



DMI
DEMOKRATIINSTITUTET

rapport

NR 12 · 1999

En ganska dålig nyhet

- EU-bevakningen i svenska medier inför valet 1999

AV DEBORA JOHANSSON

NR 12

Innehåll

	<i>sidan</i>
<i>Förord</i>	2
<i>1. Inledning</i>	3
<i>2. Från lite till ännu mindre</i>	4
<i>3. Politik som spel och politik i sak</i>	7
<i>4. Bilden av de politiska partierna</i>	9
<i>5. Källor i EU-bevakningen</i>	10
<i>6. Gunstlingar eller hackkycklingar?</i>	12
<i>7. Analys och kommentar</i>	13
<i>8. Noter</i>	15
<i>9. Litteraturlista</i>	15

Rapporten är skriven av Debora Johansson
Demokratiinstitutet · 851 70 Sundsvall
Telefon 060-14 86 25 · e-post lars.nord@mkv.mh.se
Grafisk form · Kristina Brink · Sundsvall
ISRN DMI-FoU--12--SE



Förord

Val till Europaparlamentet har hittills haft en undanskymd roll i Sverige. Det första valet 1995 inträffade mindre än ett år efter den uppslitande folkomröstningen om EU-medlemskapet, och valet 1999 hölls blott nio månader efter de allmänna valen hösten 1998. Vid båda EU-valen blev valdeltagandet betydligt lägre än vid nationella val – en trend som för övrigt råder också i resten av Europa.

I denna rapport granskas medierapporteringen i Sverige kring EU-valet 1999 i några av de allra viktigaste medierna med den största publiken. Förhoppningsvis kan resultatet av undersökningen bilda underlag för en fortsatt diskussion om mediernas demokratiska roll och ansvar.

LARS NORD

föreståndare

Demokratiinstitutet

Om författaren

Debora Johansson är fil kand i kommunikationsvetenskap och har sedan 1998 arbetat som forskningsassistent vid Demokratiinstitutet i Sundsvall

1. Inledning

Den 13 juni 1999 valde svenska folket för andra gången representanter till EU-parlamentet. Valdeltagandet var några procentenheter lägre än för tre år sedan; 38,8 procent jämfört med 41,6 procent vid valet 1995. Majoriteten av svenskarna valde alltså än en gång att inte gå och rösta vid detta val.


Moderaterna fick i valet 1999 20,7 procent av rösterna och fem mandat i Europaparlamentet, centerpartiet fick 6,0 procent och ett mandat, folkpartiet 13,9 procent och tre mandat, kristdemokraterna 7,6 procent och två mandat, socialdemokraterna 26,0 procent och sex mandat, vänsterpartiet 15,8 procent och tre mandat samt miljöpartiet 9,5 procent och två mandat¹.

Gemensamt för alla EU-länder är att val till Europaparlamentet erfarenhetsmässigt engagerar såväl medborgare som massmedier i mindre utsträckning än de nationella valen (Siune 1991). Detta faktum skulle möjligen i Sverige, som är relativt ny medlem, kunna förklaras med att varken massmedier eller medborgare är särskilt förtrogna med EU-frågor ännu. Men hur förklarar man då lågt valdeltagande även i de länder som varit med från start?

Europaparlamentets under många år begränsade inflytande i den politiska beslutsprocessen i EU (det så kallade demokratiska underskottet) och det faktum att de politiska partierna i de olika medlemsländerna i allmänhet lägger betydligt mindre kampanjmedel på valrörelsen på Europainivå är två anledningar till det låga intresset för valen. Dessutom får EU-frågor vanligen litet utrymme i den offentliga debatten. Detta kan delvis hänga ihop med den invanda nyhetsrapporteringen och journalistkårens yrkesvanor. Även den politiska journalistiken kan i dagens mediekonkurrens sägas påverkas av kommersiella bedömningar kring publikförväntningar och nyhetsvärdering (Hvitfelt 1996). En ny politisk nivå, därtill med en tämligen komplex struktur, torde inte ha särskilt lätt att få genomslag under sådana massmedia förutsättningar. Till detta kan tillfogas att många olika språk och tekniska hinder också försvårar en gemensam nyhetsrapportering i de europeiska länderna (Petersson m fl 1999).

I en undersökning efter EU-parlamentsvalet 1995 sade sig medborgarna i Sverige ha inhämtat information om EU och medlemskapet främst från Kanal 1 och TV2, morgontidningen och Sveriges Radio. Av dessa medie hade respondenterna störst förtroende för Kanal 1 och TV2 (Sjöberg 1997). Massmedierna förefaller alltså, liksom i nationella val, att spela en väsentlig roll i valkampen. Sannolikt är denna massmediala roll därtill större på den internationella politiska nivån, där färre medborgare rimligen har egen erfarenhet av EU-politik eller bär på starkt profilerade politiska värderingar i EU-frågor.

I den svenska mediebevakningen inför EU-valet 1995 stod sakfrågorna tillbaka för information om själva valproceduren och rapporter om hur ointresserad allmänheten tycktes vara av att delta i valet. Dessutom fokuserade medierna mer på partiledarna än kandidaterna till parlamentet (Nord 1995). Debatten inför Sveriges andra EU-parlamentsval 1999 handlade i stället mer om EU än om inrikespolitik och mer om vad de olika kandidaterna ville göra i EU än, som vid förra valet,



frågan om Sverige ska gå ur unionen. Många valde också att personrösta; av Sveriges 22 ledamöter blev 14 invalda på personröster. Folkpartiets nya EU-kandidat Marit Paulsen blev valrörelsens hetaste namn. Sannolikt främst tack vare henne flerdubblades folkpartiets röstetal jämfört med 1995. Även kristdemokraterna valde ett förstanamn som inte tidigare varit partimedlem, Anders Wijkman.

Efter parlamentsvalet 1995 gjorde Media Monitor en undersökning av EU-valbevakningen hos de svenska medier som har störst publik. Föreliggande rapport är en uppföljning av denna i syfte att jämföra EU-bevakningen i publikt ledande svenska medier vid de båda valen 1995 och 1999. Undersökta medier är därför också denna gång nyhetsprogrammen i Sveriges Television, Rapport 19.30 och Aktuellt 21.00, samt Nyheterna 22.00 i TV4. Dessutom ingår kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen i studien.

Skälet till att fortsätta granska just dessa medier är, förutom möjligheten till jämförelse över tid, att alla dessa nyhetsprogram och tidningar når en verkligt stor publik, och inte bara en mindre grupp med särskilt intresse för frågan som knappast är representativ för hela valmanskåren. Att nationellt viktiga medier spelar en roll för väljarnas bild av en politisk kampanj är uppenbart, även om denna mer torde gälla väljarnas verklighetsbild än deras konkreta valhandling (Asp 1986). En studie av de publikt största medierna är därför logisk vid en analys av den politiska opinionsbildningsprocessen, och i enlighet med tidigare inriktning hos Media Monitors granskningar.

De tre TV-programmen och de båda kvällstidningarna har granskats under fyra veckor före EU-valet, från den 17 maj till och med den 13 juni 1999. De presenterade resultaten gäller enbart den granskade tidsperioden, och gör varken anspråk på att berätta om hur dessa medier under andra tider rapporterat om EU eller säger något om hur helt andra medier rapporterat om EU-valet under valrörelsens senare skede.

Det material som granskats är artiklar eller inslag som tar upp EU och EU-valet, frågor relaterade till EU eller EU-valet samt personer med koppling till EU eller EU-valet. EU-prägeln kan ha varit påfallande, till och med uttryckt i tillspetsad rubrik eller påannons, eller blott förekommande i ett citat inne i artikel eller inslag med annan ingång. I tidningarna har alla avdelningar, förutom sport, nöje och bilagor granskats. Såväl artikeltext som redigeringsytor i form av rubrik, bild och bildtext ingår. Detta gäller även nyhetsgrafik, tabeller och vinjetter. Påannonser och avannonser i TV har kodats som del av inslag.

2. Från lite till ännu mindre

Jämfört med resultat från Media Monitor 1995 har både TV-nyheterna och de båda kvällstidningarna ägnat EU-valet mindre utrymme inför årets val. Rapport har sänt 30 procent färre inslag än 1995, Aktuellt liksom TV4 Nyheterna har båda sänt cirka 20 procent färre inslag än vid mätningen 1995. Aftonbladet och Expressen har ägnat EU-valet cirka 30 procent mindre utrymme jämfört med 1995 (tabell 1). Jämförelsen mellan kvällstidningarna visar att Aftonbladet har mer material än

Expressen vid båda undersökningsperioderna, men att utrymmet i båda tidningarna minskade 1999 jämfört med tidigare val.

Anledningen till att kvällstidningarna ägnat EU-valet mindre utrymme denna gång är svår att förklara. Möjligen har andra, mer dramatiska och/eller löpsedelsmässiga, nyheter prioriterats högre och fått mer utrymme. Några exempel är polis-morden i Malexander, kriget och freden i forna Jugoslavien och Sveriges deltagande och seger i Schlager-EM. Kvällstidningarna styrs av vinstdrivande företag, och för att sälja bra krävs rapportering om händelser och företeelser som läsarna väljer att betala tio kronor för att ta del av. Kvällstidningarna har inte heller samma redovisningsplikt som morgontidningarna.

Tabell 1. EU-bevakningen i kvällstidningarna

Media Monitor 1995		
Aftonbladet	66 482 cm ²	217 st artiklar
Expressen	45 103 cm ²	175 st artiklar

Media Monitor 1999		
Aftonbladet	45 453 cm ²	168 st artiklar
Expressen	31 909 cm ²	119 st artiklar

17 May-13 Jun
256 *10 May-20 Jun (12 weeks)*
199

Vid en studie av artikelplaceringen finner man att de båda kvällstidningarna haft en EU-valsrelaterad nyhet som förstasidesartikel endast en gång var under de fyra undersökta veckorna. Det skulle kunna stödja tesen om det minskade utrymmet för EU-valet; EU är helt enkelt väldigt sällan nyhetsmässigt. Eller som en journalist säger i Göran Palms undersökning av journalister och EU-journalistik:

– EU är som en okänd kropp i ett mörkt rum som vi försöker ge en bild av. Sådant är svårt att göra nyheter av och är knappast något man kan ha på löpsedeln (Palm 1996).

Nyhetsjournalistikforskningen visar också på ett tämligen stabilt och förutsägbart mönster hos de händelser och förhållanden i verkligheten som har störst sannolikhet att uppmärksammas av medierna och journalisterna och tas upp som nyheter. Det rör sig bland annat om stora och dramatiska händelser, närhet i tid, rum och kultur samt avvikelser från gängse mönster (Hvitfelt 1985 och 1989).

Tabell 2. Placering av EU-material i kvällstidningarna

	Förstasidesartikel	Insidesartikel med kort förstasidestext	Insidesartikel
Aftonbladet	1	31	136
Expressen	1	9	109

EU är ett mycket komplext projekt som svårligen låter sig fångas i den gängse nyhetsjournalistiska dramaturgin. EU-samarbetet innehåller ett otal sakområden, det är rörligt och föränderligt. Komplexiteten gör det svårt att visa fram en tydlig och tillräckligt sammansatt nyhetsbild av EU. De svenska medierna har dock

genom skilda grepp försökt belysa delar av EU inför parlamentsvalet. Till exempel ville Aftonbladet att deras läsare "skulle vara de bäst insatta" innan valet, och satsade på information om parlamentet, beslutsgång, ledamöter, kandidater, lagar och olika fördrag. Även i Expressen gjordes en del "upplysningsartiklar" ännu en gång. Denna strävan efter "public journalism" – en journalistik i läsarnas tjänst – fyller en viktig funktion, eftersom många svenskar uppger att de inte vet tillräckligt om EU för att kunna rösta till parlamentet. Ändå kan inte dessa försök till upplysning förändra helhetsintrycket att EU-valet var en fråga som prioriterades tämligen lågt av dessa redaktioner, och uppenbarligen lägre än vid valet 1995.

Även i TV-nyheterna har det varit mindre utrymme om EU-valet vid det andra val tillfället. Även här kan naturligtvis en av förklaringarna vara att andra händelser och förhållanden värderats som mer nyhetsmässiga. TV-nyheterna är också mer begränsade i utrymme än pressen. Ofta används dessutom bilder från amerikanska mediebolag, vilket påverkar valet av vilka nyheter som hamnar på dagordningen.

Rapport avviker dock från den generella minskningen av EU-valsrelaterade inslag. Nästan lika mycket tid har ägnats åt EU-valsinslag 1999 som 1995. Däremot har Rapport sänt drygt 30 procent färre inslag; de som sänts i år har alltså varit längre än inför Sveriges första EU-parlamentsval. Aktuellt och TV4 Nyheterna har nästan halverat programmets utrymme för EU-valsinslag, och i båda programmen har antalet inslag minskat med cirka 20 procent.

Tabell 3. EU-bevakningen i TV:s nyhetsprogram

Media Monitor 1995			
Rapport	1 tim 55 min	51 st inslag	
Aktuellt	2 tim 16 min	35 st inslag	
TV4 Nyheterna	53 min	27 st inslag	
Media Monitor 1999			
	<i>17 maj - 13 juni</i>		
Rapport	1 tim 42 min	35 st inslag	<i>43 inslag, 56 min</i>
Aktuellt	1 tim 24 min	29 st inslag	<i>50 inslag, 44 min</i>
TV4 Nyheterna	25 min	21 inslag	<i>23 inslag, 44 min</i>

Men alltför stor vikt bör ej fästas vid att TV-nyheterna har haft färre inslag om EU-valet än vid undersökningen 1995. Både Sveriges Television och TV4 har haft betydande mängder specialprogram inför valet. Sveriges Television har haft hela dryga 20 timmar specialprogram under de fyra undersökta veckorna och TV4 har haft tre och en halv timma.

Tabell 4. Specialprogram om EU-valet i TV 1999

TV2	15 tim 33 min	12 st inslag
TV1	4 tim 30 min	6 st inslag
TV4	3 tim 30 min	5 st inslag

Sveriges Television har haft specialprogram där partiledarna ställts till svars om vad deras partier vill i EU. Varje partis två toppkandidater har fått en timma i SVT för



att besvara vilka frågor just de vill driva i EU. Dessutom har Utbildningsradion haft specialprogram inför EU-valet, liksom Reportrarna och Rapport. TV4:s Lennart Ekdahl har lett fyrans Europakväll å fyra halvtimmar under veckan före valet. Dessutom hade både SVT och TV4 valvaka på kvällen den 13 juni.

3. Politik som spel och politik i sak

Vanligaste frågor, det vill säga frågor som förekommer två eller fler gånger, är framförallt spelinriktade; 47 procent av alla frågor som tagits upp är spelfrågor (handlar till exempel om opinioner, valdebatt och maktkamp), 42 procent är sakfrågor och 11 procent är personrelaterade frågor. Aktuellt och TV4 hade procentuellt sett flest spelinriktade frågor, 62 procent och 67 procent, vilket är närmare dubbelt så många spel- som sakinriktade². Rapport hade drygt tio procent mer spel- än sakfrågor. Dessutom hade Rapport procentuellt sett flest personrelaterade frågor. Aftonbladet och Expressen hade procentuellt sett nästan lika många spel- som sakinriktade frågor³, samt även en del personinriktade frågor.

Tabell 5. Innehållet i EU-nyheterna

Expressen		Aftonbladet	
Valdeltagandet	8	Valdeltagandet	13
Valkampanjen	10	Valkampanjen	9
Opinionsmätningar	6	Opinionsmätningar	5
Partiernas strategier	5	Partiernas strategier	10
Valdebatten	12	Valdebatten	20
Massmedias roll		Massmedias roll	2
Personvalet	6	Personvalet	10
VALET	2	VALET	4
EMU	7	EMU	9
Sysselsättning/arbetslöshet	4	Sysselsättning/arbetslöshet	6
Jordbruk	1	Jordbruk	2
Försvars-, säkerhets-, bistånds- och utrikespolitik	20	Försvars-, säkerhets-, bistånds- och utrikespolitik	23
EU-kommissionen	1	EU-kommissionen	6
EU-parlamentet	3	EU-parlamentet	12
Övriga EU-institutioner		Övriga EU-institutioner	4
Överstatlighet	3	Överstatlighet	3
Korruption, maktmissbruk	2	Korruption, maktmissbruk	3
Mat	6	Mat	4
Personporträtt	9	Personporträtt	7
Karaktärsfrågor, -egenskaper	1	Karaktärsfrågor, -egenskaper	4
Personstrider	2	Personstrider	3
Icke-politisk kontext	4	Icke-politisk kontext	2

	Rapport	Aktuellt	TV4
Valdeltagandet	6	5	1
Valkampanjen	1	7	5
Opinionsmätningar	2	4	6
Partiernas strategier			
Valdebatten		1	
Massmedias roll			
Personvalet	3	1	1
VALET	3		1
EMU	1	1	1
Sysselsättning/arbetslöshet	1		2
Jordbruk	1		
Försvars-, säkerhets-, bistånds- och utrikespolitik	3	8	2
EU-kommissionen			
EU-parlamentet		1	1
Övriga EU-institutioner			
Överstatlighet			
Korruption, maktmissbruk	3	1	1
Mat	3		
Personporträtt	6		
Karaktärsfrågor, -egenskaper			
Personstrider	2		
Icke-politisk kontext			

Den vanligast förekommande EU-relaterade frågan i Aftonbladet, Expressen och Aktuellt var försvars-, säkerhets-, bistånds- och utrikespolitik. Dessa artiklar och inslag har behandlat EU i relation till kriget och freden i Kosovo, samt även miljöpartiet och vänsterpartiets utspel om försvarsunionen WEU inför toppmötet i Köln.

Rapports EU-relaterade inslag handlade mest om valdeltagandet eller så var de personporträtt av kandidaterna till EU-parlamentet. Inslagen om valdeltagandet handlade bland annat om Göran Perssons uttalande om att man kanske ska överväga att slopa valen till EU-parlamentet, då så få medborgare är intresserade av att rösta. Intressant att notera är att Rapport valt personifiering i så hög utsträckning. Intervjuer gör sig bra i TV-mediet, men samtidigt är det ett tämligen enkelt grepp för att täcka upp bevakningen inför EU-valet. Av de undersökta inslagen i TV4 handlade flest om opinionsmätningar inför valet. Även här valde man alltså en tekniskt enkel och dessutom "grund" bevakning.

Andra frågor som tagits upp ofta i de olika medierna behandlade valdebatten (Aftonbladet och Expressen), valkampanjen (Aftonbladet, Expressen, Aktuellt och TV4), personvalet samt korruption och maktmissbruk (Aftonbladet, Expressen och Rapport). Personval är en tämligen ny företeelse i Sverige, varför flera medier haft informerande inslag om dess för- och nackdelar. Pauline Green och Pierre Schori

skrev i maj en gemensam debattartikel i Svenska Dagbladet där de lovade att arbeta för att rensa upp bland politikerförmånerna inom EU. Samma dag avslöjades att de båda umyrtjat skattebetalarnas pengar till bland annat privata resor, vilket föranledde skrivelser om korruption och maktmissbruk.

Även frågor som rör mat har förekommit ofta i nyhetsrapporteringen, bland annat till följd av den belgiska dioxinskandalen. EMU har varit en vanlig fråga framförallt i kvällstidningarna. Nyheter relaterade till partiernas strategier har varit vanligt förekommande i Aftonbladet. Kvällstidningarna samt TV4 har vid ett flertal tillfällen rapporterat om sysselsättning och arbetslöshet i samband med slopandet av taxfree-handel mellan länderna inom EU.

4. Bilden av de politiska partierna

Socialdemokraterna har förekommit flest gånger i de undersökta medierna de sista fyra veckorna före valet. Procentuellt sett har regeringspartiet förekommit allra mest i Aktuellt (56 procent) och Rapport (43 procent).

Folkpartiet är näst vanligast förekommande parti i tre av fem undersökta medier; TV4 Nyheterna, Expressen och Aftonbladet. I Aktuellt är kristdemokraterna näst vanligast förekommande parti. I Rapport är kristdemokraterna och folkpartiet näst vanligaste partier.

Miljöpartiet är det tredje mest förekommande partiet i Aftonbladet och Expressen. I Aktuellt är centern det tredje mest förekommande partiet, och i TV4 Nyheterna moderaterna (i Rapport förekommer moderaterna, vänsterpartiet, centern och miljöpartiet alla lika frekvent).

Tabell 6. Partiförekomst i medierna

	AB	Exp	Rapport	Aktuellt	TV4
s	29	23	6	10	5
m	10	7	1	1	3
v	7	7	1		1
kd	6	7	2	3	
c	4	5	1	2	
fp	13	14	2	1	4
mp	12	9	1	1	1

Regeringspartiet har, föga överraskande, förekommit mest ofta i alla de undersökta medierna. Även folkpartiet har förekommit ofta. Marit Paulsens kandidatur som EU-ledamot för folkpartiet gav uppenbarligen partiet relativt stor uppmärksamhet. Miljöpartiet har genom olika utspel under valrörelsens sista fyra veckor fått mer uppmärksamhet än till exempel de opinionsmässigt moderaterna.

Hur såg det då ut på ledarsidorna i de båda studerade kvällstidningarna? Vilka partier var mest förekommande på Aftonbladet respektive Expressens ledare de fyra veckorna innan valet? Media Monitor har undersökt förekomsten av de olika politiska partierna på ledarplats. Resultatet visar att socialdemokraterna förekommer mest på både Aftonbladet och Expressens ledarsidor. På Aftonbladets ledarsida

förekommer även moderaterna ofta, liksom vänsterpartiet och miljöpartiet. Ledaren i Expressen har behandlat kristdemokraterna fler gånger än folkpartiet under den undersökta perioden.

Tabell 7. Partierna i opinion och nyheter

	Aftonbladet	
	Ledarsida	Övrig sida
s	10	19
m	6	4
v	5	2
kd	4	2
c	1	3
fp	4	9
mp	5	7

	Expressen	
	Ledarsida	Övrig sida
s	8	15
m		7
v	1	6
kd	4	3
c	2	3
fp	3	9
mp	3	6

Resultaten är föga överraskande. Aftonbladet betecknar sig som oberoende socialdemokratisk, och skriver mest om socialdemokraterna, polemiserar mot moderaterna samt kritiserar den socialdemokratiska regeringens samarbetsparter vänsterpartiet och miljöpartiet på ledarplats. Expressen betecknade sig som oberoende fram till den 8 juni 1999 (då den åter blev liberal) och kritiserar oftast regeringspartiet och dess samarbetsparter. Folkpartiet tas upp färre gånger än kristdemokraterna, och blir även kritiskt granskat. Fortfarande ligger alltså Aftonbladet ganska nära socialdemokraterna och Expressen gör sitt bästa för att leva upp till epitetet "oberoende". Den positionsförändring som äger rum under de sista dagarna av den studerade tidsperioden får inte någon betydelse för detta slutomdöme.

5. Källor i EU-bevakningen

De källor som förekommit mest i medierna inför EU-valet, varierar något mellan de undersökta enheterna. Genomgående för alla undersökta medier är att partiledare och kandidater till EU-valet oftast förekommer som källor i artiklar och inslag. Organisationsföreträdare och experter används betydligt mer sällan som källor. Däremot använder Aftonbladet en av sina egna journalister som intervjuad källa i ett antal artiklar. Dessa artiklar handlade om Aftonbladets utfrågning av EU-kandidater på nätet och den journalist som intervjuades var Lena Mellin. Även Rapport och Aktuellt använder egna journalister som källor för "kommentarer" av inslag. Oftast är det Erik Fichtelius i Aktuellt och K G Bergström i Rapport.

Tabell 8. Källor i EU-nyheterna

Aftonbladet

6	Marit Paulsen (fp)
5	Pierre Schori (s)
4	Anders Wijkman (kd)
3	Staffan Burenstam-Linder (m)
3	Gudrun Schyman (v)
3	Lotta Nilsson Hedström (mp)
4	Lena Mellin (AB)

Expressen

4	Marit Paulsen (fp)
4	Jonas Sjöstedt (v)
3	Carl Bildt (m)
5	Göran Persson (s)
3	Birger Schlaug (mp)

Rapport

3	Marit Paulsen (fp)
3	Per Gahrton (mp)
3	Alf Svensson (kd)
3	Göran Persson (s)

Aktuellt

2	Marit Paulsen (fp)
2	Pierre Schori (s)
2	Görel Thurdin (c)
2	Anders Wijkman (kd)
2	Per Gahrton (mp)
5	Göran Persson (s)
3	Gudrun Schyman (v)

Nyheterna TV4

2	Marit Paulsen (fp)
2	Carl Bildt (m)
4	Göran Persson (s)

Marit Paulsen och Göran Persson har förekommit oftast i såväl pressen som TV-nyheterna. Paulsen var en av de opinionsbildare som betydde mycket för att Sverige sa ja till EU i folkomröstningen 1994. Hon är en engagerad EU-förespråka-

re som är väl insatt i många av de sakfrågor som parlamentet behandlar. Även kristdemokraternas Anders Wijkman förekom ofta i flertalet av medierna. Han har ett förflutet som toppolitiker inom moderaterna och är internationellt engagerad. Dessa två, i varsitt nytt parti inför valet, föranledde många kommentar om att personen blivit viktigare än partiet och att vi nu såg ett kändisarnas val. Undersökningar i samband med riksdagsvalet 1998 visar också att vänsterpartiets och kristdemokraternas framgångar sannolikt har en förklaring i den popularitet Gudrun Schyman och Alf Svensson åtnjuter och att deras personlighet kan ha betytt lika mycket för opinionsframgången som respektive partis politik (Hvitfelt – Nord 1999).

6. Gunstlingar eller hackkycklingar?

De personer som omnämns oftast i tidningarna och TV-nyheterna, har de omnämns på ett negativt eller positivt sätt? Eller har en värderande rapportering alls förekommit? Mediernas uppdrag har senast formulerats av pressutredningen - 94 som tre uppgifter som är särskilt angelägna för den fria åsiktsbildningen; ..."uppgiften att förse medborgarna med sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor, uppgiften att granska de inflytelserika i samhället och uppgiften att låta olika åsikter komma till tals (SOU 1995:37)." För att medborgarna fritt och självständigt ska kunna ta ställning i samhällsfrågor, krävs en icke-värderande nyhetsrapportering i medierna. Media Monitors undersökning visar dock att en värderande rapportering förekommer ganska ofta, och att den i dessa fall betydligt oftare innehåller kritik än beröm av den omtalade politikern.

Tabell 9. Mediebilderna av politiker i EU-valet

Aftonbladet		Negativ	Positiv	Neutral
11	Marit Paulsen	7	3	1
6	Pierre Schori	2	1	3
3	Görel Thurdin	1		2
4	Anders Wijkman	3		1
4	Per Gahrton	3		1
4	Jonas Sjöstedt	2		2
8	Staffan Burenstam-Linder	5	1	2
9	Carl Bildt	3		6
19	Göran Persson	4	3	12
8	Gudrun Schyman	8		
6	Birger Schlaug	6		
4	Anna Lindh	2		2
3	Thage G Peterson	1		2
3	Romano Prodi	2	1	

Tabell 9 fortsätter på nästa sida

Expressen		Negativ	Positiv	Neutral
6	Marit Paulsen	1	1	4
3	Pierre Schori	2		1
3	Görel Thurdin	1		2
4	Anders Wijkman	1	2	1
6	Per Gahrton	3		3
4	Carl Bildt	3		1
16	Göran Persson	10	1	5
5	Birger Schlaug	3		2
3	Martti Ahtisaari		2	1
Rapport				
2	Marit Paulsen	1		1
2	Göran Persson	1		1
Aktuellt				
2	Marit Paulsen		1	1
2	Maj-Lis Lööv	1		1
Nyheterna TV4				
3	Marit Paulsen		3	

Göran Persson är vanligast omnämnd i de undersökta medierna. Aftonbladet har rapporterat neutralt om Persson, medan Expressen skrivit mer negativt om statsministern. Näst vanligast omnämnd är Marit Paulsen, som omnämns på både ett positivt och ett negativt sätt ungefär lika ofta. Expressen har rapporterat på ett neutralt sätt om Paulsen, och Aftonbladet på ett negativt sätt. Gudrun Schyman har framförallt omnämns i Aftonbladet och då på ett negativt sätt. Även miljöpartiets företrädare Birger Schlaug har mest omnämns negativt, liksom partikamraten Per Gahrton. Gahrton har dock fått en mer balanserad omnämning i Expressen än i Aftonbladet.

7. Analys och kommentar

De undersökta medierna har ägnat valet till EU-parlamentet 1999 mindre tid och kvadratcentimetrar än vad de gjorde 1995. I TV har man dock satsat stort på specialprogram. Men i kvällstidningarna har det inte varit några specialbilagor eller dylikt inför valet.

De EU-valsrelaterade frågor som förekommit mest i den mediala debatten har varit spelinriktade. Men även sakinriktade frågor har fått mycket utrymme.

I de allmänna nyheterna har socialdemokraterna, folkpartiet och kristdemokraterna förekommit oftast av de politiska partierna. På ledarplats har socialdemokraterna förekommit oftast. Övriga partier, utom centern, har också förekommit förhållandevis ofta i kvällspressens ledarartiklar.

Partiledare och kandidater till parlamentet har varit vanligast förekommande källor i nyheterna.

De undersökta medierna har bedrivit en värderande rapportering om de personer som omnämnts i EU-relaterade nyhetsinslag. Persson, Schyman, Schlaug och Gahrton är de som oftast framställts på ett negativt sätt i medierna. Marit Paulsen har omnämnts neutralt i Expressen och negativt i Aftonbladet.

for simplistic
to conclude

Undersökningen visar att TV, och framförallt då public service-televisionen, har avsatt ganska mycket tid till specialprogram inför EU-parlamentsvalet. Men i kvällstidningarna och i nyhetsprogrammen i TV har mindre utrymme ägnats valet i år än för fyra år sedan.

De medborgare som är intresserade av EU har inför årets val kunnat få extra mycket information genom att se något av de specialprogram som sänds i TV. De ointresserade har – så kan möjligen saken uttryckas – "sluppit" en massiv rapportering i TV:s nyhetsprogram och i kvällspressen.

Konsekvensen av detta är emellertid sannolikt en sämre allmän och folklig debatt inför valet till EU-parlamentet. Om EU-frågan får svårt att hävda sig i de nyhetskanaler som spelar störst roll för allmänhetens samhällsinformation, är det också rimligt att tro att denna fråga har svårt att engagera andra än de redan särskilt intresserade.

det ha v.
int kunnat
beräkna

En något tillspetsad fråga, som ändå förtjänar att ställas i detta sammanhang, rör också massmediernas roll i demokratin. Är det rimligt att nyhetsbevakningen av en valrörelse är så blygsam i omfattning bland ledande nationella massmedier som var fallet denna gång? Var går gränsen för massmediernas demokratiska ansvar och hur ska detta ansvar vägas mot de krav på säljande nyheter – eller "politik som såpa" – som ett allt mer kommersialiserat mediesystem reser?

Denna undersökning kan inte hävda att det var massmediernas "fel" att valdeltagandet i EU-valet blev så lågt. Därtill fordras ytterligare kunskaper om väljarbeteendet och medborgarnas syn på EU. Så här långt kan emellertid inte uteslutas att den ringa EU-bevakningen i ledande nyhetsmedier bidrag till lågt engagemang och omfattande röstskolk.

Den ökade satsningen på specialprogram i Sveriges Television och TV 4 – liksom den omfattande EU-bevakningen i de stora morgontidningarna – synes här inte ha haft någon mobiliserande verkan bland de potentiella väljarna. Snarare bekräftar denna utveckling att Sverige är på väg att bli allt mer lik resten av världen, där de informationsstarka har sina egna kvalificerade nyhetskällor medan bredare grupper i samhället mer uppskattar – och har möjlighet att ta del av – ett "lättare" medieinnehåll.

Det finns därför skäl att uppmana till fortsatt debatt i frågan om massmediernas demokratiska roll i framtiden i tider då ekonomiska snarare än politiska villkor sätter sin prägel på nyhetsvärderingen i ett allt mer konkurrensutsatt medielandskap där traditionella begrepp som partipress och public service förlorat mycket av sin ursprungliga betydelse.

8. Noter

- ¹ Valet 1995 fick moderaterna 23,2 procent och fem mandat, centern 7,2 procent och två mandat, folkpartiet 4,8 procent och ett mandat, kristdemokraterna 3,9 procent och inget mandat, socialdemokraterna 28,1 procent och sju mandat, vänsterpartiet 12,9 procent och tre mandat samt miljöpartiet 17,2 procent och fyra mandat.
- ² Aktuellt hade 38 procent sakinriktade frågor och TV4 33 procent.
- ³ Aftonbladet hade 45 procent spelinriktade frågor och 45 procent sakinriktade frågor.
Expressen hade 44 procent spelinriktade frågor och 43 procent sakinriktade.
Rapport hade 43 procent spelinriktade frågor och 34 procent sakinriktade.

9. Litteraturlista

Asp, Kent

Mäktiga massmedier

Akademilitteratur Stockholm, 1986

Hvitfelt, Håkan

På första sidan

Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, Stockholm 1985

Hvitfelt, Håkan

Nyheter och verkligheten

JMG-rapport, Göteborgs universitet 1989

Hvitfelt, Håkan

Skurkar, kapplöpningar och sensationer – om marknadsstyrd journalistik och politisk populism. I

Medierna i samhället I går I dag I morgon. Red. U Carlsson

Nordicom, Göteborg 1996

Hvitfelt, Håkan – Nord, Lars

Segrarna i uppstickarnas val. I Ljusnande framtid. Red S Holmberg – L Weibull

SOM-institutet, Göteborg 1999

Nord, Lars

Val utan rörelse

Media Monitor, Stockholm 1995

Petersson, Olof

Von Beyme, Klaus

Karvonen, Lauri

Nedermann, Birgitta

Smith, Eivind

Demokrati på svenskt vis


Demokratirådets rapport 1999

SNS Förlag Stockholm, 1999

Siune, Karen

EF på dagsordenen

Política, Aarhus 1991



Sjöberg, Lennart
Valet till EU-parlamentet 1995
En socialpsykologisk studie
Rapport 172
Styrelsen för psykologiskt försvar
Stockholm 1997

Palm, Göran
Mellan ideal och verklighet
Journalister och EU-journalistik
Rapport 169-3
Styrelsen för psykologiskt försvar
Stockholm 1996

SOU 1995:37
Vårt dagliga blad
– stöd till svensk dagspress

Klicka här!

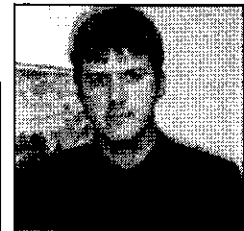
"Mediernas rapportering styr bilden av EU-frågan"

Massmedierna har en central och avgörande demokratisk roll i EU-frågan, vare sig journalister och politiker vill det eller ej. Och med tanke på hur medierna rapporterar om frågan är det inte konstigt att vi fick ett lågt engagemang och deltagande i valet till EU-parlamentet 13 juni.

FÖRFATTARE: Per Söderpalm, Analyschef Observer

Pär Lager, Senioranalytiker Observer

Att massmedierna har en viktig roll i samhället är ingen nyhet. Det finns dock mycket som talar för att massmedierna har en alldeles speciell roll i samband med EU-frågan, vilket ställer stora krav på medierna.



För det första tillhör EU den typ av frågor där massmedierna utgör nära nog den enda kontakten som allmänheten har med frågan. Detta betyder att mediernas rapportering har stor betydelse för allmänhetens inställning. En jämförelse kan göras med ämnet sjukvård. Den frågan har allmänheten egna erfarenheter av. Detta medför att medierna endast är en kanal bland flera där vi får information om frågan.

EU-frågan liknar till sin karaktär EMU-frågan, en fråga som Observer har följt i medierna samt i opinionen under lång tid. Dessa studier visar att det finns ett samband mellan mediernas rapportering av frågan och opinionens inställning. Den stora och positiva rapporteringen kring EMU kring nyår gav till exempel utslag i opinionen med en klar ökning i andelen anhängare till ett svenskt medlemskap i EMU. I februari blev sedan medierapporteringen mer negativ, vilket följdes av klart sjunkande opinionssiffror för ett svenskt medlemskap.

För det andra är Sverige en relativt ny medlem i unionen. Det är troligt att vi behöver mer information och kunskap än medborgare i länder som varit med i både 30 och 40 år. Till detta hör att medierna också har en mycket viktig roll i uppmuntran av ett allmänt samtal om EU-frågan. Det är ofta först när medierna lyfter upp en fråga på dagordningen som samtalen kring fikaborden kan komma igång.

För det tredje har medierna även ett stort ansvar vad gäller vilka nyheter som det rapporteras om. Studier från bland annat USA visar att mycket rapportering om icke sakfrågor medför att medborgarna dels blir ointresserade av frågan, dels håller sig borta från valurnorna. **Forskning i Sverige tillsammans med opinionsundersökningar visar också att allmänheten framförallt är intresserade av just sakfrågor.**

För det fjärde ligger också ett ansvar på medierna vad gäller att ha en balanserad rapportering om de olika personerna och partierna. **När det finns många osäkra väljare samtidigt som kännedomen om kandidaterna är relativt låg är det extra viktigt att medierna har en balanserad bevakning.** Detta då stor och positiv publicitet kring en kandidat kan skapa en "bandwagon-effekt", det vill säga att osäkra väljare rycks med av en positiv publicitet om ett enskilt parti. Vi såg till exempel i valrörelsen 1998 hur Alf Svensson i och med positiva opinionssiffror lyftes fram i medierna, vilket följdes av ytterligare stigande opinionssiffror. Samma effekt såg vi för Marit Paulsen i EU-parlamentsvalet.

Observers mätningar visar att EU-nyheter hade mycket svårt att nå ut som toppnyheter under valrörelsen. När de väl lyftes upp på ettan handlade det framförallt om skandaler eller det politiska spelet i unionen. Fokuseringen på det politiska spelet är säkert en av förklaringarna till det låga valdeltagandet. När sakfrågorna inte kommer upp på agendan är det svårt för väljarna att ta ställning.

Det finns dock medier som skiljer sig från mängden. Dagens Nyheter är ett sånt

Form & Design

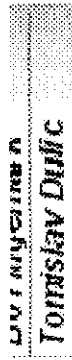
exempel. Tidningen inledde sin EU-bevakning relativt tidigt samtidigt som rapporteringen varit mycket informationstät. Det räcker dock inte med att en stor dagstidning som DN tar EU-frågan på allvar. För att de breda folklagren ska nås av information och ett offentligt samtal ska komma igång krävs att kvälls- och landsortspressen, tv och radio börjar uppmärksamma frågan i större omfattning.

Ansvar för en god rapportering om EU-frågan delas naturligtvis av journalister och politiker/organisationer. Politiker och organisationer måste börja prata om och diskutera EU-frågan samtidigt som redaktionerna måste börja prioritera densamma. Den första, andra och tredje statsmakten måste således ta ett gemensamt ansvar.

Per Söderpalm
Analyschef Observer

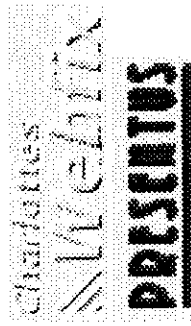
Pär Lager
Senioranalytiker Observer





hör att medierna också har en mycket viktig roll i uppmuntran av ett allmänt samtal om EU-frågan. Det är ofta först när medierna lyfter upp en fråga på dagordningen som samtalen kring fikaborden kan komma igång.

För det tredje har medierna även ett stort ansvar vad gäller vilka nyheter som det rapporteras om. Studier från bland annat USA visar att mycket rapportering om icke sakfrågor medför att medborgarna dels blir ointresserade av frågan, dels håller sig borta från valurnorna. **Forskning i Sverige tillsammans med opinionsundersökningar visar också att allmänheten framförallt är intresserade av just sakfrågor.**



Copyright © 1999
Charlottes Webfix

För det fjärde ligger också ett ansvar på medierna vad gäller att ha en balanserad rapportering om de olika personerna och partierna. När det finns många osäkra väljare samtidigt som kändedomen om kandidaterna är relativt låg är det extra viktigt att medierna har en balanserad bevakning. Detta då stor och positiv publicitet kring en kandidat kan skapa en "bandwagon-effekt", det vill säga att osäkra väljare rycks med av en positiv publicitet om ett enskilt parti. Vi såg till exempel i valrörelsen 1998 hur Alf Svensson i och med positiva opinionssiffror lyftes fram i medierna, vilket följdes av ytterligare stigande opinionssiffror. Samma effekt såg vi för Marit Paulsen i EU-parlamentsvalet.

Observens mätningar visar att EU-nyheter hade mycket svårt att nå ut som toppnyheter under valrörelsen. När de väl lyftes upp på ettan handlade det framförallt om skandaler eller det politiska spelet i unionen. Fokuseringen på det politiska spelet är säkert en av förklaringarna till det låga valdeltagandet. När sakfrågorna inte kommer upp på agendan är det svårt för väljarna att ta ställning.

Det finns dock medier som skiljer sig från mängden. Dagens Nyheter är ett sånt exempel. Tidningen inledde sin EU-bevakning relativt tidigt samtidigt som rapporteringen varit mycket informationstät. Det räcker dock inte med att en stor dagstidning som DN tar EU-frågan på allvar. För att de breda folklagren ska nas av information och ett offentligt samtal ska komma igång krävs att kvälls- och landsortspressen, tv och radio börjar uppmärksamma frågan i större omfattning.

Ansvaret för en god rapportering om EU-frågan delas naturligtvis av journalister och politikerorganisationer. Politiker och organisationer måste börja prata om och diskutera EU-frågan samtidigt som redaktionerna måste börja prioritera densamma. Den första, andra och tredje statsmakten måste således ta ett gemensamt ansvar.

Per Söderpalm
Analyschef Observer

Pär Lager
Senioranalytiker Observer