

Mediemätaren

Hur politik diskuteras i media

Januari – april 2025

Ulla von Lochow



Därför gör vi Mediemätaren

En pågående analys sedan 2017

Demokrati handlar om att lyssna

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 141 000 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

An aerial photograph of a rural landscape. The scene is dominated by vibrant green agricultural fields, some of which are divided into rectangular plots. A prominent line of trees runs horizontally across the middle of the image. The lighting suggests a low sun, casting long, soft shadows across the fields. The overall tone is peaceful and natural.

Mediemätaren på två minuter

januari – april 2025

När Trump skakade världen

Mediemätaren januari-april 2025

Den värsta **skolskjutningen** i Sveriges historia, medieskuggan av en **amerikansk president** som sänker sig över svensk politik och ett pärlband av **avgående och tillträdande** toppolitiker. Så lyder den kortkorta sammanfattningen av Mediemätaren och den politiska debatten i radio, TV, tidningar och nyhetssajter under januari till april 2025.

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

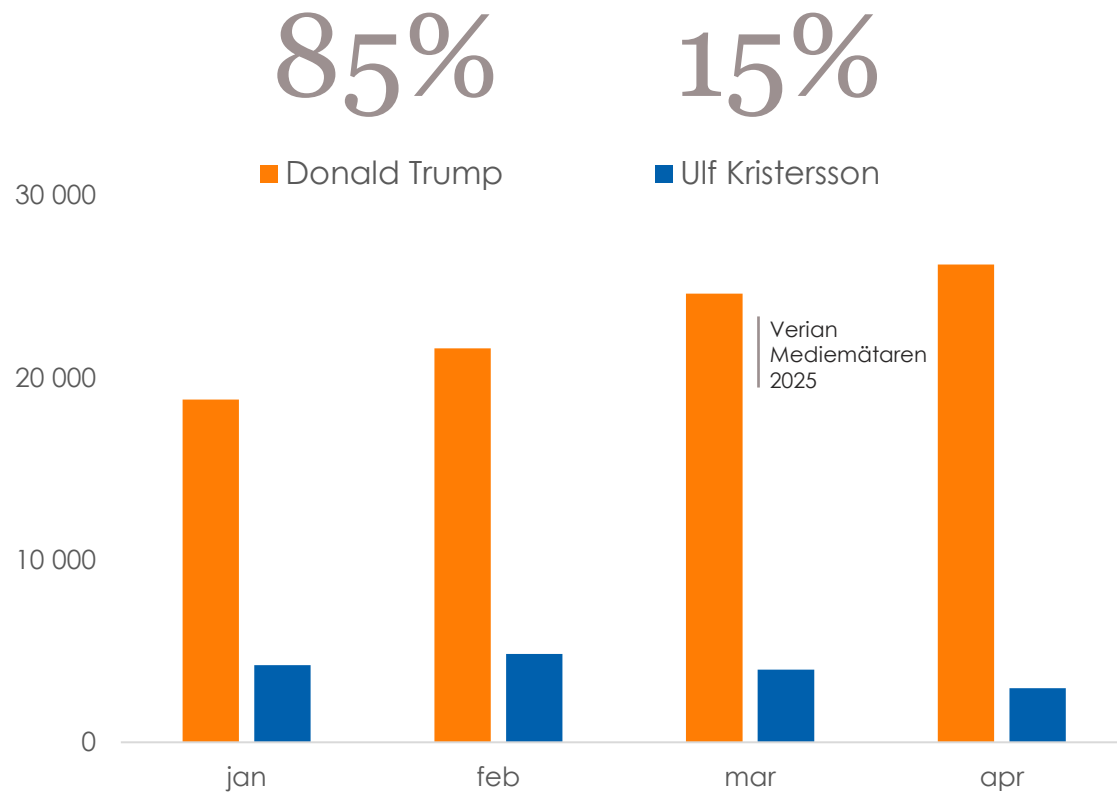
1. Aldrig har **utrikespolitik** dominerat den politiska debatten såsom nu. Förklaringen stavas Donald Trump. Det omvärldsfokus som vi ser i media återspeglas också i vad svenskar uppger att de pratar om runt köksborden.
2. **Migration och klimat** har sedan mätningarna inleddes 2017 aldrig legat så långt ned på den politiska mediala agendan som nu. Något som gör att såväl SD som MP hamnar mer i skymundan av debatten än vanligt.
3. Få tillfällen ger småpartier så stort medieutrymme som **partiledarbyten**, det kan vi återigen konstatera när både C och L genomför förändringar i toppen.



En period som totalt domineras av USA:s president

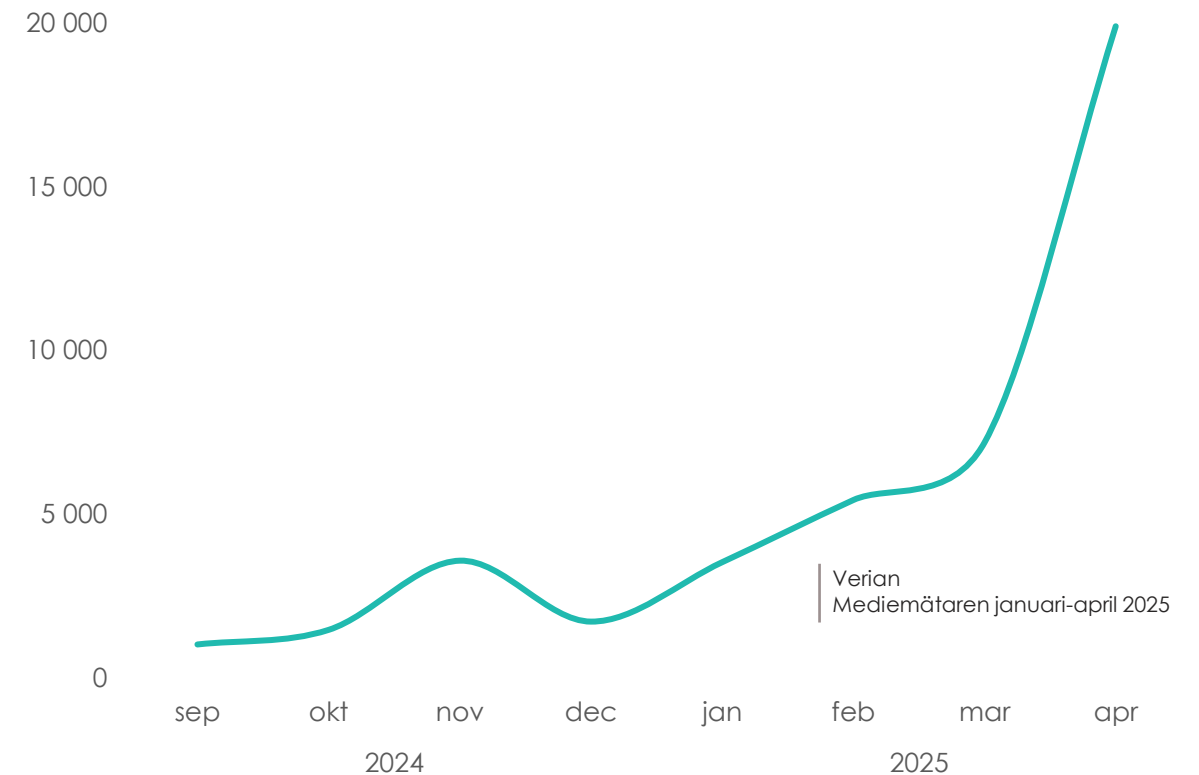
Rapporteringen om Donald Trump vs Ulf Kristersson

Antal artiklar och eterinslag i svensk nyhetsmedia



Rapporteringen om tullar

Antal artiklar och eterinslag i svensk nyhetsmedia



I möjligaste mån exkluderas publicitet som inte berör handelspolitik, t.ex. beslag Tullverket gör.

Samhällsfrågor vi pratar om, jan-apr 2025

Ordmoln

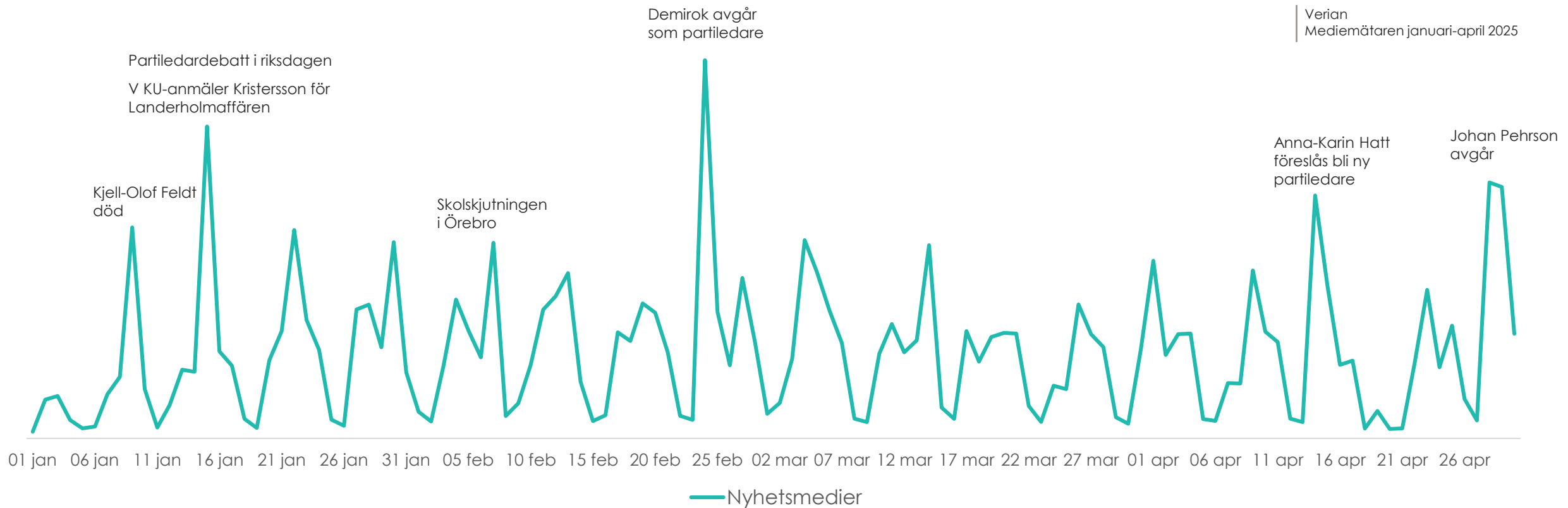


Öppen fråga. Allmänheten 18 – 79 år, slumpmässigt urval i webbpanelen, N = 3660, 15 jan – 30 apr 2025

Politiken domineras av skolskjutning, omvärld och avgångar

Intressetopparna i den politiska världen

Andel av totala samtalet i nyhetsmedia

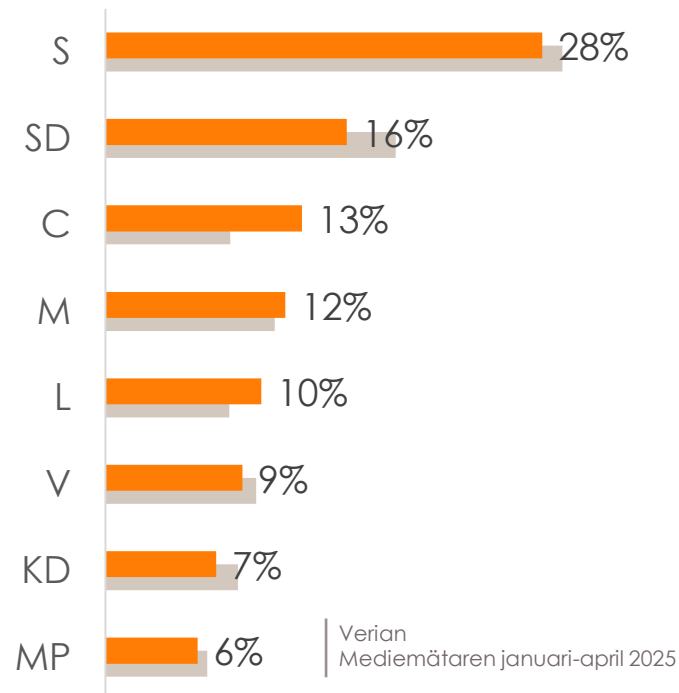


C, L och Kristersson tar mer plats när partiledarbyten, utrikespolitik och Örebro står i centrum

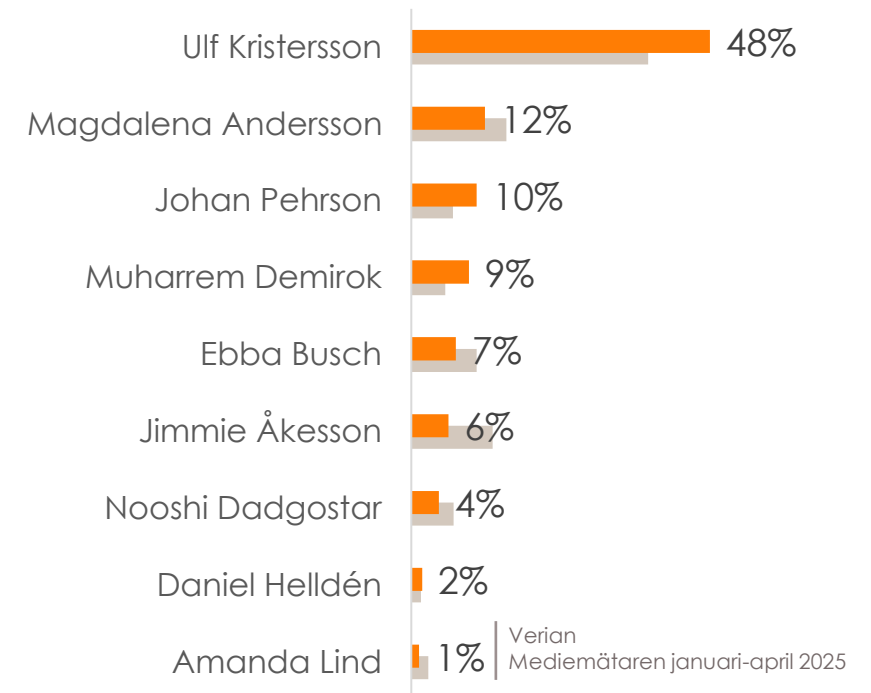
Största frågorna i den politiska debatten

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

Partiernas synlighet



Partiledarnas synlighet



Mediekanaler: dagstidningar, nyhetssajter, radio och tv.
Grå staplar avser föregående mätperiod (sep-dec).

Sakfrågorna som dominerar den politiska debatten i nyhetsmedia

Utrikespolitik, försvar och skolskjutning dominerar sakpolitiken

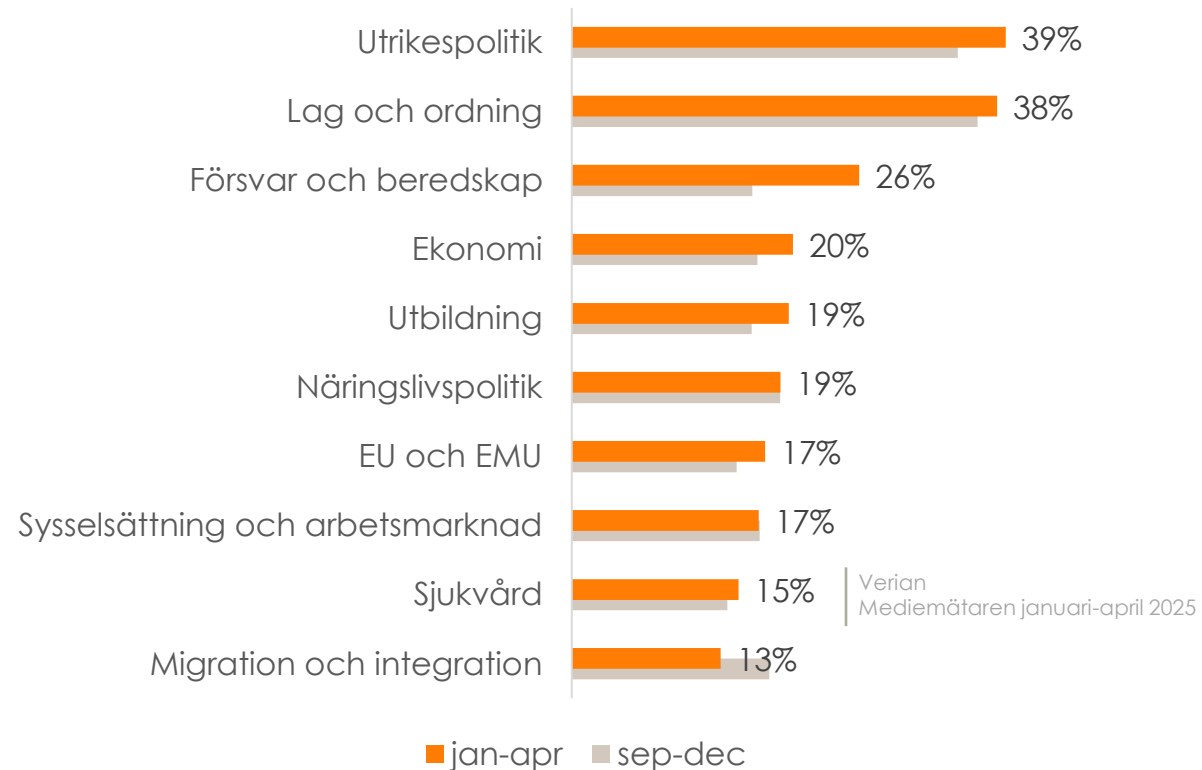
Sakfrågorna som dominerar den politiska debatten i nyhetsmedia

- **Utrikespolitik** är för första gången sedan vårvintern 2022 den största frågan i den politiska debatten i nyhetsmedia. Ökningen kan tydligt kopplas till Donald Trumps tillträde och att omvärlden tar allt större plats i den politiska debatten.
- **Lag och ordning** faller tillbaka till plats två, trots skolskjutningen i Örebro i början av året som då gjorde frågan till den överlägset största.
- Trumps olika utspel gör också att andra frågor ökar kraftigt. Framför allt gäller det **Försvar och beredskap** som avancerar från plats åtta till tre. Även finansieringen av försvaret och stödet till Ukraina debatteras mycket.
- **Ekonomi** klättrar till plats fyra, delvis på grund av tullhotet från USA, men även vårbudgeten, matprisdebatten och försvarfinansieringen. Frågan står ännu mer i fokus i slutet av perioden.
- **Utbildning** växer från plats nio till att vara den femte största sakfrågan i den politiska debatten. Till stor del handlar det om referenser till skolskjutningen i Örebro men även olika utspel från L på skolområdet syns under perioden.
- De fortsatta turerna kring Northvolt tillsammans med tullhotet mot svenska företag gör att **Näringslivspolitik** fortsätter att synas relativt mycket, men tappar ändå från tredje till sjätte plats.
- **EU och EMU** växer från plats tio till sju, en konsekvens av att olika beslut kopplat till USA och Ryssland lyfts till EU-nivå.
- **Sysselsättning och arbetsmarknad** tappar från femte till åttonde plats. Arbetstidsförkortning är fortsatt ett omdebatterat ämne tillsammans med en skakig arbetsmarknad.
- **Sjukvård** ökar från plats elva till nio. Utspel från olika partier, bland annat rätten till kejsarsnitt från M-kvinnor, dominerar.
- **Migration och integration** faller till plats tio. Det är den lägsta placeringen vi uppmätt för ämnet.
- Detsamma gäller för **Miljö och hållbarhet** som för första gången faller bort från tio-i-topp-listan ned till plats elva.

Utrikespolitik för första gången på länge den största sakfrågan

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

Största frågorna i den politiska debatten i nyhetsmedia



Mediekanaler: dagstidningar, nyhetssajter, radio och tv



Frågorna som dominerar i olika nyhetsmedier

Nyhetssajter och tidningar

1. Lag och ordning (1)
2. Utrikespolitik (2)
3. Försvar och beredskap (10)
4. Utbildning (7)
5. Näringslivspolitik (3)
6. Ekonomi (5)
7. EU och EMU (9)
8. Sysselsättning och arbetsmarknad (4)
9. Migration och integration (6)
10. Sjukvård (13)

Verian
Mediemätaren
jan-apr 2025

TV

1. Utrikespolitik (1)
2. Lag och ordning (2)
3. Försvar och beredskap (4)
4. Ekonomi (6)
5. Utbildning (7)
6. Näringslivspolitik (8)
7. Sysselsättning och arbetsmarknad (9)
8. Sjukvård (11)
9. EU och EMU (12)
10. Migration och integration (3)

Verian
Mediemätaren
jan-apr 2025

Radio

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

Verian
Mediemätaren
jan-apr 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.

Partier och partiledare som syns mest i media

Samt hur de uppfattas av allmänheten

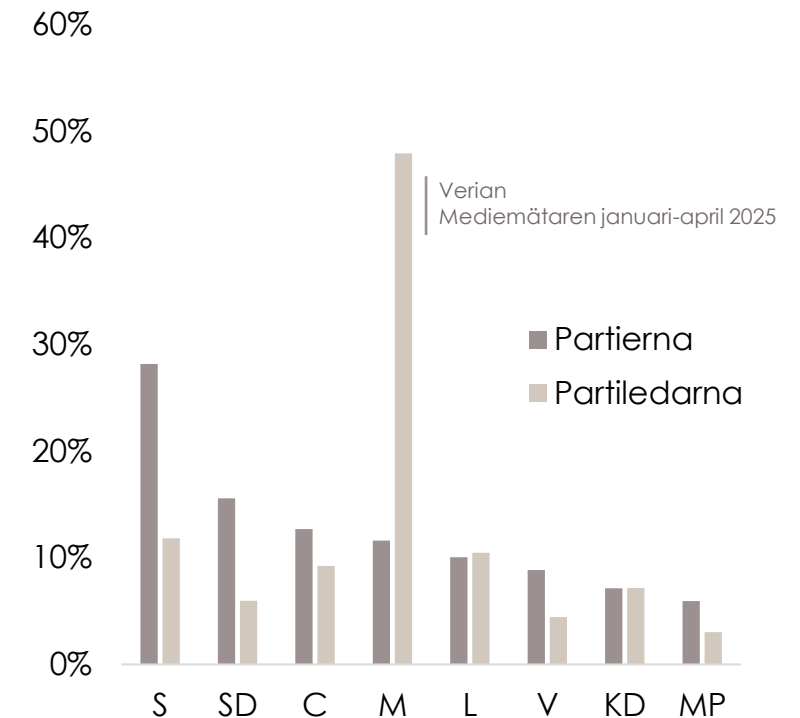
Ulf Kristersson dominerar, avgångar i L och C lyfter intresset

Partierna och partiledarna som syns mest i media

- Efter ett lotterityngt slut på 2024 minskar medieintresset för **Socialdemokraterna** och Magdalena Andersson något under början av 2025. Väljarna upplever åter S mediebild som mest fördelaktig av alla partier.
- Väljarna upplever att de ser **Sverigedemokraterna** rekordlite i media, något som också speglas i minskade publicitetsvolymen för partiet men framför allt Jimmie Åkesson. När nyhetsfokus ligger tydligt på omvärlden och migrationsfrågorna är i skymundan, har partiet inte en lika naturlig plats i debatten.
- Drivet av partiledarbytet når **Centerpartiet** den högsta andel av medieutrymme sedan förra mandatperioden. Väljarna upplever bilden av partiet som klart negativ, ända tills Anna-Karin Hatt presenteras som partiets val. Därefter upplevs mediebilderna mindre negativ.
- Ulf Kristersson dominerar nyhetsutrymmet i högre grad än tidigare jämfört med övriga partiledare. Delvis handlar det om Örebro och den oroliga omvärlden, men också turerna kring Landerholm. **Moderaterna** ramlar ned till att endast vara det fjärde mest synliga partiet i media.
- Aktieinnehav och strömhopp inom **Liberalerna** som kulminerar i Johan Pehrsons avgång i slutet av april, ger partiet en kraftigt ökad synlighet i media. Detta till trots, kan vi också se att partiet har en av de tydligaste sakpolitiska profilerna av alla partier, där skola och utbildning står i centrum.
- Vänsterpartiet** och Nooshi Dadgostar tar tydligt mindre plats i den politiska debatten när antisemitismanklagelser från hösten klingar av och krisen med Lorena Delgado Varas ännu inte nått sin kulmen. V syns också i matprisdebatten och genom KU-anmälningar.
- Kristdemokraterna** och Ebba Bush hamnar lite i skymundan när fokus riktas mot andra mindre partier. Busch syns mest i sakfrågor kopplat till sin ministerportfölj.
- I den djupaste medieskuggan befinner sig dock **Miljöpartiet**. Miljö- och klimatfrågorna ramlar bort från den politiska toppagendan i nyhetsmedia samtidigt som språkrören ytterligare minskar sitt utrymme jämfört med övriga partiledare.

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.

Partierna upplevs osynliga när omvärlden upptar vårt fokus

Hur uppfattar väljarna partiernas närvaro i media?

Väljarna upplever ha sett partiet i media		Hur väljarna upplever tonen mot partiet
	Mindre än normalt	Mycket mer negativ än normalt
	Mycket mindre än normalt	Mer negativ än normalt
	Mindre än normalt	Mer negativ än normalt
	Mindre än normalt	Normalt
	Mycket mindre än normalt	Mycket mer positiv än normalt
	Mycket mindre än normalt	Mer positiv än normalt
	Mycket mindre än normalt	Normalt
	Mindre än normalt	Mycket mer negativ 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.

Media är ofta den viktigaste kontaktytan som partier har till sina väljare. Därför frågar vi allmänheten varje månad sedan 2017:

- Vilka av partierna har du nyligen sett, läst eller hört om i flödet av nyheter?
- Av det som du har sett, läst eller hört, var det övervägande positivt eller negativt?

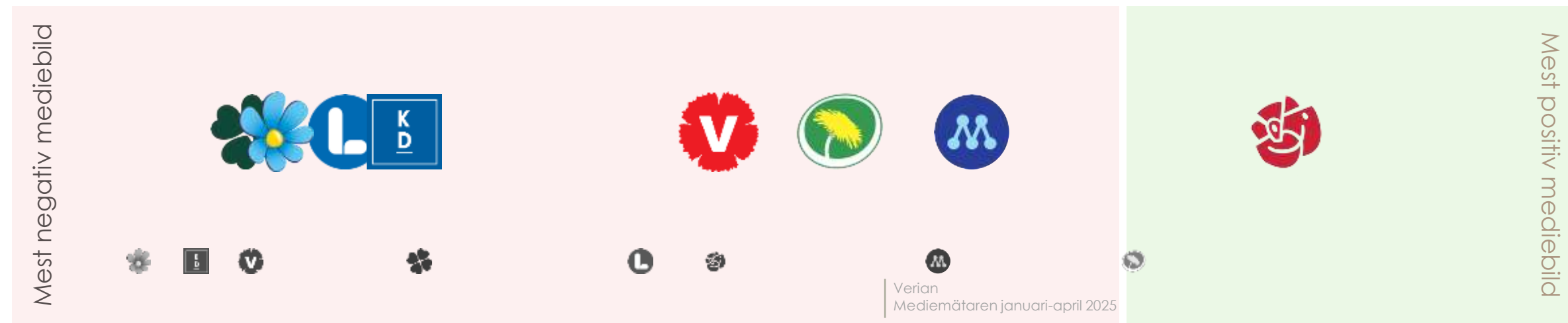
Resultatet för perioden ser vi till vänster. Det är alltså inte en spegling av den faktiska mediebilden, utan hur väljarna upplever den. Bilden visar också resultaten utifrån en "normal" bild av respektive parti, inte faktisk position för partierna. Att betrakta mediegenomslag ur detta perspektiv ger värdefulla insikter om olika händers genomslag eller brist på genomslag.

Flera faktorer spelar in. Att synas i frågor som många väljare bryr sig om ökar den upplevda närvaron. Samma effekt får skandaler och konflikter, en stark tv-närvaro, en synlig partiledare samt proaktiva utspel. Att ofta refereras till, utan att själv ha en framträdande roll, skapar däremot liten hågkomst bland väljarna.

S upplevs återigen ha en överlag 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 januari – 30 april 2025. De mindre partiloggorna visar på motsvarande läge för partiet sep-dec 2024.

Allmänheten fortsätter att betrakta nyhetsflödet kring partierna som relativt negativ, endast S upplevs ha en övervägande fördelaktig mediebild.

Tydligast förbättring ser vi för S och V som förra perioden tyngdes av skandaler. Avhoppet inom L och det partiledarlösa land C befinner sig i den största delen av perioden, gör att väljarna uppfattar deras medieflöde som med negativt än i höstas – i nivå med SD och KD. Av regeringspartierna är det som vanligt M som upplevs ha den minst ofördelaktiga mediebild.

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 nyheter; 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 januari-april 2025	2022		2023			2024			2025
	aug-sep	okt-dec	jan-apr	maj-aug	sep-dec	jan-apr	maj-aug	sep-dec	jan-apr
Utrikespolitik	3	2	2	2	2	2	2	2	1
Lag och ordning	1	1	1	1	1	1	3	1	2
Försvar och beredskap	11	8	4	3	6	3	6	8	3
Ekonomi	6	3	6	7	9	11	11	6	4
Utbildning	4	10	10	5	7	9	8	9	5
Näringslivspolitik	10	7	8	11	12	10	9	3	6
EU och EMU	16	11	11	9	8	4	1	10	7
Sysselsättning och arbetsmarknad	9	9	9	10	10	6	7	5	8
Sjukvård	8	12	13	12	11	5	10	11	9
Migration och integration	2	6	3	4	4	8	5	4	10

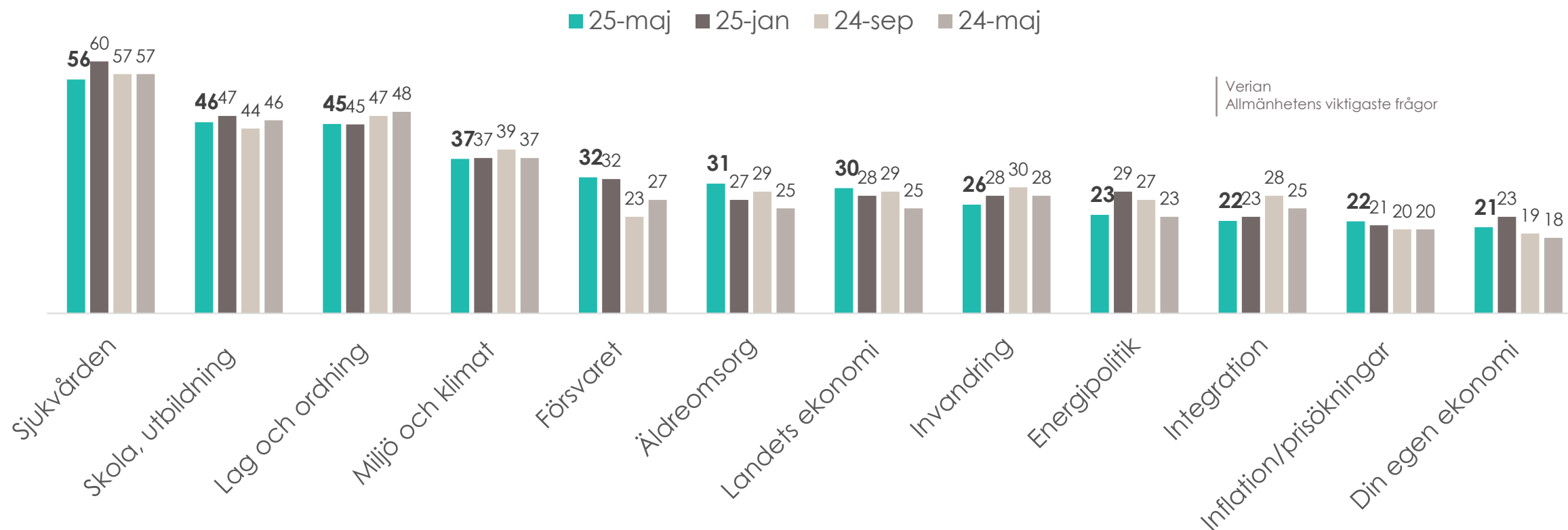
Siffrorna avser hur framträdande sakfrågan var i den politiska debatten i media.

Stabilt för allmänhetens viktigaste frågor – ekonomi ökar, energi tappar

Allmänhetens viktigaste, politiska frågor

Allmänhetens viktigaste frågor – över tid

Andel av svaren (%)



Fråga: Vilken eller vilka politiska frågor är viktigast för dig just nu? Flera svar är möjliga. Allmänheten 18 – 84 år, slumpmässigt urval i Sifopanelen. 9-12 maj 2025.

Om Mediemätaren



Kontakta gärna mig!

Ulla von Lochow,

System- och processansvarig,
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](#).

1/1-30/4

**Rapportens mätperiod,
2024**

141 000

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.

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.

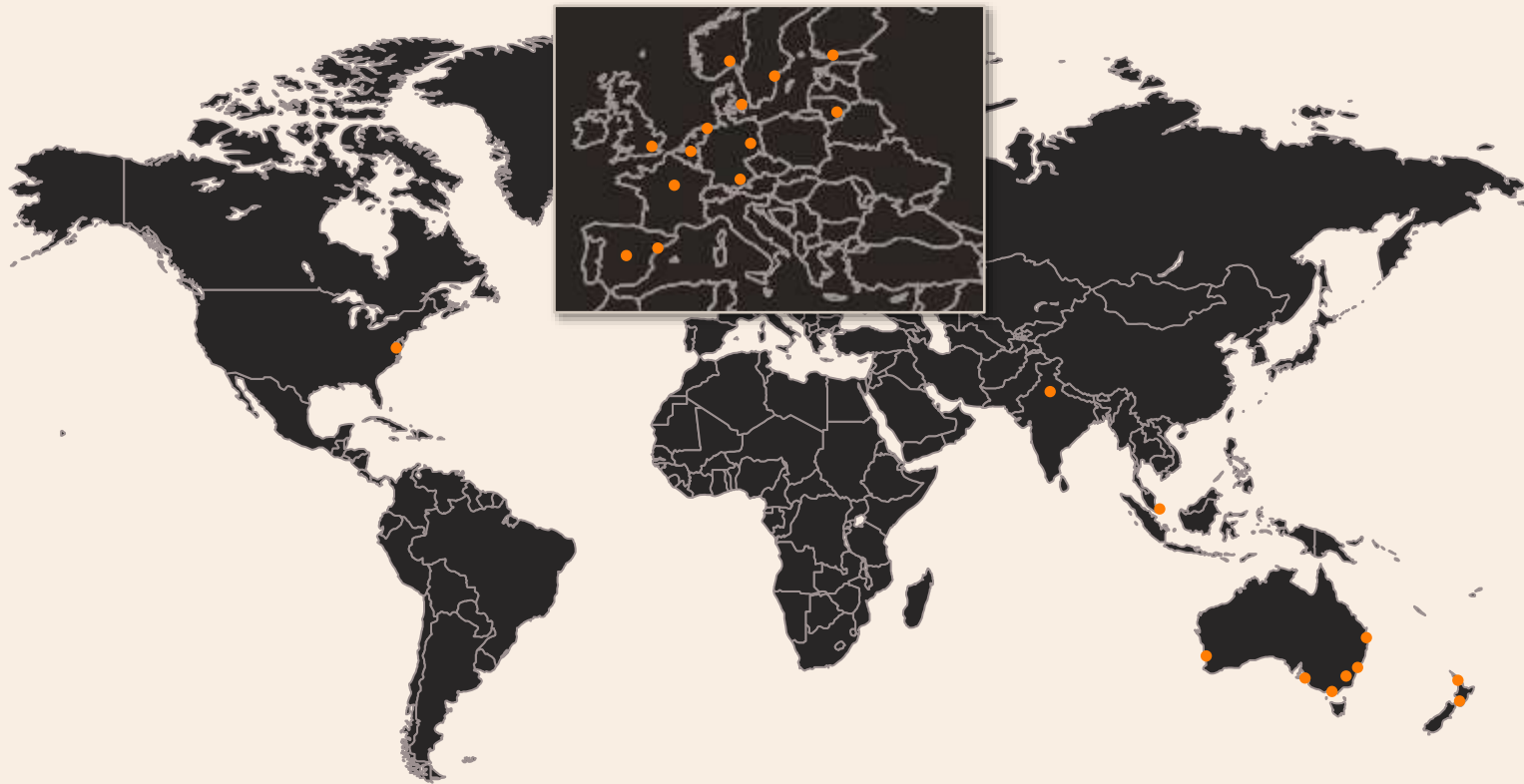
- Vi utgår från klassisk undersökningsmetodik och skapar optimala lösningar i varje uppdrag.
- Vi tar tillvara det bästa av våra medarbetares kompetens och den teknisk utvecklingen.
- Vi tar fram fakta, utvärderar, löser med kreativitet och kvalitet på samma gång.

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