

JMG

Kandidatuppsats i journalistik

2020-01-09

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.jmg.gu.se

”Dom kallar oss rasister”

- En kvantitativ innehållsanalys om hur Sverigedemokraterna gestaltats i fyra rikstäckande tidningar

Författare: Gabriella Bergström och Ola Palmström

Handledare: Bengt Johansson

Kursansvarig: Marina Ghersetti



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

Title: "They call us racists"
Authors: Gabriella Bergström and Ola Palmström
Level: Bachelor thesis in Journalism
Term: HT 2019

Supervisor: Bengt Johansson

Aim of thesis:

The purpose of this study is to examine and analyze how the Populist Party the Swedish Democrats have been described in news media before the general elections of 2010, 2014 and 2018. We are also interested to see if the descriptions have changed over time.

The aim is *not* to see how much they have been covered in the news. Nor if the news coverage has been positive or negative, but with which *words* and *qualities* they have been characterized. Words are not just words. Specific words can say something about thought patterns and feelings. By looking at words you may be able to draw conclusions of a bigger picture.

We are also investigating if there are any differences in the news coverage between morning papers, such as Svenska Dagbladet and Dagens Nyheter, and evening papers, Aftonbladet and Expressen.

Theoretical framework:

Since one of our study's main purposes is to systematize specific words we are using the framing theory with a linguistic approach.

Methods:

We are using a quantitative content analysis, a method that is well suitable when you have a big amount of data. It is commonly used when the analysis procedure consists of quantifying or measuring the incidence of something in a text. In our case, words in articles.

Results:

Our results show that the most common frames are "racism", "nazism/fascism" and "immigration". In total they make out fifty percent of all the frames. It also shows that the negative descriptions of the party do *not* change over time, but the *way* of saying them does. In 2010 more of the descriptions came directly from the journalist and were critical of their present politics. Before the general election of 2018 the journalist quoted others in a larger range and the criticism of The Swedish Democrats was addressed to their history and ideology rather than their politics. Due to this, the immigration frame decreased immensely in 2018 while "nazism/fascism" became the most commonly used frame.

Key words:

Swedish Democrats, framing, racists, elections, populism

Nyckelord:

Sverigedemokraterna, gestaltning, rasister, val, populism

Innehållsförteckning

Sida:

1.	Inledning	6
1.1	Syfte och frågeställningar	7
2.	Bakgrund	8
2.1	Högerpopulismen i Europa	8
2.2	Sverigedemokraternas historia	9
3.	Tidigare forskning	11
3.1	Nyhetsmedierna och högerpopulism	11
3.2	Life Cycle-modellen	12
3.3	Nyhetsmediernas rapportering om Sverigedemokraterna	13
3.4	Inomvetenskaplig relevans	15
4.	Teori	17
4.1	Gestaltningsteorin	17
4.1.1	Lingvistiskt tillvägagångssätt	18
5.	Metod	19
5.1	Kvantitativ innehållsanalys	19
5.2	Material och urval	20
5.3	Provkodning	21
5.4	Kodning	21
5.5	Definitioner	22
5.5.1	Variabler	22
5.6	Validitet och reliabilitet	24
6.	Resultat och analys	26
6.1	Den lingvistiska kategoriseringen	26
6.2	En övergripande bild	28
6.2.1	Analys: De vanligaste gestaltningarna	29
6.3	Gestaltningarna genom valrörelserna	30
6.3.1	Analys: En förändrad gestaltning	31
6.4	Historiska gestaltningar	33
6.4.1	Analys: En tydligare ökning	34
6.5	Sak/ideologi genom valrörelserna	34
6.5.1	Analys: Mer ideologi, mindre sak	35
6.6	Uttalar sig journalisten mer indirekt?	35
6.6.1	Analys: En långsam förändring	36
6.7	Skillnader och likheter mellan morgonpress och kvällspress	36

6.7.1	Analys: Kvällspressen dominerar	37
6.7.2	Fler likheter än skillnader	37
6.7.3	Gestaltningar fördelat mellan morgonpress och kvällspress	38
6.7.4	Analys: Små skillnader i gestaltningarna	38
6.7.5	Sak/ideologi fördelat mellan morgonpress och kvällspress	39
6.7.6	Analys: Något mer ideologi i morgonpressen	39
7.	Sammanfattning	40
7.1	Slutsatser och slutdiskussion	40
7.2	Förslag på vidare forskning	41
8.	Referenser	43
9.	Bilaga 1: Kodbok	46

1. Inledning

Sverigedemokraterna beskriver sig själva som ett svenskt, nationalistiskt och socialkonservativt parti.¹ 2010 kom de för första gången in i riksdagen med 5,7 procent av rösterna. Sedan dess har partiet växt successivt och i riksdagsvalet 2014 blev de Sveriges tredje största parti med 12,86 procent av rösterna. I valet 2018 hade det ökat till 17,53 procent.²

Det är unikt i svensk politisk historia att ett parti har växt sig så stort på så kort tid. Det är också första gången sedan Ny Demokrati var med i riksdagen mellan 1991 och 1994 som ett parti drivit nationalistiska frågor på samma sätt, att stärka svensk kultur och begränsa invandringen drastiskt. I samband med att Sverigedemokraternas popularitet ökade fick medierna på så sätt något helt nytt att förhålla sig till.

Men det är inte bara i Sverige högerpopulistiska partier vunnit mark. Ända sedan 1980-talet har högerpopulismen vuxit runt om i hela Europa. Från Front National i Frankrike till Gyllene Gryning i Grekland till Fremskrittspartiet i Norge. Efter att Ny Demokrati åkte ur riksdagen 1994 var Sverige i många år ett av Europas undantag när det kom till framgångsrika högerpopulistiska partier. Men 2010 lyckades Sverigedemokraterna passera riksdagsgränsen och Sverige kunde inte längre se sig som ett undantag. I den här uppsatsen kommer vi undersöka närmare hur svenska nyhetsmedier hanterat detta. Vilken bild som förmedlats av partiet i svenska nyhetsmedier, och framförallt vilka ord och beskrivningar man valt när man gestaltat dem.

Tidigare studier på ämnet visar dels att Sverigedemokraterna inför valen 2010 och 2014 fick medial uppmärksamhet som inte stod i proportion till deras storlek, och dels att rapporteringen varit mer missgynnansam mot dem än mot andra partier.³ Även före valet 2018 har studier visat att Sverigedemokraterna var det parti som fick mest kritik i nyhetsmedier.⁴ Men den kritiska mediebildens behöver inte ha varit negativ för partiet. Den mediala uppmärksamheten partiet fick innan de kom in i riksdagen 2010 hade en positiv effekt på opinionsmätningarna, även om rapporteringen var övervägande negativ.⁵ Genom ökad uppmärksamhet ger medierna en legitimitet till nya partier som partierna själva inte kan skapa. De blir en del av det all dagliga politiska spektrumet.⁶

Vi ska undersöka hur nyhetsmedierna gestaltat Sverigedemokraterna inför valen 2010, 2014 och 2018. Vi har valt att begränsa oss till fyra av de största svenska tidningarna,

¹ Partiprogram. (2014). *Sverigedemokraternas partiprogram*. Tillgänglig:

<http://partiprogram.se/sverigedemokraterna#inledning>

² Valmyndigheten. (u.å.). Hämtad 2019-01-09 från <https://www.val.se/valresultat/riksdag-region-och-kommun/2018/valresultat.html>

³ Ekström, M. (2017). Nyhetsjournalistiken som den radikala högerpopulismens fiende och vän. I B. Johansson & L. Truedson (Red.), *När makten står på spel: journalistik i valrörelser* (s.140). Stockholm: Institutet för mediastudier

⁴ Strömbäck, J., & Johansson, B. (2019). *Kampen om mediebildens* (s.119). Stockholm: Institutet för mediastudier

⁵ Bevelander, P., & Hellström, A. (2018). When the media matters for electoral performance, *Sociologisk forskning*, 55(23), 249-266.

⁶ Ellinas, A.A., (2018). Media and the Radical Right, I J. Rydgren (Red.), *The Oxford Handbook of The Radical Right* (s.274). New York City: Oxford University Press

Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Aftonbladet samt Expressen. Undersökningen kommer vara en kvantitativ innehållsanalys med utgångspunkt i gestaltningsteorin. Vi väljer att koda artiklar skrivna fyra veckor innan riksdagsvalet fram till riksdagsvalets datum respektive år. Genom att ha med både kvällspress och morgonpress kan man undersöka om det finns några eventuella skillnader i deras gestaltningar och diskutera varför dessa eventuella skillnader existerar.

Det intressanta i den här uppsatsen är således mer exakt hur partiet karaktäriserats snarare än mer övergripande och generella gestaltningar. Vi vill ta reda på vad som gömmer sig bakom nyhetsrapporteringen. Valet av ord har stor betydelse, och det rymmer mycket intressant information. Vilka ord och uttryck man väljer att använda sig av kan säga något om ett större sammanhang. Det säger framförallt något om vilken bild som förmedlas av partiet i medierna, och vi vill ta reda på vilka slutsatser man kan dra utifrån detta. Just med tanke på att Sverigedemokraterna är något nytt för svenska medier att förhålla sig till är det också intressant att se om en förändring har skett, och i så fall diskutera olika anledningar till den eventuella förändringen.

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är därmed att undersöka vilka specifika gestaltningar som använts när Sverigedemokraterna beskrivits i nyhetsmedierna, med fokus på fyra av Sveriges största rikstäckande tidningar inför valen 2010, 2014 och 2018. Vi vill även undersöka hur dessa gestaltningar är uppbyggda och om de har förändrats mellan valrörelserna. Vi kommer utgå ifrån det lingvistiska tillvägagångssättet inom gestaltningsteorin då vårt intresse ligger i specifika ord och uttryck. På så sätt kan vi bygga gestaltningar utifrån de ord och beskrivningar vi hittar, snarare än att ha en färdig mall av gestaltningar i början av arbetet. Genom detta kan vi bidra till den redan existerande forskningen som finns om Sverigedemokraterna. Vårt mål är inte att komma fram till om rapporteringen är negativ, neutral eller positiv. Sådan forskning finns redan. Målet är istället att undersöka vad som gömmer sig bakom de positiva, neutrala eller negativa gestaltningarna.

Våra frågeställningar blir därmed:

- Vilka ord och beskrivningar har använts när Sverigedemokraterna har gestaltats i nyhetsmedierna?
- Vad består gestaltningarna av?
- Har gestaltningarna förändrats över tid?
- Finns det några skillnader mellan morgonpress och kvällspress?

2. Bakgrund

I den här delen kommer vi göra en kort redogörelse för högerpopulismens historia i Europa och sedan följer en kort sammanfattning av Sverigedemokraternas historia.

2.1 Högerpopulismen i Europa

Andra världskrigets slut innebar även ett slut för de flesta fascistiska och högerextrema partier i Europa. I många länder förbjöds de till och med. Under efterkrigstiden höjdes levnadsstandarden runt om i Europa och välfärden började byggas ut i många länder. Klaus von Beyme identifierar tre högerextrema vågor sedan krigets slut. Den första vågen var neofascismen som låg kvar i de länder vars diktaturer fallit, främst Italien och Tyskland. Men fascismen gavs aldrig någon grogrund att växa och därför dog den ut fort. Den andra vågen karaktäriseras främst av Poujadist-rörelsen i Frankrike, som främst vände sig emot det höga skattetrycket och välfärdsstaten. Fremskridtspartiet i Danmark drev samma frågor och nådde sina första stora framgångar ett antal år efter Poujadist-rörelsen. I valet 1973 fick de hela 15,9 procent av rösterna.⁷

Det var dock först på 1980-talet som högerextremismen började komma tillbaka på riktigt. Den tredje vågen, menar Klaus von Beyme, berodde främst på ökad främlingsfientlighet och arbetslöshet efter en lång framgångsrik period för Europa. Det tydligaste exemplet är Jean-Marie Le Pen och hans Front National som nådde framgångar under 1980-talet.⁸ Den här perioden innebar inte bara framgångar för redan existerande partier, utan även helt nya högerpopulistiska partier som grundades under 1980-talet och början på 1990-talet.⁹

Roger Eatwell har identifierat ett antal olika orsaker till att högerpopulismen växt i Europa. En av orsakerna menar han kan vara ett förändrat klasssystem och många väljares dragning till en stark auktoritär ledare som kan leda landet genom en orolig framtid. Det kan också bero på att post-materialistiska agendor blivit allt viktigare. Alltså frågor som inte appellerar till väljare från den klassiska arbetarklassen. En tredje anledning kan vara både kulturell och ekonomisk globalisering som påverkat arbetslösheten och bidragit till en viss förlust av identitet. Eatwells fjärde förklaring är en förlorad tro på gamla ideologier och en besvikelse på politiker och politiska partier.¹⁰

Paul Taggart beskriver de partier som slagit igenom under tredje vågens populism som *New Populism*. Han har satt ihop ett antal olika kriterier som de flesta av partierna uppfyller. Han menar att den nya populismen är höger, mot systemet men ser sig fortfarande som mainstream. Man står bakom folket snarare än systemet. En stor del av populismen handlar om just "folket", där det viktigaste snarare är vem som exkluderas än vem som inkluderas. Folk som exkluderas är bland annat politiker, invandrare och intellektuella. De pratar också

⁷ von Beyme, K. (2017). Right Wing Extremism in post-war Europe. I C. Mudde (Red.), *The Populist Radical Right: a reader* (s.151-152), London & New York: Routledge

⁸ Ibid, 151-152

⁹ Taggart, P. (2017). New populist parties in Western Europe. I C. Mudde (Red.), *The Populist Radical Right: a reader* (s.159-160). London & New York: Routledge

¹⁰ Pedahzur, A., & Weinber, L. (2017). Modern European democracy and its enemies. I C. Mudde (Red.), *The Populist Radical Right: a reader* (s.174-175). London & New York: Routledge

mycket om det som Taggart kallar för *heartland*, en idealiserad bild av vad populisterna anser är det normala och bekväma tillståndet. Partierna är ofta centraliserade och har en stark och karismatisk ledare. Tidiga exempel på sådana är tidigare nämnda Jean-Marine Le Pen i Frankrike, men även Jörg Haider i Österrike och Bert Karlsson i Sverige.¹¹

2.2 Sverigedemokraternas historia

Sverigedemokraterna grundades 1988 och medlemmarna bestod för det mesta av personer som varit aktiva i andra högerextrema rörelser tidigare. Leif "Zeilon" Ericsson gavs uppdraget att vara språkrör för partiet till en början. Han hade tidigare gjort sig känd som en av grundarna till den främlingsfientliga organisationen Bevara Sverige Svenskt, men ett år efter att partiet grundades valdes istället Anders Klarström till ny talesman, som under sina tonår haft kopplingar till det nazistiska Nordiska Rikspartiet. De flesta av partiets tidiga medlemmar hade liknande förflutet, med bakgrund i bland annat Nordiska Rikspartiet, Bevara Sverige Svenskt eller Vitt Ariskt Motstånd. Poohls och Ekmans uträkningar visar att mellan 1989 och 1995 hade hela 60 procent av partiets medlemmar kopplingar till nynazistiska organisationer.¹²

Partiets medlemstidning hette på den tiden *Sverige-Kuriren*. I den kunde man hitta en lista över andra organisationer som Sverigedemokraterna kände samhörighet med. Där fanns ett antal tidningar med rasistiska och nazistiska kopplingar, exempelvis den engelska tidningen *Spearhead* som gavs ut av nazisten John Tyndall, men även apartheid-tidningar i Sydafrika och en amerikansk tidning bunden till Ku Klux Klan.¹³

Arbetet med att göra Sverigedemokraterna mer rumsrent intensifierades 1995 när Anders Klarström drog sig tillbaka och den tidigare centerpartisten Mikael Jansson tog över som ledare. Men det var först 2001 som man valde att utesluta flera personer med kriminell bakgrund, och de som stöttade en mer extremistisk linje. Allt eftersom anslöt sig också mer namnkunniga och legitima politiker till partiet, bland annat tidigare moderaten Sten Andersson och Sven Olle Olsson, som tidigare varit aktiv i Centerpartiet och grundat Sjöbopartiet.¹⁴

Stödet för Sverigedemokraterna har ökat successivt från 1998 och framåt. Man fick åtta fullmäktigemandat efter valet 1998, och fyra år senare tog man hela 50 kommunala mandat.¹⁵ Jimmie Åkesson tog över som partiledare våren 2005, cirka ett och ett halvt år innan nästa val. Han menade då att det var partiets "extremiststämpel" som hållit dem tillbaka och att det skulle ändras. Sverigedemokraterna skulle bli ett parti för helt vanliga människor, med helt vanliga åsikter. Målet var riksdagen. Det målet lyckades de inte med 2006, däremot närmade de sig riksdagsspärren rejält med nästan 3% av rösterna, dessutom fick de mandat i ungefär hälften av Sveriges kommuner.¹⁶ Stödet för partiet har fortsatt öka vid varje val sedan dess,

¹¹ Taggart, P. (2017). New populist parties in Western Europe. I Cas Mudde (Red.), *The Populist Radical Right: a reader* (s.160-164). London & New York: Routledge

¹² Hellström, A. (2010). *Vi är de goda: den offentliga debatten och Sverigedemokraterna och deras politik* (s.46-47). Stockholm: TankeKraft Förlag

¹³ Ibid, 47

¹⁴ Ibid, 47-48

¹⁵ Ibid, 48

¹⁶ Ekman, M., & Poohl, D. (2010). *Ut ur skuggan: en kritisk granskning av Sverigedemokraterna* (s.136-140). Stockholm: Natur och kultur

2010 var första gången de nådde över riksdagsspärren. Idag är de Sveriges tredje största parti.

3. Tidigare forskning

Här kommer vi gå igenom den tidigare forskningen som finns på ämnet. Först med fokus på Europa i stort och sedan specifikt på Sverigedemokraterna.

3.1 Nyhetsmedierna och högerpopulism

Relationen mellan radikala högerpopulistiska partier och medierna är komplex. Högerpopulistiska ledare beskyller ofta nyhetsmedierna för att vara lögnaktiga och en del av eliten, medan kritikerna på andra sidan menar att de misslyckas med att ställa högerpopulistiska ledare och partier till svars. Diskussionen är inte direkt ny. Ända sedan 1980-talet har europeiska medier blivit kritiserade för sin fascination för högerpopulistiska ledare som Jean-Marine Le Pen och Jörg Haider. Mediernas hantering av den radikala högern hänger också ihop med flera komplexa samhällsfrågor; hur stor tolerans bör man egentligen ha för radikala partier? Och var går egentligen gränsen för yttrandefriheten?¹⁷

Faktum är att nyhetsmedier kan ha en viktig roll när det kommer till uppgången för populism. Media kan vara ett kraftfullt verktyg för populistiska partier när det kommer till att nå ut med sitt budskap, och de populistiska ledarnas kommunikation tilltalar oftast journalistikens jakt på kontroversiella uttalanden och normbrytande beteenden. Konsekvensen av den här tillgång/efterfrågan-situationen innebär att nyhetsmedierna hjälper populistiska rörelser att sprida sitt budskap till en bredare publik.¹⁸

Det är framförallt i partiernas tidiga skede som nyhetsmedierna spelar stor roll. Med tanke på att partierna till en början sällan har organisationen eller ekonomin för att sprida sitt budskap på nationell nivå, blir medierna den enda vägen att göra detta. Nyhetsmedierna har dessutom makten att validera, legitimera och skapa momentum genom att ge partierna utrymme. Till en början spelar det mindre roll om uppmärksamheten är negativ eller positiv, genom att vara en del av den alldagliga rapporteringen får man statusen som ett parti inom det politiska spektrumet.¹⁹ Både Le Pen och Haider tjänade på tidig medieexponering innan de slagit sig in i det etablerade politiska systemet på 1980-talet. Samma går att säga om Donald Trump vars enorma uppmärksamhet i nyhetsmedierna inte reflekterade hans ställning i opinionsmätningarna till en början. I kontrast till detta har vi Tyskland som vägrat att ge medialt utrymme till högerradikala partier trots deras framgångar i regionala val.²⁰

Att positiv uppmärksamhet ger positiva effekter för högerpopulistiska partier är ganska självskrivet, det är desto mer oklart hur negativ uppmärksamhet påverkar i det långa loppet. Negativ kritik från etablerade medier kan skapa en "pariah status" som istället får partiet att framstå som en lockande politisk protest. Exempelvis gick det ungerska högerpopulistiska

¹⁷ Ellinas, A.A., (2018). Media and the Radical Right, I J. Rydgren (Red.), *The Oxford Handbook of The Radical Right* (s.269). New York City: Oxford University Press

¹⁸ Mazzoleni, G. (2008). Populism and the Media. I D. Albertazzi & D. McDonnell (Red.), *Twenty-First Century Populism* (s.50). New York City: Palgrave Macmillan

¹⁹ Ellinas, A.A., (2018). Media and the Radical Right, I J. Rydgren (Red.), *The Oxford Handbook of The Radical Right* (s.273). New York City: Oxford University Press

²⁰ Ibid, 274

partiet Jobbik framåt även om etablerade nyhetsmedier i Ungern stängde ute dem.²¹ Många högerpopulistiska ledare och partier har också använt taktiken att smutskasta nyhetsmedier som rapporterat negativt om dem för att kunna locka väljare som känner att de inte är representerade i etablerade medier. De har även bemött kritik genom att hävda att medierna representerar etablissemangets åsikter.²² Ett sådant parti är Schweiziska folkpartiet som numera är landets största parti. Men trots deras storlek visar studier att rapporteringen inte varit särskilt gynnsam, något deras ledare använt till sin fördel. Genom att anklaga andra partier för att få fördelaktig rapportering i nyhetsmedier och utmåla dem som en del av eliten har de skapat en “vi mot dem”-situation mot det man menar är den etablerade eliten.²³

I både Holland och Belgien kan man dock se att gestaltningen av högerpopulistiska partier förändrats i takt med att partierna växt. Belgiska Vlaams Belang gick från att bli gestaltade som en “kontroversiell outsider” till att bli gestaltade som “etablerade outsiders”. En liknande trend har man observerat i Holland där tonen mot högerpopulistiska partier till en början var mestadels negativ men med tiden blev mer nyanserad och dessutom visat mer förståelse för den populistiska ideologin.²⁴

Men det nya medielandskapet har inneburit ökad konkurrens och därmed mer fokus med marknadsbaserad logik när det kommer till de journalistiska valen. Det är i högre grad mängden publik som väljer det journalistiska innehållet, vilket uppmuntrat till mer sensationellt, förenklat och dramatiskt nyhetsinnehåll med fokus på personen snarare än politiken. Den här “fördumningen” av nyhetsmedia har inneburit en grogrund för populistiska politiker, menar Antonis Ellinas. Populistiska politiker passar oftast in i mallen när journalistiken letar efter det skandalösa och sensationella som drar en stor publik.²⁵

3.2 Life Cycle-modellen

Det finns studier som menar att högerpopulistiska partiers uppgång i media kan ses som en så kallad livscykel, som delas in i fyra olika faser.²⁶

The Ground-Laying Phase

I den första fasen spelar medierna en indirekt roll för högerpopulistiska partiers framgång. Partierna börjar sprida kontroversiella åsikter och nyhetsmedierna rapporterar om det. Det leder till att de flesta känner oro och obehag, men får upp ögonen för det populistiska partiet. I samma veva finns det alltid några som håller med partiet, och ser dem som en motpol mot etablissemanget.

²¹ Ibid, 276

²² Mazzoleni, G. (2008). Populism and the Media. I D. Albertazzi & D. McDonnell (Red.), *Twenty-First Century Populism* (s.57). New York City: Palgrave Macmillan

²³ Ernst, N., Engesser, S., & Esser, F. (2017). Switzerland: Favorable Conditions for Growing Populism. I T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. H. de Vreese (Red.), *Populist Political Communication in Europe* (s.158-159). New York: Routledge

²⁴ Esser, F., Stepinska, A., & Hopmann, D. N. (2017). Populism and the Media: Cross-National Findings and Perspectives. I T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. H. de Vreese (Red.), *Populist Political Communication in Europe* (s.366). New York: Routledge

²⁵ Ellinas, A.A., (2018). Media and the Radical Right, I J. Rydgren (Red.), *The Oxford Handbook of The Radical Right* (s.277). New York City: Oxford University Press

²⁶ Mazzoleni, G. (2008). Populism and the Media. I D. Albertazzi & D. McDonnell (Red.), *Twenty-First Century Populism* (s.59). New York City: Palgrave Macmillan

Nyhetsmedierna fortsätter att måla upp en negativ bild av partiet och gräver fram kriminella handlingar i dess bakgrund. Men, när tidningarna fylls av rapporteringar om det kontroversiella, populistiska partiet är partiets namn snart på befolkningens läppar.²⁷

The Insurgent Phase

Efter att ha blivit uppmärksammade i medierna har de högerpopulistiska rörelserna fått tillräckligt mycket support för att till slut kunna utmana andra större och etablerade partier. De populistiska partiledarna ser till att ständigt hamna i det mediala rampljuset genom att upprepade gånger använda sig av taktisk kommunikation och handlingar; exempelvis anordna kontroversiella tillställningar, vara verbalt extrema och ständigt attackera riksdagspartier (då ofta om invandring, skatter och social välfärd).

Trots att media inte vill uppmuntra till rörelser som är anti-etablissemangen måste de tänka på att förmedla verkligheten och göra god journalistik. De har inget annat val än att rapportera om de extrema sägningarna och händelserna från det populistiska partiet.²⁸

The Established Phase

Här börjar den kritiska fasen för populistiska partier. När de väl har etablerat sig och lyckats ta sig in i riksdagen finns det inte längre samma intresse från nyhetsmedierna att rapportera om dem. Partiet måste hålla sig mer inom ramarna och kan inte gå till extrema verbala attacker mot sina motståndare som tidigare. De populistiska ledarna förlorar då en del av sin karismatiska framtoning och får därmed svårare att hålla sig kvar i det mediala rampljuset.²⁹

The Decline Phase

Efter att ha fått tona ner sina budskap och sin extrema framtoning börjar det populistiska partiet tappa supportrar, som känner sig svikna. Det, i kombination med att inte längre ha kvar samma mediala uppmärksamhet, gör att partiet försvinner från det politiska spektrumet.

Men, den sista fasen är uppenbarligen inte en fas som gäller alla populistiska partier och ledare. Tvärtom, så använder många populistiska partiledare fortfarande de verbala verktyg (något nedtonat) som nämnts i tidigare faser och är kvar i mediebruset.³⁰

3.3 Nyhetsmediernas rapportering om Sverigedemokraterna

Den svenska medierapporteringen om Sverigedemokraterna skiljer sig ganska markant åt om man jämför med de nordiska grannländerna. Vår studie kommer inte omfattas av ledarsidorna, men i en rapport av Anna Lena Lodenius och Anders Hellströms visar det sig att ledarsidorna i de fyra rikstäckande svenska tidningarna varit betydligt mer negativa mot Sverigedemokraterna mellan 2009 och 2012 än de nordiska grannländernas ledarsidor varit mot deras motsvarande partier.³¹ Det finns också studier som visar att nyhetsjournalistiken varit mer kritisk mot Sverigedemokraterna. En jämförande studie mellan nyhetsrapporteringen inför och efter det första valet på 2010-talet i Norge, Danmark, Finland och Sverige visar att svenska medier var betydligt mer kritiska mot Sverigedemokraterna än

²⁷ Ibid, 59

²⁸ Ibid, 60

²⁹ Ibid, 61

³⁰ Ibid, 61-62

³¹ Hellström, A., & Lodenius, A-L. (2016). *Invandring, mediebilder och radikala högerpopulistiska partier i Norden* (s.45-46) Stockholm: Delmi

grannländerna var mot sina högerpopulistiska partier.³²

Men när man talar om vem som gynnats eller missgynnats handlar det inte bara om hur nyhetsmedierna rapporterat, utan även om hur mycket. Faktum är att Sverigedemokraterna är det parti som fått mest uppmärksamhet i nyhetsmedierna i relation till partiets storlek. Partiets uppmärksamhet ökades framförallt markant efter 2006. Enligt Kent Asps studie om valet 2010 fick Sverigedemokraterna hela tio gånger så stor uppmärksamhet i nyhetsmedierna 2010 jämfört med 2006.³³ Att uppmärksamheten sköt i höjden på det sättet kan förklaras av att mycket av att rapporteringen handlade om huruvida Sverigedemokraterna skulle komma in i riksdagen, och i förlängningen vad som skulle hända om inget av de traditionella blocken fick majoritet. Resultaten från 2010 visar således att nyhetsrapporteringen kring Sverigedemokraterna präglats av gestaltning av politik som ett strategiskt spel och av medielogik, vilket inneburit mer plats för dramatik och mindre plats för mer seriösa rapporter.³⁴ Även om mycket av rapporteringen varit negativ, kan synligheten vara en viktig faktor i sig.³⁵ Framförallt för nya partier som vi gått igenom ovan, vilket Sverigedemokraterna var inför valet 2010. Hellström och Bevelanders studier från 2010 stödjer detta. Deras undersökning visar att Sverigedemokraternas resultat i opinionsmätningarna påverkades positivt av ökad medieexponering, även om medieexponeringen som nämnt ovan var övervägande missgynnansam. Resultaten från 2014 visar att medieexponeringen inte hade lika tydlig betydelse för partiets framgångar.³⁶

Medievalrörelsen 2014 skilde sig något från tidigare valrörelser på så sätt att frågor om invandring och flyktingar var betydligt mer på agendan än tidigare. Hela 19 procent av nyhetsinnehållet tog upp sådana frågor. En avsevärd ökning från 2010 där bara fyra procent av nyhetsinnehållet berörde frågor om invandring och flyktingar. Med tanke på att Sverigedemokraterna var det enda partiet som gick till val på invandrings- och flyktingfrågor innebar det att de ägde den sakfrågan, på så sätt gynnades Sverigedemokraterna av nyhetsmediernas rapportering då deras enskilt viktigaste fråga fick ta stor plats.³⁷ I boken *Populist Political Communication In Europe* pekar en mängd forskare från hela Europa på att just sakfrågeägande är en viktig faktor när det kommer till hur nyhetsmedierna kan gynna högerpopulistiska partier. Genom att lägga stort fokus på dessa partiers kärnfrågor kan medierna bidra till deras framfart.³⁸ Däremot var rapporteringen mer missgynnansam för partiet inför valet 2014, vilket bland annat kan härledas till avslöjandena Expressen gjorde om olika

³² Herkman, J. (2015). The Life Cycle Model and Press Coverage of Nordic Populist Parties. *Journalism Studies*, 18(4), 430-448. doi: 10.1080/1461670X.2015.1066231

³³ Asp, K. (2011). *Medias prestation och betydelse: valet 2010* (s.24). Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

³⁴ Strömbäck, J., Jungar, A., Dahlberg, S. (2017). Sweden: No Longer a European Exception. I T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. H. de Vreese (Red.), *Populist Political Communication in Europe* (s.75). New York: Routledge

³⁵ Nord, L., & Strömbäck, J. (2018). *Svenska valrörelser* (s.122). Stockholm: Santérus

³⁶ Hellström, A & Bevelander, P. (2018). When the media matters for electoral performance. *Sociologisk forskning*, 55(2-3), 249-266

³⁷ Johansson, B. (2017). Medievalrörelsen 2014: Invandringsfrågan i fokus för balanserad bevakning. I B. Johansson & L. Truedson (Red.), *När makten står på spel: journalistik i valrörelser* (s.29-30). Stockholm: Institutet för mediestudier

³⁸ Esser, F., Stepinska, A., & Hopmann, D. N. (2017). Populism and the Media: Cross-National Findings and Perspectives. I T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. H. de Vreese (Red.), *Populist Political Communication in Europe* (s.374). New York: Routledge

Sverigedemokratiska politikernas aktivitet på sociala medier.³⁹ Det såg dock inte likadant ut i alla medier, Svenska Dagbladet var till exempel mer kritiska mot både Vänsterpartiet och Feministiskt Initiativ än mot Sverigedemokraterna.⁴⁰ Men även om invandrings- och flyktingfrågor dominerade nyhetsinnehållet var alltså en hel del av innehållet av kritisk karaktär riktat mot Sverigedemokraterna. På så sätt kan man konstatera att partiet gynnas genom att deras viktigaste sakfråga diskuterades överlägset mest, men missgynnades genom att rapporteringen generellt sett var mer negativ än mot andra partier.⁴¹

Göteborgs universitet har undersökt hur nyhetsmedierna skrivit om partierna under den svenska valrörelsen sedan 1979. 2018 genomfördes undersökningen av professorerna Jesper Strömbäck och Bengt Johansson. De två forskarna granskade 1 645 artiklar och inlägg från några av de största nyhetsmedierna i Sverige, där resultatet sedan sammanfattades i en boken *Kampen om mediebildens – nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018* som gavs ut av Institutet för Mediestudier. Strömbäcks och Johanssons studier visar att även inför valet 2018 fick Sverigedemokraterna mer utrymme än vad valresultatet sedan visade, men också den mest missgynnsamma rapporteringen. Däremot var det inte särskilt stor skillnad gentemot hur Socialdemokraterna behandlades av nyhetsmedierna 2018. En skillnad mellan rapporteringen om Sverigedemokraterna och andra partier under valrörelsen var att kritiken mot partiet i högre grad kom från andra politiker snarare än journalisterna själva.⁴² Deras studie visar också att precis som under 2014 var invandrings- och flyktingfrågor högt på agendan, om än inte lika högt. 13 procent av alla sakfrågor i nyhetsinnehållet under valrörelsen 2018 behandlade invandrings- och flyktingfrågor, vilket är en minskning med sex procentenheter från 2014. Men den förblev högt upp på dagordningen, bara vårdfrågor togs upp oftare.⁴³

Som vi skrivit under rubriken *Nyhetsmedierna och högerpopulism* behöver dock inte negativ rapportering nödvändigtvis innebära något dåligt för partiet, det kan snarare ha en motsatt effekt. Hellström och Hervik menar att dragningen till det högerpopulistiska partiet bland annat ligger i att partiet framställer sig som den enda rösten mot det elitistiska och politiska etablissemangets världsbild, och den enda rösten som för folkets talan. Genom att utmåla medierna som en röst för etablissemanget kan partiet snarare mobilisera röster på att bli utmålade som ett utstött svart får.⁴⁴

3.4 Inomvetenskaplig relevans

När det kommer till forskning på Sverigedemokraterna och liknande partier finns det en hel del att ta av. Men mycket av forskningen behandlar dels mer översiktligt hur nyhetsrapporteringen sett ut, alltså om den varit gynnsam eller missgynnsam. Men även om hur mycket uppmärksamhet partierna får och hur det påverkar deras eventuella framgång. Vår studie är en förlängning av det kan man säga. Vi vill se förbi det översiktliga och gå in

³⁹ Johansson, B., & Strömbäck, J. (2018). *Kampen om mediebildens – Nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018* (s.119). Stockholm: Institutet för mediestudier

⁴⁰ Johansson, B. (2017). *Medievalrörelsen 2014: Invandringsfrågan i fokus för balanserad bevakning*. I B. Johansson & L. Truedson (Red.), *När makten står på spel: journalistik i valrörelser* (s.47). Stockholm: Institutet för mediestudier

⁴¹ Ibid, 55

⁴² Johansson, B. & Strömbäck, J. (2018). *Kampen om mediebildens – Nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018* (s. 106-107, 199, 122). Stockholm: Institutet för mediestudier

⁴³ Ibid, 57-58

⁴⁴ Hellström, A., & Hervik, P. (2013). *Feeding the Beast: Nourishing Nativist Appeals in Sweden and in Denmark* (s. 453, 461-462). *Journal of International Migration and Integration*.

mer i detalj för att se vad som gömmer sig bakom nyhetsmedierna. Sådan forskning finns knappt, och framförallt finns det inte när det kommer till Sverigedemokraterna. Vilka ord och uttryck som använts i nyhetsmediernas bevakning av Sverigedemokraterna är oerhört intressant, och vi tycker att det behövs en sådan studie.

4. Teori

För att undersöka hur Sverigedemokraterna framställts i nyhetsmedierna har vi i vår studie använt oss av gestaltningsteorin, med fokus på det lingvistiska tillvägagångssättet. Nedan kommer en redogörelse för begreppens betydelser.

4.1 Gestaltningsteorin

När det kommer till teorier om mediernas effekter i den politiska kommunikationen är troligen gestaltningsteorin (*framing theory*) den allra viktigaste.⁴⁵ Teorin bygger på att utforma, rama in eller gestalta något på ett visst sätt, men det var inte inom medier som teorin började användas. Sociologen Erving Goffman var den förste som skrev om *frame analysis* och han menade att det handlar om hur man tolkar, skapar mening och begripliggör sina erfarenheter. Ur ett sociologiskt perspektiv är gestaltningsprocesser ofrånkomliga i den mänskliga vardagen, vi gestaltar verkligheten varje gång vi kommunicerar med någon.

Den definition av gestaltning som vanligast förekommer i litteratur är av Robert Entman⁴⁶, professor i medievetenskap. 1993 gav han ut boken *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, där han definierar gestaltning följande:

“To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described”.⁴⁷

Gestaltningsteorin har två utgångspunkter. Dels handlar teorin om hur medier gestaltar och därmed ger uttryck för ideologiers och maktfaktorers sätt att se på verkligheten. Medier kan omöjligt beskriva hela verkligheten, utan gestaltar och konstruerar den. Med tanke på att mediernas format är begränsat medan verkligheten är obegränsad präglas all nyhetsförmedling av val. Exempelvis val av ämne, val av berättarperspektiv, val av källor, val av vad som betraktas som fakta samt val av specifika ord journalister använder. Många av dessa val är dock inte medvetna, utan påverkas av institutionaliserade rutiner som präglar en nyhetsredaktion. Valen ses därför inte som val, utan som självklarheter.⁴⁸

Den andra utgångspunkten behandlar hur människors syn på verkligheten påverkas av mediernas gestaltning av verkligheten.⁴⁹

I ett experiment av Kahneman och Tversky från 1984 exemplifieras den påverkan som gestaltning kan ha, genom valen av ord och hur man väljer att belysa olika faktorer. I experimentet målade författarna upp följande scenario:

Föreställ er att USA förbereder för att en ovanlig asiatisk sjukdom sprider sig bland befolkningen. Sjukdomen förväntas döda 600 personer. Det föreslås två olika program för att bekämpa sjukdomen, anta att det resulterar i exakt de här utfallen för de olika programmen: Om Program A används kommer 200 personer blir räddade. Om Program B används är det en tredjedels chans att 600 personer överlever, men två tredjedelars risk att ingen överlever.

⁴⁵ Strömbäck, J. (2014) *Makt, medier och samhälle* (s.113). Lund: Studentlitteratur

⁴⁶ Ibid, 114

⁴⁷ Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of communication*, 43(4), 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01204.x

⁴⁸ Strömbäck, J. (2014). *Makt, medier och samhälle* (s.114). Lund: Studentlitteratur

⁴⁹ Strömbäck, J. (2004). *Den medialiserade demokratin* (s. 40-41). Stockholm: SNS Förlag

I det här experimentet svarade 72 procent att de skulle välja Program A, medan 28 procent skulle välja Program B.

I nästa experiment använde författarna exakt samma alternativ av program med exakt samma utfall, men valde att använda gestaltningen av hur många som kommer dö istället för gestaltningen av hur många som kommer överleva. Så här beskrev de programmen då: *Om Program C används kommer 400 personer dö. Om program D används finns det en tredjedels chans att ingen dör, men två tredjedelars risk att 600 personer dör.* Resultatet visade att 22 procent nu valde Program C medan 78 procent valde Program D, trots att utfallet blir detsamma. Gestaltningen gjorde att experimentet fick motsatt resultat.⁵⁰

4.1.1 Lingvistiskt tillvägagångssätt

Om man tittar på tidigare forskning där gestaltningsteorin använts i journalistik har första steget många gånger varit att på förhand definiera gestaltningar, för att sedan söka i sitt journalistiska material efter deras förekomst.⁵¹ Det är ett sätt att göra det på, vi har dock valt att använda oss av ett *lingvistiskt* tillvägagångssätt.

I *lingvistiska studier* identifierar man gestaltningar genom att analysera valet, platsen och strukturen av specifika ord och meningar i en text.⁵² Det är inte artikeln i sig som man undersöker, utan delar i texten. En artikel kan alltså vara med flera gånger i en kodning, eftersom det är paragrafer och ord i artikeln man tittar närmare på. Det resulterar ofta i att man har en stor mängd ord som man fördelar i kategorier, vilket blir de gestaltningar man använder.

Vi använder oss av det lingvistiska tillvägagångssättet då det troligtvis skulle bli ett bortfall i vår undersökning om vi använt på förhand bestämda gestaltningar. Flera av de egenskaper som tillskrivits Sverigedemokraterna skulle högst troligt falla under radarn. Istället kollar vi först igenom materialet och utformar våra gestaltningar efter vad vi får fram.

Genom att kolla på specifika ord kan man dra slutsatser om ett större sammanhang. Ord är inte bara ord, utan säger någonting om generella tankemönster och känslor. Vilka ord vi väljer att gestalta något med är inte slumpmässigt utan föregås alltid av ett val. Genom att analysera detta närmare kan man säga något om den mediala bilden av Sverigedemokraterna över tid. Det intressanta i vår undersökning är de specifika orden, därför passar det lingvistiska tillvägagångssättet vår studie.

⁵⁰ Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of communication*, 43(4), 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01204.x

⁵¹ Strömbäck, J. (2004). *Den medialiserade demokratin* (s. 46). Stockholm: SNS Förlag

⁵² Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity, *Journal of communication*, 58(2), 258-279. doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x

5. Metod

I vår studie har vi valt att använda oss av en kvantitativ innehållsanalys som syftar till att undersöka hur de fyra största svenska tidningarna har beskrivit Sverigedemokraterna inför riksdagsvalen 2010, 2014 och 2018.

5.1 Kvantitativ innehållsanalys

När man pratar om termen innehållsanalys används den främst i analyser där tillvägagångssättet består av att kvantifiera något, det vill säga räkna eller mäta förekomsten av något i en text. Därför kan det också kallas *kvantitativ innehållsanalys*. Skillnaden mellan en kvantitativ innehållsanalys och en *kvalitativ innehållsanalys* är kort sagt att den senare är en analys där ingenting räknas eller mäts.⁵³

Den kvalitativa innehållsanalysen kan delas upp i två olika frågeställningar. Dels sådana som kritiskt granskar en text och dels sådana som systematiserar innehållet i en text. Då vi letar efter gestaltningar att systematisera skulle man kunna argumentera för att vår undersökning liknar en kvalitativ innehållsanalys. Dessutom används metoden för att klargöra tankestrukturer hos skribenten, vilket vi till viss del också vill göra. Men tillvägagångssättet för metoden skulle inte fungera för vår studie. Dels lämpar den sig för ett mindre urval texter, som man mycket grundligt analyserar. Och dels ska texterna läsas flera gånger, med varierande tempo och noggrannhet.⁵⁴ Den kvalitativa innehållsanalysen innebär dessutom att man ställer frågor till texten för eftersökta svar som ligger dolt under ytan. Man vill också fånga in hela passager som anses vara viktigare än andra, vilket vi inte gör. Vi letar efter utskrivna egenskaper, alltså fåtal ord i texterna. Vi djupdyker heller inte in i artiklarna för att hitta något underliggande syfte. Vi strukturerar ihop ord och egenskaper från *flera* artiklar och kollar efter samband. Och som tidigare nämnt är det inget man räknar eller kategoriserar i den kvalitativa innehållsanalysen, vilket vår studie går ut på.

I en kvantitativ innehållsanalys analyserar man däremot förekomsten och frekvensen av en eller flera kategorier i ett material. Det är ett mycket användbart verktyg när man som i vårt fall söker ett resultat från en större mängd artiklar. Vi vill i vår studie se vilka specifika ord och egenskaper Sverigedemokraterna har tillskrivits i nyhetsmedia och kan med hjälp av den kvantitativa innehållsanalysen samla in data, strukturera upp den och se mönster. Vad finns det för olika benämningar? Hur ofta förekommer de? Just "hur ofta" något förekommer är en av de främsta frågorna i den kvantitativa innehållsanalysen.⁵⁵

Metoden lämpar sig också för att undersöka hur stort utrymme olika kategorier får, vilket skulle kunna vara användbart om vi dessutom hade velat undersöka hur stort utrymme Sverigedemokraterna har fått i medierna jämfört med andra riksdagspartier. Men just för den här studien är det inte relevant.

Den kvantitativa innehållsanalysen används ofta inom politisk kommunikationsforskning. Material samlas in och analyseras från den politiska rapportering i medier inom den tidsramen man väljer. I vårt fall är det tiden fyra veckor före och fram till de senaste tre riksdagsvalen i Sverige.

⁵³ Bergström, G. & Boréus, K. (2005). *Textens mening och makt* (s.44). Lund: Studentlitteratur

⁵⁴ Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan* (s.210). Stockholm: Norstedts Juridik

⁵⁵ *Ibid*, 197

Rent praktiskt handlar det om att samla in data och fylla i en datamatrix med information. För detta krävs det att man noga funderar och definierar vad exakt det är man vill undersöka, för att sedan registrera *variabler*. Dessa variabler förtecknas i någon form av *kodbok* med tillhörande sifferuppgifter. Vår fullständiga kodbok finner man som bilaga. Med hjälp av dataprogram kan man sedan med en kvantitativ innehållsanalys gå igenom stora mängder datamaterial på relativt kort tid och därefter registrera förekomsten av olika kategorier.⁵⁶ Därför är metoden passande för att undersöka hur och hur ofta Sverigedemokraterna beskrivits i media. Vi har i vår studie använt oss av dataprogrammet SPSS.

5.2 Material och urval

De tidningar vi valt att undersöka är Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter. Fyra av Sveriges största rikstäckande tidningar. Vi var överens om att vi ville ha rikstäckande tidningar och ansåg att det var intressant för slutresultat att välja både morgon- och kvällspress för att se om det fanns skillnader mellan dem.

Nästa fundering var om vi skulle ha med radio och TV inom public service. Det hade kunnat vara intressant då public service siktar på att vara objektiva i politiska frågor. Vi kom dock fram till att det skulle bli osammanhängande att bara ha med TV-sändningar från SVT och radiosändningar från Sveriges Radio. Vi kunde helt enkelt inte motivera tillräckligt för att undersöka dem, men inte exempelvis TV4. Samtidigt skulle det bli övermäktigt att ha med nyhetssändningar från alla nyhetsmedier. Materialet skulle helt enkelt ta för lång tid att analysera. En annan aspekt är att TV- och radiomaterialet var betydligt svårare att få tag på än tidningsmaterialet. Bara det hade tagit tid som vi redan var begränsade med. Dessutom är det inte säkert att vi hade fått något användbart material från TV och radio med tanke på att det finns betydligt mindre material än i tidningarna. Sverigedemokraterna hade kanske bara karaktäriserats några enstaka gånger, vilket inte hade bidragit särskilt mycket till vårt resultat.

Vi började med att söka i Mediearkivet efter samtliga artiklar från tidningarna som innefattar orden "Sverigedemokraterna", "sverigedemokrat", "sverigedemokraten", "SD" samt "Åkesson" och begränsade tiden till fyra veckor före respektive val.

Bakgrunden till att vi valde just den tidsperioden är för att valrörelsen är väldigt politiserad. Det är naturligt att det skrivs mer om politik när det närmar sig val, på så sätt kunde vi också få fler resultat till vår undersökning. Politiken får ta väldigt stor plats under valrörelserna, och journalistiken har kraften att påverka människor. Medierna kan bidra till att skapa en bild av ett parti beroende på hur man väljer att rapportera och vilka frågor man väljer att lyfta, men även hur mycket man väljer att skriva. Därför är det intressant att undersöka Sverigedemokraterna gestaltats i nyhetsmediernas rapportering under den här viktiga och intensiva perioden.

Från artiklarna som innefattar den tidsperioden fick vi resultat från 216 stycken. Vi valde att helt utesluta artiklar som var opinionsdrivande och hade en tydlig egen plats i tidningen, så som ledare, debattartiklar, recensioner och insändare. Vi har däremot valt att ha med kolumner, krönikor och kommentarer av nyheter även om dessa texter också bygger på åsikter. Anledningen till att vi tagit med dessa är att de är en del av nyhetsmaterialet och ofta

⁵⁶ Ibid, 198

ligger i direkt anslutning till nyhetstexterna, inte sällan som en kommentar till själva händelsen. Vi anser därför att kolumner, krönikor och kommentarer är en del av det som vi definierar som nyhetsmaterial. Det resultat vi fått fram baseras helt och hållet på detta.

5.3 Provkodning

Vi började med att provkoda för att säkerställa att vi definierade de olika variablerna på samma sätt. Vi började med att söka igenom Aftonbladet från 2018 tills vi båda hittat fem egenskaper som vi kodade in. Under provkodningen fick vi inte prata eller diskutera våra resultat med varandra. När fem egenskaper var hittade i Aftonbladet gick vi vidare till nästa tidning tills alla var provkodade, vilket hade gett oss 20 resultat var; fem från respektive tidning.

Det visade sig att vi hade kodat exakt likadant förutom från en artikel i Dagens Nyheter. I den stod det att Jimmie Åkesson var glad, vilket en av oss hade valt att ta med medan den andra inte hade gjort det. Efter en kort diskussion med vår handledare var vi alla överens om att "glad" förvisso kan ses som en egenskap, men i det här fallet var det en tillfällig sinnesstämning och skulle därför inte vara med.

5.4 Kodning

Något av det första vi märkte efter vår provkodning var att vi skulle få läsa igenom betydligt fler artiklar än de som rör Sverigedemokraterna. Dels fick vi fram artiklar där journalisten eller någon annan person som förekom i den hette Åkesson i efternamn, men framförallt gav vårt sökord "SD" artiklar som kunde handla om precis vad som helst. När vi sökte igenom artiklarna efter omnämmanden av Sverigedemokraterna slog det oss snabbt att sökningen hade reagerat på ord som tisdag, riksdag, stadsdel och adelsdam. Alla dessa ord innehåller bokstavskombinationen "sd". Samtidigt var det inget alternativ att ta bort "SD" som sökord då bortfallet av artiklar hade blivit enormt.

Det vi kodade artiklarna efter var egenskaper som journalisten, eller någon som citeras, gett Sverigedemokraterna som parti eller någon enskild politiker inom partiet. Den andra saken vi märkte fort var att personer i artiklarna kunde uttrycka sina åsikter om Sverigedemokraterna likt "jag tycker illa om..." eller "jag känner avsky för...". Vi diskuterade att ha med det i vårt resultat eftersom det säger något om partiet samt är skrivet i nyhetstexter. "Känna avsky för" skulle i så fall kunna översättas till egenskapen "avskyvård", men vi insåg att validiteten och reliabiliteten i vår undersökning skulle sjunka, då det inte blir självklart att någon annan som vill göra samma undersökning hade valt att koda och översätta på samma sätt. Därför är liknande uttalanden om Sverigedemokraterna inte medräknat i vårt resultat. Att känna avsky för ett parti ger helt enkelt inte partiet en egenskap, även om det är en beskrivning hur de uppfattas och framställs i media.

Som tidigare nämnt hade vi en liknande diskussion när det kom till uttalanden som "Jimmie Åkesson var glad" eller "Sverigedemokraterna var gnälliga". Först tänkte vi att vi skulle ha med det, och då koda det som egenskaperna *glad* samt *gnällig*, men vi kom sedan fram till att det snarare var ett tillfälligt tillstånd hos personen i fråga och inte en utpräglad egenskap. Däremot har vi exempelvis med när Peter Kadhammar uttalar sig i Aftonbladet 2014 om partiet som "ett parti som fortfarande i själ och hjärta är en hop gnällmånsar som känner sig

missförstådda”⁵⁷ eftersom han beskriver partiet generellt, inte en enskild händelse. En liknande diskussion rörde om vi skulle ta med citeringar likt “Sverigedemokraternas rasistiska valfilm” eller “Åkessons rasistiska kommentar”. Å ena sidan kan man påstå att uttalandet handlar om att SD är rasistiska. Men å andra sidan är det inte uttalat att personen i fråga faktiskt tycker det. Det som är rasistiskt är *valfilmen* och en *kommentar*, inte partiet. Likt ett tillfälligt tillstånd är en kommentar något tillfälligt, inte en präglad egenskap hos partiet. Därför har vi inte tagit med liknande uttalanden i vår studie.

Vi har bara tagit med egenskaper där det varit tydligt att uttalandet är om Sverigedemokraterna. I flera fall har vi kunnat *gissa* eller *anta* att det är Sverigedemokraterna någon syftar på, men ändå inte tagit med det. Det har exempelvis varit när någon uttalat sig om att främlingsfientliga partier växer i Sverige. Eftersom SD är ett snabbt växande parti är det troligt att personen i fråga syftade på dem, men för att ha kvar en hög validitet har vi endast kodat egenskaper som syftas till Sverigedemokraterna utom rimligt tvivel. Ett exempel på ett sådant uttalande är “Sverigedemokraterna är en bunt rasister”. Egenskaperna behöver dock inte finnas i samma mening som Sverigedemokraterna för att kunna komma med i kodningen, så länge det är givet att citatet handlar om partiet. Ett sådant exempel är en artikel från 2018 i Svenska Dagbladet:

“Magdalena Andersson betonar att Socialdemokraterna aldrig kommer att ta makten ens med passivt stöd av SD.

- Jag vill att Sverige ska fortsätta vara ett land där högerextrema inte har inflytande i politiken, säger hon”⁵⁸

Tack vare att Sverigedemokraterna nämns i bryggan har vi tagit med “högerextrema” i vår kodning.

Efter att ha kodat samtliga artiklar som innehöll något, eller flera, av våra sökord hade vi ett resultat på att Sverigedemokraterna beskrivits 324 gånger totalt. Vi la då till tre nya variabler: “sak/ideologi”, “gestaltningar” samt “går SD med på beskrivningen?”. Samtliga ord och beskrivningar vi fått fram delades upp i tio olika gestaltningar.

5.5 Definitioner

Under den här rubriken kommer vi definiera och diskutera de begrepp och variabler som vi använt under kodandet av vårt material.

5.5.1 Variabler

Vi har använt oss av 15 olika variabler. Dessa är:

1. ID-nummer
2. Vem som kodar
3. De tre första orden i rubriken
4. År
5. Vilken tidning?
6. Typ av artikel?
7. Vilken vinjett?

⁵⁷ Kadhammar, P. (2014, 22 augusti). Glädjelösheten hörs redan i SD:s valsång. *Aftonbladet*.

⁵⁸ Andrén Meiton, L. (2018, 3 september). Politiska fienderna enas: “För dåliga på att klä av SD offerkoftan”. *Svenska Dagbladet*

8. Vem uttalar sig?
9. Är uttalandet direkt?
10. Vilket ord/egenskap
11. Är det en historisk beskrivning?
12. Vem beskrivs?
13. Sak/ideologi
14. Gestaltningar
15. Går SD med på beskrivningen?

De flesta variabler är självklara. Vi var givetvis tvungna att redogöra vilken tidning som har skrivit vad samt vilket år det rör sig om för att få fram ett resultat om det förändrats över tid. Variabel 8, "vem uttalar sig?", är viktig då vi ville se om beskrivningarna av Sverigedemokraterna skrivs av journalisten själv eller är citerade av någon annan. Nyhetsjournalistiken brukar allt som oftast sträva efter att vara så neutral som möjligt, därför är det intressant att se även hur journalisten väljer att presentera Sverigedemokraterna som parti i brödtext. Vi vill även se vilka andra aktörer som bidrar till gestaltningen av Sverigedemokraterna, och på vilket sätt. Det är också intressant att se hur många som citeras vid åsikter, och vilka åsikter som syns mest, av partiet då även det sänder ut en bild av dem till läsarna.

Variabel 9, "är uttalandet direkt?", formades fram under tiden vi kodade. I flera artiklar berättade en sverigedemokrat om hur andra hade skrikit rasister efter dem. Vi började då diskutera om vi skulle sätta ordet "rasister" som ett uttalande från "vanligt folk" som skrikit efter dem i variabel 8 eller som "Sverigedemokraterna". Det var ju en sverigedemokrat som uttalade sig, men han kallade inte sig själv för rasist. Han citerade att någon annan kallat honom rasist. Därför hade resultat blivit felaktigt om vi bara kodade att Sverigedemokraterna hade sagt egenskapen "rasister".

Samtidigt kunde vi inte koda det som "vanligt folk" då det inte var någon som direkt citerades av journalisten. Hade vi gjort så hade sverigedemokraten kunnat hävda att vem som helst sagt vad som helst. Skulle han exempelvis sagt att Stefan Löfven hade kallat dem för rasister hade vårt resultat visat att Socialdemokraterna uttalat sig så till eller inför en tidning, vilket inte hade varit korrekt.

Variabel 9 blev alltså viktig. Vi kunde nu koda det som ett indirekt citat.

I variabel 10, "vilket ord/egenskap", skrev vi in de egenskaper som tillskrivits Sverigedemokraterna. Eftersom vi noga diskuterat definitionen av vad som räknas som en egenskap var det inga svårigheter att koda.

Variabel 11 och 12 förklarar sig själva. I många artiklar presenteras Sverigedemokraterna historiskt. Flera andra partipolitiker uttalar sig om SD:s nazistiska rötter och vi tyckte att det blev missvisande om vi bara hade kodat det som att någon uttalat sig om att SD skulle vara nazister. Variabel 12 är viktig för att visa om uttalandet gäller hela Sverigedemokraterna som parti, om det gäller en enskild politiker inom partiet eller Jimmie Åkesson, partiledaren.

Variabel 13, "sak/ideologi", handlar om vad orden och beskrivningarna grundar sig i. Alla ord och beskrivningar som har förankring i en ideologi som exempelvis fascister, rasister eller nazister har kodats in under ideologi och ord som inte grundar sig i någon ideologi har kodats under sak.

Variabel 14, "gestaltningar", är i den viktigaste variabeln i vår studie. Det var här vi

kategoriserade orden i olika gestaltningar för att på så sätt kunna på ett mer översiktligt resultat. En noga genomgång av vilka gestaltningar vi har finns under *Resultat och analys*.

Variabel 15, "går SD med på beskrivningen?", la vi till för att se om de begrepp som används för att beskriva partiet har förändrats över tid och blivit mer "SD-vänliga". Det handlar helt enkelt om att se om exempelvis ett ord som *invandringsfientliga* har utvecklats till *invandringskritiska*, ett uttryck som Sverigedemokraterna själva anser sig vara. Fler exempel som Sverigedemokraterna skulle kalla sig själva är *socialkonservativa* och *nationalistiska*. Positiva benämningar, så som *hederliga*, *tydliga* och *framgångsparti* går också under den här variabeln.

Vissa av variablerna visade inget särskilt resultat och därför finns de inte med i resultatdelen heller. Exempelvis blev variabel 12, "vem beskrivs?", överflödigt på grund av att det var partiet som beskrevs i nästan samtliga fall. Detsamma går att säga som variabel 7, "vilken vinjett", med tanke på att nästan samtliga artiklar låg under nyhetsvinjetten, vilket gjorde att vi inte fick något särskilt resultat från den variabeln heller. Under resultatdelen har vi helt enkelt samlat de variabler som gett ett substantiellt resultat.

5.6 Validitet och reliabilitet

Validitet är ett centralt begrepp när man utför den här typen av undersökningen. Kort sagt kan man definiera validitet på tre olika sätt. Dels som översättningen från teoretiska begrepp till operationalisering, dels att man undviker systematiska fel och dels att man mäter det man avser att mäta.⁵⁹ De flesta av våra variabler är okomplicerade och därför lätta att koda utan någon vidare diskussion. Tittar man exempelvis på variabel 1-7 finns det nästintill inget utrymme att koda fel. I alla fall inte på grund av systematiska fel, som är en faktor till att validiteten i en studie skulle kunna gå ner. Det finns helt enkelt inget tolkningsutrymme i vilken tidning, vilket år eller vilken typ av artikel något resultat är hittat i. Därav hålls validiteten stabil.

Vi definierade också samtliga variabler ordentligt innan vi började för att få så mycket klarhet som möjligt. De variabler vi behövt diskutera är bland annat "är uttalandet direkt?" och i förlängningen "vem uttalar sig?", men till slut landade vi i att ett direkt uttalande är allt som man uttalat i nyhetsmedia, eller inför nyhetsmedia, tidigare alternativt något man uttalat i sina egna kanaler. Allt annat går under ett indirekt uttalande. Om en journalist exempelvis observerat att någon skriker rasister till Sverigedemokraterna under en demonstration räknas det på så sätt som ett indirekt uttalande från journalisten själv.

För att ha en så hög validitet som möjligt var det viktigt för oss att ha en tydlig definition av vad som egentligen räknas som ett ord, en *egenskap*, men slutligen var även det relativt enkelt. Det viktiga var helt enkelt att fånga in hur partiet som helhet alternativt dess företrädare beskrivs och vilka egenskaper de tillskrivs. Som tidigare nämnt var det från början inte helt enkelt.

Som vi skrivit tidigare har vi inte tagit med saker som vi ansett är en tillfällig sinnesstämning, eller exempelvis att en kommentar är "rasistisk". Vi anser inte att det är en generell egenskap för en person eller för partiet. Genom att ha en pågående diskussion kunde vi därmed ta bort allting som blev oklart under kodandets gång. Vi har tagit upp samtliga ord vi tagit med i

⁵⁹ Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan* (s.57). Stockholm: Norstedts Juridik

kodningen för att kunna undvika slarvfel och för att ständigt kontrollera att vi är överens om definitionen. Det kan vara värt att nämna att diskussionerna över vad som räknas som en egenskap var få. Överlag hade vi en tydlig bild av vad som skulle vara med och inte.

En hög reliabilitet definieras genom en frånvaro av slumpmässiga eller osystematiska fel. En bristande sådan orsakas ofta genom slump- och slarvfel under datainsamlingen.⁶⁰ Att något sådant fel skulle uppstå kan bero på mänskliga faktorer som trötthet och stress. För att undvika detta i så hög grad som möjligt kodade vi aldrig något på egen hand, utan satt alltid tillsammans och kunde på så sätt ha en kontinuerlig diskussion om olika uttryck och ord. Risker att missa något eller tolka något fel sjunker därför betydligt.

Som tidigare nämnt utförde vi också en provkodning för att vara helt säkra på att vi definierade varje variabel på samma sätt. Under provkodningen fick vi inte prata med varandra och när båda hittat 20 egenskaper jämförde vi våra resultat. Läs mer om provkodningen under rubrik "6.4 Provkodning". För att öka reliabiliteten ytterligare hade man kunnat genomföra en dubbelkodning. Det innebär att man kodar samma artiklar som man redan har kodat en gång, detta för att kontrollera att resultatet blir detsamma som första gången. För att göra detta bör man dock låta det gå en tid mellan kodningstillfällena, för att man inte ska komma ihåg det man kodat. Den tiden hade vi inte riktigt och därför hade det känts som överflödigt arbete att utföra en dubbelkodning. Vi hade kommit ihåg det vi kodat första gången, och därmed hade kontrollen inte sagt någonting.⁶¹

När vi skulle göra vårt kodschema inspirerades vi lite av Bengt Johanssons och Jesper Strömbäcks kodschema i boken *Kampen om mediebild*.⁶² Vi ville ha professorers tidigare tillvägagångssätt i ryggen för att vi tycker det hjälper oss att bibehålla en hög validitet. Efter det ändrade vi några av deras variabler och la till våra egna för att skraddarsy den mest lämpliga kodboken för just vår studie. Med tanke på att vi hade ett induktivt sätt att arbeta när vi skapade våra gestaltningar fanns det inte möjlighet att använda en tidigare operationalisering. Vi var tvungna att skraddarsy gestaltningarna i efterhand utifrån de ord vi hittat när vi kodade.

⁶⁰ Ibid, 63

⁶¹ Bergström, G. & Boréus, K. (2005). *Textens mening och makt* (s. 50). Lund: Studentlitteratur

⁶² Johansson, B. & Strömbäck, J. (2018). *Kampen om mediebild - Nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018* (s. 175-187). Stockholm: Institutet för mediestudie

6. Resultat och analys

Här presenterar vi de resultat vi fått fram av vår kvantitativa undersökning. Då syftet med studien är att undersöka vilka egenskaper Sverigedemokraterna har tillskrivits samt om det förändrats över tid kommer vi dels presentera den lingvistiska analysen, och sedan följer relevanta tabeller. Vi kommer även gå igenom om det funnits skillnader mellan morgon- och kvällspress.

6.1 Den lingvistiska kategoriseringen

När vi kodat samtliga ord började vi skapa olika gestaltningar där orden passade in. Det är det som är innebörden av det lingvistiska tillvägagångssättet inom gestaltningsteorin. Orden i sig är det viktiga, men för att kunna få ett överskådligt resultat krävdes att vi skapade gestaltningar där vi kategoriserade in orden och uttrycken. Nedan följer hur vi tänkte om de olika gestaltningskategorier och hur vi analyserat innebörden av en del av de olika orden och uttrycken vi hade att arbeta med.

Invandring

Under invandring ligger samtliga ord som på något sätt handlar om invandring och invandrare, men inte nämner någon ideologi. Exempel på ord vi kodat i den här kategorin är *främlingsfientlig*, *invandringskritisk* och *anti-islam*.

Klimat

Här har vi kodat in alla ord och beskrivningar som handlar om klimatfrågan på något sätt. Alla ord i den här gestaltningen var väldigt lika och samtliga handlade om klimatförnekande på något sätt.

Politisk roll

Den här gestaltningen handlar om Sverigedemokraternas politiska roll och inbegriper alla ord som berättar vilket parti de är utan att använda någon tydlig ideologi. Exempel på ord som hamnat här är *vågmästare*, *missnöjesparti* och *sjukvårdsparti*. Det kan alltså både handla om deras roll i det politiska spelet, men även om specifika sakfrågor som sjukvården. Vi har också valt att koda in ett ord som *sanningssägare* i den här kategorin. Man kan väl argumentera för att det inte är en politisk roll. Men vi anser att genom att beskriva de som sanningssägare kontrasterar man partiet mot andra etablerade partier, och menar att de andra är mer lögnaktiga. Deras roll i svensk politik blir således att "berätta sanningen".

Rasism

Under den här gestaltningen har vi kodat in alla ord som handlar om ideologin rasism. De flesta av orden innehåller rasism på något sätt, vilket gjorde orden lättkodade. Däremot har vi bestämt att även ha med *avskyvård människosyn* och *islamofob* i den här kategorin. Anledningen till det är att vi tycker båda orden är något annat än att vara kritisk eller fientligt inställd till något. De liknar mer rasism än något annat, och därför valde vi att ha med dem här istället för i exempelvis gestaltningen "invandring".

Nazism/fascism

Vi har valt att dessa två ideologier går under samma gestaltning för att de är väldigt nära besläktade. Nazism kommer sällan utan fascism. Många ord har varit lättkodade även här då de ofta innehåller nazism eller fascism. Andra ord som vi valt att ha med här är exempelvis *auktoritärt*, *skinnskallar* och *odemokratiska*. Auktoritärt tycker vi är en så stor del av både

nazismen och framförallt fascismen, därför kändes det givet att ha med ordet här. Skinnskallar anser vi är en tydlig omskrivning för någon man anser är nazist. Vi tycker också att alla ord som på något sätt handlar om att partiet är mot demokratin passar in här. Både fascismen och nazismen är tydliga icke-demokratiska ideologier, och alla ord som pekade ut Sverigedemokraterna som ett hot mot demokratin kodades därför in i den här gestaltningen.

Nationalism

Samtliga ord i den här gestaltningen benämner nationalism på något sätt. Exempel på ord som är med här är *extremnationalister*, *etnonationalism* och *nationalistisk grundsyn*. Det svåraste var att placera *högnationalism* för att det egentligen passar in i två gestaltningar, men det blev tydligast och lättast att placera in alla ord som nämner nationalism i den här kategorin.

Populism

Alla ord som nämner populism har kodats under den här gestaltningen. Exempel på ord i den här kategorin är *främlingsfientligt populistparti*, *högerpopulister* och *populistiska*. Främlingsfientligt populistparti och högerpopulisterna var de svåraste orden att placera för att de precis som *högnationalism* går att placera i två gestaltningar. Men i slutändan tyckte vi att populismen var det viktiga i båda uttrycken, och precis som vi skrev angående högnationalism blev detta det lättaste och tydligaste alternativet.

Höger/konservativt

Detta är en ganska bred gestaltningskategori där både ord som *socialkonservativ*, *borgligt högerparti* och *högerextrem* passar in. Man kan argumentera för att beskrivningar som *högerextremister* och *högerextremistiska* hade kunnat passa in i exempelvis "fascism/nazism" eller "rasism", men med tanke på att uttryck som *högerextremt* kan ha ganska många betydelser kändes det bättre att ha en egen gestaltningskategori för sådana uttryck. Vi har även valt att ha med ord som *yterkantparti* här, även om det inte är utskrivet att det är höger man menar. Vi kände att det var ganska givet vilken kant man syftade på.

Skadliga

Detta är en gestaltning vi skapade för att få med negativa uttryck som inte kan förankras i någon specifik ideologi. *Ansvarslösa*, *bedragare* och *oetiskt parti* är exempel på ord som är med här. Men vi har även med ord som pekar ut Sverigedemokraterna som fientliga mot olika saker. Därför finns även *arbetarfientligt*, *kvinnofientligt* och *människofientligt* med i den här kategorin. Vi tyckte inte något av de orden passade in i någon annan gestaltning, men de uttrycker fortfarande att man tycker att Sverigedemokraternas politik är skadlig mot olika grupper och i olika frågor.

Övrigt

"Övrigt" innehåller ord och uttryck som helt enkelt inte passade in någon annanstans. Exempel på sådana är *anti-Europa*, *gnällmånsar* och *kontroversiella*. Nästan alla positiva ord finns med här, då de inte hade något sammanhängande tema. Även *fackfientligt* kom med här. Om man läser argumentet ovan kanske fackfientligt borde funnits med under "skadligt" istället. Men vi tyckte inte det var rätt att säga att det är skadligt att vara emot facket, det är relativt många som delar den åsikten. Det råder däremot konsensus om att det är dåligt och skadligt att vara exempelvis kvinnofientlig.

6.2 En övergripande bild

Vi börjar med att överskådligt se vilka gestaltningar som förekommit genom samtliga år, för att sedan bena ut våra resultat och diskutera vad vi fått fram. För att resultaten ska bli så jämförbara som möjligt kommer de i de allra flesta fall presenteras procentuellt.

De undersökta tidningarna är Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter.

Något man kan säga om det övergripande resultatet är att totalt sett används begrepp som Sverigedemokraterna inte skulle gå med på som beskrivning av sig själva. Ord som *socialkonservativa*, *nationalistiska* och *invandringskritiska* är i ordentlig minoritet. I det stora hela är beskrivningarna negativa eller kritiska. Av totalt 324 analysenheter räknar vi fem stycken som positiva, utöver det finns ytterligare 36 som Sverigedemokraterna skulle acceptera som beskrivning på sig själva. Av de orden är det relativt få som återkommer mer än en gång, däremot finns *vågmästare* med fem gånger och *socialkonservativa* med tre gånger. Resten av orden får sägas är av kritisk eller negativ karaktär. Det finns endast två gestaltningskategorier där ord som Sverigedemokraterna går med på beskrivningen är i majoritet. Dessa kategorier är "politisk roll" och "nationalism". Nedan följer ett antal tabeller som kommer bena ut resultatet mer i detalj.

Tabell 6.1 - Totalt antal analyserade enheter fördelat på tio gestaltningar (procent)

Gestaltningar	Antal	Procent
Invandring	42	13
Klimat	11	3
Politisk roll	22	7
Rasism	62	19
Nazism/Fascism	57	18
Nationalism	11	3
Populism	21	7
Höger/Konservativ	22	7
Skadliga	36	11
Övrigt	40	12
Totalt	324	100

Kommentar: Antal gestaltningar i Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter före riksdagsvalen 2010, 2014 och 2018. Avrundat till hela procent.

Efter att ha kodat samtliga tidningar fick vi fram 324 egenskaper fördelat på 216 artiklar. Flera egenskaper kommer alltså från samma artiklar. Tack vare tidigare forskning visste vi att det främst skulle handla om negativa tillskrivningar. Vår undersökning visar detsamma, det var bara fem ord som kan definieras som tydligt positiva, vilket utgör en procent av samtliga ord. De positiva orden var *hederliga*, *tydliga*, *skicklige debattören*, *sanningssägare* och *bäst invandringspolitik*. Alla ord förutom bäst invandringspolitik är kodade under övrigt. Att övrigt blev en så pass stor kategori kan förklaras med att många av orden var så skilda att vi

hade behövt betydligt fler gestaltningskategorier för att få med allt. Dessa gestaltningar hade i så fall bara innehållit enstaka ord, vilket hade varit irrelevant. Det finns bara två ord i kategorin övrigt som återkommer mer än en gång, vilka är *EU-negativa* och *martyrer*. Alla andra ord är engångsföreteelser. Exempel på sådana ord är *maskulina*, *stigmatiserade* och *ryggradslösa*.

Inte helt överraskande är “invandring”, “rasism” och “nazism/fascism” de vanligaste gestaltningarna när man beskriver Sverigedemokraterna. Vår studie visar att diskussionen om Sverigedemokraterna dominerats av deras syn på invandring och deras historia.

Om man ska gå igenom de specifika ord och uttryck som förekommit kan man konstatera att det vanligaste är *rasister*, som förekommer 17 gånger. På andra plats kommer *främlingsfientliga*, som nämnts 14 gånger. Därefter hittar man *rasism* som använts elva gånger. Andra ord och uttryck som dykt upp är *nazistiska rötter* som finns med åtta gånger och *populistiska* som finns med sex gånger. Man ska också ha med sig att det finns otaliga böjningar på dessa ord som också förekommer. Exempelvis förekommer även *populistister*, *rasistiska*, *främlingsfientligt* och *nazistiskt förflutet* flera gånger.

Något som är ganska uppseendeväckande att *främlingsfientligt* inte nämns en enda gång 2018, jämfört med tio gånger 2010. Inte heller någon av böjningarna på ordet nämns 2018, däremot finns *främlingsfientliga rötter* med en gång. Både *rasister* och *rasism* är dock vanligare 2018 än något av de andra åren.

6.2.1 Analys: De vanligaste gestaltningarna

Det finns ganska få överraskningar här. “Invandring”, “rasism” och “nazism/fascism” är de vanligaste gestaltningarna när man beskriver Sverigedemokraterna. Man kan konstatera att Sverigedemokraternas syn på invandring och partiets historia står i fokus när de gestaltas i nyhetsmedierna. Det som isåfall skulle kunna ses som överraskande är att gestaltningen “nationalism” bara finns med elva gånger under samtliga valrörelser. Sverigedemokraterna är ganska tydligt nationalistiska, och beskriver sig till och med själv som detta, därför hade man kanske räknat med att det skulle förekomma oftare än vad det faktiskt gör. Bara gestaltningen “klimat” förekommer lika sällan som “nationalism”. Tre av elva gånger är det dessutom Sverigedemokraterna själv som använder gestaltningen. Man kan dra slutsatsen att även om Sverigedemokraterna ser sig själva som nationalistiska, är det inte i första hand vad andra definierar partiet som. Vår studie visar att när andra ska karaktärisera Sverigedemokraterna handlar det snarare om att beskriva de som rasistiska och främlingsfientliga, vilket den mediala bilden speglar. Bara ordet *rasister* förekommer sex fler gånger än hela gestaltningskategorin “nationalism”.

6.3 Gestaltningar genom valrörelserna

Under den här rubriken kommer vi gå igenom hur det sett ut fördelat på de olika åren. Dels hur gestaltningarna har fördelat sig, men även lite mer i detalj.

Tabell 6.2 - Totalt antal gestaltningar per år (procent)

Gestaltningar	2010	2014	2018
Invandring	25	13	4
Klimat	0	0	9
Politisk roll	5	11	5
Rasism	15	28	16
Nazism/Fascism	12	10	28
Nationalism	2	4	4
Populism	9	3	7
Höger/Konservativa	7	3	9
Skadliga	12	11	11
Övrigt	15	17	7
Totalt	100	100	100
Antal enheter	102	93	129

Kommentar: Hur mycket varje gestaltning förekommer i Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter före riksdagsvalen 2010, 2014 och 2018. Avrundat till hela procent. Totala antal enheter: 324.

De tydligaste förändringarna här är att "invandring" minskat drastiskt från att benämningarna handlat 25 procent om invandring till endast fyra procent 2018. Den andra tydliga förändringen är att "nazism/fascism" blivit betydligt vanligare, från 2014 till 2018 har det nästan tredubblats. I en del av fallen handlade det inte om att partiet var eller varit nazistiskt, utan det blev vanligare att beskylla dem för att vara ett *hot mot demokratin* och *ickedemokratiska*. I Aftonbladet hamnade 14 av totalt 34 benämningar under gestaltningen "nazism/fascism", vilket utgör cirka 41 procent. En trend som också bidrog till ökningen var att Socialdemokraterna i högre grad än tidigare använd begrepp som ligger under gestaltningen "nazism/fascism". Av totalt tio gånger som Socialdemokraterna kallat partiet något sådant, skedde åtta av dem under 2018. Gestaltningen "rasism" hade en tydlig ökning 2014, men har hållit sig på ungefär samma nivå de andra åren. En bidragande orsak till detta är antagligen Expressens avslöjande om vad Sverigedemokratiska partiföreträdare skrivit på diverse forum. Av 26 benämningar som går under "rasism" står nämligen Expressen för 16 av dem, alltså 55 procent. Även "politisk roll" har drygt dubbelt så många benämningar 2014 jämfört med de andra åren. Det kan bland annat förklaras av att ordet vågmästare nämndes fem gånger under undersökningsperioden 2014, jämfört med en gång 2010 och ingen gång 2018. Diskussionen om Sverigedemokraternas roll som vågmästare verkar ha varit mer på agendan 2014 än övriga år. Det ska dock sägas att det skrevs om en vågmästarroll 2010,

innan Sverigedemokraterna kommit in i riksdagen. Det benämndes dock som ett kommande scenario och inte en nuvarande egenskap, därför har vi inte tagit med det i vår kodning. Vi har heller inte tagit med ordet *vågmästarroll* då det är något man *har* eller *får*, istället för *är* eller *blir*.

En annan trend är också att man attackerat Sverigedemokraterna om klimatet 2018, vilket inte skett vid något tidigare tillfälle. Som vi nämnt tidigare handlade samtliga ord under "klimat" om klimatförnekande på något sätt. Trenden är knappast överraskande med tanke på att klimatfrågan diskuterades flitigt under valrörelsen 2018, mycket på grund av skogsbränderna som härjade i Sverige sommaren innan valet. Kommentarer om Åkessons klimatförnekande kom efter hans tal i Sölvesborg samma år. Han sa "att göra politik av hur vädret ser ut en enskild sommar är helt enkelt inte seriöst. Det är den värsta sortens populism".⁶³

Ord som kategoriserats under "övrigt" fick däremot en dipp under 2018, någon omedelbar anledning till det är svår att hitta.

Att benämningarna rent generellt är fler 2018 beror givetvis delvis på att den mediala uppmärksamheten ökat i takt med att partiet växt. Vår undersökning visar också att andra partier i större utsträckning karaktäriserat Sverigedemokraterna 2018 än tidigare år. Tydligast är Socialdemokraterna som gestaltade partiet 18 gånger under 2018, vilket är sex gånger så många gestaltningar som 2014 och dubbelt så många som 2010. Men samma trend går att se hos nästan samtliga partier, bortsett från Moderaterna och Kristdemokraterna. Även Sverigedemokraterna själv har uttalat sig oftare. Många av orden är sådana som de själva definierar sitt eget parti som, exempelvis *socialkonservativa* och *nationalister*. Men i vissa fall benämner de även partiet som exempelvis *rasister* och *kvinnofientliga*, fast i indirekta termer. De påstår helt enkelt att andra tycker så om Sverigedemokraterna. Men genom att använda den typen av karaktäriseringar bidrar man samtidigt till en sådan gestaltning av det egna partiet. Även aktörer som är kodade under "känd person" har uttalat sig oftare 2018 än tidigare.

6.3.1 Analys: En förändrad gestaltning

Den procentuella minskningen av gestaltningen "invandring" är som sagt den tydligaste förändringen. Detta trots att invandrings- och flyktingfrågor inte var särskilt högt på dagordningen 2010, jämfört med 2014 där de var högst och 2018 där de var näst högst.⁶⁴ Samtidigt tog gestaltningen "rasism" över tydligt 2014, där framförallt Expressen var drivande, vilket går hand i hand med deras valjournalistik det året. Gestaltningen "nazism/fascism" dominerade 2018. Beskrivningarna har helt enkelt sett annorlunda ut, även om de fortsatt handlat mycket om deras syn på invandrare. Det är dock överraskande att antalet enheter totalt sett är mindre 2014 än vad de var 2010. Dels med tanke på att Sverigedemokraternas viktigaste fråga var högst på dagordningen, jämfört med 2010 då den

⁶³ Habul, K., & Forsberg, O. (2018, augusti). Åkesson om klimatfrågan: värsta sortens populism. *Aftonbladet*. Tillgänglig: <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/A2VWlq/akesson-om-klimatfragan-varsta-sortens-populism>

⁶⁴ Johansson, B. & Strömbäck, J. (2018). *Kampen om mediebilden - Nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018* (57-58). Stockholm: Institutet för mediestudier

bara utgjorde fyra procent av sakfrågorna som diskuterades i nyhetsmedierna.⁶⁵ Och dels för att partiet helt enkelt var större och en del av riksdagen vilket innebar ökad medieexponering generellt sett. Anledningen till detta kan förstås vara att man vågade karaktärisera partiet mer när de var mindre etablerade, än vad man gjorde 2014. Den tidiga medieexponeringen var dock säkert viktig för Sverigedemokraterna för att så småningom bli etablerade, även om beskrivningarna av partiet allt som oftast var negativa. Som vi nämnt tidigare är medierna som viktigast för nya partier. Enligt Life Cycle-modellen som vi skrivit om under *Tidigare forskning* var Sverigedemokraterna inne i fasen som kallas för ”The ground-laying phase” under valrörelsen 2010. Fasen då bilden av partiet som en motpol till etablissemanget skapades. Själva exponeringen var alltså viktigare än innehållet.⁶⁶

För att se vad som ligger bakom minskningen av gestaltningen ”invandring” kan man kolla på specifika ord. Det beror delvis på att *främlingsfientligt* som sagt inte nämns en enda gång 2018, inte heller någon av böjningarna på ordet. Det användes däremot tio gånger 2010. Även invandringskritiska saknas 2018, men nämns tre gånger 2010. Man kan således se att diskussionen om Sverigedemokraterna förflyttats från att fokusera på deras flyktingpolitik till att handla betydligt mer om partiets övergripande ideologi. Att man inte är lika kritisk mot partiets flyktingpolitik kan bero på att deras flyktingpolitik helt enkelt inte är särskilt kontroversiell längre. En majoritet av riksdagen har övergått till en mer restriktiv flyktingpolitik de senaste åren. 2010 såg diskussionen om invandring ut på ett annat sätt. Men Anders Hellström skrev redan 2010 att partiet kunde få makt över svensk politik även om de inte växer sig särskilt stora just för att andra partier tar över frågor som de driver och anpassar sin politik efter Sverigedemokraterna för att inte tappa väljare.⁶⁷ Åtta år senare kan man konstatera att Sverigedemokraterna både blivit stora och haft inflytande på svensk politik. Det ser vi även i den mediala gestaltningen av Sverigedemokraterna där själva invandring- och flyktingpolitiken inte attackeras på samma sätt längre.

Kollar man på vilka som uttalat sig om Sverigedemokraterna kan man se att andra partier verkar haft en mer utpräglad taktik att attackera Sverigedemokraterna under valrörelsen 2018, än de haft tidigare år. I synnerhet Socialdemokraterna som gestaltade partiet betydligt fler gånger 2018 jämfört med tidigare valrörelser. I samtliga fall var gestaltningarna negativa. Detta kan möjligtvis bero på att Sverigedemokraterna blivit ett reellt hot för de andra partier. De har gått från att vara en potentiell vågmästare till att vara ett potentiellt regeringsparti.

I övrigt kan man säga att gestaltningen ”klimat” går hand i hand med hur högt den varit på dagordningen. Trots att klimatfrågan diskuterades ganska flitigt redan 2014 så försvann den faktiskt nästan helt i valrörelsen, bara omkring fyra procent av sakfrågorna som diskuterades i nyhetsmedierna handlade om klimatet.⁶⁸ 2018 höjdes det till 10 procent, och blev därmed

⁶⁵ Johansson, B. (2017). Medievalrörelsen 2014: Invandringsfrågan i fokus för balanserad bevakning. I B. Johansson & L. Truedson (Red.), *När makten står på spel: journalistik i valrörelser* (s.29-30). Stockholm: Institutet för mediestudier

⁶⁶ Mazzoleni, G. (2008). Populism and the Media. I D. Albertazzi & D. McDonnell (Red.), *Twenty-First Century Populism* (s.60). New York City: Palgrave Macmillan

⁶⁷ Hellström, A. (2010). *Vi är de goda: den offentliga debatten och Sverigedemokraterna och deras politik* (s.16-17). Stockholm: TankeKraft Förlag

⁶⁸ Johansson, B. (2017). Medievalrörelsen 2014: Invandringsfrågan i fokus för balanserad bevakning. I B. Johansson & L. Truedson (Red.), *När makten står på spel: journalistik i valrörelser* (s.31-32). Stockholm: Institutet för mediestudier

valets delat tredje mest diskuterade sakfråga.⁶⁹ Det är också en rimlig förklaring till varför Sverigedemokraterna attackerades för att vara klimatförnekare under valrörelsen 2018. Överhuvudtaget pekar vårt resultat på att man börjat kritisera Sverigedemokraterna för andra aspekter av deras politik än enbart deras invandringspolitik. Dels deras klimatpolitik, men det har även blivit vanligare att kalla dem för *kvinnofientliga*, eller varianter på det ordet. Nästan samtliga benämningar som *kvinnofientliga* kom 2018, bortsett från en. En anledning till det kan vara att abortfrågan diskuterades under valrörelsens slutskede.⁷⁰

6.4 Historiska gestaltningar

Nedan går vi igenom vilka gestaltningar som tillskrivits Sverigedemokraterna historiskt. Tabellen nedan visar samtliga gestaltningar som hör till den kategorin, men det är framförallt intressant för att se hur gestaltningarna ”nazism/fascism” har förändrats genom åren.

Tabell 6.3 - Historiska beskrivningar fördelat på gestaltningar och år (procent)

Gestaltningar	2010	2014	2018	Totalt	Antal
Invandring	0	50	50	100	2
Rasism	14	57	29	100	7
Nazism/Fascism	22	19	59	100	32
Nationalism	50	50	0	100	2
Höger/Konservativa	100	0	0	100	3
Skadliga	0	100	0	100	1

Kommentar: Antal historiska beskrivningar av Sverigedemokraterna fördelat på gestaltningar och år som varit i Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter innan riksdagsvalen 2010, 2014 och 2018. Avrundat till hela procent. Totala antal enheter: 47.

”Nazism/fascism” dominerar givetvis på grund av Sverigedemokraternas historia. Det som däremot är intressant är den tydliga ökningen mellan 2014 och 2018, antalet historiska beskrivningar som kategoriserats som ”nazism/fascism” har tredubblats i antal. Det är en stor förändring även om det totala antalet beskrivningar rent generellt är fler 2018 än 2014, antalet beskrivningar är trots allt inte tre gånger så många. Man ska dock ha med sig att ”nazism/fascism” ökade som gestaltning överhuvudtaget 2018, vilket innebar att det var en tydlig ökning även av de icke-historiska gestaltningarna som ”nazism/fascism”. I själva verket är det ganska överraskande att 44 procent av samtliga 67 benämningar som går under ”nazism/fascism” är nutida, även om många av de orden handlar om att partiet är ett *hot mot demokratin* snarare än att partiet är nazistiskt. Vad man också kan se är att gestaltningen ”rasism” följer samma trend som vi såg i tabellen ovan, alltså att den får en ökning 2014. Antalet enheter är väldigt få i de andra kategorierna, i fyra av kategorierna finns det inte några historiska beskrivningar alls.

⁶⁹ Johansson, B. & Strömbäck, J. (2018). *Kampen om mediebildern - Nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018* (s. 56). Stockholm: Institutet för mediestudier

⁷⁰ Johansson, B. (2017). *Medievalrörelsen 2014: Invandringsfrågan i fokus för balanserad bevakning*. I B. Johansson & L. Truedson (Red.), *När makten står på spel: journalistik i valrörelser* (s.58). Stockholm: Institutet för mediestudier

Det ska också nämnas att de historiska beskrivningarna rent generellt har ökat från 2010 till 2018. Från att ha legat på ungefär samma nivå både 2010 och 2014 kan man se att det ökat ganska markant därefter. Cirka 47 procent av de historiska beskrivningarna skedde under 2018. Det beror förstås delvis på att antalet beskrivningar överhuvudtaget är fler 2018 än de andra åren.

6.4.1 Analys: En tydlig ökning

Att ”nazism/fascism” återigen sticker ut kanske inte är särskilt överraskande. Sverigedemokraternas historia kantas av båda ideologierna. Det mest uppseendeväckande är snarare ökningen. Man beskriver partiets historia i sådana termer betydligt mer 2018 än man gjort tidigare år. Sverigedemokraterna har alltid varit förknippade med sin historia, men aldrig har det varit så tydligt som 2018. När gestaltningen ”nazism/fascism” används i en historisk kontext handlar det oftast om nazismen, till skillnad från de nutida som istället handlar om att de är ickedemokratiska.

6.5 Sak/ideologi genom valrörelserna

Här går vi igenom om uttalandena är ideologiska beskrivningar eller beskrivningar av Sverigedemokraterna i sak. Exempel på ideologiska beskrivningar är nazism, nationalism och rasism, medan beskrivningar i sak kan vara näst intill vad som helst, så länge det är en *egenskap*. Det är en intressant variabel, då det visar om den som uttalar sig pratar om Sverigedemokraterna utifrån deras ideologi eller utifrån sakfrågor alternativt andra egenskaper.

Vi ser i tabellerna nedan vilket som är vanligast förekommande och hur det förändrats mellan riksdagsvalen.

Tabell 6.4 - Enheter kategoriserade som sak/ideologi (procent)

Sak/Ideologi	2010	2014	2018
Sak	64	51	40
Ideologi	36	50	60
Totalt	100	100	100
Antal enheter	102	93	129

Kommentar: Enheter från artiklar i Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter fördelade mellan sak och ideologi före riksdagsvalen 2010, 2014 och 2018. Avrundat till hela procent. Totalt antal enheter: 324.

Den här tabellen visar att det skett en långsam förskjutning när det kommer till diskussionen om Sverigedemokraterna. Från att majoriteten av beskrivningarna handlar om sak och sakfrågor, handlar numera beskrivningarna oftare om ideologi. Som vi sett i tidigare tabeller kan den ökningen bland annat tillskrivas faktumet att gestaltningen ”nazism/fascism” blivit allt vanligare, en kategori där majoriteten av orden är ideologiska. En annan anledning till förändringen handlar om att gestaltningen ”invandring” minskat radikalt, en kategori som domineras av ord som kategoriserats som sak. Den här tabellen hänger på så sätt ihop med det vi kommit fram till tidigare. Att ideologiska beskrivningar blir vanligare hänger givetvis ihop med att gestaltningen ”nazism/fascism” blivit allt vanligare 2018, och ökningen 2014 kan nog i mångt och mycket tillskrivas att gestaltningen ”rasism” sköt i höjden.

6.5.1 Analys: Mer ideologi, mindre sak

Att gestaltningarna börjat handla mer om ideologi går hand i hand med både faktumet att ”nazism/fascism”-kategorin blivit allt vanligare, men också att de historiska beskrivningarna ökat. Det kan finnas olika anledningar till varför den här förskjutningen har skett. En anledning även här kan vara att det inte längre går att attackera Sverigedemokraternas flyktingpolitik, med tanke på att majoriteten av riksdagen backar en mer restriktiv flyktingpolitik numera. Det i sin tur kan ha inneburit att man valt att fokusera sin kritik på partiets historia, och i många fall även påstå att deras historia inte är bortstädd. Vilket stöds av att gestaltningen ”nazism/fascism” inte bara dyker upp som historisk beskrivning, utan även som nutida. I nutida form handlar det snarare om att partiet är ett hot mot demokratin, än om något annat. Som även tidigare tabeller visat attackerade man helt enkelt Sverigedemokraterna på ett lite annat sätt under valrörelsen 2018, än man gjort tidigare. Istället för sakpolitik och tillmälen, blev det en mer ideologisk kritik.

6.6 Uttalar sig journalisten mer indirekt?

Under den här rubriken kommer vi gå igenom om beskrivningarna är direkta eller indirekta uttalanden. Ett direkt uttalande innebär att uttalandet kommer från aktören själv. Ett indirekt uttalande betyder att någon citerar någon, eller något, annat.

Ta ett hypotetiskt exempel där det i en brödtext står att Sverigedemokraterna är rasister. Vi kodar att *ordet* är rasister och den som *uttalar* sig är journalisten. Uttalandet är direkt. Säg att det i en brödtext står att en opinionsundersökning visar att många tycker att Sverigedemokraterna är rasister. *Ordet* är fortfarande rasister och den som *uttalar* sig är fortfarande journalisten, men uttalandet är indirekt eftersom journalisten rapporterar om vad någon *annan* har uttryckt för åsikt.

Tabell 6.5 – Direkt/indirekt uttalande av journalisten fördelat på år (procent)

Direkt uttalande	2010	2014	2018
Ja	87	75	70
Nej	13	25	30
Totalt	100	100	100
Antal	61	60	56

Kommentar: Hur många gestaltningar som är direktuttalanden av journalisten från Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter före riksdagsvalen 2010, 2014 och 2018. Avrundat till hela procent. Totala enheter: 177.

Vad vi kan se i den här tabellen är att det blivit vanligare att journalisterna uttalar sig indirekt om Sverigedemokraterna. Från att hela 87 procent varit direkta uttalanden 2010 till att 70 procent var det 2018. Det är fortfarande en tydlig majoritet direkta uttalandena, men förändringen går stadigt mot ett håll. Mellan 2010 och 2018 har de totala direkta uttalandena också sjunkit med tio procentenheter. Av de totala indirekta uttalandena är cirka 43 procent från 2018. En anledning till att resultatet blivit sådant är dock att antalet beskrivningar rent generellt är fler 2018 än något annat år. Men faktum är att i takt med att Sverigedemokraterna växt har journalisten uttalat sig mindre direkt och istället valt att gestalta partiet genom andra. Detta trots att åsiktsbaserad texter inte minskat i antal och nyhetsartiklar ligger på samma nivå som tidigare.

6.6.1 Analys – En långsam förändring

Den rejält övervägande majoriteten av beskrivningarna är fortfarande direkta, så har det varit under samtliga undersökningsperioder. Men det är förändringen som är det intressanta. Det börjar bli mer jämt fördelat mellan indirekta uttalanden och direkta uttalanden, dessutom kommer majoriteten av alla indirekta beskrivningar 2018. Man kan diskutera olika anledningar till det. Att de ökat så mycket i kontrast till de direkta kan givetvis bero på att nyhetsmedierna blev mer försiktiga när Sverigedemokraterna började etablera sig ordentligt i svensk politik. 2010 hade partiet inte ens kommit in i riksdagen, och sågs antagligen mer som ett nytt enfrågeparti som saknade de etablerade partiernas legitimitet. På så sätt kan man anta att det var lättare för en journalist att skriva direkta saker om Sverigedemokraterna inför valet 2010 än vad det varit efter det. Däremot blev beskrivningarna av Sverigedemokraterna åter fler 2018, så det kan ha varit en anomali att just 2014 var lägst.

6.7 Skillnader och likheter mellan morgonpress och kvällspress

Här går vi igenom hur gestaltningarna varit fördelade mellan morgonpress (Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter) och kvällspress (Aftonbladet och Expressen). I tabellerna nedan visas resultat både i antal och procent. Det är viktigt att lägga märke till att det inte handlar om antalet artiklar som kodats, utan antal gestaltningar. Vi benar också ut vilka gestaltningar som är vanligast förekommande samt om det finns någon skillnad i antal ideologiska och sakliga beskrivningen mellan tidningarna.

Vi vill undersöka skillnader och likheter mellan morgon- och kvällspress för att de har olika sätt att bedriva journalistik på. Innehållet i kvällspressen är ofta mer sensationalistisk medan innehållet i morgonpressen överlag är mer formellt.

Tabell 6.6 - Gestaltningar morgonpress/kvällspress (procent)

Morgonpress/Kvällspress	Antal	Procent
Morgonpress	86	27
Kvällspress	238	74
Totalt	324	100

Kommentar: Antal gestaltningar fördelat mellan morgonpress (Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter) och kvällspress (Aftonbladet och Expressen) före riksdagsvalen 2010, 2014 och 2018. Avrundat till hela procent.

Resultat var inte speciellt förvånande, då det generellt skrevs mer om valrörelsen i Aftonbladet och Expressen än i dagstidningarna. Däremot var det en större klyfta än vad vi anade. Artiklarna var fler i kvällstidningarna, men det tabellen visar är skillnaden på hur ofta Sverigedemokraterna tillskrivits en egenskap. Morgontidningarna hade en större tendens att bara nämna partiet vid namn, utan att lägga någon värdering eller presentation i texten. En annan anledning är att det finns fler åsiktsbaserade artiklar i kvällstidningarna, framförallt i Aftonbladet. Exempelvis är 32 av totalt 35 kolumner från Aftonbladet. När det kommer till morgontidningarna är det tydligt att Dagens Nyheter gestaltat Sverigedemokraterna oftare än Svenska Dagbladet, av totalt 86 beskrivningar står Dagens Nyheter för 52. Det är framförallt 2018 som sticker ut där Dagens Nyheter hade hela 33 beskrivningar under den undersökningsperioden, vilket bara är en färre än Aftonbladet och 20 fler än Svenska Dagbladet.

6.7.1 Analys - Kvällspressen dominerar

Att det är skillnad mellan morgonpress och kvällspress när det kommer till mängden benämningar var knappast överraskande, det finns helt enkelt mer innehåll om valet i kvällspressen än morgonpressen. Att skillnaden var så pass stor hade vi kanske inte väntat oss däremot. Men med mer innehåll och fler åsiktsbaserade texter är det naturligt att det även finns fler beskrivningar av Sverigedemokraterna och dess företrädare. Som vi nämnt ovan var det Dagens Nyheters rapportering 2018 som stack ut från mängden. Det är svårt att förklara varför antalet benämningar blivit fyra gånger så många under valrörelsen 2018 jämfört med 2014. Sett till Dagens Nyheters behandling av samtliga partier 2018 sticker dock Sverigedemokraterna ut väldigt tydligt. De behandlade de flesta partierna ganska snällt, i många fall snällast av samtliga undersökta nyhetsmedier. Däremot var det bara Aftonbladet och Ekot som hade en mer missgynnsam bevakning mot Sverigedemokraterna än Dagens Nyheter.⁷¹ Det kan vara en förklaring till att resultatet i vår undersökning blivit så tydligt också. Rapporteringen i Dagens Nyheter hade alltså rent generellt en kritisk ton mot Sverigedemokraterna under valrörelsen 2018, och partiet karaktäriserades betydligt mer än vanligt. I de allra flesta fall handlade det om negativa karaktäriseringar.

6.7.2 Fler likheter än skillnader

Resultatet om man jämför morgonpressen med kvällspressen pekar överlag på att rapporteringen varit väldigt lika, bortsett från mängden gånger Sverigedemokraterna har beskrivits där kvällspressen har överlägset flest beskrivningar. Likheterna är också tydliga när man kollar på huruvida journalisterna uttalat sig direkt, resultaten är nästan exakt likadana. Det skiljer bara enstaka procent mellan morgonpress och kvällspress. Även när det kommer till om Sverigedemokraterna går med på beskrivningen kan man se att skillnaderna mellan morgonpress och dagspress är minimala. Procentuellt använder sig morgonpressen av beskrivningar som Sverigedemokraterna går med på i cirka 17 procent av fallen, och kvällspressen i cirka 10 procent. Men det tydligaste resultatet är att rapporteringen överlag inte skiljer sig nämnvärt. Nedan följer några tabeller där man ändå kan utläsa några skillnader mellan morgonpressen och kvällspressen.

⁷¹ Johansson, B. & Strömbäck, J. (2018). *Kampen om mediebilden - Nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018* (s. 116). Stockholm: Institutet för mediestudier

6.7.3 Gestaltningar fördelat mellan morgonpress och kvällspress

Tabell 6.7 - Gestaltningar i morgon- och kvällspress (procent)

Gestaltningar	Morgonpress	Kvällspress
Invandring	16	12
Klimat	2	4
Politisk roll	9	6
Rasism	15	21
Nazism/Fascism	16	18
Nationalism	6	3
Populism	8	6
Höger/Konservativ	13	5
Skadliga	6	13
Övrigt	8	14
Totalt	100	100
Antal enheter	86	238

Kommentar: Gestaltningar fördelat mellan morgonpress (Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter) och kvällspress (Aftonbladet och Expressen) före riksdagsvalen 2010, 2014 och 2018. Avrundat till hela procent. Totala enheter: 324.

Man kan konstatera att det inte skiljer sig särskilt mycket. Det finns också betydligt fler enheter att gå efter när det kommer till kvällspressen. De skillnader som finns är att både "rasism" och "skadligt" är vanligare när Sverigedemokraterna gestaltas i kvällspressen. Även "nazism/fascism" är något vanligare, även om det är en försumbar skillnad. Det som sticker ut mest när det kommer till morgonpressen är att "höger/konservativ" är betydligt mer vanligt förekommande när Sverigedemokraterna gestaltas i morgonpress än i kvällspress. Om man ser till de enskilda tidningarna är "nazism/fascism" den vanligaste gestaltningen totalt för både Aftonbladet och Dagens Nyheter, medan "rasism" är den vanligaste för Expressen och "invandring" är den vanligaste för Svenska Dagbladet. Däremot ska det nämnas att när det kommer till Dagens Nyheter kom nästan samtliga beskrivningar som hamnat under "nazism/fascism" år 2018, endast en beskrivning skedde ett annat år. Rent generellt kan man dock säga om det här resultatet att det inte är särskilt stora skillnader mellan hur Sverigedemokraterna gestaltats i morgonpress jämfört med kvällspress.

6.7.4 Analys - Små skillnader i gestaltningarna

Trots att skillnaderna inte är gigantiska, finns det skillnader att diskutera vidare här. Det är dock svårt att hitta exakta anledningar varför dessa skillnader finns. Att till exempel "skadliga" är så mycket vanligare hos kvällspressen kan eventuellt tillskrivas att deras innehåll oftast är mer sensationalistiskt och därmed finns det mer utrymme för den typen av gestaltningar. Det finns också mer opinionstexter i kvällspressen där ord som kategoriserats

under ”skadliga” passar bättre än i en nyhetsartikel. Morgonpressens rapportering är oftast mer torr och lägger mer fokus på själva politiken, därför är gestaltningen ”höger/konservativ” vanligare där. Vi kan också se att både rapporteringen i kvällspressen och morgonpressen har störst fokus på Sverigedemokraternas syn på invandring när partiet gestaltas.

6.7.5 Sak/ideologi fördelat mellan morgonpress och kvällspress

Tabell 6.8 - Sak/ideologi fördelat mellan morgonpress och kvällspress (procent)

Sak/Ideologi	Morgonpress	Kvällspress
Sak	45	53
Ideologi	55	48
Totalt	100	100
Antal enheter	86	238

Kommentar: Enheter kategoriserade som sak/ideologi fördelat mellan morgonpress (Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter) och kvällspress (Aftonbladet och Expressen) före riksdagsvalet 2010, 2014 och 2018. Avrundat till hela procent. Totala enheter: 324.

Även när det kommer till ”sak/ideologi” är resultatet väldigt lika mellan kvällspress och morgonpress. Morgonpressen har en liten övervikt åt *ideologi* och kvällspressen har en liten övervikt åt *sak*. Som vi sett i tabell 6.4 har det rent generellt blivit vanligare med ord som kategoriserats under *ideologi*. Den förskjutningen har skett i samtliga tidningar, men den är som tydligast när vi kollar på morgonpressen. Från att cirka 35 procent av beskrivningarna av Sverigedemokraterna handlat om ideologi innan riksdagsvalet 2010 till att cirka 67 procent gjorde det 2018. Störst är skillnaden hos Dagens Nyheter.

6.7.6 Analys - Något mer ideologi i morgonpressen

Återigen är skillnaderna inte direkt väsensskilda mellan kvällspressen och morgonpressen. Det är svårt att dra några långtgående slutsatser av den här tabellen, förutom att morgonpressens och kvällspressens rapportering liknar varandra väldigt mycket när det kommer till om beskrivningarna av Sverigedemokraterna grundar sig i sak eller ideologi. Däremot kan man lyfta fram att morgonpressen spelat en stor roll i att ideologiska beskrivningar blivit allt vanligare rent generellt, framförallt Dagens Nyheter.

7. Sammanfattning

Syftet med vår studie var att undersöka hur Sveriges fyra största tidningar gestaltat Sverigedemokraterna inför de tre senaste riksdagsvalen. Med en kvantitativ innehållsanalys har vi kodat 216 artiklar och hittat 324 beskrivningar, *enheter*. Syftet var aldrig att undersöka om Sverigedemokraternas nyhetsbevakning varit negativ eller större än andra partiers. Tack vare tidigare forskning var vi redan medvetna om detta. Vi ville se *hur* och med vilka *ord* den negativa nyhetsbevakningen skett och om den förändrats över tid. Med hjälp av gestaltningsteorin kunde vi dela upp våra enheter till olika kategorier, olika *gestaltningar*. Med gestaltningsteorin utformar man ofta gestaltningar i förhand för att sedan leta efter dess förekomst i ett material. Vi använde oss dock av det *lingvistiska tillvägagångssättet*, vilket kort sagt innebär att man först går igenom sitt material för att sedan skapa gestaltningar efter vad man fått fram. Det resulterade i tio olika gestaltningar, som vi sedan använde oss av när tog fram vårt resultat.

7.1 Slutsatser och slutdiskussion

Vår studie visar att de vanligaste gestaltningarna av Sverigedemokraterna är "nazism/fascism", "rasism" och "invandring". De tre kategorierna utgör totalt 50 procent av alla gestaltningar. Man kan därmed konstatera att beskrivningarna av partiet i många fall handlar om deras syn på invandrare, vilket ytterligare styrks av att *främlingsfientliga* och *rasister* är de vanligast förekommande orden när partiet karaktäriseras. Kategorin "invandring" var bara två procent vanligare än kategorin "skadlig", som stod för cirka 11 procent av gestaltningarna. Inga av de ord som vi definierat som positiva finns med i någon av de här gestaltningarna. Man kan således konstatera att beskrivningarna av partiet går hand i hand med den generella nyhetsrapporteringen som brukar vara något missgynnsam mot Sverigedemokraterna.

Det har skett förändringar i hur partiet har beskrivits i nyhetsmediernas rapportering. Men förändringen har inte handlat om att nyhetsmedia blivit snällare eller mer kritisk. När det kommer till antalet beskrivningar som Sverigedemokraterna går med på ser det i princip likadant ut över alla år. Medierapporteringen har alltså inte blivit snällare mot Sverigedemokraterna över tid. Däremot kunde vi se en markant ökning av gestaltningen "nazism/fascism", samtidigt som "invandring" minskade drastiskt. Detta i samband med att man börjat beskriva Sverigedemokraterna i fler ideologiska termer, snarare än att prata om partiet i sak eller om sakfrågor. I vår analys argumenterar vi för att detta kan bero på att andra partier tagit efter Sverigedemokraternas mer restriktiva invandringspolitik, vilket inneburit att man fått hitta andra vägar att attackera dem på. Beskrivningarna av partiet grundar sig inte lika ofta i deras politik, utan snarare om partiets övergripande ideologi och deras historia. Man kan också konstatera att kategorin "övrigt" minskat mycket under 2018, vilket kan ha haft ytterligare betydelse för att ideologin tagit mer plats. Detta med tanke på att "övrigt" nästan uteslutande innefattar ord som är kategoriserade som sak.

Att "nazism/fascism" ökat så pass mycket handlar både om att man använt gestaltningen i en historisk kontext betydligt mer, men kanske än mer överraskande är att man använder gestaltningen i nutida beskrivningar. I många av fallen karaktäriserar man då partiet som ickedemokratiskt eller liknande begrepp, vilka vi kategoriserat in under "nazism/fascism". I den historiska kontexten är orden och uttrycken mer förankrade i den nazistiska ideologin. Som vi nämnt i våra analyser ovan kan man också se att de andra partierna kritiserat Sverigedemokraterna mer, vilket även det bidragit till att "nazism/fascism" ökat. Framförallt

är det Socialdemokraterna som beskrivit partiet betydligt fler gånger 2018 än de gjort tidigare.

Med detta i åtanke kan man också konstatera att Sverigedemokraterna inte riktigt passar in i Mazzolenis Life Cycle-modell. Vid det här laget borde Sverigedemokraterna vara inne i det som definieras som *the established phase*, en kritisk period för populistiska partier där man inte får samma uppmärksamhet och därmed inte kan surfa på den vågen längre.⁷² Mycket av det handlar också om att partiledaren förlorar sin karismatiska framtoning när man måste hålla sig inom ramarna för det etablerade systemet. Man kan då konstatera att även om Sverigedemokraterna liknar de populistiska partierna runt om i Europa mycket, så har de aldrig förlitat sig särskilt mycket på ledarens karisma. Men att bli ett etablerat parti har uppenbarligen inte minskat intresset för partiet, det har heller inte gjort beskrivningarna snällare. Gestaltningarna ser annorlunda ut, men de har inte blivit mer positiva. De är fortsatt negativa, men på ett annat sätt.

Journalisterna beskriver fortsatt Sverigedemokraterna direkt i majoriteten av fallen, även om det skett en förändring även där. De indirekta gestaltningarna har blivit vanligare, och de direkta har minskat. Vi hade förväntat oss att det skulle vara lite mer jämt fördelat, framförallt under 2014 och 2018. Men vi hade också väntat oss att trenden skulle gå på det hållet som vårt resultat sedan visade. På ett plan är resultatet dock inte särskilt överraskande med tanke på att vi trots allt har ganska många åsiktsbaserade texter med i vår undersökning, texter där journalisten kan vara mer frispråkiga med åsikter än i en vanlig nyhetstext.

När det kommer till skillnaden mellan kvällspress och morgonpress fanns det väldigt få. Nyhetsbevakningen såg ganska lika ut, bortsett från att exempelvis ord som är kategoriserats under "skadliga" var vanligare i kvällspress medan "höger/konservativ" var vanligare i morgonpressen. Den tydligaste skillnaden var istället antalet beskrivningar, vilket vi hade väntat oss. Men vi hade inte väntat oss att skillnaden skulle vara så stor som den i själva verket var. Det som stack ut var även att Dagens Nyheter hade nästan lika många beskrivningar som kvällspressen under valrörelsen 2018, något de inte varit i närheten av innan.

Sammanfattningsvis kan man säga att Sverigedemokraterna är och förblir omtvistade i svensk politik. Sverige fick ett nytt, kontroversiellt riksdagsparti att förhålla sig till 2010, men än idag attackeras partiet hårt både för sin politik, men främst för deras ideologi. Även om kritiken blivit bredare och börjat omfatta något fler ämnen, är det fortsatt deras syn på invandrare och andra kulturer som står i centrum när partiet gestaltas i nyhetsmedierna. Trots att de numera växt sig till Sveriges tredje största parti visar den här studien att de fortfarande beskrivs som den fula ankungen i svensk politik.

7.2 Förslag på vidare forskning

Ett givet förslag på vidare forskning är att göra en liknande analys på andra partier. Samtliga partier beskrivs dagligen i svenska medier, och det är intressant vilken medial bild som växer fram när man ser vilka ord och uttryck som nämns. Till exempel har Vänsterpartiet även de en kontroversiell historia, och kontroversiell politik i nutid. Dessutom hade man kunnat lyfta

⁷² Mazzoleni, G. (2008). Populism and the Media. I D. Albertazzi & D. McDonnell (Red.), *Twenty-First Century Populism* (s.61). New York City: Palgrave Macmillan

upp studien ytterligare genom att ha ännu fler medier med. Vi har uteslutit etermedia på grund av tidsbrist, men en sådan undersökning hade blivit mer omfattande och hade sagt ännu mer om den mediala bilden av det parti som undersöks.

Dessutom hade man kunnat göra en liknande analys fast med fokus på ledarsidorna istället för nyhetsinnehållet. Ledarsidorna är speciella på så sätt att de ska reflektera tidningens politiska ståndpunkt. Det hade gjort att jämförelsen mellan hur de olika ledarsidorna valt att gestalta ett visst parti hade kunnat bli oerhört intressant.

8. Referenser

- Asp, K. (2011). *Medias prestation och betydelse: valet 2010*. Göteborg: Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
- Bergström, G., & Boréus, K. (2005). *Textens mening och makt*. Lund: Studentlitteratur
- Ekman, M., & Poohl, D. (2010). *Ut ur skuggan: en kritisk granskning av Sverigedemokraterna*. Stockholm: Natur och kultur
- Ekström, M. (2017). Nyhetsjournalistiken som den radikala högerpopulismens fiende och vän. I B. Johansson & L. Truedson (Red.), *När makten står på spel: journalistik i valrörelser*. Stockholm: Institutet för mediestudier
- Ellinas, A.A. (2018). Media and the Radical Right, In J. Rydgren (Ed.), *The Oxford Handbook of The Radical Right*. New York City: Oxford University Press
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of communication*, 43(4), 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01204.x
- Ernst, N., Engesser, S., & Esser, F. (2017). Switzerland: Favorable Conditions for Growing Populism. In T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. H. de Vreese (Eds.), *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge
- Esser, F., Stepinska, A., & Hopmann, D. N. (2017). Populism and the Media: Cross-National Findings and Perspectives. In T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. H. de Vreese (Eds.), *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan*. Stockholm: Norstedts Juridik
- Hellström, A. (2010). *Vi är de goda: den offentliga debatten och Sverigedemokraterna och deras politik*. Stockholm: TankeKraft Förlag
- Hellström, A & Bevelander, P. (2018). When the media matters for electoral performance. *Sociologisk forskning*, 55(2-3), 249-266. Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1230178/FULLTEXT01.pdf>
- Hellström, A., & Hervik, P. (2013). Feeding the Beast: Nourishing Nativist Appeals in Sweden and in Denmark. *Journal of International Migration and Integration*, 15(3), 449-467. doi: 10.1007/s12134-013-0293-5
- Hellström, A., & Lodenius, A-L. (2016). *Invandring, mediebilder och radikala högerpopulistiska partier i Norden*. Stockholm: Delmi

Herkman, J. (2015). The Life Cycle Model and Press Coverage of Nodric Populist Parties. *Journalism Studies*, 18(4), 430-448. doi: 10.1080/1461670X.2015.1066231

Johansson, B. (2017). Medievalrörelsen 2014: Invandringsfrågan i fokus för balanserad bevakning. I B. Johansson & L. Truedson (Red.), *När makten står på spel: journalistik i valrörelser*. Stockholm: Institutet för mediestudier

Johansson, B., & Strömbäck, J. (2018). *Kampen om mediebilden - Nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018*. Stockholm: Institutet för mediestudier

Mazzoleni, G. (2008). Populism and the Media. In D. Albertazzi & D. McDonnell (Eds.), *Twenty-First Century Populism*. New York City: Palgrave Macmillan

Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity, *Journal of communication*, 58(2), 258-279. doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x

Nord, L., & Strömbäck, J. (2018). *Svenska valrörelser*. Stockholm: Santérus

Pedahzur, A., & Weinber, L. (2017). Modern European democracy and its enemies. In C. Mudde (Ed.), *The Populist Radical Right: a reader*. London & New York: Routledge

Strömbäck, J. (2004). *Den medialiserade demokratin*. Stockholm: SNS Förlag

Strömbäck, J. (2014) *Makt, medier och samhälle*. Lund: Studentlitteratur

Strömbäck, J., Jungar, A., Dahlberg, S. (2017). Sweden: No Longer a European Exception. In T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. H. de Vreese (Eds.), *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge

Taggart, P. (2017). New populist parties in Western Europe. In C. Mudde (Ed.), *The Populist Radical Right: a reader*. London & New York: Routledge

von Beyme, K. (2017). Right Wing Extremism in post-war Europe. In C. Mudde (Ed.), *The Populist Radical Right: a reader*. London & New York: Routledge

Artiklar

Andrén Meiton, L. (2018, 3 september). Politiska fienderna enas: "För dåliga på att klä av SD offerkoftan". *Svenska Dagbladet*. Tillgänglig: <https://www.svd.se/de-slass-om-det-svara-jobbet--att-fa-igenom-en-budget>

Habul, K., & Forsberg, O. (2018, 11 augusti). Åkesson om klimatfrågan: värsta sortens populism. *Aftonbladet*. Tillgänglig: <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/A2VWlq/akesson-om-klimatfragan-varsta-sortens-populism>

Kadhammar, P. (2014, 22 augusti). Glädjelösheten hörs redan i SD:s valsång. *Aftonbladet*. Tillgänglig: <https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/6n5X9z/gladjelosheten-hors-redan-i-sds-valsang>

Hemsidor

Partiprogram. (2014). *Sverigedemokraternas partiprogram*. Tillgänglig: <http://partiprogram.se/sverigedemokraterna#inledning>

Valmyndigheten. (u.å.). Hämtad 2019-01-09 från <https://www.val.se/valresultat/riksdag-region-och-kommun/2018/valresultat.html>

9. Bilaga 1: Kodbok

V1 ID-nummer

V2 Kodare

1. Gabriella
2. Ola

V3 Tre första orden i rubriken

V4 År

2010. 2010

2014. 2014

2018. 2018

V5 Vilken tidning

1. SvD
2. DN
3. Aftonbladet
4. Expressen

V6

1. Nyhetsartikel
2. Kommentar av nyhet
3. Intervju
4. Panel
5. Krönika
6. Enkät
7. Reportageartikel
8. Kolumn
9. Kulturartikel
10. Essä

V7 Vilken vinjett

1. Kultur
2. Sport
3. Nöje
4. Nyheter

V8 Vem uttalar sig

1. Socialdemokraterna
2. Moderaterna
3. Centerpartiet
4. Miljöpartiet
5. Kristdemokraterna
6. Vänsterpartiet
7. Sverigedemokraterna
8. Liberalerna
9. Övriga partier

10. Journalist
11. Känd person
12. Forskare/expert
13. Vanlig person
14. Företag
15. Myndighet
16. Organisation
17. Övriga aktörer
18. Internationella politiker
19. Internationell medier

V9 Är uttalandet direkt

1. Ja
2. Nej

V10 Vilket ord

V11 Historisk beskrivning

1. Ja
2. Nej

V12 Vem beskrivs

1. Partiet
2. Partiledaren
3. Övrig medlem

V13 Sak/ideologi

1. Sak
2. Ideologi

V14 Gestaltningarna

1. Invandring
2. Klimat
3. Politisk roll
4. Rasism
5. Nazism/fascism
6. Nationalism
7. Populism
8. Höger/konservativ
9. Skadliga
10. Övrigt

V15 Går SD med på beskrivningen?

1. Ja
2. Nej

