

Nätet vinner mark som politisk arena

Freja Blomdahl & Jakob Bäck*

Internet har blivit en viktig källa för politiskt innehåll och en arena för det politiska samtalet. Det gäller särskilt för unga som omfamnar sociala medier trots ett ofta hårt debattklimat.

När Sveriges befolkning hösten 2022 går till valurna spelar internet en alltmer central roll för hur väljarna tar till sig politisk information. Inför valet har Internetstiftelsen genomfört en delstudie av undersökningen *Svenskarna och internet* med syfte att belysa den roll internet har både för att sprida politiskt innehåll och som plattform för politiskt engagemang. Undersökningen omfattar internetanvändande vuxna i ålder 18 år och uppåt.

Undersökningen visar på stora skillnader mellan hur de allra yngsta, förstagångsväljarna, och äldre väljare tar del av politiskt innehåll. Resultaten visar också att inställningen till att diskutera politik och dela politiska åsikter eller inlägg i sociala medier skiljer sig åt.

* Freja Blomdahl, analytiker Internstiftelsen. Jakob Bäck är kommunikatör på Internetstiftelsen.

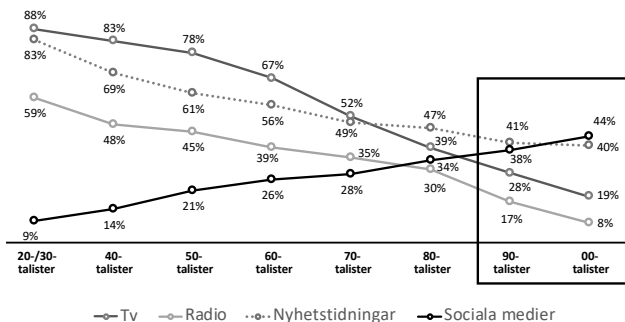
Yngre väljare omfamnar sociala medier

Traditionella medier såsom tv, nyhetstidningar och radio är fortsatt dominerande för hur vi tar del av politiskt innehåll. Samma medier tycker väljarna själva är de viktigaste informationskällorna. Skillnaderna mellan generationerna är däremot stora.

Hos de yngsta väljarna ser vi att sociala medier spelar en betydande roll både för att ta del av politisk information samt för att själva delta och engagera sig i det politiska samtalet.

Diagrammet nedan visar vilka kanaler olika generationer använder på daglig basis för att ta del av politiskt innehåll.

Andel som tagit del av politiskt innehåll på daglig basis efter generation



Bas: Internetanvändare 18+ år. **Fråga:** I vilka av följande kanaler brukar du ta del av politisk information eller politiska budskap på daglig basis? *Svenskarna och internet: Valspecial 2022.* Avser både nyhetstidningar i pappersformat och på webben.

Unga väljare särskiljer sig också genom att använda andra sociala mediekanaler än äldre väljare. I högre

åldrar är Facebook den sociala medieplattform som flest använder för att ta del av politiskt innehåll, men bland förstagångsväljarna är istället Instagram vanligast. Nästan 3 av 10 (28 procent) av förstagångsväljarna tar dagligen del av politiskt innehåll på Instagram, jämfört med bara knappt 1 av 10 (9 procent) av internetanvändarna i stort.

Lågt förtroende för politiskt innehåll på sociala medier

Trots att förstagångsväljarna frekvent tar del av politiskt innehåll på sociala medier, så sviktar förtroendet för innehållet. Hos väljarna i stort har traditionella medier det högsta förtroendet när det kommer till politiskt innehåll och det gäller även hos förstagångsväljarna. Det är till och med så att förstagångsväljarna har ett högre förtroende för de traditionella medierna jämfört med äldre väljare.

Förtroendet för politisk information på sociala medier är däremot mycket lågt, och de flesta anser att det bara är en liten del eller inget alls av informationen som är pålitlig. Detta trots att undersökningen visar att den typ av politiskt innehåll som flest användare möts av på sociala medier är delade artiklar och nyhetsinslag från traditionella medier. Ett källkritiskt förhållningssätt skulle kunna ses som en naturlig reaktion på den stora mängden olika slags innehåll på sociala medier. Där trängs politiska budskap med annonser, vänners inlägg, roliga videoklipp och annat mer seriöst innehåll.

Förtroende för politisk information i olika kanaler bland förstagångsväljare

	Allt/större delen är pålitligt	Inget/en liten del är pålitligt
TV	79 %	4 %
Dagstidningar*	62 %	10 %
Radio	72 %	8 %
Facebook	3 %	74 %
Instagram	11 %	60 %
Youtube	10 %	60 %
Twitter	7 %	58 %
Tiktok	0 %	83 %

Bas: Förstagångsväljare, *Fråga:* Hur mycket av den politiska informationen på följande kanaler och källor anser du är pålitlig? Ovan visas några utvalda kanaler, notera att svarsalternativen "ungefär hälften" och "vet ej" inte redovisas i tabellen. Svenskarna och internet: Valspecial 2022. *Avser både dagstidningar i pappersformat och på webben.

Större engagemang bland unga på nätet

Sociala medier är också plattformar där större delen av de politiska diskussionerna på nätet äger rum. Förstagångsväljarna är något mer aktiva i att dela och uttrycka sina politiska åsikter på nätet. Nästan 4 av 10 förstagångsväljare diskuterade under år 2021 någon politisk fråga på nätet, jämfört med 3 av 10 bland internetanvändarna i genomsnitt.

Undersökningen belyser däremot stora utmaningar med debattklimatet på sociala medier. Totalt har 7 procent av internetanvändarna under år 2021 blivit utsatta för hård kritik, hat eller hot kopplat till politiska åsikter och betydligt fler, 21 procent, har valt att avstå från att uttrycka sina politiska åsikter för att undvika hård kritik, hat eller hot.

Här är förstagångsväljarna en av de grupper som är särskilt utsatta till följd av att de är mer aktiva i politiska diskussioner. Bland förstagångsväljarna har nästan dubbelt så många, 12 procent, blivit utsatta för hård kritik, hat eller hot under 2021. Nästan 3 av 10 (29 procent) har åtminstone vid något tillfälle valt att inte uttrycka sina politiska åsikter för att undvika hård kritik, hat eller hot.

Positivt nog framkommer det att det hårda debattklimatet inte helt tystar det politiska samtalet, utan snarare delvis begränsar det. Det är nämligen till stor del samma personer som brukar diskutera politik på nätet som vid andra tillfällen väljer att avstå. Det är däremot tydligt är att det finns en stor utmaning med att odla och upprätthålla ett öppet och konstruktivt samtalsklimat på sociala medier.

Utmaningar och möjligheter

De stora skillnaderna mellan hur olika generationer tar del av och diskuterar politik innebär flera utmaningar. Det finns en risk för att samtalen tappar ett viktigt djup när förstagångsväljare och äldre väljare sällan möts på gemensamma plattformar. De sociala medieplattformarna tenderar också att gynna korta informationsformat, där längre resonerande analyser inte får en framträdande roll.

Samtidigt bidrar sociala medier med att sprida politiskt innehåll till unga väljare som kanske annars inte hade nått dem. Sociala medier skapar även digitala rum för i synnerhet unga att dela och diskutera politiska åsikter, vilket kan leda till ett ökat politiskt engagemang och intresse för samhällsfrågor.

Att unga väljare mer än äldre omfamnar sociala medier som politisk arena ser vi också genom att bara 16 procent av väljarna överlag tycker att sociala medier ger dem större möjligheter att påverka samhällsfrågor. Bland förstagångsväljarna är det däremot hela 40 procent som tycker att sociala medier ger dem större möjligheter att påverka. En av förstagångsväljarna i studien uttrycker det exempelvis på följande sätt:

Sociala medier kan användas för VÄLKOMNA fler in i politiken. Många vågar/orkar nog inte engagera sig politiskt för det verkar som ett för stort åtagande och de blir rädda för att det ska vara komplicerat och ställa höga krav på en.

Internet och sociala medier innebär både möjligheter och risker. Det är verktyg som kan missbrukas eller brukas, och det krävs att beslutsfattare, näringsliv och användare samverkar för att både maximera det positiva med sociala medier och motverka de negativa aspekterna. Med undersökningar och rapporter som *Svenskarna och internet* vill Internetstiftelsen bidra med insikter för att ge förutsättningar till att digitaliseringen sker på välinformerad grund.

Om undersökningen *Svenskarna och internet: Valspecial 2022*

Datainsamlingen för *Svenskarna och internet: Valspecial 2022* har genomförts i Novus webbpanel, även kallad Sverigepanelen. Totalt genomfördes 3 023 intervjuer med personer i åldern 18+ år under perio-

den 16–29 december 2021. Resultaten är viktade mot kända populationstal (enligt SCB) med avseende på kön, ålder, utbildning, geografi (NUTS2) och parti i valet 2018.

Hela rapporten går att läsa på www.svenskarna-ochinternet.se