp som på olika sätt mäter människors relation till medier, exempelvis tillit, trovärdighet och tillförlitlighet, vilka inte sällan används som uttryck för förtroende. Flera forskare har påvisat att det inte finns någon enhetlig definition av begreppet medieförtroende och inte heller någon standard för hur medieförtroende mäts (Fisher, 2016;

Usher, 2017). Begreppet har snarast använts som indikation på en mer generell uppfattning om mediers tillförlitlighet och trovärdighet.

Det har också funnits svårigheter att hitta dimensioner som ringar in vilka specifika egenskaper som lägger grunden till människors förtroende för medier. Olika forskare har hittat olika dimensioner, i viss mån beroende på olikheter i enskilda studiers design (Elliot, 1997; Fisher, 2016). I den tidiga forskningen har exempelvis betydelsen av diverse egenskaper i mediernas innehåll, såsom tillförlitlighet (graden av trovärdighet och korrekthet i sakuppgifter), objektivitet (vinkling av innehållet), begriplighet (Jacobsen, 1969; Singletary, 1976) och pressetiskt förhållningssätt (Gaziano & McGrath, 1986) betonats. Andra förklaringsfaktorer som lyfts fram som viktiga är individens erfarenhet och berördhet av enskilda medier, liksom vilken ställning mediet har i den allmänna opinionen (Elliot, 1997). Erfarenhet baseras på ett slags kognitiv utvärdering av mediernas sätt att fungera (kompetens, opartiskhet och öppenhet), medan berördhet handlar om vilken betydelse enskilda medier har för individen. Den som upplever en specifik nyhetstjänst som viktig för den dagliga nyhetsrutinen, är ofta mer benägen att uttrycka stort förtroende för tjänsten. Samtidigt påverkar mediets position i den allmänna opinionen hur stort eller litet förtroende människor känner. Medier som bedöms mer samhällsrelevanta når ofta högre förtroendenivåer än medier som upplevs mindre relevanta. Förtroendenivåerna varierar dock beroende på hur de olika faktorerna samverkar med varandra. Trots hög grad av berördhet, kan förtroendet för ett medium vara begränsat om erfarenheten säger att det inte alltid lever upp till en viss förväntad nivå i exempelvis kvalitet eller bredd, eller om det i samhällsopinionen finns en kritisk bild av den journalistik som mediet bedriver (jfr Tsfaty & Cappella, 2005; Andersson & Weibull, 2017).

Med ökande digitalisering och framväxt av nya medier har intresset för att studera människors förtroende för medier vuxit. I forskningens fokus har bland annat legat länderkomparativa studier (Tsfaty & Ariely, 2014; Fletcher & Park, 2017) och jämförelser mellan olika mediers förtroendenivåer, i synnerhet mellan traditionella, sociala och alternativa medier (Ardèvol-Abreu & Gil de Zúñiga, 2017, 2018; Daniller m fl, 2017). Även utmaningar som 'fake news' och dess eventuella påverkan på det allmänna förtroendet för medier har väckt forskares intresse (Amarasingam, 2011; Balmas, 2014).

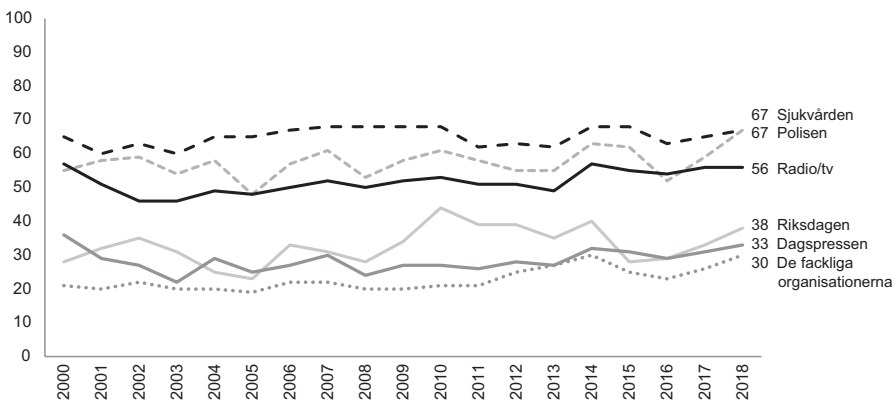
I de analyser som görs i det här kapitlet om den svenska allmänhetens förtroende för medier, görs företrädesvis jämförelser mellan olika samhällsgruppers förtroendenivåer, exempelvis hur förtroendet varierar beroende på åldersgrupp och politisk ideologi. Jämförelser kommer också att göras mellan grupper som ofta tar del av nyhetsmedier och grupper som sällan tar del av nyhetsmedier, för att på så sätt koppla samman förtroendet med graden av berördhet. Genom att också inkludera frågan om i vilken utsträckning människor upplever att nyhetsmedier är tillförlitliga, att de tar upp sådant som är av relevans för personen, samt huruvida journalisters egna åsikter påverkar nyhetsbevakningen, knyter analysen även an

till ett slags erfarenhetsdimension där respondenterna bedömer hur väl mediers nyhetsagenda överensstämmer med den personliga agendan.

### Stabilt medieförtroende på ytan, men under döljs en ökande polarisering

Forskning har under relativt lång tid visat att den svenska allmänheten har stort förtroende för medier som samhällsinstitutioner (Elliot, 1997; Andersson & Weibull, 2018). I jämförelse med andra institutioner, ligger förtroendet för hur radio och tv sköter sitt arbete på en stabil nivå strax under förtroendet för sjukvården och polisen (figur 1). Förtroendet för dagspressen är påtagligt lägre och befinner sig i nivå med förtroendet för riksdagen och de fackliga organisationerna. Sett över tid råder det stabilitet i medieförtroendet. Trots att det under 2000-talet har skett stora förändringar i samhälle och mediasystem förefaller förtroendet för radio/tv och dagspress ha förblivit oförändrat.

**Figur 1** Förtroende för medier som samhällsinstitutioner, 2000–2018 (procent)



**Kommentar:** Frågan löd 'Hur stort förtroende har du för det sätt som följande institutioner och grupper sköter sitt arbete?' Svartalternativen var 'Mycket stort förtroende', 'Ganska stort förtroende', 'Varken stort eller litet förtroende', 'Ganska litet förtroende' samt 'Mycket litet förtroende'. Figuren redogör för andelen som svarat mycket respektive ganska stort förtroende. Antal svarspersoner var 3 270 år 2000 och 3 460 år 2018.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2000–2018.

Under ytan framträder dock vissa skillnader i förtroendenivåer hos olika samhällsgrupper. Yngre individer har något lägre förtroende för medier än äldre, och lågutbildade har lägre förtroende än högutbildade, i synnerhet när det gäller förtroende för dagspressen. I tabell 1 redovisas både andelen ganska eller mycket stort förtroende i de olika grupperna samt hur starka sambanden är. För att mäta

det senare används det statistiska måttet tau-c.<sup>1</sup> Samtliga skillnader som framträder mellan de olika samhällsgrupperna är signifikanta, men styrkan i sambanden varierar något. Exempelvis är sambandet mellan individens utbildningsnivå och förtroende för dagspressen starkare än sambandet mellan individens ålder och förtroende för dagspress (tau-c 0,12\*\* respektive 0,07\*\*, där \*\* $p=0,01$ ). Sextiosju procent av dem som placerar sig klart till vänster på skalan uppger sig ha ganska eller mycket stort förtroende för radio/tv vilket ska jämföras med 44 procent av dem som placerar sig själva till höger (0,13\*\*). Vidare uppger 44 procent av dem till vänster på skalan att de har stort förtroende för dagspressen, medan motsvarande andel bland dem till höger på skalan är 24 procent (0,11\*\*).

När det gäller politiska faktorer är det den partipolitiska kopplingen som står för den största effekten. Störst förtroende för svenska medier har människor som sympatiserar med de partier som befinner sig till vänster på den partipolitiska skalan liksom partier som befinner sig i eller strax höger om den politiska mitten (tabell 1). Drygt 60 procent av dessa partiets sympatisörer uppger sig ha stort förtroende för radio/tv medan drygt 40 procent har stort förtroende för dagspressen. Förtroendet sjunker därefter ju längre ut mot högerkanten allmänheten har sina partipreferenser. Bland Kristdemokraternas och Moderaternas sympatisörer uppger sig drygt 50 procent ha stort förtroende för radio/tv samtidigt som andelen med förtroende för dagspressen ligger omkring 30 procent. Lägst förtroende uttrycker Sverigedemokraternas sympatisörer, där drygt 30 procent har förtroende för radio och tv medan 15 procent har förtroende för dagspressen. Sambandsmåtteten ligger här på 0,16\*\* för radio/tv och 0,15\*\* för dagspressen (\*\* $p=0,01$ ).

Det framträder också ett tydligt mönster kopplat till graden av berördhet, här definierat som hur ofta respondenterna tar del av nyheter i radio och tv (Sveriges Radio, Sveriges Television, TV4) respektive dagspress (morgontidningar, kvällstidningar, gratistidningar). Bland dem som regelbundet tar del av radio-/tv-nyheter (minst 5 dagar/vecka) uppger 61 procent att de har stort förtroende för det sätt på vilket radio och tv som samhällsinstitution betraktat bedriver sitt arbete. Det ska jämföras med 29 procent av dem som mer sällan eller aldrig tar del av nyheter i radio och tv (tau-c -0,13\*\*). Även förtroendet för dagspressen påverkas av hur ofta individen tar del av nyhetsmedier, men här spelar det dock mindre roll om berördheten är kopplad till dagspressen specifikt (-0,13\*\*) eller om den avser nyheter i radio och tv (-0,10\*\*). Drygt en tredjedel av dem som regelbundet tar del av dagspress svarar att de har förtroende för dagspressen, jämfört med knappt var fjärde person som sällan eller aldrig tar del av dagspress. I det här fallet är förtroendenivåerna i stort sett desamma om jämförelsen görs mellan dem som regelbundet tar del av radio-/tv-nyheter och dem som mer sällan tar del av nyheter i radio/tv. Motsvarande mönster framträder dock inte när förtroendet för radio/tv sätts i relation till användning av dagspress, vilket förklaras av att en stor del av gruppen som sällan eller aldrig tar del av dagspress istället regelbundet tar del av radio-/tv-nyheter (ca 60 procent).

**Tabell 1 Förtroende för radio/tv samt dagspressen i olika grupper, 2018 (procent, tau-c)**

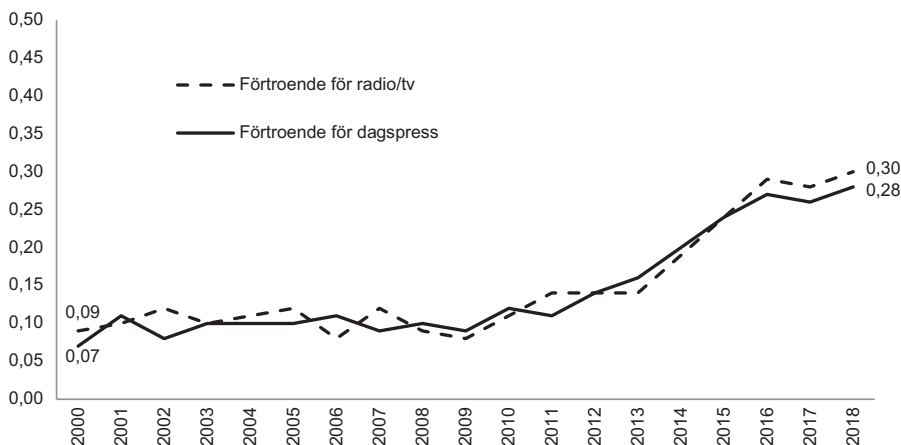
	Radio och tv		Dagspressen		Antal svar
SAMTLIGA	56		33		3 460
ÅLDER					
16–29 år	47	<i>tau-c 0,09**</i>	26	<i>tau-c 0,07**</i>	515
30–49 år	52		35		968
50–64 år	56		33		875
65–85 år	64		35		1 102
UTBILDNINGSNIVÅ					
Låg utb.	55	<i>tau-c 0,07**</i>	25	<i>tau-c 0,12**</i>	524
Medel utb.	52		28		1 761
Hög utb.	64		45		1 121
VÄNSTER-HÖGERIDEOLOGI					
Klart t.v.	67	<i>tau-c -0,13**</i>	44	<i>tau-c -0,11**</i>	416
Något t.v.	68		39		785
Varken v. el. h.	51		27		823
Något t.h.	55		33		1 003
Klart t.h.	40		24		404
PARTISYMPATI					
V	64	<i>tau-c -0,16**</i>	41	<i>tau-c -0,15**</i>	286
S	64		38		951
MP	72		50		162
C	64		42		324
L	62		47		220
KD	53		30		213
M	53		26		579
SD	34		15		401
TAR DEL AV RADIO-TV-NYHETER					
5–7 dagar/v	61	<i>tau-c -0,13**</i>	35	<i>tau-c -0,10**</i>	2 752
1–4 dagar/v	41		25		606
Mer sällan/aldrig	28		22		129
TAR DEL AV DAGSPRESS					
5–7 dagar/v	59	<i>tau-c -0,08**</i>	37	<i>tau-c -0,13**</i>	2 584
1–4 dagar/v	48		22		607
Mer sällan/aldrig	47		19		206

**Kommentar:** Frågan löd 'Hur stort förtroende har du för det sätt på vilket följande institutioner och grupper sköter sitt arbete': 'Radio och tv'. Svartalternativen var 'Mycket stort förtroende', 'Ganska stort förtroende', 'Varken stort eller litet förtroende', 'Ganska litet förtroende' samt 'Mycket litet förtroende'. För att mäta sambandens styrka och riktning används det statistiska måttet Kendalls tau-c, vilket varierar mellan +1 till -1 (+1 innebär ett perfekt positivt samband där höga värde på ena variabeln ger högra värden på andra variabeln; -1 innebär ett perfekt negativt samband där höga värden på ena variabeln ger låga värden på andra variabeln; 0 innebär att samband saknas). Tabellen redogör för andelen som har svarat mycket respektive ganska stort förtroende. Endast personer som har besvarat frågorna ingår i procentbasen. \*\* $p=0,01$ .

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2018.

Sett över tid har det skett tydliga förändringar relaterat till ålder, ideologi, partisympati och nyhetsvanor. Bland unga under 30 år har andelen med förtroende för radio/tv minskat från 58 till 47 procent under perioden 2000–2018. När det gäller förtroendet för dagspressen har förändringen gått från 39 till 26 procent förtroendefulla bland de unga. Samtidigt har det inte skett några förändringar i förtroendenivåerna bland personer i åldrarna 30–85 år. Sett till vänster-högerideologi har andelen med stort förtroende för radio/tv ökat från 58 till 67 procent bland dem som står klart till vänster samtidigt som andelen med förtroendet för dagspressen har ökat från 29 till 44 procent. I gruppen klart till höger har förändringen gått i motsatt riktning, från 53 till 40 procent med stort förtroende för radio/tv och från 40 till 24 procent med förtroende för dagspressen.

**Figur 2** Förtroende för radio/tv och dagspressen efter partisympati, 2000–2018 (eta-värden)



**Kommentar:** Frågan löd 'Hur stort förtroende har du för det sätt på vilket följande institutioner och grupper sköter sitt arbete?': 'Radio och tv'. '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 mellan grupper av partisympatisörer i relation till den totala åsiktsspridningen i frågan. Värdet kan variera mellan 0 och 1: ju högre värde, desto större partipolarisering. Antal svarspersoner var 3 270 år 2000 och 3 460 år 2018.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2000–2018.

Den största förändringen i spridningen mellan olika gruppers förtroende för svenska medier, är dock kopplad till partisympati, en koppling som har stärkts under de senaste åren. Det innebär att avståndet mellan den grupp som har störst och den grupp som har minst förtroende har ökat. I figur 2 redovisas för perioden 2000–2018 vilken utsträckning partisympati har samband med förtroendet



för radio och tv respektive dagspress. Måttet som används för att sammanfatta sambandet kallas eta och kan variera mellan 0 och 1. Ett högt eta-värde indikerar att förtroendebedömningen är nära kopplad till vilket parti individen tycker bäst om. Det har i detta avseende således skett en ökad partipolarisering i förtroendet för medier som institutioner, såväl för radio/tv (eta=0,09 år 2000 och 0,30 år 2018) som för dagspressen (eta=0,07 år 2000 och 0,28 år 2018). Trots att radio och tv alltid har åtnjutit ett högre förtroende än dagspressen, har förändringen i spridningen mellan olika gruppers förtroende utvecklats på samma sätt för båda medieinstitutionerna.

Medieförtroendets växande partipolitisering sammanfaller tidsmässigt med Sverigedemokraternas inträde på den politiska arenan i Sverige. Den ökande andelen sympatisörer i väljarkåren utgör också en viktig förklaring till att mönstret ser ut som det gör (jfr Andersson m fl, 2017). Som grupp betraktat utmärks SD-sympatisörerna av en generell misstro mot etablissemangen och många samhällsinstitutioner, vilket i det här sammanhanget tar sig uttryck i väsentligt lägre förtroende för såväl radio och tv som för dagspress jämfört med övriga partiers sympatisörer. Tidigare studier har dessutom visat att sympatisörer till Sverigedemokraterna har mycket lågt förtroende för nyhetsbevakningen av frågor som rör brottslighet och invandring (Andersson, 2018) och att de i mycket hög utsträckning anser att svenska medier i sin rapportering mörkar samhällsproblem som finns förknippade med invandring (Andersson, 2017). Invandningsfrågan som sådan utmärker SD-sympatisörerna också i andra sammanhang och i kombination med en mer allmän samhällsmisstro bidrar den sannolikt till en del av förklaringen bakom SD-sympatisörers kritiska inställning till svenska medier.

Den sammantagna bilden av förtroendet för medierna som samhällsinstitutioner är att det skett en successiv partipolarisering på området. Som helhet ligger det genomsnittliga förtroendet på i stort sett samma nivå under hela 2000-talet. Under ytan har det dock skett påtagliga förskjutningar mellan olika grupper. Sett till de politiska faktorerna är tendensen att personer till höger tappar och personer till vänster ökar sitt förtroende.

## **Stort förtroende för svenska nyhetsmedier**

Så långt har kapitlet fokuserat på förtroendet för medier som institutioner. För att ytterligare granska den svenska befolkningens medieförtroende har respondenterna i 2018 års SOM-undersökning fått uppge hur stort förtroende de hyser för *nyhets*-medier. Resultatet visar att förtroendet för nyhetsmedier är större än förtroendet för medier generellt, då närmare åtta av tio svenskar uppger sig ha ganska eller mycket stort förtroende för nyhetsmedier (figur 3). Utfallet är inte helt oväntat. Tidigare studier har visat att medier vars verksamhet helt eller delvis baseras på nyhetsförmedling (t ex lokala morgontidningar, Sveriges Radio och Sveriges Televi-

sion) vanligen når högre förtroendenivåer än mer underhållningsinriktade medier (t ex TV3 och Rix FM) (Andersson & Weibull, 2018; Weibull, 2011).

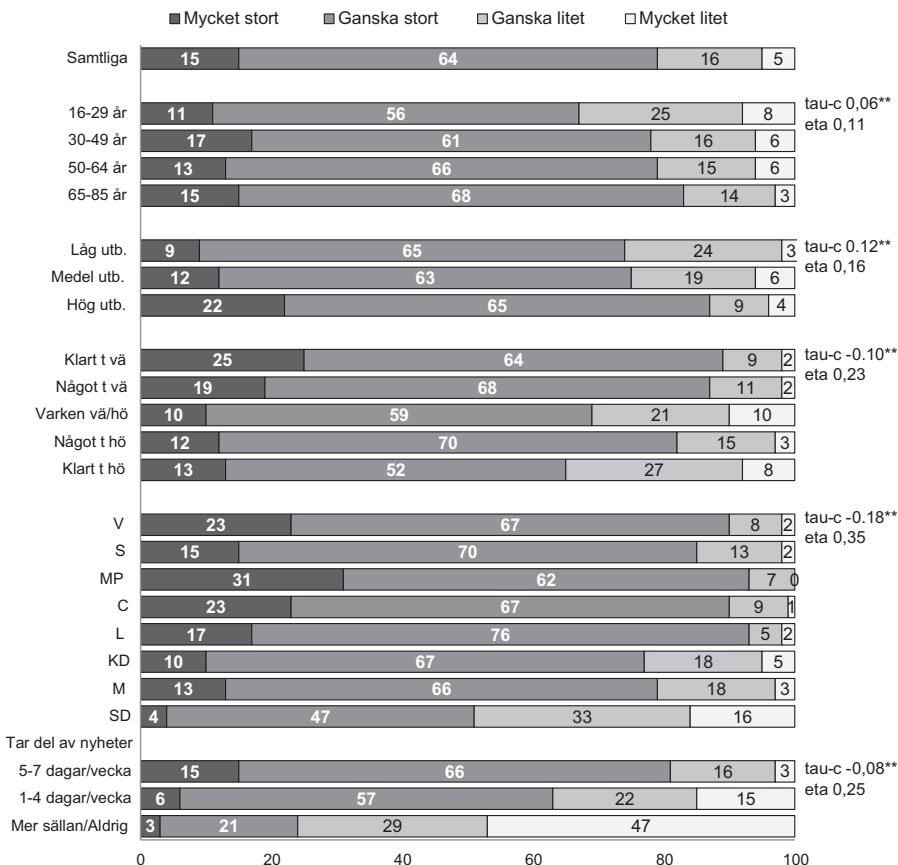
Likt förtroendet för medier som institutioner framträder skillnader i förtroendenivåerna beroende på respondenternas ålder, utbildningsnivå, ideologisk självplacering, partisynpaty och nyhetsanvändning. Andelen yngre med förtroende för nyhetsmedier är något lägre än för övriga åldersgrupper, åtminstone när den totala andelen förtroendefulla jämförs. Det är då 67 procent av 16–29-åringarna som har förtroende för nyhetsmedier jämfört med 82 procent av 65–85-åringarna (figur 3). Om enbart andelen med mycket stort förtroende beaktas jämnas dock de åldersrelaterade skillnaderna ut. Sambandet är något starkare mellan förtroende och utbildningsnivå, där gruppen av högutbildade utmärker sig genom att ha signifikant större förtroende för svenska nyhetsmedier än låg- och medelutbildade ( $\tau\text{-}c\ 0,12^{**}$ ). Det gäller i synnerhet när andelen med mycket stort förtroende jämförs, där 22 procent av högutbildade och omkring 10 procent av övriga utbildningsgrupper uppger sig ha mycket stort förtroende.

Det finns en tydlig politisk dimension också i förtroendet för nyhetsmedier. Personer som placerar sig till vänster på den politiska skalan uppvisar påtagligt större förtroende för svenska nyhetsmedier jämfört med dem som placerar sig klart till höger (figur 3). Sett till partisynpaty uttrycker V-, S-, MP-, C- och L-sympatisörer störst förtroende för nyhetsmedier, med i genomsnitt 88 procent ganska eller mycket stort förtroende. Andelen förtroendefulla är något lägre bland KD- och M-sympatisörer, i genomsnitt 78 procent. Minst förtroende för nyhetsmedier har Sverigedemokraternas sympatisörer med 51 procent förtroendefulla. Bland dessa är det endast 4 procent som säger sig ha mycket stort förtroende, vilket kan jämföras med 31 procent av Miljöpartiets sympatisörer och 23 procent av Vänsterpartiet respektive Centerpartiets sympatisörer. Sambandet mellan partisynpaty och förtroende är förhållandevis starkt ( $\tau\text{-}c\ 0,18^{**}$ ) och det finns, som procentdifferenserna visar, också en påtaglig spridning i frågan ( $\eta^2=0,35$ ). Spridningen är i det här fallet något större än i fråga om förtroendet för radio/tv och dagspressen (jfr figur 1).

Som förväntat finns det också ett visst samband mellan förtroendet för nyhetsmedier och hur ofta människor tar del av nyheter i radio och tv respektive dagspress. Bland dem som regelbundet tar del av nyheter i radio tv och dagspress (5–7 dagar/vecka) har 81 procent förtroende för nyhetsmedier, jämfört med 24 procent av dem som sällan eller aldrig tar del av nyheter (figur 3). Det bör påpekas att det i resultaten finns en viss koppling till ålder, då unga tar del av nyheter i lägre utsträckning än andra åldersgrupper (Andersson, 2018b; Weibull m fl, 2018) samtidigt som de också uppvisar lägre förtroende för nyhetsmedier (tabell 1).<sup>2</sup>

Tidigare studier har visat på ett tydligt samband mellan individernas inställning till integrations- och immigrationsfrågor, där exempelvis personer som i hög utsträckning anser att det är ett bra förslag att Sverige tar emot färre flyktingar också har lägre förtroende för medier. Det gäller inte minst förtroendet för mediers

**Figur 3 Förtroende för svenska nyhetsmedier i olika grupper, 2018 (procent, tau-c, eta-värden)**



**Kommentar:** Frågan löd 'Allmänt sett, hur stort förtroende har du för svenska nyhetsmedier?'. Svarsalternativen var 'Mycket stort förtroende', 'Ganska stort förtroende', 'Ganska litet förtroende' samt 'Mycket litet förtroende'. För att mäta sambandens styrka och riktning används Kendalls tau-c, vilket varierar mellan +1 till -1 (+1 = perfekt positivt samband där höga värde på ena variabeln ger högra värden på andra variabeln; -1 = perfekt negativt samband där höga värden på ena variabeln ger låga värden på andra variabeln; 0 innebär att samband saknas). 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 spridning. Antal svarpersoner per grupp är från yngst till äldst 254, 508, 437, 573, från låg- till högutbildad 231, 996, 514, från klart till vänster till klart till höger 185, 362, 488, 510, 194, partisynpati 143 (V), 447 (S), 74 (MP), 167 (C), 106 (L), 102 (KD), 317 (M), 224 (SD), nyhetsanvändning 1 615 (5-7 d/v), 123 (1-4 d/v), 70 (mer sällan/aldrig). Totalt antal svarpersoner är 1 772. \*\*p=0,01.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2018.

bevakning av invandringsfrågan (Andersson, 2017). Resultatet kan tolkas som att den verklighetsbild medier bidrar med, inte överensstämmer med den personliga upplevelsen av hur omvärlden är beskaffad. För att ytterligare reda ut i vilken utsträckning nyhetsbevakningens upplevda relevans spelar roll för hur stort eller litet förtroende människor har för medier, har svarspersonerna i den nationella SOM-undersökningen fått ta ställning till ett påstående om huruvida individen upplever att sådant som är viktigt för hen själv sällan tas upp i nyheterna.<sup>3</sup> Bland samtliga respondenter är det 9 procent som instämmer helt i att det förhåller sig på detta sätt, medan ytterligare 32 procent delvis instämmer. Vidare uppger 26 procent att de knappast instämmer i påståendet, medan 17 procent menar att det inte alls stämmer. Därtill svarar 17 procent att de inte har någon uppfattning i frågan. Sammanfattningsvis innebär det att ungefär fyra av tio personer åtminstone delvis menar att det förhåller sig på detta sätt samtidigt som fyra av tio personer inte håller med.

För att avgöra vilken eller vilka bakgrundsfaktorer som framför allt har betydelse för människors bedömning av frågan används en regressionsanalys med utgångspunkt i de bakgrundsfaktorer som ingått i de tidigare analyserna, det vill säga ålder, utbildningsnivå, medieanvändning, ideologi samt partisympati. Tre enkla modeller testas, där den första baseras på ålder, utbildningsnivå och hur ofta individerna tar del av nyheter i dagspressen. I den andra inkluderas partisympati och i den tredje ingår även vänster-högerideologi. I den första modellen har både ålder och utbildningsnivå självständig förklaringskraft, dock är styrkan något större för utbildning (tabell 2). Nyhetsvanor spelar däremot ingen roll i sammanhanget. partisympati. I modell två har nyhetsanvändning uteslutits samtidigt som partisympati har inkluderats. Modellen visar att såväl ålder som partisympati har betydelse för hur nyhetsinnehållet upplevs, men fortfarande är det dock utbildning som har störst förklaringskraft. I den tredje modellen ingår ideologi. Resultatet visar dels att partisympati förlorar i betydelse till förmån för ideologi, samtidigt som betydelsen av utbildning också blir något lägre.

Genom resultaten kan således utläsas att ju äldre individen är, desto mer benägen är hon eller han att instämma i att sådant som hen själv tycker är viktigt inte tas upp i nyheterna. (tabell 2). Sett till utbildningsnivå tenderar lågutbildade att hålla med i något högre utsträckning än högutbildade. Kopplingen till vänster-högerideologi pekar i sin tur mot att det framför allt är människor som placerar sig själva på den politiska högerkanten är mest benägna att svara att nyheterna inte tar upp sådant som är viktigt för dem själva.

**Tabell 2 Förklaringsmodeller över faktorer som påverkar bedömningen av frågan huruvida sådant som personen själv upplever som viktigt sällan tas upp i nyheterna, 2018 (linjär regression, betakoefficienter)**

	Modell 1	Modell 2	Modell 3
Ålder	0,13**	0,12**	0,11**
Utbildningsnivå	-0,25**	-0,23**	-0,17**
Tar del av nyheter i dagspress	0,04	-	-
Partisympati	-	0,12**	0,03
Vänster-högerposition	-	-	0,29**
Modellens förklaringsvärde ( <i>adjusted r</i> <sup>2</sup> )	7,4	8,7	15,8

**Kommentar:** Ålder går som intervallskala från yngst till äldst. Utbildningsnivå går från låg, medel, hög. Nyheter i dagspress går från lägsta till högsta användningsfrekvens: mer sällan/aldrig, 1–2 dagar/vecka, 3–4 dagar/vecka, 5–6 dagar/vecka, dagligen. Partisympati går från vänster till höger, med i tur och ordning V, S, MP, C, L, KD, M och SD. Vänster-högerposition går från klart vänster, något vänster, varken vänster/höger, något höger, klart höger. \*\* $p < 0,01$

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2018.

Vilken betydelse har då denna uppfattning för medieförtroendet? I den avslutande analysen jämförs hur stort förtroendet för svenska nyhetsmedier är bland människor beroende på var de placerar sig på den politiska vänster-högskalan samt hur de ställer sig till påståendet om att sådant som är viktigt för dem sällan tas upp i nyheterna. Analysen visar att det bland samtliga respondenter finns en tydlig skillnad i förtroendenivå mellan dem som håller med om att nyheterna sällan tar upp sådant som är viktigt och de som inte håller med i påståendet – 68 jämfört med 91 procent stort förtroende (tabell 3). Skillnaderna mellan de båda grupperna varierar dock kraftigt beroende på var individen står ideologiskt. För respondenter som ställer sig klart till vänster är andelen med stort förtroende 86 procent bland dem som anser att nyhetsbevakningen inte tar upp sådant som är viktigt, och 94 procent bland dem som inte håller med om påståendet. Differensen mellan de båda grupperna är således 8 procentenheter. Ju längre till höger på skalan individerna står, desto mer ökar differensen mellan de båda grupperna. För personer som placerar sig klart till höger är andelen med stort förtroende för nyhetsmedier 47 procent bland dem som menar att det som är viktigt för dem själva sällan tas upp i nyheterna, medan andelen förtroendefulla är 88 procent bland dem som inte instämmer i påståendet – det vill säga en differens om 41 procentenheter.

**Tabell 3 Andel med förtroende för nyhetsmedier, efter ideologi och upplevelse av att sådant som är viktigt för individen sällan tas upp i nyheterna, 2018 (procent)**

	Sådant som jag tycker är viktigt tas sällan upp i nyheterna		
	Instämmer	Instämmer inte	Differens
SAMTLIGA	68	91	23
Klart t.v.	86	94	8
Något t.v.	80	94	14
Varken v.h.	63	85	22
Något t.h.	73	90	17
Klart t.h.	47	88	41
<i>Differens</i>	39	6	

**Kommentar:** Frågan löd 'I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden om svenska medier?' Svartalternativen lyder 'Instämmer helt', 'Instämmer delvis', 'Instämmer knappast', 'Instämmer inte alls' samt 'Ingen uppfattning'. I tabellen har instämmer helt och instämmer delvis slagits samman till 'Instämmer', medan instämmer knappast och instämmer inte alls har slagits samman till 'Instämmer inte'. Frågeförmuleringen för förtroende löd 'Allmänt sett, hur stort förtroende har du för svenska nyhetsmedier?'. Svartalternativen var 'Mycket stort förtroende', 'Ganska stort förtroende', 'Ganska litet förtroende' samt 'Mycket litet förtroende'. Tabellen redogör för andelen som svarat mycket eller ganska stort förtroende.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2018.

Om jämförelsen istället görs på andra ledden, visar det sig att förtroendedifferensen mellan personer klart till vänster och personer klart till höger är 39 procentenheter i gruppen som anser att nyheterna sällan tar upp sådant som är viktigt. Bland dem som däremot inte anser att det förhåller sig på det sättet, är förtroendedifferensen mellan dem klart till vänster och dem klart till höger endast 6 procentenheter. Det innebär att kombinationen av politisk ideologi och upplevelsen att medierna inte berättar om sådant som "egentligen" är viktigt, slår kraftigast bland personer på den politiska högerkanten.

Givet att andelen som bedömer nyheter i svenska medier som tillförlitliga är lägre i denna grupp, och att den till större delen också består av personer som sympatiserar med Sverigedemokraterna, är det inte orimligt att dra slutsatsen att det råder en påtaglig misstro mot etablerade medier och deras journalister bland SD-sympatisörer, vilket också ligger i linje med hur den allmänna retoriken kring medier ser ut i partiet som sådant.

### Partipolitisk polarisering i förtroendet för svenska nyhetsmedier

De traditionella mediernas ställning i det svenska samhället har förändrats påtagligt under 2000-talet. Från att tidigare ha varit ett relativt sammanhållet system av

public servicemedia och dagspress, har mediemarknaden blivit alltmer segmenterad. Med sociala mediers framväxt har också de traditionella mediernas dominans över nyhetsvärderingen i viss mån kommit att utmanas (Weibull m fl, 2018). På en övergripande nivå tycks dessa förändringar inte ha spelat särskilt stor roll i att påverka förtroendenivåerna i positiv eller negativ riktning. Förtroendet för radio och tv som samhällsinstitutioner är högt och har så varit under hela 2000-talet. Mönstret är detsamma för dagspressen, även om förtroendenivån här är lägre än för radio/tv. Det råder således stor stabilitet i svenskarnas förtroende för medier, trots de senaste årens intensiva debatt om mediemisstro och sjunkande förtroende.

Men under det som på ytan ser ut som ett högt förtroende döljer sig dock tydliga skillnader mellan olika gruppers förtroendenivåer. För medier som institutioner framträder ett tydligt mönster med ett klart högre förtroende bland högutbildade, högfrekventa nyhetsanvändare samt personer som placerar sig själva till vänster på den politiska skalan. Sett över tid har partipolariseringen i förtroendet för medier ökat, där i synnerhet skillnaderna mellan V-sympatisörers och SD-sympatisörers förtroendebedömningar har blivit större. Medan V-sympatisörerna har ökat sitt förtroende för medier, har förtroendet bland SD-sympatisörerna minskat. Resultatet är likartat när förtroendet för svenska *nyhets*medier granskas.

Störst differenser framkommer dock då hänsyn tas till huruvida människor upplever att sådant som är viktigt för dem själva sällan tas upp i nyheterna. Denna faktor är särskilt avgörande hos personer som placerar sig till höger på den ideologiska skalan. Upplevelsen av att nyheterna sällan tar upp sådant som är viktigt för individen bidrar i denna grupp till ett lågt förtroende för nyhetsmedier generellt. Beaktat resultat som framkommit i tidigare studier, där förtroendet för mediers bevakning av brottslighet och invandring visat sig vara särskilt lågt bland personer som sympatiserar med Sverigedemokraterna (Andersson, 2017, 2018a), är det troligt att det även här finns en tydlig migrationskritisk koppling i bedömningen. Med skilda synsätt på hur världen bör vara beskaffad, och hur den upplevs fungera i realiteten, följer också olika bedömningar av och förtroende för medierna och deras prestationer. Ju mer bevakningen avviker från den egna verklighetsuppfattningen, desto mer påverkas förtroendet för de etablerade medierna.

## Noter

- <sup>1</sup> Måttet kan variera mellan -1 och +1, där -1 innebär att låga värden på den ena variabeln alltid motsvaras av höga värden på den andra (och tvärtom), medan +1 innebär att höga värden på ena variabeln alltid motsvaras av höga värden på den andra variabeln (och tvärtom).
- <sup>2</sup> Vid beräkning av ålderns och nyhetsanvändningens (radio/tv) effekt på förtroendet för nyhetsmedier, är den direkta effekten av ålder 19 procentenheter medan den direkta effekten av användningsfrekvens är 20 procentenheter.

- <sup>3</sup> Frågan lyder 'I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden om svenska medier? – Sådant som jag tycker är viktigt tas sällan upp i nyheterna'. Svartalternativen är 'Instämmer helt', 'Instämmer delvis', 'Instämmer knappast', 'Instämmer inte alls' samt 'Ingen uppfattning'. Totalt besvarades frågan av 1 729 personer.

## Referenser

- Alexander, Jeffrey C., Butler Breese, Elisabeth & Luengo, Maria (2016). *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, digital future*. New York: Cambridge University Press.
- Amarasingam, Amarnath (2011). *The Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impact of Fake News*. North Carolina: MacFarland Publishing.
- Andersson, Ulrika (2017). Lågt förtroende för rapporteringen om invandring. I Lars Truedson (red) *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediastudier.
- Andersson, Ulrika (2018a). Polariserat förtroende för nyhetsrapporteringen om brottslighet och invandring. I Lars Truedson (red) *Fejk, filter, faktaresistens och fula troll*. Stockholm: Institutet för mediastudier.
- Andersson, Ulrika (2018b). Svenska nyhetsvanor. Stockholm: Myndigheten för press, radio och tv. <https://www.mpr.se/Documents/Publikationer/Medieutveckling/MU-Svenska%20nyhetsvanor%202018.pdf?epslanguage=sv> [besökt 2019-04-17]
- Andersson, Ulrika, Ohlsson, Jonas, Oscarsson, Henrik & Oskarson, Maria (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 & Weibull, Lennart (2017). Har svenskarna förtroende för medierna? I Lars Truedson (red) *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediastudier.
- Andersson, Ulrika & Weibull, Lennart (2018). Polariserat medieförtroende. I Ulrika Andersson, Anders Carlander, Elina Lindgren & Maria Oskarson (red) *Sprickor i fasaden*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Balmas, Meital (2014). When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism. *Communication Research* 41(3), 430-454.
- Carl, Noah & Billari, Francesco C. (2014). Generalized trust and intelligence in the United States. *PLoS ONE* 9(3), 1-10.
- Carlsson, Ulla & Weibull, Lennart (2018). *Freedom of expression in the digital media culture. A study of public opinion in Sweden*. Göteborg: Nordicom.
- Delhey, Jan & Newton, Kenneth (2013). Who trusts? The origins of social trust in seven societies. *European societies* 5(2), 93-137.



- Edelman (2018). *2018 Edelman Trust Barometer. Global Report*. New York: Edelman. [https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018\\_Edelman\\_Trust\\_Barometer\\_Global\\_Report\\_FEB.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf) [besökt 2019-04-17]
- Elliot, Maria (1997). *Förtroende för massmedier*. Göteborg: Institutionen för journalistisk och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Fisher, Caroline (2016). *The trouble with 'trust' in news media*. *Communication research & practice* 2(4), 451–465.
- 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.
- Jacobson, Harvey K (1969). Mass media believability: a study of receiver judgments. *Journalism quarterly* 46, 20–40.
- Korsgaard, Audrey M., Brower, Holly H. & Lester, Scott W. (2015). It isn't always mutual: A critical review of dyadic trust. *Journal of management* 41(1), 47–70.
- Kohring, Matthias & Matthes, Jörg (2007). Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. *Communication research* 34(2), 231-252.
- Lindroth, Bengt (2016). *Väljarnas hämnd: populism och nationalism i Norden*. Stockholm: Carlsson.
- Müller, Jan-Werner (2016). *Vad är populism?* Göteborg: Daidalos.
- Newton, Kenneth (2017). Political trust and the mass media. I Sonja Zmerli & Tom van der Meer (red) *Handbook on political trust*. Cheltenham Glos: Edward Elgar.
- Peters, Chris & Broersma, Marcel (2013, red). *Rethinking Journalism: trust and participation in a transformed news landscape*. London & New York: Routledge.
- Singletary, Michael W. (1976). Components of credibility of a favorable news source. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 53(2), 316–319.
- SOU 1975:78 (1975). *Svensk press. Pressens funktioner i samhället*. Stockholm.
- Tsfati, Yariv & Ariely, Gal (2014). Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries. *Communication research* 41(6), 760–782.
- Tsfati, Yariv & Cappella, Joseph N. (2005). Why do people watch news they do not trust? The need for cognition as a moderator in the association between news media skepticism and exposure. *Media psychology* 7, 251–271.
- Usher, Nikki (2017). Re-thinking trust in the news: A material approach through "objects of journalism". *Journalism studies* 19(1), 76–85.
- 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, Wadbring, Ingela & Ohlsson, Jonas (2018). *Det svenska medielandskapet. Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. Stockholm: Liber.