Mediemätaren

Hur politik diskuteras i media

Maj – augusti 2025

Ulla von Lochow

Därför gör vi Mediemätaren

En pågående analys sedan 2017

Demokrati handlar om att vi lyssnar på varandra

Vi på Verian pratar mycket om att lyssna för att förstå människor. Det är vad demokrati handlar om, det är vad som krävs för att ge kraft till beslut som formar samhället.

Medier, både sociala och redaktionella, har en enorm betydelse för medborgarnas förståelse för den politiska makten. Vad som lyfts och glöms bort, hur partier och händelser vinklas påverkar vad vi röstar på. Och om vi alls röstar.

Guldgruvan för dig som vill förstå

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

I flera decennier har Verian analyserat hur sociala och redaktionella medier påverkar den bild allmänheten får av företag, organisationer, myndigheter och partier. Vi ger förklaringar till hur mediebilden påverkar anseende, tillit och möjligheten att kommunicera i olika frågor. Mediemätaren är ett resultat av den kunskap vi byggt.

Fokus på nyhetsmedia

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

Denna rapport baseras på drygt 124 000 artiklar och eterinslag. Vi analyserar allt som nämner riksdagspartierna eller deras partiledare.

Datainsamlingen för talade medier hjälper All Ears oss med.

Använd och dela gärna innehållet i den här rapporten, dock alltid med hänvisning till källan: Mediemätaren, Verian.

Innehållsförteckning

1. Mediemätaren på två minuter
2. Sakfrågorna som dominerar den politiska debatten i media
3. Partier och partiledare som syns mest i media
4. Mer för den vetgirige

Ett år före valet: Allt kan hända, och allt kan vända

Vad säger medieagendan nu om valet 2026?

I dagarna passerar vi ett år kvar till nästa val. Många vill redan nu sia om vad som blir avgörande – men hur förutsägbart är det egentligen?

Vi backar till ett år innan förra valet.

Sommaren 2021. De sakfrågor som då stod i centrum av den politiska debatten utgjorde en ganska skarp kontrast mot valrörelsen 2022:

- **Pandemin påverkade ännu landet**, sjukvård var det näst största ämnet i den politiska debatten i media.
- **El- och drivmedelspriserna** hade inte börjat stiga till de rekordnivåer vi såg vid årets slut.
- Ännu hade inte **Ryssland** invaderat Ukraina.
- **Inflationschocken**, som spred sig i svensk ekonomi under valåret, märktes fortfarande inte av.
- **Vinden hade just börjat vända för S** efter en regeringskrisande sommar. Stefan Löfven aviserade avgång.

Men visst fanns det redan då ingredienser som präglade 2022 års val, som ett spänt regerings-samarbete och brett missnöje med gängkriminaliteten.

Flera av de faktorer som skulle bli avgörande i valet hade dock fortfarande inte inträffat.

Ergo: Mycket kan hända och vända Inför 2026 gäller samma sak, det är så mycket som inte går att förutse.

Just nu ser vi att klimatfrågan tappat i genomslag, medan utrikespolitiken vuxit. Lag och ordning är fortsatt stort, men kanske inte med samma politiska sprängkraft. Vad som gäller på valdagen återstår att se – om ett år.

	Ett år innan valet 2021 Medieagenda maj-aug	**Valspurten 2022** Medieagenda maj-aug
1.	Lag och ordning	1
2.	Sjukvård	11
3.	Ekonomi	6
4.	Migration och integration	8
5.	Bostäder	21
6.	Miljö och energi	*
7.	Utrikespolitik	2
8.	Utbildning	7
9.	Sysselsättning och arbetsmarknad	10
10.	Näringslivspolitik	13

De tio sakfrågor som dominerade den politiska debatten i dagstidningar, nyhetssajter, radio och tv sommaren 2021. Siffran till höger indikerar vilken ranking dessa frågor hade ett år senare under valrörelsen, sett till vilket medieutrymme ämnet fick.

* Miljö och energi var fram till aug 2022 ett gemensamt ämne. Jämförelser kan därför inte göras rakt av, men generellt kan man konstatera att fokus på Energi ökade kraftigt medan intresset dalade för miljöfrågor generellt.

Mediemätaren på två minuter

maj – augusti 2025

Med blicken mot Gaza

Mediemätaren maj-augusti 2025

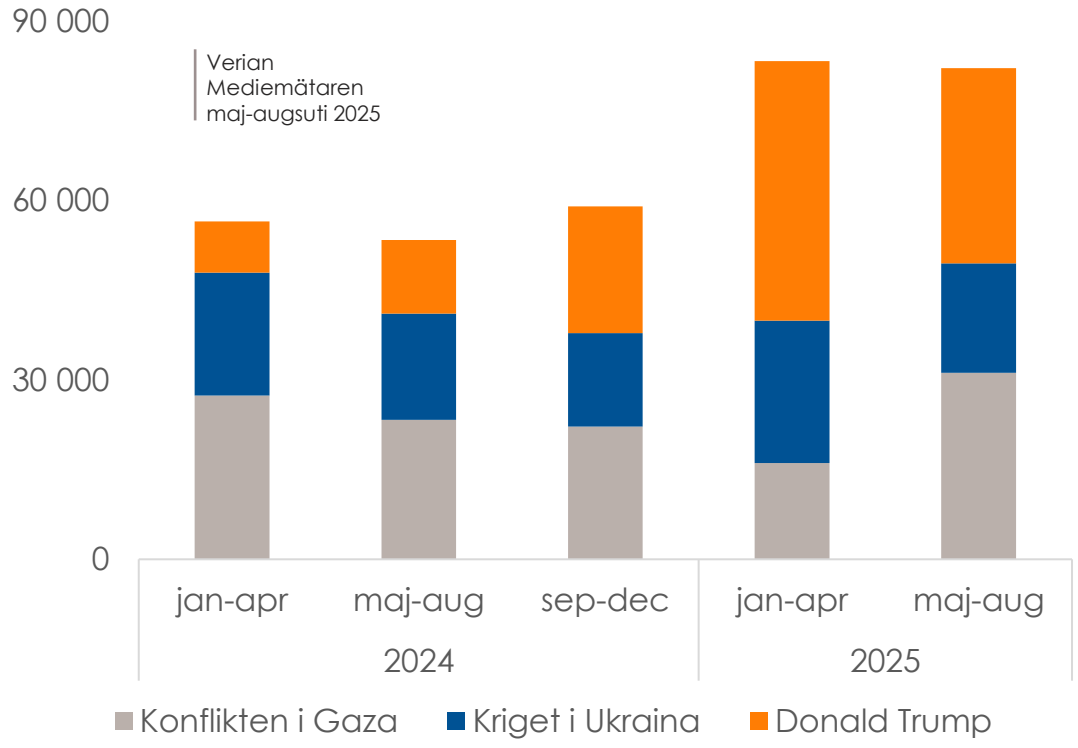
Två nya partiledare, en infekterad debatt kring Israel/Gaza, ett par veckors politiksemester och NU drar vi igång för snart är det val! Så lyder den kortkorta sammanfattningen av Mediemätaren och den politiska debatten i radio, TV, tidningar och nyhetssajter under maj till augusti 2025.

Tre saker tycker vi är särskilt värda att ta med sig:

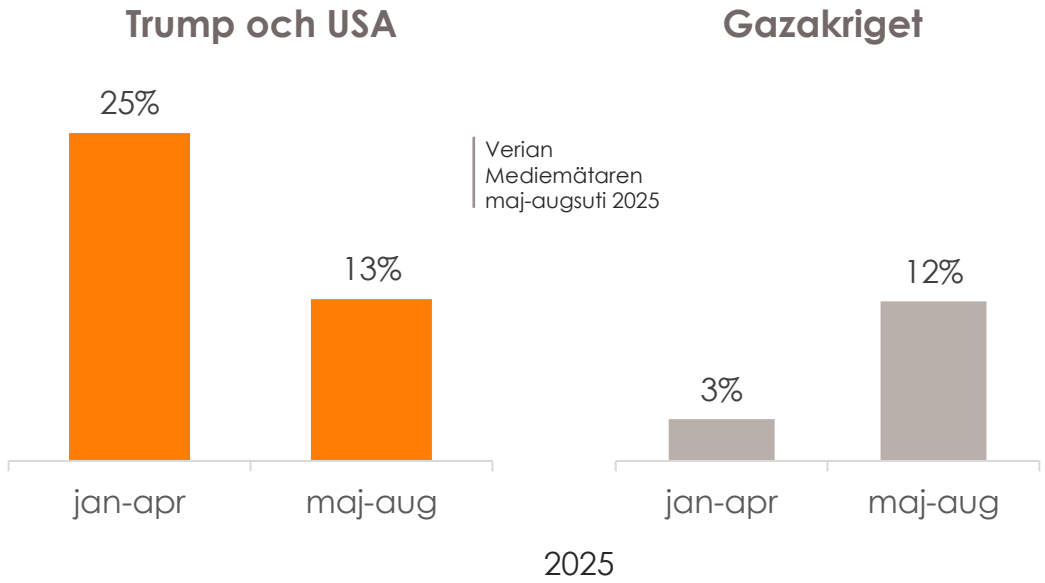
1. ”Aldrig har **utrikespolitik** dominerat den politiska debatten såsom nu”, skrev vi i förra rapporten. Det är än mer sant nu, men fokus har flyttats till Gazakonflikten. V, M och KD står i centrum av en debatt som vi ser också engagerar allmänheten brett under sommaren.
2. C och L får **nya partiledare**. För Anna-Karin Hatt noterar vi en tydlig partiledarbyteeffekt i både mediebild och opinion. För Mohamsson, ingetdera. Däremot ser vi att L-ledaren inte faller ner i medieskugga på samma sätt som C:s ledare. En förutsättning för att bygga en förtroende under det kommande året.
3. **Valrörelsen** drar tydligt igång i slutet av augusti. Under sommaren hamnar ekonomi långt ned på agendan. Med höstbudget och valår gissar vi på en topp-fem- placering i nästa Mediemätare.

Fortsatt stort omvärldsfokus – skifte från Trump till Gaza

I nyhetsfokus: hur ofta stora omvärldshändelser lyfts upp i rubrik och ingress
Antal artiklar och eterinslag i svensk nyhetsmedia



Hur mycket allmänheten pratade om Trump och USA vs kriget i Gaza
Andel av svaren (%)



Fråga: Vilken/vilka samhällsfrågor har du nyligen pratat om med familj, kollegor eller vänner?
Öppen fråga som sedan analyserats och kategoriserats av Verian. Allmänheten 18 – 79 år, slumpmässigt urval i webbpanelen, N = 3805, 1 maj – 31 aug 2025. Se mer om metoden på nästa sida.

Annat än Trump och omvärld smyger sig in i våra samtal

Samhällsfrågor vi pratar om, maj-aug 2025

Samhällsfrågor svenskarna pratar om med familj, kollegor och vänner
Ordmoln

Fråga: Vilken/vilka samhällsfrågor har du nyligen pratat om med familj, kollegor eller vänner?
Öppen fråga. Allmänheten 18 – 79 år, slumpmässigt urval i webbpanelen, N = 4225, maj-aug 2025

Vardagens samtalsämnen i löpande mätningar

Varje vardag, året runt, ställer vi en öppen fråga till allmänheten om vilka samhällsfrågor de diskuterar med familj, kollegor och vänner. Genom att låta människor svara med egna ord fångar vi nyanser och förändringar som annars riskerar att gå förlorade.

Undersökningen ger en inblick i vad som berör människor just nu. För den som arbetar med opinionsbildning är detta ett stöd för att förstå samtiden och utforma insatser som knyter an till det som berör människor just nu. När kommunikationen möter engagemang ökar möjligheten att nå fram, samtidigt som den blir mer lyhörd och långsiktig.

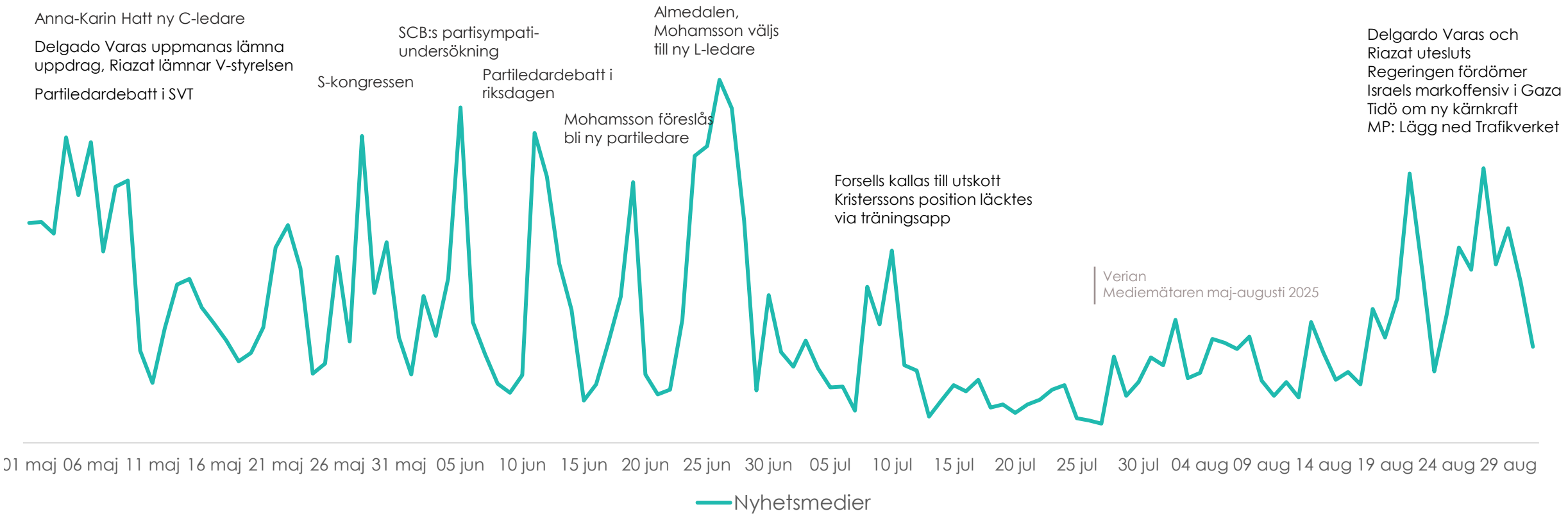
Till vänster visas ett ordmoln med de vanligaste samtalsämnena – en översikt vi delar ungefär var fjärde månad. För den som vill följa utvecklingen mer kontinuerligt finns också möjlighet att ta del av tematiskt sorterade svar, uppdaterade varannan vecka, där trender kan följas över tid.

Vill du veta mer om våra löpande mätningar? Kontaktuppgifter finns längst bak i rapporten.

Partiledarval, utrikesturbulens och så lite semester i politiken

Intressetopparna i den politiska debatten i media

Andel av totala samtalet i nyhetsmedia

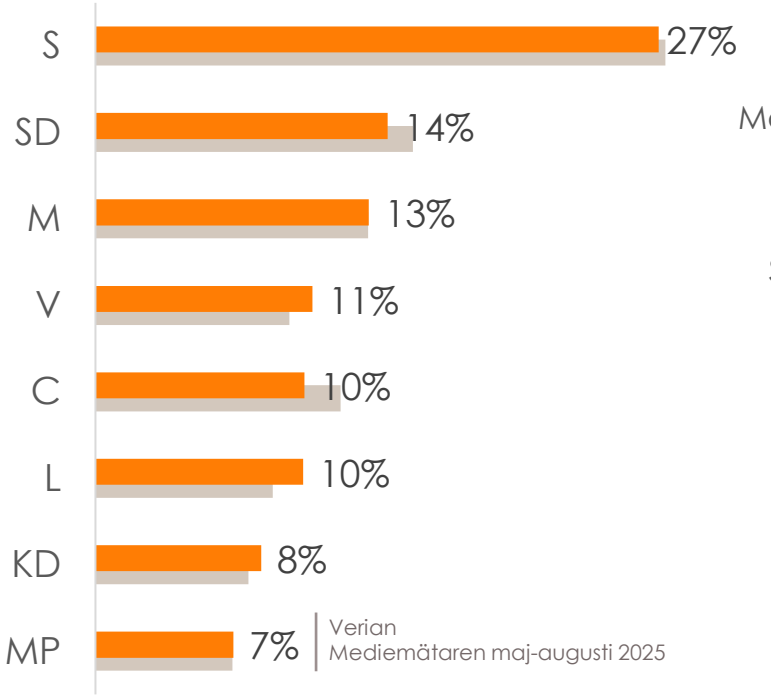


Utrikespolitik dominerar: bråk om Gaza mellan och inom partierna påverkar synlighet

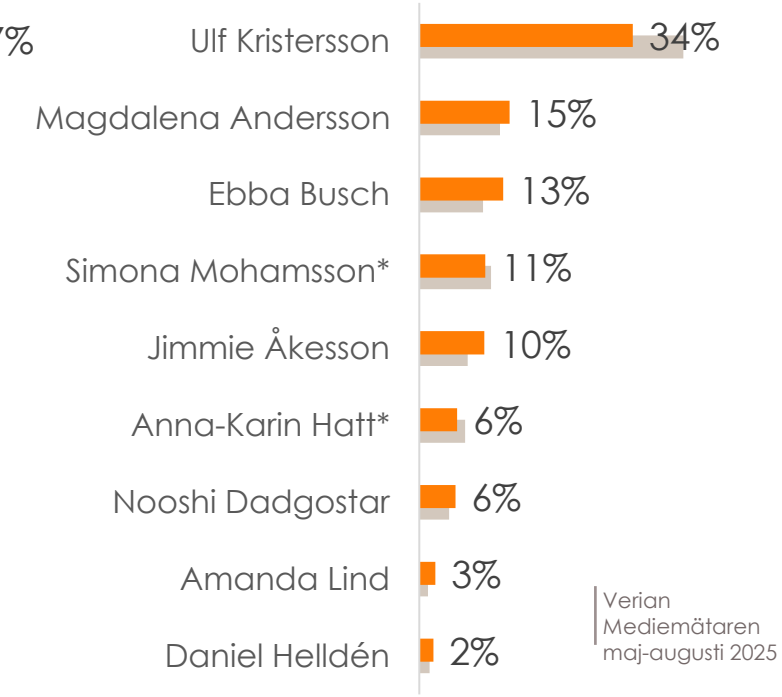
Största frågorna i den politiska debatten

1. Utrikespolitik (1)
2. Lag och ordning (2)
3. Försvar och beredskap (3)
4. Migration och integration (10)
5. Sysselsättning och arbetsmarknad (8)
6. Näringslivspolitik (6)
7. Utbildning (5)
8. Ekonomi (4)
9. Sjukvård (9)
10. EU och EMU (7)

Partiernas synlighet



Partiledarnas synlighet



Mediekanaler: dagstidningar, nyhetssajter, radio och tv.

* Simona Mohamsson och Anna Karin Hatts staplar inkluderar även publicitet för när Johan Pehrson och Muharrem Demirok var partiledare. Grå staplar avser föregående mätperiod (jan-apr).

Sakfrågorna som dominerar den politiska debatten i nyhetsmedia

Lag och ordning faller tillbaka, S pratar sysselsättning

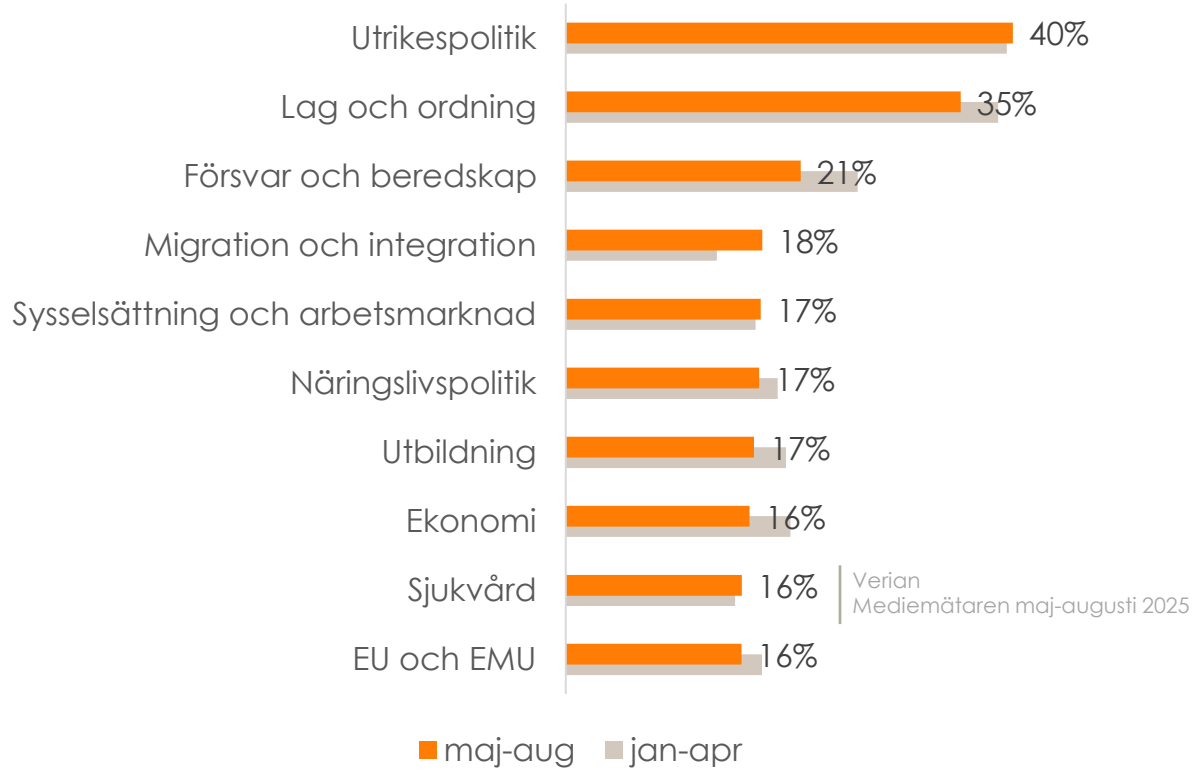
Sakfrågorna som dominerar den politiska debatten i nyhetsmedia

- Aldrig tidigare i våra mätningar har **Utrikespolitik** präglat den politiska debatten i media såsom sommaren 2025. När fokus flyttas från Trump, och den relativa borgfred som inrikespolitiskt rår där, till Gaza – uppstår splittring både mellan och inom partierna.
- **Lag och ordning** faller tillbaka något, men ligger fortfarande på plats två. Förslag om återkallande av medborgarskap, utredning av tigerförbud och politiker misstänkta för brott dominerar nyhetsrubrikerna.
- **Försvar och beredskap** minskar, men är fortsatt tredje störst. Upprustningen av Sverige, och de nationella säkerhetsrådgivarna, står i centrum.
- **Migration och integration** växer från plats tio till fyra. Delvis handlar det om migrationsministerns son, men också Mats Persson avgång, SD:s vitbok och KI:s rapport on invandringens ekonomiska effekter.
- **Sysselsättning och arbetsmarknad** hamnar på plats fem. S pratar arbetslöshet och arbetstidsförkortning. Arbetskraftsinvandring debatteras. Även här syns Mats Perssons avgång.
- **Näringslivspolitik** fortsätter att fokusera på norra Sverige; köpet av Northvolt och LKAB:s satsning i Kiruna
- **Utbildning** tappar något, från plats fem till sju. I början av perioden består rapporteringen nästan bara av referenser till skol- och utbildnings-ministerposten kopplat till L:s partiledarbyte. När Mohamsson tillträtt blir debatten mer sakpolitisk.
- **Ekonomi** tappar till plats åtta. Vårbudget, S-kongress, Trumps tullar och positionering inför höstbudgeten dominerar.
- **Sjukvård,** den ständigt högst rankade politiska sakfrågan i allmänhetens ögon, ligger kvar på plats nio. Händelser på regional nivå syns en del, samt olika utspel från framför allt oppositionen.
- **EU och EMU** hamnar på plats tio. Bland annat uppmärksammas EU:s krav på att journalisten Joakim Medin ska friges, EU:s handelsavtal med USA, relation till Israel samt bråket i parlamentet mellan Alice Teodorescu Måwe och en tjänsteperson från Vänsterpartiet.

Rekordstor dominans för utrikespolitik

Sakfrågor: Hur stor plats tar de största sakfrågorna i den politiska debatten

Största sakfrågorna i den politiska debatten i nyhetsmedia



Verian
Mediemätaren maj-augusti 2025

Mediekanaler: dagstidningar, nyhetssajter, radio och tv

Frågorna som dominerar i olika nyhetsmedier

Nyhetssajter och tidningar

1. Utrikespolitik (2)
2. Lag och ordning (1)
3. Migration och integration (9)
4. Sysselsättning och arbetsmarknad (8)
5. Försvar och beredskap (3)
6. Näringslivspolitik (5)
7. Utbildning (4)
8. EU och EMU (7)
9. Ekonomi (6)
10. Sjukvård (10)

Verian Mediemätaren maj-aug 2025

TV

1. Utrikespolitik (1)
2. Lag och ordning (2)
3. Försvar och beredskap (3)
4. Sjukvård (8)
5. Ekonomi (4)
6. Sysselsättning och arbetsmarknad (7)
7. Migration och integration (10)
8. Näringslivspolitik (6)
9. Utbildning (5)
10. Miljö och hållbarhet (11)

Verian Mediemätaren maj-aug 2025

Radio

1. Utrikespolitik (1)
2. Lag och ordning (2)
3. Försvar och beredskap (3)
4. EU och EMU (5)
5. Näringslivspolitik (7)
6. Ekonomi (4)
7. Utbildning (6)
8. Migration och integration (10)
9. Sjukvård (9)
10. Sysselsättning och arbetsmarknad (8)

Verian Mediemätaren maj-aug 2025

Största sakfrågorna i tidningar och nyhetssajter, tv samt radio. Observera att minst ett parti eller en partiledare måste nämnas för att inlägget ska inkluderas. Föregående mätperiod (jan-apr) inom parentes.

Partier och partiledare som syns mest i media

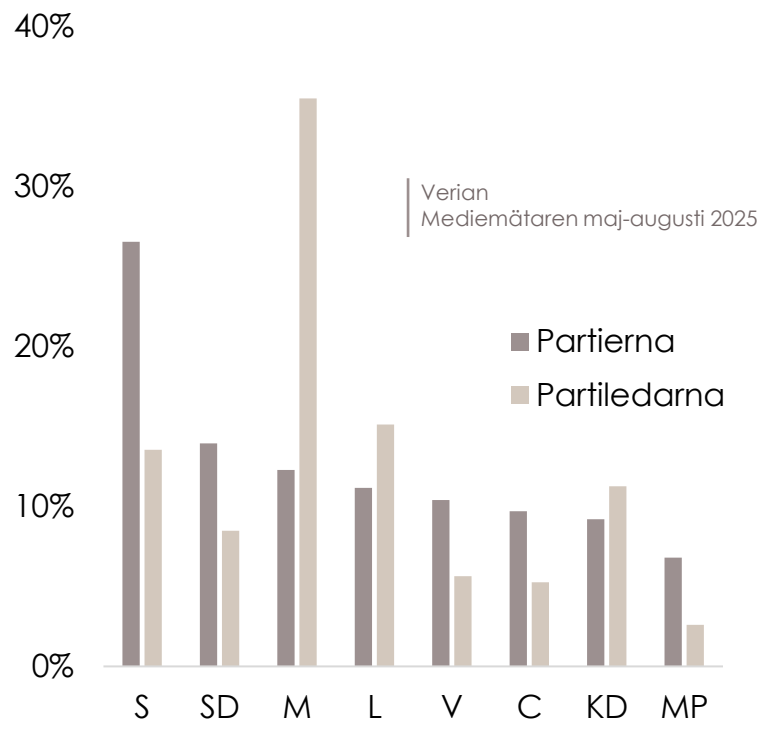
Samt hur de uppfattas av allmänheten

Ett mer jämt fördelat medieutrymme mellan partierna

Partierna och partiledarna som syns mest i media

- **Socialdemokraterna** syns ungefär i nivå med tidigare. Samtidigt är inte mediebilden så starkt präglat av försvars- och utrikesfokus som förut, partiet pratar nu i större utsträckning ekonomi och sysselsättning.
- **Sverigedemokraterna** är fortsatt det näst mest omnämnda partiet i media, även om allmänheten upplever sig se SD mindre än normalt. Bortsett från vitboken, är det få tunga nyhetshändelser där SD spelar en central roll.
- Turerna runt nationella säkerhetsrådgivarna, kritik och slitningar om Gazakonflikten och Johan Forsells sons kopplingar till nazistiska nätverk sticker ut i **Moderaternas** mediebild. Jämfört med årets början syns statsministern betydligt mindre i förhållande till övriga partiledare.
- **Vänsterpartiet**, tillsammans med M, är de två partier som enligt allmänheten får en tydligt mer ofördelaktig mediebild under perioden. För V är den upplevda medietonen rekordlåg. Gaza/Israel står i centrum, både kopplat till bråket i EU-parlamentet och uteslutnings-ärendet kring Lorena Delgado Varas och Daniel Riazat.
- **Centerpartiet** har ny partiledare och det syns i mediebilden. Allmänheten upplever en tydligt mer positiv mediebild, ett trendbrott som vi ibland ser vid partiledarbyten. Medieutrymmet för partiet och dess nya ledare sjunker dock snabbt under sommaren.
- **Liberalerna** får också ny partiledare, två månader efter C. Valet av Mohamsson ger en positiv effekt på den upplevda mediebilden, men inte alls lika kraftig som för Hatt. Samtidigt syns hon långt mer. Under juli-augusti får Mohamsson mer än tio gånger så stort medieutrymme som Hatt.
- **Kristdemokraterna** fortsätter att synas lite, partiledaren desto mer. Precis som vanligt. Inställningen till Israel och det bråk som utbröt i EU-parlamentet mellan KD och V i maj dominerar.
- **Miljöpartiet** fortsätter att trampa på ute i medieskuggan, något som inte verkar påverka opinionssiffrorna nämnvärt. MP syns fortsatt primärt kopplat till klimat och energi, sakfrågor som fortsätter ligga långt ner på den politiska agendan i media.

Partiernas och partiledarnas utrymme i media
Andel av totalt genomslag



Språkrörens mediegenomslag är här summerat i en stapel.
Grafen är sorterad utifrån partiernas genomslag i media.

V och L sticker ut när svenskarna tar paus från politiken

Hur uppfattar väljarna partiernas närvaro i media?

	Väljarna upplever ha sett partiet i media	Hur väljarna upplever tonen mot partiet
	Mindre än normalt	+ Mer positiv ton än normalt
KD	**Mindre än normalt**	- Mer negativ ton än normalt
L	**Normalt**	- Mer negativ ton än normalt
M	**Mindre än normalt**	- Mer negativ ton än normalt
	Mycket mindre än normalt	+ Mer positiv ton än normalt
	Mycket mindre än normalt	+ Mer positiv ton än normalt
	Mycket mindre än normalt	Normalt
V	**Normalt**	-- Mycket mer negativ ton än normalt

Undersökningen bygger på drygt 2000 intervjuer med den svenska allmänheten 18–84 år. Datainsamlingen genomfördes i den slumpmässigt rekryterade Sifopanelen mellan 1 januari – 30 april 2025.

Upplevd mediebild – vad fastnar i nyhetsflödet?

Som en del av vår löpande mätning Upplevd mediebild frågar vi varje månad allmänheten hur de uppfattar olika aktörers närvaro i media – partier, företag, myndigheter och organisationer.

Tre frågor står i centrum:

1. Vilka av aktörerna har du nyligen sett, läst eller hört om i flödet av nyheter?
2. Av det som du har sett, läst eller hört, var det övervägande positivt eller negativt?
3. Vad har du hört om aktören?

Resultatet ger en inblick i vad som fastnar – inte bara vad som publiceras i media. På så sätt går det att förstå effekten av händelser, utspel och strategier.

Till exempel kan en stark tv-närvaro, en slagkraftig företrädare eller proaktiva utspel öka den upplevda närvaron – medan referenser utan tydlig avsändare tenderar att glömmas bort.

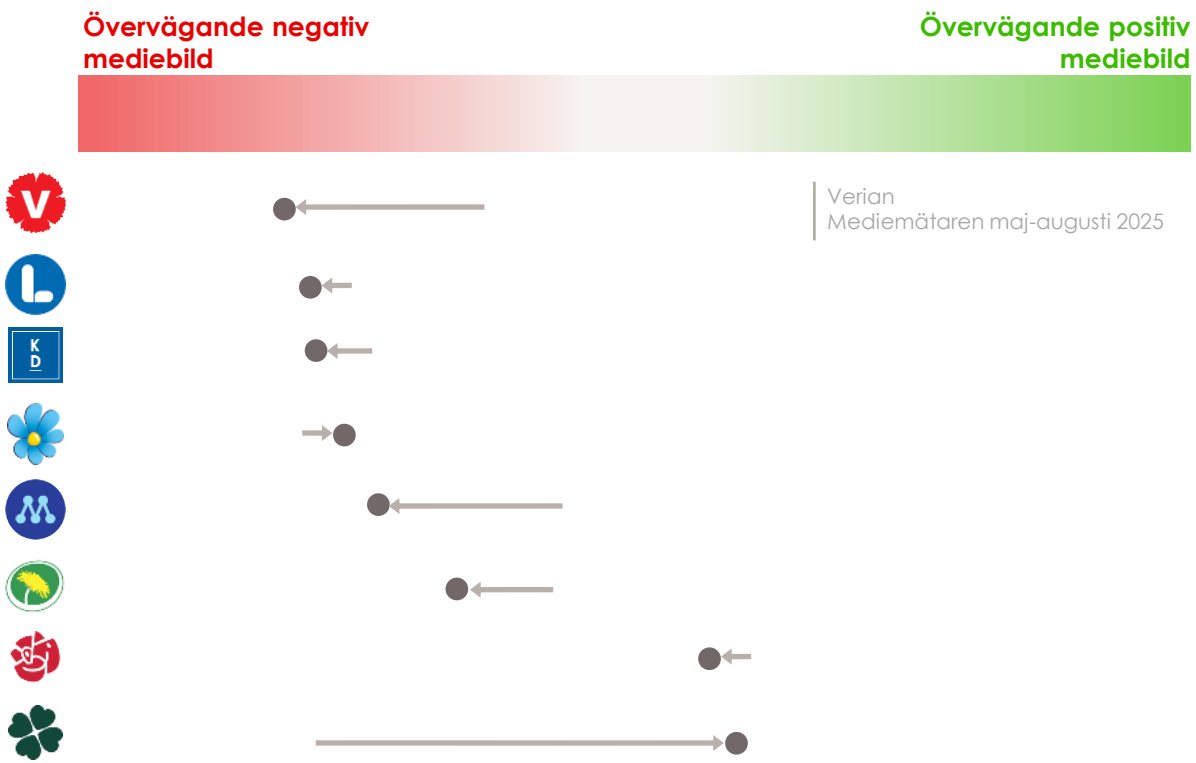
Att se mediegenomslag ur detta perspektiv ger värdefulla insikter om genomslag, hågkomst och påverkan – avgörande för alla som vill förstå sitt avtryck i opinionen och bygga långsiktig kommunikation.

Vill du veta mer om våra löpande mätningar? Kontaktuppgifter finns längst bak i rapporten.

C tar ett jättesprång till en mer fördelaktig mediebild

Hur uppfattar väljarna partiernas närvaro i media?

Allmänhetens upplevelse av hur partierna framställs i media



Undersökningen bygger på drygt 2000 intervjuer med den svenska allmänheten 18–84 år. Datainsamlingen genomfördes i den slumpmässigt rekryterade Sifopanelen mellan 1 maj – 31 augusti 2025. Pilarna visar på motsvarande läge för partiet jan-apr 2024.

Sommaren brukar vara en tid då vi upplever medie-rapporteringen kring partierna som mer fördelaktig än övriga året. Så inte i år, endast C tycker allmänheten har en tydligt mer fördelaktig mediebild, något som helt kan kopplas till partiledarbytet. L:s upplevda medieton förbättras också i samband med att Mohamsson tillträder, men då detta sker i mitten av mätperioden och föregås av en oerhört negativ nyhetscykel, syns inte effekten på samma sätt.

I övrigt präglas perioden till stor del av skandaler och slitningar kring Israel och Gaza. Det påverkar framför allt M och V negativt.

Om illustrationen

Hur väljarna upplever tonen för partierna i media spelar roll. Förra sidan illustrerade hur allmänheten upplever tonen för ett *enskilt* parti. På den här sidan ställer vi partiernas ton mot varandra.

Vad påverkar allmänhetens svar här? Först och främst är det givetvis faktiska nyhetshändelser; skandaler, rekordnoteringar i opinionen och kritik mot reformförslag som vi ser får tydlig effekt på hur väljarna uppfattar tonen i media. Det finns också annat som påverkar, som regeringsposition, den övergripande medieagendan och hur många väljare som uppger sig ogilla ett parti.

Mer för den vetgirige

Du är i gott sällskap

De tio största sakfrågorna i media och hur de rankas över tid

Verian Mediemätaren maj-augusti 2025	2022		2023			2024			2025	
	aug-sep	okt-dec	jan-apr	maj-aug	sep-dec	jan-apr	maj-aug	sep-dec	jan-apr	maj-aug
Utrikespolitik	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
Lag och ordning	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2
Försvar och beredskap	9	6	3	3	5	3	5	3	3	3
EU och EMU	15	11	5	7	4	4	1	10	5	4
Näringslivspolitik	10	8	9	12	13	10	8	6	7	5
Ekonomi	5	3	7	11	6	12	10	9	4	6
Utbildning	4	10	11	4	7	11	11	11	6	7
Migration och integration	6	7	8	8	9	8	7	7	10	8
Sjukvård	8	13	14	14	12	5	6	5	9	9
Sysselsättning och arbetsmarknad	7	9	10	9	8	6	9	4	8	10

Siffrorna avser hur framträdande sakfrågan var i den politiska debatten i media.

Om Mediemätaren

Kontakta gärna mig!

Ulla von Lochow,

Dataanalytiker medieanalys, Verian
+46 701 84 22 45
ulla.von.lochow@veriangroup.com

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

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

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

Undersökning: Kvantitativ

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

Kanaler: Tidningar, nyhetssajter, radio och tv.

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

1/5-31/8

Rapportens mätperiod, 2025

124 000

Antal analyserade texter

Nu heter vi Verian

Det som en gång var Sifos samhällsundersökningar och under de senaste åren kallats Kantar Public, är nu Verian. Allt annat är lika.

verian

Att ge kraft till beslut som formar samhället

Ni arbetar med att förbättra och forma samhället.
Vår uppgift är att ge kraft till de beslut ni tar.

Att ta fram fakta om samhället och människorna som befolkar det är själva grunden i vårt snart 90-åriga DNA. I Sverige, i Norden och globalt.

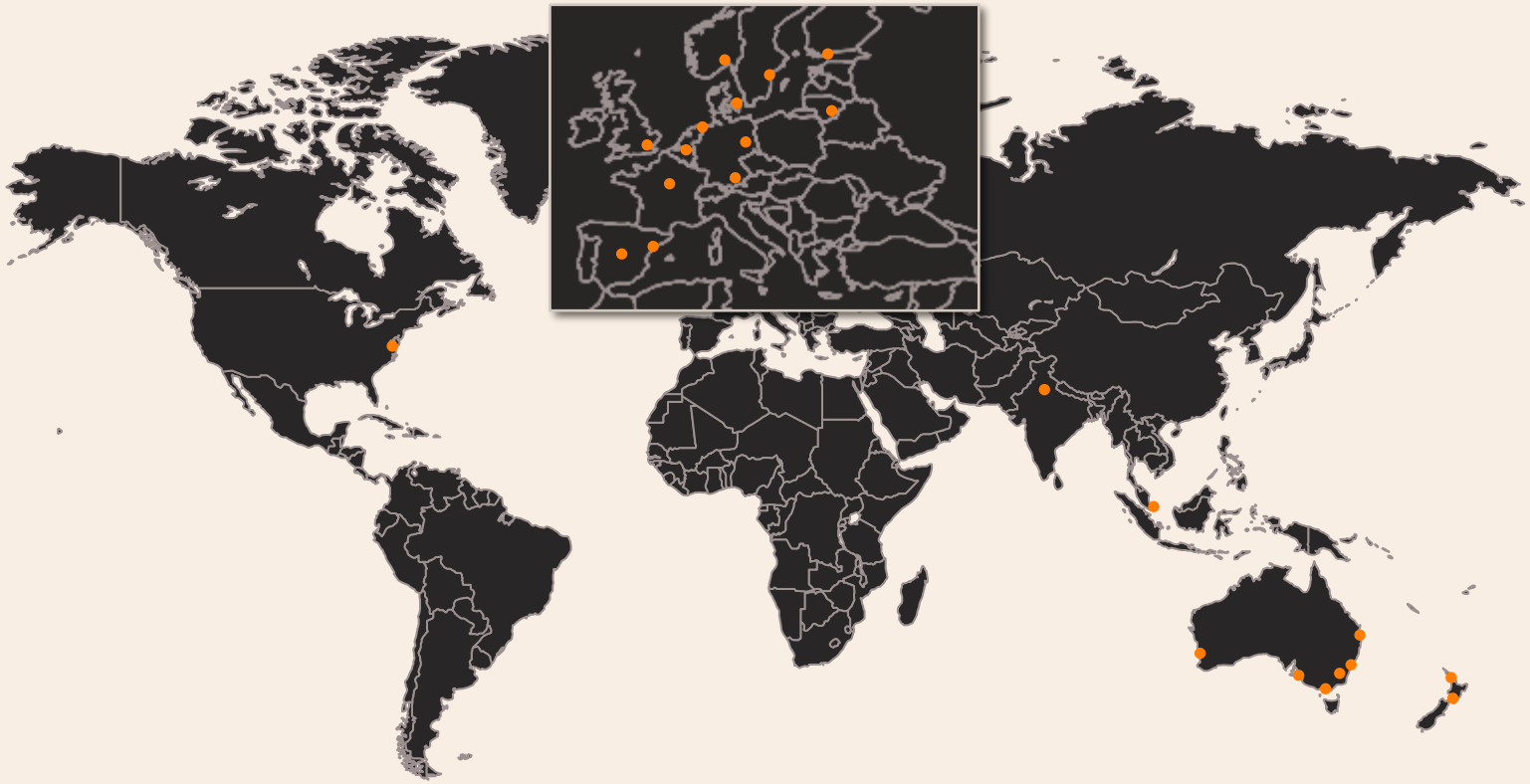
- Vi utgår från klassisk undersökningsmetodik och skapar optimala lösningar i varje uppdrag.
- Vi tar tillvara det bästa av våra medarbetares kompetens och den teknisk utvecklingen.
- Vi tar fram fakta, utvärderar, löser med kreativitet och kvalitet på samma gång.

Det behövs för att överbrygga gapet mellan beslutsfattare och medborgare.

För att ge kraft till beslut, för att forma samhället.

Lokal expertis som ger global styrka

Vi är den största aktören i världen i vår nisch; att möta behoven hos beslutsfattare på den offentliga arenan



Våra 21 kontor

- Brussels, Belgium
- Copenhagen, Denmark
- Helsinki, Finland
- Paris, France
- Berlin, Germany
- Munich, Germany
- Amsterdam, Netherlands
- Oslo, Norway
- Vilnius, Lithuania
- Madrid, Spain
- Stockholm, Sweden
- London, UK
- Maryland, US
- Adelaide, Australia
- Brisbane, Australia
- Canberra, Australia
- Melbourne, Australia
- Perth, Australia
- Sydney, Australia
- Delhi, India
- Singapore
- Auckland, New Zealand
- Wellington, New Zealand