

JMG

Kandidatuppsats i journalistik
2023-01-05
Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation
www.gu.se/jmg

Partiet som kom in i värmen

En kvantitativ undersökning av hur gestaltningen av det populistiska partiet
Sverigedemokraterna har förändrats över tid

Författare: Hannah Attefall, Elina Mattsson, Charlotte Månsson
Handledare: Bengt Johansson
Kursansvarig: Elena Johansson



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Tack till vår handledare Bengt Johansson som bidragit med stöd
och värdefulla råd genom hela uppsatsprocessen.

Abstract

Title: The party which entered the warmth

Authors: Hannah Attefall, Elina Mattsson and Charlotte Månsson

Level: Bachelor thesis in Journalism

Term: HT 2022

Supervisor: Bengt Johansson

Aim of thesis: The purpose of this study is to explore how the Swedish populist party, the Swedish Democrats, have been framed in the morning newspapers and in the evening newspapers one week before the Swedish election 2010 and 2022. By doing this we want to see if and how newspapers have changed the way they frame a populist party as the Swedish Democrats has achieved major parliamentary success.

Theoretical framework: The theoretical framework used in this study is the framing theory. To better understand how the populist party, the Swedish Democrats, have been framed in the Swedish newspapers we have mainly focused on the already existing framing theory based on the meanings given to populism in the Nordic press (Herkman, 2016a).

Methods(s): The study uses a quantitative content analysis of 409 articles about the Swedish Democrats published in the morning newspapers Dagens Nyheter and Svenska Dagbladet, and the evening newspapers Aftonbladet and Expressen. We used the search words SD and Sverigedemokrat* to collect the relevant articles. The articles extend from one week before the Swedish election 2010 and 2022 until one day before the election day. The theoretical framework has been operationalized to create a codebook for analyzing the articles.

Results: The results of the study show that the most common way to frame the populist party, the Swedish Democrats, in newspapers was to frame them like any other normal parliamentary party. This shows that the populist party has become more normalized since the election 2010, which was the first time they won seats in the Swedish parliament. The results also show that there have been changes in the way newspapers frame the party between the years 2010 and 2022. For example, it was more common to frame the Swedish Democrats xenophobic in 2010, compared to 2022. However it has become more common to frame them xenophobic in editorial pages, which does not go hand in hand with the overall result. The result also shows that it is more common for evening newspapers to frame the Swedish Democrats as a party which is irresponsible and uses ugly tricks to get ahead, whereas in the morning newspapers it is more usual to describe the party as nationalistic.

Key words: Populism, the Swedish Democrats, framing theory, morning newspaper, evening newspaper, journalism, radical right

Nyckelord: Populism, Sverigedemokraterna, gestaltningsteorin, morgontidning, kvällstidning, journalistik, radikal höger

Innehållsförteckning

	Sida:
1. Inledning	6
2. Bakgrund	9
2.1 Definition av medier	9
2.2 Definition av populism	9
2.3 Sverigedemokraterna ur ett historiskt perspektiv	10
2.4 Sverigedemokraterna i valrörelsen från 2010 till 2022	11
2.5 Det ideologiska skiftet i valrörelsen	12
3. Tidigare forskning	13
3.1 Populismens normalisering	13
3.2 Gestaltning av populistiska partier	14
3.3 Populistiska partiers framväxt	15
3.4 Mediers roll i den populistiska framväxten	16
3.5 Bevakningen av valrörelser i morgon- och kvällstidningar	16
3.6 Sammanfattning	17
4. Teori	19
4.1 Gestaltningsteorin	20
4.1.1 Herkmans gestaltningsteori om populism	20
5. Syfte och frågeställningar	22
6. Metod och material	23
6.1 Metod	23
6.1.1 Operationalisering	23
6.2 Material	24
6.2.1 Urval av material	26
6.2.2 Diskussion kring kodboken	27
6.2.3 Utförande av kodning	29
6.2.4 Validitet och reliabilitet	29
7. Resultat och analys	32
7.1 Resultat	32
7.1.1 Skillnader mellan vardera tidning	34
7.1.2 Hur användandet av gestaltningarna har förändrats över tid	36
7.1.3 Studiens frågeställningar	38
7.1.4 Resultat i förhållande till tidigare forskning	38
7.2 Analys	39
8. Diskussion och vidare forskning	43

8.1 Slutdiskussion	43
8.2 Förslag till vidare forskning	44
Referenslista	46
Vetenskapliga artiklar och rapporter	46
Utomvetenskapliga källor	49
Bilaga 1: Kodbok	50
Bilaga 2: Tabellbilaga	57

1. Inledning

Idag har populistiska partier runt om i Europa fått ett allt större inflytande i de demokratiska institutionerna. I Sverige har det populistiska partiet Sverigedemokraterna (SD) (Ekström et al., 2020) vuxit och blivit det näst största partiet. Vissa anti-populister menar att populismen är en stor fara för demokratin (Flew & Iosifidis, 2019; Müller, 2016), medan andra menar att populismen oftast ställer rätt frågor, men saknar de rätta svaren (Flew & Iosifidis, 2019; Mudde & Kaltwasser, 2017).

Hur medier väljer att porträttera populistiska partier har visat sig spela stor roll för dessa partiers framgång. I de länder där populistiska partier behandlas avvikande och exkluderas från samarbeten och koalitioner i de demokratiska institutionerna, tenderar också nyhetsmedier att bli mer restriktiva gällande synligheten av populistiska partier i medieinnehållet. Tolkningar som nyhetsmedier gör av de populistiska aktörerna och deras uttalanden blir ofta mer negativa (Ekström et al., 2022). Forskning visar att populistiska partier har vuxit i västerländska demokratier när de har fått ökad medieuppmärksamhet. Genom den ökade medieuppmärksamheten och att dessa partier blir en del av den politiska rörelsen i de allmänna medierna, har de populistiska partierna inte enbart fått större möjlighet att påverka utan också blivit mer normaliserade (Ekström et al., 2020; Cammaerts 2018; Ellinas 2018). Detta syns tydligt när man tittar närmare på det populistiska partiet SD som på tolv år vuxit till att bli det näst största partiet i Sverige.

Populismen syns runt om i världen, inte enbart i Sverige. Flera populistiska ledare i omvärlden använder sig av slagkraftiga motto för att få med sig folket. Ett tydligt exempel är Donald Trump som med hjälp av mottot "Make America Great Again" (MAGA), och genom sitt sätt att interagera med folket via Twitter, skapade ett tydligt band mellan följare och ledare som liknar populistiska strategier (Flew & Iosifidis, 2019). Donald Trump skrev tweets som "thank you America! Together we will #MAGA" (Flew & Iosifidis, 2019, s. 18). Ytterligare exempel var när Storbritannien röstade för att lämna EU år 2016, där kampanjens motto var "we want our country back", och i det brasilianska valet år 2018 vann Jair Bolsonaro med den populistiska devisen "make Brazil great again" (Flew & Iosifidis, 2019). Även i Sverige syns liknande populistiska uttalanden. SD:s valmanifest 2022 inleddes med löftet om att "göra Sverige tryggt igen" (Demker, 2022).

Under valkampanjen 2017 i USA lovade Donald Trump den amerikanska befolkningen att han skulle bygga en mur mot den mexikanska gränsen och utvisa illegala invandrare som han ansåg var grunden till alla USA:s problem. I Trumps sätt att prata om immigranter fanns det en underton av främlingsfientlighet, och han beskrev immigranter från Mexico som "våldtäktsmän" och "kriminella" (Kang & Yang, 2021; Vasque, 2021). Trots att en stor del av Trumps presidentkampanj handlade om att bygga en mur mot den mexikanska gränsen, menar Rodgers och Bailey (2020) att det redan före Trumps presidentskap har funnits en mental mur mellan de två länderna. Muren är en symbol för rasism och främlingsfientlighet (Kang & Yang, 2021; Bowden, 2020; Pruet, 2019; Resendiz, 2021), men den är också ett exempel på ett "vi" (amerikanerna) mot "dem" (mexikanerna), som visar på ett populistiskt

tankesätt där ett parti skapar ett tydligt vi och dem, ett folket mot eliten, ett folket mot “de farliga andra” (Alvares & Dahlgren, 2016; McDonnell, 2008).

Innan SD kom in i riksdagen såg rapporteringen om partiet annorlunda ut jämfört med idag. Partiet beskrevs som ett främlingsfientligt parti, och i såväl folkmun som i medier kallades de för både rasister och nazister. Vid valet 2010 kom partiet in i riksdagen och medias rapportering om partiet började att se annorlunda ut. En anledning kan ha varit att medieredaktioner ansåg att det inte längre fungerade att skriva om SD som ett rasistiskt eller nazistiskt parti, eftersom de hade fått folkets stöd och kommit in i riksdagen med 5,7 procent av rösterna (Jungar, 2022). Efter valet 2014 fick SD 12,9 procent av rösterna och blev Sveriges tredje största riksdagsparti, och efter valet 2022 blev de Sveriges näst största parti med över 20 procent av folkets röster (Valmyndigheten, 2022). I vår studie vill vi undersöka hur partiet gestaltas i medier och om gestaltningen har förändrats över tid. Har medierna fortsatt att framställa SD på samma sätt i morgon- och kvällstidningar 2022 som 2010, eller har medierna behövt ändra sitt sätt att rapportera och gestalta SD i takt med partiets framväxt? För hur skulle det se ut om svenska medier fortsatte att skriva om SD som ett främlingsfientligt parti med rötter från nazismen, när en femtedel av Sveriges befolkning röstar på partiet?

Det finns en generell uppfattning att kvällstidningar har mer fokus på skandaler, jämfört med morgontidningar som är mer fokuserade på sakfrågor (Johansson, 2017). Kvällstidningar skriver också oftare om politik som ett spel jämfört med morgontidningar som fokuserar mer på sakpolitik (Johansson & Strömbäck, 2019). I valrörelsen 2014 präglades nyhetsrapporteringen i kvällstidningarna i hög grad av Expressens granskning av främlingsfientliga uttalanden från sverigedemokrater, och Sveriges Radios avslöjande om hur Jimmie Åkesson spelade om mycket pengar på nätcasinon (Johansson, 2017), vilket skapade stora rubriker. Därför anser vi att det är intressant att undersöka om och i så fall hur SD har gestaltats olika i morgon- och kvällstidningar. Är det troligare att kvällstidningar med sina sensationsinriktade nyheter, jämfört med morgontidningar, väljer att gestalta SD som ett skandalöst parti när dess politiker “klantar sig”?

Under valet 2018 var det inget av riksdagspartierna som kunde tänka sig att samarbeta med SD. De borgerliga och de rödgröna partierna var enade i att rikta den främsta kritiken mot SD, något som då kunde beskrivas som ett “tvåfrontskrig” (Johansson & Strömbäck, 2019). Jämför man valet 2018 med årets val, 2022, har “tvåfrontskriget” tagit en annan riktning. Inför valet 2022 har både Liberalerna, Moderaterna och Kristdemokraterna varit öppna med att samarbeta med SD i en del frågor (Ekström, 2022). I mitten av oktober 2022 röstades en ny statsminister fram av riksdagen, Ulf Kristersson, som valde att bilda regering tillsammans med KD och L, med stöd av SD. Det är inte enbart i Sverige som ett populistiskt parti har nått stora framgångar och blivit en del av regeringsunderlaget. I Finland blev det populistiska partiet Sannfinländarna det näst största partiet i valet 2011 och 2015 (Lönqvist, Mannerström & Leikas, 2019), och 2015 ingick partiet i en regering med Centern och Samlingspartiet (Lindén & Laurent, 2015). Även det norska populistiska partiet Framstegspartiet har nått parlamentariska framgångar och satt med i regeringen mellan 2013 och 2020 (Bjerkman, 2016). En tydlig skillnad mellan det populistiska partiet i Norge jämfört

med SD är att det norska partiet grundades redan under 70-talet och har därför varit en del av den norska politiken under en väldigt lång tid. Partiet har heller inte mött samma motstånd från de övriga partierna som SD har gjort i Sverige. Normaliseringen av populistiska partier har skett betydligt tidigare i Norge jämfört med Sverige, även om populismen i Sverige har blivit mer normaliserad med åren.

Mot denna bakgrund anser vi att det finns både en inomvetenskaplig och en utomvetenskaplig grund att undersöka hur det populistiska partiet Sverigedemokraterna har gestaltats i morgon- och kvällstidningar en vecka före riksdagsvalen 2010 och 2022. I och med att SD:s väljarstöd har ökat sedan 2010 och de etablerade partierna tidigare har haft en enad och kritisk syn på partiet, jämfört med valet 2022 då vissa partier har ändrat sin syn och sitt ställningstagande gentemot SD, anser vi att det är relevant att jämföra om och i så fall hur gestaltningen av partiet i morgon- och kvällstidningar har förändrats över tid. Eftersom ingen har forskat om gestaltningen av SD i riksdagsvalet 2022 eller har undersökt ett större material som inkluderar alla typer av artiklar och inte enbart nyhetsartiklar, anser vi att vår studie kommer att bidra med ny forskning och därmed fyller vi en forskningslucka.

2. Bakgrund

För att kunna undersöka hur morgon- och kvällstidningar har gestaltat SD under valrörelserna är det relevant att förstå bakgrunden till det populistiska partiets framväxt. I detta avsnitt kommer vi även att definiera begreppet medier samt försöka definiera populism – ett begrepp som är svårdefinierat. Avslutningsvis kommer vi att beskriva SD:s påverkan på valrörelsen 2022.

2.1 Definition av medier

När vi diskuterar medier i problemformulering, bakgrund och tidigare forskning syftar vi på alla typer av nyhetsmedier – radio, TV, papperstidningar och webbtidningar. Under resterande delar kommer vi däremot endast att diskutera medier i form av morgon- och kvällstidningar, då vi utgår från dessa i vår studie.

Nationalencyklopedin (NE) definierar morgontidning som “[...] avsedd för spridning bland allmänheten och innehållande allmänna nyheter”. Morgontidningar brukar betraktas som kvalitetstidningar och behovet av att dagligen fånga publikens uppmärksamhet har historiskt sett inte varit lika viktigt för tidningens överlevnad som för den kommersiella kvällspresen (Strömbäck, 2004). Kvällstidning definieras av NE som “[...] tabloidtidning med inriktning på sensationella nyheter, bilder, sport och nöjen”.

2.2 Definition av populism

Ordet populism kommer från det latinska ordet “populus” som betyder “folk” (Herkman, 2016b; Williams, 1988). Trots att ordet i sig har en tydlig betydelse, finns det inte ett entydigt sätt att definiera populism. Genom historien har ordets betydelse varit mångsidig och det har varit svårt att identifiera ett sätt att definiera populism som är gemensamt för alla (Herkman, 2016b; Taggart, 2000). Redan under den andra halvan av 1800-talet har forskare haft olika sätt att identifiera populism (Durazo-Herrmann, Gosselin & Harell, 2021; Quattrocchi-Woisson, 1997). Det finns vissa forskare som i regel associerar ordet med högerpolitik (Alvares & Dahlgren, 2016; Wodak et al., 2013), medan andra menar att populism inte har någon specifik politisk inriktning eller ideologi, utan att det är “populismens kapacitet” som gör det möjligt för ett politiskt parti att vara populistiskt (Alvares & Dahlgren, 2016; Albertazzi & McDonnell, 2008; Laclau, 2007).

Durazo-Herrmann et al. (2021) menar att populism är en “radikal kritik på elitismen som bygger på människors rättigheter att besluta i den frågan som berör dem” (s. 522). Samhället delas upp i “folket” och ”eliten” (Alvares, 2016; Brubaker, 2017) där “eliten” ses som de onda i samhället (Durazo-Herrmann et al., 2021). Det är “folkets” vilja och självständighet som är den centrala delen i den populistiska ideologin (Engesser et al., 2017; Albertazzi & McDonnell, 2008; Mudde, 2004; Shils, 1956). Populister anklagar “eliten” för att ha fråntagit “folket” sina rättigheter, och anser att det enbart är populisterna själva som kan återställa

folkets självständighet genom att ersätta “eliten”. Detta stämmer överens med hur Ann-Cathrine Jungar (2022) ser på populism – det finns en övergripande överenskommelse om att populismens grundpelare handlar om anti-elitism.

Ett annat sätt att se på populism är som oundvikliga spänningar inom demokratin istället för en avvikelse från demokratin (Alvares & Dahlgren, 2016; Canovan, 2005). Populismen är inte längre onormal utan den är en del av den allmänna politiken (Engesser et al., 2017; Mudde, 2004). Engesser et al. (2017) förklarar att det finns fyra grundbegrepp som populismens ideologi består av: folklig självständighet, rena människor, en korrupt elit och “de farliga andra”. Ytterligare ett begrepp som används när politiker åskådliggör populism är att glorifiera och försköna uppfattningen om samhället (Engesser et al., 2017; Taggart, 2004). När en politiker använder dessa begrepp blir politikern en populistisk aktör (Engesser et al., 2017). Med andra ord betonar den populistiska kommunikationen “folkets självständighet, förespråkar folket, attackerar eliten, utesluter andra och åberopar det förskönade samhället” (s. 1111).

2.3 Sverigedemokraterna ur ett historiskt perspektiv

Medieforskaren Mats Ekström, tillsammans med Marianna Patrona och Joanna Thornborrow (2020) benämner SD som ett högerpopulistiskt parti. Partiet är allmänt erkänt som ett parti inom kategorin populistisk radikalhöger eller auktoritär populism (Ekström et al., 2020; Norris och Inglehart, 2019). Ekströms forskning har varit värdefull för denna studie då den har bidragit med stor förståelse för populismen och populistiska partier.

SD bildades år 1988 som en följd av att den “nya populismen” framträdde i Norden på 1980-talet. Den “nya populismen” stod för anti-invandring och extremnationalism (Jungar, 2017; Widfeldt, 2008). Det är inte helt klarlagt hur eller vem som grundade partiet, men enligt SD själva uppkom partiet genom en sammanslagning av tre nationalistiska organisationer i Sverige (Jungar, 2017; Sverigedemokraterna, 2013). Enligt Ekström et al. (2020) har SD en bakgrund i högerextrema anti-invandringsrörelser där vissa av grundarna har varit aktiva i fascistiska och nynazistiska organisationer.

När SD först etablerade sig var det framför allt lokalt i Skåne. Fram till valet 2002 hade SD inte haft särskilt stort väljarstöd, trots att de var störst bland de nyetablerade partierna i Sverige. Mellan riksdagsvalet 2002 och 2006 fördubblades däremot partiets röster. De erhöll ingen plats i riksdagen, men de fick ta del av det offentliga partistödet (Jungar, 2017). År 2005 valdes Jimmie Åkesson till partiledare. Hans mål var att partiet skulle “etablera en organisation som kunde leda partiet till väljarmässiga framgångar” (Jungar, 2017, s. 20), och att “ändra bilden av SD som ett konfliktfyllt parti av extrema aktivister” (s. 29).

I riksdagsvalet 2010 fördubblades SD:s röster till 5,7 procent, vilket tog dem in i riksdagen. År 2014 fick partiet 12,9 procent av rösterna vilket gjorde dem till det vågmästarparti de ville vara, och det resulterade i att varken den rödgröna regeringen eller Alliansen hade majoritet i riksdagen (Jungar, 2017). Fram till 2011 definierade sig SD endast som ett nationalistiskt

parti, men idag beskriver de sig som “ett socialkonservativt parti med en nationalistisk syn” (Jungar, 2017, s. 469), där kritik mot invandring är partiets profilfråga (Ekström et al., 2020).

2.4 Sverigedemokraterna i valrörelsen från 2010 till 2022

Jungar (2022) förklarar att inget parti, som tagit sig in i riksdagen, har varit lika framgångsrikt som SD. Sedan partiet kom in i riksdagen 2010 har partiet bara vuxit. I riksdagsvalet 2022 fick partiet 20,5 procent av rösterna (Jungar, 2022), och enligt vallokalsundersökningen Valu behöll de 86 procent av de väljare som röstade på partiet i valet 2018. Det är betydligt mer än vad något annat parti har åstadkommit sedan mitten av 70-talet (Johansson Heinö, 2022). Trots att SD suttit i riksdagen sedan 2010 är det först efter valet 2022 som de har tagit sig in i den “politiska värmen” (Jungar, 2022). Attityden mot dem har ändrats. Fredrik Reinfeldt, tidigare partiledare för Moderaterna, sa i valrörelsen 2010 att SD aldrig skulle få påverka invandringspolitiken. Tillsammans med de andra partierna i riksdagen bestämde man att man inte skulle förhandla eller samarbeta med SD på grund av deras ursprung. Detta har dock ändrats med tiden. Partier såsom Moderaterna, Kristdemokraterna, Liberalerna och till viss del även Socialdemokraterna, har nu närmat sig SD:s ståndpunkter (Jungar, 2022). På så sätt har partierna tagit till sig SD:s “problembeskrivningar om att invandringen och misslyckad integration är förklaringen till många av de samtida samhällsproblemen” (Jungar, 2022, s. 97). Detta gör att SD:s migrations- och integrationspolitik inte längre ses som avvikande jämfört med de andra partiernas politik. SD:s politik ses numera istället som det nya normala (Jungar, 2022).

Jämfört med andra europeiska länder tog det ganska lång tid innan ett högerradikalt parti etablerade sig i Sverige. Anledningen kan vara SD:s ideologiska ursprung i extrema rasistiska och nynazistiska miljöer (Jungar, 2017; Rydgren, 2002; Art, 2011), och att de andra partiernas isolering av SD har gjort det svårare för väljarna att rösta på partiet (Jungar, 2017). Tidigare har politiker och forskare ansett att det svenska politiska systemet skiljer sig från våra nordiska grannars och andra europeiska länders politiska system – man menade att Sverige hade en starkare motståndskraft mot de invandringskritiska högerradikala populistiska partierna (Jungar, 2022), vilket nu har blivit motbevisat.

Förutom att SD är det näst största partiet i Sverige, är det också ett av Europas mest framgångsrika högnationalistiska partier. Partiet är större än Marine Le Pens franska parti *Nationell samlings* och Geert Wilders nederländska parti *Frihetsparti* (Johansson Heinö, 2022). Det schweiziska folkpartiet (*SVP*) är det enda nationalistiska partiet som är större än SD. SD är däremot det enda populistiska partiet som har rötter i en antidemokratisk rörelse, det vill säga nynazismen (Wikforss, 2022). Efter riksdagsvalet 2014 fick SD 12,9 procent av rösterna, vilket i Europa motsvarar ett genomsnittligt väljarstöd för högerpopulistiska partier. SD:s fortsatta trend under riksdagsvalen 2018 och 2022 sticker dock ut jämfört med andra populistiska partier i Europa (Johansson Heinö, 2022).

2.5 Det ideologiska skiftet i valrörelsen

Ekström (2022) förklarar att det har skett ett “ideologiskt skifte i svensk politik” under valrörelsen 2022 (s. 81). De etablerade partierna har under tidigare valrörelser tagit avstånd från SD och deras politik, men under valrörelsen 2022 var det flera partier som öppnade dörren för att samarbeta med SD. Något som har varit avgörande för SD:s framväxt gentemot de etablerade partierna är hur dessa parter har anpassat sig till SD:s politiska agenda med hårdare straff och minskad invandring. Ekström (2022) beskriver det som att 2022 års valrörelse innehöll tre betydande strategier. Den första är krissituationen:

När Kristersson fick frågan om varför han har en annan syn på samarbete med SD än sina företrädare, hänvisar han till att det är ett annat läge nu, det är “nödvändigt om vi ska lösa dom stora samhällsproblem som finns”. Han ger exempel på den alarmerande situationen och säger att “vi måste byta regering”. “Om man har så allvarliga problem som vi har i Sverige så kan man inte bara sitta på sin kammare och vägra lösa problem ...” (Ekström, 2022, s. 81).

Den andra strategin handlar om sakpolitiken, och att den behöver prioriteras före partiernas ideologier:

I diskussionen om Moderaternas ändrade inställning betonar Kristersson att sakpolitiken måste gå före ideologin. Det handlar om “handfast sakpolitik”. Ideologiska skiljelinjer får inte stå i vägen. Pehrson betonar att Liberalerna och SD står långt ifrån varandra ideologiskt. Men det viktiga nu är att komma överens i sak. Nödvändiga reformer måste genomföras (Ekström, 2022, s. 81).

Den tredje och sista strategin som Ekström (2022) nämner för valrörelsen 2022 är att den har varit mildrande och relativiserande. När Ulf Kristersson höll ett tal under 2018 berättade han att “Moderaterna inte kommer att regeringsförhandla med SD” (s. 81). I frågan om varför han har ändrat sig till valet 2022 svarade han att han fortfarande sätter ner foten när “människor säger dumheter om andra människor” (s. 81). Ekström beskriver sin syn på den förändringen på följande sätt:

Hets och extrema värderingar har således blivit tillfälliga dumheter och någon (sic) som människor i allmänhet ägnar sig åt. När redaktionen visar ett aktuellt exempel på hets mot etniska grupper säger Kristersson att det är mycket annat som är dumt och hånfullt i den politiska debatten (Ekström, 2022, s. 81)

Ekström (2022) menar att dessa strategier har haft en avgörande roll i det ideologiska skiftet som skett inom den svenska politiken

3. Tidigare forskning

Nedan följer ett urval av tidigare forskning som vi ser som relevant för vår studie. Avsnittet innehåller bland annat forskning om hur SD har gestaltats i medier under tidigare valrörelser. Eftersom vi ska studera det populistiska partiet Sverigedemokraterna, och hur morgon- och kvällstidningar har rapporterat om partiet inför riksdagsvalen år 2010 och 2022, är det viktigt att förklara hur det tidigare har forskats om populism och hur populismens förhållande till medier har sett ut. Detta går inte att beröra utan att även komma in på om och i så fall hur medier har normaliserat den populistiska diskursen.

Vi har valt att grunda en stor del av vår undersökning på Herkmans (2016a) studie om hur ordet populism användes i den nordiska pressen en tid före det första valet på 2010-talet i Sverige, Norge, Danmark och Finland. I Sverige undersöktes tidningarna Aftonbladet och Dagens Nyheter. Herkman (2016a) undersökte i vilken kontext ordet "populism" användes i den nordiska pressen, vilket gör hans resultat relevant för vårt arbete. Begreppet populism är som sagt svårdefinierat och används i många olika sammanhang, men Herkmans studie kommer fram till fem olika populistiska gestaltningar som återfinns i de nordiska tidningarna (se 3.2 *Gestaltning av populistiska partier* och 4.1.1 *Herkmans gestaltningsteorier om populism.*)

I studiens resultat sticker Sverige ut som det land där en främlingsfientlig gestaltning används allra mest (Herkman, 2016a). Sverige och Finland är tillsammans de länderna där gestaltningen är mest frekvent. I Norge och Danmark var man mer angelägen om att gestalta populism och de populistiska partierna neutralt. Detta då de populistiska partierna i Norge och Danmark var mer etablerade vid tidpunkten för studien, något SD inte var på samma sätt i Sverige (Herkman, 2016a). Det blir intressant att undersöka huruvida användandet av gestaltningarna har förändrats i Sverige, från 2010 till år 2022, då SD är än mer etablerade idag än vad de populistiska partierna i Danmark och Norge var vid tidpunkten för Herkmans (2016a) studie. Detta gör att det finns en inomvetenskapligt relevans för vår studie. En mer utförlig beskrivning av resultatet i studien finns under avsnitt 3.2 *Gestaltning av populistiska partier.*

3.1 Populismens normalisering

Ekström, Patrona och Thornborrow (2020) förklarar hur ökningen av de populistiska radikala högerpartierna i västerländska demokratier har skapat stora utmaningar för nyhetsjournalistiken (Ekström et al., 2020; de Jonge, 2018; Hafez, 2019). Detta har, tillsammans med de högerpopulistiska partiernas mediestrategier och den omfattande medieuppmärksamhet som partiernas kontroversiella uttalande får (Ekström et al., 2020; Cammaerts, 2018; Krzyżanowski, 2018), väckt en kritisk diskussion. Den handlar om journalistikens yrkesroll, dess professionella normer och vilken roll medier har i att normalisera den radikala högerns nationalistiska och främlingsfientliga agenda (Ekström et al., 2020; Ellinas, 2018; Hafez, 2017).

Ekström et al. (2020) undersökte rollen som nyhetsintervjuer i tv har när det kommer till att positionera och normalisera politiska synpunkter. Normalisering beskrivs som en pågående förändring där det som tidigare ansågs som radikalt och extremt börjar ses som normala och okontroversiella element i det sociopolitiska samhället. Författarna förklarar att SD, i takt med att de nått större parlamentariska framgångar, fått ett mer rutinmässigt omnämnande i nyhetsrapporteringen. Tidigare forskning visar även att SD fått mycket uppmärksamhet i medier under de senaste valkampanjerna, där nyheterna om SD ofta har innehållit mer kritik jämfört med andra partier. Det kan förklaras av att andra partier oftare uttrycker kritik mot SD än mot andra partier i valkampanjerna (Ekström et al., 2020). Det finns en övergripande tendens hos medier att normalisera och legitimera SD:s politiska åsikter, vilket har formats av olika strukturer i intervjusammanhang menar Ekström et al. (2020). Detta är dock bara data från Sverige och generaliserbarheten går fortfarande att utforska (Ekström et al., 2020).

3.2 Gestaltning av populistiska partier

Som tidigare nämnts har Herkman (2016a) identifierat fem olika gestaltningar av populism i nordisk press. Den första gestaltningen, *nationalistisk gestaltning*, bygger på nationella traditioner, historia, språk och kultur. Det som Herkman (2016a) beskriver som den andra gestaltningen är den *nativistiska* som står i nära relation med den nationalistiska gestaltningen. Skillnaden är däremot att den nativistiska fokuserar på negativ och fientlig exkludering av andra. Herkmans (2016a) tredje gestaltning kallas *tom retorik* och används negativt genom att kritisera andra politiker och deras beslutfattande utan vidare motivering eller egna politiska förslag. Gestaltningen *politisk rörelse* är den fjärde. Den neutraliserar populistiska partier och beskriver dem som vilket annat parti som helst med samma rättigheter och skyldigheter (Herkman, 2016a). *Folkets röst* är den sista gestaltningen och använder populism positivt genom att få med sig "folket" på en politisk agenda (Herkman, 2016a; Elmgren, 2015). Gestaltningarna återges mer ingående under avsnittet 4.1.1 *Herkmans gestaltningsteori om populism*.

I de svenska tidningarna Aftonbladet och Dagens Nyheter, som Herkman (2016a) undersökte i sin studie, var den nativistiska gestaltningen vanligast (50%), följt av gestaltningarna tom retorik (29%), politisk rörelse (14%), nationalistisk (8%) och folkets röst (2%). Materialet bestod av totalt 60 artiklar, varav majoriteten var nyhetsartiklar, följt av ledare, kolumner och insändare. I studien förklarar Herkman (2016a) att SD ofta har porträtterats genom den nativistiska gestaltningen, och att partiet har kritiserats hårt i både morgon- och kvällstidningar. Gestaltningen tom retorik var även den vanligaste gestaltningen i de övriga nordiska länderna, och den gestaltning som förekom mest i de nordiska morgontidningarna. Bland de nordiska kvällstidningarna var det tom retorik och den nativistiska gestaltningen som förekom mest. Folkets röst var den minst förekommande gestaltningen.

Herkman (2016a) menar att gestaltningen tom retorik ofta förknippar populism med ett brett utbud av ämnen. De andra gestaltningarna var ofta kopplade till populism och nutida politiska rörelser, speciellt den nationalistiska och den nativistiska gestaltningen sammankopplar populism med högerextrema rörelser i Europa. Herkman (2016a) menar att skillnaderna i hur

de nordiska tidningarna gestaltar populismen endast kan förstås i ländernas politiska och kulturella sammanhang. Studien visade också att tidningarna Aftonbladet och Dagens Nyheter tydliggör att den nativistiska gestaltningen sammankopplar populismen med främlingsfientlighet och extrema rasistiska höger rörelser. Som tidigare nämnts kan det delvis förklaras med att SD skiljer sig från de andra populistiska partierna i Norden, då SD istället har sina rötter i nynazismen. En annan förklaring är att inom den svenska politiska diskursen används begreppet populismen främst för att hänvisa till högerpopulism, samt för att koppla samman populismen med den rasism och fascism som den ofta innehåller (Herkman, 2016a).

Ett annan studie gjord av Anders Hellström och Anna-Lena Lodenius (2016) på initiativ av *Delegationen för migrationsstudier* visar att gestaltningen av SD på ledarsidorna i morgon- och kvällspressen nästan uteslutande har haft en negativ ton. Detta står i kontrast till resterande länder i Norden som under perioden 2009 till 2012 istället hade en betydligt mer positiv ton gentemot populistiska partier (Hellström & Lodenius, 2016). Oavsett vilket ämne en artikel på ledarsidan belyste eller om SD var den huvudsakliga aktören i texten var resultatet i studien detsamma: "i Sverige under denna period är tonläget gentemot SD i svensk mainstreampress på ledarplats mycket negativt" (Hellström & Lodenius, 2016, s. 46). På en skala från 1 till 3, där 1 är helt och hållet en negativ ton, 2 är en balanserad ton och 3 är en helt och hållet positiv ton, är snittet på de svenska ledarsidorna 1.09. I norsk press var samma siffra 1.48, i Danmark 1.71 och i Finland 1.76. Gestaltningen av SD visades alltså vara betydligt mer negativ i Sverige än i övriga länder. SD behandlades inte heller på samma sätt som övriga etablerade partier i Sverige, (Hellström & Lodenius, 2016) utan hade istället en särställning vilket står i direkt kontrast till Herkmans (2016a) gestaltning politisk rörelse.

3.3 Populistiska partiers framväxt

Strömbäck och Nords (2017) studie visar att SD fick betydligt mer uppmärksamhet i riksdagsvalen 2010 och 2014 än tidigare valår. SD fick däremot mer negativ nyhetsrapportering jämfört med de andra partierna. I enskilda valrörelser visar den tidigare forskningen att journalister kan vara mer ifrågasättande mot vissa partier jämfört med andra, men att det varierar med tiden (Ekström, 2017). När det däremot handlar om högerpopulistiska partier verkar det snarare, enligt Ekström (2017), vara en allmän trend. I Norge har det populistiska *Framstegspartiet* fått en mindre negativ rapportering i medier, vilket antyder att deras status har normaliserats i den politiskt nationella agendan (Herkman, 2016b). I Grekland bojkottades det populistiska partiet *Gyllene gryning* av medier i valrörelsen 2014, trots att partiet hade platser i parlamentet och framgångar i opinionsmätningarna.

Ekström (2017) jämför det brittiska högerpopulistiska partiet *United Kingdom Independence Party* (UKIP) och dess partiledare Nigel Farage med det svenska högerpopulistiska partiet SD med Jimmie Åkesson som partiledare. Under valet 2014 använde UKIP:s partiledare en tydlig populistisk stil. Han talade öppet om att han ansåg att "den politiska klassen" och "det politiska etablissemanget" var ansvariga för att landets samhälle hade förvärrats för alla "vanliga" människor (Ekström, 2017, s. 138). Under valrörelsen utnyttjade Farage situationen

och framställde sig som folklig när han umgicks med människor i vardagen på pubar runt om i landet. Nigel Farages sätt att profilera sig var väldigt annorlunda jämfört med Jimmie Åkessons sätt, även om SD också ser sig som det enda partiet i vårt land som talar sanning om problemen med invandringen. Ekström (2017) menar att även om Åkesson och SD har en populistisk diskurs blir skillnaden jämfört med Farages UKIP stor, och på så sätt ska kanske inte Åkesson framställas som en populistisk politiker, även om partiet är det (Ekström et al., 2020).

3.4 Mediers roll i den populistiska framväxten

Enligt Ekström (2017) visar flera studier från olika europeiska länder att nyhetsrapporteringen om de radikala högerpopulistiska partierna generellt sett har haft en ifrågasättande inställning till partierna. När Ekström (2017) granskade de svenska medierna inför EU-valet 2014 framkom det att TV4 och SVT bidrog till en mediedebatt om invandring som gynnade SD. Under EU-valet 2014 indikerade många journalister var de stod i förhållande till SD:s sätt att prata om invandring, vilket troligtvis gjorde det enklare för SD:s anhängare att se på journalisterna som en del av det politiska etablissemanget, något som den populistiska retoriken ofta förknippar journalistiken med (Ekström, 2017).

Sambandet mellan spridningen av populism och medierna blir tydlig när man tittar närmare på den tidigare forskningen. De Jonge (2018) förklarar dock att bara för att det finns ett tydligt samband, och många forskare som instämmer i det, är förhållandet mellan högerpopulistiska partier och medier fortfarande illa förstått. Flera studier visar däremot att medier kan påverka valresultat (de Jonge, 2018; Hopmann et al., 2010), och att medier spelar en stor roll i att förstå populistiska partiers framgång (de Jonge, 2018; Eatwell, 2003). De Jonge (2018) har tittat på hur medier hanterar högerpopulistiska partier i Benelux (Belgien, Nederländerna och Luxemburg), där alla länderna har olika erfarenheter av högerpopulism. Hon kommer fram till att medier och journalister i vissa delar av världen tycker det är självklart att rapportera om framgångsrika partier, även om det är populistiska partier. Annars hade det varit "dålig journalistik" (de Jonge, 2018).

3.5 Bevakningen av valrörelser i morgon- och kvällstidningar

Johansson och Strömbäck (2019) förklarar att den svenska valrörelsen behöver präglas av partier som fritt får uttrycka sina åsikter, samt medier som på ett informativt och rättvist sätt bevakar valrörelsen och enkelt ger medborgare all information de behöver. Gör valrörelsen inte det, fungerar inte valdagen som den viktigaste dagen för den svenska demokratin. Därför är det viktigt hur de traditionella nyhetsmedierna bevakar valrörelsen. Som tidigare forskare förklarat så menar även Johansson och Strömbäck (2019) att medier påverkar kunskapen hos människor och opinionsbildningen. Det är inte bara "vanliga" människor som ser på medier som ett kraftfullt organ, utan även partierna och deras ledande politiker ger nyhetsmedierna stor makt och ser att medier har stor betydelse för valresultaten (Johansson & Strömbäck, 2019).

Tidigare forskning visar även på skillnaderna i hur morgontidningarna kontra kvällstidningarna har bevakat valrörelsen. Johansson och Strömbäck (2019) förklarar att morgontidningarna har minskat sin valbevakning idag jämfört med förr. Det publicerades cirka 250 nyhetsartiklar under de fyra sista veckorna före valet 2018 i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, vilket är en stor skillnad jämfört med 1980- och 1990-talet. Då kunde antalet artiklar ibland vara det tredubbla. Detta skiljer sig från kvällstidningarna där det inte finns samma nedgång i bevakningen av valrörelsen (Johansson & Strömbäck, 2019). Idag har kvällstidningarna en mer omfattande politisk nyhetsrapportering om den svenska valrörelsen jämfört med morgontidningarna. Före millennieskiftet var det tvärtom (Johansson & Strömbäck, 2019). Det går att argumentera för att en anledning till att morgontidningarna har minskat sitt material i papperstidningen är att de har valt att publicera fler artiklar och annat material på webben istället för i papperstidningen. Däremot motbevisar Johansson och Strömbäck (2019) det argumentet då deras studie visar att kvällstidningarna knappt har minskat antalet artiklar med fokus på riksdagsvalet i papperstidningen 2018 jämfört med 80- och 90-talet. Kvällstidningarna har, precis som morgontidningarna, etablerat sig på webben.

Under de senaste riksdagsvalen har SD varit ett av de partier som fått allra mest uppmärksamhet i svenska medier. Det är dock inte enbart en gynnsam rapportering för partiet utan de har även blivit starkt kritiserade (Johansson et al., 2019; Asp, 2011; Ekström, 2017; Johansson, 2017; Nord & Strömbäck, 2018). Partiets mediebild har präglats av de skandaler som de har varit inblandade i, vilket märktes tydligt under valrörelsen 2014. SD:s mediebild har också präglats av de andra partiernas gemensamma avståndstagande från SD och dess politik (Johansson & Strömbäck, 2019). Detta avståndstagande kan vi dock tydligt se har ändrats under valet 2022 (Jungar, 2022).

Johansson och Strömbäck (2019) kommer fram till att riksdagspartierna generellt sett har fått en bättre behandling i morgonpressen, särskilt i Dagens Nyheter och public service, där man inte har varit lika kritiskt inriktad. Däremot får partierna en mer kritisk bild i kvällspressen och TV4-nyheterna. Detta kan förstås genom att mer kommersiellt orienterade medier tenderar att vara mer konfliktorienterade och negativa i sin rapportering (Johansson et al., 2019; Esser et al., 2017).

3.6 Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan vi se att den populistiska radikalhögern har skapat stora utmaningar för journalistiken och väckt kritiska diskussioner, som bland annat har handlat om vilken roll medier har i att normalisera den radikala högerens nationalistiska och främlingsfientliga agenda. Ekström et al. (2020) har kommit fram till att det populistiska partiet Sverigedemokraterna har fått en mer rutinmässig nyhetsrapportering i takt med att de har nått större parlamentariska framgångar. SD:s politiska åsikter har också normaliserats med hjälp av medier och olika strukturer i intervjusammanhang (Ekström et al., 2020). Trots att populistiska partier har normaliserats mer med hjälp av medier, är det inte bara positivt för dem. Strömbäck och Nord (2017) kunde tydligt se att SD har fått en mer negativ nyhetsrapportering jämfört med de andra etablerade partierna.

Genom den tidigare forskningen syns sambandet mellan spridningen av populism och medier tydligt. De Jonge (2018) menar dock att förhållandet fortfarande kan förstås bättre. Hon kommer även fram till att vissa journalister ser det som en självklarhet att rapportera om alla framgångsrika partier även om de är populistiska, medan andra journalister inte ser det så.

Johansson och Strömbäck (2019) förklarar att just mediebevakningen av partier, och framför allt under valrörelsen, är viktig för vår demokrati. Både partier, dess ledande politiker och det “vanliga” folket ger nyhetsmedier stor makt och partierna förstår den stora betydelsen som medier har för valresultaten. När det kommer till nyhetsmedier kan dock Johansson och Strömbäck (2019) se att det finns en skillnad i hur olika medier bevakar valrörelserna. De kunde speciellt se skillnader mellan morgontidningar och kvällstidningar. Till exempel har kvällstidningar en mer omfattande politisk nyhetsrapportering om den svenska valrörelsen jämfört med morgontidningar. De kunde även se att partier generellt sett har fått en bättre behandling i morgontidningar jämfört med kvällstidningar.

4. Teori

Vi har valt att utgå ifrån gestaltningsteorin i vår studie. Vi kommer att koppla våra egna resultat till de gestaltningar som Herkman (2016a) har beskrivit som populistiska och som alla finns att hitta i nordiska medier.

Vi kommer att använda oss av en kvantitativ metod i vår studie och anser därför att gestaltningsteorin lämpar sig bäst, då vi utifrån denna teori kan kategorisera in materialet i olika gestaltningar. Diskursanalysen är också en teori som skulle kunna användas i en sådan här typ av studie, då den används för att förstå hur text och ordval uppfattas av människor och formar deras bild av verkligheten (Larsen 2018 s. 167; Thagaard 2013 s. 123). Den hade varit relevant om vi hade velat förstå hur olika formuleringar och ordval påverkar människor, men eftersom vi enbart fokuserar på gestaltningen av SD och hur den har förändrats över tid, är diskursanalysen inte aktuell. Denna analys kräver dessutom en mer djupgående kvalitativ undersökning, vilket inte lämpar sig för vår studie. Utöver gestaltningsteorin kan man även använda sig av dagordningsteorin – vilket innebär de frågor och nyheter som finns på redaktionernas dagordning (Shehata, 2019). Detta hade varit en relevant teori för oss att använda om vi enbart hade fokuserat på hur många gånger som SD förekommer i medier en vecka före respektive riksdagsval, men eftersom vi inte gör detta lämpar sig inte denna teori.

Det går även att argumentera för att nyhetsvärdering kan vara en intressant teori för oss att utgå ifrån. Av alla händelser som sker dagligen i vår värld är det enbart en liten del av dem som uppmärksammas av nyhetsmedier. Det sker alltså ett dagligt urval av vad som är tillräckligt viktigt/intressant för att bli en nyhet (Strömbäck, 2019). Strömbäck (2019) nämner Galtungs och Ruges teori *The Structure of Foreign News* som betonar att det finns olika faktorer som bidrar till att något blir en nyhet eller inte. En av dessa faktorer är kontinuitet – “ju mer en händelse ingår i en process som redan är en del av nyhetsflödet, som redan finns på mediernas dagordningar, desto större är sannolikheten att händelsen ska bli en nyhet” (Strömbäck, 2019, s. 175). SD är ett parti som det diskuteras och skrivs mycket om, speciellt inför riksdagsvalen. Partiet finns alltså redan på dagordningen hos många etablerade medier, vilket också kan tänkas vara en anledning till att medier väljer att skriva om dem så pass mycket som de gör. Det finns också ett visst nyhetsvärde i att skriva om ett parti som väcker så mycket reaktioner (både negativa och positiva) som SD gör – vilket i sig skapar en fortsatt vilja att rapportera om dem. Strömbäck (2019) förklarar att många journalister menar att en händelse som är dramatisk och spännande blir en nyhet. Nyhetsvärdering hade alltså varit en intressant teori för oss att använda oss av ifall vi vill diskutera hur frekvent SD förekommer i media, varför man väljer just de nyheterna som man gör om SD eller varför man ger SD så mycket plats i medier? Vår studie fokuserar dock inte på dessa frågor utan endast på att besvara hur morgon- och kvällstidningar gestaltar SD. Därför anser vi att gestaltningsteorin blir den mest optimala teorin för att få svar på våra frågeställningar, eftersom den fokuserar på hur någonting framställs eller uppfattas (Shehata, 2019).

4.1 Gestaltningsteorin

Gestaltningsteorin (*framing theory*) handlar i grunden om att beskriva hur en sakfråga framställs eller uppfattas. Begreppet myntades inom humaniora och den samhällsvetenskapliga forskningen och beskriver hur man skapar mening, tolkar och förstår det man är med om. Enligt det sociologiska perspektivet är gestaltningen en del av vår vardag då vi använder den för att beskriva vår verklighet (Strömbäck, 2019).

Inom medieforskning är professorn Robert M. Entmans definition av gestaltningsteorin, från 1993, den mest förekommande. Han beskriver teorin som ett konsekvent sätt att förklara och förstå styrkan i skriven text, det vill säga vilket inflytande en text, ett tal eller en nyhetsrapport kan ha på det mänskliga medvetandet. Teorin handlar om urval och hur man väljer att belysa några aspekter av en nyhetshändelse genom att göra dem mer framträdande för att främja en viss part, problematisering eller världsbild (Entman, 1993), omedvetet eller medvetet (Strömbäck, 2019).

Vidare menar Entman (1993) att gestaltningsteorin spelar en stor roll i utövandet av politisk makt då gestaltningen i medier påverkar hur publiken uppfattar politiska diskurser och uttalanden. Samtidigt kan en alltför tydlig gestaltning av ett parti eller politisk diskurs ligga journalistiken i fatet när en allmänt accepterad uppfattning målas upp i ett annat sken. Publiken kan uppfatta medier som icke trovärdiga eller kan ha svårt att förstå medier. Kraften i gestaltning är därmed lika stor som språket själv (Entman, 1993).

4.1.1 Herkmans gestaltningsteori om populism

För att kunna genomföra denna studie behöver vi först förstå hur populistiska partier gestaltas i medier idag. Herkman (2016a) har tagit fram fem olika sätt att gestalta populismen på, som alla finns i den nordiska mediebevakningen och som vi kommer att utgå ifrån i vår undersökning. Eftersom Herkman tidigare har forskat om hur populismen har gestaltats i tidningar, en månad före de första riksdagsvalen i Danmark, Norge, Sverige och Finland under 2010-talet, har han skapat tydliga ramar som vi kan använda oss av. Herkman har alltså redan identifierat en teori för hur populism kan gestaltas i media. Vi ser därför ingen anledning att åter identifiera en ny teori om populism, utan vi väljer att använda hans fem populistiska gestaltningar i vår studie: nationalistisk, nativistisk, tom retorik, politisk rörelse och folkets röst. Dessutom bygger Herkmans gestaltningsteori på en studie som bland annat fokuserade på svenska medier, vilket även vår studie gör. Vi hoppas därför på att vår studie ska hitta liknande tendenser som Herkman gjorde i sin. Vidare menar Herkman (2016a) och andra forskare att SD är ett populistiskt parti, därför har vi valt att utgå från att SD alltid gestaltas som populistiska. Vi anser alltså att det alltid finns en populistisk gestaltning i alla artiklar i vårt material. Nedan följer en mer utförlig beskrivning av varje enskild gestaltning – detta för att öka replikerbarheten och tydliggöra skillnaderna mellan Herkmans populistiska gestaltningarna.

Den *nationalistiska gestaltningen* bygger, precis som det låter, på en nationalistisk idé om att det egna landets traditioner, historia, språktillhörighet och kultur är ultimata. Det finns en

nostalgisk längtan efter “den gamla goda tiden” (Herkman, 2016a). Denna gestaltning av populism överensstämmer väl med Taggarts (2004) idé om ett “hjärteland”, en idealiserad uppfattning om samhället (Taggarts, 2004) eller som en retrospektiv utopi (Engesser, Ernst, Esser & Büchel, 2017; Priester, 2012). Den nationalistiska gestaltningen tar sig ofta uttryck i fraser som “gör Sverige tryggt igen” (Demker, 2022), “We want our country back” och “Make America Great Again” (Flew & Iosifidis, 2019).

Den *nativistiska gestaltningen* står i nära relation med den nationalistiska gestaltningen men skillnaden är att nativistiska fokuserar på negativ och fientlig exkludering av andra – till exempel nazism och rasism. Denna definition stämmer väl överens med extrem eller radikal höger (Herkman, 2016a). När denna gestaltning syns är det ofta i form av fientlighet mot de främmande och invandrare – det skapas ett tydligt vi mot “de farliga andra”. Ett talande exempel på detta var när Donald Trump ville bygga en mur för att stänga ute mexikanerna (Kang & Yang, 2021; Vasque, 2021).

Gestaltningen *tom retorik* används för att locka till sig väljare genom enkla förslag, fula knep och lättförståelig populistisk retorik. Gestaltningen används negativt och kritiserar andra politiker och deras beslutfattande utan vidare motivering eller egna förslag. Partier kommer med tomma löften som inte resulterar i någon politisk handling, trovärdighet eller ansvarstagande (Herkman, 2016a). Gestaltningen används av populistiska partier, men också av andra som motsätter sig de populistiska partiernas politik utan vidare förklaring – till exempel genom en ovilja att samarbeta politiskt.

Den *politiska rörelse-gestaltningen* skiljer sig från de andra gestaltningarna och närmar sig populismen på ett mer neutralt sätt. Gestaltningen beskriver populistiska partier med samma rättigheter och skyldigheter som andra partier – alltså som vilket annat etablerat parti som helst (Herkman, 2016a). Gestaltningen får ett populistiskt parti att framstå som ett “vanligt” parti och skulle i praktiken också kunna användas på icke-populistiska partier.

Gestaltningen *folkets röst* är den enda av Herkmans populistiska gestaltningar som är positiv till populismen. Denna gestaltningen används när populistiska partier uttryckligen säger sig vara en “del av folket” (Herkman, 2016a; Elmgren, 2015). Den hänger ihop med Laclau’s (2005) teori som handlar om att populismen vill få med sig “folket” i en politisk agenda (Herkman, 2016a). Detta är ett typexempel på populism, se avsnitt 2.2 *Definition av populism*.

Sammanfattningsvis finns det tydliga skillnader mellan Herkmans (2016a) fem gestaltningar av populism i nordisk press, samtidigt som de i många fall överlappar och används parallellt. Till exempel ligger den nationalistiska gestaltningen – viljan av att ha ett hjärteland – nära den nativistiska gestaltningen – exkluderandet av invandrare. Detta uppmärksammar även Herkman i sin studie, då han kodar både en huvudgestaltning och en sekundär gestaltning i dessa fall (2016a). I kodboken finns gestaltningarna beskrivna för att underlätta arbetet vid datainsamlingen, se *bilaga 1*.

5. Syfte och frågeställningar

Syftet med vår studie är att undersöka hur det svenska populistiska partiet Sverigedemokraterna har gestaltats i morgon- och kvällstidningar en vecka före riksdagsvalen 2010 och 2022. Vi vill se om gestaltningen av partiet har förändrats över tid och hur de två största morgontidningarna och de två största kvällstidningarna i Sverige har gestaltat Sverigedemokraterna i samband med riksdagsvalen.

Frågeställningar:

1. Vilken gestaltning är den mest förekommande när Sverigedemokraterna beskrivs i morgon- och kvällstidningar en vecka före riksdagsvalen 2010 och 2022?
2. Har användandet av gestaltningarna förändrats över tid och i så fall hur?
3. Skiljer sig gestaltningarna åt mellan morgontidningar och kvällstidningar och i så fall på vilket sätt?

Vi kommer som tidigare nämnts använda oss av Herkmans gestaltningsteori om populism i nordisk press för att kategorisera hur SD har gestaltats i morgon- och kvällstidningar en vecka före riksdagsvalet 2010 och 2022.

För att besvara frågeställning nummer två kommer vi titta på hur frekvensen av gestaltningarna har förändrats över tid med hjälp av en kvantitativ innehållsanalys. För att besvara hur användandet har förändrats kommer vi koda ett antal variabler som mer djupgående kan förklara på vilket sätt förändringen har skett. Vi kommer till exempel kunna se vem som får komma till uttryck mest i varje artikel, vilken gestaltning som är den mest förekommande i olika artikeltyper och vilket tonläge som är den mest dominerande när SD beskrivs. Frågeställning nummer tre, som fokuserar på hur de olika gestaltningarna skiljer sig åt i morgon- och kvällstidningar, kommer vi att undersöka genom att titta på fyra olika tidningar och se på likheter respektive skillnader mellan dessa. Även här kommer vi kunna få en djupare bild av på vilket sätt tidningstyperna skiljer sig åt sinsemellan med hjälp av ett antal variabler som på andra sätt beskriver artiklarna. I nästkommande avsnitt, 6. *Metod och material*, finns en mer utförlig beskrivning av hur vi har gått tillväga och vilka avgränsningar vi har gjort.

6. Metod och material

För att få svar på våra frågeställningar kommer vi att göra en kvantitativ innehållsanalys med en deduktiv ansats. Syftet med vår studie är att undersöka hur det populistiska partiet Sverigedemokraterna har gestaltats i morgon- och kvällstidningar en vecka före riksdagsvalet år 2010 och 2022. Utifrån Herkmans gestaltningsteori om populism kommer vi att studera hur SD har gestaltats i fyra olika tidningar. Till vår hjälp har vi ett kodschema med 18 variabler som vi kommer att använda oss av för att koda i datorprogrammet SPSS. Nedan följer en utförlig diskussion kring val av metod och urval av material.

6.1 Metod

Vi har valt att använda oss av en kvantitativ innehållsanalys eftersom metoden lämpar sig bäst när man samlar in en stor mängd data och vill ha svar på förekomsten eller frekvensen av kategorier i materialets innehåll (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Towns & Wängnerud, 2017, s.198). Det innebär att vi på kort tid kan få fram stora mängder material som svarar på frågor som: hur ofta, av vem och i vilka variationer? (Esaiasson et al., 2017). Eftersom vi vill undersöka hur SD har gestaltats i morgon- och kvällstidningar en vecka före riksdagsvalet 2010 och 2022, kommer vi i huvudsak att granska hur artikeln är skriven. Vilka ordval förekommer i de valda tidningarna och hur beskrivs partiet? Det vi upptäcker kategoriseras sedan in i olika förutbestämda variabler baserade på Herkmans gestaltningsteori om populism. Dessa går att hitta i kodboken i bilaga 1, variabel 18. Vi kommer inte jämföra gestaltningen av SD med gestaltningen av andra populistiska partier, utan enbart undersöka hur gestaltningen av SD har förändrats över tid.

Genom att använda sig av en deduktiv ansats utgår vi från redan etablerade teorier, i detta fall Herkmans teori om populism i Norden, som vi jämför mot det insamlade materialet (Ekström & Johansson, 2019). Med enbart en kvantitativ metod kan man argumentera för att vi missar vissa förhållanden som kan påverka hur SD har gestaltats i morgon- och kvällstidningar. En kvalitativ undersökning hade möjliggjort en djupare analys av materialet, då det går att ställa fler frågor och uppföljningsfrågor till materialet (Larsen, 2018). Däremot menar Esaiasson et al. (2017) att föreställningen om att skillnaden mellan kvantitativa och kvalitativa metoder, som är att räkna och att tolka, inte stämmer och att man måste tolka materialet innan man börjar koda. I vår undersökning behöver vi tolka och förstå sammanhanget som SD nämns i för att kunna koda artiklarna. På så sätt blir även tolkningen en betydande del av kodningen (Esaiasson et al., (2017). Det är viktigt att undersökningens frågeställningar går att besvara med hjälp av variablerna i en kvantitativ undersökning. Detta för att öka resultatvaliditeten – alltså att man mäter det man påstår att man ska mäta (Esaiasson et al., 2017). Mot denna bakgrund väljer vi att enbart använda oss av en kvantitativ metod.

6.1.1 Operationalisering

Genom att använda en kvantitativ innehållsanalys utgör kodboken en central länk mellan studiens teori och material – “den operationaliserar studien” (Karlsson & Johansson, 2019,

s.180). När vi operationaliserade vår teori till analyserbara variabler använde vi oss av Herkmans (2016a) studie. Med hjälp av de gestaltningsteorier som Herkman redan identifierat kan vi skapa vår egen kodbok med olika variabler som ger svar på våra frågeställningar. Genom kodboken och dess variabler kommer vi sedan kunna kvantifiera materialets innehåll.

Vi har valt att använda oss av 18 variabler i vår kodbok. Exempelvis omvandlas Herkmans gestaltningsteorier till en variabel som fokuserar på hans fem olika gestaltningar för att få svar på vår första frågeställning. Den viktigaste operationaliseringen i vår studie skedde när vi omvandlade Herkmans gestaltningsteorier till variabel 18 i kodboken. Karlsson och Johansson (2019) förklarar att när man bryter ner teorin till något mätbart, i detta fall variabler, sker en operationalisering.

Vår andra frågeställning handlar om hur användandet av gestaltningarna har förändrats över tid. Vi vill alltså undersöka om det finns några förändringar i hur SD har gestaltats av de fyra tidningarna för studien, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen, år 2010 och 2022. Därför har vi en variabel som identifierar publiceringsåret för artikeln (variabel 3). Genom att använda oss av en variabel som identifierar om det är en morgon- eller kvällstidning (variabel 4), kan vi undersöka om gestaltningarna skiljer sig åt mellan morgon- och kvällstidningar, vilket är vår tredje frågeställning. En djupare diskussion kring kodboken förs längre ner i avsnitt 6.2.2 *Diskussion kring kodboken*.

6.2 Material

Vi har valt att utgå ifrån de största morgon- och kvällstidningarna i Sverige för att undersöka hur gestaltningen av det populistiska partiet Sverigedemokraterna har sett ut och hur gestaltningen har förändrats över tid. Eftersom en av våra frågeställningar fokuserar på att undersöka hur gestaltningarna skiljer sig åt mellan morgon- och kvällstidningar anser vi att det är relevant att använda oss av tidningar som är både rikstäckande och som dominerar marknaden, vilket är morgontidningarna Dagens Nyheter (DN) och Svenska Dagbladet (SvD), samt kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen. Tillsammans är de störst bland svenska tidningsläsare, både vid riksdagsvalet för tolv år sedan och årets riksdagsval 2022.

Tabell 1. Totalt antal läsare

	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen
2010	474 000	308 000	350 000	313 000
2022	870 000	497 000	1 078 000	1 003 000

Kommentar: Tabellen bygger på antal läsare i print för 2022 respektive det totala antalet läsare för 2010. Detta gör att siffrorna inte riktigt stämmer överens med den totala nettoräckvidden 2022. Då vi enbart kodar artiklar i tidningarnas pappersutgåva är denna siffra däremot mest relevant för 2022. Det finns inte siffror för nettoräckvidd från 2010. **Källa:** Kantar/Sifo – Orvesto Konsument.

För att ha tid att gå igenom allt material behöver vi dra en gräns då vi är medvetna om den tid vi har till förfogande för studien. Därför kommer vi enbart att fokusera på artiklar som är publicerade i tidningarnas pappersupplaga. Vi väljer alltså att inte inkludera de artiklar som

har publicerats på webben, vilket kan påverka studiens validitet. Om vi hade valt att inkludera webbpublicerade artiklar hade vi dels kunnat få ett större urval av material, dels hade studiens validitet ökat. Tidigare forskning visar däremot på likheter mellan publiceringen på webb och i print, där skillnaden mellan dessa var ytterst liten. Till exempel var antalet artiklar om SD i Dagens Nyheter 16 i print, respektive 14 på webben näst sista veckan före valet 2010 (Ghersetti, 2011). Studien visar tydligt att det under 2010 fanns minimala skillnader mellan webb och print. Det går att argumentera för huruvida Ghersettis (2011) studie fortfarande är relevant år 2022 då mycket utvecklats på webben, eftersom tidningarna 2022 publicerar majoriteten av sina artiklar även på webben. Dock väljer vi ändå att enbart fokusera på tidningarnas pappersupplagor då vi tror att vi utifrån det kan dra generella slutsatser om hur den rikstäckande mediebevakningen gestaltar SD.

Som tidigare nämnts (se avsnitt 1. *Inledning*) finns det skillnader i hur morgon- och kvällstidningar rapporterar och skriver om händelser. Kvällstidningar har ett större fokus på skandaler och gestaltar ofta politiken som ett spel fyllt av strategier, medan morgontidningar fokuserar mer på sakfrågor – både samhälle och politik (Johansson, 2017; Johansson & Strömbäck, 2019). Detta är anledningen till varför vi har valt att studera just morgon- och kvällstidningar. Det är intressant att se om det finns skillnader i hur tidningarna väljer att gestalta och rapportera om ett populistiskt parti som SD – speciellt när partiets medlemmar ibland nämns i samband med skandaler. Till exempel rapporterade kvällstidningen Expressen (2022, 14 oktober) om SD-politikern Rebecka Fallenkvist som togs ur tjänst efter att ha uttryckt sig problematiskt om Anne Frank. Fallenkvist kallade henne för “sedeslös” och “kåtheten själv” i en story på Instagram.

Anledningen till att vi valt att undersöka två morgontidningar och två kvällstidningar är för att vi vill få en bättre uppfattning om hur gestaltningen av SD har sett ut. Om man endast undersöker en morgontidning och en kvällstidning blir materialet smalare, och de slutsatser som vi hade kunnat dra hade inte varit lika säkra (Larsen, 2018). Vi har därför valt att analysera fyra tidningar, två av varje tidningstyp.

I vår studie har vi valt att koncentrera oss på enbart riksdagsvalet, alltså inte de övriga valen på regional och kommunal nivå. Eftersom vi utgår från rikstäckande tidningar, där riksdagsvalet helt dominerar rapporteringen, bedömer vi att det är det valet som vi vill fokusera på i vår studie. Vi kommer däremot inte att sälla bort artiklar som handlar om SD i region- eller kommunvalet då detta också är tillfällen där partiet får synas i tidningarna och de kan på så sätt påverka riksdagsvalet.

Vi har valt att studera tidningarna en vecka före riksdagsvalet 2010 och 2022, då 2010 var det året som SD kom in i riksdagen och 2022 var året som SD blev Sveriges näst största parti. Vår ursprungliga idé var att studera alla riksdagsval mellan 2010 och 2022, alltså även 2014 och 2018 års riksdagsval. Detta insåg vi dock var alltför tidskrävande. Vår hypotes är att det är störst skillnad mellan år 2010 och 2022 i hur SD har gestaltats, mot bakgrund av det som diskuteras i inledningen.

Vi kommer att undersöka alla artiklar som Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter har publicerat om SD en vecka före riksdagsvalet 2010 och 2022. Vi väljer

att koda artiklar från en vecka före valet då tidigare forskning visat på en tydlig ökning av artiklar under denna tidpunkt. Exempelvis publicerade kvällstidningarna i genomsnitt åtta artiklar i en dagsupplaga fyra veckor före valet 2018, jämfört med 18 artiklar kvällen före valdagen (Johansson & Strömbäck, 2019). Materialet är därför som störst veckan före valet vilket är anledningen till att vi valt just det tidsspännet. Vi förstår att resultatet hade kunnat bli annorlunda om vi hade valt en längre tidsperiod.

Vi har valt att inte begränsa vårt material till enbart journalistiskt skrivna artiklar. Vi undersöker alltså tidningen som helhet. Insändare och debattartiklar, där andra människor i samhället får möjlighet att bidra med sina åsikter, är en bidragande faktor till hur SD har gestaltats i morgon- och kvällstidningar. Detta kan kopplas tillbaka till teorin om nyhetsvärdering som vi diskuterar i avsnitt 4. Redaktionerna gör dagligen ett urval av vad som ska bli en nyhet och vad de vill publicera i tidningen. Då handlar det inte enbart om nyhetsartiklar, utan även om allt ifrån insändare och ledare till kultureportage och enkäter. Redaktionerna beslutar själva om vad som får utrymme i tidningarna, vilket påverkar hur något framställs – i detta fall SD. Redaktionerna kan välja att ha med en insändare som antyder att SD är ett främlingsfientligt parti, eller att ha med en debattartikel som argumenterar för att SD är det enda partiet som egentligen bryr sig om Sverige. Det spelar alltså ingen roll om det är privatpersoner, politiker eller myndigheter som skriver dessa typer av artiklar. Vi anser ändå att det är väsentligt att inkludera dessa i vårt material för att ge en rättvis bild av hur de fyra tidningarna gestaltar SD. Hade vi valt bort vissa typer av artiklar hade studiens material begränsats och minskat till enbart det journalistiska materialet. Studien hade även fått mindre relevans om en viss mängd material hade valts bort. Vi vill alltså fokusera på allt det publicerade materialet i de fyra papperstidningarna och har därför valt att inkludera alla typer av artiklar där ordet Sverigedemokrat eller SD förekommer (se avsnitt 6.2.1 *Urval av material*), med syfte att besvara våra frågeställningar om hur de fyra största tidningar i Sverige har valt att gestalta SD en vecka före riksdagsvalet. Däremot bör det poängteras att material till största del består av nyhetsartiklar.

6.2.1 Urval av material

När vi samlade in materialet från de fyra tidningarna använde vi oss av Mediearkivets databas *Retriever*, som är en gratisjänst för studenter på Göteborgs Universitet. I databasen kan man söka på olika tidningars artiklar från olika datum och få fram pdf:er på dessa artiklar, som går att spara. Vid det första tillfället som vi samlade in material använde vi sökordet “Sverigedemokraterna”. Vi trodde att vi fick tillgång till allt material med det sökordet, men vi märkte att det saknades många av Expressens artiklar från 2010. Vi behövde alltså få tillgång till de artiklar som saknades från Expressen på ett annat sätt, vilket vi fick med hjälp av databasen *Svenska dagstidningar* på Göteborgs universitetsbibliotek.

När vi hade samlat in materialet den första gången diskuterade vi vårt val av sökord och kom fram till att vi borde få en bredare sökning genom att använda sökorden “Sverigedemokrat*” och “SD”. Genom att lägga till en asterisk på sökordet utökade vi vår sökning, som inkluderade alla ord som började med Sverigedemokrat. Valet att ha SD som en del av

sökordet kom vi fram till genom att vi testade att enbart söka på SD och då fick fram betydligt fler artiklar som enbart benämnde partiet som SD. Efter ändringen av sökorden fick vi fram närmare dubbelt så många artiklar jämfört med den tidigare sökningen.

Anledningen till att vi från början inte tänkte ha med SD som sökord var att vi trodde att journalister inte benämner förkortningen på ett parti utan att också skriva ut partiets fulla namn. Vi trodde alltså att alla artiklar som har SD i sig också innehöll ordet Sverigedemokrat, vilket inte stämde. Det material som vi redan hade samlat in valde vi att dubbelkolla med de nya sökorden för att vara säkra på att vi inte hade missat någon artikel. I vissa fall har sökorden SD och Sverigedemokrat* förekommit i det insamlade materialet, men exempelvis enbart i en kontext där tidningen hänvisar till artiklar på webben och som ej har publicerats i tidningen under den valda perioden. Dessa artiklar har vi valt att inte inkludera i materialet.

Det går att argumentera för att vi borde haft "Jimmie Åkesson" eller "Åkesson" som sökord, då vi upptäckte att det fanns artiklar där enbart partiledaren nämndes. Dessa sökord valde vi dock bort då vårt syfte med studien är att undersöka hur partiet SD framställs och inte enskilda partirepresentanter i partiet.

Trots att vi ändrade sökorden märkte vi att det blev en del bortfall bland materialet i Retriever. I vissa fall resulterade sökningen i en artikel som inte överensstämde med informationen om artikeln som Retriever visade. Dessa artiklar fanns inte heller att hitta på Göteborgs stadsbibliotek. Istället kontaktade vi Ekonomiska biblioteket i Göteborg som i sitt arkiv gav oss tillgång till de saknade artiklarna.

Det insamlade materialet resulterade i totalt 409 artiklar, varav 230 artiklar är från 2022 och 179 artiklar är från 2010. Skillnaden i antalet artiklar i morgon- och kvällstidningarna var nästan obefintlig år 2010 (87 kontra 92). Däremot var skillnaderna betydligt större 2022, där morgontidningarna hade 140 artiklar jämfört med kvällstidningarna som hade 90 artiklar.

På grund av att insamlingsprocessen har känts osäker eftersom vi inte har fått fram alla de artiklar vi har sökt, har det skapat en viss osäkerhet gällande Retriever som vår främsta insamlingskälla. Eftersom ett antal artiklar saknades i Retriever från DN, Expressen och SvD, finns det en risk att det har blivit fel även vid andra tillfällen. Vi är väl medvetna om att det finns en risk för enstaka bortfall i vårt material, men vi anser ändå att bortfallet är så pass litet att det inte borde påverka materialet i stort. Detta kan vi dock inte vara helt säkra på. Vi kan med säkerhet säga att vi saknar fyra artiklar, två från SvD 2010, en från DN 2010 och en från Expressen 2022. Dessa fanns på Retriever men texten stämde inte överens med rubriken på den artikel om SD som kom upp. Vi hittade dem inte heller när vi manuellt gick igenom tidningsartiklar i databasen Svenska dagstidningar. Då det endast är fyra artiklar som vi saknar anser vi däremot att detta inte kommer att påverka resultatet avsevärt.

6.2.2 Diskussion kring kodboken

Vårt första utkast till kodboken innehöll totalt 18 variabler. Efter diskussion reviderade vi variablerna till 14 stycken då vissa variabler var överflödiga, exempelvis vilket ämne artikeln handlade om – sport, kultur och ekonomi. Dessa bidrog inte till vår studie och därför valde vi

att ta bort dem. Vi genomförde därefter en provkodning av åtta slumpmässigt utvalda artiklar från vardera år och tidning. Provkodningen skedde enskilt, för att undersöka kodbokens självständighet och replikerbarhet. Resultatet visade dock på flera brister – vi behövde konkretisera varje variabel mer, vara noggrannare och skriva tydliga kodinstruktioner för att minska risken för tolkningsfel. Efter ytterligare genomarbetning lade vi till fyra variabler vilket resulterade i en kodbok med 18 variabler med operationaliseringar som verkar fungera. Den färdiga kodboken provkodades – på samma sätt som tidigare. Kodboken var nu mycket tydligare men vi var fortfarande oeniga i hur vi skulle tolka vissa frågor. Därför genomförde vi ytterligare en provkodning, och efter den specificerade och förtydligade vi kodinstruktionerna ytterligare. Efter detta var vi överens och redo att koda.

I variabel 18 har vi som sagt valt att fokusera på vilken av Herkmans populistiska gestaltningar som huvudsakligen används för att beskriva SD i artiklarna. Variabel 18 ligger till grund för studiens syfte och frågeställningar. Resterande variabler är lika viktiga men medan variabel 18 lägger grunden för studiens resultat behövs de andra variablerna för att kunna komplettera resultatet och för att man ska kunna förstå i vilken kontext Herkmans gestaltningar har använts.

Anledningen till att vi enbart har valt att koda en huvudgestaltning och inte ytterligare gestaltningar som förekommer, men som tar mindre plats i artikeln, är för att vi anser att det är viktigare med en huvudsaklig gestaltning än eventuella övriga gestaltningar som kan förekomma. Vi anser också att det minskar risken för att vi kodar olika genom att ha ytterligare en variabel.

Variabel 12–15 utgår ifrån fyra kategorier – politik, ideologi, skandal och det politiska spelet. Efter insamlingen av materialet upplevde vi att artiklarna generellt belyser någon av dessa fyra. Det är relevant för vårt syfte att koda detta då det ger en tydligare bild av gestaltningarna och kan hjälpa oss när vi till exempel svarar på frågeställning nummer två: *Har användandet av gestaltningarna förändrats över tid och i så fall hur?* Således kan vi också dra slutsatser kring huruvida en viss typ av kategori har minskat mellan år 2010 och 2022, och om det kan ligga till grund för att en viss gestaltning har minskat. Med politik menar vi sakfrågor och konkreta politiska mål, medan ideologi syftar på den ideologi som SD grundades på (se avsnitt 2.3 *Sverigedemokraterna ur ett historisk perspektiv*).

Beskrivningarna finns med i kodboken under variabel 12–15. Vi utgår också ifrån hypotesen att SD som parti, eller politiker inom partiet, är skandalomsusade. Denna hypotes bygger på att SD generellt sett är det partiet som blivit mest kritiserat i medier. Tidigare forskning visar också att SD ofta fått en ogynnsam rapportering på grund av skandaler de varit delaktiga i (Johansson & Strömbäck, 2019). Ett exempel är sverigedemokraten Rebecka Fallenkvist som efter riksdagsvalet år 2022 hamnat i blåsväder. Dels, som tidigare nämnts, kring uttalandet om Anne Frank, dels när hon under valnatten sa “helg seger”, vilket fick stor uppmärksamhet för att ha anspelat på den nazistiska frasen “hell seger”.

Vi lade också till variabel 4 för att kunna dra generella slutsatser kring morgon- och kvällstidningar i stort, inte enbart de valda tidningarna för sig. Vi valde också att lägga till en variabel som mäter hur stort utrymme artikeln får i tidningen (variabel 7), för att möjliggöra

slutsatser om hur stor plats de olika gestaltningarna får.

Genomgående går det att diskutera om flera av de variabler som vi har med i vår kodbok besvarar frågeställningarna, till exempel variabel 6, 9 och 17, något som vi också diskuterade under sammanställningen av de olika variablerna. Vi kom däremot fram till att dessa är nödvändiga för att vi ska kunna besvara frågeställning nummer två och frågeställning nummer tre – *hur* har gestaltningen av SD förändrats? Vi vill även kunna göra en djupare analys av det publicerade materialet i en tidning och inte enbart hela tidningen. För att kunna dra generella slutsatser och höja den externa validiteten behöver vi kunna ställa gestaltningarna i förhållande till något ytterligare. Kanske har den nativistiska gestaltningen minskat generellt, men är mer vanlig i debattartiklar år 2022 än 2010? De variabler vi väljer att presentera i vårt resultat är de variablerna, som i förhållande till varandra, fördjupar det generella resultatet. Alla variabler kommer alltså inte att presenteras i resultatdelen, utan endast de som är mest relevanta.

6.2.3 Utförande av kodning

När vi utförde vår kodning av vårt insamlade material utgick vi från vår kodbok. Eftersom alla variabler hade tydliga kodinstruktioner var det enkelt att följa kodboken. I vissa fall upptäckte vi dock att kodinstruktionerna hade kunnat vara tydligare, läs mer om detta i *avsnitt 6.2.4 Validitet och Reliabilitet*. När vi kodade variabel 18 *Vilken av Herkmans populistiska gestaltningar används huvudsakligen för att beskriva Sverigedemokraterna?* läste vi först tydligt igenom artiklarna och letade efter ord och beskrivningar av SD som kunde passa i en av Herkmans populistiska gestaltningar. I vissa fall presenterades olika gestaltningar av SD i en artikel och då valde vi att koda den gestaltning som syntes tydligast i artikeln – alltså en huvudgestaltning.

Herkman (2016a) menar att SD är ett populistiskt parti, och därmed gestaltas SD per definition alltid som populistiskt. Detta betyder att alla 409 artiklar som vi har kodat finns med i resultatet som visar andelen gestaltningar i förhållande till bland annat 2010 och 2022. Herkmans fem gestaltningar är alla så pass olika att de har täckt alla de typer av artiklar som vi kodat. SD porträtteras alltså alltid i vår undersökning som ett populistiskt parti, frågan är bara hur? I vissa fall har det till exempel tydligt stått “Sverigedemokraterna är ett främlingsfientligt parti”, dessa artiklar har kodats med en nativistisk gestaltning. I andra fall nämns SD i samband med opinionsmätningar där de presenteras som vilket annat parti som helst – dessa har kodats med gestaltningen politisk rörelse.

6.2.4 Validitet och reliabilitet

För att upprätthålla god validitet och reliabilitet behöver vi vara transparenta med hur vi gått tillväga i vår studie och vad som kan ha påverkat vårt resultat (Esaiasson et al., 2017). Vi har varit så objektiva och transparenta som vi kan vara genom hela processen och vi har försökt att göra kodboken fri från så många tolkningsmöjligheter som möjligt. Detta för att alltid kunna följa en mall och inte behöva fatta ett eget beslut.

Med frågeställning nummer tre vill vi undersöka skillnaderna i hur morgon- och kvällstidningar gestaltar SD. Vi är väl medvetna om att vi inte kan dra några större generella slutsatser om hur morgontidningar gestaltar SD med tanke på att vi inte undersöker alla Sveriges stora morgontidningar. Vi undersöker endast de två största: Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter. Tidningar som Göteborgs-Posten och Sydsvenskan är också morgontidningar med stor räckvidd (Kantar Sifo, 2022), men dessa väljer vi att inte inkludera i vår studie. Vi kommer däremot kunna dra mer generella slutsatser om hur kvällstidningar gestaltar SD eftersom Sverige bara har två rikstäckande kvällstidningar: Aftonbladet och Expressen (Kantar Sifo, 2022). För att det ska bli en jämn fördelning mellan de olika typerna av tidningar väljer vi därför att endast undersöka de två största morgontidningar. Dagens Nyheter och Aftonbladet är även de tidningarna som Herkman (2016a) valt att undersöka i sin studie. Därför väljer vi att använda de tidningarna, samt de tidningar med näst störst läsekrets i vardera tidningskategori. Vi anser därför att vi kan dra slutsatser om hur morgontidningar och kvällstidningar gestaltar SD utifrån dessa fyra tidningar. Man kan också argumentera för att vi utgår från tidningar som är rikstäckande, vilket Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen är. Vi förstår att resultatet på frågeställning nummer tre hade kunnat bli annorlunda och mer generaliserbart ifall vi hade valt att undersöka fler morgontidningar – något som kan påverka uppsatsens validitet. Som tidigare nämnts väljer vi även att enbart undersöka material från en vecka före riksdagsvalet 2010 och 2022 eftersom det är under den veckan som mest material publiceras, vilket vi anser bidrar till ett stort urval. Vi är medvetna om att även detta hade kunnat påverka uppsatsen resultat och i sin tur validiteten.

Efter kodningen, där vi sammanlagt kodat 409 artiklar, förstod vi att en av de variabler vi arbetat fram inte var relevant för vår undersökning. Dessutom saknade den god operationalisering. Detta gällde variabeln *Får artikeln synas på tidningens förstasida?*. Variabelns kodinstruktioner var inte tillräckligt snäva och kopplades inte till gestaltningsteorin. Den syftade mer till teorin nyhetsvärdering eftersom den fokuserar på vad redaktionerna anser ska hamna på förstasidan, vilket vi inte fokuserar på i vår studie. Vi valde därför att ta bort denna variabel efter kodningen, vilket gör att vi slutligen fick 18 variabler.

För att säkerställa att den resterande kodningen har gått rätt till genomförde vi ett reliabilitetstest. Anledningen till detta är att vi vill minska risken för slumpmässiga misstag och slarvfel i studiens resultat (Esaiasson et al., 2017). Vi kodade om 90 artiklar, 30 artiklar vardera, varav ingen fick koda samma artikel som i den ursprungliga kodningen. Eftersom alla tidningar från respektive år hade olika antal artiklar tog vi procentuellt ut lika stor andel artiklar från varje tidning från varje år. Testet visade att vi generellt sett hade kodat och förstått de 18 variabelernas kodinstruktioner på samma sätt och att operationaliseringen generellt sett hade blivit lyckad. Detta innebär också att vi har en god begreppsvaliditet vilket i sin tur innebär frånvaro av systematiska fel (Esaiasson et al., 2017). Sammanlagt blev det 1530 enheter i reliabilitetstestet (17 variabler x 90 artiklar), detta då vi inte räknade med variabel 2 *Kodare* eftersom den alltid blir olika. Av dessa enheter hade vi kodat 132 olika och 1398 enheter lika. Detta gav oss en överensstämmelse på 91 procent, vilket gör att vi anser att vår studie får god reliabilitet. Den ökar ytterligare genom att vi har reflekterat över de misstag

vi gjort och är transparenta med dessa. Misstagen vi upptäckte i reliabilitetstestet ändrade vi i den ursprungliga kodningen för att säkerhetsställa att resultatet skulle bli så korrekt som möjligt.

Variabel 16 och variabel 18 kodade vi sinsemellan olika flest antal gånger under reliabilitetstestet. Däremot var det 81 procent respektive 83 procent som överensstämde, vilket visar på god reliabilitet. Det finns en viss problematik i att nästan 20 procent av variabel 18 kodats olika då den ligger till grund för hela vår studie. Den svarar nämligen på vilken av Herkmans (2016a) populistiska gestaltningar som har använts för att beskriva SD. Detta minskar vår studies validitet då vi ser att variabel 18 lämnar mycket utrymme för egen tolkning. Operationaliseringen hade kunnat bli bättre och kodinstruktionerna till denna variabel hade kunnat vara tydligare, vilket vi först förstod efter reliabilitetstestet. Vi anser dock inte att det kommer påverka vårt resultat i alltför stor utsträckning då 83 procent var överensstämmande, dessutom kodade vi denna gestaltning olika ungefär lika ofta 2010 som 2022. På variabel 10, *Vad är det för typ av artikel?*, hade vi, av de 90 artiklarna, kodat olika 15 gånger. Det var dock intressant att se att vi hade kodat olika på variabeln dubbelt så många gånger 2022 jämfört med 2010. Anledningen tror vi är att gränserna för vad som är en viss typ av artikel är mer utsuddade år 2022 jämfört med förr. Tidningarnas uppbyggnad och former har ändrats över tid. När vi kodade artiklarna upplevde vi att det oftare stod till exempel ledare, debatt eller krönika i tidningarna 2010, vilket gjorde det enklare att koda. Även detta påverkar studiens resultat och validitet, speciellt när det kommer till tabell 9, tabell 10 och tabell 11 – som visar nyhetsartiklar, debattartiklar och ledare.

Sammanfattningsvis anser vi att med hjälp av kodboken får vi en tydlig bild av hur Herkmans (2016a) populistiska gestaltningar har använts i morgon- och kvällstidningar en vecka före valet 2010 och 2022. Vi använder oss alltså av en etablerad teori baserad på tidigare forskning vilket gör att vi både besvarar vår frågeställning om hur ett populistiskt parti som SD (Ekström et al., 2020) har gestaltats i morgon- och kvällstidningar och att vi kan se tydliga skillnader mellan 2010 och 2022. Vi har använt oss av trovärdiga tidningar och varit noggranna i insamlandet av material. Trots att vi endast har undersökt material från en vecka före riksdagsvalet känner vi oss säkra i att vi har kodat ett tillräckligt stort material för att kunna uppnå en generaliserbarhet, med tanke på att det publiceras mest om riksdagsvalet vid denna tidpunkt (Johansson & Strömbäck, 2019). Genom vårt reliabilitetstest, där 91 procent var överensstämmande, blir vår studie tillförlitlig. Sammantaget ger detta oss en god resultatvaliditet.

7. Resultat och analys

Följande avsnitt innehåller en presentation av vår studies resultat samt en ingående analys av de viktigaste delarna av resultatet. I analysen tolkar vi och utvecklar resultatet mer djupgående, samt sätter resultatet i relation till teori och tidigare forskning. Detta för att kunna sätta in studien i ett större sammanhang och därmed kunna dra generella slutsatser. Studiens resultat grundar sig i Herkmans (2016a) gestaltningsteori om populism. Nedan följer en kort sammanfattning av vad gestaltningarna innebär, samt vilket material resultatet baseras på.

Den *nationalistiska* gestaltningen bygger bland annat på idén om det egna landets traditioner, språktillhörighet och kultur. Till exempel genom uttryck som “gör Sverige tryggt igen” och “Make America Great Again”. Den *nativistiska* gestaltningen kan innefatta nazism och rasism, och syns ofta i form av främlingsfientlighet – vi mot “de farliga andra”. Gestaltningen *tom retorik* används bland annat för att kritisera andra politiker/partier utan någon motivering, eller för att inte komma med egna lösningar på problemet. Gestaltningen *politisk rörelse* närmar sig populismen och populistiska partier på ett mer neutralt sätt jämfört med resterande gestaltningar. Denna gestaltning framställer populistiska partier som ett “vanligt” etablerat parti. Även fast dessa partier fortfarande har populistiska drag framställs de som ett parti med samma rättigheter och skyldigheter som andra partier (Herkman, 2016a). Gestaltningen *folkets röst* är positiv till populismen och används när populistiska partier säger sig vara en “del av folket” (Herkman, 2016a; Elmgren, 2015). I avsnitt 4.1.1 *Herkmans gestaltningsteori* finns en mer ingående beskrivning av vardera gestaltning.

I vår studie har vi valt att använda oss av material från Sveriges fyra största dagstidningar (Kantar Sifo, 2022), morgontidningarna Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, samt kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen. Det resulterade i 409 artiklar, varav 227 artiklar är från morgontidningarna och 182 artiklar är från kvällstidningarna. Den tidigare forskningen som förekommer i studien har till viss del använt sig av samma urval. Därför kan vi i vissa fall dra slutsatser när vi jämför vårt resultat med tidigare studies resultat. I andra fall får vi snarare undersöka ifall det finns liknande tendenser mellan de olika resultaten, dock utan att dra några generella slutsatser eftersom materialet i vissa fall skiljer sig åt. Nedan följer en djupgående beskrivning av resultatet för vår studie. I *bilaga 2* finns fler tabeller som kommer att redovisas i resultatet och diskuteras i analysen.

7.1 Resultat

Tabell 2. Vanligast förekommande gestaltning av Sverigedemokraterna under valrörelsens sista vecka 2010 och 2022 (procent/antal artiklar).

Gestaltning	Procent*	Antal artiklar
Nationalistisk	4	17
Nativistisk	20	80
Tom retorik	34	138

Politisk rörelse	41	166
Folkets röst	2	8
Summa	100	409

Kommentar: Tabellen bygger på antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i morgon- och kvällstidningar en vecka före valdagen 2010 respektive 2022. Tabellen visar överlag hur förekommande de olika gestaltningarna är. N=409. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Vår undersökning visar att Herkmans populistiska gestaltning politisk rörelse är den mest förekommande gestaltningen. Det betyder alltså att morgon- och kvällstidningar, en vecka före riksdagsvalet 2010 och 2022, främst gestaltar SD som vilket annat parti som helst. Detta innebär att även fast partiet är populistiskt framställs SD som de övriga etablerade partierna med samma rättigheter och skyldigheter. Politisk rörelse är alltså en gestaltning som även skulle kunna passa in på partier som inte är populistiska. Gestaltningen har använts i 41 procent av artiklarna, vilket går att se i tabell 2. Samma tabell visar att den näst vanligaste gestaltningen är tom retorik där 34 procent av artiklarna innehåller gestaltningen, därefter följer den nativistiska gestaltningen med 20 procent. Det är intressant att den nationalistiska gestaltningen och gestaltningen folkets röst används betydligt mindre, 4 respektive 2 procent, och därmed skiljer sig mycket från de resterande gestaltningarna.

Tabell 3. Gestaltningen av Sverigedemokraterna under valrörelsens sista vecka 2010 och 2022 (procent*).

Gestaltning	2010	2022
Nationalistisk	3	5
Nativistisk	25	16
Tom retorik	36	32
Politisk rörelse	35	45
Folkets röst	2	2
Summa procent	100	100
Antal	179	230

Kommentar: Tabellen bygger på antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i morgon- och kvällstidningar en vecka före valdagen 2010 respektive 2022. N=409. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Tabell 3 visar att användandet av gestaltningarna har förändrats över tid. Vårt resultat visar att det år 2010 var vanligast att gestalta SD med gestaltningen tom retorik medan gestaltningen politisk rörelse var den mest förekommande år 2022. Gestaltningen politisk rörelse har ökat från att förekomma i drygt var tredje artikel år 2010 till att förekomma i nästan varannan artikel år 2022. En ökning av denna gestaltning kan tolkas som en normalisering av partiet, vilket vårt resultat indikerar. Den nativistiska gestaltningen har däremot minskat mellan åren. År 2010 användes den i 25 procent av artiklarna, och år 2022

förekom den endast i 16 procent av artiklarna. Den nationalistiska gestaltningen har dock ökat mellan åren, med 2 procentenheter. Den enda gestaltningen som har legat på samma procentnivå genom åren är folkets röst.

Tabell 4. Vanligaste gestaltningen av Sverigedemokraterna i morgon- respektive kvällstidningar (procent*).

Gestaltningar	Morgontidning	Kvällstidning
Nationalistisk	6	2
Nativistisk	19	21
Tom retorik	31	37
Politisk rörelse	42	39
Folkets röst	2	2
Summa procent	100	100
Antal	227	182

Kommentar: Tabellen bygger på antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i morgon- och kvällstidningar en vecka före valdagen 2010 respektive 2022. Morgontidningar=Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, Kvällstidningar=Aftonbladet och Expressen. N=409. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Det övergripande resultatet från tabell 2 stämmer överens med resultatet i tabell 4 som visar den vanligaste gestaltningen i morgon- respektive kvällstidningar. I båda tidningstyperna är gestaltningen politisk rörelse den mest förekommande. Det går även att se att morgontidningarna använder sig av en nationalistisk gestaltning tre gånger oftare än kvällstidningarna, 6 procent kontra 2 procent. Den mest markanta skillnaden är däremot att kvällstidningar har en större andel av gestaltningen tom retorik, 37 procent jämfört med morgontidningarnas 31 procent. Utöver detta är det däremot svårt att se generella skillnader mellan morgon- och kvällstidningarna då de gestaltar SD på ett relativt liknande sätt. För att kunna se tydliga skillnader behöver vi istället undersöka hur de enskilda tidningarna gestaltar SD, vilket vi kommer att redovisa i kommande avsnitt.

7.1.1 Skillnader mellan vardera tidning

Tabell 5. Gestaltning av Sverigedemokraterna i morgon- och kvällstidningar under valrörelsens sista vecka 2010 och 2022 (procent*).

Gestaltning				
	DN	SvD	Aftonbladet	Expressen
Nationalistisk	6	7	1	2
Nativistisk	22	14	25	18
Tom retorik	32	28	36	39

Politisk rörelse	38	49	38	39
Folkets röst	2	2	-	3
Summa procent	100	100	100	100
Antal artiklar	139	88	73	109

Kommentar: Tabellen bygger på antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i artiklar från de olika tidningarna en vecka före valdagen 2010 och 2022. DN=Dagens Nyheter, SvD=Svenska Dagbladet. N=409. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Det går att se tydliga skillnader mellan tidningarna när man tittar på dem var för sig. Resultatet i tabell 5 visar att SvD sticker ut jämfört med de andra tidningarna, då gestaltningen politisk rörelse förekommer 10 procentenheter oftare än i de andra tidningarna. Som tidigare nämnts är gestaltningen tom retorik vanligare i kvällstidningar (tabell 4), men skillnaderna syns ännu tydligare när tidningarna jämförs var för sig. Det skiljer nämligen 10 procentenheter mellan morgontidningen SvD, som använder gestaltningen minst, och kvällstidningen Expressen, som använder den mest. SvD använder däremot den nationalistiska gestaltningen mest, 7 procent, jämfört med Aftonbladet som använder den minst, endast 1 procent. Ett resultat i tabell 5 som däremot förvånar är att morgontidningen DN och kvällstidningen Aftonbladet oftare gestaltar SD med en nativistisk gestaltning jämfört med SvD och Expressen. Det går alltså inte att skilja morgon- och kvällstidningar åt i detta avseende då det inte finns någon överensstämmelse mellan tidningarna inom tidningstyperna.

En likhet som syns mellan alla tidningar är däremot att de oftast gestaltar SD med en negativ ton, då 225 av 409 artiklar använder en negativ ton gentemot SD (se *bilaga 2*, tabell 7 & 8). Det innebär alltså att SD framställs på ett negativt sätt i de flesta artiklarna – till exempel genom att de får kritik. Resterande 184 artiklar har kodats med antingen en positiv, neutral eller balanserad ton. Det mest generella resultatet är att den negativa tonen är densamma år 2022 som år 2010 (se *bilaga 2*, tabell 8), trots att användandet av Herkmans gestaltningar har förändrats.

Det går däremot att konstatera att kvällstidningen Aftonbladet är den tidning som oftast benämner SD med en negativ ton, där tonen förekommer i över 65 procent av artiklarna (se *bilaga 2*, tabell 7). I Expressen och DN gestaltas SD med en negativ ton i nästan 60 procent av artiklarna, vilket skiljer sig från SvD som enbart använder den negativa tonen i drygt 30 procent av artiklarna. Det är intressant att se att när den negativa tonen väl används är det vanligast i samband med gestaltningen tom retorik, 50 procent, och den nativistiska gestaltningen, 31 procent (se *bilaga 2*, tabell 8). Resultatet visar även att det är vanligare att kvällstidningar skriver om skandaler (se *bilaga 2*, tabell 12). Därför är det inte förvånande att artiklarna i kvällstidningen Aftonbladet har den högsta andelen negativ ton. Vårt resultat visar att när väl SD nämns i samband med en skandal gestaltas de oftast med den nativistiska gestaltningen, följt av gestaltningen tom retorik.

7.1.2 Hur användandet av gestaltningarna har förändrats över tid

Tabell 6. Gestaltning av Sverigedemokraterna i morgon- och kvällstidningar år 2010 och år 2022 (procent*).

Gestaltning	Morgontidning		Kvällstidning	
	2010	2022	2010	2022
Nationalistisk	5	7	1	2
Nativistisk	25	14	24	18
Tom retorik	35	29	37	38
Politisk rörelse	35	47	35	42
Folkets röst	1	3	3	-
Summa procent	100	100	100	100
Antal	87	140	92	90

Kommentar: Tabellen bygger på antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i morgon- och kvällstidningar en vecka före valdagen 2010 respektive 2022. Tabellen visar hur vanlig varje gestaltning var för varje år och tidningstyp, samt det totala antalet gestaltningar för varje år. DN=Dagens Nyheter, SvD=Svenska Dagbladet. Morgontidningar=Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, Kvällstidningar=Aftonbladet och Expressen. N=409. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Som tidigare nämnts har det skett förändringar mellan år 2010 och år 2022 i hur SD har gestaltats. Det är intressant att se hur förändringen skiljer sig åt mellan morgon- och kvällstidningar. I morgontidningarna var både gestaltningen tom retorik och gestaltningen politisk rörelse störst 2010 (tabell 6). Däremot har detta förändrats till 2022 då enbart gestaltningen politisk rörelse är vanligast med 47 procent, och gestaltningen tom retorik istället har minskat med 6 procentenheter och är den näst vanligaste. I kvällstidningarna ser det likadant ut, där gestaltningen tom retorik var vanligast 2010 och näst vanligast 2022 (tabell 6). Dock syns skillnaderna tydligare i morgontidningar där andelen av gestaltningen minskat med 6 procentenheter medan den har ökat i kvällstidningarna med 1 procentenhet. Gestaltningen folkets röst saknas helt i kvällstidningarna år 2022, vilket är intressant då det skiljer sig från morgontidningarna där den istället har ökat med 2 procentenheter.

Vi har tidigare presenterat olika resultat som visar på hur användandet av gestaltningar har förändrats över tid och på vilket sätt resultatet skiljer sig åt mellan de olika tidningstyperna. Ett sätt att svara på frågeställning nummer två: *Har användandet av gestaltningarna förändrats över tid och i så fall hur?* är genom att undersöka hur olika artikeltyper står sig i förhållande till de olika gestaltningarna. Skillnaderna i hur förändringarna har skett syns främst i nyhetsartiklar, ledare och debattartiklar. Därför har vi valt att lyfta fram dessa (se bilaga 2, tabell 9, 10 & 11).

Precis som i det övergripande resultatet (tabell 2) är gestaltningen politisk rörelse även den vanligaste i nyhetsartiklar (se bilaga 2, tabell 9). Detta förvånar inte då vårt material till största del består av just nyhetsartiklar. Även här syns den övergripande nedgången vad gäller

den nativistiska gestaltningen, som har minskat med 10 procentenheter i nyhetsartiklar. Däremot har den nativistiska gestaltningen ökat i debattartiklar och ledare (se *bilaga 2*, tabell 10 & 11). Detta är intressant då dessa typer av artiklar borde följa det övergripande resultatet. Till följd av detta har vi även undersökt hur SD har gestaltats i artiklar där just journalister, ledarskribenter och krönikörer har fått mest utrymme, dessa tre kodades som en variabel.

Tabell 7. Gestaltning av Sverigedemokraterna i artiklar där journalister, ledarskribenter eller krönikörer får mest utrymme (procent*).

Journalist, ledarskribent eller krönikör					
Gestaltning	Morgontidning		Kvällstidning		Totalt
	2010	2022	2010	2022	
Nationalistisk	-	14	-	7	6
Nativistisk	22	23	23	16	21
Tom retorik	44	42	48	42	44
Politisk rörelse	33	19	20	36	26
Folkets röst	-	2	8	-	2
Summa procent	100	100	100	100	100
Antal	27	43	25	31	126

Kommentar: Tabellen bygger på antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i morgon- och kvällstidningar en vecka före valdagen 2010 respektive 2022. Tabellen visar hur förekommande de olika gestaltningarna är i artiklar där journalister, ledarskribenter eller krönikörer har fått mest utrymme. Morgontidningar=Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, Kvällstidningar=Aftonbladet och Expressen. N=126. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Vårt resultat visar att journalister, ledarskribenter och krönikörer gestaltar SD med gestaltningen tom retorik i nästan hälften av alla artiklar (tabell 7), följt av politisk rörelse som förekommer i var fjärde artikel. Även i dessa typer av artiklar är de två gestaltningarna i topp, vilket även det övergripande resultatet i tabell 2 visar. Däremot skiljer sig användandet av gestaltningen politisk rörelse åt i artiklar där journalister, ledarskribent eller krönikör får mest utrymme beroende på tidningstyp. I morgontidningarna har gestaltningen politisk rörelse i dessa typer av artiklar minskat, medan den har ökat i kvällstidningar.

Den nativistiska gestaltningen förekommer generellt sett i var femte artikel där journalister, ledarskribent eller krönikör får mest utrymme. Trots att gestaltningen har minskat generellt i morgontidningar är det fortfarande lika vanligt år 2022 som år 2010 att den nativistiska gestaltningen används i dessa typer av artiklar. Detta går att jämföra med tidningarnas ledarsidor där den nativistiska gestaltningen har ökat och alltså fortfarande är vanlig år 2022 (se *bilaga 2*, tabell 11).

7.1.3 Studiens frågeställningar

I resultatredovisningen ovan går det tydligt att se att vi fått svar på våra tre frågeställningar. Frågeställning nummer ett: *Vilken gestaltning är den mest förekommande när Sverigedemokraterna beskrivs i morgon- och kvällstidningar en vecka före riksdagsvalen 2010 och 2022?* – besvaras ovan och resultatet visar att gestaltningen politisk rörelse är den mest förekommande gestaltningen under denna tidsperiod.

Har användandet av gestaltningarna förändrats över tid och i så fall hur? är frågeställning nummer två och svaret är klart och tydligt – det har skett en förändring. Den gestaltningen som har förändrats mest mellan åren är gestaltningen politisk rörelse som har ökat, följt av den nativistiska gestaltningen som har minskat. Ett exempel på hur förändringen har skett kan man se i ledarartiklar, där den nativistiska gestaltningen har ökat från år 2010 till 2022.

Den tredje frågeställningen – *Skiljer sig gestaltningarna åt mellan morgontidningar och kvällstidningar och i så fall på vilket sätt?* – redovisas ovan och resultatet visar att gestaltningen tom retorik är vanligare i kvällstidningar, medan den nationalistiska gestaltningen är vanligare i morgontidningar. Ett sätt att se skillnaden mellan morgon- och kvällstidningar är i artiklar där journalister, ledarskribenter eller krönikörer har fått mest utrymme. I morgontidningar har den nativistiska gestaltningen i dessa typer av artiklar ökat, medan i kvällstidningar har denna gestaltning, i samma typ av artiklar, minskat. Frågeställning nummer tre är inte lika enkel att besvara som frågeställning nummer ett och nummer två, då det inte finns särskilt många skillnader mellan morgon- och kvällstidningar – de är mer lika varandra än vad vi trott. De markanta skillnaderna syns mer uppenbart när man bryter ner och tittar på enskilda tidningar var för sig, vilket är anmärkningsvärt och något som vi inte förväntade oss.

7.1.4 Resultat i förhållande till tidigare forskning

Vår studie visar på vissa liknande tendenser som Herkmans (2016a) studie kom fram till. Vi har däremot studerat ett betydligt större material från den svenska dagspressen, vilket kan vara anledningen till att vi fått olika resultat. Det är också viktigt att poängtera att Herkmans studie utgår från ordet populism medan vår undersökning istället utgår ifrån ett populistiskt parti som sökord, vilket betyder att vi inte kan jämföra specifika resultat utan endast dra generella slutsatser. Exempelvis är gestaltningen tom retorik den näst mest förekommande i både vår och Herkmans studie – vilket därmed indikerar att det generellt sett är en vanlig gestaltning att använda i samband med populistiska partier.

I Herkmans studie kommer han fram till att ordet populism används oftare år 2010 i samband med den nativistiska gestaltningen följt av gestaltningen tom retorik. Vår studies resultatet visar att 2010 var tom retorik följt av politisk rörelse de vanligaste gestaltningarna. Den nativistiska gestaltningen återfanns i var fjärde artikel, medan den fanns i varannan artikel i Herkmans material. Gestaltningen folkets röst återfinns bara i 2 procent i både vår och Herkmans studie. Det kan tyckas konstigt då gestaltningen i sig är själva definitionen av populism historiskt sett (Herkman, 2016a; Williams, 1988).

Vi ser en förändring gällande användandet av gestaltningarna till valet 2022, vilket var väntat. Den nativistiska gestaltningen har minskat drastiskt och istället har politisk rörelse-gestaltningen ökat och återkommer i nästan varannan artikel. Resultatet visar på samma förändring som det Ekström (2022) beskriver som ett “ideologiskt skifte” i valet 2022 och det Jungar (2022) ser som ett välkomnande av SD in i den “politiska värmen”.

Vårt resultat skiljer sig i vissa fall från Herkmans, dels för att vi har undersökt olika typer av material, dels för att vi har använt olika sökord. Vårt resultat går inte att jämföra med den tidigare forskningen om populism, men det går däremot att göra generella jämförelser med den tidigare forskningen och på så sätt kan det skapa ytterligare förståelse för populismens framväxt. Anledningen till att vi inte kan likna vårt resultat med Herkmans, beror som sagt främst på materialet som vi har valt att undersöka. Vi har valt att undersöka allt material som de olika tidningarna har publicerat om SD under den valda tidsperioden. Detta för att få en så övergripande bild som möjligt över hur dagspressen gestaltar partiet, då allt som publiceras i en tidning är ett medvetet val från de olika redaktionerna. Vi har även använt oss av dubbelt så många svenska tidningar som Herkman gjorde i sin studie. Detta gör att mängden material skiljer sig åt vilket i sin tur kan vara en anledning till resultatens olikheter. Utöver det har vi även utgått från att SD alltid gestaltas populistiskt när de väl nämns i en artikel – något som Herkman inte gjorde. Under avsnitt 7.2 *Analys* gör vi en djupare analys av resultatet i vår studie.

7.2 Analys

Sedan SD kom in i riksdagen 2010 har partiet präglats av framgångar och i riksdagsvalet 2022 blev de det näst största partiet. Det har tagit SD tolv år att ta sig in i den “politiska värmen” och bli ett parti precis som alla andra (Jungar, 2022). Attityden mot partiet har helt enkelt förändrats. År 2010 var det inget av de etablerade partierna som kunde tänka sig att samarbeta med SD – främst på grund av dess bakgrund (Jungar, 2022). Det ser vi också i vårt resultat, där den nativistiska gestaltningen och gestaltningen tom retorik, som bland annat innebär en ovilja att samarbeta med partiet, var stor år 2010. Jungar (2022) förklarar att SD:s politik då sågs som något avvikande, medan den 2022 är det nya normala. Vårt resultat visar att gestaltningen politisk rörelse är störst 2022, vilket stämmer överens med Jungars bild av hur SD behandlas 2022 – de är ett parti som har samma rättigheter och skyldigheter som vilket annat etablerat riksdagsparti som helst, och har på så sätt även normaliserats.

I Herkmans studie framkom det att den nativistiska gestaltningen användes allra mest i Sverige år 2010. De populistiska partierna i Norge och Danmark har gestaltats mer neutralt, eftersom dessa partier var mer etablerade vid tidpunkten. Av vårt resultat går det att urskilja att svenska tidningar har följt samma mönster – i takt med att SD har blivit mer etablerade har gestaltningen blivit mer neutral. År 2022 var SD ännu mer etablerade än andra nordiska populistiska partier, och gestaltningen av SD som ett främlingsfientligt parti har minskat drastiskt.

Ekström (2022) menar att de etablerade partierna har anpassat sig efter SD, vilket har varit en betydande del i partiets framväxt. Resultatet från vår studie visar att det inte enbart är de

andra etablerade partierna som har ändrat sitt förhållningssätt gentemot SD. Det har även morgon- och kvällstidningarna gjort – framför allt morgontidningarna. Det går alltså inte enbart att lägga ansvaret på de andra etablerade partierna för att ha ändrat sitt ställningstagande gentemot SD och normaliserat dem och på så sätt hjälpt dem i deras framgång, även morgon- och kvällstidningarna kan ha bidragit till den framgången. Detta kan däremot bero på att samhället har förändrats och att dagspressen snarare speglar förändringen, än skapar den. Ekström et al. (2020) menar att nyhetsrapporteringen om SD har ökat i samband med deras parlamentariska framgångar. Huruvida morgon- och kvällstidningarna har varit en bidragande faktor till partiets framgång går inte att säga med säkerhet då Ekströms et al. (2020) material bestod av intervjuer i tv. Däremot har antalet artiklar om SD ökat i takt med att partiet har vuxit, både gällande nyhetsartiklar och övriga texter i tidningarna.

Som vi tidigare har nämnt utgår vår studie ifrån gestaltningsteorin. Entman (1993) förklarar att teorin visar på styrkan som en text kan ha på det mänskliga medvetandet och att man kan belysa vissa händelser mer genom att låta dem få större utrymme. På så sätt kan man främja en viss part (Entman, 1993), omedvetet eller medvetet (Strömbäck, 2019). Det visar att journalisternas val av hur de väljer att gestalta SD påverkar människors syn på partiet, vilket kan vara en grund till SD:s parlamentariska framgångar. Förvisso går det inte att styra över om det är på ett positivt eller negativt sätt, eftersom vi alla tar in saker på olika sätt, men de facto påverkas människor av hur morgon- och kvällstidningar väljer att gestalta SD. Detta är ytterligare ett argument för att undersöka alla typer av artiklar som nämner SD – allt som publiceras i en tidning är ett medvetet val. När journalister, ledarskribenter eller krönikörer gestaltar SD med gestaltningen tom retorik kan det alltså skapa en bild hos läsarna att SD inte är lika pålitliga som de övriga etablerade partierna. Vidare förklarar Entman (1993) att det kan vara en nackdel för journalister att använda sig av en alltför tydlig gestaltning om allmänheten inte delar den uppfattningen. Han menar att såväl gestaltningen i sig som språket har lika stor betydelse för hur ett parti framställs. Detta visar vårt resultat, då det var vanligare 2010 att morgon- och kvällstidningar gestaltade SD med gestaltningarna tom retorik, politisk rörelse och den nativistiska gestaltningen. Idag år 2022, i takt med partiets parlamentariska framgångar, är det dock betydligt vanligare att endast gestalta partiet med gestaltningen politisk rörelse – alltså att de gestaltas som vilket annat etablerat parti som helst.

Som tidigare nämnts framställer morgontidningarnas journalister, ledarskribenter eller krönikörer fortfarande SD med en nativistisk gestaltning, och på ledarsidorna har gestaltningen överlag ökat drastiskt. Detta är anmärkningsvärt eftersom användandet av den nativistiska gestaltningen generellt sett minskat kraftigt. Det finns alltså en tydlig skillnad i hur journalister skriver om SD i nyhetsartiklar jämfört med artiklar där deras egna åsikter istället får utrymme. Tidigare forskning visar att det finns en övergripande tendens hos media att normalisera och legitimera SD:s åsikter genom att på ett objektiva sätt närma sig den radikala högerpopulismens nationalistiska och främlingsfientliga agenda i nyhetssammanhang (Ekström et al., 2020; Ellinas, 2018; Hafez, 2017). Samtidigt visar tidigare forskning att journalister har varit mer kritiska mot högerpopulistiska partier som SD, än gentemot något annat parti (Ekström, 2017). Det går i linje med vårt resultat där

majoriteten av artiklarna gestaltar SD med en negativ ton. I EU-valet 2014 var många journalister öppna med var de stod i förhållande till SD:s sätt att till exempel prata om invandring, vilket troligen bara spädde på bilden av SD som ett utstött parti som talade sanning (Ekström, 2017).

Trots det gestaltar tidningarna år 2022 överlag SD med gestaltningen politisk rörelse. Det går i linje med tidigare forskning som visar att journalister tycker att det är självklart att rapportera om framgångsrika partier, även om de är populistiska, då det annars vore “dålig journalistik” (de Jonge, 2018). Därmed blir det anmärkningsvärt när morgontidningarnas journalister, ledarskribenter eller krönikörer i artiklar där de själva får mest utrymme fortfarande framhäver SD som främlingsfientliga, eller på andra sätt som stämmer in på den nativistiska gestaltningen. Man kan argumentera för att den påfallande överensstämmelsen mellan journalisterna i frågan bidrar till att upprätthålla bilden av SD som främlingsfientliga. Däremot kan detta även bidra till att SD ökar i opinionen då journalistkåren gång på gång gestaltar en ensidig bild av partiet. Kanske går det också att dra det så långt som att journalister i takt med att SD:s väljarantal har ökat försöker göra allt i sin makt för att påverka opinionen till det motsatta. Även om detta är kvalificerade gissningar, går det inte att finna ett konkret svar på frågan i vår undersökning.

Vi märker i vår resultatredovisning att det inte går att se särskilt många generella drag för morgontidningar. Varför det är så stor skillnad mellan de två morgontidningarna vi undersökt är svårt att säga. En anledning kan vara att deras ledarsidor betecknar sig på olika sätt. DN:s ledarsida betecknar sig som *oberoende liberal* och SvD:s som *obunden moderat*. Just ledarsidorna är en plats där journalister och ledarskribenter får möjlighet att uttrycka sig och kan på så sätt påverka hur SD gestaltas. Ovan nämns även att morgontidningarnas journalister, ledarskribenter och krönikörer använder en stor andel nativistisk gestaltning. Förvisso har Aftonbladet och Expressen inte heller samma beteckning på sina ledarsidor och dessa tidningar är relativt lika varandra, alltså borde det inte vara en avgörande faktor.

Som tidigare nämnts är den största skillnaden mellan morgon- och kvällstidningar att kvällstidningar oftare använder gestaltningen tom retorik. Eftersom kvällstidningar har ett större fokus på skandaler (Johansson, 2017) är det inte förvånande att de oftare benämner SD som ett parti med fula knep och utan “riktig” politik. När väl SD nämns i en skandal är det oftast i kvällstidningar och i samband med den nativistiska gestaltningen, vilket inte förvånar oss då partiet ofta hamnar i blåsväder på grund av sin bakgrund i högerextrema anti-invandringsrörelser (Ekström et al., 2020). SD:s uppmärksammade uttalanden – som till exempel SD-politikern Rebecka Fallenkvists uttalande om Anne Frank (se avsnitt 6.2 *Material*) – är något som partiet tidigare har fått mycket kritik för.

Morgontidningar fokuserar däremot traditionellt sett mer på sakfrågor (Johansson, 2017) och borde således vara mer benägna att framställa alla partier sakligt. Detta mönster bryter däremot DN med sin stora användning av den nativistiska gestaltningen och av negativ ton gentemot SD. De markanta skillnaderna mellan tidningarna syns alltså först när man bryter ner och tittar på tidningarna var för sig. Vi antog att det skulle finnas tydliga skillnader i hur

de två olika tidningstyperna gestaltar SD eftersom de är utformade på två olika sätt, vilket dock inte visade sig stämma i alla avseenden.

Det faktum att gestaltningen av SD har förändrats syns tydligt i vår studie. Vi kan se tendenser utifrån vårt material som kan ge en djupare förståelse för hur populismen har utvecklats i Sverige. Vi kan däremot inte dra några slutsatser kring varför förändring har skett. Det kan bero på att tidningarna har ändrat sitt sätt att rapportera om partiet, att folkets stöd till SD har vuxit eller det faktum att samhället har förändrats och att det inte längre är något ovanligt att populistiska partier syns i de demokratiska institutionerna (Ekström, Patrona och Thornborrow, 2020). Vad vi däremot med säkerhet kan säga är att sättet som det populistiska partiet Sverigedemokraterna har gestaltats på har förändrats och att toleransen mot dem har ökat från år 2010 till år 2022.

8. Diskussion och vidare forskning

I detta avslutande avsnitt lyfter vi fram och diskuterar de viktigaste slutsatserna som kan dras av vår studie samt ger förslag på vidare forskning inom området.

8.1 Slutdiskussion

Syftet med vår studie var att undersöka hur det svenska populistiska partiet Sverigedemokraterna har gestaltats i morgon- och kvällstidningar en vecka före riksdagsvalen 2010 och 2022. För att undersöka detta gjorde vi en kvantitativ innehållsanalys av sammantaget 409 artiklar som kodades i 18 variabler baserade på tidigare forskning om populism i Norden. Studiens resultat visar att det är vanligast att gestalta SD med gestaltningen politisk rörelse – alltså som vilket annat parti som helst, trots att SD klassas som ett populistiskt parti. Vi kan även se att det har skett en förändring gällande gestaltningen av SD sedan de valdes in i riksdagen år 2010.

På många sätt ligger vårt resultat i linje med de föreställningar vi har haft sedan tidigare. Som tidigare forskning visar har det skett en normalisering av SD och således även av populismen. På grund av sin bakgrund i högerextrema anti-invandringsrörelser har SD ofta nämnts i samband med främlingsfientlighet och rasism – något som kopplas ihop med Herkmans nativistiska gestaltning. Inledningsvis var vår hypotes att denna gestaltning skulle ha minskat från 2010 till 2022, eftersom SD har blivit så pass etablerat och normaliserat idag, år 2022. Det är kanske inte lika accepterat att tidningarna gestaltar SD som ett främlingsfientligt parti när en femtedel av Sveriges befolkning röstar på dem? Vår hypotes visade sig stämma. Resultatet i vår studie visar att mellan åren har den nativistiska gestaltningen minskat medan gestaltningen politisk rörelse istället har ökat, vilket innebär att morgon- och kvällstidningar har närmat sig populismen på ett mer neutralt sätt. Populistiska partier beskrivs istället år 2022 som vilka andra etablerade partier som helst. SD fortsätter däremot att uttrycka sig främlingsfientligt. Trots det får de både utrymme och en neutral gestaltning i tidningarna. För vad ska redaktionerna annars göra när partiet är Sveriges näst största, och tre riksdagspartier, varav ett länge har varit stort i riksdagen, ville samarbeta med SD i valet 2022? Det var inte längre ett alternativ att ignorera eller prata illa om SD.

Den tidigare forskningen visar däremot att när det handlar om populistiska partier är journalisterna mer ifrågasättande mot dessa än mot andra partier (Ekström, 2017). Trots att medier i europeiska länder har haft olika tillvägagångssätt i hanteringen av populistiska partier verkar utgången ha blivit densamma – det har gynnat partiet. Får de populistiska partierna utrymme i media framställs de som vilket annat etablerat parti som helst och därmed blir det inte anmärkningsvärt att rösta på dem i ett kommande val. Väljer däremot media att aktivt inte rapportera om partiet framställs de istället som underlägsna, och får tack vare det folkets stöd. År 2010 fick SD inte delta i någon partiledardebatt trots att mycket kritik från de övriga partierna riktades mot dem. Partiet fick helt enkelt inte bemöta kritiken, vilket kan ha varit en betydande faktor till att de kom in i riksdagen det året och senare kunde öka sitt stöd så att en femtedel av Sveriges befolkning valde att rösta på partiet i valet 2022.

Även i vårt resultat syns det att journalister är mer ifrågasättande mot populistiska partier. I artiklar där journalister, ledarskribenter och krönikörer får mest utrymme syns inte den övergripande förändringen i hur SD har gestaltats mellan 2010 och 2022 – en ökning av gestaltningen politisk rörelse. När olika redaktioner väljer att normalisera SD och gestaltar dem som de övriga etablerade partierna, väljer journalisterna själva att istället kritisera SD för att de saknar en riktig politik, inte har några lösningar på samhällsproblemen och är främlingsfientliga. Vad händer egentligen med vårt samhälle när de olika redaktionerna väljer att rapportera om SD som vilket annat parti som helst, medan journalisterna väljer att hålla fast vid sina egna åsikter gentemot dem och går i motsatt riktning mot redaktionerna när de får chansen att uttrycka sina åsikter? Vems röst ska få höras och påverka människorna i samhället nästa gång ett populistiskt parti försöker att ta sig in i riksdagen? Är det journalisterna – som uppenbart inte vill att ett populistiskt parti som SD ska få makten? Eller redaktionerna – som visar att trots att ett parti som har en bakgrund inom nynazism, och som gång på gång uttryckt sig rasistiskt och främlingsfientligt, ändå ska få synas i media då det annars vore “dålig journalistik” (de Jonge, 2018)?

Populismen syns på olika sätt, och som Herkman (2016a) och Taggart (2000) förklarar, märker även vi att begreppet är svårdefinierat. Det är däremot intressant att gestaltningen folkets röst – som historiskt sett är ett typexempel på och själva definitionen av populism (Herkman, 2016a; Williams, 1988) – där politiker säger sig föra folkets talan syns ytterst lite, både i vår och i Herkmans studie. Vi kan därmed säga med säkerhet att det som tidigare klassats som själva typexemplet på populism knappt syns när man gestaltar SD i svenska dagstidningar, troligtvis då denna gestaltning är den enda som är positiv till populism eftersom den fokuserar på folkets vilja. Populismens positiva sida syns alltså inte. Populismen handlar inte längre om att föra folkets talan och rädda dem från eliten – frågan är om den någonsin har gjort det? Populistiska partier växer, och genom fula knep och misstroendeförklaringar mot det politiska etablissemanget blir de bara större och större. Se till exempel på Donald Trump som faktiskt kom till makten i USA 2017, samtidigt som han uttryckligen ville bygga en mur för att stänga ute invandrare och kontinuerligt ifrågasatte journalistiken. Vår undersökning visar att gestaltningen om retorik tar stor plats i svenska dagstidningar när SD nämns. En gestaltning som används när populistiska ledare lockar till sig väljare genom enkla förslag, fula knep och lättförståelig populistisk retorik. Det resulterar i att de populistiska partierna kommer med tomma löften som inte leder till någon politisk handling, trovärdighet eller ansvarstagande (Herkman, 2016a). Kanske är det egentligen det som definierar populismen? Det handlar inte längre om att föra folkets talan utan bara om att ta sig till makten, något som det populistiska partiet Sverigedemokraterna har lyckats med.

8.2 Förslag till vidare forskning

Denna studie visar hur gestaltningen av SD ser ut och hur det har förändrats över tid i morgon- och kvällstidningar. Då våra frågeställningar inte bygger på varför gestaltningen av SD har förändrats kan vi endast dra kvalificerade gissningar kring det. Däremot kan vi dra generella slutsatser som visar att gestaltningen av populistiska partier har förändrats över tid. Eftersom vi har använt oss av en redan etablerad teori anser vi att studien har en extern

validitet, vilket ger vårt resultat en större tyngd. Det går alltså att se vårt resultat i en större kontext och dra jämförbara slutsatser med tidigare forskning – trots att vår studies material skiljer sig jämfört med deras urval.

En djupare analys av hur gestaltningen av SD har förändrats över tid hade kunnat besvara varför förändringen ser ut som den gör. Till exempel hade en kvalitativ intervjustudie med journalister, ledarskribenter och krönikörer varit intressant för att förstå hur de reflekterat kring valet av gestaltning. På samma sätt hade en studie av hur gestaltningen av SD i morgon- och kvällstidningar påverkar läsaren varit intressant. Har den negativa gestaltningen påverkat väljarnas åsikter om SD på ett positivt sätt, negativt sätt, eller inte alls?

I vår undersökning framgick det även att morgontidningarna SvD och DN ibland skilde sig åt sinsemellan, samt att DN:s resultat flertalet gånger mer liknade resultatet för kvällstidningarna. Det hade därför varit intressant att undersöka generella skillnader mellan morgontidningar respektive kvällstidningar, samt skillnaderna mellan tidningar inom samma tidningstyp.

Referenslista

Vetenskapliga artiklar och rapporter

Alvares, Claudia. & Dahlgren, Peter. (2016) Populism, extremism and media: Mapping an uncertain terrain, *European Journal of Communication*, (31:1), s. 46–57. DOI:

<https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/0267323115614485>

Bjerkem, Johan. (2016). The Norwegian Progress Party: An Established Populist Party. *European View*, 15(2), s. 233–243. DOI:

<https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1007/s12290-016-0404-8>

de Jonge, Léonie. (2018). The Populist Radical Right and the Media in the Benelux: Friend or Foe?, *The International Journal of Press/Politics*, (24:2), s. 189–209. DOI:

<https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/1940161218821098>

Demker, Marie. (2022). Allt mindre ideologi i partiernas valmanifest. I Bolin, N., Falasca, K., Grusell, M. & Nord, L. (Red) *Snabbtänkt 2.0 22*, s. 21. Sundsvall: Mittuniversitetet, Demicom.

Durazo-Herrmann, Julián., Gosselin, Tania. & Harell, Allison. (2021) Populism, Media and Journalism: An introduction to the special issue, *Brazilian Journalism Research*, (17:3), s.

522–535. DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n3.2021.1487>

Ekström, Mats. (2022) Hur det extrema blir normalt. I Bolin, Niklas., Falasca, Kajsa., Grusell, Marie. & Nord, Lars. (Red) *Snabbtänkt 2.0 22*, s. 81. Sundsvall: Mittuniversitetet, Demicom.

Ekström, Mats. (2017) Nyhetsjournalistiken som den radikala högerpopulismens fiende och vän. I Johansson, Bengt. & Truedson, Lars. (Red.) *När makten står på spel – Journalistik i valrörelser*, s. 133-151. Stockholm: Institutet för mediestudier

Ekström, Mats., Patrona, Marianna. & Thornborrow, Joanna. (2022) Reporting the unsayable: Scandalous talk by right-wing populist politicians and the challenge for journalism.

Journalism 2021 (23:5), s. 955-972, DOI:

<https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/14648849211001779>

Ekström, Mats., Patrona, Marianna. & Thornborrow, Joanna. (2020) The normalization of the populist radical right in news interviews: a study of journalistic reporting on the Swedish democrats, *Social Semiotics*, volym (30:4), s. 466-484, DOI:

[10.1080/10350330.2020.1762984](https://doi.org/10.1080/10350330.2020.1762984)

Engesser, Sven., Ernst, Nicole., Esser, Frank. & Büchel, Florine. (2017) Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology, *Information, Communication & Society* (20:8), s. 1109-1126. DOI: 10.1080/1369118X.2016.1207697.

- Entman, Robert. M. (1993) [Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm](#), *Journal of Communication* (43:4), Northwestern University.
- Esaiasson, Peter., Gilljam, Mikael., Oscarsson, Henrik., Towns, Ann. & Wängnerud, Lena. (2017) *Metodpraktikan – Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Wolters Kluwer.
- Flew, Terry. & Iosifidis, Petros. (2020). Populism, globalisation and social media, *International Communication Gazette*, (82:1), s. 7–25. DOI: <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/1748048519880721>
- Ghersetti, Marina. (2011). *Olika men ändå lika – Rapporteringen om riksdagsvalet 2010 i fem stora pappers- och webbtidningar* (Arbetsrapport nr 65, ISSN 1101-34679). Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Hellström, Anders. & Lodenius, Anna-Lena. (2016) *Invandring, mediebilder och radikala högerpopulistiska partier i Norden*. (Delmi-rapport, 2016:6). Stockholm: Delegationen för migrationsstudier (Delmi), Statens offentliga utredningar.
- Herkman, Juha. (2016a). Construction of populism: Meanings given to populism in the nordic press. *Nordicom Review*, (37), s. 147-161. DOI: <https://doi.org/10.1515/nor-2016-0029>
- Herkman, Juha. (2016b) Articulation of populism: the Nordic case, *Cultural Studies* (31:4), s. 470-488. DOI: [10.1080/09502386.2016.1232421](https://doi.org/10.1080/09502386.2016.1232421)
- Johansson, Bengt. (2017) *Medievalrörelsen 2014 – Invandringsfrågan i fokus för balanserad bevakning*. I Johansson, Bengt. & Truedson, Lars. (Red.) *När makten står på spel – Journalistik i valrörelser*, s. 22-57. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Johansson, Bengt. & Strömbäck, Jesper. (2019) *Kampen om mediebilderna – Nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018*. Truedson, Lars. (Red.) Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Johansson Heinö, Andreas. (2022) Näst störst i Sverige – och i Västeuropa: om Sverigedemokraternas unika framgångssaga. I Bolin, Niklas., Falasca, Kajsa., Grusell, Marie. & Nord, Lars. (Red.) *Snabbtänkt 2.0* 22, s. 82-83. Sundsvall: Mittuniversitetet, Demicom.
- Jungar, Ann-Cathrine. (2022). Populism: A Bird's-Eye View of the Concept in Political Science. I Cananau, I. & Thalén P. (Red.), *Populism, Democracy, and the Humanities: Interdisciplinary Explorations and Critical Inquiries*, s. 3-20. Rowman & Littlefield Publishers.
- Jungar, Ann-Cathrine. (2022) Partiet som kom in från kylan. I Bolin, Niklas., Falasca, Kajsa., Grusell, Marie. & Nord, Lars. (Red.) *Snabbtänkt 2.0* 22, s. 97. Sundsvall: Mittuniversitetet, Demicom.
- Jungar, Ann-Cathrine. (2017) *Populism i Norden: Från marginalen till den politiska mittfåran*. Helsingfors: Tankesmedjan Agenda.
- Kang, Yowei. & Yang, Kenneth, C. C. (2022) Communicating racism and xenophobia in the era of Donald Trump: A computational framing analysis of the US-Mexico cross-border wall

discourses. *Howard Journal of Communications*, (33:2), s.140-159. [DOI: 10.1080/10646175.2021.1996491](https://doi.org/10.1080/10646175.2021.1996491)

Karlsson, Michael. & Johansson, Bengt. (2019) Kvantitativ innehållsanalys. I Ekström, Mats. & Johansson, Bengt. (Red.), *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*, s. 171–192, Lund: Studentlitteratur.

Kantar Sifo. (2022) *Orvesto Konsument – Räckviddsrapport 2022:2*. Stockholm: Kantar Sifo.

Kantar Sifo. (2010) *Orvesto Konsument – Räckviddsutveckling 2002:1 – 2010:3*. Stockholm: Kantar Sifo.

Karlsson, Michael. & Strömbäck, Jesper. (Red.). (2019). *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.

Larsen, Ann, K. (2018) *Metod helt enkelt – En introduktion till samhällsvetenskaplig metod*. Malmö: Gleerups Utbildning.

Lindén, Carl-Gustav. & Laurent, Lina. (2015) Sannfinländarna styr den finländska politiska debatten. I Wadbring, Ingela. & Mølster, Ragnhild. (Red.) *Nordicom Information 37 (3-4) 2015. Hets och hat online*, s. 75-79. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.

Lönnqvist, Jan-Erik., Mannerström, Rasmus. & Leikas, Sointu. (2019) Divergence over conformity: Change in immigration attitudes after the electoral success of an anti-immigration populist party in the Finnish 2015 parliamentary elections. *International journal of psychology : Journal international de psychologie*, (54:3), s. 287–291. <https://doi.org/10.1002/ijop.12496>

Shehata, Adam. (2019) Journalistikens dagordningar och gestaltningar. I Karlsson, Michael. & Strömbäck, Jesper. (Red.), *Handbok i journalistikforskning*, s. 337–350. Lund: Studentlitteratur AB.

Strömbäck, Jesper. (2019) Journalistikens nyhetsurval och nyhetsvärderingar. I Karlsson, Michael. & Strömbäck, Jesper. (Red.), *Handbok i journalistikforskning*, s. 171–183. Lund: Studentlitteratur AB.

Strömbäck, Jesper. & Nord, Lars. (2017) *Mest spelgestaltningar och strukturell partiskhet: En analys av svensk valrörelsejournalistik 2002–2014*. Sundsvall: Demicom, Mittuniversitetet.

Strömbäck, Jesper. (2004) *Den medialiserade demokratin – Om journalistikens ideal, verklighet och makt*. Sundsvall: SNS Förlag.

Wikforss, Åsa. (2022). Demokratins grindvakter. I Bolin, Niklas., Falasca, Kajsa., Grusell, Marie. & Nord, Lars. (Red.) *Snabbtänkt 2.0* 22, s. 19. Sundsvall: Mittuniversitetet, Demicom.

Utomvetenskapliga källor

Clason, Sofia., & Hansson, Malin. (2022, 14 oktober) Fallenkvist (SD) tas ur tjänst– efter orden om Anne Frank. *Expressen*. Hämtad 2022-11-07 från

<https://www.expressen.se/nyheter/fallenkvist-sd-tas-ur-tjanst-efter-orden-om-anne-frank/>.

Mediekompassen. (2018) *Texter i tidningen*. Hämtad 2022-11-08 från

<https://mediekompass.se/lektionstips/texter-i-tidningen/>.

Nationalencyklopedin [NE]. (2022) *Dagstidning*. Hämtad 2022-11-07 från

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/dagstidning>.

Nationalencyklopedin [NE]. (2022) *Debatt*. Hämta 2022-11-08 från

<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/debatt>.

Nationalencyklopedin [NE]. (2022) *Insändare*. Hämtad 2022-11-08 från

<https://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/ins%C3%A4ndare>.

Nationalencyklopedin [NE]. (2022) *Kolumn*. Hämtad 2022-11-08 från

<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/kolumn>.

Nationalencyklopedin [NE]. (2022) *Kvällstidning*. Hämtad 2022-11-07 från

<http://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/kvällstidning>.

Nationalencyklopedin [NE]. (2022) *Panel*. Hämtad 2022-11-08 från

<https://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/panel>.

Valmyndigheten. (2022) *Valresultat 2022*. Hämtad 2022-10-27 från

<https://www.val.se/valresultat/riksdag-region-och-kommun/2014/valresultat.html>.

Bilaga 1: Kodbok

KODBOK

Denna kodbok kan användas för att besvara hur morgon- och kvällstidningar gestaltar det populistiska partiet Sverigedemokraterna, men även för att undersöka hur stort utrymme tidningarna ger partiet. Gestaltningen bygger på Herkmans (2016a) gestaltningsteori om populism.

I studiens material har vi valt att inkludera alla artiklar som innehåller ordet Sverigedemokrat* eller SD. Det har alltså inte spelat någon roll om artikeln i första hand handlar om SD. Finns något av sökorden med i artikeln har vi ansett att den är relevant att inkludera i vårt material. Våra sökord har därför varit en central del i urvalet. I vissa fall har sökorden förekommit i texter som vi inte har valt att inkludera i materialet. Detta för att orden exempelvis har funnits i en kontext där tidningen hänvisar till artiklar på webben som ej har publicerats i tidningen under den valda perioden. Vi har dock valt att inkludera mindre notiser som bland annat "dagens citat". Vi har ansett att redaktionerna har haft en tanke med att publicera dessa och att ge dem utrymme i tidningen. Med det sagt är materialet i sig ganska blandat och innehåller många olika slags artiklar. Alla artiklar har sin relevans i urvalet eftersom de på ett eller annat sätt handlar om Sverigedemokraterna och därmed gestaltar dem.

V1. ID-nummer – String

A – Aftonbladet

D – Dagens Nyheter

E – Expressen

S – Svenska dagbladet

X(tidningen)ÅÅMMDD (publiceringsdatum) - x (artikelns nummer). Exempel: A220903-1

V2. Kodare – Numeric

1. Hannah Attefall
2. Elina Mattsson
3. Charlotte Månsson

V3. Artikelns publiceringsår

1. 2010
2. 2022

V4. Tidning – Numeric

1. Aftonbladet
2. Expressen
3. Dagens Nyheter
4. Svenska Dagbladet

V5. Morgon/kvällstidning – Numeric

1. Morgontidning
2. Kvällstidning

V6. Dagar före valet – Numeric

1. Lördag (en dag före)
2. Fredag (två dagar före)
3. Torsdag (tre dagar före)
4. Onsdag (fyra dagar före)
5. Tisdag (fem dagar före)
6. Måndag (sex dagar före)
7. Söndag (sju dagar före)

V7. Hur stort utrymme får artikeln i tidningen? – Numeric

1. Upp till 25% av en sida
2. 26–50% av en sida
3. 51–100% av en sida
4. Mer än en sida, upp till två sidor
5. Fler än två sidor

Denna variabel mäter den uppmärksamhet som tidningen ger. Vi utgår inte från antal tecken, utan fokuserar enbart på hur stor plats en artikel får i tidningen. Text och bild, samt annat som tillhör artikeln tas med i beräkningen för artikelns utrymme.

V8. Nämnas partiet Sverigedemokraterna i rubriken? – Numeric

1. Ja
2. Nej

Nämns SD eller en partirepresentant i rubriken, eller syftar rubriken på något annat sätt till Sverigedemokraterna? Ex. att de kallas "det främlingsfientliga partiet".

V9. Nämnas Sverigedemokraterna i underrubriken, ingressen och/eller nedryckare? – Numeric

1. Ja
2. Nej

Nämns SD eller en partirepresentant i underrubrik, ingress och/eller nedryckare, eller syftar underrubrik, ingress och/eller nedryckare på något annat sätt till SD? Ex. främlingsfientlig.

Finns det inte en underrubrik, ingress och/eller nedryckare kodas det som nej.

V10. Vad är det för typ av artikel? – Numeric

1. Nyhetsartikel
2. Notis
3. Personporträtt
4. Intervju
5. Reportage

6. Panel
 7. Enkät
 8. Ledare
 9. Krönika/kåseri
 10. Kolumn/kommentar av samhällsämne
 11. Insändare
 12. Debattartikel/Replik
 13. Rättelse
 14. Recension
99. Annan

Nyhetsartikel – Handlar om något som nyss har hänt i vår omvärld – allt från krigsutbrott till det senaste lokalderbyt.

Notis – Tidningstext som är väldigt kort men informativ, oftast inte längre än 25 rader. Här ingår även korta citat som står för sig själva.

Personporträtt – En person i fokus. Personliga berättelser med beskrivningar om känslor, miljö och erfarenheter. Skiljer sig från reportage genom att en plats och situation inte enbart beskrivs, utan även en persons liv.

Intervju – En person/grupp i fokus. Frågor och svar tar mest utrymme i texten. Skribenten bjuder inte in fakta som inte presenterats av intervjuperson.

Reportage – En längre och mer personligt berättande text. Innehåller beskrivningar av miljöer, personer och händelser i detalj. Läsaren kastas in i ett sammanhang. Det kan såväl handla om enstaka personer till en hel stads upplevelse av en viss händelse.

Recension – Personliga åsikt om teater, film, musik, litteratur, konst eller liknande.

Panel – Utvald person/grupp (av experter/journalister) som debatterar synpunkter eller besvara frågor.

Enkät – En eller flera frågor ställs till en människa eller ett antal människor, vanligen i ett dagsaktuellt ämne.

Ledare – Artikel som uttrycker publikationens åsikt i en aktuell fråga, hittas på ledarsidan.

Krönika/kåseri – Personlig reflexion om ett tema eller en text med underhållande inslag, “glimten i ögat”.

Kolumn/Kommentar av nyhet – Kommentarer av opinionsbildande karaktär eller samhällsfenomen.

Insändare – Text som tidningens läsare har skickat in till redaktionen.

Debattartikel/Replik – Ordnat offentligt meningsutbyte under fastställda former. Även en replik på vad någon annan har debatterat om, t.ex. en moderat svarar en socialdemokrat, ingår i kategorin debattartikel.

Rättelse – När publikationen rättar en tidigare artikel.

* I ledare, krönika, insändare och debattartikel ska det tydligt framgå i texten att det är en åsiktsdrivande text.

Källa: NE.se / Mediekompass.se

V11. Vem får huvudsakligen komma till tals/uttrycka sig i texten? – Numeric

1. Svenska politiker, ej inkluderat Sverigedemokrater
2. Sverigedemokrater
3. Journalist/ledarskribent/krönikör/kolumnist
4. Känd person
5. Forskare/Expert
6. Privatperson (ej uttalad SD-sympatisör/motståndare)
7. SD-sympatisör
8. SD-motståndare
9. Företag
10. Myndighet
11. Organisation
12. Internationella politiker
13. Internationella medier
14. Endast reporterberättande

99. Annan

Med *huvudsakligen* menar vi den som får mest utrymme i artikeln. Vem får möjlighet att uttrycka sina åsikter? Vi förstår att det kan finnas flera som får komma till tals i en text, men här söker vi den som helt enkelt får synas mest/mest utrymme.

Med *svensk politiker* menas även före detta politiker. Till exempel gamla partiledare.

Är det exempelvis två politiker, en från Sverigedemokraterna och en från ett annat parti, som skriver en debattartikel tillsammans kodas den varken som svenska politiker (1) eller Sverigedemokrater (2), utan som annan (99).

Med *journalist* räknas även före detta journalist/chefredaktör som inte skriver i egenskap av privatperson (den tidigare yrkesrollen framkommer).

En journalist som återberättar en händelse betyder INTE att journalisten själv får komma till tals. Finns inga citat/uttryck av någon blir det "*endast reporterberättande*".

Med *expert* menas människor med expertkunskaper om ett visst ämne.

SD-sympatisör eller *SD-motståndare* – När en privatperson eller grupp uttryckligen tar ställning mot Sverigedemokraterna. Till exempel: demonstranter.

V12. Skrivs det om Sverigedemokraternas politik i artikeln? – Numeric

1. Ja
2. Nej

Politik – Faktiska politiska sakfrågor och politiska mål. Allt som har med politiska beslut att göra.

V13. Skrivs det om Sverigedemokraternas ideologi i artikeln?

1. Ja
2. Nej

Ideologi – Den ideologi som SD grundades på, t.ex. rasism, främlingsfientlighet, nazism.

V14. Skrivs det om Sverigedemokraterna i samband med en skandal?

1. Ja
2. Nej

Skandal – När SD eller någon/några från partiet har hamnat i en skandal. Det kan till exempel vara ett avslöjande, en granskning eller att texten innehåller ett återberättande om en sådan händelse.

V15. Skrivs det om Sverigedemokraterna i samband med det politiska spelet?

1. Ja
2. Nej

Politiska spelet – Vilka partier ska regera tillsammans? Hur kan den kommande regeringen se ut? Allt som handlar om samarbeten mellan de olika partierna, diskussioner kring vågmästarrollen och opinionsmätningar.

V16. Vilken ton är dominerande när Sverigedemokraterna benämns i artikeln? – Numeric

1. Positiv
2. Negativ
3. Balanserad
4. Neutral

Dessa ord är till hjälp för att avgöra den generella tonen i artikeln:

Positiv ton – Referenser till politisk framgång (t.ex. ökade siffror i opinionsmätningar), problemlösningar, prestationer, förbättringar, framsteg, välstånd, prestation, entusiasm, hopp, fördel, vinst, upprätthållande, tillfredsställelse.

Negativ ton – Referera till politiska misslyckanden (t.ex. minskade siffror i opinionsmätningar), fiaskon, skandal, avslöjanden, katastrofer, kriser, frustration, kollaps, förnekelse, avvisande, försumma, försämring, avgång (partimedlemmar avgår), skepticism, hot ("hot mot demokratin"), cynism, besvikelse, förlust, rasism, nazism

Balanserad ton – Tonen är inte övervägande negativ eller positiv, båda delarna finns med. Nämner till exempel både framgångar för partiet och en skandal.

Neutral ton – Det finns ingen ton.

V17. Vem i Sverigedemokraterna får mest utrymme i artikeln? – Numeric

1. Sverigedemokraterna som parti
 2. Sverigedemokraternas partiledare
 3. Enskild politiker inom Sverigedemokrater på riks-, regional eller lokal nivå
99. Annan

V18. Vilken av Herkmans populistiska gestaltningar används huvudsakligen för att beskriva Sverigedemokraterna? – Numeric

1. Nationalistisk
 2. Nativistisk
 3. Tom retorik
 4. Politisk rörelse
 5. Folkets röst
99. Annan

Med *huvudsakligen* menas den populistiska gestaltningen som syns mest för att beskriva Sverigedemokraterna. Även om det bara är några få ord/meningar som beskriver gestaltningen räknas det ändå.

Nationalistisk – Sverigedemokraterna lyfts fram som ett parti som:

- Fokuserar på hur Sverige var förr. Traditioner, kultur, språk och historia är viktig för dem: “Längtar tillbaka till gamla goda tiden.” och “det var bättre förr”.
- **Har en idealiserad bild av hur Sverige var förr – vill tillbaka till hjärtlandet.**
- Exempel: “Gör Sverige tryggt igen”, “We want our country back” och “Make America Great Again”.

Nativistisk – Sverigedemokraterna lyfts fram som ett parti som:

- **Är nationalistiska och fientliga mot utomstående (invandrare). Ofta i sammanhang med extrem/radikala höger (nazism).**
- Nämns som rasister/främlingsfientliga.
- Är negativ mot invandrare.
- Skapar ett tydligt vi mot “de farliga andra”.
- Exempel: Populistiska Trump vill bygga en mur för att stänga ut “de farliga mexikanerna”.

Tom retorik – Sverigedemokraterna lyfts fram som ett parti som:

- Inte har en egen politik.
- **Har en retorisk stil som syftar på att på ett jordnära sätt kritisera/nedvärdera andra politiker/politiska partier/myndigheter – och får ofta den kritiken mot sig själva också, till exempel genom att man inte vill samarbeta med dem utan att ge en ytterligare förklaring.**
- Kommer med “tomma löften”.
- Har tom politik som endast vill få med sig folket och inte syftar på någon grund. Ex: Klimathotet är inte riktigt.
- Kommer inte med egna lösningar eller bidrar med tillit eller ansvarstagande.

- Exempel: “Stoppa Sossieriet”.

Politisk rörelse – Sverigedemokraterna lyfts fram som ett parti som:

- Vilket annat parti som helst.
- **Har lika mycket rättigheter och skyldigheter som andra partier.**
- Exempel: “Även SD har rätt till...”.
- **När medier nämner SD som ett lika etablerat parti som resterande.**
- Framstår som ett “vanligt” parti och gestaltningen skulle i praktiken kunna användas även på icke-populistiska partier.

Folkets röst – Sverigedemokraterna lyfts fram som ett parti som:

- Har en positiv gestaltning. Partiet sätter sig i en position där de blir en del av folket och anser sig “föra folkets talan”.
- Har en typiskt populistisk stil där det blir ett folket mot eliten, men ser sig som en del av folket.
- **Typexempel på populism.**

Källa: Herkman, 2016a. *Construction of populism.*

Bilaga 2: Tabellbilaga

Tabell 7. Andel artiklar med negativ ton i de olika tidningarna (procent*).

	DN	SvD	Aftonbladet	Expressen
Negativ ton	58	36	66	59
Antal	139	88	73	109

Kommentar: Tabellen bygger på antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i artiklar från de olika tidningarna en vecka före valdagen 2010 och 2022. Tabellen redogör för hur stor andel av artiklarna som har kodats med en negativ ton i varje tidning. DN=Dagens Nyheter, SvD=Svenska Dagbladet. N=409.

*Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Tabell 8. Gestaltning av Sverigedemokrater i artiklar där en negativ ton är dominerande år 2010 respektive 2022 (procent*).

Gestaltningar	Negativ ton		Totalt
	2010	2022	
Nationalistisk	5	6	5
Nativistisk	31	30	31
Tom retorik	50	50	50
Politisk rörelse	13	12	12
Folkets röst	2	1	1
Summa procent	100	100	100
Antal	112	113	225

Kommentar: Tabellen bygger på antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i artiklar som kodats med en negativ ton en vecka före valdagen 2010 respektive 2022. N=225 *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Tabell 9. Förekomsten av gestaltningar av Sverigedemokraterna i nyhetsartiklar år 2010 respektive år 2022 (procent*).

Gestaltning	Nyhetsartikel		Totalt
	2010	2022	
Nationalistisk	2	2	2
Nativistisk	22	12	17
Tom retorik	34	28	31
Politisk rörelse	40	56	49
Folkets röst	2	2	2
Summa procent	100	100	100

Antal	82	94	176
--------------	----	----	-----

Kommentar: Tabellen bygger på det totala antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i nyhetsartiklar från de olika tidningarna en vecka före valdagen 2010 och 2022. N=176. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Tabell 10. Förekomsten av gestaltningar av Sverigedemokraterna i debattartiklar år 2010 respektive år 2022 (procent*).

Debattartikel			
Gestaltning	2010	2022	Totalt
Nationalistisk	9	-	3
Nativistisk	36	40	39
Tom retorik	27	20	23
Politisk rörelse	18	40	32
Folkets röst	9	-	3
Summa procent	100	100	100
Antal	11	20	31

Kommentar: Tabellen bygger på det totala antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i debattartiklar från de olika tidningarna en vecka före valdagen 2010 och 2022. N=31. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Tabell 11. Den totala förekomsten av gestaltningar av Sverigedemokraterna i ledare år 2010 respektive år 2022 (procent*).

Ledare			
Gestaltningar	2010	2022	Totalt
Nationalistisk	-	12	7
Nativistisk	17	28	23
Tom retorik	39	44	42
Politisk rörelse	39	16	26
Folkets röst	6	-	2
Summa procent	100	100	100
Antal	18	25	43

Kommentar: Tabellen bygger på antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna i morgon- och kvällstidningar en vecka före valdagen 2010 respektive 2022. Tabellen visar den totala mängden gestaltningar som används i ledarartiklar. N=43. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.

Tabell 12. Gestaltningen av Sverigedemokraterna i artiklar där en skandal omnämns i samband med partiet i morgon- och kvällstidningar (procent*).

Skandal			
Gestaltning	Morgontidning	Kvällstidning	Total
Nationalistisk	-	-	-
Nativistisk	50	46	47
Tom retorik	50	33	38
Politisk rörelse	-	21	15
Folkets röst	-	-	-
Summa procent	100	100	100
Total skandal procent	29	71	100
Antal	10	24	34

Kommentar: Tabellen bygger på det totala antalet kodade gestaltningar av Sverigedemokraterna när partiet nämns i samband med skandal funna i valda morgon- och kvällstidningar en vecka före valdagen 2010 och 2022. Morgontidningar=Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, Kvällstidningar=Aftonbladet och Expressen. N=34. *Procenttalet har avrundats till närmaste heltal.