

# PARTILEDARKÄNNEDOM

HENRIK OSCARSSON

Få betvivlar idag det normativa idealet om fullt informerade och förnuftsstyrda samhällsmedborgare. Kapabla och kunniga medborgare betraktas som en grundförutsättning för att en demokrati skall kunna fungera effektivt. Ju mer politiskt kunniga och sofistikerade medborgarna är desto bättre anses de kunna fullgöra sina plikter i den representativa valdemokratin: att i samband med regelbundet återkommande val ge mandat och att utkräva ansvar av sina valda representanter.

Forskning om svenska folkets politiska kunskaper är en växande genre som tilldrar sig stort intresse. Syftet med analyserna i det här kapitlet är att utveckla ett nytt mått på politisk kunskap utifrån ett frågebatteri om partiledarkännedom. Syftet är också att undersöka vilka individfaktorer som är betydelsefulla för att generera politiskt kunniga medborgare. Huvuddelen av den politiska information som kommer medborgarna till del inhämtas från massmedier. Särskild uppmärksamhet kommer därför att ägnas åt medborgarnas konsumtion av nyheter: leder ökad nyhetskonsumtion till bättre politiska kunskaper?

## Svenska folkets politiska kunskaper

Frågan om hur politiskt kunniga svenska väljare egentligen är går inte att besvara på ett enkelt sätt. Tidigare studier av politiska kunskaper har konstaterat att svenska väljare är duktiga på att känna till partiets ståndpunkter i sakfrågor. När det gäller att placera ut partier på rimliga sätt längs olika konfliktdimensioner som t ex vänster-högerdimensionen eller EMU-dimensionen tillhör de svenska väljarna världseliten (Holmberg & Oscarsson 2004). Sämre ställt är det med de väljarkunskaper som är en förutsättning för att valmanskåren effektivt skall kunna utkräva politiskt ansvar i efterhand – exempelvis är det endast hälften av väljarna som kände till att vi hade en socialdemokratisk enpartiregering under perioden 2002-2006.

När det gäller kunskap om hur det politiska systemet fungerar – som t ex vem som är statsminister eller hur många ledamöter som sitter i parlamentet – anses svenskarna vara vassare än nordamerikanska och sydeuropeiska väljare, även om internationella studier fortfarande lider av jämförbarhetsproblem (Milner 2002). Precis som i många andra länder existerar i valmanskåren en betydande variation i politisk kunskap. Samtidigt är variationen mellan de minst och mest kunniga mindre i Sverige än i andra länder. Och snittmässigt ligger Sverige alltså hyggligt till när det gäller politiska kunskaper.

I den internationella forskarkåren bedöms svenska väljare ofta vara kunnigare om politik än många andra länders väljare. Förklaringen ligger givetvis inte i att svenskar generellt skulle besitta större mental kapacitet än andra länders väljare: det handlar snarare om att vissa typer av politiska system tenderar att främja medborgarnas möjligheter och motivation att inhämta politisk information.

I en ny analys av medborgares politiska kunskaper i 32 länder visar den amerikanske statsvetaren Jason Ross Arnold att institutionell, politisk och medial kontext är betydelsefulla faktorer för att förklara nivåskillnader i politisk kunskap mellan länder (Arnold 2007).<sup>1</sup> Länder med enkammersystem och proportionella valsystem har exempelvis kunnigare väljare än länder med tvåkammersystem och majoritetsvals-system. I länder där staten äger (men inte nödvändigtvis kontrollerar) massmedierna och i länder där det finns stora *public service*-aktörer är de politiska kunskaperna bättre än i länder med stora inslag av privatägda kommersiella medier. I länder med jämnare inkomstfördelning är de politiska kunskaperna större än i länder med skevare inkomstfördelning. Med andra ord är det inte så märkligt att egalitära skandinaviska välfärdsstater med proportionella valsystem och lång *public service*-tradition hamnar i topp i politisk kunskap.<sup>2</sup>

Inspirerad av den internationella jämförande forskningen vill vi här pröva hypotesen att *konsumtion av framför allt public service-nyheter främjar individers politiska kunskaper*. Analysen syftar till att jämföra kunskapseffekter av exponering för public service-medier (nyhetsprogram i SVT och SR) och för icke public service-medier (nyhetsprogram i TV3 och TV4).

## Svenska väljares personkunskaper

Så länge vi rör oss inom partidemokratis domän är svenska väljares politiska kunskaper relativt goda. Väljarna har bra koll på partierna och på deras visioner, ideologier och sakfrågeståndpunkter. Sådana kunskaper är förstås centrala för en väljarkår som i huvudsak ägnar sig åt så kallat framåtblickande röstning; mandatgivande (Oscarsson 2007).

De svenska väljarnas akilleshäls är personkännedom. Partiernas kandidater blir allt mer anonyma för väljarna. I samband med 2006 års val kunde endast 29 procent korrekt uppge namnet på en riksdagskandidat från den egna valkretsen. Personvalsreformen har hittills visat sig vara ett fiasko. Andelen personkryssande väljare minskar för varje riksdagsval. Av de 22 procent som kryssade för en kandidat i 2006 års riksdagsval var det bara hälften som i efterhand kunde komma ihåg vilken kandidat de hade röstat på. Påståenden om att det skulle pågå en omfattande personifiering av svensk politik framstår som ogrundade.

Valundersökningarnas mätningar av personkunskaper bekräftar bilden av allt anonymare politiska personligheter. Väljarnas kunskaper om partiernas främsta företrädare är överlag dåliga, men närmast katastrofalt låga bland de allra yngsta väljarna (Oscarsson & Holmberg 2008).<sup>3</sup>

I SOM-undersökningarna förekommer normalt få kunskapsfrågor. Det beror främst på att det är svårt att studera människors kunskaper med hjälp av postenkätundersökningar. Men fördenskull saknas det inte möjligheter att konstruera kunskapsindex för personkännedom som liknar dem som kommer till användning i intervjuundersökningar. I SOM-undersökningarna ges respondenterna möjlighet att svara ”personen är okänd för mig” när de ombeds placera ut partiledare på en elvgradig ogillar-gillarskala från -5 (ogillar starkt) till +5 (gillar starkt).<sup>4</sup> Kunskapsmåttan är bra eftersom det finns begränsat utrymme för skilda tolkningar av svaret ”personen är okänd för mig”. Analyserna i det här kapitlet bygger på dessa rätt tuffa medgivanden från respondenternas sida.

Partiledarkännedom är alltså vårt kunskapsmått i följande analyser. Det finns flera skäl till varför det är särskilt intressant att undersöka politisk kunskap med hjälp av indikatorer för just partiledarkännedom. Föreställningar om en pågående *personifiering av politiken* ställs nämligen på hårda prov eftersom dessa föreställningar utgår ifrån att det framför allt är partiernas främsta företrädare – partiledarna – som i växande utsträckning exponeras på bekostnad av andra ledande företrädare. Den ökade koncentrationen på partiledarna kan beläggas, men det handlar inte om några dramatiska förändringar (Johansson 2008).

Resultaten visar att sverigedemokraternas Jimmie Åkesson är den i särklass mest okände av de partiledare som finns med i SOM-undersökningarnas popularitetsmätningar (se tabell 1). Fyrtiotre procent av svenska folket svarade att de inte kände till Åkesson hösten 2007. De etablerade partiernas ledare var emellertid betydligt mer kända. Bland dem finns två kännedomsdivisioner – en lägre division för partiledare som är okända för mellan 8-13 procent av svenskarna (Jan Björklund, Peter Eriksson, Göran Hägglund och Maria Wetterstrand) – och ett slags elitserie för de partiledare som mycket få (1-4 procent) säger att de inte känner till (Lars Ohly, Maud Olofsson, Fredrik Reinfeldt och Mona Sahlin).

Partiernas ledare är som väntat betydligt mer välkända än andra partiföreträdare. Nivåskattningarna är mycket högre än för motsvarande personkunskapsindex som mäter kännedom om andra partiföreträdare än just partiledarna. Ett kunskapsindex bestående av nio indikatorer (känner till partiledaren) har god skalbarhet (Cronbachs  $\alpha = .77$  och Loevingers  $H = .71$ ). Drygt hälften av svenska folket (53 procent) får full poäng, det vill säga nio rätt av nio möjliga, när det gäller partiledarkännedom. Det genomsnittliga indexvärdet för befolkningen är mycket högt: 8,05. Partiernas ledare är generellt sett mycket välkända bland väljarna. Merparten av dem som missar full poäng ”går bet” på vem sd-ledaren Jimmie Åkesson är.<sup>5</sup>

En resa bakåt i tiden visar att det inte är självklart att etablerade partiers ledare är allmänt kända. Tillståndet i partiledarkännedom hösten 2007 är i själva verket mycket bättre än vad det varit tidigare under 2000-talet. Var tredje svensk kände inte till Fredrik Reinfeldt första gången vi mätte honom på ogillar-gillarskalan. Det tog tre år innan ledaren för det näst största partiet i riksdagen, moderaterna, blev allmänt känd. Först efter att Reinfeldt blivit statsminister hösten 2006 nådde han nära nollpunkten i anonymitet. Det tar tid för partiledare att bli kända.

**Tabell 1 Anonymitetsligan. Andel av samtliga som svarar "personen okänd för mig" 2002-2007 (procent)**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Jimmie Åkesson	–	–	–	–	–	43
Jan Björklund	–	–	–	–	–	13
Peter Eriksson	20	19	22	16	11	11
Göran Högglund	–	–	32	20	9	9
Maria Wetterstrand	18	15	15	12	8	8
Lars Ohly	–	–	14	9	4	4
Maud Olofsson	7	4	4	4	3	2
Fredrik Reinfeldt	–	33	12	5	1	1
Bo Lundgren	3	3	–	–	–	–
Gudrun Schyman	1	–	–	–	–	–
Lars Leijonborg	2	2	4	3	1	–
Göran Persson	1	1	2	2	1	–
Alf Svensson	2	2	–	–	–	–

**Fråga:** Resultaten är hämtade från 2007 års SOM-undersökning. Frågan om partiledarevalueringar ingick i politikformuläret: "Den här frågan gäller hur mycket man allmänt sett gillar respektive ogillar de politiska partierna. Var skulle du personligen vilja placera de olika partierna på nedanstående skala?" (respondenten placerar ut nio partier på ogillar-gillarskalan). Följfråga: "Om Du skulle använda samma skala för partiledarna, var skulle du placera...?". Ledarna har rangordnats efter hur anonyma de var hösten 2007. Nederst i tabellen återfinns tidigare partiledare som mätts under perioden. Procentbasen är samtliga svarande utom de som använt sig av "dubbelkruss".

Samma mönster gäller för Göran Högglund som vid första mätningen 2004 var okänd för 32 procent av svenska folket. Han blev mindre okänd under 2005 (20 procent) och efter valet 2006 (9 procent). Därefter har Högglunds anonymitets-siffror stabiliserats kring 10 procent.

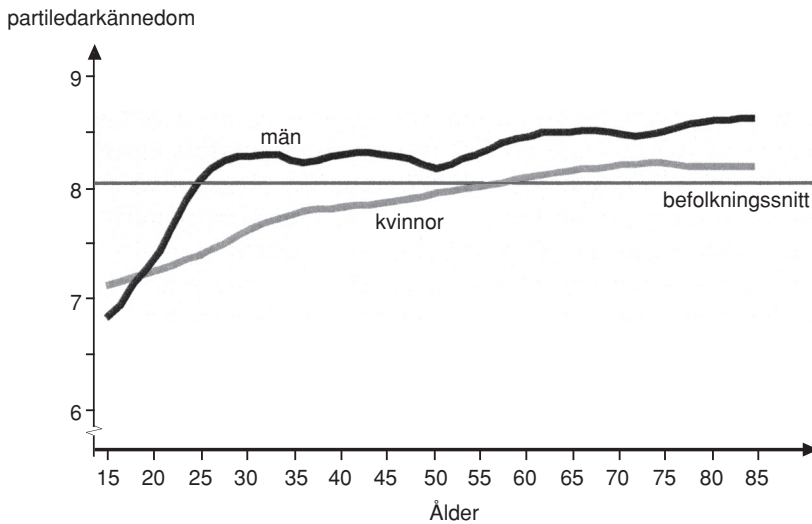
I ljust av Reinfeldts och Högglunds kändiskarriärer framstår Jan Björklunds förstämätning som en klart bättre start. Tretton procent uppgav att de inte visste vem Björklund var. Även Mona Sahlin har fått en flygande start när det gäller partiledarkännedom. Endast en procent av svenska folket kryssade att de inte kände till Sahlin hösten 2007.

## Vem känner till partiledarna?

Partiledarkännedomindex uppför sig mycket likt de personkunskapsindex som brukar användas i analyser av politiska kunskaper. I figur 1 visas överskådligt hur partiledarkännedom tillväxer med ålder. Åldersgruppen 15-19 år är den klart minst kunniga med genomsnitt omkring 7,0 poäng medan pensionärsgrupper äldre än

65 år ligger klart över befolkningssnittet med närmare 8,5 poäng. Figuren illustrerar också det välkända resultatet att män tenderar att få högre poäng än kvinnor på politiska kunskapsindex.

**Figur 1 Partiledarkännedom. Antalet partiledare man känner till bland män och kvinnor i olika åldrar 2007 (prediktionslinje)**



**Kommentar:** Partiledarkännedomindex består av nio indikatorer (se tabell 1) och visar hur många av partiledarna respondenterna säger sig känner till. Indexpoängen kan variera mellan 0 och 9. Figuren visar predicerade genomsnitt bland män och kvinnor i olika åldrar. Resultaten är hämtade från 2007 års SOM-undersökning. I figuren presenteras prediktionslinjen för partiledarkännedom för män och kvinnor i olika åldrar. n = 1400

I den yngsta åldersgruppen 15-19 år (varav de flesta kommer att begå sin demokratiska rösträttsdebut 2009 eller 2010) är det endast 42 procent som har full poäng på vårt kunskapsindex (se tabell 2). De enda partiledarna som är kända av mer än nittio procent bland de yngsta är Mona Sahlin (91 procent), Maud Olofsson (92 procent) och Fredrik Reinfeldt (97 procent). De partiledare som är minst kända bland tonåringarna (och som alltså får flest kryss i rutan ”personen okänd för mig”) är den nyblivne partiledaren för folkpartiet Jan Björklund (61 procent), Peter Eriksson (75 procent) och Göran Hägglund (79 procent).

**Tabell 2 Partiledarkännedom i olika åldersgrupper (procent)**

	Ålder								
	samtliga	15-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60-75	76-85
Jimmie Åkesson	55	53	53	62	54	57	50	57	59
Jan Björklund	86	61	68	79	82	87	91	94	94
Peter Eriksson	89	75	74	84	86	89	93	94	96
Göran Håggglund	90	79	75	89	91	91	90	95	94
Maria Wetterstrand	91	80	79	84	91	92	92	96	94
Lars Ohly	96	84	88	90	96	97	99	99	96
Maud Olofsson	98	92	94	95	98	99	100	99	99
Fredrik Reinfeldt	99	97	100	100	100	100	100	99	99
Mona Sahlin	99	91	99	99	100	99	100	99	99
Andel med full poäng (känner till alla 9)	53	42	48	55	50	56	50	57	63
antal svarande	1 593	102	81	83	248	264	287	408	120

**Kommentarer:** De respondenter som betraktas känna till partiledarna är alla de som inte kryssat för "personen okänd för mig" utan givit ledarna en sympatipoäng längs en elvgradig ogillar-gillarskala från -5 (ogillar starkt) till +5 (gillar starkt).

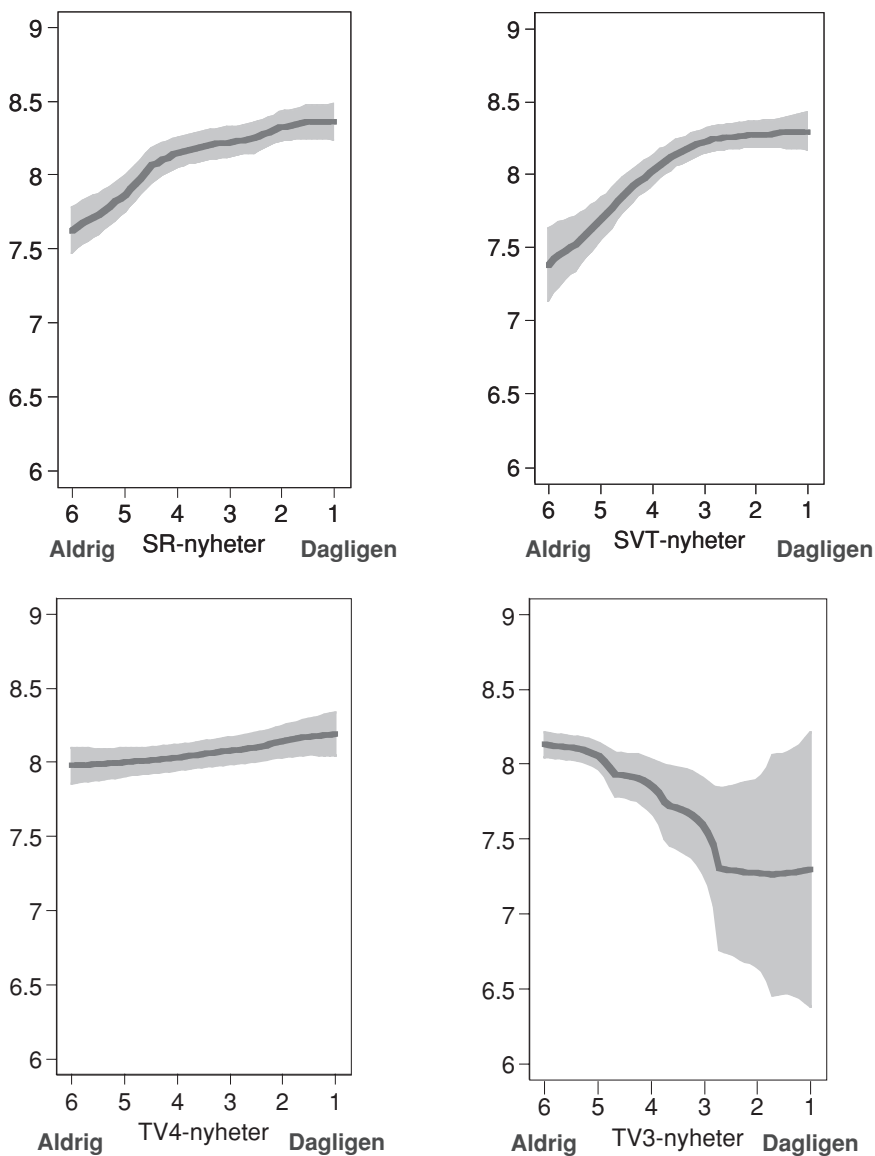
## Blir vi kunnigare av att följa public service-nyheter?

Nu till huvudfrågan: Finns det ett samband även på mikronivå mellan exponering för public service-nyheter och politisk kunskap? Och är i så fall denna typ av nyhetsexponering bättre på att producera kunnigare väljare än nyhetsprogram från icke public service-källor?

I figur 2 illustreras samvariationen mellan nyhetsexponering och partiledarkännedom med hjälp av en prediktionslinje som visar den förväntade genomsnittliga partiledarkunskapen för varje nivå av nyhetsexponering.<sup>6</sup> De bivariata analyserna visar att det finns tydliga positiva kunskapseffekter av exponering för SVT-nyheter och SR-nyheter, blygsamma positiva kunskapseffekter av exponering för TV4-nyheter och klart negativa kunskapseffekter av exponering för TV3-nyheter. Analyserna ger stöd för att det framför allt är exponering för public service-nyheter som ger de största kunskapseffekterna: de bivariata effekterna av TV4-nyhetskonsumention är signifikant svagare än de bivariata effekterna av SVT- och SR-nyheter.

Effekternas storlek kan debatteras: personer som dagligen tar del av SVTs nyhetsprogram känner i genomsnitt till ytterligare en partiledare jämfört med personer som aldrig tar del av dessa nyhetsprogram. Det kan vid första anblicken uppfattas som en relativt blygsam kunskapseffekt, men med hänsyn taget till att det råder begränsad variation i vår kunskapsvariabel handlar det ändå om en mycket tydlig effekt.

**Figur 2 Sambandet mellan nyhetsexponering (SR/SVT/TV4/TV3) och partiledarkännedom 2007 (prediktionslinje med konfidensintervall)**



**Kommentar:** I figurerna används originalkodningen av nyhetsexponeringsvariablerna där 1 motsvarar "dagligen", 2="5-6 ggr/veckan", 3="3-4 ggr/veckan" 4="1-2 ggr/veckan" 5="mer sällan" och 6="aldrig".

Bivariat samvariation är en sak. Men om man vill framgångsrikt argumentera för att det faktiskt finns ett samband mellan nyhetsexponering och politisk kunskap behöver man genomföra en mer ambitiös analys. Det finns nämligen gott om alternativa förklaringar till den samvariation som visas i figur 2.

Det går att tänka ut en hel serie alternativa förklaringar till varför vi hittat denna samvariation mellan public service-konsumtion och politisk kunskap. Ökad ålder ger exempelvis *både* en ökad sannolikhet att följa Rapport- och Aktuellt-sändningar *och* ökad politisk kunskap. Den bivariata samvariation vi funnit skulle alltså kunna bero på att människors ålder styr båda fenomenen och att de därför kanske inte alls har med varandra att göra. Selektionsmekanismer skulle i så fall orsaka sambandet: redan kunniga personer väljer att titta på nyhetsprogram i allmänhet och public service-nyheter i synnerhet. På motsvarande sätt kan man argumentera för att politiskt intresserade människor har en ökad tendens att vilja exponera sig för nyheter. Intresserade är mer motiverade att ta till sig och minnas vad de lärt sig.

Vi måste ta in de här alternativa förklaringarna i en och samma analys för att kunna bli säkrare på att det finns ett verkligt orsakssamband. Genom att elaborera ursprungssambandet kan vi finna stöd för eller avfärda att det faktiskt finns ett samband mellan nyhetsexponering och politisk kunskap.

**Tabell 3** Effekt av exponering för nyheter på partiledarkännedom (ostandardiserade regressionskoefficienter, standardfel)

	effekt av exponering oftare än 1-2 ggr i veckan		effekt av exponering "sällan eller aldrig" under kontroll för kön, ålder, politiskt intresse och utbildning			
	b	s.e.	b	s.e.		
Sveriges Radio	+ .57	.081	***	+ .28	.086	***
Sveriges Television	+ .78	.105	***	+ .41	.111	***
TV4	+ .16	.089	*	+ .16	.087	**
TV3	- .49	.114	***	- .16	.113	ej sign

**Kommentar:** Den beroende variabeln i analysen är partiledarkännedomindex (0-9). Medieexponeringsvariablerna bygger på de index som använts i analyser men här har de dikotomiserats för att underlätta tolkning (0="sällan"+"aldrig"; 1="1-2 ggr/veckan"+"3-4 ggr/veckan"+"5-6 ggr/veckan"+"dagligen"). I den multivariata analysen har följande kontrollvariabler använts: kön (0=kvinna, 1=man), ålder (kontinuerlig variabel 15-85 år), tre dummyvariabler för politiskt intresse som representerar fyra svarsalternativ (mycket/ganska/inte särskilt/inte alls intresserad) samt tre dummyvariabler för utbildning som representerar fyra kategorier (hög/medelhög/medellåg/låg). En fullständig redovisning av de multivariata modellerna kan erhållas från författaren: henrik.oscarsson@pol.gu.se. \* =  $p < .10$  \*\* =  $p < .05$  \*\*\* =  $p < .01$

I tabell 3 redovisas resultaten från bivariata och multivariata analyser av effekten av att exponeras för nyheter från olika källor. Resultaten visar att även med hänsyn

taget till sammansättningen av publiken (kön, ålder, utbildning och politiskt intresse) för de olika nyhetsprogrammen kvarstår signifikanta effekter för Sveriges Radio, SVT och TV4 (exponering oftare än 1-2 ggr per vecka leder till bättre kunskaper). Kunskapseffekterna är starkast för konsumtion av Sveriges Televisions nyhetsprogram (+.41), följt av Sveriges Radios-nyheter (+.28) och TV4-nyheter (+.16). De bivariata effekterna av nyhetskonsumtion av TV3-nyheter (-.16) är emellertid inte längre signifikanta i den multivariata analysen.

De resultat som presenterats här är analyser av 2007 års SOM-undersökning. Jag har också genomfört motsvarande analyser av 2006 års valundersökning och funnit identiska resultat. Tidigare forskning har också konstaterat att sambandet mellan nyhetskonsumtion är särskilt starkt när det gäller just public service-medier (Peterson 2006). Härvidlag kan vi vara säkra på att resultaten kan replikeras från flera olika studier och med många olika operationaliseringar av politisk kunskap.

Det är sannolikt inte ägarförhållandena i sig självt som ligger bakom att public service-nyheter skulle ha högre sannolikhet att producera politiskt kunniga medborgare. Nyhetsprogrammets omfattning, struktur, innehåll och kvalitet spelar sannolikt roll för den kunskapshöjande effekten. Långa, ambitiösa, väljorda nyhetsprogram som behandlar aktuella inrikes- och utrikespolitiska händelser har bättre förutsättningar att göra sina tittare och lyssnare kunniga om politik än korta och mindre påkostade nyhetsprogram som ägnar utrymme åt andra slags nyheter än politiska nyheter, t ex väder-, sport- eller nöjesnyheter.

I ett läge med fallande tittarsiffror för public service-nyheter kan man inte låta bli att fundera om vi därmed håller på att bli mindre politiskt kunniga som befolkning?

## Noter

- <sup>1</sup> Jason Ross Arnold sammanfattar sina resultat så här: "Parliamentary systems with proportional representation electoral rules, generous public broadcasting systems, and more equitable distributions of wealth tend to have better informed citizens, and these results hold after controlling for education, income, and the size of a country's economy" (Arnold 2007)
- <sup>2</sup> I Arnolds studie av politisk kunskap toppar Danmark, Sverige, Island, Holland och Tjeckoslovakien listan över politisk kunskap i världen. I botten av listan återfinns Brasilien, Mexico, Peru, Ukraina och Korea (Arnold 2007) Arnolds kunskapsmått utgår från information om väljarnas perceptioner av partiernas vänster-högerpositioner, vilket kan betraktas vara en typ av kunskap där svenska väljare har särskilt lätt för sig på grund av det svenska partisystemets starkt en-dimensionella konfliktstruktur.
- <sup>3</sup> I 2006 års valundersökning användes en frågeserie där respondenterna ombads att tala om vilka partier nio partiföreträdare tillhörde (Karin Pilsäter, Bosse Ringholm, Fredrik Federley, Gunilla Carlsson, Yvonne Ruwaida, Alice Åström,

Inger Davidsson, Carin Jämtin och Jan Eliasson). Svenska väljare hade i genomsnitt 3,33 korrekta svar av nio möjliga. Sambandet mellan ålder och kunskap är mycket starkt. Bland förstagångsväljare 18-22 år var motsvarande genomsnitt endast 0,71 rätta svar. Väljare som är äldre än 60 år snittar på 4,5 rätta svar (Oscarsson & Holmberg 2008).

- <sup>4</sup> Resultaten från popularitetsmätningen 2007 redovisas i Sören Holmbergs kapitel *Mona Sahlin The Comeback Woman* i denna volym.
- <sup>5</sup> Ett partiledarkännedomindex med enbart riksdagspartiernas åtta ledare (Jimmie Åkesson exkluderad) visar att 79 procent av väljarna känner till samtliga partiledare. Resultaten av analyserna i det här kapitlet förändras inte om man utesluter Åkesson ur partiledarkännedomindex.
- <sup>6</sup> För att pröva hypotesen om kunskapsgenererande nyhetsexponering användes en frågeserie om hur ofta man tar del av olika nyhetsmedier. Fyra mått på nyhetsexponering konstruerades varav tre är additiva index: 1) Exponering för Sveriges Radio-nyheter mättes med indikatorerna "Lokalnyheter i radions P4" och "Ekonyheterna i riksradien". 2) Exponering för SVT-nyheter mättes med indikatorerna "Aktuellt/Rapport i SVT", "Regionala nyheter i SVT" och "SVT:s morgonnyheter". 3) Exponering för TV4-nyheter mättes med indikatorerna "Nyheterna i TV4", "Lokala nyheter i TV4" och "Nyhetsmorgon i TV4". 4) Exponering för TV3-nyheter mättes med en indikator "Update i TV3".

## Referenser

- Arnold, Jason Ross (2007). *Contextualising Political Knowledge: A Cross-National Multi-Level Approach*. Department of Political Science at University of Minnesota.
- Holmberg, Sören & Henrik Oscarsson (2004). *Väljare. Svenskt väljarbeteende under 50 år*. Stockholm, Norstedts Juridik.
- Johansson, Bengt (2008). "Popularized Election Coverage. New Coverage of Swedish Parliamentary Election Campaigns 1979-2006." Artikelmanuskript. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik och masskommunikation.
- Milner, H. (2002). *Civic literacy. How informed citizens make democracy work*. Hanover, University Press of New England.
- Oscarsson, Henrik (2007). "A matter of fact? Knowledge effects on the Vote in Swedish General Elections 1985-2002." *Scandinavian Political Studies* **30**(3): 301-322.
- Oscarsson, Henrik & Sören Holmberg (2008). *Väljarkunskap. Tabellsammanställning*. Göteborgs universitet, Statsvetenskapliga institutionen (<http://www.valforskning.pol.gu.se>).
- Pettersson, Olof, Red. (2006). I *Mediernas valmakt*. Demokratirådets rapport, 2006. Stockholm, SNS förlag.