

## PARTIPROPAGANDA I SPALTERNA?

BENGT JOHANSSON

Den svenska dagspressen kopplades tidigt till det politiska systemet. Faktum är att politiken och pressen var två samhällsinstitutioner som båda växte sig starka genom dessa täta band. Partierna ägde tidningar eller hade starka lojalitetsband mellan ägare och parti och relationen mellan politik och press fick därmed flera konsekvenser. Tidningens innehåll blev starkt präglat av den politiska ideologi som det närliggande partiet förfäktade, både ifråga om opinionsmaterial och nyheter. Partierna annonserade i första hand i den egna tidningen och fick ibland både rabatter och gratis annonsering. Eftersom läsarna i stor utsträckning också sympatiserade med tidningens politiska linje var partipressen ett centralt verktyg i det svenska partisystemets etablering. Tidningen stärkte, mobiliserade och bildade opinion i för partiet viktiga frågor.

Men beskrivningen är en historisk tillbakablick. Partipresssystemet, som har sitt ursprung i det danska firebladssystemet, importerades till Sverige under sent 1800-tal, där det framväxande Frisinnade landsföreningen och Allmänna valmansförbundet knöts till liberal och moderat press. Denna utveckling gjorde också att socialdemokratin och även bondeförbundet engagerade sig i tidningsägande för att stärka sin opinionsbildning. De första decennierna på 1900-talet var det svenska partipresssystemet som starkast (Nord 2001, Hadenius m fl. 2008).

Men sedan mitten av 1950-talet har det inte handlat om en stärkt partipress, snarare dess avveckling. Tidningsdöden slog till, där tidningar som inte lyckades bredda läsekretsen försvann. Samtidigt växte en professionaliserad journalistkår fram, där ideal om oberoende istället för partiloyalitet odlades. När sedan presstödet till andratidningar infördes i början av 1970-talet minskade det också behovet av ekonomiskt partistöd (Hadenius & Weibull, 1991). Under andra hälften av 1900-talet ser man också hur banden till det politiska systemet luckras upp allt mer. Tidningsägandet frikopplas då i allt större utsträckning från partierna. Även i partier där pressens varit en partiangelägenhet (socialdemokraterna och centerpartiet) syns detta tydligt. Men även de mer informella banden ändrade karaktär. Det blev allt ovanligare med politiskt aktiva tidningsmän, även bland dem som drev opinion på ledarsidorna (Nord 2001).

Den oberoende journalistiken gjorde att partipolitiska åsikter allt mer försvann från nyhetsidorna, men inte bara där särskiljdes innehållet från partipolitiska hänsyn. Även tidningarnas politiska linje fick beteckningar som oberoende/oavhängig, ibland följt av ideologisk riktning, men ofta utan. På ledarsidorna syntes det också

genom mindre tydliga partipolitisk följsamhet (Nord 2001). Ser man på politisk annonsering under valrörelser försvann också partipressen under senare hälften av 1900-talet. Valannonser från i stort sett alla politiska partier publiceras numera sida vid sida under valrörelsernas slutspurt (Andersson-Odén & Johansson, kommande).

Om ägande och innehåll är två indikatorer på partipress är relationen till läsarna den tredje. Som redan nämnts har det funnits ett partipolitiskt tidningsval. Mäniskor med olika partisympati väljer till viss del tidning efter politisk tendens, i den mån det finns valmöjligheter. Med detta menas inte att tidningsvalet nödvändigtvis skall betraktas som ett politiskt val, utan endast att en viss politisk uppfattning bland läsarna korresponderar mot en politisk orientering hos tidningen. Sambandet kan antingen vara en följd av traditionen eller påverkas av vad läsarna uppfattar vara tidningens linje. Att det finns en sådan anknytning har påvisats i många studier (bl a Westerstahl & Janson 1956; Weibull 1982, 1991, 1994, 2006).

Trenden är tydlig. Vi ser över tid en utveckling mot ett allt större oberoende mellan dagspressen och de politiska partierna. Man skulle därför kunna tro att frågan om dagspressen och dess politiska koppling är något som gäller det förgångna. Men ser man på de senaste valrörelserna finns det fortfarande tecken som tyder på att debatten lever. Inte minst eftersom diskussioner förts om hur pressens ska hantera Sverigedemokraterna, både ifråga om nyhetsvärdering och deras möjligheter att annonsera. Året före valrörelsen 2010 gick exempelvis Aftonbladets ledning (Jan Helin och Lena Mellin) ut och förklarade att de inte tänkte ta in annonser från partiet (Aftonbladet 2009-09-17). Men även andra medieröster hördes om relationen mellan partier och dagspressen. SR Skaraborg gjorde ett inslag där reportern kunde publicera en inspelning där företrädare för Anderkoncernen hävdar att tidningarna stödjer moderaterna med annonsrabatter (SR Skaraborg 2010-05-05). Ser vi till forskningsresultat visar det sig fortfarande att tidningarnas politiska linje har en viss påverkan på hur politiska partier får framträda i nyhetsrapporteringen före valet, även om bilden är mindre tydlig än tidigare (Asp 2007a). Trots alla tecken på en borttynande partipress verkar den med andra ord ändå leva vidare i någon form.

Syftet med detta kapitel är därför att ge en bild av hur den svenska allmänheten ser på relationen mellan en tidnings politiska linje och hur nyheter och annonser presenteras i 2010-talets början. Kort sagt: vilka åsikter har svenskarna egentligen om partipressen?

Vi ska i kapitlet studera två aspekter av allmänhetens uppfattning av relationen mellan partier och dagspressen. Den första är huruvida de svenska dagstidningsläsarna anser att det förekommer politiska åsikter på nyhetsplats i den tidning som man brukar läsa. Den andra aspekten som ska analyseras är allmänhetens åsikter kring politiska annonser i dagspressen.

## Politiska nyheter

Inom såväl samhällsdebatt som medieforskning har frågan om nyheternas politiska vinkling varit föremål för diskussioner. Egentligen kan två spår urskiljas. Den ena är

partipresskopplingen, att den linje som tidningen har på ledarplats också återspeglas på nyhetssidorna. I takt med försvagad partipress och en allt mer professionaliserad journalistik har denna form av politisk vinkling ofta ansetts som mindre relevant. Men i offentlig debatt påstås det ibland att tidningar med borgerlig färg också favoriserar borgerlig politik och borgerliga politiker på nyhetsplats. Debatten om hur Mona Sahlin behandlades i valrörelsen 2010 hade tydliga inslag av sådan argumentation (Aftonbladet 2010-09-19).

Det andra spåret är det direkt motsatta. Att journalistikåren lutar åsiktsmässigt åt vänster (och grönt) är välkänt (Asp 2007b). Därmed brukar det också hävdas att journalistiken är vänstervriden, att nyheterna inte har en borgerlig vinkling utan ger uttryck för åsikter som gynnar en vänsterinriktad ideologi. Den som minns det tidiga sjuttioalet kanske påminner sig om debatterna kring Sveriges Radio som stormade då. Särskilt TV2 kritiserades för att vara den ”röda kanalen”, både vad gällde programinnehåll och medarbetare (Thurén 1997, Djerf-Pierre & Weibull 2001). Men frågan om journalistikens vänstervridning brukar dammas av vid jämna mellanrum, inte minst under valrörelser.

I länder där tidningarna uttalat säger sig stödja en kandidat eller parti är partipolitiska vinklingar på nyhetsplats ingen som förvånar (se Hallin & Mancini 2004), men i det svenska mediasystemet provocerar åsikter om eventuell partipolitisk vinkling på nyhetsplats. Det visar inte minst den debatt som fördes i 2010 års valrörelse kring den Allierade journalisten, som på debattsidor och via bloggen drev åsikten att svenska medier systematiskt gynnade Alliansen (<http://denallieradejournalisten.blogspot.com/>).

Forskningen kan knappast sägas ha kunna bekräfta vare sig en höger eller vänstervridning av nyheterna, och slutsatsen i ett nordiskt och svenskt perspektiv är snarast att valrörelsebevakningen är medievridd. I journalistiska ideal finns det uttalad maktkritik som många medieforskare menar tar sig i uttryck som ett anti-etablissemangsperspektiv. Misstro mot etablissemang och skepsis i förhållande till samhällets eliter – inom politik, vetenskap, näringsliv och myndigheter – är ett framträdande drag i dagens journalistik. Den rutinmässiga polariseringen som vi så ofta ser i nyheter, där den vanliga människan ställs mot makthavaren, ska därmed knappast tolkas i partipolitiska termer. Den är snarare ett sätt för journalister att lösa en grundläggande konflikt – hur ska man fånga publiken intresse och dessutom vara en maktkritiker? (Asp 2007a, Djerf-Pierre & Weibull 2001).

Men hur ser tidningarnas läsare på eventuella partipolitiska hänsyn i morgontidningarna? Tror de att urval och presentation är frikopplat från partipolitiken, såsom retoriken från journalistkretsar framför? Eller har kanske allmänheten föreställningen att den opartiska nyhetsjournalistiken är en myt utan förankring i verkligheten? I SOM-enkäten ställdes frågan om de svarande ansåg att den morgontidning de regelbundet läser på något sätt brukar visa sina politiska åsikter på nyhetssidorna. Med andra ord är det partipressaspekten av att gynna ett närstående parti som efterfrågas.

Frågan är inte alldeles lätt att besvara, vilket gör att det interna bortfallet är relativt stort. Av regelbundna morgontidningsläsare uppger 27 procent (tabell 1) av de tillfrågade uppger att de inte har någon åsikt.

**Tabell 1** Åsikter om partipolitiskt nyhetsurval/presentation i dagspressen (procent)

I mycket hög grad	4
I ganska hög grad	27
I ganska liten grad	34
Inte alls	7
Ingen åsikt	27
Summa procent	100
Antal svar	1032

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010

Resultaten visar att partipressen verkar finnas kvar i den svenska allmänhetens föreställningsvärld. De svenska tidningsläsarna anser inte att morgontidningen är opartisk på nyhetsplats. Tvärtom, endast sju procent menar att det inte överhuvudtaget förekommer partipolitiska hänsyn i dagstidningsnyheterna och så många som 31 procent anser att tidningens politiska färg i hög grad avspeglar sig i tidningens journalistik. Även om journalistkåren och tidningsbranschen framhåller vikten av att skilja mellan åsikter och nyheter tycker tydligen inte läsarna detsamma.

Bedömningar av nivåer är alltid svåra utan jämförelser, men helt klart är resultaten anmärkningsvärda. De svenska morgontidningsläsarna gör inte alls som tidningsfolket en åtskillnad mellan "news" och "views". Nyheterna har i många läsares ögon istället en partipolitisk vinkling. Om forskare och andra anser att partipressen mer eller mindre är avsonnad är det en nyhet som inte verkar ha nått den svenska allmänheten. I deras ögon tas det politiska hänsyn i urval och presentation av nyheterna.

Analyseras frågan mot sociodemografiska faktorer såsom utbildning och ålder samt politiskt intresse och vänster-/högerideologisk inställning visar sig ett antal tydliga drag (tabell 2). Helt klart är att ålder och politiskt intresse spelar stor roll. Äldre anser i mycket högre grad än yngre att politiska åsikter syns i nyheterna (44 procent jämfört med 21 procent). På samma sätt anser 52 procent av dem som har ett stort intresse för politik att politiska åsikter lyser igenom på nyhetsplats, medan endast 14 procent av dem som inte intresserar sig för politik har samma åsikt. I linje med detta är de som antingen identifierar sig till vänster eller höger mer benägna att tro på politiska tendenser på nyhetsplats, men åsikten är mer accentuerad bland dem som står ideologiskt till vänster (38 procent).

**Tabell 2** *Andel som i hög grad eller mycket hög grad anser att morgontidningen brukar visa sina politiska åsikter på nyhetssidorna (procent)*

	Andel som i hög grad anser det finns en partipolitisk tendens på nyhetsplats	Antal svar
<i>Ålder</i>		
16-29	21	196
30-49	25	411
50-64	30	398
65-85	44	368
<i>Utbildning</i>		
Låg	36	303
Medellåg	28	441
Medelhög	27	249
Hög	35	353
<i>Vänster/högerideologi</i>		
Vänster	38	439
Mitten	24	293
Höger	31	607
<i>Politiskt intresse</i>		
Inte alls	14	188
Lite	18	628
Ganska	37	479
Mycket	52	64

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010

Hur ska då dessa resultat förstås? Att ålder differentierar åsikter kan tolkas som att det finns en generationseffekt. De äldre har tydligare minnesbilder av att tidningar salufört sig med politisk tendens. De stora skillnaderna mellan politiskt intresserade och ointresserade finner vi ofta även i andra sammanhang när det gäller frågor kring politik och samhälle.

När det gäller utbildning och vänster-högerdimensionen bör de rimligen förstås i relation till varandra eftersom den ideologiska skillnaden framförallt finns i gruppen lågutbildade. Det är i denna grupp som läsare med vänster- och högerideologisk inställning gör olika bedömningar. Bland dem med högre utbildning finns det ingen skillnad mellan höger och vänster.

Eftersom det finns en skillnad mellan läsare med höger- och vänsteråsikter finns misstanken att det svenska partipresssystemet – där många med vänsteråsikter läser en borgerlig tidning – avspeglas i resultaten. Är det så att de som står till vänster ideologiskt oftare menar att den borgerliga tidning de läser gynnar borgerliga partier

än dess borgerliga läsare gör? Detta vore inte orimligt med tanke på den debatt som tidigare referats till gällande den borgerliga pressens sätt att bevaka valrörelsen.<sup>1</sup>

Vi kan ställa upp ett antal hypoteser som skulle kunna förklara skillnader mellan läsarna i synen på politisk vinkling på nyhetsplats. Den första (H1) är att de som läser en tidning med beteckningen opolitisk/oberoende/oavhängig i mindre utsträckning tror att politiska åsikter finns på nyhetsplats jämfört med läsare av tidningar som tar uttalat politisk ställning (antingen direkt partipolitiskt eller mer allmänideologiskt). Den andra hypotesen (H2) är att om tidningens färg överensstämmer med läsarens egna politiska åsikter anser man i mindre grad att tidningens linje slår igenom i nyheterna. Den tredje och avslutande hypotesen (H3) är att läsarna i högst grad anser att "views" och "news" inte hålls isär om tidningen har en annan politisk färg jämfört med läsarens egen. Detta bör vara generellt, men starkast om skiljelinjen går över blockgränsen.

I tabell 3 analyseras frågan om partipolitiska hänsyn i nyheterna fördelat på läsning av olika typer av press. Skillnaden mellan läsare av partipress och tidningar som betecknar sig som oavhängiga/oberoende finns, men är inte särskilt stark.

**Tabell 3** Åsikten att morgontidningen brukar visa sina politiska åsikter på nyhetssidorna fördelat på läsning av tidningar med olika politisk färg (procent)

Tidningens tendens	Oavhängig/ oberoende	Politisk färg		
		Alla	Borgerlig	Social- demokratisk
I mycket hög grad	5	5	4	8
I ganska hög grad	23	29	28	37
I ganska liten grad	35	36	37	28
Inte alls	9	8	8	6
Ingen åsikt	28	22	23	21
Summa procent	100	100	100	100
Antal svar	155	1072	976	96

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010

Hypotesen (H1) får därmed visst stöd. Det är vanligare att läsare som har en tidning med beteckningen opolitisk/oberoende/oavhängig inte har någon åsikt och i någon högre grad anser att nyheterna är opartiska. Men skillnaden är kanske mindre än man skulle kunna tro, inte minst med tanke på att den ena gruppen tidningar saluför att de inte har någon politisk tendens överhuvudtaget.

Detaljstuderas resultaten finns en klar skillnad mellan beteckningen opolitisk och oberoende/oavhängig, där läsare av tidningar med beteckningen opolitisk är mer benägna att inte ha någon åsikt i frågan och en tendens att i mindre utsträckning anse att det förekommer politiska åsikter på nyhetsplats. För tidningar som kallar sig oberoende/oavhängiga är inte denna tendens lika stark, vilket kanske beror på att läsarna inte uppfattat att en del tidningar valt att ta bort den politiska tendensen.

Den största skillnaden är dock mellan dem som läser en socialdemokratisk tidning och andra morgontidningsläsare. Läsare av borgerlig press anser oftare att deras tidning skiljer mellan åsikter i nyheter jämfört med läsare av socialdemokratisk press. Bland läsare av socialdemokratiska tidningar anser 45 procent att politiska åsikter slår igenom på nyhetsplats, medan motsvarande siffra för läsare av borgerlig press uppgår till 32 procent och för press som betecknas som oberoende/opolitisk är siffran 28 procent.

Men vad ligger bakom dessa skillnader i synen på partiskhet? För att komma vidare måste vi analysera bedömningen av tidningarna i relation till läsarnas partisyn. Den andra hypotesen (H2) var ju att läsare systematiskt anser att den egna tidningen inte gynnas på nyhetsplats om man själv har samma politiska åsikter som tidningen. Om hypotesen stämmer borde socialdemokrater som läser en socialdemokratisk morgontidning vara mindre benägna att tycka att morgontidningen blandar åsikter och nyheter. På samma sätt borde borgerliga läsare som läser en borgerlig tidning i mindre utsträckning anse att tidningen tar partipolitiska hänsyn på nyhetsplats.

**Tabell 4** Åsikten att morgontidningen brukar visa sina politiska åsikter på nyhetssidorna fördelat på läsning av tidningar med olika politisk färg och partisyn (procent)

Läsare	Socialdemokrater		Borgerliga	
	Socialdemokratisk	Annan	Borgerlig	Annan
I mycket hög grad	7	4	4	10
I ganska hög grad	46	28	26	28
I ganska liten grad	26	37	41	37
Inte alls	7	7	8	7
Ingen åsikt	13	24	20	18
Summa procent	100	100	100	100
Antal svar	54	271	511	89

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010

I tabell 4 särskiljs läsare som antingen säger sig sympatisera med socialdemokraterna eller något av de borgerliga partierna. Dessa läsare fördelas sedan på om de läser en tidning med den egna partifärgen eller någon annan tidning.

Resultaten ger dock endast begränsat stöd för hypotesen. För borgerliga läsare får hypotesen stöd. De som läser en morgontidning med borgerlig färg anser att tidningen i mindre utsträckning gynnar partilinjen (30 procent) jämfört med läsare av en annan tidning (38 procent). Men hypotesen får inget stöd bland socialdemokratiska läsare. Ser man på socialdemokratiska sympatisörer anser 54 procent att den socialdemokratiska tidning de läser i hög grad gynnar partilinjen på nyhetsplats. Hos s-märkta läsare som tar del av en tidning med annan eller ingen partifärg bedömer endast 32 procent att tidningens politiska tendens syns i nyheterna. Skiljer man ut borgerliga och oberoende/opolitiska/oavhängiga tidningar blir visserligen procenttalet något högre, men inte särskilt mycket.

Man kan fundera på hur skillnaden mellan socialdemokratiska och borgerliga läsare ska tolkas. Finns det kanske en grundläggande skillnad hur man ser på partipressen som fenomen? Som redan påpekats har framförallt socialdemokratisk press setts som en partiangelägenhet jämfört med den borgerliga – åtminstone offentligt (Hadenius & Weibull 1991). Pressen var för arbetarrörelsen ett uttalat verktyg för att stärka opinionen. De skillnader som finns mellan läsare med olika politisk inställning speglar kanske också ett sådant synsätt? Att socialdemokratiska läsare därför är mer benägna att tillstå att politiska åsikter syns i nyheterna är kanske till och med önskvärt? Därför håller de i större utsträckning med om påståendet i den ställda frågan.

Men vi ska gå vidare med den fråga som ställdes tidigare mot bakgrund av det svenska presssystemet. En sak är kanske att vänsterväljare är mer benägna att tillstå att den egna tidningen stödjer politiska åsikter på nyhetsplats. Men vad tycker väljare med vänsteråsikter som läser borgerliga tidningar? Anser läsare av borgerlig press med vänstersympatier att tidningens åsikter slår igenom i högre grad än andra?

**Tabell 5** *Åsikten att morgontidningen brukar visa sina politiska åsikter på nyhetssidorna bland läsare av borgerlig morgonpress fördelat på vänster-högerorientering (procent)*

<i>Tidningen visar sina åsikter</i>	<i>Ideologisk självskattning</i>		
	Vänster	Varken eller	Höger
I mycket hög grad	5	2	5
I ganska hög grad	34	27	26
I ganska liten grad	33	34	42
Inte alls	8	7	8
Ingen åsikt	20	30	19
Summa procent	100	100	100
Antal svar	300	191	464

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010



Om den tredje hypotesen (H3) ska få stöd borde personer till vänster politiskt sett i högre grad anse att den tidning de läser blandar samman åsikter och nyheter. Resultaten (tabell 5) ger hypotesen stöd då 39 procent av de tillfrågade med vänsterideologi anser att den borgerliga tidning de läser i hög grad låter tidningens politiska linje framträda på nyhetsplats. Motsvarande siffra för de som placerar sig i mitten ideologiskt är 29 procent och för dem som står till höger 31 procent. Detaljanalyseras resultaten visar det sig att tendensen är allra starkast bland vänsterorienterade läsare som har en moderat tidning som sin dagliga tidning.

Sammantaget visar resultaten att det finns en koppling mellan läsarnas politiska åsikter och synen på den egna morgontidningens partiskhet. Men resultaten går inte alltid i hypotesernas riktning, vilket framförallt har att göra med det som sagts tidigare. Socialdemokratiska och borgerliga väljare verkar inte riktigt se frågan om åsikter på nyhetsplats på samma sätt.

### **Ska alla få annonsera?**

Vi har nu analyserat partipresskopplingen ifråga om nyheter och politisk tendens. Nästa område att ge sig i kast med är hur allmänheten ser på relationen mellan politisk annonsering och partiloyalitet. Politiska annonser i dagspressen har gamla anor. Redan i förra seklets början fanns det annonser i samband med valrörelserna, men ofta var det svårt att se skillnaden mellan redaktionell text och annonser. Oavsett vilken tidning som undersöks är det till en början nästan bara det egna partiet som annonserar. Men detta förändras kraftigt över tid och sedan ganska länge är det knappast partipolitiska hänsyn som avgör vilka annonser man som läsare ser i sin tidning (Andersson-Odén & Johansson, kommande). Som redan nämnts har också frågan om politisk annonsering skärpts i och med att det inte råder någon samsyn i hur annonser från Sverigedemokraterna och olika partier på yttersta vänster- eller högerkanten ska behandlas. Men hur ser svenskarna på politisk annonsering i dagspressen? I SOM-enkäten ställdes tre frågor som fångar synen på partipress i annonsering och en fjärde som mer handlar om hur pressen bör behandla odemokratiska partier.<sup>2</sup> Frågan kunde besvaras med ”Instämmer”, ”Instämmer inte” samt ”ingen åsikt”.

Till att börja med ska det konstateras att det interna är bortfallet ännu större än för frågan om partipresskopplingar i nyheterna. Ungefär 40 procent har uppgett att de inte har någon åsikt eller helt enkelt valt att inte besvara frågorna. Frågor om politisk annonsering är med andra ord något som de flesta inte har en åsikt om. För många är det en icke-fråga. Men det bör också påpekas att det rör sig om en fråga som för många troligen uppfattas som komplicerad och svår att besvara. Det gör också att det interna bortfallet ökar.<sup>3</sup>

Men hur ser då uppfattningarna ut gällande politisk åsiktsreklam i dagspressen? I tabell 6 redovisas resultaten och kan kort sammanfattas med att partipress av detta slag inte har något särskilt starkt stöd hos den svenska allmänheten.

**Tabell 6 Allmänhetens åsikter om politisk annonsering i dagspress (procent)**

	Instämmer	Instämmer ej	Summa procent	Antal svar
Ta inte in andras annonser	27	73	100	1007
Ge rabatter till det egna partiet	21	79	100	1009
Låt alla annonsera	86	14	100	1109
Stäng ute odemokratiska partier	55	45	100	978

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010

**Kommentar:** Andel ingen åsikt för de olika frågorna är: Ta inte in... 37 % , Ge rabatter... 37 % , Låt alla... 30 % , Stäng ute... 38%.

Svaren (tabell 6) visar att så många som 86 procent uppger att alla partier bör få annonsera i en tidning så länge som annonsen inte bryter mot lagen. Det är också endast 27 procent som anser att tidningen ska kunna vägra annonser från partier som inte delar tidningens politiska linje och endast en femtedel som tycker att annonsrabatter till närstående partier är rimligt.

Den sista frågan är en annan dimension i synen på politisk annonsering. Här är inte åsikterna inte lika samstämmiga. En majoritet (55 procent) har visserligen åsikten att dagstidningar inte bör ta in annonser från partier som är odemokratiska, men 45 procent är av den motsatta åsikten. Jan Helins och Lena Mellins utestängande av Sverigedemokraterna med argumentet att de står för odemokratiska värden är enligt resultaten ett beslut som delar det svenska folket.

Men vad avgör då om man bedömer partiannonsering på olika sätt? Vi kan även här ställa upp ett antal hypoteser som borde kunna ge vägledning. Den första (H1) är att yngre människor borde vara mindre benägna att förespråka olika former av partipress. Detta eftersom andra studier visar att yngre generellt sett oftare har post-materialistiska värden dit tolerans av olika slag hör (Andersson m fl 2010). Därmed borde det också innebära att de inte heller vill stänga ute odemokratiska partier från annonsering. En andra hypotes (H2) är att högutbildade är mer benägna att förespråka öppenhet jämfört med lågutbildade. På samma sätt som yngre verkar åsikter om öppenhet ifråga om yttrandefrihet vara mer accentuerade bland dessa grupper (ibid). En tredje hypotes (H3) är att de som har mest att förlora på olika former av partipress är mer negativa än andra. Partisympatisörer utan egen press borde vara mer kritiska än andra och kanske särskilt sympatisörer för Sverigedemokraterna som varit det direkta målet för annonsbojkotter.

**Tabell 7 Allmänhetens åsikter om politisk annonsering i dagspress fördelat på ålder, utbildning, politiskt intresse och ideologisk inställning (procent)**

Ålder	16-29	30-49	50-64	65-85
Ta inte in andras annonser	48	33	21	12
Ge rabatter till det egna partiet	24	21	20	20
Låt alla annonsera	78	80	88	95
Stäng ute odemokratiska partier	54	57	56	49

  

Utbildning	Låg	Medellåg	Medelhög	Hög
Ta inte in andras annonser	15	24	32	33
Ge rabatter till det egna partiet	15	20	24	23
Låt alla annonsera	91	89	84	80
Stäng ute odemokratiska partier	53	45	60	61

  

Egen press	m+fp+c	s+v+mp	sd
Ta inte in andras annonser	28	25	10
Ge rabatter till det egna partiet	23	20	6
Låt alla annonsera	87	87	93
Stäng ute odemokratiska partier	53	58	27

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010

I resultaten i tabell 7 hittar vi inget stöd för hypotesen (H1) att yngre i högre grad skulle ifrågasätta olika former av partipresskopplingar i annonseringen eller förespråka censur av odemokratiska partier. Tvärtom, det är bland de äldsta vi hittar de tydligaste ställningstagandena mot att tidningar ska få bojkotta andra partiers annonser, ge rabatter till de egna och 95 procent tycker att en tidning ska ta in alla partiers annonser. Även om inte skillnaderna är stora är det även i denna grupp som tveksamheten att stänga ute odemokratiska partier är mest uttalad. Kan det i likhet med analysen av frågan om partiska nyheter handla om erfarenheter av partipress som slår igenom? Att äldre upplevt och fortfarande upplever partipressen som relevant gör kanske också att de inte är lika benägna att låta partipolitiska hänsyn slå igenom i annonseringen?

Inte heller den andra hypotesen (H2) får stöd. Det är de med låg utbildning som är mest kritiska till partipressen. Över 90 procent i denna grupp anser att alla ska få annonsera, vilket är tio procent högre jämfört med de med högst utbildning. Även skepsisen mot att ge annonsrabatter och kunna vägra politiska motståndare att annonsera är större, och viljan att stänga ute odemokratiska partier är mindre. Går vi till den tredje hypotesen, att sympatisörer till partier utan eller med svag press är

mer kritiska till partipress (H3) finns stöd för hypotesen, men det ska påpekas att det inte är särskilt starkt. Visserligen finns det en tendens till en mer kritisk hållning till olika former utestängande av andra partier och rabatter hos de rödgröna jämfört med de borgerliga. Ifråga om att utestänga odemokratiska partier är dock förhållandet det omvända. Tydligast är dock resultaten för sverigedemokraternas sympatisörer. De är allra mest kritiska till olika former av utestängande, sannolikt eftersom de själva upplever sig drabbade.

### **Är partipressen död?**

I kapitlet har ett antal frågor kring den svenska allmänhetens syn på relationen mellan det politiska systemet och dagspressen analyserats. I fokus har varit begreppet partipress, detta i betydelsen att morgontidningar upplevs ha samma åsikter på nyhetsplats som den politiska beteckningen eller att man på olika sätt stänger ute andra partier från att annonsera.

När slutsatser ska dras av analyserna bör man komma ihåg att 2010 var ett valår och att enkäten besvarades månaderna efter val till riksdag, landsting/regioner och kommuner. Politik låg med andra ord högt upp på svenskarnas dagordning när respondenterna fyllde i sina svar. En valårseffekt kan kanske därmed förklara den något anmärkningsvärda nivån på morgontidningsläsarnas syn på politiska åsikter på nyhetsplats.

I analyserna gjordes ett antal försök att också förklara skillnader i människors bedömningar. Ett antal hypoteser ställdes upp där flera handlade om att se om upplevelser av att känna sig missgynnad kunde förklara skillnader i åsikter. Generellt sett visade resultaten att det fanns sådana tendenser, men sambanden var inte särskilt starka. Den absolut starkaste förklaringskraften i åsiktsskillnader fanns mellan yngre och äldre. Ju äldre de svarande var desto mer ansåg de att partipressen fortfarande fanns, att "views" och "news" blandas samman. Äldre och såg också mer negativt på partipolitiska hänsyn i publicering av annonser. För att klargöra om det handlar om en generations- eller livscykelseffekt krävs givetvis en annan typ av analys. Men det är kanske ändå mycket som talar för att det handlar om en generationseffekt. Ju äldre man är desto större erfarenhet har man av det svenska partipresssystemet och det verkar som att de äldre fortfarande färgas av denna erfarenhet när de bedömer nyheternas partiskhet. Upplevelsen av partipress verkar också påverka synen på annonsering eftersom man blir mer kritisk till olika former av annonsrabatter eller utestängande av oliktänkande ju äldre man blir. Kort sagt: de äldre minns partipressen och tycker inte om den. Yngre generationer har aldrig upplevt partipressen och har inte heller på sig dessa glasögon när de tittar i tidningen. Å andra sidan ger denna brist på partipresserfarenhet en större acceptans för att tidningar får stödja vem de vill. Skulle olika åldersgrupper argumentera mot varandra skulle kanske de yngre hävda att de äldre är alltför misstänksamma. Svaret de skulle få från de äldre

är att de är naiva.

Så vad händer framöver? Om resultaten är en generationseffekt kommer rimligen åsikten att tidningarnas politiska färg även speglas i nyheterna avta i takt med att vi kommer allt längre ifrån en situation där tidningar propagerar för en särskild partipolitisk eller ideologisk linje. Men eftersom mer än en femtedel av de allra yngsta hade åsikten lär det nog ta ett tag innan partipressen i denna skepnad helt och hållet försvunnit från allmänhetens föreställningsvärld. Visst dör partipressen, men kanske långsammare än man skulle kunna tro.

## **Noter**

- <sup>1</sup> Ser man till opinionsforskning finns det gott om bevis för att människor tenderar att på olika sätt anse att medier systematiskt missgynnar ens egna intressen. Åsikterna blir dessutom starkare ju mer engagerad man är i en fråga (Günther, 1992; Dalton, Beck & Huckfeldt, 1998; Günther, Christen, Liebhart, & Chia, 2001; Johansson 2010).
- <sup>2</sup> Håller du med om följande påståenden – Dagstidningar ska kunna vägra att ta in annonser från partier vars politik avviker från tidningens politiska linje  
Håller du med om följande påståenden – Det är rimligt att dagstidningar ger rabatter på annonser från partier som står tidningen politiskt nära  
Håller du med om följande påståenden – Dagstidningar bör alltid ta in annonser från alla politiska partier så länge annonserna inte bryter mot lagen  
Håller du med om följande påståenden – Dagstidningar bör vägra att ta in annonser från partier vars värderingar är odemokratiska
- <sup>3</sup> Vad som också stärker uppfattningen att det rör sig om relativt svåra frågor är att åsiktskonsistensen mellan frågorna i vissa avseenden är problematisk. 12 procent uppger till exempel både att de tycker att tidningar bör få välja bort annonser från partier samtidigt som de uppger att alla partier bör få annonsera om inte annonsen strider mot lagen. När åsikten att alla ska få annonsera jämförs med påståendet att tidningar bör få stänga ute odemokratiska partiers annonser instämmer så många som 41 procent i påståendet. Även om det givetvis även här förekommer att människors åsikter inte är konsistenta, handlar det säkert också om att de svarande uppfattat det som att odemokratiska partiers annonser bryter mot lagen.

## Referenser

- Andersson, Å; Andersson, D. & Holmberg, H.(2010): *Öresundsregionens framtid. En ungdomsgenerations värderingar*. Sydsvenska Industri- och Handelskammaren
- Andersson-Odén, T. & Johansson, B. (2011): *Partipropaganda i pressen. Politisk annonsering i svensk dagspress*. (kommande).
- Asp, K. (2007a): *Rättvisa nyhetsmedier*. Göteborgs universitet: JMG.
- Asp, K. (2007b): "Partisimpatier". I Asp, K. (red): *Den svenska journalistkåren*. Göteborgs universitet: JMG.
- Dalton, R. M.; Beck, P. A. & Huckfeldt, R. (1998): "Partisan cues and the media: Information flows in the 1992 presidential election". *American Political Science Review*, 92, 111-126.
- Djerf-Pierre, M. & Weibull, L. (2001): *Spegla, granska, tolka: aktualitetsjournalistik i svensk radio och TV under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.
- Gunther, A. C. (1992): "Biased press or biased public? Attitudes toward media coverage of social groups". *Public Opinion Quarterly*, 56, 147-167.
- Gunther, A. C.; Christen, C. T.; Liebhart, J. L. & Chia, S. C-Y. (2001): "Congenial public, contrary press and biased estimates of the climate of opinion". *Public Opinion Quarterly*, 65, 295-320.
- Hadenius, S. & Weibull, L. (1991): *Partipressens död*. Stockholm: Svensk informations mediecenter (SIM).
- Hadenius, S.; Seveborg, SO. & Weibull, L.(1970): *Partipress: socialdemokratisk press och presspolitik 1910-1920*. Stockholm: Rabén & Sjoberg.
- Hadenius, S.; Weibull, L. & Wadbring, I. (2008): *Massmedier*. Stockholm: Ekerlids Förlag.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Johansson, B. (2010): "Skönmålning eller svartmålning?" I Nilsson, L. *En region blir till*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Nord, L. (2001): *Vår tids ledare. En studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning*. Stockholm: Carlsson.
- Thurén, T.(1997): *Medier i blåsväder – Den svenska radion och televisionen som samhällsbevarare och samhällskritiker*. Stockholm: Nordstedts förlag.
- Weibull, L. (1982): "Det politiska tidningsvalet". I *Väljare, partiet, massmedia*. Stockholm: Liber.
- Weibull, L. (1991): "Har partipressen försvunnit?" I Holmberg, S. & Weibull, L. (red): *Politiska opinioner*. SOM-institutet: Göteborgs universitet.
- Weibull, L. (1994): "Det politiska tidningsvalet 1993". I Holmberg, S. & Weibull, L. (red): *Vägval*. SOM-institutet: Göteborgs universitet.
- Weibull, L. (2006): "Finns det fortfarande en partipress?" I Holmberg, S. & Weibull, L. (red): *Du stora nya världen*. SOM-institutet: Göteborgs universitet.
- Westerståhl, J. & Janson, CG. (1956): *Politisk press*. Göteborg: Akademiförlaget.