

Några veckor in i valåret 2026 höll regeringen en pressbriefing om migrationen — en av flera i raden av väl inrepeterade framträdanden. Budskapet var att man tänker fortsätta på den inslagna vägen i migrations- och trygghetspolitiken, utan några större kursändringar. Något senare, i en interpellationsdebatt i februari, gick regeringsföreträdare själva ut med att migrationsfrågan väntas bli en av valrörelsens hetaste stridsfrågor. Men samtidigt visade en undersökning från organisationen Belong i somras att Socialdemokraterna nu står påfallande nära regeringspartierna i flera av de mest centrala migrationsfrågorna, bland annat om avskaffade permanenta uppehållstillstånd och skärpta försörjningskrav vid anhöriginvandring. Oppositionen har alltså inte lovat att riva upp reformerna rakt av — snarare accepterat huvuddragen, om än med enstaka reservationer. Därmed är ett av valårets mest laddade politikområden på god väg att avföras från dagordningen. När skillnaderna suddas ut flyttar journalisternas intresse till andra fält.

Och det är själva poängen. I dag använder partierna samma metod som Bill Clinton och Tony Blair gjorde på 1990-talet, och som Fredrik Reinfeldt förfinade i svensk tappning på 2000-talet: triangulering. Områden där man saknar starkt stöd neutraliseras genom att man lägger sig nära motståndarens position. Man undviker frågor där motståndaren har trovärdighet. I Sverige 2026 handlar det om att försäkra att man inte tänker ändra den politik som väljarna uppfattar som ”stabil”, oavsett om man själv fullt ut tror på den eller inte.

Hur många gånger har vi under det senaste decenniet hört löften om att ”värna arbetslinjen” samtidigt som pensionsutbetalningarna — som utgör merparten av statens transfereringar till hushållen — fortsätter att växa? Eller att skattetrycket ska lättas, medan de faktiska skatteintäkterna i kronor räknat stiger år efter år (med ett tydligt undantag: pandemiåret 2020)? Det är förstås ingen motsägelse i sak — skattekvoten, alltså skatteintäkternas andel av BNP, har faktiskt fallit sedan tidigt 2000-tal, samtidigt som de nominella intäkterna växer i takt med ekonomin. Men just det gapet mellan retorik och siffror gör att området blir svårt att debattera skarpt, och inför valet räcker några symboliska justeringar för att göra frågan ointressant för medierna. Det är en väl beprövad metod: om ingen tydlig konflikt syns, blir det ingen bevakning heller.

Statsråden undviker debatter

Och så fortsätter statsråden att undvika debatter. Politiken presenteras på presskonferenser, i sociala medier eller på debattsidor där man slipper direkt motstånd. När radio och tv bjuder in tackar man ofta nej om oppositionen är med. Statsråd ställer helst bara upp mot motståndare de själva väljer — eller inte alls. Medierna accepterar i praktiken villkoren. Utan statsråd blir det inget program.

En studie från Södertörns högskola och Göteborgs universitet, publicerad hösten 2025, sätter fingret på problemet: när gränserna suddas ut mellan statens och partiernas kommunikation blir det svårt för medborgarna att avgöra vad som är officiell information och vad som är opinionsbildning — vilket på sikt riskerar att urholka demokratins legitimitet. Även riksdagens eget konstitutionsutskott har enligt studien varnat för att utvecklingen försvårar demokratisk kontroll. Medieakademiens årliga maktbarometer bekräftar bilden: partierna använder sociala medier alltmer som envägskommunikation, en kanal för masskommunikation snarare än för dialog. Det parodiska inslaget 2026 är att ministrar kan nå hundratusentals följare i egna kanaler, vilket gör att traditionella medier känner sig tvungna att anpassa sig efter deras villkor. En minister som vägrar debatt kan ändå få fullt genomslag genom en egen livesändning. Riksdagen marginaliseras ytterligare.

Det är ett skäl till att oppositionen inte syns mer. Den som värnar demokratin borde vara bekymrad över hur riksdagen förlorar sin roll som politisk arena. Men huvudproblemet är att alltför få medier bryr sig på allvar. Alltför många är förhållandevis av taktiken, alltför få granskar själva undandragandet.

Mediernas ritualer

Inför varje val återkommer samma ritual: tidningarna gör reportage om kampanjbudgetar, kommunikationsbyråer och strategier. Man ringer kampanjansvariga och ställer ett par frågor: Hur mycket kostar valrörelsen? Vilken byrå använder ni? Det fyller en sida, men förmedlar sällan någon djupare kunskap om vad partierna faktiskt gör eller varför.

I 2026 års variant har ritualen bytt skepnad snarare än innehåll. Forskningen om svensk valbevakning — inte minst Jesper Strömbäcks och Lars Nords återkommande studier — har länge visat att bevakningen domineras av taktik och spelgestaltning på bekostnad av sakfrågorna, en trend som håller i sig valrörelse efter valrörelse. Skillnaden 2026 är att kulisserna delvis flyttat till nätet. Partiernas digitala annonsering, deras samarbeten med influencers och deras datadrivna målgruppsanalys granskas nu på samma ytliga sätt som förr granskades tv-reklam och valstugor — förstärkt av att EU:s nya regler om politisk annonsering gjort att Meta och Google i praktiken stängt av politiska annonser i unionen sedan hösten 2025, vilket tvingat kampanjerna att hitta nya vägar. Enligt Internetstiftelsen nås nästan hälften av förstagångsväljarna 2026 av politiskt innehåll på TikTok, jämfört med knappt var fjärde 2022 — en dramatisk förskjutning som sällan får den uppmärksamhet den förtjänar. Man frågar sällan vad som egentligen räknas som kampanjkostnad, hur lokala organisationer arbetar eller hur strategierna förändrats över tid. Resultatet blir, trots de nya verktygen, lika tunt som på nittioalet.

Det nya medielandskapet

Skillnaden är att 2026 års valrörelse utspelar sig i ett medielandskap där granskning konkurrerar med klickoptimering. När politiken flyr konfliktytorna fylls utrymmet av kulturkrig, moralpanik och snabba affekter. Det är enklare att bevaka en viral konflikt än att granska ett statsråds uteblivna ansvarstagande.

Samtidigt fortsätter samhällsdebatten att kretsa kring frågor om tolerans, identitet, värderingar och social sammanhållning. Terrordåd, hedersrelaterat våld, parallella normsystem och polarisering gör att värdediskussionen blir både nödvändig och svår. Men den förs alltför ofta på ett sätt som ersätter politisk substans med moralisk dramaturgi.

Källförteckning

Migration och regeringens linje

Regeringen. "Pressbriefing om migrationen till Sverige under 2025." 9 januari 2026. <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2026/01/pressbriefing-om-migrationen-till-sverige-under-2025/>

Regeringen. "Regeringens prioritering: Migration och integration." <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/regeringens-prioriteringar/migration-och-integration/>

Sveriges riksdag. Interpellationsdebatt IP 2025/26:289, "Konsekvenser av regeringens migrationspolitik." 3 februari 2026.

Regeringen. "Pressträff om nyheter på migrationsområdet." 6 mars 2026. <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2026/03/presstraff-om-nyheter-pa-migrationsområdet/>

Belong. "Integrationsvalet 2026." Publicerad 26 juni 2026 (Almedalen).

Filipstads Tidning. "Därför kommer S svänga i migrationspolitiken." <https://www.filipstadstidning.se/asikter/ledare/darfor-kommer-s-svanga-i-migrationspolitiken/>

Socialdemokraterna. "Migration och flyktingpolitik." <https://www.socialdemokraterna.se/var-politik/a-till-o/migration-och-flyktingpolitik>

Triangulering

Nationalencyklopedin. "Triangulering (politik)."

Fokus. "Den politiske krämaren som uppfann triangulering."

Erik Åsard, Uppsala universitet. Forskning om Bill Clinton och triangulering; bl.a. *Hillary Rodham Clinton. En politisk biografi* (2008).

Åbo Underrättelser. "Sveriges politiska karta ritas om." <https://abounderrattelser.fi/sveriges-politiska-karta-ritas-om>

Svensk Tidskrift. Lars Tobisson, "En ny partibild."

Arbetet. "Det nya arbetarpartiets resa."

Arbetslinjen, skatter och transfereringar

Sveriges riksdag. Motion 2020/21:3371, "Återupprätta arbetslinjen" (Mats Green m.fl., M). https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/motion/ateruppratta-arbetslinjen_h8023371/html/

Sveriges riksdag. Betänkande SoU30, "Reformerat försörjningsstöd – bidragstak och ökade möjligheter till arbete." 2025/26.

Ekonomifakta. "Skatt." <https://www.ekonomifakta.se/sakomraden/skatt/>

Ekonomifakta. "Offentliga sektorns utgifter." https://www.ekonomifakta.se/sakomraden/offentlig-ekonomi/offentlig-sektor/offentliga-sektorns-utgifter_1208394.html

Ekonomifakta. "Transfereringar till hushållen." https://www.ekonomifakta.se/sakomraden/offentlig-ekonomi/offentlig-sektor/transfereringar-till-hushallen_1210321.html

Ekonomifakta. "Skattekvot" och "Skattekvot – internationellt."

EkonomiData.nu / SCB. Skatteintäkter 2015–2025.

SCB. Statistikdatabasen, skattekvot 1950–2025.

Dagens Arena. "Bidragstak är arbetslinjen på steroider."

Statsråd och debattundvikande

Södertörns högskola. “När regeringens kommunikation blir digital rutin – vad händer med demokratin?” (Karl Magnus Johansson m.fl.), 20 november 2025.
<https://www.sh.se/nyheter/forskning/2025-11-20-nar-regeringens-kommunikation-blir-digital-rutin—vad-hander-med-demokratin>

Medieakademin. Maktbarometern 2024.

Sveriges Radio. “Politiker kommunicerar genom sociala medier.” <https://www.sverigesradio.se/artikel/politiker-kommunicerar-genom-sociala-medier>

Sveriges Radio. “Så använder politiker sociala medier: ‘Masskommunikation’.” <https://www.sverigesradio.se/artikel/sa-anvander-politiker-sociala-medier-masskommunikation>

Journalisten. “Filippa Reinfeldt undviker medierna.”

Kollega. Reportage om socialförsäkringsminister Anna Tenje och mejlsvar i stället för intervju.

SVT Nyheter. “Sveriges riksdagspartier: Så arbetar vi med sociala medier.”

Medielandskap och digital kampanjföring

Jesper Strömbäck & Lars Nord. Demicom-rapport nr 33, “Mest spelgestaltningar och strukturell partiskhet.” Mittuniversitetet, 2017.

Jesper Strömbäck, Lars Nord & Bengt Johansson. “Kampen om mediebilden.” Göteborgs universitet, 2020.

Emanuel Karlsten. Kartläggning av partiernas annonsutgifter i sociala medier, 2022 (Meta/Google Ad Library).

Whispr Group. “Digitala Valbarometer 2022.”

SVT Nyheter. Om partiernas riktade annonser inför EU-vallet.

Fokus. “Ojämlika kampanjkassor präglar ödesvalet.”

Europaparlamentet. Förordning (EU) 2024/900 om transparens och inriktning av politisk reklam (TTPA), i tillämpning från 10 oktober 2025.

Dagens PS / Mediemyndigheten. Om Metas och Googles beslut att stoppa politisk annonsering i EU 2025.

TV4. Reportage om polfluencers (Margaux Dietz, Amilia Stapelfeldt).

Internetstiftelsen. "Svenskarna och internet: Valspecial 2026."

Övrigt / begreppsmässig bakgrund

Nationalekonomiska Föreningen. "Minoritetsregeringar och regeringsfrågan inför valet 2026."

Linnéuniversitetet. "Riksdagens partigrupper i förändring."

Göteborgs universitet, statsvetenskapliga institutionen. Forskning om sociala mediers språkbruk i riksdagen.

Notera: Flera källor (Ekonomifakta, EkonomiData.nu, Fokus, Svensk Tidskrift, Whispr Group) är bransch-, intresse- eller opinionskällor snarare än renodlat oberoende nyhetsmedier eller peer review-granskad forskning. Sifferunderlaget i dessa är i regel SCB-baserat, men den politiska inramningen bör vägas in vid citering. Vissa uppgifter (t.ex. exakta ordalydelser i regeringens pressträffar) kunde inte beläggas ordagrant och har i den justerade texten omformulerats till parafraser.