



Fem Kristdemokrater är fler än fyra tidningar?

*-En kvantitativ studie av Kristdemokraterna
i Skaraborgs mediebild*

Cecilia Forsell & Julia Fransson
Examensarbete 15p
Fortsättningskurs HT 2007
Handledare: Ingela Wadbring



Abstract

- Titel:** Fem kristdemokrater är fler än fyra tidningar?
- Författare:** Cecilia Forsell och Julia Fransson
- Handledare:** Ingela Wadbring
- Kurs:** Examensarbete i Medie & kommunikationsvetenskap, HT 2007
- Syfte:** Att undersöka mediebilden av Kristdemokraterna i Skaraborg under valrörelsen 2006
- Metod:** Kvantitativ innehållsanalys
- Material:** Totalt 570 artiklar från tidningarna Skaraborg Läns Allehanda, Skaraborg Läns Allehanda, Mariestads Tidning och Falköpings Tidning.
Undersökning I, 399 artiklar perioden 2006 08 21- 2006 08 26
UndersökningII, 171 artiklar perioden 2006 08 14- 2006 09 16
- Huvudresultat:** Kristdemokraterna kom fram i medierna i sina valfrågor men misslyckades med att ge svar på mediedagordningens frågor. I jobb/arbetslöshetsfrågan uttalade partiet sig endast i 4 artiklar av sina 169 st. Detta är anmärkningsvärt då partiet prioriterat denna fråga innan valet och då den kom att bli valets hetaste. Framst har Kristdemokraterna företrätts av fyra personer, vilka stått för 47% av samtliga artiklar där partiet uttalat sig. Männen stod för 74% av alla uttalanden och kvinnorna stod endast för 26%. Då forskning visar att kvinnor och män har olika sakfrågeprioriteringar är det allvarligt att könsfördelningen bland företrädarna är så ojämn.
- Huruvida det är tidningarna som favoriserat debattartiklar et cetera från borgligt håll eller om de borgliga faktiskt varit mer aktiva kan vi genom denna studie inte svara på då vi inte undersökt tidningarnas urvalsmaterial. Dock kvarstår det faktum att de borgliga partierna gynnats i medierna. Sakfrågor belyses främst ur lokala aspekter, så även nationella och globala frågor. Miljöpartiet är det enda parti som istället gör det motsatta. Sakfrågorna presenteras oftast ur ett "mjukt" perspektiv, dock inte Centern som skiljer sig åt där de oftare vinklar artiklar på ett "hårt" sätt. Majoriteten ser sakfrågorna ur ett individperspektiv. Socialdemokraterna och Miljöpartiet ser dock flest artiklar ur ett samhällsperspektiv



Innehållsförteckning

INNEHÅLLSFÖRTECKNING	2
1. INLEDNING	4
3. VAD ÄR DAGORDNINGSTEORI?	6
3.1 DAGORDNINGSTEORINS UTGÅNGSPUNKTER	6
3.1.1 MEDIERNAS DAGORDNING	8
3.1.2 MEDBORGARNAS DAGORDNING	11
3.1.3 DEN POLITISKA DAGORDNINGEN	12
4. SYFTE & FRÅGESTÄLLNINGAR	14
4.1 PROBLEMFÖRMULERING	14
4.2 SYFTE	14
4.3 FRÅGESTÄLLNINGAR	14
5. METODDISKUSSION	15
5.1 URVAL	15
5.1.1 TIDNINGSURVAL	15
5.1.2 TIDSPERIODSURVAL	16
5.2 MATERIALURVAL	17
5.3 UTFORMANDET AV KODSCHEMA	17
5.4 GENOMFÖRANDE AV KODNING	18
5.6 VALIDITET OCH RELIABILITET	19
6. SKARABORGS POLITISKA TOPOGRAFI	21
6.1 RESULTATREDOVISNING FÖR UNDERSÖKNING MED SAMTLIGA PARTIER	21
6.1.1 PARTIERNAS MEDIEUTRYMME	22
6.2.2 MEDIEDAGORDNINGEN & PARTIERNAS SAKFRÅGEPRIORITERING	25
FRÅGESTÄLLNING 2	25
7. KRISTDEMOKRATER I SKARABORGS MEDIEVÄRLD	31
7.1 MEDIEDAGORDNINGEN VS KRISTDEMOKRATERNAS DAGORDNING	33
7.2 VEM STYRDE SCENEN?	34
7.3 ATTACK ELLER FÖRSVAR	36
7.4 HUR SÅG MEDIEBILDEN AV KRISTDEMOKRATERNA DÅ UT?	38
EN SAMMANFATTNING	38
8. SLUTDISKUSSION	40
9. SAMMANFATTNING	42



11. REFERENSLISTA	45
BILAGA 1	47
BILAGA 2	55
BILAGA 3	57



1. Inledning

"I en värld där medierna fastställer medborgarnas dagordning & för dialogen skulle det som medierna nonchalerar lika gärna inte kunna existera"

Leonard Pitts

(McCombs 2006, s. 152)

Mycket har förändrats inom såväl medievärlden som den politiska sfären på senare år. Politiker är inte längre ouppnåeliga, beundransvärda och förebilder för medborgarna (Strömbäck 1999, s. 19). Numera är Göran Persson och Fredrik Reinfeldt fredagsunderhållning och Linda Rosing från dokusåpan Big Brother partiledare. Såväl den svenska politiska arenan som det politiska uppdraget har förändrats och från att enbart informera och visa sin politiska ståndpunkt har kampen om väljarna hårdnat (Nord & Nygren 2007, s.13). Det handlar inte längre om att väljarna *väljer* det de tror på, det handlar om vilka partier som lyckats med sin PR. Framstående politiker blir allt mer mediemedvetna och deras image finpoleras mellan intervjuer av Malou och heta stolen med Babben. Events och uppträdande avlöser varandra. Partier tvingas numera att utnyttja mediernas sätt att arbeta för att vinna publicistiskt utrymme de *säljer* en produkt, nämligen sin politik (Nord & Nygren 2007, s.14). Det talas även om att valrörelser ha gått från att vinna val för att forma politiken till att man formar politiken för att vinna valet. Vare sig partier vill det eller ej, vare sig enskilda politiker anser att utvecklingen är bra eller inte så tvingas alla att agera efter samma trend. Visa upp det privata i det offentliga rummet, ställa upp på intervjuer och figurera i medier. Politiken talar inte längre för sig själv utan ansiktet som representerar den blir det viktiga.

Vad som i stor utsträckning bidragit till denna trend är att allt mer forskning visar att journalister och medier faktiskt *har* makt över vår världsbild (McCombs 2006, s. 44) vilket alla med något de starkt tror på och vill förmedla inte kan försumma, utan istället måste ta hänsyn till. Forskningen kring mediernas makt har genom åren utvecklats och påvisat olika resultat. Från att medierna har ansetts vara allsmäktiga till att ses som maktlösa har medierna nu intagit en roll som "mäktiga" och man menar att det som medierna uppmärksammar är det som medborgarna lägger tonvikt vid. Mediernas dagordning implementeras således på medborgarnas dagordning (Falkheimer 2001, s. 166).

I valtider är det därför av yttersta vikt för politiker att deras parti och partipolitiska värderingar överensstämmer med mediebilderna av partiet då det är denna bild som förs vidare till medborgarna. Mediebilderna av just partier är extra känslig då medierna är den främsta källan för många medborgare att hämta politisk information ifrån (Strömbäck 2000, s. 254).

I olika kulturer, länder och valrörelser har tesen om att mediernas dagordning blir allmänhetens dagordning legat till grund för forskning och upprepade gånger har det visat sig finnas belägg för teorin (McCombs 2006, s.44).

Då medierna har denna makt kan man förstå att det är av yttersta vikt för politiker att ta vara på det medieutrymme som delgivs dem samt att utnyttja mediernas logik för att komma åt medieutrymmet. Det är även av betydelse att analysera mediebilderna av ens parti i valrörelser, då det är denna bild som presenteras för väljarna.

I valet 2006 backade Kristdemokraterna såväl på riksnivå som i många kommuner. Ett stort nederlag som Kristdemokraterna inte räknat med och som ledde till funderingar och spekulationer kring varför utgången blev som den blev. Omvärlden och därmed även medierna har bland annat varit i centrum för dessa spekulationer. Medierna har av vissa



anlagats för att ha missgynnat partiet. Det var utifrån detta som kristdemokraterna i Skaraborg gav oss i uppdrag att undersöka denna aspekt av valet. *Vårt syfte utgörs således av att undersöka mediebilderna av Kristdemokraterna under valrörelsen 2006 i Skaraborg för att därmed kunna reda ut mediernas betydelse för valresultatet.*



3. Vad är dagordningsteori?

McCombs och Shaw var de som först namngav det fenomen forskare under lång tid sett vid valrörelser, som agenda setting eller på svenska dagordningsteorin (Strömbäck 2000, s.145). Teorin går i grova drag ut på att medierna har makt över medborgarnas dagordning, genom att de sakfrågor som finns på mediernas dagordning även återfinns på medborgarnas dagordning (McQuail 2002, s.512). Medierna sätter enligt denna teori således medborgarnas dagordning. Forskningen kring teorin är omfattande och man har kunnat påvisa mediernas dagordningsmakt i helt vitt skilda geografiska och kulturella omgivningar, vilket ytterligare stärker teorins globala validitet (McCombs 2006, s. 61).

Teorin om dagordningsmakten har lett till att politiker och andra opinionsledare agerar utifrån föreställningar kring den tillskrivna makt medierna har (Johansson 1998, s. 6). Denna grundläggande politiska makt som medierna innehar är av största vikt för partier att lära sig behärska och utnyttja (Nord & Nygren 2007, s.14). Detta är speciellt viktigt i valperioder då politiker använder medierna för att nå ut med sitt budskap och medborgare i sin tur använder medierna för att inhämta politisk information (Strömbäck 2000, s. 254). Medierna har därmed en stor betydelse i den opinionsbildande processen.

Vi kommer inledningsvis att ge en kort presentation om dagordningsteorin i allmänhet för att därmed kunna fördjupa oss i de olika aktörerna inom den, för att kunna förstå teorins grundläggande idé och aktörernas samspel.

3.1 Dagordningsteorins utgångspunkter

Synen på mediernas makt har under 1900-talet varit i fokus för forskare inom medie- och kommunikationsfältet och dess styrka har varierat genom åren (Nord 1997, s.129) Från att medierna har ansetts vara allsmäktiga till att bli maktlösa är den nuvarande synen på mediernas makt mer balanserad och medierna anses nu vara mäktiga (Falkheimer 2001, s.166). Utifrån den forskning om mediernas makt som bedrivits uppkom teorin om dagordningen.

Teorin utgår ifrån tre aktörer, mediernas, medborgarnas och den politiska dagordningen samt samspelet dessa emellan (Strömbäck 2000, s. 153).

Den huvudsakliga idén bakom teorin är att medierna har makt att påverka vilka sakfrågor medborgarna prioriterar och *vad* de har åsikter om (McCombs 2006, s.11).

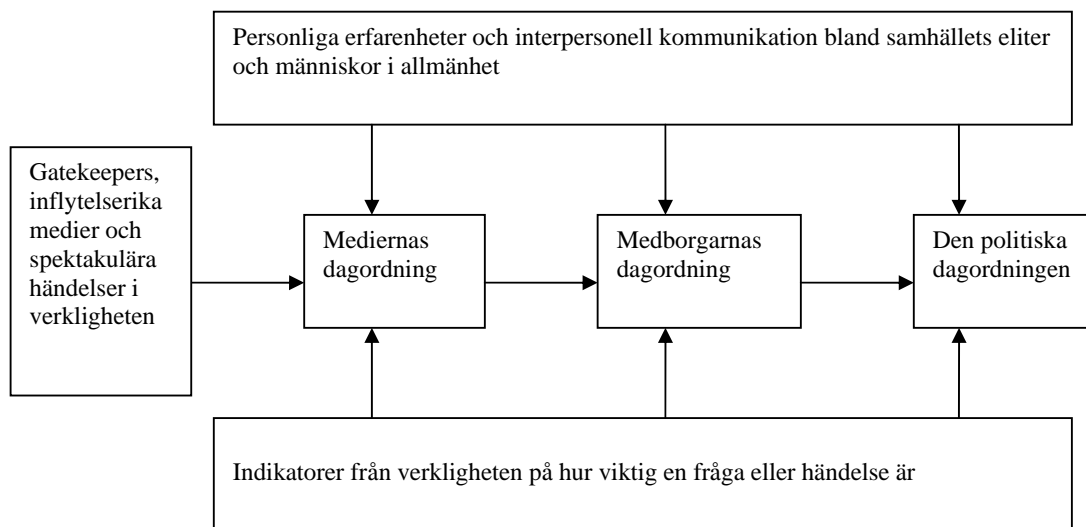
Teorin utgår därmed inte ifrån att medierna nödvändigtvis alltid påverkar *hur* vi ska tycka utan snarare vad vi ger betydelse och vad vi tycker någonting om (McCombs 2006, s. 11). Medierna lyfter upp vissa ämnen och utelämnar andra. De ämnen som medierna uppmärksammar blir därmed det som medborgarna uppmärksammar, då vi inte är medvetna om det som utelämnas. Man kan därmed säga att medierna spelar en nyckelroll när det kommer till prioriteringen av medborgarnas dagordning (McCombs 2006, s. 29).

Det har bedrivits en hel del forskning kring dagordningsteorin och de undersökningar som gjorts har bekräftat teorin och dess effekter. Det finns enligt dessa undersökningar ett orsak-verkan samband mellan mediernas och medborgarnas dagordningar (McCombs 2006, s. 40). I valperioder är detta tydligt då det som står på mediernas dagordning är det som medborgarna anser vara viktiga samhällsfrågor och som i sin tur hamnar på medborgarnas dagordning. Sannolikheten att en fråga som inte medierna uppmärksammar skulle få stor betydelse hos medborgarna är därmed inte så stor (McCombs 2006, s. 11).



James Dearing och Everett Rogers har sammanställt en modell där de visar sambandet mellan de tre dagordningarna samt utomstående aktörer som påverkar dessa (Strömbäck 2000, s.154). Denna modell visar att medierna påverkar såväl medborgarnas som den politiska dagordningen. Medborgarnas dagordning påverkar den politiska dagordningen. Den politiska dagordningen påverkas av både mediernas och medborgarnas dagordning, dock påverkar den inte medborgarnas annat än indirekt via medierna. Samtliga dagordningar påverkas av yttre aktörer som nämns nedan. (Strömbäck 2000, s.154)

Figur 1. Modell över sambandet mellan dagordningarnas påverkan på varandra samt yttre faktorer påverkan på dagordningarna.



(Strömbäck 2000, s.154)

I vår undersökning av Kristdemokraternas valrörelse i Skaraborg utgörs ovanstående aktörer av att mediernas dagordning är de lokala tidningarna i Skaraborgsområdet, och i vårt fall Skaraborgsläns Tidning, Skaraborgstidningen, Falköpingstidning samt Mariestadstidningen. Medborgarnas dagordning utgörs av medborgarna i Skaraborgsområdet och den politiska dagordningen utgörs av de lokala partiernas valrörelser. Viktiga händelser eller problem i den egna kommunen påverkar prioriteringen av sakfrågor, likväl som andra medier påverkar de lokala medierna och bidrar till att forma den lokala dagordningen (Strömbäck 2000, s. 154). När det kommer till påverkansfaktorer på de olika dagordningarna anser vi att även det politiska klimatet och eliterna i kommunerna påverkar de olika dagordningarna. Är det en överrepresentation av borgerliga partier tror vi att detta kan påverka vilka sakfrågor som lyfts upp, likväl som att tidningarnas politiska inriktning har betydelse för utformningen av mediedagordningen. En annan faktor som påverkar den politiska lokala dagordningen är partiernas dagordningar på riksnivå, då det är dessa som utgör partiernas valmanifest. Mediernas rapportering av dessa har även betydelse (Asp i Nord & Nygren 2007, s. 9). I Sverige har vi en gemensam valdag för våra tre val, kommunalvalet, landstingsvalet och riksdagsvalet. Ett stort argument till detta är att landets medborgare skall kunna se de tre som delar i samma beslutsmekanism och även förstå vilka olika frågor som de tre agerar inom (Nord & Nygren 2007, s.9). Vad man kan se är att detta leder till högre valdeltagande när det gäller lokal & regionalvalen (Asp i Nord & Nygren 2007, s. 9). Problemet är dock att medier



väljer att fokusera på det nationella planet och att de lokala och regionala valrörelserna med sina frågor hamnar i periferin (Johansson 1998, s. 27). I Sverige idag rör det sig snarare om en mediekonkurrens mellan riksdagsvalet och de lokala valen än om ett mediekomplement (Nord & Nygren 2007, s. 9). Trots att det rör sig om en konkurrens mellan de nationella nyheterna och de lokala ter sig den lokala valrörelsen otroligt viktig. Nord & Nygren (2007, s. 9) skriver "om kampanjarbetet är centraliserat och styrt av valledningens initiativ finns begränsat utrymme för lokala initiativ och då har den lokala valrörelsen svårt att etablera sig i människors medvetande". Detta leder till att ett parti under valrörelsen inte kan undvika mediekonkurrensen de olika valen emellan genom att stenhårt hålla en nationell profil rakt igenom landets alla kommuner. Skulle de göra detta flyttas medborgarnas fokus från det lokala och det blir därmed svårt att vinna de lokala valen.

Kristdemokraternas lokala valrörelse i Skaraborg är utformad från valrörelsen på riksnivå. Lokalavdelningen får mestadels av sitt material från riksorganisationen, sedan utformas således vissa egna lokala sakfrågor som avdelningen anser är viktiga att uppmärksamma (Liljebäck 2007). Dock kan dessa lokala frågor utifrån ovanstående resonemang om mediekonkurrensen vara svåra att befästa i den lokala valrörelsen.

För att utveckla resonemanget ovan om mediernas makt gentemot medborgarna och sambandet mellan de olika dagordningarna presenterar vi här de tre aspekterna var för sig. Mediernas dagordning ges störst utrymme, då det är denna som för oss står i fokus. Medborgarnas och den politiska dagordningen är ändå viktigt att förstå då samtliga dagordningar lever i symbios med varandra, dock innefattas de två sistnämnda inte nämnvärt i denna studie.

3.1.1 Mediernas dagordning

Som nämnt ovan påverkar medierna både medborgarnas och politikernas dagordning. Men medierna är därmed inte själva fria från påverkan av andra aktörer och journalistiska normer. I likhet med modell 1 framhäver McCombs (2006, s.152) tre aktörer som han menar har störst påverkan på mediedagordningen. Den första är viktiga källor, då dessa tillhandahåller nödvändig information som journalisten behöver för att kunna producera nyheter. Även andra nyhetsföretag har stor betydelse, då medier består av vinstdrivande företag som alltid måste anpassa sig till sina konkurrenter för att lyckas. Nyhetsföretagen utgör därmed aktör nummer två (McCombs 2006, s.152). Här bör även tilläggas att det görs distinktioner mellan olika medier och nyhetsföretag. Vissa medier har nämligen en dagordningsställande funktion på andra. McCombs (2006, s.148) benämner detta fenomen som intermedial dagordningsmakt. Riksmedier har generellt sätt en dagordningsfunktion gentemot lokala medier och vissa mer etablerade och större medier har samma påverkan på mindre medier (Strömbäck 2000, s. 155). Man kan därmed anta att dagspressen i Skaraborg påverkas av dagordningen i rikstäckande tidningar. Den tredje aktören utgörs av journalisterna själva och här läggs tonvikt vid journalistens normer och värderingar samt den så kallade medielogiken (McCombs 2006, s.152).

För att en händelse eller sakfråga ska bli en nyhet krävs det att denna överensstämmer med medielogiken (Strömbäck 2000, s.157). Denna innebär att det som blir nyheter "är sådant som passar mediernas format, dess organisation, interna arbetsvillkor, normer och behov av uppmärksamhet" (Strömbäck 2000, s.157).

Enligt medielogiken skall en händelse kunna tillspetsas, polariseras, intensifieras, konkretiseras, personifieras, eller överensstämma med de stereotyper som återfinns inom en nyhetsorganisation eller den kultur som mediet tillhör för att bli en nyhet (Strömbäck 2000, s.



158). På samma sätt menar Hadenius och Weibull (2003, s. 344) att nyhetsföretagets kultur, ekonomiska och politiska miljö påverkar vad som anses som nyhetsstoff för det enskilda nyhetsföretaget. Forskning har visat att det finns tendenser hos tidningar att gynna det egna partiet/den politiska inriktningen i nyhetsbevakningen (Nord 1997, s.52). Ofta är även journalisterna anhängare av tidningens parti och detta leder till att materialet och urvalet i tidningarna genomsyras av dess politiska inriktning (Nord 1997, s. 52). Vi fann det därför intressant att titta närmare på vårt urval av tidningar och deras politiska inriktning för att kunna få en eventuell förklaring till varför medieutbudet såg ut som det gjorde. Tidningens politiska karaktär kan också påverka mediebilden av Kristdemokraterna. Genom korrespondens med tidningarnas chefredaktörer och/eller ansvarig utgivare har det framkommit att samtliga tidningar i vår undersökning benämner sig som konservativa/borgerliga. Detta är påtagligt då tidningarnas politiska inriktning speglar av sig på ledarsidorna.

Genom att anpassa sig till medielogiken ökar chanserna för att Kristdemokraternas material ska vara åtråvärt för tidningarna och att de därmed ska få sitt material publicerat. Tidningarna som vi valt i vår undersökning har uttryckt att chansen för att få sitt material publicerat ökar om materialet behandlar det lokala. Kristdemokraterna borde därmed även fokusera på det lokala för att öka chanserna för att få in sitt material i tidningarna.

McCombs (2006, s.152) anser i likhet med vad figur 1¹ visar att andra aktörer såsom samhällsledare och lobbyister också kan påverka mediedagordningen. Dock menar han att deras inflytande "*filtreras genom de grundläggande regler som etablerats av journalistikens normer*" (2006, s.152) McCombs lägger alltså en stor tyngd vid journalistens betydelse.

Nyhetsföretag får dagligen till sig en massa information om händelser runt om i världen. Detta material måste sällas ut, då allt inte kan bli nyheter. Kommunikationsforskaren Henk Prakke har utformat en nyhetsvärderingsmodell där han har sammanfattat tre faktorer som har stor betydelse för huruvida en händelse blir en nyhet eller ej (Hadenius & Weibull 2003, s. 345). Dessa tre faktorer är tid, kultur och rum. Ju längre bort en händelse är från dessa tre "avstånd", desto mindre chans har denna att bli en nyhet (Hadenius & Weibull 2003, s. 345). Därmed har alltså händelser som precis inträffat i en nära kulturell omgivning ett högt nyhetsvärde. Det är alltså större chans att en bussolycka i Norge blir en nyhet än en motsvarande olycka i exempelvis Japan. Detta till följd av det korta geografiska avståndet, vilket även leder till att vi lättare kan identifiera oss samt känna samhörighet med dess invånare (Hadenius & Weibull 2003, s. 344). Utifrån denna modell har bland annat medieforskaren Håkan Hvitfelt utformat en kompletterande nyhetsvärderingsformel som består av tio punkter (Hadenius & Weibull 2003, s. 345).

¹ Figur 1, se sidan 7 tidigare i kapitlet



Denna innebär att sannolikheten för att en nyhet skall publiceras ökar ju mer den överensstämmer med de faktorer som återfinns på denna skala (Hadenius & Weibull 2003, s.345-346). En händelse ökar därmed chansen att bli publicerad om den berör

1. politik, ekonomi samt brott och olyckor,
 2. och om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd,
 3. till händelser och förhållanden,
 4. som är sensationella eller överraskande,
 5. handlar om enskilda elitpersoner,
 6. och beskrivs tillräckligt enkelt,
 7. men är viktiga och relevanta,
 8. utspelar sig under kort tid men som en del av ett tema,
 9. har negativa inslag,
 10. och har elitpersoner som källor.
- (Hadenius & Weibull 2003, s.345-346)

Mediedagordningens olika nivåer

Mediernas makt över medborgarnas dagordning består av olika nivåer (McCombs 2006, s. 99). Den första nivån berör frågan om mediernas makt över sakfrågor/objekt. Medierna anses här ha makt över vad medborgarna anser är viktiga frågor, det handlar alltså om överföringen av sakområden/objekt. De frågor som medierna uppmärksammar är alltså även de frågor som medborgarna prioriterar (McCombs 2006, s. 99). Utifrån detta resonemang är det av yttersta vikt att Kristdemokraterna anpassar sig till medierna och fokuserar på de sakfrågor medierna uppmärksammar.

Den andra nivån berör mediernas makt över *hur* medborgarna uppfattar olika företeelser, politiska frågor och personer, denna nivå berör alltså överföringen av attribut. Med attribut menas "*utmärkande egenskap eller tillhörighet*" (Strömbäck 2000, s. 202).

Den andra nivån utgörs således av att detaljerna som medierna uppmärksammar blir de detaljer som medborgarna uppmärksammar. "*Dagordningsmakt över attribut fokuserar på mediernas förmåga att påverka vårt sätt att göra oss en bild av objekt*" (McCombs 2006, s. 120). Attribut kan till exempel vara ålder, födelseort eller politisk ställning (McCombs 2006, s.119).

Ser man på attribut utifrån ett socialpsykologiskt perspektiv kan man få en djupare kunskap i hur människan fungerar. Vi människor är stereotypa varelser som för att förenkla informationsintaget följer vissa förklaringsmönster. Vi tillskriver till exempel ytterligare attribut till de redan uppvisade, dels för att förstå beteenden men också för att fylla informationsluckor (Angelöw & Jonsson 2000, s.103). Här påverkar således medierna vilka attribut som värderas medan medborgaren lägger till fler som passar in. Till exempel, framställs en kvinna som rik och glamourös i medierna, tillskriver vi henne också attribut som lycka och framgång.

Mediebilden av Kristdemokraterna är således en bild som konstruerats utifrån hur de framställs i de sakfrågor medierna valt att uppmärksamma.

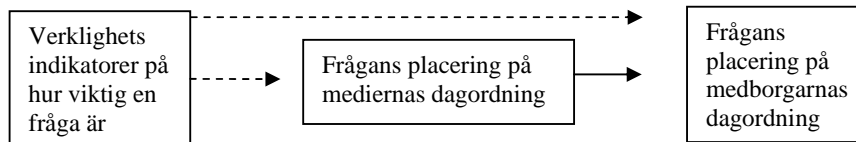
Därmed anses mediernas dagordning dels ha makt över vad vi som medborgare tycker är viktiga frågor, men även en viss makt över de attribut vi väljer att lägga vikt vid.



3.1.2 Medborgarnas dagordning

Mediernas påverkan på medborgarna beror på en del faktorer som här kommer att tas i beaktning. Först presenteras dock en modell som Dearing och Rogers (ur Strömbäck 2000, s.171) utformat. Denna visar sambandet mellan mediernas och medborgarnas dagordning, de tar här även hänsyn till verklighetsindikatorer. De streckade pilarna visar på ett indirekt samband mellan verklighetsindikatorer och frågans placering på medborgarnas dagordning samt mediernas dagordning. Den heldragna pilen visar på ett mer direkt samband mellan mediernas dagordning och placeringen på medborgarnas dagordning. (Strömbäck 2000, s. 171)

Figur 2. Sambandet mellan mediernas och medborgarnas dagordning samt påverkan från verklighetsindikatorer.



(Strömbäck 2000, s. 171)

Sambandet mellan mediernas och medborgarnas dagordning är dock inte absolut, utan det finns faktorer som påverkar i vilken utsträckning medierna påverkar medborgarnas dagordning (Strömbäck 2000, s. 171).

Strömbäck redovisar fem faktorer som är betydelsefulla för detta. Den första handlar om mediets trovärdighet och i vår studie därmed tidningarnas trovärdighet.

Ju högre förtroende medborgaren har för ett medium, desto större är påverkanskraften på dennes dagordning (Strömbäck 2000, s. 172). Undersökningar har visat att de stora etermedierna samt den lokala dagspressen besitter ett högt förtroende hos medborgarna (Hadenius & Weibull 2003, s.437). Man kan utifrån dessa undersökningar även se att det snarare handlar om vilket typ av medium som berörs än vilken specifik tidning, då lokal dagspress i stort värderas på samma sätt över hela landet (Hadenius & Weibull 2003, s. 437). Då de tidningar som ingår i vår undersökning är stora lokala morgontidningar bör dessa tidningar inge förtroende hos medborgarna. Den mediebild som gavs av Kristdemokraterna i dessa tidningar under valet 2006 torde därför ha accepterats av medborgarna i Skaraborg. Den andra faktor som är betydelsefull för påverkanskraften är medietypen, vilket i vår studie innebär tidningar. Tidningar har visat sig inneha en stark och långsiktig dagordningsmakt på medborgarna (Strömbäck 2000, s. 172).

Den politiska intensiteten har även betydelse för mediernas påverkan på medborgarna och detta utgör den tredje faktorn. Under lugna politiska förhållanden eller vid politiska skandaler är mediernas makt stor, medan makten under valrörelser ter sig svalna (Strömbäck 2000, s. 173). Detta till följd av att politiker under dessa perioder är mer benägna att vilja påverka medierna och detta leder till att mediernas dagordning i större utsträckning än det normala blir påverkade av den politiska dagordningen (Strömbäck 2000, s. 173). Då vi undersöker mediebildens av Kristdemokraterna under en valrörelse påvisar föregående resonemang att politikerna åtminstone hade en relativt stor möjlighet att kunna påverka mediernas dagordning. Detta tolkar vi som att om man som politiker var påstridig och engagerad så fanns möjligheter att till viss del kunna påverka medierna och därmed partiets mediebild. Det är trots detta ändå medierna som har sista ordet och därmed makten över sin dagordning.

En fjärde faktor i betydelsen av mediernas makt berör medborgarnas kognitiva förmågor samt deras politiska medvetenhet (Strömbäck 2000, s. 173). Forskning har visat att de medborgare



som har en medelhög politisk medvetenhet är mest benägna att påverkas av mediedagordningen. De som har en hög politisk medvetenhet har starkare och mer överlagda åsikter, vilka är svårare att påverka. Medborgare med låg politisk medvetenhet antar man inte utsätts för lika mycket medieexponering och därmed politiska budskap, vilket medför att sannolikheten för att de skulle ändra åsikter inte anses vara speciellt stor (Nord 1997, s.109).

Den sista faktorn berör medborgarnas egna erfarenheter kring olika frågor och ämnen (Strömbäck 2000, s. 175). Strömbäck presenterar två sätt att se på detta. Det ena är att egna erfarenheter kan försvaga mediernas dagordningsmakt genom att ”*de fungerar som en balanspunkt och en källa till ifrågasättande av mediebilden*” (Strömbäck 2000, s. 176). Annan forskning, som exempelvis Bengt Johanssons avhandling (1998, s. 167) ”*Nyheter mitt ibland oss*” som bland annat berör journalisters inflytande över de kommunala nyheterna, visat att utslaget kan vara det motsatta. Det vill säga att egna erfarenheter förstärker mediernas dagordning. Detta med förutsättning att de egna erfarenheterna leder till en ökad mediexponering av de specifika sakfrågorna (Strömbäck 2000, s. 176). Bengt Johansson kom fram till följande att ”*om man har egen erfarenhet och dessutom exponerar sig för sjukvårdsnyheter ser man sjukvård som viktigare än om man bara har personlig erfarenhet*” (1998, s. 167). Johansson menar vidare att mediernas dagordning har en förstärkningseffekt på personer med egna erfarenheter (Johansson 1998, s. 167). Detta är alltså det andra synsättet som Strömbäck presenterar och som han ställer sig bakom (Strömbäck 2000, s. 176)

Vi anser i samstämmighet med Strömbäck och Johansson att egna erfarenheter förstärker mediernas dagordning, verkar vara en rimlig slutsats. Är man insatt i exempelvis barnomsorgen antar vi att man har ett större intresse för detta område och därmed lättare uppmärksammar information kring detta i medierna.

Det är generellt sätt medierna som styr över medborgarnas dagordning, men det krävs även att medieuppmärksamheten når en ”*viss tröskel*” för att medborgarna ska uppmärksamma de frågor medierna prioriterat, det krävs därför en hel del upprepande och återkommande information i medierna (Strömbäck 2000, s. 196).

3.1.3 Den politiska dagordningen

Forskning kring den politiska dagordningen är betydligt mindre omfattande än forskning kring medborgarnas och mediernas dagordning (Strömbäck 2000, s. 187). Det som dock brukar stå i fokus för den politiska dagordningen är ”*de frågor, problem eller samhällsområden som står i centrum för det politiska beslutsfattandet*” (Strömbäck 2000, s. 187). Genom att jämföra den politiska dagordningen med mediernas samt medborgarnas dagordning kan man utvinna hur väl politiker lyckats implementera sin dagordning på de resterande två. Det som kan sägas om samspelet mellan den politiska dagordningen och mediernas dagordning är att båda lever i symbios med varandra (Pettersson et al 2006, s.88). Politiker behöver medierna för att få fram sitt budskap till medborgarna och medierna behöver information från politikerna för att kunna tillföra något till medborgarna (Strömbäck 2000, s. 189). Det som har hänt på senare år är att såväl politiken som journalistiken har professionaliserats (Strömbäck 2000, s.190). I och med journalistikens professionalisering har journalister blivit mer kritiskt granskande och ifrågasättande. Detta har lett till en medialisering av politiken, då politiker tvingats anpassa sig till mediernas arbetssätt (Nord 1997, s. 16-18).

Politikens professionalisering samt mediasystemets kommersialisering har förändrat politiken och gjort den mer personifierad och ytlig (Strömbäck 2000, s.191). Partiledarna är partiets ansikte utåt och den som representerar partiets politik. Fokusering läggs i många fall på



partiledarna istället för partiets värderingar (Nord 1997, s. 16). Vidare menar Nord (1997, s. 16) att ” *mediepubliken vet därför förmodligen mer om riksdagsmäns parkeringsböter än om hur de röstat i kammaren i för väljarna viktiga politiska frågor*”.

Det är därför viktigt att ett parti har valt rätt person till rätt plats. För Kristdemokraterna i Skaraborg är det därför viktigt att deras lokala företrädare lyckas fånga medborgarnas förtroende och sympati (Holmberg & Weibull 2001, s. 27).

Mediernas politiska bevakning är också den förändrad, dels genom den ökade granskningen av makthavare, men även sättet den politiska bevakningen är utformad på (Nord 1997, s.34). Den politiska rapporteringen är inte lika seriös som den en gång var (Larsson 2005, s. 43). Betoning läggs numera vid att den politiska bevakningen skall vara underhållande, och journalister betonar det mjuka och personliga snarare än det seriösa och sakliga (Nord 1997, s.34).

Politiker dyker numera upp i program som ”sen kväll med Luuk” och ”Ett herrans liv” och flirtar med väljarna. Politiker blir därmed inte ouppnåeliga allvarliga makthavare utan en del av ”kändiseliten” och en del av människors vardag.

Professionaliseringen av politiken har även lett till ett ökat behov av experthjälp med bland annat opinions och mediestrategier. Politiker kan inte enbart gå till val med sina egna prioriteringar utan de måste ta hänsyn till rådande opinionsströmmar (Strömbäck 2000, s. 191). Politiker har alltså tvingats anpassa sig till journalisternas arbetssätt och medielogiken. Detta betyder dock inte att politikerna är helt utelämnade till medierna och deras urval. Genom att medieanpassa sitt budskap och utnyttja mediernas behov av dramaturgi och överraskningar kan politiker vinna utrymme i medierna, och därmed kan de anskaffa sig mer makt (Nord 1997, s. 45-47).



4. Syfte & Frågeställningar

4.1 Problemformulering

Politisk kommunikation är viktig. Dels för vår demokratiska process men också för att värna vår yttrandefrihet. Mediernas inflytande över allmänhetens åsikter anses vara stor och det talas om att medierna utgör en tredje statsmakt.

För att vi skall ha en välmående demokrati krävs kritiska och välinformerade medborgare, en ansvarskännande press och en välfungerande politisk kommunikation (Peterson et al 2006, s. 43). I dagens samhälle där PR insatser och kontakter spelar stor roll för utrymmet i medier krävs det desto mer granskning.

Under valrörelsen 2006 hade Kristdemokraterna lagt upp en valkampanj som de trodde skulle lyfta partiet och fånga fler väljare. Valkampanjen gick inte som Kristdemokraterna hade tänkt sig. Partiet backade på riks och regional nivå och även i många kommuner. För Kristdemokraterna är det av den anledningen av yttersta vikt att utreda vad som gick snett. En tilltalande politisk kommunikation är för partier i dagens samhälle av enorm vikt (Larsson 2005, s. 35) Partier tvingas spela mediernas spel för att nå ut med sitt budskap. Vår studie kan man därför kalla för en fallstudie om politisk kommunikation ur ett modernt medieperspektiv, dock så skall det påpekas att utröna vikten av det politiska spelet kontra mediebevakning faller utom denna studies ram. Vårt syfte är att specifikt undersöka Kristdemokraternas valkampanj 2006 och få en bild av hur de skildrades av medierna.

4.2 Syfte

Syftet med studien är att undersöka mediebilderna av Kristdemokraterna i Skaraborg under valrörelsen 2006.

4.3 Frågeställningar

För att nå vårt syfte är studien uppdelad efter två studier. En är en jämförande studie partierna emellan. Detta för att vi skall kunna uttala oss om det politiska läget i Skaraborg samt för att få svar på hur medierapporteringen såg ut i de undersökta tidningarna. Även för att kunna se om partier i förhållande till varandra blivit gynnade eller missgynnade.

Dessa är våra frågeställningar till den första studien.

1. Kan man urskilja skillnader i hur partierna presenterades och vinklades i media under valrörelsen 2006?
2. Hur såg mediedagordningen i Skaraborg ut och hur förhöll sig partierna till den?

I vår andra studie undersöker vi specifikt Kristdemokraterna.

Dessa är våra frågeställningar för vår andra undersökning

1. Hur väl överensstämde Kristdemokraternas dagordning med mediernas dagordning?
2. Kan man urskilja olika sakfrågeprioriteringar hos de olika lokala företrädarna och i så fall hur?
3. Vilken rollposition var dominerande för Kristdemokraterna?



5. Metoddiskussion

I detta kapitel presenterar vi vårt material och den metod vi använt.

För att se hur mediebilderna av Kristdemokraterna under valrörelsen 2006 såg ut har vi analyserat det material som publicerats om partiet i fyra av de stora dagstidningarna i Skaraborgsområdet fem veckor innan själva valdagen. Vi ville dels se hur mycket utrymme partiet gavs samt karaktären på detta.

En kvantitativ metod var den bäst lämpade metoden eftersom vi från ett stort antal artiklar vill urskilja mönster och hitta samband (Östbye et al 2003, s. 212).

Vi valde även att genomföra ytterligare en kvantitativ innehållsanalys av samtliga partiers medieutrymme under en vecka. Detta för att vi skulle kunna jämföra såväl Kristdemokraternas medieutrymme som karaktären på materialet med andra partiers och därmed sätta Kristdemokraterna i en kontext.

Vi har således valt att genomföra två kvantitativa innehållsanalyser där den första berör samtliga partiers utrymme i medierna under en bestämd vecka medan den andra undersökningen enbart berör Kristdemokraternas medieutrymme och dess karaktär fem veckor innan valdagen.

Dessutom har en mindre undersökning med tidningarnas chefredaktörer via mailintervjuer genomförts. Detta för att kunna svara på bland annat tidningarnas politiska karaktär, vilket kan ha betydelse för medieurvalet (Nord 1997, s.52), spridningsområde, hur medieutrymmet fördelades partierna emellan med mera.

5.1 Urval

Inom studien har det varit nödvändigt att göra ett antal urval och avgränsningar. Vi kommer först att redovisa de urval vi gjort som berör materialet i sig, sedan även motivera det urval i fråga om tidsperiod som gjorts.

5.1.1 Tidningsurval

Det första urvalet som gjordes berörde *vilket* medium som skulle ingå i undersökningen. Bengt Johanson (2001) beskriver i sin rapport ”Finns den kommunala medievalrörelsen?” den lokala dagspressens betydelse för opinionsbildning. Han menar att den lokala dagspressen är det viktigaste opinionsbildande mediet på kommunal nivå, då radio och TV inte kan sända lika mycket kommunalt material. Då vi i vår undersökning fokuserar på det lokala anser vi i samstämmighet med Johansons resonemang att dagspress är det mest lämpade mediet att använda i vår undersökning, då TV och radio skulle begränsa materialet.

Det andra urvalet som gjordes berörde *vilka* tidningar som skulle ingå i undersökningen. Vår kontaktperson² från Kristdemokraterna i Skaraborg namngav de dagstidningar som var väsentliga för vår undersökning i och med deras spridningsområde och popularitet inom Skaraborgsområdet. Varvid vi valde ut fyra stycken av dessa. Anledningen till att vi valde fyra stycken dagstidningar var för vi ansåg det vara ett rimligt antal samt att vi fick med ett

² Elin Liljebäck Kristdemokraterna i Skaraborg



stort spridningsområde i och med de tidningar vi valt. Urvalet av de tidningar vi gjorde grundades därmed i tidningarnas spridningsområde samt utgivningsupplaga. Tidningsurvalet utgörs således av Skaraborgsläns Allehanda, Skaraborgs Läns Tidning, Mariestads-Tidningen och Falköpings Tidning. Nedan följer en kort beskrivning av samtliga. När det kommer till en del av informationen kring tidningarna som exempelvis deras politiska karaktär har vi mail intervjuat samtliga tidningars chefredaktörer för att med säkerhet kunna fastställa denna information.

Skaraborgsläns Allehanda är den ledande sexdagarstidningen i det som förr betecknades som Skaraborgs län. Deras lokala bevakningsområde omfattas av Skövde, Tibro, Hjo, Karlsborg, Tidaholm samt Falköpings kommuner.³ Tidningen har en upplaga på 24 400 exemplar per utgivningsdag, och utgivningsfrekvensen är sex dagar i veckan.⁴ Tidningens chefredaktör Måns Johnson beskriver tidningens politiska linje som konservativ (Johnson 2007).

Mariestads-Tidningens lokala bevakningsområde omfattas av Mariestad, Töreboda samt Gullsprång/Hova.⁵ Tidningen ges ut fem dagar i veckan. Tidningens upplaga uppgår till 13 300 exemplar per utgivningsdag.⁶ Tidningens politiska karaktär benämns numera som konservativ (Eriksson 2007)

Skaraborgs Läns Tidnings upplaga uppgick år 2004 till 8700 exemplar per utgivningsdag. Spridningsområdet innefattas av Falköping, Tidaholm, Skövde, Skara, Vara, Götene, Essunga, Lidköping samt Mullsjö kommuner⁷. Tidningens politiska karaktär är borgerlig (Gillblad 2007).

Falköpingstidnings upplaga uppgick 2004 till 9500 exemplar per utgivningsdag. Spridningsområdet innefattas av Falköping, Tidaholm, Skövde, Skara, Vara, Götene, Essunga, Lidköping samt Mullsjö kommuner⁸. Tidningens politiska karaktär är borgerlig (Gillblad 2007)

Falköpingstidning och Skaraborgs Läns Tidning ingår tillsammans med Skövde Nyheter och Västgöta-Bladet i Västgöta-Tidningar AB, varvid vi kunde finna att materialet dessa två tidningar emellan ofta överensstämde. Detta gällde främst ledarsidan samt insändare och debattartiklar

5.1.2 Tidsperiodsurval

Den andra delen i vårt urval berör *perioden* vi har valt att använda i vår undersökning och därmed de artiklar som ingår i undersökningens material.

I vår första undersökning som omfattar samtliga partier valde vi perioden 060821-060826, det vill säga en vecka som låg i mitten av den fem veckors period vi använt oss utav i vår undersökning om enbart Kristdemokraterna.

Detta eftersom tidigare forskning visat att en veckas kodning av nyhetsmaterial är tillräckligt för att ha ett representativt underlag (Andersson Odén & Andersson, 2003, s.1). Den enklaste förklaringen för detta resonemang är att en vecka utgör en cykel i tidningens arbete där varje

³ Information hämtad från Skaraborg Läns Allehandas hemsida, www.sla.se (2007-12-10)

⁴ Information hämtad från Nya Wermlands Tidnings Koncernens hemsida, www.nwt.se (2007-12-10)

⁵ Information hämtad från Mariestads Tidningens hemsida, www.mariestadstidningen.se (2007-12-10)

⁶ Information hämtad från Nya Wermlands Tidnings Koncernens hemsida, www.nwt.se (2007-12-10)

⁷ Information hämtad från Skaraborgs Läns Tidnings hemsida, www.skaraborgslanstidning.se (2007-12-10)

⁸ Information hämtad från Falköpings Tidnings hemsida, www.falkopingstidning.se (2007-12-10)



veckodag är representerad (Andersson Odén & Andersson, 2003s.1). Vad som dock är värt att uppmärksamma är att resultaten som påvisar att en veckas kodning är tillräcklig har framkommit under en ”normal” veckas undersökning.

Vi kan därför inte med säkerhet fastsälla att vår veckas validitet är lika stor då denna vecka ingår i valperioden.

Valet av den specifika veckan (060821-060826) grundar sig i att vi dels inte ville få den sista tiden då det är en större bevakning och tidningarna är mer selektiva i vad de väljer att lyfta fram. Vi ville inte heller att perioden skulle vara alltför långt ifrån valdagen eftersom ämnet då inte är lika hett på dagordningen.

Undersökningen som berör enbart Kristdemokraterna sträcker sig över en fem veckors period, från och med 060814 till och med 060916. Vi valde att utelämna valdagen 060917, då vi enbart ville undersöka mediebilderna av Kristdemokraterna under perioden innan valet.

I tidigare undersökningar om mediebilder av kommunala val har undersökningsperioden bestått av de fem sista veckorna innan valet (Johansson 2002 s. 1).

Till en följd av detta samt även för att vi dels ville få de aktiva och livfulla två sista veckorna innan valet, men även för att få med upptakten till dessa veckor valdes denna period. För att förstå och kunna uttala sig om Kristdemokraterna anser vi att det därför var viktigt att kunna se en större helhet.

5.2 Materialurval

Insamlingen av materialet skedde genom microfilm på kurs och tidningsbiblioteket i Göteborg. Vi kommer här att redovisa vårt urval av material samt insamlingen av de två undersökningarna var för sig, då tekniken i viss mån skilde sig åt.

Materialet består således av nyhetsartiklar ifrån Skaraborgsläns Allehanda, Skaraborgs Läns Tidning, Mariestads-Tidningen och Falköpings Tidning.

Material med samtliga partier

Materialet i denna undersökning består av de fyra ovannämnda dagstidningarna under en bestämd vecka. Sammanlagt består materialet av 400 artiklar. Vi gick systematiskt igenom samtliga tidningar sida för sida och valde ut väsentligt material.

I materialet ingår därmed allt som publicerades om de olika partierna. Vid de tillfällen där ett parti enbart kort berörts i en artikel som i huvudsak behandlat ett annat ämne har denna artikel uteslutits ur undersökningsmaterialet.

Material med Kristdemokraterna

Materialet i vår undersökning om enbart Kristdemokraterna består av artiklar under vår valda femveckors period i de fyra tidningarna. Totalt utgörs detta material av 171 artiklar. Samtliga av våra valda tidningar gick vi systematiskt igenom sida för sida för att finna material av väsentlig karaktär som vi skrev ut. De artiklar som i huvudsak behandlat ett annat parti eller område och där Kristdemokraterna enbart kort berörts har vi valt att utesluta som undersökningsmaterial. Det material som ingår i denna undersökning har därmed haft Kristdemokraterna som den största omnämnda aktören.

5.3 Utformandet av kodschema

Vi har använt oss utav två olika kodscheman för de två undersökningarna. Kodschemat för undersökningen om samtliga partier är aningen mer omfattande, medan kodschemat för undersökningen om Kristdemokraterna är reducerat då somliga av variablerna endast var intressanta i den första jämförande studien.



Vid själva utformandet av våra kodscheman fann vi inspiration från Lars Nord och Gunnar Nygrens kodschema i boken "Präktiga massmedier" som just berör lokala valrörelser och dess mediebevakning (2007, bilaga 2).

Detta var till stor hjälp, då vi kunde använda oss utav redan beprövade variabler. En del av variablerna ändrades dock, andra utelämnades helt och nya variabler tillfördes.

Variablerna i vårt kodschema berör partiernas medieutrymme och karaktären på detta samt sakfrågor och vinklingen av dessa. Vi var noga med att ställa upp variabler som var ömsesidigt uteslutande, för att minska risken för problem vid kodningen (Östbye et al 2003, s. 221).

Övergripande är variablerna av kvantitativ karaktär, men vi valde att även infoga några som är av mer kvalitativ karaktär. Till exempelvis variablerna huruvida en sakfråga kännetecknas av mjuk eller hård karaktär, sakfrågans geografiska vinkling samt rollen som huvudaktören befinner sig i. För att förtydliga dessa finns definitionerna på variablerna och dess värden tillsammans med kodschemat som bilaga.

En del av värdena kunde vi i förhand inte bestämma, då dessa berörde nya sakfrågor samt vilka som uttalat sig, och detta var något som inte kunde sammanställas förrän kodningens avslut.

5.4 Genomförande av kodning

En kvantitativ innehållsanalys ska kännetecknas av systematik, objektivitet samt en kvantitativ beskrivning av innehållet. Att innehållsanalysen kännetecknas av systematik innebär att det finns uppsatta regler för hur man går till väga vid kodningen, vilket hänger ihop med att analysen skall vara objektiv (Östbye et al 2003, s. 213). Innan insamlingen och kodningens början ställde vi därför upp riktlinjer för såväl insamlingen som kodningen. Riktlinjerna för insamlingen berörde vad som skulle anses som väsentligt material, detta för att vi ville vara säkra på att vi samlade in samma typ av material.

Innan vi började koda artiklarna skrev vi ner tydliga definitioner på våra variabler för att minska riskerna för en tvetydig kodning. Vi anser därför att vår studie kännetecknas av systematik.

Innan kodningens början sammanställde vi även en kodblankett som vi antecknade alla värdena i. Efter kodningens avslut överförde vi värdena till SPSS⁹. I variabeln angående vem som uttalat sig har vi i vår kodblankett skrivit in namn. Efter att kodningen av samtliga material var klar sammanställde vi alla namn och i hur många artiklar de uttalat sig. I de fall där en person enbart uttalat sig i två eller färre artiklar har vi valt att överföra denna person till värdet "övriga", då vi anser att utrymmet de fått inte har någon nämnvärd betydelse i fråga om vem som uttalat sig. Anledningen till detta val av variabel var för att vi ville kunna utläsa mönster. Om det visar sig att till exempelvis en kandidat för Kristdemokraterna uttalat sig i det mesta som skrivits om partiet kan vi dra slutsatsen att det är denna person som till störst del bildat mediebilderna av partiet.

Vi började vår kodning genom att provkoda ett antal artiklar. Detta för att vi ville säkerhetsställa reliabiliteten på kodningen. Provkodningen visade inte på några större olikheter. Det var främst variablerna med mer kvalitativ karaktär som vi var tvungna att definiera ytterligare. Vi diskuterade och kunde då förtydliga definitionerna på variablerna. Genomförandet av själva kodningen gjordes enskilt, dock satt vi i samma rum för att vid tveksamheter kring kodningen kunna rådfråga varandra.

⁹ SPSS är ett dataprogram som används vid analyser och behandling av insamlad statistisk data.



5.6 Validitet och reliabilitet

När man pratar om validitet i relation till en studie menar man studiens giltighet eller trovärdighet. Fokus läggs då vid studiens data och analys och huruvida dessa är relevanta för studiens syfte och problemformulering. Om en studie har validitet har man mätt det man avser att mäta (Östbye et al 2003, s.40). Vi har valt att tillämpa en kvantitativ metod, då vi ej anser att en kvalitativ metod hade kunnat svara till vårt syfte. En kvalitativ studie går mer på djupet och det är då nödvändigt att göra begränsningar till ett visst antal texter (Östbye et al 2003, s.212). Vi ville utläsa mönster och få en heltäckande bild av hur Kristdemokraterna framställdes och detta hade inte varit möjligt genom en kvalitativ innehållsanalys.

En kvalitativ innehållsanalys hade dock varit intressant att genomföra som komplement då denna ger utrymme för tolkningar och en fördjupning av Kristdemokraternas mediebild, dock var detta ej möjligt i vår studie på grund av tidsbrist.

Vi anser därmed att val av metod har stöd i vårt syfte och därför kännetecknas metodvalet av validitet.

Vi vill i vår studie analysera mediebilderna av Kristdemokraterna för att kunna utläsa om medierna i fråga om utrymme och vinkling var en del av problemet som ledde till att Kristdemokraterna backade i valet 2006.

Till en följd av vårt syfte är det därför nödvändigt att förstå vikten av mediernas makt över medborgarnas dagordning och hur denna ser ut. Det är även viktigt att ta politikernas delaktighet i beaktning för att övergripande kunna se var makten ligger och hur den är fördelad. Tidigare forskning visar att dagordningsteorin är väsentlig för denna typ av studier kring valrörelser (McCombs 2006, s.11). Vi har därför valt att använda oss utav dagordningsteorin som just berör maktfördelningen mellan politiker, medborgare och medier och vi anser att denna teori har stora förklaringsmöjligheter i vårt resultat.

Samtliga av tidningarna i vår undersökning är högt väsentliga för vår studie då de tillsammans omfattar de spridningsområde som ingår i vårt syfte och några av tidningarna utgör de största morgontidningarna inom Skaraborgsområdet.

Urvalet av material omfattar allt som skrivits som har Kristdemokraterna eller något annat parti som omtalad och/eller uttalad huvudaktör. Därmed anser vi att även vårt material kännetecknas av validitet. Då vi enbart valt att koda det material som har ett parti som huvudaktör, kan vi därav ha missat information om partierna som funnits i andra artiklar. Vi har dock svårt att se att denna information skulle kunna ha påverkat mediebilderna så pass mycket att våra resultat inte skulle stämma. Vi anser därför att vi fått med den information som är väsentlig.

”Definitionsmässig validitet är knuten till hur bra vi lyckas fånga våra teoretiska begrepp i vår insamling och analys av empiriska data.” (Östbye et al 2003, s.40).

Vi anser att vi lyckats med den definitionsmässiga validiteten, då dagordningsteorin implementerats på samtliga av studiens delar.

När man pratar om reliabilitet i relation till en studie menar man hur tillförlitlig studien som helhet är. Fokus läggs då vid kvaliteten i insamlingen, bearbetningen av materialet samt analysen av data (Östbye et al 2003, s.40).

Insamlingen av studiens material gjordes via microfilm, då detta var det mest effektiva alternativet vi hade. Tidningarna fanns inte i någon databas som vi kunde få tillgång till. Vissa tidningar hade dock en databas som vi hade kunnat få tillgång till via deras redaktion, men det



kändes tidsödslände att åka till redaktionerna när vi hade möjligheten till att sitta i Göteborg och genomföra insamlingen.

Vi gick noggrant igenom samtliga tidningar sida för sida. Det var mer tidskrävande än vad vi från början anade, men efter att vi kommit in i rutinerna kunde insamlingen genomföras snabbare och mer effektivt. Även fast själva kodningen delades upp och gjordes enskilt, satt vi i samma rum för att kunna rådfråga varandra. Vi hade även tydliga definitioner på de variabler och värden som kännetecknas av en mer kvalitativ art och som därmed kan vara svårare att tolka. Vid de få tillfällen som det uppstod problem vid kodningen kunde vi rådfråga varandra.

Vid analysen av resultaten försökte vi vara objektiva, dock är det omöjligt att vara totalt objektiv. Våra tolkningar kommer att återspegla våra egna värderingar och normer ” *man försöker så långt det är möjligt att utesluta forskarens egna värderingar vid analysen, men självklart går det aldrig att vara helt objektiv*” (Östbye et al 2003, s. 214). Vidare menar Östbye m. fl att definitionen på objektivitet inom forskningen kan skilja sig från den allmänna definitionen, enligt dem betyder ”*vår avgränsade definition av objektivitet bara att det skall råda överensstämmelse mellan enskilda individer (kodare) vid kodningen av ett material*” (2003, s. 214). Då vi innan kodningens början hade ställt upp tydliga definitioner på våra variabler var vi överens om hur materialet skulle kodas. Vi anser utifrån detta resonemang att vi uppnått objektivitet i den bemärkelsen.

Genom de uppsatta regler som fanns vid kodningen anser vi även att en annan forskare kan genomföra vår analys och komma fram till samma resultat. Vi anser därför att vår studie kännetecknas av intersubjektivitet (Östbye et al 2003, s. 213).

Självklart hade vår studies reliabilitet haft ytterligare belägg om vi gjort ett reliabilitetstest, det vill säga kodat om en del av artiklarna. Vi anser dock att våra definitioner och klara riktlinjer ändå stärker studiens reliabilitet.

Till en följd av ovanstående resonemang kring kvaliteten i insamlingen, bearbetningen av materialet samt analysen av data anser vi att vår studie som helhet kännetecknas av reliabilitet.

I och med att studien enligt oss kännetecknas av såväl reliabilitet som definitions- och validitetsmässig validitet leder detta till att studien som helhet även kännetecknas av validitet (Östbye et al 2003, s.40)

Tidigare forskning menar att en veckas kodning är tillräckligt för att kunna ha ett representativt material (Andersson Odén & Andersson, 2003). Vi har sett att Kristdemokraternas dagordning i de två undersökningarna skiljer sig åt. Därför ställde vi oss en aning skeptiska till huruvida vi kunde uttala oss om just *mediernas dagordning* utifrån en veckas kodning när det som här gäller en valrörelse.

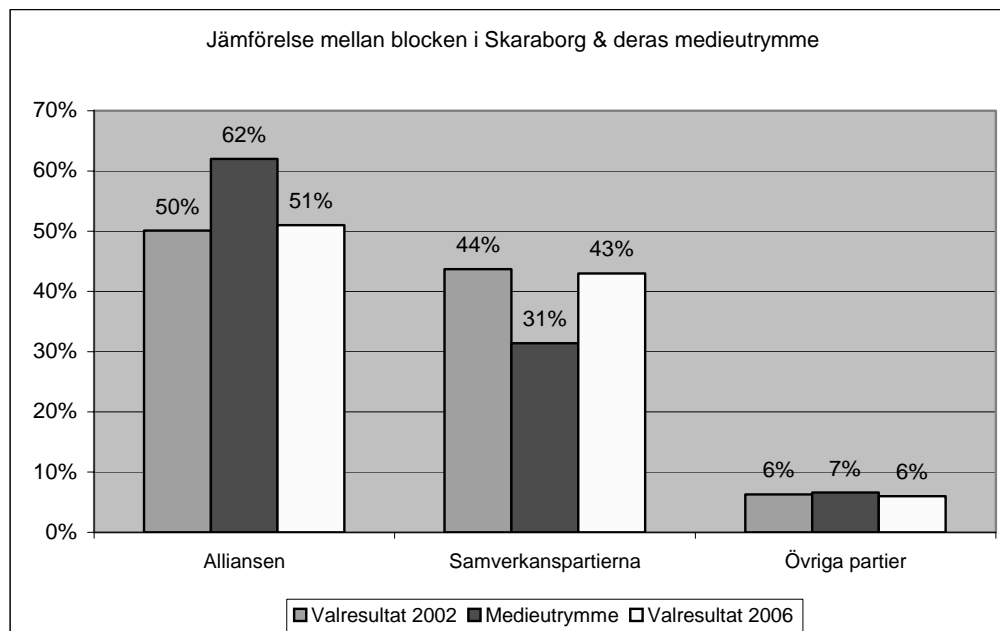
En rimlig förklaring till varför sakfrågorna skiljer sig åt kan vara den att olika sakfrågor debatteras olika veckor på debattsidorna vilket också leder till att svaren rör samma sakfråga. Även att tidningar ofta har artikelserier, antingen om olika samhällsförhållanden, till exempel en vecka sjukvård eller förhållandena i skolan, eller om olika partiföreträdare för olika sakfrågor. Sett ur det perspektivet är en veckas undersökning inte tillräcklig. Att mediedagordningen den veckan stämmer väl överens med den erkände medieforskaren Kent Asps (2006, s.31) slutsatser av mediedagordningen på riksnivå ger dock vår undersökning validitet.



6. Skaraborgs politiska topografi

Skaraborg består av följande kommuner Grästorps, Essunga, Karlsborg, Gullspång, Vara, Götene, Tibro, Töreboda, Mariestad, Lidköping, Skara, Skövde, Hjo, Tidaholm och Falköping. Skaraborg var fram till och med 1998 ett eget län och hade då varit så i 364 år, i länet ingick också kommunerna Mullsjö och Habo. Dessa två valde att gå med i Jönköpings län, då samtliga andra kom att ingå i Västra Götalands län. Skaraborg är en utav fem landstingsvalkretsar i Västra Götalands län och benämns även som Västra Götalands östra valkrets. Skaraborg består utav 179 valdistrikt och i dessa är 200 598 personer röstberättigade¹⁰.

I Skaraborgs kommuner är det totalt sett en borglig majoritet. Under det senaste valet kunde man också se att Alliansen/det borgliga blocket gick fram ytterligare medan samverkanspartierna/vänsterblocket och övriga partier backade¹¹



Figur 3. Jämförelse mellan det sammantagna procentuella röstfördelningen och medieutrymme. Totalt antal artiklar var hos alliansen 240 st, samverkanspartierna 172 st och hos övriga partier 21 st. Valresultaten är sammanräknade efter kommunalvalet resultat i de olika kommunerna, detta för att fånga upp övriga partier vilka uppmärksammas i de lokala medierna.

6.1 Resultatredovisning för undersökning med samtliga partier

Då denna uppsats är skriven utifrån två separata studier kommer dessa att presenteras var för sig. Det vi vill studera är hur Kristdemokraternas mediebild i Skaraborg såg ut och huruvida de utvalda tidningarna gynnade eller missgynnade dem under valrörelsen 2006. Detta för att vi skall kunna utläsa om medierna i Skaraborg haft någon del i partiets nedgång. För att kunna placera in Kristdemokraterna i ett sammanhang och för att kunna få en bild av hur förmedlingen av valrörelsen skedde i dessa tidningar har först en jämförande studie

¹⁰ Information hämtat från valmyndigheten, www.val.se (2008-01-05)

¹¹ Information hämtat från valmyndigheten, www.val.se (2008-01-05)



genomförts. Denna kommer först att presenteras och detta utifrån ett faktaperspektiv men också analyseras utifrån tidigare forskning och då främst dagordningsteorin. Efter denna följer vår andra undersökning som enbart berör Kristdemokraterna. Resultatkapitlet avslutas med en kortare sammanfattning av resultaten från de båda undersökningarna, för att förtydliga hur mediebilderna av Kristdemokraterna såg ut.

Detta för att underlätta för läsaren, då mycket information är spridd över de båda resultatkapitlen.

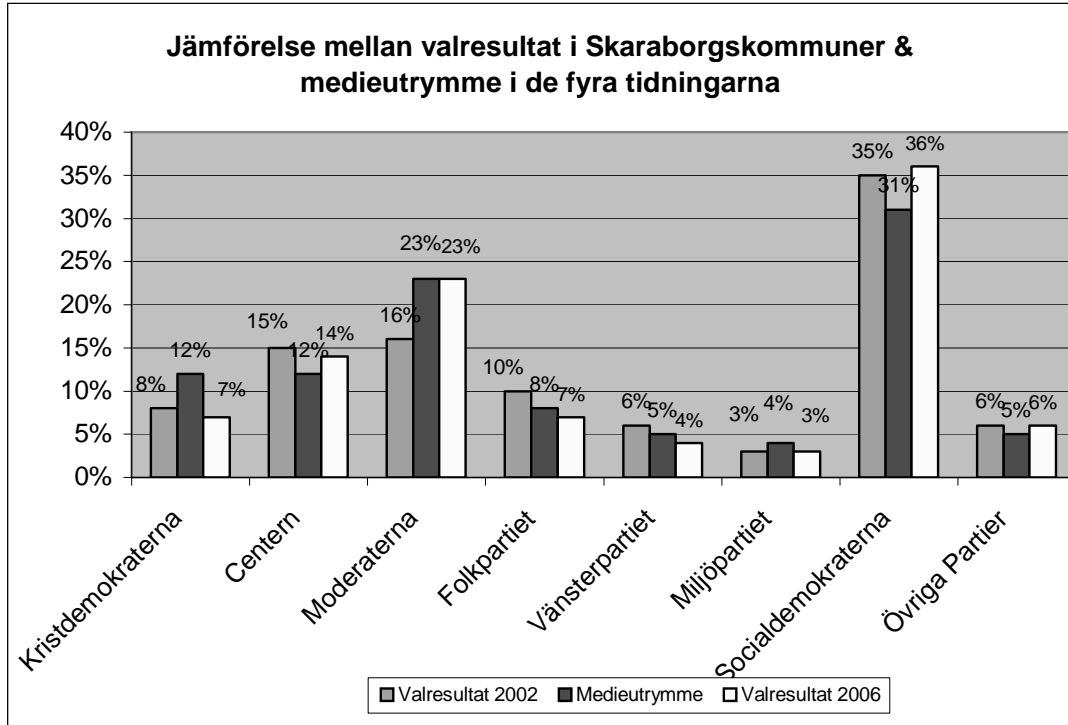
6.1.1 Partiernas medieutrymme

Frågeställning 1

Kan man urskilja skillnader i hur partierna presenterades och vinklades i media under valrörelsen 2006?

Mycket forskning har visat att medieutrymmet och mediernas bevakning har betydelse för valresultatet då medborgare får sin politiska information främst via medier (Nord & Strömbäck, 2004, s. 36). Forskning visar också att väljarna blir mer och mer flexibla och är i mindre utsträckning lojala till ett parti (Nord & Nygren, 2007, s. 13). Detta medför en enorm kamp för varje parti, inte bara som förr kring de osäkra väljarna utan nu får de även kämpa för att behålla sina tidigare väljare varpå medieutrymme och en gynnsam mediebevakning i valtider är av största vikt (Nord & Nygren 2007, s.13).

I följande tabell jämförs medieutrymmet med partistorleken från valresultatet för 2002, då dessa är de aktuella röstsiffrorna vid studiens tidsperiod. Därefter jämförs de två med valresultatet från 2006 års val då uppmärksamhet i medier ofta gynnar valutgången (Petersson et al 2006, s.10).



Figur 4, Sammanräknade valresultatet mellan Skaraborgs kommuner i procentuell jämförelse med medieutrymmet i de fyra undersökta tidningarna. Valresultaten är sammanräknade efter kommunalvalet resultat i de olika kommunerna.



I "medieutrymme" ingår både de artiklar där partiet själva fått uttala sig men också i de artiklar där de diskuteras av andra.

I Skaraborgs kommuner är det totalt sett en borglig majoritet även om det enskilt största partiet är Socialdemokraterna. Skillnaden procentuellt sätt mellan Socialdemokraterna och Moderaterna som är det andra största partiet är markant, Socialdemokraterna med sina 35 % i valet 2002 mot Moderaternas 16%. Den stora skillnaden i det medieutrymme dessa två partier fått är anmärkningsvärd. I förhållande till sin storlek får Moderaterna 43 % mer utrymme medan Socialdemokraterna endast får 89% av vad de skulle fått om tidningarna procentuellt sett skulle varit rättvisa och gett medieutrymme efter partistorlek. Generellt sett över partierna har de flesta partier fått mindre medieutrymme än partiets storlek, om än ibland marginellt. Kristdemokraterna, Moderaterna och Miljöpartiet är de partier som fått mer medieutrymme i jämförelse med partiets storlek, och de har i den bemärkelsen gynnats av medierna.

Det är viktigt att ta hänsyn till att samtliga av de undersökta tidningarna är borgerliga till sin karaktär. Stig Hadenius & Lennart Weibull (2003, s 91) skriver i sin bok "Massmedier – en bok om press, radio & TV" att forskning visar att borgliga tidningar i högre utsträckning gynnar borgliga partier och att socialistiska tidningar i större utsträckning gynnar partierna åt vänster. Enligt våra undersökta tidningars chefredaktörer eller i vissa fall vice direktörer, har tidningarna, i fråga om utrymme, inte medvetet gynnats eller missgynnats något parti.

"Vi försökte balansera de politiska inläggen så rättvist som möjligt, både mellan de enskilda partierna och de politiska blocken. Alla skulle behandlas lika var den enkla strategin. Det gällde såväl på insändare /debattplats som på nyhetsplats" (Johnson 2007).

Tidningarna har alltså försökt att ge en så rättvis fördelning som möjligt partierna emellan (Gillblad 2007, Johnson 2007, Eriksson 2007). Att samband ändå finns, mellan dessa tidningars karaktär och det faktum att alliansen gynnats i fråga om medieutrymme, kan man lätt se. Men något man ändå måste ta med i beräkningen är att Alliansens partier gick in i valrörelsen som en enad front med gemensamma valfrågor och på så sätt i större utsträckning kunde påverka mediernas dagordning (Asp 2006, s. 23). Att Alliansens partier också gick samman och på så sätt skapade sig en gemensam fiende och i viss mån även försvarade varandra försvarade också det för samverkanspartierna att komma till tals (Asp 2006, s. 47).

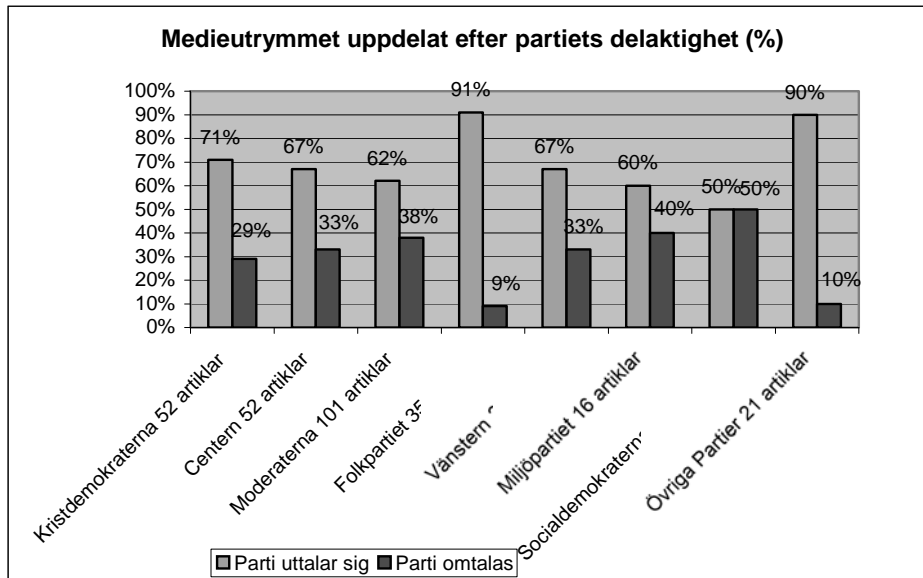
Efter valet 2006 kunde man på riksnivå se att Alliansen/det borgliga blocket gick fram medan samverkanspartierna/vänsterblocket och övriga partier backade.¹² Vi kan se att detta också stämmer i Skaraborg om än marginellt. Samverkanspartierna backade med 1 % medan Alliansen gick fram med 2%.

Så väl som medieutrymmet spelar mediebild, den bild medborgarna får förmedlat till sig via medierna, en stor roll för uppfattningar om det enskilda partiet (McCombs 2006, s. 11). Här nedan redovisas det totala medieutrymmet uppdelat i två staplar per parti. Den ena stapeln, "parti uttalar sig" står för de artiklar där partiet själva "styr" över innehållet, debattartiklar eller insändare där de står som avsändare eller nyhetsartiklar där partimedlemmar blir intervjuade av journalister. Här har de i stor utsträckning kunnat förmedla sin *egen* version av frågor eller händelser. I den andra spalten, "parti omtalas", har partiföreträdarna själva inte haft inflytande över bilden som förmedlats. Här är det andra som skrivit om det partiet, till exempel andra partier som omtalar dem i debattartiklar eller nyhetsartiklar utan att någon ur det egna partiet fått komma till tals. Allt som publiceras om ett parti är information som medborgarna utgår ifrån när de skapar sig uppfattningar om ett

¹² Information hämtad från valmyndigheten, www.val.se, (2007-11-15)



parti/partiföreträdare. Det är därför viktigt för ett parti att mycket av det som skrivs om dem är deras egna ord. Får partiet till störst del uttala sig själva i materialet som publicerats om dem, betyder detta att de har inflytande över mediebild av det egna partiet.



Figur 5. Procentuell fördelning av artiklar där partiet uttalar sig och där de blivit omtalade, i de fyra undersökta tidningarna

Här kan vi se de partier som bäst lyckat förmedla *sin* bild av sina frågor. Folkpartiet och Kristdemokraterna är de riksdagspartierna som bäst lyckats med detta. Även här är det Socialdemokraterna som sticker ut, endast 50 % av det totala medieutrymmet är artiklar de själva haft inflytande över. Här sänks procenttalet över de artiklar de själva styr över något av den anledningen att tidningarna är borgliga och i ledarsidorna angrips därför ofta Socialdemokraterna för sin politik. De borgliga partierna har helt klart gynnats av dessa tidningar dels när det gäller medieutrymme men också när det gäller mediebild.

Det som man ska ha i beaktning när vi skriver att partierna själva styr över innehållet eller skapar sin mediebild är att vi menar i den utsträckning partierna *kan* göra detta. Det är medierna som i grund och botten sköter nyhetsvärderingen och även tillspetsar och vinklar. Men när det kommer till debattartiklar eller insändare där partierna själva står som avsändare är det partiet som skapar bilden av sig själva i den specifika artikeln. Detta eftersom tidningarna inte justerar innehållet i dessa. Samtidigt är det tidningarna som väljer ut vilka artiklar som skall publiceras. Detta betyder att tidningarna gör det första urvalet av vad som skall publiceras. Bilden av partiet har dock partiföreträdarna hjälpt till att skapa genom att de valt att uppmärksamma vissa saker och genom det sätt de valt att framföra sina åsikter på, i form av till exempel vinkling av sakfrågor etcetera.

Vad som också har betydelse för väljarnas mediebild av ett parti är vad för typ av karaktär artiklarna har. Olika tidningsplaceringar men också olika typer av texter brukar man säga väger olika "tungt" ur statussynvinkel (Kratz 1995, s.143). Debatt och nyhetsartikel väger till exempelvis tyngre än vad en insändare gör. För ett parti är det därför viktigt att det även är "rätt" medieutrymme som de framkommer i. Nedan har vi sammanställt en tabell som visar på vilken typ av artiklar som partierna framkommer i.



		Parti som uttalar sig								Totalt
		Kd	C	M	Fp	V	Mp	S	Övriga partier	
Typ av artikel	Debattartikel	51%	37%	54%	47%	27%	22%	45%	37%	45%
	Insändare	11%	11%	14%	9%	7%	22%	12%	5%	12%
	Nyhetsartikel	19%	34%	25%	28%	50%	33%	37%	47%	32%
	Notis	5%	6%	3%	3%	0%	0%	2%	0%	3%
	Tempen på valfrågor	5%	6%	6%	6%	14%	22%	3%	0%	5%
	Dragplåster	8%	6%	6%	6%	0%	0%	2%	11%	4%
	Totalt antal artiklar	37	35	63	32	14	9	67	19	276

Figur 6. Procentuell fördelning på typ av artiklar, räknat utifrån partierna. Denna tabell är räknad efter artiklar där partiet enbart uttalar sig, varvid det totala antalet artiklar uppgår till 276.

Här kan vi se stora skillnader i vilka typer av artiklar partierna framträtt i. Man måste dock beakta det faktum att det rör sig om olika antal artiklar hos de olika partierna vilket leder till att en artikel får olika procentvärden.

Lyfter man ut och tittar på nyhetsartiklar och räknar utifrån antal, kan vi se att tidningarna försökt hålla nyhetsartiklarna i relation till partiernas storlek. Kristdemokraterna har framträtt i 8 %, centern i 14 %, moderaterna i 18 %, folkpartiet i 10 %, vänstern i 8 %, miljöpartiet i 3 % och socialdemokraterna i 28 %. Övriga partier har fått framträda i 10 % av alla nyhetsartiklar. Jämför man dessa siffror med siffrorna från valresultatet 2002 så stämmer det bättre överens med chefsredaktörernas ambition att ha en rättvis förmedling av partierna.

Det vi kan se är att de borgerliga partierna till störst del framkommer i debattartiklar, medan samverkanspartierna i större utsträckning framkommer i nyhetsartiklar. Vad man då kan diskutera är huruvida allianspartierna varit mer aktiva i skrivandet av debattartiklar och insändare än samverkanspartierna, eller om tidningarna prioriterat borgerliga avsändare, detta faller utanför vår möjlighet att svara på men det är ändå viktigt att beakta när man tolkar resultaten. Mediernas makt över dagordningen brukar i valrörelser svalna, medan den politiska makten ökar (Strömbäck 2000, s. 173). Det kan vi se då materialet om partierna i tidningarna i stor utsträckning kommer just ifrån partierna själva, i form av debattartiklar och insändare.

6.2.2 Mediedagordningen & Partiernas sakfrågeprioritering

Frågeställning 2

Hur såg mediedagordningen i Skaraborg ut och hur förhöll sig partierna till den?

Medieutrymmet och karaktären på de artiklar som partier framställs i är viktig för att kunna utvinna hur mediebilderna av ett parti ser ut. Det är även väsentligt att titta på innehållet, det vill säga i vilken kontext partierna framställs ur. Vi kommer därför att titta närmare på de sakfrågor som dominerade under valrörelsen 2006 och hur partierna vinklade/vinklades i dessa.

De stora sakfrågorna i Skaraborg skilde sig något åt från de stora sakfrågorna i de nationella medierna. I morgonpressen på riksnivå var det jobbfrågan som dominerade med 15 %, därefter följde skattefrågan med 11 %, familjepolitik 9 % och utbildning med 9 % (Asp, 2006, s 31). Vi kan se att även i Skaraborg var den största valfrågan jobbfrågan. I tabellen nedan står ”valrörelse” högst med 27 %, detta eftersom alla artiklar rörande valstugor, torgmöten där



specifika sakfrågor ej lyfts fram, strategier, vandalisering, personporträtt av personer som går till val et cetera, faller inom denna kategori. Därefter ser vi som tidigare nämnts att det är jobb/arbetslöshet med 10 % som är störst. På andra plats kommer landsbygdsfrågor/regionalpolitik med 7 %, därefter barnomsorg med 6 % och infrastruktur med 6 %, det är alltså dessa frågor som dominerat mediebevakningen i Skaraborg.

Sakfrågor i Skaraborgs mediebevakning	Procent
Valrörelse	27%
Jobb/Arbetslöshet	10%
Landsbyggsfrågor/Regionalpolitik	7%
Barnomsorg/Familjepolitik	6%
Infrastruktur/Kommunikationer	6%
Skola	5%
Kriminalpolitik	4%
Partibudskap	4%
Äldrevård	3%
Sjukvård	3%
Fastighetsskatt	3%
Skattepolitik	3%
Energifrågan/ Miljöfrågor	3%
Övrigt	3%
Jämställdhet	2%
Kultur	2%
Psykvård	2%
Integration/Invandring	1%
Boende	1%
Näringsliv	1%
Pensionärer	1%
Utrikespolitik/Bistånd	1%
HBT frågor	1%
Politik i allmänhet	1%
Jordbruk	1%
EU	0%
Försvarspolitik	0%
Sjukförsäkringar	0%
Abort	0%
Total	399

Kristdemokraterna antal	antal
1. Barnomsorg	7
2. Valrörelse	5
3. Landsbyggsfrågor	4
Av totalt 37 artiklar	

Centern	antal
1. Valrörelse	9
2. Infrastruktur	7
3. Landsbyggsfrågor	6
Av totalt 35 artiklar	

Moderaterna	antal
1. Infrastruktur	8
2. Skola	7
2. Valrörelse	7
Av totalt 63 artiklar	

Folkpartiet	antal
1. Jobb	7
2. Valrörelse	4
3. Barnomsorg	3
-även kriminalpolitik 3st & psykvård 3st	
Av totalt 32 artiklar	

Vänstern	antal
1. Barnomsorg	2
1. Jobb	2
1. Jämställdhet	2
även valrörelse 2st & kultur 2st	
Av totalt 14 artiklar	

Miljöpartiet	antal
1. Barnomsorg	2
2. Övriga frågor	2
Övriga 5 artiklar 1 artikel/sakfråga	
Av totalt 9 artiklar	

Socialdemokraterna	antal
1. Jobb	12
2. Valrörelse	11
3. Landsbyggsfrågor	9
Av totalt 67 artiklar	

Övriga Partier	antal
1. Barnomsorg	8
2. Fastighetsskatt	2
2. Skattepolitik	2
även partibudskap 2 st	
Av totalt 21 artiklar	

Figur 7, Sammanräknade sakfrågor i procent från en veckas undersökning av valda tidningar.

Vad som är värt att notera är skillnaden mellan mediebevakningen på riksnivå och den i Skaraborg. Att landsbyggsfrågor hamnar högt är ganska förståeligt då samtliga lokalfrågor som inte rört någon specifik övrig sakfråga placerats här in under. Att just infrastruktur hamnat så pass högt upp på listan är att frågan om E20's utbyggnad i Skaraborg varit stor och att samtliga partier lyft denna fråga. Vi kan i ovanstående tabeller också se de sju olika partiernas tre största sakfrågor. I de fall som med exempelvis Vänsterpartiet där samtliga tre sakfrågor står som nummer ett beror på att alla sakfrågorna har samma antal artiklar och de därmed inte kan numreras efter prioritering.



Vinkling

Med mjuk vinkling menar vi en sakfråga som karaktäriseras av sentimentalitet och som är känsloladdad. Ett exempel på detta är när kristdemokraterna skriver om psykvården och att satsningar på denna bör göras och vinklar frågan till att *”det är inte konstigare att ha ont i själen än i foten”* De fortsätter *”Vi Kristdemokrater kommer att fortsätta kämpa för en upprustning av psykiatrin i Västra Götaland! Inte minst för våra barn och ungdomar som mår allt sämre. Tänk på det på valdagen”* (Dan Hovskär, regionkandidat för kd, Skaraborgsläns tidning 060915)

Med hård vinkling menar vi om sakfrågan drar åt det ekonomiska eller icke-emotionella hållet, exempelvis som när Kristdemokraterna diskuterar Sveriges välfärd och skriver att *”Kristdemokraterna vill att minst 25% av företagens administrativa regelbörda ska bort till år 2010, slopa medfinansieringen i sjukförsäkringen, minska sjuklöneansvaret [...]slopa arbetsgivaravgiften[...]Svensk välfärd säkras när företagandet växer till och fler får jobb och kan betala skatt. Sverige har inte råd med ännu en röd regering”* (Martin Källstrand, riksdagskandidat för Kristdemokraterna, Falköpingstidning 060905)¹³

Man kan hos de olika partierna se skillnader i hur de framställs i olika frågor och på vilken nivå de väljer att lägga diskussionen i eget skrivna artiklar.

Artikels Vinkling	Parti som uttalar sig								
	Kd	C	M	Fp	V	Mp	S	Övriga partier	Totalt
	Mjuk	78%	46%	56%	67%	79%	67%	58%	63%
Hård	22%	54%	44%	31%	21%	33%	42%	37%	39%
Totalt antal artiklar	37	35	63	32	14	9	66	19	275

Figur 8, Artikelns vinkling räknad efter parti, %.

Kristdemokraterna och Vänsterpartiet är de partier som i störst utsträckning levererat en mjuk vinkling av frågor. Centern är ensamt parti om att i störst utsträckning haft en hård vinkling på de frågor de lyft. Vad som måste noteras här är att olika partier lyft olika frågor och somliga frågor är traditionellt sett mjukare än andra. Skattepolitik och försvarspolitik diskuteras oftast i hårdare termer medan familjepolitik och sjukvård ofta diskuteras i en mjukare kontext. Detta kan därför ha inverkan på huruvida partiet har fler eller färre mjuka/hårda artiklar. Trots detta är tabellen viktig. Till en följd av hur partier vinklar sina sakfrågor, bildas uppfattningar om det enskilda partiet. Detta kan kopplas samman med mediernas makt över *hur* medborgarna uppfattar politiker/partier, det vill säga överföringen av attribut (Strömbäck 2000, s. 202). Om ett parti i stor utsträckning väljer att ha en hård vinkling på sina sakfrågor kan partiet uppfattas som känsloladdat, vilket kan skada dem i form av färre röster. Det är dock viktigt att partiet inte heller har en för mjuk framtoning, då detta kan leda till att partiet tillskrivs attribut som gör att de framställs som mesiga, och utan handlingskraft. Till en följd av Kristdemokraternas viktigaste sakfrågor är det dock kanske inte så förvånansvärt att partiets sakfrågor till störst del innehar en mjuk vinkling.

Nedan ser vi ytterligare en tabell som visar på ur vilket perspektiv som en sakfråga lyfts fram ur. Här handlar det om hur man väljer att presentera politik, väljer man att se konsekvenser för den enskilda människan eller ser man det ur ett helhetsperspektiv där landets välfärd står i

¹³ För ytterligare definition, se bilaga



centrum. Här kan vi se stora skillnader. Även här är det kristdemokraterna och vänstern som utmärker sig genom att se sakfrågor utifrån ett individorienterat perspektiv. Kristdemokraterna är mest benägna till detta medan miljöpartiet, tätt följda av socialdemokraterna väljer att se sakfrågor ur ett samhälleligt perspektiv.

Artiklens Perspektiv	Parti som uttalar sig								
	Kd	C	M	Fp	V	Mp	S	Övriga partier	Totalt
	Individ	65%	31%	38%	41%	57%	22%	29%	42%
Samhälle	35%	69%	62%	59%	43%	78%	71%	58%	61%
Totalt antal artiklar	37	35	63	32	14	9	67	19	276

Figur 9, Artiklens perspektiv räknad efter parti, %.

Som i ovanstående tabell om sakfrågans vinkling är det här också viktigt att ett parti är balanserad i vinklingen av artiklarna/frågorna. Att enbart framställa sakfrågor ur ett individperspektiv kan leda till att medborgarna får svårt att se hur samhället kan dra nytta av att rösta på ett visst parti. Likväl kan det motsatta ske om ett parti tenderar att se frågor ur enbart ett samhälleligt perspektiv, det vill säga då kan man som medborgare fråga sig vad partiet kan göra för en som individ. Kristdemokraterna tenderar som ovan nämnt att se sakfrågor ur ett individperspektiv. Då de även har en del frågor som vinklas ur ett samhälleligt perspektiv tycker vi att kristdemokraterna nått en relativt balanserad nivå som vi tror kan gynna dem som parti. Detta eftersom man kan se vad deras politik kan göra för såväl samhället som den enskilde individen.

Nedan följer ett exempel från en debattartikel av kristdemokraterna där vi kodat att sakfrågan vinklats ur ett individperspektiv. Debattartikelns rubrik lyder följande "Kd garant för en värdig omsorg" och i denna förklarar Holger Gustavsson värdighetsgarantin som partiet vill införa. "En garanti som innehåller enkla krav som redovisar för både den vårdbehövande, personalen och de anhöriga vad som ska gälla. Det kan handla om att den vårdbehövande ska få komma utomhus varje dag och få känna vinden i håret, att det ska finnas eget rum för den som så önskar..." (Holger Gustavsson, Falköpingstidning 060916)

Förutom att sakfrågan kan vinklas på ovanstående sätt kan den även vinklas utifrån ett geografiskt perspektiv. Vilken geografisk närhet partiernas frågor har och hur de väljer att presentera dessa är av stor betydelse då forskning visar att geografisk närhet har stor betydelse inte bara för nyhetsvärderingen utan även för vad läsare väljer att uppmärksamma (Hadenius & Weibull 2003, s.345). Desto närmre geografisk närhet en händelse har desto mer nyhetsvärde har den (Hadenius & Weibull 2003, s.345). Därför är det viktigt att sakfrågan är lokal, och om den nu inte är på en lokal nivå, kan det löna sig att vinkla den till ett lokalt plan.

Sakfrågans geografiska närhet innebär huruvida sakfrågan i sig är på lokal, riks eller global nivå. Ett exempel på en sakfrågas lokala närhet är om denna berör lokala skolor eller andra lokala institutioner eller lokala frågor. Riks är om den berör exempelvis lagar och global vid till exempelvis växthuseffektsdiskussioner

Sakfrågans geografiska närhet	Parti som uttalar sig								
	Kd	C	M	Fp	V	Mp	S	Övriga partier	Totalt
	Lokal	41%	57%	50%	28%	29%	78%	40%	21%
Riks	54%	43%	48%	72%	71%	22%	57%	79%	61%
Global	5%	0%	2%	0%	0%	0%	3%	0%	2%
Totalt antal artiklar	37	35	63	32	14	9	67	19	276

Figur 10, Sakfrågans geografiska närhet räknat per parti %.



Sakfrågans geografiska vinkling		Parti som uttalar sig								
		Kd	C	M	Fp	V	Mp	S	Övriga partier	Totalt
Sakfrågans geografiska vinkling	Lokal	60%	71%	60%	44%	36%	67%	57%	32%	32%
	Riks	41%	29%	40%	56%	64%	33%	43%	68%	68%
	Global	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Totalt antal artiklar	37	35	63	32	14	9	67	19	276

Figur 11, Sakfrågans geografiska vinkling räknat per parti %.

Med sakfrågans geografiska vinkling menas huruvida sakfrågan vinklats till att beröra ett lokalt, riks eller globalt plan. En sakfråga som har geografisk lokal närhet kan vinklas till en riks nivå, vilket gör att det är viktigt att se till både den geografiska närheten och den geografiska vinklingen. Ett exempel på hur kristdemokraterna vinklar en sakfråga lokalt, är då Anders Gustavsson (kandidat till kommunfullmäktige i Skara kommun) talar om Djurskyddsmyndigheten i Sverige men sedan vinklar den lokalt genom att skriva följande ”Därför säger jag ja till en självständig djurskyddsmyndighet i Skara, och en aktiv och effektiv djurskyddskontroll i Skara kommun”

Vad som är tydligt är trenden att sakfrågor som ligger på en nationell nivå vinklas och ses utifrån ett lokalt perspektiv, även globala frågor ses utifrån det lokala. Denna trend är densamma hos alla partier förutom hos Miljöpartiet. Här sticker de ut genom att göra det motsatta, de väljer istället att vinkla lokala frågor och se dem utifrån ett nationellt perspektiv. Att partierna vinklar sakfrågorna till ett lokalt plan medför att partierna höjer nyhetsvärdet på sakfrågorna och därmed lättare fångar medborgarnas intresse.

Vinkling		Geografisk närhet		
		Lokalt	Riks	Globalt
Vinkling	Lokalt	97%	20%	14%
	Riks	3%	79%	86%
	Globalt	0%	0%	0%
	Totalt	154	237	7

Figur 12, Artiklar uppdelade efter geografisk närhet och hur de geografiskt vinklats i %

Då denna första undersökning berör samtliga partier kan det vara svårt att hålla isär informationen partierna emellan. Därav har vi valt att sammanställa en kort sammanfattning för detta kapitel.

Kristdemokraterna har i jämförelse med sitt partis storlek i Skaraborg fått ett större medieutrymme än partiets storlek. I de artiklar som berört kristdemokraterna har de själva uttalat sig i större utsträckning än vad de blivit omtalade. Detta medför att mestadels av det som publicerats om partiet har de själva skrivit. Till största delen består materialet om kristdemokraterna av debattartiklar. I de artiklar som tidningarna valt att publicera och där partiet själva har uttalat sig har partiet valt att beskriva frågor utifrån ett mjukt, individorienterat perspektiv. Riksfrågor dominerar men många av dessa vinklas till en lokal nivå.

Centern har i jämförelse med sitt partis storlek i Skaraborg fått ungefär lika mycket medieutrymme som partiets storlek, en differens på minus 3 %. Även Centern har i de artiklar som berört partiet själva uttalat sig i större utsträckning än vad de blivit omtalade, vilket medför att de själva skrivit mestadels av det som publicerats om dem. Till största delen består materialet om Centern av debattartiklar. I de artiklar som tidningarna valt att publicera och där



Centern själva har uttalat sig har partiet valt att beskriva sina sakfrågor ur ett hårt, samhälleligt perspektiv. Lokala frågor dominerar och även riksfrågor har de vinklat till det lokala.

Moderaterna har i jämförelse med sitt partis storlek i Skaraborg fått mer medieutrymme än partiets storlek. Även Moderaterna har i de artiklar som berört partiet själva uttalat sig i större utsträckning än vad de blivit omtalade, vilket medför att de själva skrivit mestadels av det som publicerats om dem. Till största delen består materialet om Moderaterna av debattartiklar. Partiet har i de artiklar som tidningarna valt att publicera beskrivit sina sakfrågor utifrån ett mjukt, samhälleligt perspektiv där de, om än med några ynka procent, nationella frågorna är flest och även de vinklas till lokal nivå.

Folkpartiet har i Skaraborg fått en aning mindre medieutrymme än partiets storlek, en differens på minus 2%. Även Folkpartiet har i de artiklar som berört partiet själva uttalat sig i större utsträckning än vad de blivit omtalade, vilket medför att de själva kunnat påverka mestadels av det som publicerats om dem. Till största delen består materialet om Folkpartiet av debattartiklar. Partiet har i de artiklar som tidningarna valt att publicera beskrivit sina sakfrågor precis som Moderaterna, Miljöpartiet och Socialdemokraterna utifrån ett mjukt, samhälleligt perspektiv. Hos Folkpartiet dominerar nationella frågor men även om en del av dem vinklas utifrån det lokala så är det en nationell vinkling som är den vanligaste.

Vänstern har i jämförelse med sitt partis storlek i Skaraborg fått en aning mindre medieutrymme än partiets storlek, en differens på minus 1%. Även Vänstern har i de artiklar som berört partiet själva uttalat sig i större utsträckning än vad de blivit omtalade, vilket medför att de själva skrivit mestadels av det som publicerats om dem. Till största delen består materialet om Vänstern av nyhetsartiklar. Partiet har i de artiklar som tidningarna valt att publicera beskrivit sina sakfrågor ur ett mjukt, individorienterat perspektiv. Precis som Folkpartiet så är det nationella frågor som dominerar och även här vinklas många till en lokal nivå, men ändå så är det en nationell vinkling som är vanligast.

Miljöpartiet har i jämförelse med sitt partis storlek i Skaraborg fått en aning större medieutrymme än partiets storlek, en differens på plus 1%. Även Miljöpartiet har i de artiklar som berört partiet själva uttalat sig i större utsträckning än vad de blivit omtalade, vilket medför att de själva skrivit mestadels av det som publicerats om dem. Till största delen består materialet om Miljöpartiet av nyhetsartiklar. Partiet har i de artiklar som tidningarna valt att publicera beskrivit sina sakfrågor utifrån ett mjukt, samhälleligt perspektiv. Partiet skiljer sig mycket från de andra partierna då det är de är lokala frågor som dominerar men att många av dessa vinklas ur ett nationellt perspektiv. Dock är det den lokala vinklingen som dominerar.

Socialdemokraterna har i jämförelse med sitt partis storlek i Skaraborg fått mindre medieutrymme än partiets storlek, en differens på minus 4%. Socialdemokraterna har i de artiklar som berört partiet själva uttalat sig i lika stor utsträckning som de blivit omtalade. Till största delen består materialet om Socialdemokraterna av debattartiklar. Partiet har i de artiklar som tidningarna valt att publicera beskrivit sina sakfrågor utifrån ett mjukt, samhälleligt perspektiv och precis som kristdemokraterna är det de nationella frågorna som dominerar och den lokala vinklingen. Precis som hos kristdemokraterna är det också många riksfrågor som ses utifrån lokala aspekter.



7. Kristdemokrater i Skaraborgs medievärld

Vilka är Kristdemokraterna?

Partiet som idag heter kristdemokraterna grundades 1964 och namnet var då Kristen Demokratisk Samling (KDS), namnbytet till kristdemokraterna ägde rum år 1996.

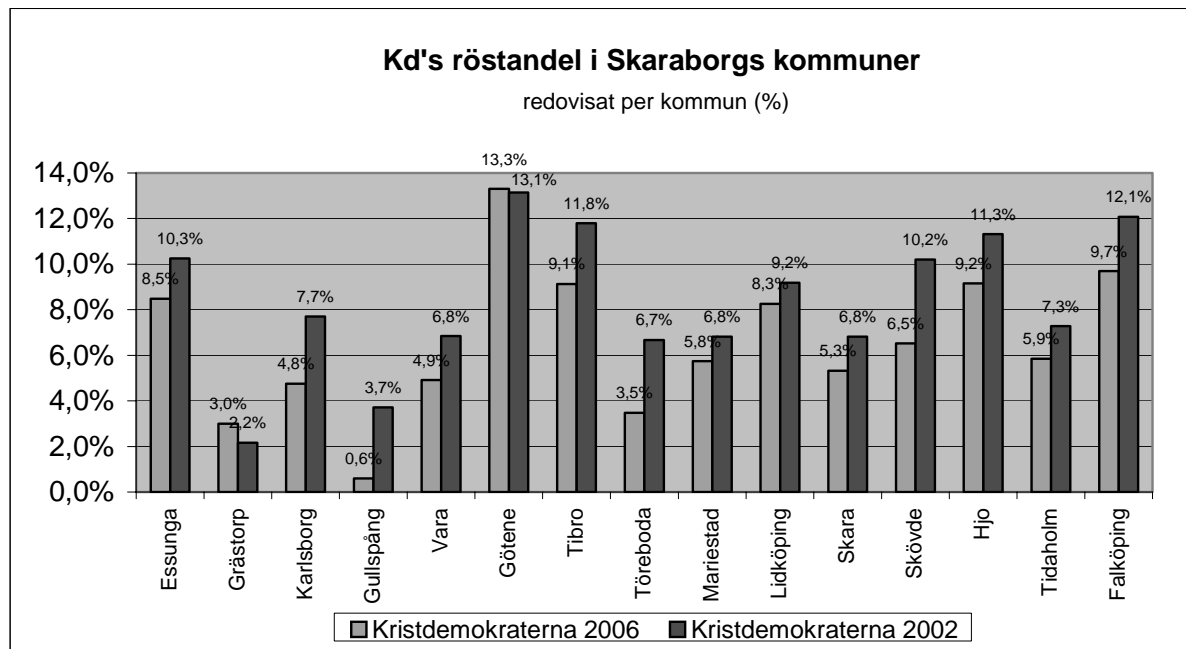
Partiet har sedan starten haft tre partiledare varav Göran Hägglund numera besitter denna post. Den förra partiledaren Alf Svensson är dock den partiledare som de flesta förknippar med partiet. Kristdemokraterna är medlem av CDI, den kristdemokratiska internationalen, samt EPP (en förening för kristdemokratiska partier i Europa).¹⁴

Kristdemokraterna är en del av alliansen som vann riksdagsvalet 2006, vilket innebär att kristdemokraterna tillsammans med moderaterna, folkpartiet och centerpartiet för närvarande utgör Sveriges regering, i vilken Göran Hägglund är socialminister.

Partiets framgångar har genom åren pendlat, partiet backade något i riksdagsvalet 2006 och fick 6,6% av rösterna vilket innebar 24 ledamöter i riksdagen. Kristdemokraterna har för närvarande cirka 24.000 medlemmar.¹⁵

Kristdemokraterna ligger i Skaraborg något högre än rikssnittet procentuellt sett. I Skaraborgs landstingsval fick kristdemokraterna 7,81% av rösterna.

Vad vi har kunnat se är att skillnaderna kommunerna emellan är stora. Vi har också sett att kristdemokraterna, med undantag för kommunerna Götene och Grästorp, backat jämförelsevis med valet 2002.¹⁶



Figur 13, Kristdemokraternas röster uppdelat efter kommuner.

Även fast partinamnet direkt ger associationer till kristendomen, menar partiet att det endast är det faktum att de baserar sin politik på kristna värderingar som utgör den kristna

¹⁴ Information hämtad från Kristdemokraternas hemsida, www.kristdemokraterna.se (2007-11-16)

¹⁵ Information hämtad från Kristdemokraternas hemsida, www.kristdemokraterna.se (2007-11-16)

¹⁶ Information hämtad från Valmyndighetens hemsida, www.val.se (2007-11-03)



kopplingen. De vill ha ett samhälle som bygger på kristna värderingar och därmed en kristen människosyn men menar också att det måste finnas religions och åsiktsfrihet. Kristdemokraterna är ett värdeorienterat parti där frågor kring etik och moral, familj, skola, vård och omsorg är av yttersta vikt och dessa utgör således en del av partiets så kallade hjärtefrågor.¹⁷

Kristdemokraternas ”dagordning” i Skaraborg under valrörelsen 2006

Kristdemokraterna i Skaraborg utgår i sin valkampanj utifrån valmanifestet från riks vilket innebär att de har samma valfrågor som kristdemokraterna på riksnivå, men har kompletterat sin valkampanj med en del lokala frågor. Självklart är de största sakfrågorna dock samma som på riksnivå.

Ökad valfrihet och ökad trygghet stod i fokus för partiet och genomsyrades i alla deras sakfrågor. Kristdemokraterna betonade starkt människors rätt till valfrihet, vilket var påtagligt under valrörelsen där slogan ”*Om vi får bestämma, så får du bestämma*” florerade.

Familjen är en mycket viktig fråga i partiets politik och var såväl självklart det även i valrörelsen 2006. Kritiken mot kristdemokraterna har varit hård gällande att partiet enbart accepterar kärnfamiljen som det enda ”riktiga” vilket har lett till att kristdemokraterna ofta syns försvara sin politik som de menar är till för alla familjekonstellationer. Kristdemokraterna anser att barnfamiljer ska ha mer inflytande över sin situation och partiet är därför emot förslag om att tvångsdela föräldraförsäkringen. I valrörelsen 2006 framlade partiet ett förslag om vårdbidrag för att öka barnfamiljers valfrihet. Detta har av kritiker kallats för kvinnofälla. Kristdemokraterna menar dock att enbart föräldrarna vet vad som är bäst för barnen och anser därför att de ska själva ska få planera sin familjesituation.

Vården och äldreomsorgen var för kristdemokraterna en annan viktig sakfråga. De vill se en ökning av utbildning av vårdpersonal och att valfriheten för äldre i fråga om bland annat boende och hemtjänst skall öka.

Psykiatrin var även det på agendan och där ville partiet satsa mer pengar.

Som de övriga allianspartierna fanns också skattefrågan på dagordningen. Kristdemokraterna ville sänka skatten på arbete samt förmögenhetsskatten. Kärnan i Sveriges välfärd och lösningen för att få ett väl fungerande näringsliv menar kristdemokraterna är att fler människor kommer ut i arbetslivet och att fler jobb möjligheter erbjuds. För att skapa mer jobb menar partiet att det behöver bli enklare att starta upp egna företag. De anser även att skatten på arbete måste sänkas. Kristdemokraterna är kritiska till socialdemokraternas bidragspolitik då de menar att det ska löna sig att arbeta i Sverige och inte gå på bidrag. De har själva fått kritik kring bidragsfrågan då deras ”högerpolitik” enbart anses gynna de rika. Fastighetsskatten var en av de stora skattefrågorna och partiet propagerade för att ta bort denna. Skolan var också en av de viktiga frågorna och här ville kristdemokraterna införa betyg från årskurs 6 och att ordning och uppförande betygsätts.

Partiet ville öka antalet poliser i samhället samt införa en civilkuragelag, vilket betyder att alla människor är skyldiga att efter egen förmåga hjälpa en medmänniska i nöd.

En av de lokala frågorna som var viktiga för kristdemokraterna i Skaraborg var E20 och utbyggnaden av denna.¹⁸

¹⁷ Information hämtad från Kristdemokraternas hemsida, www.kristdemokraterna.se (2007-11-16)



7.1 Mediedagordningen vs Kristdemokraternas dagordning

Frågeställning 1

Hur väl överensstämde Kristdemokraternas dagordning med mediernas dagordning?

En valrörelse planeras i år innan den genomförs (Nord & Nygren, 2007, s. 12). Att varje parti vill att den då skall ge ett positivt utfall och få uppmärksamhet i medier är ganska självklart. Problemet är att medierna inte är så lättflirtade för den ovane och att mycket måste stämma för att medierna skall ge den uppmärksamhet man som parti söker. Många pressmeddelanden, pressmöten, debattartiklar, insändare torgmöten och sammankomster förblir okända för folket för att de faller utanför mediernas prioriteringar (Strömbäck 2000, s.157). Vad som ökar möjligheten för ett parti att få uppmärksamhet för sin sak är att denna överensstämmer med mediernas dagordning samt mediernas logik (Nord 1997, s. 45-47). Att händelsen, insändaren eller debattartikeln berör ett ämne som är på ”tapeten” som är aktuell, är avgörande för huruvida den blir publicerad eller ej. För tidningarna i vår undersökning prioriterades debattartiklar, insändare etcetera som hade en lokal anknytning.¹⁹ För kristdemokraterna är det därför viktigt att de dels lyckas få de frågor de vill lyfta på mediernas dagordning och dels att de lyckas komma in med sin vinkling på de frågor som medierna i slutändan väljer att lyfta.

Kristdemokraterna i Skaraborg hade ett antal sakfrågor som de gick till val med. Dessa var som tidigare nämnt att det skulle bli lättare för att företag att anställa, utbyggnad av E20, förbättringar och ekonomiska satsningar på psykvården, slopa fastighetsskatten, införandet av ett vårdnadsbidrag, ökad valfrihet och ekonomiska satsningar på äldreården samt att förbättra kvaliteten på skolan. Dessa frågor stämmer relativt väl överens med vad kristdemokraterna sedan kom att driva.

Sakfråga	Procent
Barnomsorg/Familjepolitik	12%
Skola	11%
Äldrevård	10%
Partibudskap	7%
Valrörelse	7%
Fastighetsskatt	7%
Psykvård	5%
Landsbyggsfrågor/Regionalpolitik	5%
Infrastruktur/Kommunikationer	5%
Jordbruk	5%
Sjukvård	4%
Kultur	4%
HBT frågor	3%

Jobb/Arbetslöshet	2%
Kriminalpolitik	2%
Näringsliv	2%
Övrigt	2%
Boende	2%
Skattepolitik	1%
Politik i allmänhet	1%
Energifrågan/ Miljöfrågor	1%
Jämställdhet	1%
Integration/Invandring	1%
Utrikespolitik/Bistånd	1%
Abort	1%
Total	168

Figur 14. Artiklar rörande de olika sakfrågorna uppdelat efter procent.

De tre största frågorna partiet drev under valrörelsen 2006 var barnomsorg 12 %, skola 11 % och äldrevård 10 %. Kristdemokraternas klassiska paroll, skola, vård och omsorg som de viktigaste samhällsaspekterna, lyser därmed kraftigt igenom även i valrörelsen 2006.

¹⁸ Informationen om Kristdemokraternas dagordning är hämtad från partiets hemsida, www.kristdemokraterna.se, samt valmaterial vilket blivit skickat os från Kristdemokraterna i Skaraborg. Dagordningen är därefter bekräftad av Annika Eclund från Kristdemokraterna i Skaraborg.

¹⁹ Mail från chefredaktör



Kristdemokraterna kom fram i de frågor de ville på riksnivå (Asp 2006, s. 56). Genom vår studie kan vi även se att partiet i stor utsträckning kom fram med sina sakfrågor i Skaraborg. Vad som dock är anmärkningsvärt är att de inte kom fram i sin valfråga om förenklade anställningsrutiner. Jobbfrågan kom att bli valrörelsens hetaste och detta var en fråga som kristdemokraterna själva ansåg vara viktig. Av 169 artiklar berörde endast 4 stycken, 2 %, av dem jobb/arbetslöshetsfrågan.

Man kan alltså säga att kristdemokraterna lyckades komma fram i de frågor de ville, dock kan man se att de inte helt kom fram i de frågor som följde mediernas dagordning i Skaraborg. De sakfrågor som var störst på mediernas dagordning i Skaraborg var Jobb/arbetslöshet, Landsbygdsfrågor/regionalpolitik, Barnomsorg/familjepolitik, Infrastruktur/kommunikationer samt Skolan. Visserligen var Barnomsorg/familjepolitik en av kristdemokraternas största sakfråga, men med undantag från denna skiljer sig dagordningarna åt.

Detta betyder att kristdemokraterna främst har lyft sina "egna" frågor och inte hakat på medietrenderna i form av olika sakfrågor. Ser man detta utifrån dagordningsteorin är detta ett stort misstag då de sakfrågor som medierna lyfter är de sakfrågor som medborgarna, i det här fallet väljarna finner vara viktiga (McQuail 2002, s.512). Att som parti misslyckas med att ge sin syn och lösning på problem och sakfrågor leder till att partiet inte "existerar" i väljarnas medvetande.

Väljargrupper har blivit mer flexibla och är inte lika partiljala som de en gång var (Nord & Nygren 2007, s.13). Om väljare går till val med de sakfrågor medierna lyft högst på prioriteringslistan kan man tänka sig att det partiet som ger bäst svar på just mediernas sakfrågor är det partiet som får väljarnas röster. Kristdemokraterna har som ovan nämnt inte hakat på de sakfrågor som prioriterats i medierna vilket leder till att partiet i den bemärkelsen missgynnat sig själva. Då det är medierna som bestämmer vad som skall publiceras kan det vara missvisande att skriva att partiet missgynnat sig själva. Dock är det partierna som bifogar pressmeddelanden, debattartiklar och insändare till tidningarna, vilket gör att tidningarna i sin tur gör ett urval utifrån det material de tilldelats. Vi har här svårt att tro att tidningarna skulle välja ut artiklar som behandlar sakfrågor som inte prioriteras av partiet, vilket gör att vi anser att partierna har en stor del i utformningen av sin egen mediebild.

Kristdemokraterna har dock fått mycket medieutrymme vilket också varit präglad av deras valfrågor.

7.2 Vem styrde scenen?

Frågeställning 2

Kan man urskilja olika sakfrågeprioriteringar hos de olika lokala företrädarna och i så fall hur?

Ett partis partipolitik och valfrågor bedrivs självklart alltid av företrädare. Mediebevakning förskjuts allt mer från att bevaka politiker i det offentliga rummet till att bevaka politikernas privata sfär (Nord 1997, s. 16). Detta leder till att företrädarna bär en allt viktigare roll för bilden av partiet. Vi i Sverige har numera personval där väljarna själva kan styra över vilka kandidater de vill att partiet skall skicka till riksdagen. Detta leder ytterligare till att väljarnas bild av partierna blir allt mer beroende av, och baserade på uttalanden och framträdanden av företrädare.

Vi kan se att det finns tydliga lokala företrädare för kristdemokraterna i Skaraborg. När det kommer till vilka lokala företrädare som fört fram kristdemokraternas politik kan vi se att Holger Gustavsson, riksdagskandidat från Skaraborg, är den mest framträdande. Av de artiklar där namn nämns stod Gustavsson för 24 %, Conny Brännberg stod för 8 %, Dan



Hovskär 8% och Annika Eclund 7%. Sammantaget har alltså dessa fyra personer stått för 47 % av det totala antalet artiklar med kristdemokraterna. Övriga 53 % är delat mellan 42 andra personer. När det kommer till enskilda sakfrågor, kan man se att vissa frågor drivits av ett fåtal. De större frågorna, barnomsorg/familjepolitik och äldrevård kan vi se är dominerade av Annika Eclund & Holger Gustavsson. Även fastighetsskattsfrågan är lyft av Holger Gustavsson precis som Jordbruksfrågan.

<p>Äldrevård totalt 16 undertecknare</p> <p>Holger Gustavsson 44%</p> <p>Martin Källstrand 13 %</p> <p><small>*=7 personer/övriga 43 procent</small></p>	<p>Jordbruk totalt 8 undertecknare</p> <p>Holger Gustavsson 88 %</p> <p><small>*=1 personer/övriga 12 procent</small></p>
<p>Barnomsorg/familjepolitik totalt 20 undertecknare</p> <p>Annika Eclund 25%</p> <p>Allan Bjärkhed 15%</p> <p><small>*=10 personer/övriga 60 procent</small></p>	<p>Psykvård totalt 9 undertecknare</p> <p>Monica Selin 44 %</p> <p>Evalott Gram 33 %</p> <p><small>*=2 personer/övriga 22 procent</small></p>
<p>Fastighetsskatt totalt 11 undertecknare</p> <p>Holger Gustavsson 73 %</p> <p>Dan Hovskär 18 %</p> <p><small>*=1 personer/övriga 9 procent</small></p>	<p>HBT frågor totalt 5 undertecknare</p> <p>Holger Gustavsson 100%</p> <p><small>*=0 personer/övriga procent</small></p>

Figur 15, Sakfrågor uppdelade efter person vilka drivit dem. "Undertecknare" är enheten då det på vissa artiklar förekommit mer än ett namn, vilket i praktiken medför att till exempel en artikel kan räknas hos två personer. Det presenteras i procent endast för att jämförelse skall vara möjligt då det rör sig om olika antal.

I tabellerna ovan innebär ”artiklar” övergripande material med kristdemokraterna, det vill säga såväl debattartiklar, insändare som nyhetsartiklar. Vi har här valt att presentera resultaten i % då vi anser att detta ger en bättre bild av hur stor del en företrädare haft i en sakfråga, än vad antalet artiklar gör.

Dessa företrädare har så till vida haft en dagordningssättande funktion när det kommer till vad kristdemokraterna i Skaraborg tycker och vad väljarna anser att partiet prioriterar. Ytterligare en sakfråga värd att belysa främst då kristdemokraterna för sin hållning får mycket kritik, är det faktum att endast Holger Gustavsson lyft HBT frågor²⁰ och dessa gånger efter kritik från RFSL. I denna fråga som är så pass känslig för partiet kan det ur ett väljarperspektiv te sig problematisk då kristdemokraterna undviker att ta upp och besvara frågan och kritiken på ett bredare sätt och genom fler företrädare.

Lyfter man fram könsfördelningen mellan kristdemokraterna företrädare i Skaraborg finner man intressanta aspekter.

<p>Könsfördelning totalt 164 namn</p> <p>Män 74 %</p> <p>Kvinnor 26 %</p> <p><small>*=Borttaget 18 artiklar (Okodbar, medborgare, organisationer)</small></p>
--

Figur 16, Könsfördelningen i artiklarna med Kristdemokraterna.

Av de artiklar där namn förkommit kan man se att männen stått för 74 % och kvinnorna för 26 %. Detta kan leda till att kvinnor finner det svårare att identifiera sig med partiet (referens). En annan effekt av en ojämn könsfördelning av företrädarna kan också påverka vilka frågor

²⁰ Frågor som berör Homosexuella, Bisexuella & Transsexuella.



som kommer att drivas då kvinnor och män traditionellt sett driver olika frågor. I tre av de frågor som kristdemokraterna drivit har majoriteten av inlägg kommit från kvinnor. Dessa tre är psykvård där kvinnorna stått för cirka 78%, boendefrågor 67 % och sjukvård där 63 % av avsändarna var kvinnor.

Sammanfattningsvis så har kristdemokraterna haft fyra stycken stora lokala företrädare vilka har stått för knappt hälften av alla framträdanden. Främst Holger Gustavsson men även de övriga av de fyra har därmed fyllt en dagordningssättande funktion när det gäller kristdemokraternas dagordning. Tre fjärdedelar av alla uttalanden har kommit från män och en fjärdedel har kommit från kvinnor. Tre av de 24 sakfrågorna har dominerats av kvinnor vilka var psykvård, boende och sjukvård.

7.3 Attack eller försvar

Frågeställning 3

Vilken rollposition var dominerande i artiklarna med Kristdemokraterna?

Vad man hör till och från i medier och diskussioner är att vi i Sverige idag utvecklar ett allt större "politikerförakt". Forskning visar dock att detta påstående är lite magstarkt och att det snarare rör sig om en misstänksamhet gentemot politiker (Strömbäck, 1999, s.19). Dock är det bekräftat att förtroendet för de politiska partierna är lågt (Holmberg & Weibull, 2001, s.29). För demokratin som statskick och för att lagar och regler skall kunna upprätthållas krävs att medborgare känner tillit till de förtroendevalda och till yrkesutövarna som utför det de beslutande organen beslutat. Sören Holmberg & Lennart Weibull skriver i "Land, du välsignade? (2001, s.27) "Ett samhälles existens är beroende av att människor har förtroende för de centrala institutionerna". Förtroendet för olika myndigheter och samhällsinstitutioner underlättar också vår vardag genom att underlätta för oss att fatta beslut (Holmberg & Weibull, 2001, s.27). Att tänka i former av stereotyper är också det något vi alla använder oss utav för att förenkla vår vardag och för att lättare kunna ta ställning i olika frågor (Angelöw & Jonsson, 2000, s.107). En person som har ett stereotypiskt tänkande sammankopplas många gånger mer med att man som person är trångsynt och inskränkt snarare än att det är ett mänskligt drag. I många fall stämmer stereotyperna någorlunda medan i andra fall är de kraftigt överdrivna eller förvridna. För politiker är detta viktigt att minnas då det både kan främja så väl som förstöra politiska mål. I valrörelsen 2006 kan man tydligt se att det fanns ett parti som starkt gynnades av stereotypiska fördomar. Fördomarna mot invandrare är många i samhället (Angelöw & Jonsson, 2000, s.106), vilket är anmärkningsvärt då det är en extremt heterogen grupp. Dessa stereotypiska fördomar spelade Sverigedemokraterna på och fick stora framgångar både vad det gäller medieutrymme men också i valresultat. Att även andra spelar på våra stereotypiska bilder av verkligheten är tydligt. Vi kan se bevis på detta dagligen i form av reklamfilmer, filmer och annonser. Människans stereotypiska tänkande leder också till något som kallas för attribution. Detta innebär att vi försöker förklara orsakssamband och tillskriver ytterligare värden till det som blivit presenterat (Angelöw & Jonsson, 2000, s. 103). I och med att politiker i Sverige idag får en allt mer "kändisstatus" och att partiernas representanter blir allt viktigare i marknadsföringssyfte är det viktigt att fundera över vilka signaler dessa skickar. Hur väl blir de mottagna av väljarna och vilka attribut tillskrivs dem?

Att vi som väljare känner ett förtroende och har ett stereotypiskt tänkande kan därför spela en stor roll i ett valresultat. För att se till några aspekter som kan påverka väljarnas bild av kristdemokraterna i Skaraborg har vi valt att titta på vilken rollposition de haft i de artiklar de uttalat sig i. Detta för att värdena väljarna tillskriver företrädarna och därmed partiet kan skilja sig mycket åt beroende på vilken bild de får.



Roll		Man	Kvinna
Försvarsställning	3%	3%	2%
Angripare	34%	35%	40%
Angripna	3%	3%	0%
Proklamerare	60%	59%	58%
Totalt antal artiklar	169	121	43

	Debattartikel	Insändare	Nyhetsartikel	Notis	Tempen	Dragplåster	Totalt
Man	34%	12%	32%	1%	19%	2%	119
Kvinna	35%	15%	38%	3%	10%	0%	40

Vad vi tydligt har kunnat se är att kristdemokraterna främst har fokuserat på att ”få ut sitt budskap”, detta har gjorts i 60 % av artiklarna. Endast i tre procent av alla artiklar har kristdemokraterna försvarat sig, i lika många procent har de blivit angripna. I drygt en tredjedel, 34 % av artiklarna har de angripit någon annan. Tittar man på hur denna fördelning såg ut mellan könen kan man se skillnader, om än vaga. Kvinnorna angriper i något större utsträckning än vad männen gör. Vad vi också kan se är att männen i högre utsträckning får svara på ”snabba” frågor där partiets politik i en viss fråga kort skall beskrivas. Här kallat ”tempen på valet”. Ett ”dragplåster” är en notis på förstasidan som kort beskriver en nyhet och på vilken sida i tidningen du kan läsa hela nyhetsartikeln.

Mediebilderna av kristdemokraterna består till 47 % av uttalanden och omtalanden av fyra personer. Av den anledningen är det självklart intressant att titta närmre på just dessa och specifikt se till hur de har agerat i medierna. Detta är speciellt viktigt då människor tänker stereotypisk och därför blir lätt bilden av företrädare bilden av partiet (Angelöw & Jonsson, 2001, s. 107).

	Holger Gustavsson	Conny Brännberg	Dan Hovskär	Annika Eclund
Försvarsställning	5%	0%	0%	0%
Angripare	60%	14%	33%	27%
Angripna	8%	0%	0%	0%
Proklamerare	28%	86%	67%	73%
Totalt antal undertecknade namn	40	14	12	11

Figur 17. De fyra främsta företrädarnas position i artiklarna uppdelat efter procent.

Vad som direkt är slående i denna tabell är det faktum att Holger Gustavsson agerat angripare i 60 % av artiklarna, men detta kan enkelt förklaras genom att sätta det i relation till tabellen nedan, Holger Gustavsson har i 60 % också uttalat sig i debattartiklar, vilka är till för att skapa debatt och därigenom angriper man där ofta andra partiers politik. Att Conny Brännberg i så pass stor utsträckning 86 % enbart för ut sitt budskap kan också det sättas i relation till tabellen nedan, 50 % av de artiklar där Conny Brännberg yttrat sig har varit i så kallade ”Tempen på valet”-frågor, vilka av förklarliga skäl endast är till för att proklamera partiets ställningstagande.



	Holger Gustavsson	Conny Brännberg	Dan Hovskär	Annika Eclund
Debattartikel	60%	21%	25%	27%
Insändare	5%	7%	33%	36%
Nyhetsartikel	23%	21%	42%	36%
Tempen	10%	50%	0%	0%
<i>Totalt</i>				
<i>antal undertecknade namn</i>	40	14	12	11

Figur 18, Var de fyra främsta företrädarna förekommit i form av vilken typ av artiklar uppdelat efter procent.

Angelöw & Jonsson (2000, s. 103) skriver ”En person som uppfattas som aggressiv kan också tillskrivas hänsynslöshet eller tanklöshet”. Likaså gäller motsatsen. En person som vi uppfattar som vänlig kan vi också tillskriva andra positiva drag”. I och med att det är så vi människor fungerar är det viktigt för företrädarna att uppfattas på ett bra sätt eftersom ytterligare värderingar och uppfattningar kan vävas in och skapa en annan bild än den vilken var avsedd. Att partiföreträdarna strävar efter att uppfattas positivt av väljarna och vill inge förtroende är förståeligt, men att lyckas är desto svårare. Att som politiker tänka igenom yttranden är därför extremt viktigt.

Vi människor är påverkbara ifrån många olika håll. Våra prioriteringar av viktiga samhällsfrågor påverkas i hög grad utifrån mediedagordningen (McCombs 2006, s.11). Våra uppfattningar utgår ifrån stereotyper som vi bildat oss och förtroendet är baserat på dessa uppfattningar (Holmberg & Weibull, 2001, s. 27).

Kristdemokraterna har främst fört ut sitt budskap. Bilden av det snälla partiet som sällan går till angrepp påverkas dock stort av de fyra företrädarna Holger Gustavsson, Conny Brännberg, Dan Hovskär och Annika Eclund som gemensamt står för 58 % av alla ”angrepp”. Genom deras betydelse för mediebildningen ser man att det är genom dem kristdemokraterna poängterar sin politik. Risker är dock för dessa fyra att de uppfattas som aggressiva.

7.4 Hur såg mediebildningen av Kristdemokraterna då ut?

En sammanfattning

Kristdemokraterna fick i jämförelse med partiets storlek i Skaraborg mer utrymme än vad partiet kunde förvänta sig (om man utgår ifrån att tidningarna skulle ge en rättvis procentuell fördelning partierna emellan). Partiet var vid valet det femte största partiet i Skaraborg med 8 %. Av det totala medieutrymmet fick Kristdemokraterna 12 %.

Partiet har i stor utsträckning fått framträda i medierna vilket gör att de haft ett relativt stort inflytande över mediebildningen. Självklart är det medierna själva som styr och inte enskilda partier så här talar vi i den mån det är möjligt att påverka. I de artiklar som berört kristdemokraterna har de själva uttalat sig i större utsträckning än vad de blivit omtalade. Detta kan förklaras med att mestadels av materialet bestod av debattartiklar från de lokala företrädarna. Därmed fick partiet ge sin bild av sina sakfrågor. Självklart som vi tidigare nämnt bestämmer tidningarna vad som skall publiceras och de formar därmed bilden av partiet i viss mån. Dock är det mesta av det innehåll som publicerats med kristdemokraterna skapat av partiföreträdarna, och genom deras sätt att skriva och vinkla sakfrågor har de själva en stor del i utformandet av partiets mediebild. Kristdemokraterna kan därför inte beskylla medierna för att ha vinklat sakfrågor till deras nackdel. Däremot kan det hända att partiet i många fall skickat ut pressmeddelanden och debattartiklar/insändare som inte blivit publicerade. I så fall kan Kristdemokraterna beskylla tidningarna för att ha förvrängt deras dagordning och prioritering av sakfrågor. Om Kristdemokraterna själva fått bestämma vilka



sakfrågor i form av debattartiklar/insändare som tidningarna skulle ha lyft så hade mediebildens kanske sett annorlunda ut.

Ett parti bedöms utifrån de frågor som de driver samt vinklingen på dessa. De tre största frågorna Kristdemokraterna drev under valrörelsen 2006 var barnomsorg, skola och äldreomsorg. I de artiklar som publicerades och där partiet själva uttalade sig har sakfrågorna vinklats utifrån ett mjukt individorienterat perspektiv. Kristdemokraterna lyfte främst riksfrågor, men vinklade många av dessa till en lokal nivå. Vilket tyder på att mediebildens varit relativt lokalt vinklad och att partiet i stora drag framställts som ett "mjukt" parti. Dock har partiet i några artiklar diskuterats i samband med HBT frågor och RFSL har bland annat riktat kritik mot partiet angående frågor kring detta. Även om artiklarna är få, tror vi att artiklar som dessa lättare fastnar i minnet hos oss medborgare, än vad en artikel om hur partiet vill förbättra äldreomsorgen gör. Så även om artiklarna i sig inte är många kan dess betydelse dock vara betydligt större.

Lokala företrädare som figurerar i medierna har även de stor betydelse för hur partiet uppfattas. Kristdemokraterna i Skaraborg hade fyra tydliga lokala företrädare, vilka stod för cirka 50 % av det totala antalet artiklar. Man kan därmed säga att dessa fyra lokala företrädare tillsammans ansvarade för en stor del av Kristdemokraternas mediebild.

Av dessa var Holger Gustavsson den mest framträdande. Tillsammans med Annika Eclund lyfte dessa två de större frågorna som barnomsorg/familjepolitik och äldreomsorg. Av dessa fyra företrädare var tre män. Om man tittar på könsfördelningen totalt sätt är det männen, 74 %, som i störst utsträckning representerar Kristdemokraterna i medierna. I de fall där kvinnor står som representanter är det främst psykvården, boendefrågor och sjukvården som dominerar som sakfrågor.

Kristdemokraterna framställdes främst som proklamerare, och de har därmed i de flesta artiklar fört ut sitt budskap. I cirka en tredjedel av artiklarna har de gått till angrepp mot bland annat andra politiker och partiernas politik. Fokus har dock legat på att framföra sina egna åsikter och partipolitiska budskap.



8. Slutdiskussion

Varför gick det så fel i valet? Kristdemokraterna fick i ju förhållande till sin storlek mer medieutrymme än vad man kunnat förvänta, partiet har kommit fram i alla de sakfrågor de prioriterat och i stor utsträckning fått ge sin bild. Det har snarare gynnats än missgynnats av medierna i Skaraborg!

Vad vi dock har kunnat urskilja är några konkreta felsteg;

- I. Vad hände med jobbfrågan? Detta var en fråga som prioriterades av kristdemokraterna innan valet, och den kom att bli den hetaste valfrågan. Ändå lyftes den endast av två personer, Margit Fernmo & Göran Hägglund. 4 artiklar, av 169 stycken. Kristdemokraterna i Skaraborg misslyckades med att hänga på sakfrågetrenderna utan fastnade i sina egna frågor. Studerar man forskning kring ämnet var detta ett misstag (McCombs 2006, s.44).
- II. Var är kvinnorna? Nästan tre fjärdedelar av alla artiklar stod männen för! Sveriges befolkning är könsmässigt fördelat på nästan 50/50 vilket innebär att 50 % av alla väljare är, just det, *kvinnor*. Ett parti bestående av män har svårare att få en kvinnas röst, att kunna identifiera sig med partiet blir svårt (Wängnerud, 1998, s.172) I ett land som ligger bland toppen i världsrankningen när det gäller jämställdhetsfrågor. Där både kvinnor och män, barn som gamla dagligen tar del av information som bekräftar vikten av ett jämställt samhälle är detta allvarligt.

Behöver Kristdemokraterna en förändring?

Av våra sju riksdagspartier skulle man kunna säga att kristdemokraterna är det mest komplexa. De grundar sin politik på kristendomen men vill ha religionsfrihet, de är emot att samkönade skall få gifta sig och därmed falla in under äktenskapsbalken, men är för allas lika värde. De är emot att homosexuella skall få adoptera. Att detta gör dem impopulära hos denna grupp och av organisationer som RFSL är förståeligt. Men arbetar de för att ändra denna bild? Hur många bland medborgarna idag skulle tro på det faktum att det kristdemokratiska ungdomsförbundet KDU haft en förbundsordförande som varit öppet homosexuell? Kristdemokraterna har mycket fördomar att kämpa emot varav många faktiskt har grund i deras egen politik. Desto mer krävs en aktiv kamp för att förklara *varför* politiken skiljer sig från andras.

I diskussion med en forskare vid JMG kring hur man bäst genomför en studie som denna fick vi som svar "*så här brukar man göra, vill man så kan man göra på något annat sätt men då krävs det starkare motivationer och argument*", man kan säga att så är det även i detta fall. Går man mot strömmen i krävs bra motivationer och bra argumentation för att missförstånd och förutfattade meningar inte skall uppstå. Vi har visat att för Kristdemokraterna i Skaraborg var det inte medierna som var problemet. Kanske så krävs en ny profil, ett nytt namn som tilltalar fler, Fler unga och kvinnor i politiktoppen och som är aktiva i medierna. Kvinnor och mäns politiska sakfrågeprioriteringar skiljer sig åt (Wängnerud, 1998, s.159). Därför är det viktigt att det finns synliga kvinnor i partiet. Kritiken emot Kristdemokraternas förslag om att införa ett vårdnadsbidrag var svidande, förslaget ansågs av många att kunna bli en kvinnofälla. Hur legitimt är svaret när det då kommer från 75% män?

Självklart är det viktigt att män engagerar sig i traditionella "kvinnoaksfrågor" som vård och omsorg och att kvinnor engagerar sig i traditionella "mansfrågor" som näringsliv och teknik, men det går inte att komma ifrån att för vissa svar krävs någon som befinner sig i den situationen eller som väljarna kan identifiera sig med.



Vi började denna uppsats med ett citat från Leonard Pitts, ”i en värld där medierna fastställer medborgarnas dagordning & för dialogen skulle det som medierna nonchalerar lika gärna inte kunna existera” (McCombs 2006, s. 152). Kristdemokraterna blev inte exkluderade ur mediernas bevakning, de fick mycket medieutrymme. Där fokuserade Kristdemokraterna på sakfrågor som låg utanför mediernas dagordning. Strömbäck (2000, s. 196) beskriver förhållandet mellan väljarnas uppmärksamhet och medier, där skriver han att det krävs att uppmärksamheten når en ”viss tröskel”, det krävs en upprepad och relativt intensiv bevakning av en fråga eller ett samhällsproblem för att medborgarna skall prioritera det. Att nå den mängden mediebevakning av en sakfråga för ett enskilt parti är svårt. Utifrån dagordningsteorin behöver partier spela på de rådande sakfrågorna och anpassa sig till medierna.

Det finns många olika aspekter att beakta vid studier av människors perception och värderingar. Synsätt, teorier och förklaringsmodellerna är många och svarar ofta på olika frågor. Utopiskt skulle vara att genomföra en djupintervju med varje enskild väljare för att se hur just denne uppfattat ett visst material. Av uppenbara skäl är detta inte genomförbart. Men att använda sig av tillförlitlig forskning och tidigare studier där mönster urskiljts som åtskilliga gånger beprövats, är ett genomförbart sätt att komma så nära sanningen som möjligt. Eller snarare för att presentera ett sätt att se på den. Det finns självklart otaliga andra vägar att gå som kommer alla kommer visa på olika vägskäl under resans gång. Vi har valt en väg. För politiska partier idag blir det allt fler aspekter att beakta i valkampanjernas tecken. Med hjälp av PR-konsulter, medieträning och slipade politiker kan man som parti skapa sig förutsättningar för ett bra valresultat. Men fokus får aldrig flyttas från det vi alla kämpar för, en vetskap om att det är väljarna som bestämmer och vad som måste stå högst i allas medvetande, den svenska demokratins välmående.

”Men också de politiska partierna måste hävda sin integritet. Risken är antingen att de uppslukas av mediernas logik och blir totalt medieanpassade eller att de förvandlas till populistiska slavar under tillfälliga opinioner. Partiernas inre integritet bygger dels på den egna ideologin, dels på något som förenar alla partier, nämligen ett ansvar ett ansvar för den demokratiska processen och den politiska kulturen”

(Petersson et al, 2006, s. 43)

Det som står på spel är så mycket mer än ett valresultat. Politikens autonomi, landets moral och etik, och självklart förtroendet väljarna har för de som skall representera dem. Vill vi att forskning även om tio eller tjugo år skall visa att det ”snarare handlar om en politikermisstro” eller vill vi ha ett utvecklat politiker förakt?



9. Sammanfattning

Kristdemokraterna stod förvånade efter valet 2006. Valrörelsen hade i deras ögon gått bra, budskapet hade kommit ut och samarbetet i alliansen gick bra. Trots detta backade partiet på riksnivå såväl som i många kommuner. Kristdemokraterna i Skaraborg ville ha en förklaring. Mot denna bakgrund grundar sig denna studie. Genom att undersöka mediebilderna av Kristdemokraterna i Skaraborg har vi kunna svara på vilken roll medierna spelat i Kristdemokraternas valförlust. Syftet med studien är således att undersöka mediebilderna av Kristdemokraterna i Skaraborg under valrörelsen 2006.

Det politiska läget för de borgliga partierna i Skaraborg var under valrörelsen 2006 bra. Dels hade de borgliga majoritet och alliansens gemensamma valmanifest stärkte samtliga partier men de borgliga hade även ett medialt stöd. De fyra undersökta tidningarna, Skaraborgs Läns Allehanda, Skaraborgs Läns Tidning, Mariestads Tidningen och så även Falköpings Tidning har alla en borglig/konservativ profil. Tidningarna har alla genom mailkorrespondens uttryckt att de i sitt arbete inte medvetet försöker gynna någon sida utan att de arbetar för att representera alla sidor. Vad vi har kunnat se har de lyckats med detta enbart när det kommer till nyhetsartiklar, där medieutrymmet i relation till partiernas storlek är relativt jämt. När det gäller det sammantagna medieutrymmet har alliansen klart blivit gynnad av medierna. Här måste man dock ta in i beräkningen att vi endast undersökt det *presenterade* materialet. Huruvida det är medierna som publicerat mer material från borgligt håll eller att de borgliga varit mer aktiva i skrivande av debattartiklar och insändare kan vi alltså inte svara på. Kristdemokraterna har fått 50% mer medieutrymme än vad man kunnat vänta om man förutsätter att medieutrymme och partistorlek skall stämma överens.

I det totala medieutrymmet ingår dels de artiklar där partiet själva stått som avsändare eller uttalat sig i frågor genom intervjuer et cetera, men även de artiklar där någon annan omtalat partiet eller dess politik. I den senare kan det röra sig om ledare eller artiklar skrivna av journalister där partiet ej kommit till tals, men också där partiet diskuteras av andra undertecknare än partiet i debattartiklar eller insändare. Detta har stor betydelse för den bild som presenteras för väljarna. För trots att medierna filtrerar de uppgifter som publiceras har ett parti ändå större möjlighet att påverka det material där de själva får framträda, än i det material där de endast omtalas. Även här har de borgliga partierna gynnats i medierna. Dessa partier har i större utsträckning fått uttala sig än vad vänsterblocket har fått göra. Även här kan man diskutera huruvida det är mediernas påverkan eller stora skillnader i partiernas aktivitetsgrad.

Att olika typer av artiklar väger olika "tungt" är medieforskare idag överens. I Skaraborgs tidningar har de borgliga främst kommit fram i debattartiklar medan samverkanspartierna kommit fram i nyhetsartiklar.

Vad vi även har studerat är skillnader i hur de olika partierna vinklar sina sakfrågor. Trenden här är att sakfrågor som ligger på ett nationellt eller globalt plan ändå vinklas till att ta upp lokala aspekter. Detta gäller samtliga partier förutom Miljöpartiet där förhållandet är det motsatta. Sakfrågorna presenteras oftast på ett mjukt sätt varpå Centern här sticker ut då de oftast presenterar sina sakfrågor på ett hårt sätt. När det kommer till ur vilket perspektiv partiernas sakfrågor lyfts fram kan vi se skillnader, majoriteten av partierna ser sakfrågorna ur ett individperspektiv, dock skiljer sig Socialdemokraterna och Miljöpartiet från övriga då de i större utsträckning ser frågor ur ett samhällsperspektiv. Här är det viktigt att minnas att olika sakfrågor traditionellt sätt är "mjuka" eller "hårda" och att somliga frågor är mer



individorienterade medan andra är mer samhällsorienterade, därför beroende på vilka sakfrågor partiet lyfter kan de få en övervikt åt ena eller andra hållet.

Mediebilderna av partierna skiljer sig något åt men på det stora hela kan vi se tendenser och trender. Andra aspekter och påverkansfaktorer finns som kan ha ett inflytande över hur mediebilderna ser ut. Till exempel har de fyra undersökta tidningarna uttryckt att i deras nyhetsvärdering prioriterar de det lokala och att debattartiklar och insändare har större chans att bli publicerade om de berör detta. Av den anledningen kan man förstå att de "smarta" partierna anpassar sig till detta för att få med så många artiklar som möjligt vilket kan ha haft en effekt på antalet artiklar som vinklas till det lokala. Dock är tendensen och skillnaderna partierna emellan ett faktum.

Mediedagordningen i Skaraborg skiljde sig inte så mycket åt från den på riksnivå. Stört var Jobb/arbetslöshetsfrågan som även var störst på riksnivå, därefter kom landsbyggsfrågor, barnomsorg, infrastruktur och skolan. Att landsbyggsfrågor och infrastruktur kom högre i rang här än på mediedagordningen på riksnivå kan lätt förklaras. I lokala val är det alltid mycket lokala frågor som cirkulerar vilka många gånger inte berör någon övrig specifik sakfråga, vilka då placeras i den breda kategorin landsbyggsfrågor. I Skaraborgs regionen var frågan om E20's utbyggnad stor då den berör många invånare. Detta ledde till deras höga placering.

Kristdemokraterna kom fram i med sina valfrågor i media men misslyckades med att komma fram i jobbfrågan. Detta är anmärkningsvärt då frågan dels blev valets hetaste men var också prioriterad av Kristdemokraterna innan valet. Partiet misslyckade sig med att komma fram i valets stora frågor vilket ur ett dagordningsperspektiv var ett stort misstag. De frågor partiet lyfte var skola, vård & omsorg och de företräddes främst av Annika Eclund och Holger Gustavsson. Dessa två tillsammans med Conny Brännberg och Dan Hovskär stod tillsammans för 47% av det totala mediematerialet där kristdemokraterna fått komma till tals. Sakfrågorna separerades till viss del mellan olika företrädare där de största sakfrågorna togs upp av Holger Gustavsson tillsammans med Annika Eclund. Även fastighetsskatten och jordbruksfrågan lyftes främst av Gustavsson. Samtliga artiklar som rörde frågor kring homosexualitet svarade han även för. Gustavsson är den som genomgående sticker ut, med 24% av kristdemokraternas totala uttalanden i ryggen har han inflytande över mediebilderna. Partiet som i övrigt framställs mjukt och individorienterat, får en lite annan framtoning via Holger Gustavsson. I 60% av de artiklar där han förekommit har han "angripit" någon annan/annat partis politik, snittet ligger där för Kristdemokrater på 34%. Dock kan detta förklaras med att Gustavsson haft 60% debattartiklar vilka är till för att i viss mån "angripa" andra partiers politik för att skapa debatt.

Studien har också visat att av alla artiklar där undertecknat namn fanns stod männen för 74% och kvinnorna för 26%. Forskning visar att sakfrågeprioriteringen mellan män och kvinnor skiljer sig åt och att män inte representerar kvinnors intressen lika väl som kvinnor gör. 50% av alla invånare i Sverige är kvinnor, tillika väljare. Vilket gör denna markanta skillnad till ett stort misstag ur röstsynpunkt.

Sammantaget har studien visat att medierna inte kan skyllas för Kristdemokraternas valförlust. Detta främst då medierna snarare gynnat än missgynnat partiet under valrörelsen 2006. Vad studien dock har visat är att Kristdemokraterna kan göra förbättringar i sin mediestrategi och mer anpassa sig till mediernas dagordning, därigenom kan de förbättra sitt valresultat. Dock är det viktigt att veta gränsen för politiken autonomi och integritet. Att



ständigt anpassa sig efter medierna kan, inte bara leda till att väljarna tappar förtroendet för partiet, utan även att medborgarna tappar förtroendet för politiken och det demokratiska systemet som ändå skall vara baserat på öppen information och valfrihet, inte propaganda och manipulation.



10. Referenslista

Andersson Odén, Tomas & Andersson, Ulrika (2003) *En vecka räcker långt!* Göteborg: JMG Göteborgs Universitet

Angelöw, Bosse & Jonsson, Thom (2000) *Introduktion till Socialpsykologi*. Lund: Studentlitteratur

Falkheimer, Jesper (2001). *Medier och kommunikation - en introduktion*. Lund: Studentlitteratur

Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (2003) *Massmedier- En bok om press radio & TV*. Falun: Bonniers Förlag

Holmberg, Stig & Weibull, Lennart (2001) *Förtroendefall* i Holmberg, Stig & Weibull, Lennart (red) (2001) *Land, du välsignade?* SOM-institutet, Göteborgs Universitet, Göteborg

Johansson, Bengt (1998) *Nyheter mitt ibland oss- Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Göteborg: JMG, Göteborgs Universitet

Johansson, Bengt (2001) *Finns den kommunala medievals-rörelsen?* i Henrik Oscarsson (red) *Skilda valdagar och vårval* SOU 2001:65

Johansson, Bengt (2002) *Den regionala medievals-rörelsen* i Lennart Nilsson (2005) (red) *Svensk samhällsorganisation i förändring, Västsverige vid millennieskiftet*. Utvärderingsprogrammet. Västra Götalandsregionen: Göteborgs Universitet

Kratz, Charlotta (1995) *Kulturorientering och storstadspress* i Weibull, Lennart & Kratz, Charlotta (red) (1995) *Tidningsmiljöer -om dagstidningsläsning på 1990 talet*, Dagspresskollegiet, Kungälv

Larsson, Larsåke (2005) *Opinionsmakarna- En studie om PR-konsulter, journalistik och demokrati*. Lund: Studentlitteratur

McQuail, Denis (2005) *McQuail's mass communication theory*. London: Sage Publications

Nord, Lars (1997) *Spelet om opinionen- Möten mellan makthavare medier och medborgare*. Lund; Studentlitteratur

Nord, Lars & Nygren, Gunnar (2007) *Präktiga massmedier, Sveriges kommuner & Landsting*, Halmstad

Petersson, Olof et al (2006) *Mediernas valmakt*, Demokratirådets rapport 2006. Kristianstad SNS Förlag

Strömbäck, Jesper (2000) *Makt och medier*. Lund: Studentlitteratur

Strömbäck, Jesper (1999) *Sådana är de, politikerna!* i Hvitfelt, Håkan & Karvonen, Lauri (red) (1999) *Den svala demokratin*, Demokratiinstitutet



Wängnerud, Lena (1998) *Politikens andra sida*, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs Universitet, Göteborg

Østbye, Helge, Knapskog, Karl, Helland, Knut & Larsen, Leif Ove (2004). *Metodbok för medievetenskap*. Malmö: Liber AB

McCombs, Maxwell (2006) *Makten över dagordningen- om medierna, politiken och opinionsbildningen*, SNS Förlag

Arbetsrapporter JMG

Asp, Kent (2006) *Rättvisa nyhetsmedier- Partiskheten under 2006 års medievalsval*. Arbetsrapport nr.42, JMG Göteborgs Universitet, Göteborg

Mail intervjuer

Johnson, Måns (2007-12-12) Chefredaktör Skaraborg Läns Allehanda, Mailkorrespondens

Eriksson, Karin (2007-12-17) Chefredaktör Mariestads Tidning, Mailkorrespondens

Gillblad, Dan (2007-12-11) Ansvarig utgivare & Verkställande Direktör Skaraborgs Läns Tidning & Falköpings Tidning, Mailkorrespondens

Internetkällor

Skaraborgsläns Allehandas hemsida (SLA). Tillgänglig: www.sla.se (071220)

NWT- koncernens hemsida. Tillgänglig: www.nwt.se (071220)

Sökord "NWT" Sökord "SLA"

Sökord "Mariestadstidningen"

Mariestads-Tidningens hemsida. Tillgänglig: www.mariestadstidningen.se (071220)

Skaraborgsläns Tidnings hemsida. Tillgänglig: www.skaraborgslanstidning.se (071220)

Sökord "Om Tidningen"/"Upplaga & Spridningsområde"

Falköpings Tidnings hemsida. Tillgänglig: www.falkopingstidning.se (071220)

Sökord "Om Tidningen"/"Upplaga & Spridningsområde"

Valmyndighetens hemsida. Tillgänglig: www.val.se (080105)

Sökord "Valresultat"/"Slutgiltigt resultat 2006"/"Riksdagsvalkretsar"/"Västra Götalands östra"

Kristdemokraternas hemsida. Tillgänglig: www.kristdemokraterna.se

Sökord "Vårt parti"/"Historia"

Muntlig källa

Elin Liljebäck (2007) kontaktperson för Kristdemokraterna



Bilaga 1

Kodschema Kvantitativ undersökning -en vecka med samtliga partier

V1 – ID nummer

V2 – Månad

1= Augusti

V3 –Dag

1= 21

2= 22

3= 23

4= 24

5= 25

6= 26

V4- Tidning

1= Skaraborgs läns Allehanda

2= Skaraborgs läns Tidning

3= Mariestads Tidning

4= Falköpings Tidning

V5 -Sakfråga

1 =Äldrevård

2 =Barnomsorg/Familjepolitik

3= Sjukvård

4 =Fastighetsskatt

5 = Civilkurage

6= Jobb /Arbetslöshet

7= Kriminalpolitik

8= Integration/ Invandring

9= Skattepolitik

10= Boende

11= Jämställdhet

12= Skola

13= EU

14= Försvarspolitik

15= Energifrågan/ miljöfrågor

16= Näringsliv

17= Valrörelse

18= Infrastruktur/Kommunikationer

19= Sjukförsäkringar

20= Kulturen

21= Pensionärerna

22= Utrikespolitik/Bistånd

23= Landsbygdsfrågor/ regionalpolitik

24= Handikappsfrågor

25= HBT frågor

26= Abort

27= Övrigt



- 28= Partibudskap
- 29= Politik i allmänhet
- 30= Jordbruk
- 31= Psykvård
- 99= Okodbart

V6 – Sakfrågans vinkling

- 1= Mjuk (Individorienterat, personliga förluster, skador, trygghet etc)
- 2= Hård (Ekonomisk vinning/förlust, statens välfärd, etc)
- 99= Okodbar

V7 – Sakfrågans perspektiv

- 1= Individ
- 2= Samhälle
- 99= Okodbart

V8 – Sakfrågans geografiska närhet

- 1= Lokalt
- 2= Riks
- 3= Globalt
- 99= Okodbart

V9 – Sakfrågans geografiska vinkling

- 1= Lokalt
- 2= Riks
- 3= Globalt
- 99= Okodbart

V10 – Vilken karaktär har texten?

- 1= Debattartikel
- 2= Insändare
- 3= Artikel
- 4= Notis
- 5 = ”Tempen på valfrågor”
- 6= Dragplåster
- 7= Ledare
- 99= Okodbar

V11 – Huvudaktör som uttalar sig i artikeln?

- 1= Alliansen
- 2= Kristdemokraterna
- 3= Centern
- 4= Moderaterna
- 5= Folkpartiet
- 6= Vänsterpartiet
- 7= Miljöpartiet
- 8= Socialdemokraterna
- 9= Sverigedemokraterna
- 12= Övriga organisationer
- 13= Övriga Partier



- 14=Samtliga Partier
- 15=Medborgare
- 16=Journalist
- 17=Samverkanspartierna
- 99=Okodbart

V12- Huvudaktör som blir omtalad

- 1= Alliansen
- 2= Kristdemokraterna
- 3= Centern
- 4= Moderaterna
- 5= Folkpartiet
- 6= Vänsterpartiet
- 7= Miljöpartiet
- 8= Socialdemokraterna
- 9= Sverigedemokraterna
- 12= Övriga organisationer
- 13= Övriga Partier
- 14=Samtliga Partier
- 15=Medborgare
- 16=Journalist
- 17=Samverkanspartierna
- 99=Okodbart

V13- Vem uttalar sig?

- 1 = Holger Gustavsson
- 2 = Conny Brännberg
- 3= Martin Källstrand
- 4 = Monica Selin
- 5 = Övriga KD
- 6= Leif Johansson
- 7= Gunilla Druve Jansson
- 8= Kent Johansson
- 9= Maud Olofsson
- 10= Övriga Centern
- 11= Cecilia Widegren
- 12= Tord Gustavsson
- 13= Bertil Johnson
- 14= Lars Elindersson
- 15= Dan Åberg
- 16= Sven-Olof Ask
- 17= Övriga Moderater
- 18= Karin Pilsäter
- 19= Sewon Erberg
- 20= Christer Winbäck
- 21= Johan Pehrsson
- 22= Karlolof Fernow
- 23= Övriga Folkpartiet
- 24= Inger Lilja
- 25= Övriga Vänsterpartiet



- 26= Malin Larsson
- 27= Övriga Miljöpartiet
- 28= Monica Green
- 29= Urban Ahlin
- 30= Ann-Christin Nykvist
- 31= Alex Bergström
- 32 = Erik Ezelius
- 33= Göran Persson
- 34 = Helena Dahlström
- 35 = Lena Hallengren
- 36= Övriga Socialdemokraterna
- 37= Övriga organisationer
- 38= Gudrun Schyman -Fi
- 39= Stig Lagergren -Junilistan
- 40= Annica Andersson - Enhet
- 41= Övriga Partier
- 42= samtliga partier
- 43= Medborgare
- 44= Journalist
- 45= Samverkanspartierna
- 99= Okodbart

V15 - Roll/ Position

- 1= Försvarsställning
- 2= Angripare
- 3= Angripna
- 4= Proklamerare
- 5= Helgonförklarade

KODSCHEMA

Kodschema Kvantitativ undersökning -fem veckor endast kristdemokraterna

V1 –Likadan som artikelnr

V2 – ID nummer

V3 – Månad

- 1= Augusti
- 2=September

V4–Dag

- 1= 1
- 2= 2
- 3= 3
- 4= 4
- 5= 5
- 6= 6
- osv.

V5 Tidning



- 1= Skaraborgs läns Allehanda
- 2= Skaraborgs läns Tidning
- 3= Mariestads Tidning
- 4= Falköpings Tidning

V6-Sakfråga

- 1 =Äldrevård
- 2 =Barnomsorg/Familjepolitik
- 3= Sjukvård
- 4 =Fastighetsskatt
- 5 = Civilkurage
- 6= Jobb /Arbetslöshet
- 7= Kriminalpolitik
- 8= Integration/ Invandring
- 9= Skattepolitik
- 10= Boende
- 11= Jämställdhet
- 12= Skola
- 13= EU
- 14= Försvarspolitik
- 15= Energifrågan/ miljöfrågor
- 16= Näringsliv
- 17= Valrörelse
- 18= Infrastruktur/Kommunikationer
- 19= Sjukförsäkringar
- 20= Kulturen
- 21= Pensionärerna
- 22= Utrikespolitik/Bistånd
- 23= Landsbygdsfrågor/ regionalpolitik
- 24= Handikappsfrågor
- 25= HBT frågor
- 26= Abort
- 27= Övrigt
- 28= Partibudskap
- 29= Politik i allmänhet
- 30= Jordbruk
- 31= Psykvård
- 99= Okodbart

V7-Vem uttalar sig?

- 1 = Holger Gustavsson
- 2 = Conny Brännberg
- 3= Martin Källstrand
- 4 = Monica Selin
- 5 = Annika Eclund
- 6= Dan Hovskär
- 7= Else Aggestam
- 8= Allan Bjärkhed
- 9= Åke Henningsson
- 10= Maria Larsson



- 11= Allan Nielsen
- 12= Margit Fernmo
- 13= Inger Davidsson
- 14= Göte Karläng
- 15= Mikael Börjesson
- 16= Bo Bergsten
- 17= Daniel Långstöm
- 18= Evalott Gram
- 19= Anna Zetterberg
- 20= Lars Eriksson
- 21= Margareta Roswall
- 22= Leif Brohede
- 23= Göran Hägglund
- 24= Emil Qvarnström
- 25= Åke Lundgren
- 26= Ulla-Britt Merckell
- 27= Anders Svärd
- 28= Karl-Evert Rundqvist
- 29= Urban Svensson
- 30= Brittmari Lennartsson
- 31= Stig Dahlgvist
- 32 = Yvonne Dahlgvist
- 33= Gunhild Hermansson
- 34 = Ingvar Hermansson
- 35 = Catarina Andersson
- 36= Anders Önsten
- 37= Anderst Fasth
- 38= Anders Sigfridsson
- 39= Björn Rubensson
- 40= Gunilla Tjernberg
- 41= Kent Billing
- 42= Mats Odell
- 43= Lars Åke Jonsson
- 44= Alf Svensson
- 45= RFSL
- 99= Okodbart

V8 – Vilken karaktär har texten?

- 1= Debattartikel
- 2= Insändare
- 3= Artikel
- 4= Notis
- 5 = ”Tempen på valfrågor”
- 6= Dragplåster
- 7= Ledare
- 99= Okodbar

V9 - Roll/ Position

- 1= Försvarsställning
- 2= Angripare



- 3= Angripna
- 4= Proklamerare
- 5= Helgonförklarade

V10– Medaktör (Vem uttalar sig?)

- 1 = Holger Gustavsson
- 2 = Conny Brännberg
- 3= Martin Källstrand
- 4 = Monica Selin
- 5 = Annika Eclund
- 6= Dan Hovskär
- 7= Else Aggestam
- 8= Allan Bjärkhed
- 9= Åke Henningsson
- 10= Maria Larsson
- 11= Allan Nielsen
- 12= Margit Fernmo
- 13= Inger Davidsson
- 14= Göte Karläng
- 15= Mikael Börjesson
- 16= Bo Bergsten
- 17= Daniel Långstöm
- 18= Evalott Gram
- 19= Anna Zetterberg
- 20= Lars Eriksson
- 21= Margareta Roswall
- 22= Leif Brohede
- 23= Göran Hägglund
- 24= Emil Qvarnström
- 25= Åke Lundgren
- 26= Ulla-Britt Merckell
- 27= Anders Svärd
- 28= Karl-Evert Rundqvist
- 29= Urban Svensson
- 30= Brittmarie Lennartsson
- 31= Stig Dahlqvist
- 32 = Yvonne Dahlqvist
- 33= Gunhild Hermansson
- 34 = Ingvar Hermansson
- 35 = Catarina Andersson
- 36= Anders Önsten
- 37= Anderst Fasth
- 38= Anders Sigfridsson
- 39= Björn Rubensson
- 40= Gunilla Tjernberg
- 41= Kent Billing
- 42= Mats Odell
- 43= Lars Åke Jonsson
- 44= Alf Svensson
- 45= RFSL



99= Okodbart

V11– Medaktör (Vem uttalar sig?)

- 1 = Holger Gustavsson
- 2 = Conny Brännberg
- 3= Martin Källstrand
- 4 = Monica Selin
- 5 = Annika Eclund
- 6= Dan Hovskär
- 7= Else Aggestam
- 8= Allan Bjärkhed
- 9= Åke Henningsson
- 10= Maria Larsson
- 11= Allan Nielsen
- 12= Margit Fernmo
- 13= Inger Davidsson
- 14= Göte Karläng
- 15= Mikael Börjesson
- 16= Bo Bergsten
- 17= Daniel Långstöm
- 18= Evalott Gram
- 19= Anna Zetterberg
- 20= Lars Eriksson
- 21= Margareta Roswall
- 22= Leif Brohede
- 23= Göran Hägglund
- 24= Emil Qvarnström
- 25= Åke Lundgren
- 26= Ulla-Britt Merzell
- 27= Anders Svärd
- 28= Karl-Evert Rundqvist
- 29= Urban Svensson
- 30= Brittmarie Lennartsson
- 31= Stig Dahlqvist
- 32 = Yvonne Dahlqvist
- 33= Gunhild Hermansson
- 34 = Ingvar Hermansson
- 35 = Catarina Andersson
- 36= Anders Önsten
- 37= Anderst Fasth
- 38= Anders Sigfridsson
- 39= Björn Rubensson
- 40= Gunilla Tjernberg
- 41= Kent Billing
- 42= Mats Odell
- 43= Lars Åke Jonsson
- 44= Alf Svensson
- 45= RFSL
- 99= Okodbart



Bilaga 2

Definitioner på variablerna och dess värden

Sakfrågans vinkling; I denna variabel hade vi värdena mjuk, hård respektive okodbar. Med mjuk vinkling menar vi en sakfråga som karaktäriseras av att vinklingen är mer sentimental och känsloladdad. Om en debattartikel till exempelvis handlar om äldrevården och insändaren skriver att vi måste satsa mer pengar på äldrevården så att våra äldre får en fin och trygg ålderdom, tolkar vi detta som att vinklingen på sakfrågan är av mjuk karaktär. Det vill säga om sakfrågan dras emot det emotionella hållet kodas det som en mjuk vinkling.

Med hård vinkling menar vi däremot om sakfrågan drar åt det ekonomiska eller icke-emotionella hållet. Om en debattartikel handlar om att insändaren anser att fastighetsskatten bör sänkas, kodar vi detta som en artikel med hård vinkling. Om den däremot handlar om att fastighetsskatten bör sänkas för att det är så synd om alla äldre som hamnar i kläm för att de köpte ett hus för 60 år sedan som nu har stigit i värde kodar vi detta som en mjuk vinkling. Det vill säga så kan en sakfråga som kan tolkas som hård i sig, som exempelvis fastighetsskatten, vinklas till att bli mjukare och vice versa. Det beror således på vilken kontext sakfrågan sätts i. De artiklar som vi inte kunnat utläsa hamnar under okodbar.

Anledningen till vårt val av denna variabel grundar sig i att kunna utläsa hur Kristdemokraterna framställts genom vinklingen på sina sakfrågor. Framställs deras sakfrågor enbart med en mjuk vinkling leder detta till en syn på partiet som mjuka och snälla. Det skulle i och för sig kunna resultera i raka motsatsen, det vill säga att de framställs som mesiga.

Sakfrågans perspektiv; I denna variabel ingår värdena individ, samhälle och okodbar. Om sakfrågans perspektiv är på individnivå berör den alltså individen. Sakfrågan kan exempelvis beröra äldrevården, men fokusera på Stina 80 år som inte får en plats på ett äldreboende och detta är oacceptabelt, därför måste man satsa mer resurser på äldrevården. Då utgår sakfrågan från en individ och sedan sätts denna i ett större perspektiv. Sakfrågan behöver inte nödvändigtvis handla om en enskild individ. Den kan beröra bönderna i Götene, men ändå kodas som individ. Det vill säga handlar det om mindre grupper, där betoning läggs på en specifik grupp kodas det som individnivå.

Om sakfrågans perspektiv är på en samhällsnivå innebär detta att frågan belyses ur samhällsproblem eller inverkan på samhället i stort. Till exempelvis kan en artikel handla om att man måste dra in på bidragen för att få "Sveriges ekonomi på fötter" igen, vilket leder till att frågan då kodas perspektivet som samhälle. I de fall där samma fråga belyses utifrån konsekvenser för enskilda individer eller för enskilda personer kodas detta som ett individperspektiv.

De artiklar där vi inte kunnat utläsa sakfrågans perspektiv hamnar under värdet okodbar.

Anledningen till vårt val av denna variabel grundar sig i att se huruvida Kristdemokraterna lagt fokus på ett samhälleligt plan eller på ett mer individorienterat plan. Framställs partiets budskap genom både ett individ och samhälleligt perspektiv kan nyttan med deras politik framhävas ytterligare.

Geografisk närhet; I denna variabel ingår värdena lokalt, riks, globalt samt okodbart



Om artikeln kodas som lokal närhet, berör den i huvudsak det lokala. Det kan till exempelvis handla om valkampanjen i Skara kommun, att äldrevården i Hjo måste förbättras etcetera. Kodas artikelns geografiska närhet som riks, berör den frågor på riksnivå. Samma resonemang råder om artikelns geografiska närhet kodas som global.

Anledningen till vårt val av denna variabel grundar sig i att det i ett lokalt val är viktigt att ta fasta på just det lokala för att vinna röster på denna nivå. (källa) Vi finner det därmed intressant att se var Kristdemokraterna lagt tonvikt på, det vill säga har de fokuserat på den lokala nivån eller riks/global nivå.

Huvudaktörens roll/position; I denna variabel ingår värdena försvarsställning, angripare, angripna, proklamerare samt helgonförklarade.

Kodas huvudaktörens roll som försvarare innebär det att huvudaktören generellt sätt intar en försvarsställning. Kodas den däremot som angripare, angriper huvudaktören någon/något. I de fall där vi kodat värdet ”angripen” handlar det om att huvudaktören som blir omtalad blir angripen av en medborgare.

För att förtydliga följer här ett exempel som visar på distinktionen mellan angripen och angripare. Om *huvudaktör som uttalar sig* utgörs av Kristdemokraterna och de angriper Socialdemokraterna som i sin tur utgör *huvudaktör som omnämns*, kodas detta som att Kristdemokraterna är angripare. Detta till följd av att de utgör huvudaktör som uttalar sig. Om däremot en medborgare utgör *huvudaktör som uttalar sig* angriper Kristdemokraterna kodas detta som att Kristdemokraterna blir angripna och detta för att det är partier vi är intresserade av och inte av medborgare som grupp.

Med proklamerare menar vi en person/ett parti som för ut sitt budskap i en artikel. Så om Kristdemokraterna utgörs av såväl huvudaktör som uttalar sig samt huvudaktör som omtalas och då för fram sitt politiska budskap kodas de som proklamerare. Om de eller någon annan person däremot ”höjer partiet till skyarna” genom att till exempel säga att de är det enda partiet som värnar om familjen kodas de som helgonförklarade

Anledningen till att vi har valt denna variabel är för att se huruvida partierna generellt sätt utnyttjar sitt medieutrymme för att framföra sitt politiska budskap eller om de istället använder medieutrymmet för att smutskasta ett annat parti.

Vi tror nämligen att detta kan påverka partiets mediebild hos medborgarna.

Om Kristdemokraterna återkommande skulle smutskasta ett annat parti istället för att föra fram sina egna åsikter försummas dessa och bilden blir då snarare att partiet inte har så mycket att komma med själva. Medborgarna kan därmed själva bli kritiska till partiet.

Med ”tempen på valet” menar vi artiklar där journalisten ställer en fråga till samtliga partier. Här har vi kodat varje enskilt svar från partierna som en egen analysenhet.

Om en nyhetsartikel behandlar flera olika sakfrågor kodas den som i huvudsak berörs.



Bilaga 3

Kristdemokraterna införde ett så kallat garantibevis i sitt valmanifest 2006. Detta innebar att de garanterade att om de i samarbete med alliansen vann valet skulle de fokusera på ett antal frågor. Anledningen till detta var för att förtydliga vad man som medborgare kunde förvänta sig av partiet. Valmanifestet innehöll nedanstående områden och här ges en kortfattad överblick på det viktigaste inom respektive område.

Valfrihet ger trygga familjer

Familjen ska själva ha rätten att bestämma över sin barnomsorg och hur man vill dela upp föräldraförsäkringen, denna skall ej kvoterats. Ett vårdnadsbidrag skall införas som gör att man kan vara hemma mer tid med barnen utan att drabbas ekonomiskt av detta. För att förbättra förskolan skall ett tak för barngruppernas storlek införas.

Respekt och värdighet för äldre och vårdbehövande

Tryggheten inom vården för äldre måste förbättras. Även här är valfriheten viktig. Som äldre ska man kunna välja hemtjänst och boendegaranti för alla över 85 skall införas. Även anhöriga skall få ett bättre stöd genom lagstadgad rätt till stöd samt avlösning. Kristdemokraterna vill uppmuntra äldre som har lust och kraft att fortsätta i arbetslivet. De vill även markant höja garantipensionen och sänka skatten för pensionärer. Förutom äldreården vill partiet även göra en markant satsning på psykiatrin.

Fler jobb och bättre företagsklimat

Kristdemokraterna vill att det ska löna sig att arbeta i Sverige och de anser att fler jobb behövs. För att utöka jobben menar Kristdemokraterna att de stora hindren som gör att folk inte vågar satsa på att starta eget, måste försvinna. Därför måste speciellt mindre företag få bättre villkor och regelkrånglet för mindre företag minska med 25%. Även skatten på arbete ska sänkas samt förmögenhetsskatten och tillgången till riskkapital öka. Även ungdomsarbetslösheten måste ses till och motarbetas.

En skola som ger barnen kunskap och värderingar för livet

Skolan ska vara en trygg plats för barn och ungdomar att vistas i. Kristdemokraterna vill införa en färdighetsgaranti som försäkrar att alla elever kan skriva läsa och räkna när de lämnar grundskolan. De vill även genomföra kunskapskontroller tidigt i skolgången för att på så sätt upptäcka och kunna hjälpa elever som är i behov av ytterligare stöd. De vill införa betyg från årskurs 6 och att även ordning och uppförande ska betygsättas. Kristdemokraterna vill att ett så kallat ansvarskontrakt skall utformas som förtydligar såväl lärare, elevens och föräldrarnas ansvar och uppdrag. Lärarna skall vara välutbildade så att eleverna får bästa möjliga undervisning och kunskap. Vid behov skall eleven få träffa skolsköterska eller kurator samma dag som ett behov uppstår. Detta ska gälla för såväl privata som kommunala skolor, friskolor ska få jämbördiga villkor som kommunala skolor.

Främja hederlighet och stärk den ideella sektorn

Kristdemokraterna vill att detaljstyrningen av den ideella sektorn såsom föreningsliv, kyrkor, hjälporganisationer med mera ska försvinna. Till exempel vill de att avdragsrätt för gåvor till



ideella organisationer avskaffas. För att ett samhälle ska fungera på ett bra sätt och kännetecknas av värme och omtänksamhet anser Kristdemokraterna att det krävs att personligt ansvar, solidaritet och empati främjas. De vill även införa en civilkuragelag, vilket betyder att alla människor är skyldiga att efter egen förmåga hjälpa en medmänniska i nöd. Kristdemokraterna vill även höja statusen på medborgarskapet genom att vid medborgarskap hålla en ceremoni samt lämna ut en medborgarbok som redogör för svenska medborgares rättigheter, skyldigheter och ansvar. Kristdemokraterna vill öka tryggheten i samhället och ett steg till ökad trygghet är att öka antalet poliser. Partiet vill även tillsätta en hederlighetsdelegation som har som uppgift att granska lagar, skatte- och bidragsregler utifrån huruvida de främjar eller motarbetar ett hederligt beteende.

Bo tryggt genom ökad makt över boendet

Kristdemokraterna anser att genom att äga sin bostad så får människor mer makt över sitt liv. Staten måste därmed tillgodose rätten till ägandet. De som inte har råd att äga sin bostad måste ändå garanteras trygghet i sitt boende genom en medmänsklig bostadspolitik. De vill därför avskaffa fastighetsskatten och schablonbeskattningen av bostadsrätter och införa en låg kommunal avgift. De vill förenkla köpet av bostäder genom att införa en lånegaranti så att människor med mindre ekonomiska möjligheter även ska kunna köpa sig en bostad. De anser även att plan och byggprocessen måste förenklas så att kostnaderna kan minska.

Ansvar för miljön och våra medmänniskor i andra länder

Kristdemokraterna vill minska utsläppen av ämnen som är skadliga för såväl människor som vår miljö. De vill kommande år lägga tonvikt vid att rädda Östersjön och motverka giftalgerna. Exempelvis så vill de förbjuda disk och tvättmedel som innehåller fosfater så att utsläppen ibland annat Östersjön minskar. Partiet vill även öka energisparandet och att samtliga kommuner skall energieffektivisera sin verksamhet med 20 % och vill att miljöfordon skall vara ett krav vid all offentlig upphandling av fordon. Sverige måste även bli bättre på att använda förnybara energikällor, och om man i Sverige skapar en marknad för miljövänlig teknik kan även detta vara en fördel för landet genom ökad export. Kristdemokraterna anser även att det måste finnas en sammanhållen politik i Sverige som aktivt kämpar för mänskliga rättigheter och för att bekämpa fattigdomen.