GÖTEBORGS UNIVERSITET

JOURNALISTIK, MEDIER
OCH KOMMUNIKATION

SVENSKA JOURNALISTER: YRKESROLLER OCH UTMANINGAR



Jesper Strömbäck, Emma van der Goot & Leen Lingier

JMG

Arbetsrapport nr 96

2026

Svenska journalister: Yrkesroller och utmaningar

Jesper Strömbäck, Emma van der Goot & Leen Lingier

ISSN 1101–4679
Datum 2026-11-02
Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
Göteborgs universitet
www.gu.se/jmg

Innehåll

FÖRORD **3**

METODIKEN I KORTHET **4**

DEL 1: ALLMÄN JOURNALISTIK **6**

1. ROLLUPPFATTNINGAR 6
2. PUBLIKENS REAKTIONER 7
3. HOSTILITET 9

DEL 2: POLITISK JOURNALISTIK **12**

4. POLITISKA KONTAKTER 12
5. KONFLIKTER INOM PARTIET 13
6. POLITISK DESINFORMATION 15
7. POLITICAL INCIVILITY 21

DEL 3: SLUTSATS **23**

Förord

Under våren 2026 genomförde Institutionen för journalistik, media och kommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet en undersökning bland svenska journalister i samarbete med Journalistförbundet. Resultaten från denna undersökning kommer att analyseras ingående och redovisas framöver i vetenskapliga tidskrifter. Vi anser dock att det är viktigt att också redovisa mer beskrivande resultat i ett format som är tillgängligt för en bredare allmänhet. I denna rapport ger vi därför en översikt över några av resultaten.

Det är första gången som dessa resultat offentliggörs. För att resultaten ska bli mer tillgängliga och överförbara publiceras rapporten på både engelska och svenska.

Rapporten är indelad i två delar. Del 1 presenterar resultaten av de frågor som ställdes till alla journalister. Del 2 presenterar resultaten av de frågor som endast ställdes till journalister som bevakar politiska partier och politiker.

Denna undersökning hade inte kunnat genomföras utan stöd och hjälp från Journalistförbundet, och vi är mycket tacksamma för deras stöd.

Göteborg, november 2026

Jesper Strömbäck, Emma van der Goot och Leen Lingier

Metodiken i korthet

Resultaten i denna rapport bygger på en enkätundersökning bland svenska journalister som genomfördes under våren 2026. För att få ett så representativt urval som möjligt samarbetade vi med Journalistförbundet. Från dem fick vi en lista med e-postadresser som slumpmässigt valts ut bland deras medlemmar. Pensionerade medlemmar i förbundet ingick inte i urvalet.

Det ursprungliga urvalet bestod av 3 076 journalister, som via e-post inbjöds att delta. Vi kunde inte nå 58 av dessa journalister på grund av att e-postmeddelandena kom i retur. Vi fick också 16 svar från journalister som inte längre var verksamma inom journalistiken. Två påminnelsemejl skickades ut. Datainsamlingen ägde rum mellan den 5 maj och den 19 juni 2026. Studien är godkänd av Etikprövningsnämnden (nummer: 2026-01600-01).

Totalt deltog 942 journalister i vår enkät (svarsfrekvens 31 %). Flera av dem besvarade endast bakgrundsfrågorna, vilket innebär att vårt slutliga urval omfattar 830 journalister (svarsfrekvens 28 %). Det är viktigt att notera att journalisterna hade möjlighet att hoppa över frågor eller välja att inte delta, vilket förklarar varför antalet svar varierar mellan de olika frågorna. Dessutom visades vissa frågor endast för journalister som bevakar politik. För att avgöra om de frågorna som rör den politiska bevakningen var relevanta för de deltagande journalisterna frågade vi hur ofta de hade nämnt ett politiskt parti eller en politiker i sina nyhetsartiklar- eller inslag under de senaste tre månaderna. Om de svarade ”mer än aldrig” ställde vi de politisk orienterade frågorna till dem. Vi anger antalet deltagare separat i varje avsnitt, så att det framgår tydligt hur många deltagare som såg och besvarade frågorna. Nedan ger vi några allmänna beskrivningar av det totala urvalet och specifikt av urvalet av politiska journalister.

Hela urvalet

I vårt fullständiga urval av journalister (N = 830) angav 48 % att de var män och 51 % att de var kvinnor. I genomsnitt har de 22 års erfarenhet av journalistyrket, och 71 % av dem är anställda, medan 21 % arbetar som frilansare, 7 % angav ”annat” och 1 % är arbetslösa. Journalisterna kunde ange flera medier som de arbetar för, och följande procentandelar återspeglar därför andelen journalister som arbetar för respektive typ av medium. Det är vanligare att de arbetar för public service-radio (15 %) eller -tv (21 %) än för kommersiell tv

(5 %) eller radio (1 %). En fjärdedel av journalisterna arbetar för en lokaltidning (25 %), färre för en nationell morgontidning (11 %) och ännu färre för en kvällstidning (7 %). De arbetar också för tidskrifter (22 %), digitala nyhetskanaler (5 %) och nyhetsbyråer (2 %).

Politiska journalister

I det specifika urvalet av politiska journalister (N = 543) identifierade sig 53 % som män och 47 % som kvinnor. I genomsnitt har de 20 års erfarenhet av journalistyrket, och 79 % av dem är anställda, medan 14 % arbetar som frilansare, 6 % angav ”annat” och 1 % är arbetslösa. Precis som i hela urvalet är det vanligare att de arbetar för public service-radio (20 %) eller -tv (13 %) än för kommersiella medier (tv 4 %; radio 1 %). En betydande andel arbetar för lokala dagstidningar (27 %), medan en mindre andel arbetar för nationella morgontidningar (12 %) eller kvällstidningar (6 %). De arbetar också för tidskrifter (19 %), digitala nyhetskanaler (6 %) och nyhetsbyråer (3 %). På en skala från ”ibland” (2) till ”dagligen” (7) angav de i genomsnitt 4,8 när det gäller hur ofta de rapporterar om politiker eller politiska partier.

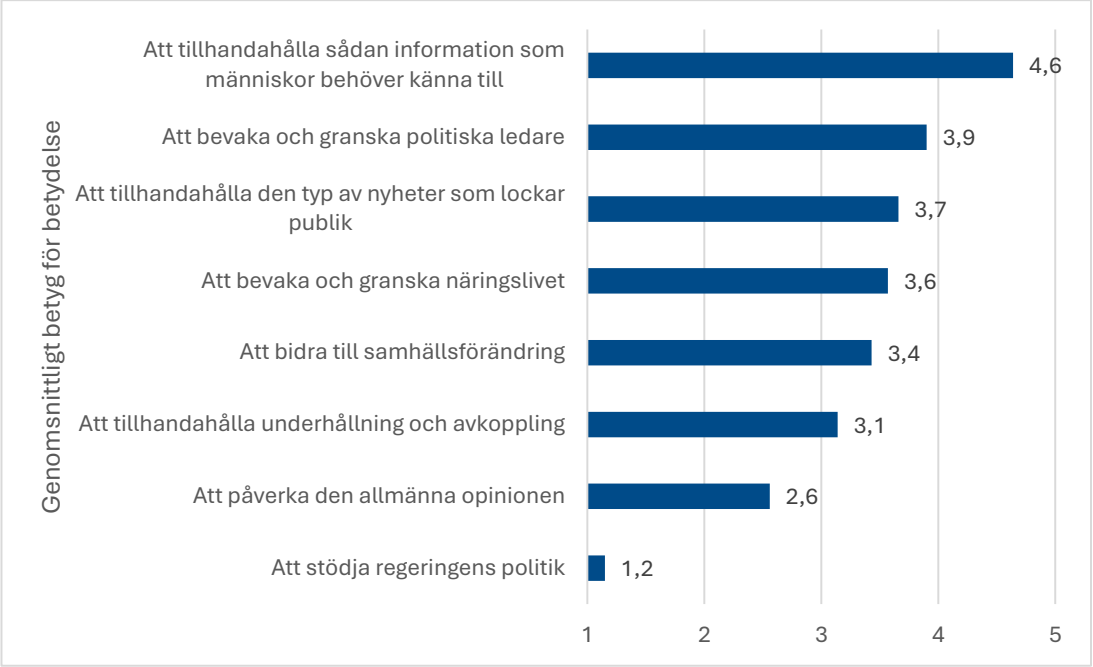
Del 1: Allmän journalistik

1. Rolluppfattningar

En omfattande forskning har undersökt vilka roller journalister anser vara viktiga att fylla i samhället (se till exempel, Mellado, 2015; Hanitzsch et al., 2025). Dessa roller används ofta för att förklara nyhetsinnehåll, jämföra journalistiska kulturer mellan olika länder, eller följa utvecklingen över tid.

I linje med denna forskning frågade vi journalisterna hur viktiga olika roller är i deras arbete på en 5-gradig skala (1 = inte alls viktigt; 5 = extremt viktigt). Figur 1 visar den genomsnittliga vikten av de olika rollerna för journalisterna (N = 745).

Figur 1. Uppfattningar om roller



Som framgår av figuren anses den viktigaste rollen vara att tillhandahålla information som människor behöver känna till, med ett genomsnittligt betyg på 4,6. När vi tittar närmare på journalisternas svar uppgav ett betydande antal journalister (71 %) att de anser att denna roll är extremt viktig. Därefter följer att bevaka och granska politiska ledare (medelvärde = 3,9). Nästan hälften (45 %) av journalisterna angav att de anser att denna roll är extremt viktig. I litteraturen klassificeras dessa olika roller under begreppet ”monitorial role conception”,

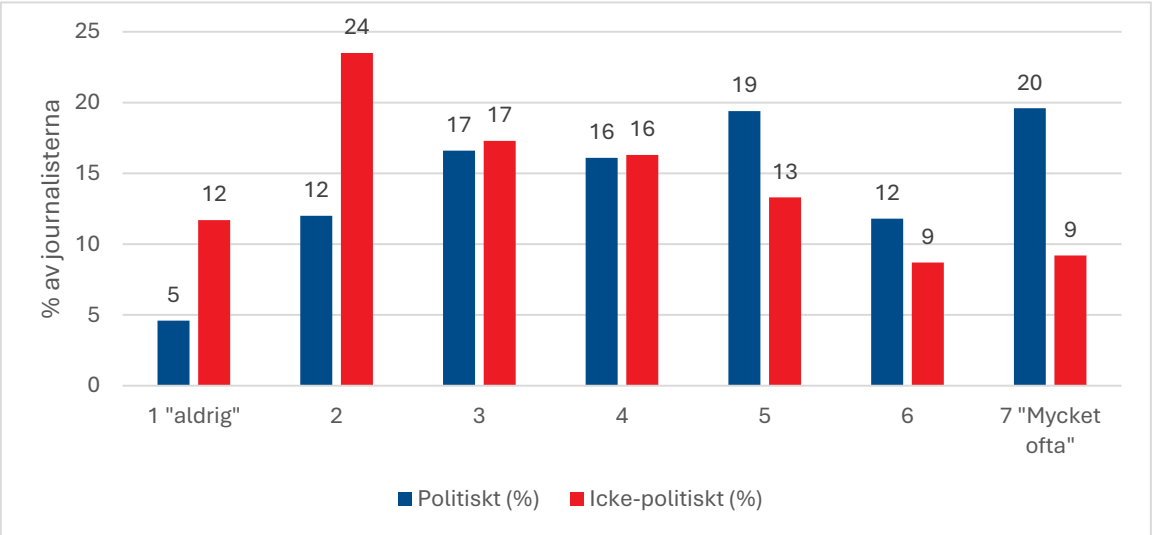
vilket är det mest dominerande rollkonceptet globalt, särskilt i demokratiska länder (Hanitzsch et al., 2025).

Resultaten visar också att journalisterna anser att ””att tillhandahålla den typ av nyheter som lockar publik” är ganska viktigt (medelvärde = 3,7), och 20 % anser att det är extremt viktigt. Detta resultat står i motsats till tidigare undersökningar bland svenska journalister, där man funnit att journalister sällan är intresserade av att locka den största publiken (Hanitzsch et al., 2025). Det stämmer dock överens med den globala trenden med kommersiella påtryckningar på journalistik, vilket leder till att journalister måste prioritera att locka en stor publik.

2. Publikens reaktioner

Den digitala tidsåldern har skapat större möjligheter för medborgarna att engagera sig i journalistiskt arbete och offentligt uttrycka sina förväntningar på journalistiken. Även om det har bedrivits forskning om fientlighet mot medierna från medborgarnas sida (något vi återkommer till nedan), har man sällan undersökt i vilken utsträckning reaktioner från publiken bidrar positivt till det journalistiska arbetet. För att undersöka detta frågade vi journalisterna hur ofta de hade fått återkoppling från publiken under de senaste 12 månaderna och hur hjälpsamma de ansåg att dessa var. Resultaten visas i figur 2, som visar hur vanligt det är att journalister som bevakar respektive inte bevakar politik får återkoppling från publiken (N=805)

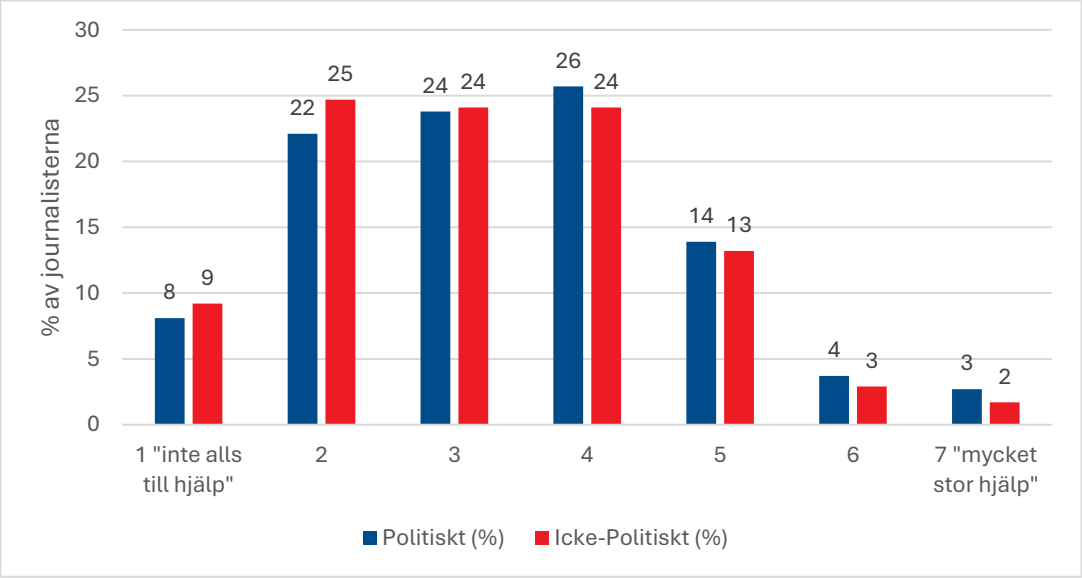
Figur 2. Andel journalister som får återkoppling från sin publik



Generellt sett konstaterar vi att det är vanligt att journalister får reaktioner från sin publik, och endast 7 % uppger att de aldrig får sådana reaktioner. Vi har delat upp frekvenserna genom att skilja mellan journalister som bevakar politik och de som inte gör det, och vi ser en märkbar skillnad. Resultaten visar att politiska journalister uppger att de oftare får reaktioner än andra journalister. Till exempel uppger 20 % av de politiska journalisterna att de får reaktioner mycket ofta, jämfört med 9 % av de övriga journalisterna.

Vi frågade också hur användbara reaktionerna från publiken är för de olika grupperna. Huruvida journalisterna upplever publikens reaktioner som användbara är relevant, eftersom det påverkar hur journalisterna interagerar med sin publik och om de tar till sig återkopplingen i sitt arbete. Resultaten framgår av figur 3.

Figur 3. Andel journalister som fått hjälpsamma reaktioner



Även om vi konstaterade en skillnad i antalet reaktioner, ser vi i stort sett överlappande mönster hos politiska och icke-politiska journalister när det gäller hur användbara dessa reaktioner anses vara. Även om politiska journalister får fler reaktioner, verkar dessa reaktioner inte uppfattas som mer eller mindre användbara. Sammantaget bedöms publikens reaktioner inte särskilt positivt. Mer än hälften av journalisterna anger att reaktionerna inte alls eller endast i viss mån är användbara, medan mycket få uppger att de tycker att de är mycket användbara (4 % av de politiska journalisterna; 3 % av övriga journalister) eller extremt användbara (3 % respektive 2 %). Detta väcker frågor om i vilken utsträckning publikens reaktioner fyller en meningsfull funktion, och hur nyhetsorganisationer bättre kan

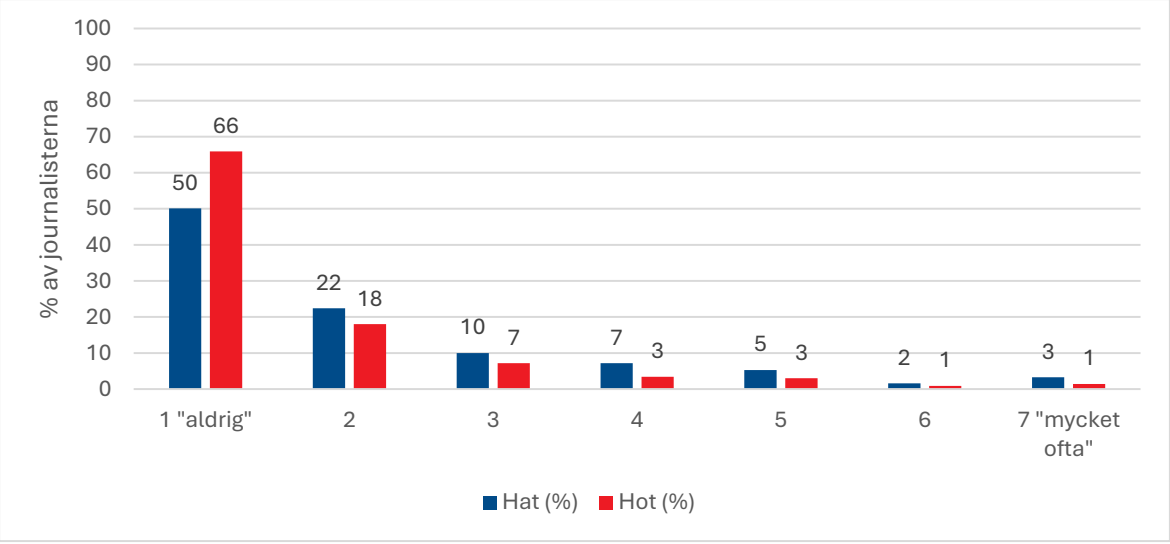
främja ett publikengagemang som bidrar mer till deras arbete. Journalisterna besvarade även frågor om vilken typ av reaktioner de anser vara mest användbara. I kommande studier kommer vi att granska dessa svar för att få en bättre förståelse för vad som gör en reaktion användbar.

3. Fientlighet mot journalister

Även om publikens reaktioner kan vara avgörande för att journalister ska kunna förstå hur deras nyhetsreportage tas emot av allmänheten och teoretiskt kan bidra till att förbättra nyhetsrapporteringen, tenderar publikens reaktioner i allt högre grad att vara fientliga. Forskning visar att journalister ofta utsätts för hatiska uttalanden eller hot med långtgående konsekvenser, såsom känslor av rädsla, självcensur och i slutändan överväganden om att lämna yrket (Löfgren Nilsson & Örnebring, 2016; Miller, 2023).

Mot denna bakgrund frågade vi journalisterna hur ofta de har utsatts för hat eller hatiska kommentarer, samt hot eller hotfulla kommentarer, i samband med sitt arbete under de senaste 12 månaderna. Figur 4 visar hur ofta hat och hot förekommer bland samtliga deltagande journalister (N= 790).

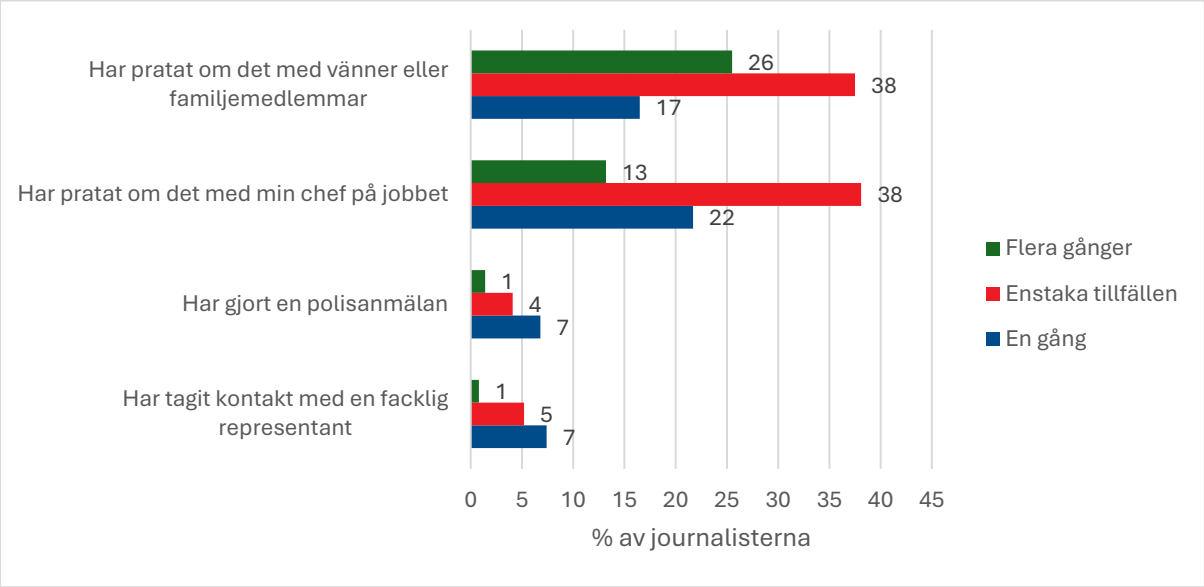
Figur 4. Andel journalister som utsätts för hat och hot



Resultaten visar att 50 % av journalisterna uppger att de har upplevt hat, om än i varierande grad, och att 34 % uppger att de har utsatts för hot. Även om dessa siffror, särskilt när det gäller hat, verkar vara lägre än i andra demokratier (Hanitzsch et al., 2025), är de ändå betydande.

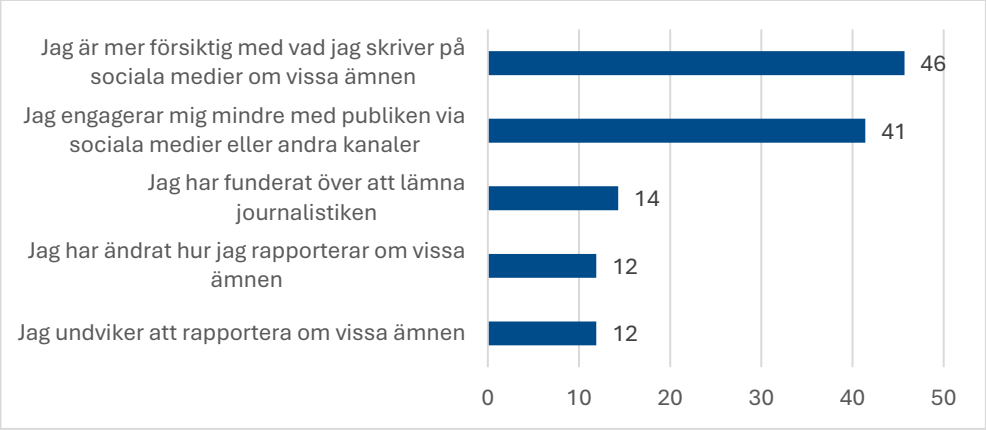
Vi frågade också journalister som hade utsatts för hat och hot i vilken utsträckning de hade anmält dessa händelser till myndigheter eller berättat om dem för vänner och familj. Figur 5 visar resultaten (N = 378). Den överväldigande majoriteten av journalisterna har åtminstone en gång berättat om det för vänner och familj (79 %) eller kollegor (73 %). Forskning visar att socialt stöd kan vara till hjälp för journalister som utsätts för hat och hot, och att det även förhindrar att de utövar självcensur som en reaktion på denna trakasserier (Celuch et al., 2024). Tröskeln för att anmäla detta till myndigheterna verkar dock hög, eftersom de flesta aldrig har gjort det: 88 % har aldrig anmält det till polisen och 87 % har aldrig anmält det till fackföreningen.

Figur 5. Journalisternas reaktioner på hat och hot



Slutligen ställde vi frågor om konsekvenserna av hat och hot (N = 278)[1]. Resultaten presenteras i figur 6 och visar att den främsta förändringen är att journalisterna blir mer benägna att ändra sina sätt att kommunicera och sina beteenden på sociala medier: de uttalar sig mindre om vissa ämnen (46 %) och interagerar mindre med sin publik (41 %). Självcensur när det gäller deras rapportering är mindre vanligt, men 12 % av journalisterna uppger att de undviker att rapportera om vissa ämnen eller har ändrat sin rapportering. Det är också oroande att 14 % svarar att de överväger att lämna journalistiken av denna anledning. Dessa resultat speglar resultat från vissa andra länder, till exempel Belgien (Lamot et al., 2025), och visar att hat och hot kan få konkreta konsekvenser för journalister och journalistiken. Även om det i de flesta fall inte leder till direkt självcensur, upplever journalister en indirekt avskräckande effekt genom att de undviker diskussioner på nätet.

Figur 6. Konsekvenser av hat och hot



[1] Värdet N för denna fråga är lägre på grund av ett filtreringsfel, eftersom endast de journalister som utsatts för både hat och hot fick se frågan. För de som besvarade enkäten efter påminnelsen ändrade vi detta och ställde frågan även till journalister som endast utsatts för hat eller hot. Resultaten förblir dock oförändrade.

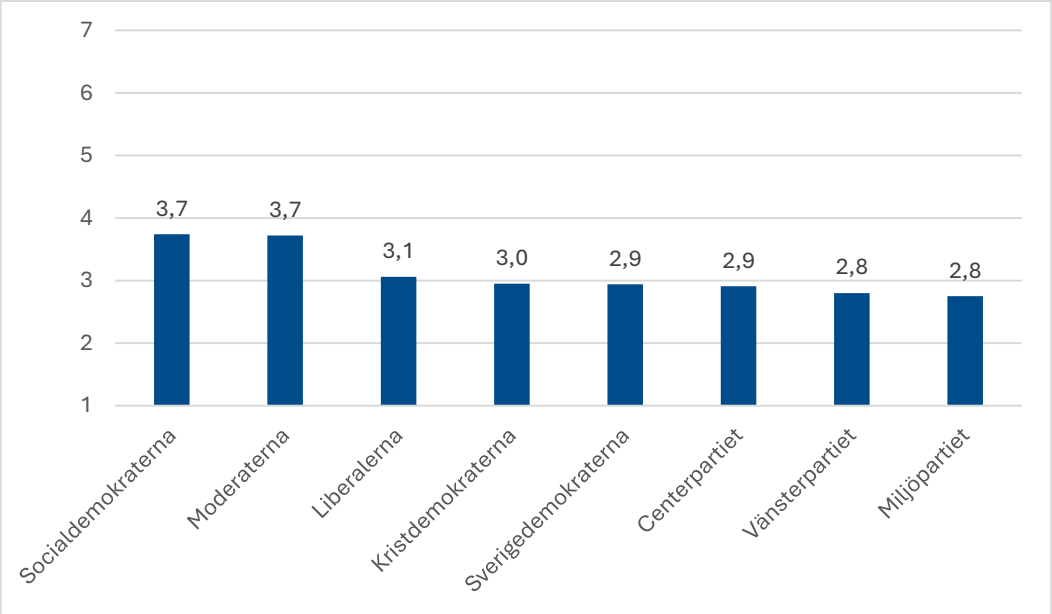
Del 2: Politisk journalistik

4. Politiska kontakter

Eftersom politiska partier är viktiga nyhetskällor och relationen mellan journalister och politiker är avgörande för nyhetsrapporteringen (se till exempel Van Aelst et al., 2010; Strömbäck & Nord, 2006), frågade vi journalisterna hur ofta de har kontakt med olika politiska partier. Av 539 journalister har 433 (80 %) haft direktkontakt med politiska partier under de senaste tre månaderna. Direktkontakt definierades som all kontakt som skett personligen, per telefon, skriftligen eller digitalt (till exempel via e-post, meddelandeappar eller sociala medier). Denna grupp tillfrågades sedan om vilka partier de främst har kontakt med.

Resultaten presenteras i figur 8, som visar journalisternas genomsnittliga kontakt med de olika partierna på en skala från (1) aldrig till 7 (mycket ofta). Resultaten visar att kontakten mellan journalister och politiska partier i allmänhet är begränsad och ligger kring 3, vilket indikerar sällan/ibland. När vi tittar på hur många partier journalisterna i allmänhet har kontakt med ser vi att 88 % har kontakt med alla partier.

Figur 8. Genomsnittlig kontakt mellan de olika politiska partierna



Resultaten visar att kontakterna oftast sker med Socialdemokraterna och Moderaterna. Skillnaderna mellan partierna är dock ganska små. Detta är överraskande, eftersom ett vanligt antagande är att institutionell ställning och tyngd avgör mediekontakter och medieuppmärksamhet. Större partier, med fler mandat och/eller inflytande i regeringen, förväntas i allmänhet dra till sig mer journalistisk uppmärksamhet. Eftersom vi inte vet vem som tar initiativet till kontakten kan detta vara ett tecken på att journalisterna fördelar sin uppmärksamhet jämnt över partilandskapet för att undvika politisk partiskhet, eller så kan det spegla att mindre partier eller oppositionspartier framgångsrikt har satsat på att bygga upp sina relationer med journalisterna.

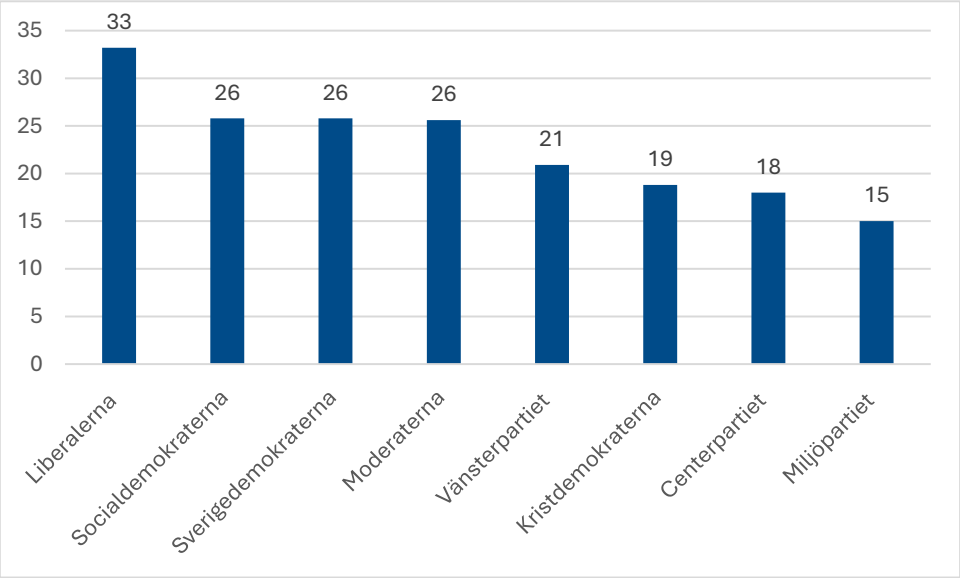
Slutligen är det värt att notera att Sverigedemokraterna får ungefär lika mycket uppmärksamhet som de andra partierna, trots att högerpopulistiska partier ofta anser sig missgynnade av nyhetsmedierna (Schulz et al., 2020; Wettstein et al., 2018). Samtidigt var Sverigedemokraterna vid tiden för undersökningen det näst största partiet i riksdagen och spelade en viktig roll i Tidö-koalitionen som styrde Sverige mellan 2022 och 2026. De hade därför ett högt nyhetsvärde. Resultaten kan också spegla att Sverigedemokraterna med tiden har blivit mer normaliserade.

5. Konflikter inom partiet

När journalister rapporterar om politik lyfter de ofta fram konflikter (Lengauer et al., 2012; Van der Goot et al., 2025). De gör det troligen eftersom (1) konflikter är politikens väsen; (2) de väcker publikens uppmärksamhet; (3) de hjälper journalisterna att upprätthålla en balanserad rapportering genom att belysa flera olika sidor. Medan konflikter mellan partier har fått stor uppmärksamhet i litteraturen förbises ofta konflikter inom partierna. Vi beslutade därför att undersöka hur ofta journalister rapporterar om konflikter inom partierna, vilka partier de bevakar och varifrån de hämtar sin information.

För varje politiskt parti frågade vi därför journalisterna hur ofta de hade rapporterat om konflikter inom partiet under de senaste tre månaderna. I figur 9 visar vi andelen journalister som uppgav att de hade rapporterat om konflikter inom respektive parti (mer än aldrig) (N=488).

Figur 9. Rapportering om interna partikonflikter



Resultaten visar att 33 % av journalisterna åtminstone en gång har rapporterat om interna konflikter inom Liberalerna, troligen kopplade till den interna oenigheten om huruvida partiet ska samarbeta med Sverigedemokraterna. Dessutom har cirka 26 % rapporterat om interna meningsskiljaktigheter inom Socialdemokraterna, Sverigedemokraterna och Moderaterna.

Dessa siffror framstår som intressanta. Även om majoriteten av de politiska journalisterna inte rapporterade om interna partikonflikter under denna period är andelarna betydande med tanke på att politiska partier ofta har starka incitament att hålla interna splittringar borta från allmänhetens ögon. Till skillnad från konflikter mellan partier, som partierna ibland aktivt iscensätter för att presentera tydliga politiska alternativ för väljarna (Van der Goot et al., 2025), kan synliga interna meningsskiljaktigheter och konflikter inom partiet uppfattas som ett tecken på svaghet och skapa förvirring bland väljarna om vad partiet står för. Detta ger de politiska partierna incitament att hantera partiinterna konflikter utanför den offentliga sfären. Även om den omfattande rapporteringen om interna partikonflikter kan ha sammanfallit med ökade spänningar inom partierna, kan resultaten också tyda på att journalisterna aktivt söker upp och lyfter fram sådana konflikter.

Om partierna aktivt förhindrar diskussioner om interna splittringar kan journalisterna behöva förlita sig på alternativa kanaler för att få tillgång till denna information. Av den anledningen bad vi journalisterna att ange vilken som var deras viktigaste informationskälla när det gäller konflikter inom partierna. De flesta uppgav att de hade fått information från en anonym partikälla (38 %) eller från partirepresentanter eller partifunktionärer (25 %). Färre

journalister nämnde andra medier eller journalister (12 %), sociala medier (7 %), politiker från andra partier (2 %), partiledare (2 %) eller partiets press- eller kommunikationspersonal (1 %).

Att anonyma insiders spelar en framträdande roll som huvudkällor kan tyda på att information om interna partikonflikter når journalisterna via inofficiella kanaler, vilket skulle stämma överens med uppfattningen att partierna tenderar att hantera dessa konflikter internt. Samtidigt verkar journalisterna också förlita sig på partirepresentanter som inte är anonyma, vilket tyder på att dessa konflikter även avslöjas och används strategiskt av partierna själva.

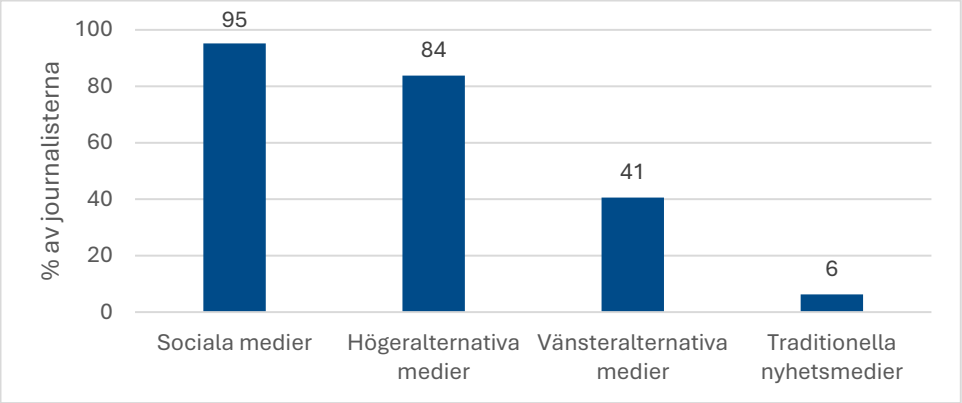
6. Politisk desinformation

Politisk missinformation, det vill säga falsk eller felaktig information som sprids avsiktligt eller oavsiktligt, utgör en viktig utmaning för demokratin och journalistiken (se till exempel, Strömbäck et al., 2022). Felaktig information verkar spela en allt större roll i politiken och kan få betydande konsekvenser genom att bidra till felaktiga uppfattningar, öka skepsisen mot vetenskapen och sudda ut gränsen mellan fakta och åsikter (Young, 2023). I detta sammanhang står journalister inför ett svårt dilemma varje gång falsk och vilseledande information kommer från politiska aktörer (Strömbäck, 2026; Thompson & Sengul, 2026). Okritisk rapportering kan hjälpa journalister att hålla fast vid sina grundläggande principer om opartiskhet, men kan också bidra till att ytterligare sprida felaktig information. Samtidigt kan en kritisk rapportering leda till anklagelser om partiskhet. I undersökningen frågade vi därför journalisterna hur de ser på missinformationens roll i politiken och hur de anser att journalistik bör hantera den.

Uppfattningar om desinformation

Vi ställde först frågan om journalisternas uppfattning om vilka aktörer som bär ansvaret för spridningen av felaktig information. Frågan ställdes både avseende olika medieaktörer och politiska aktörer. Figurerna 10 och 11 visar andelen journalister som anser att aktörerna bidrar till spridningen av felaktig information (med ett betyg på 5 eller högre på en 7-gradig skala från ”bidrar inte alls” (1) till ”bidrar i stor utsträckning” (7) (N=395).

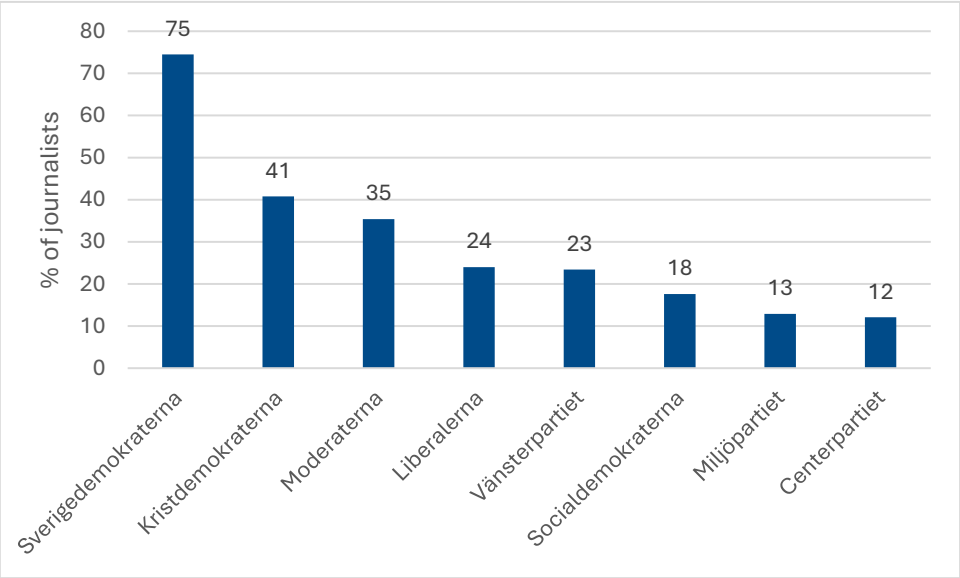
Figur 6.1. Andel journalister som uppger att dessa medier bidrar till spridningen av falsk eller felaktig information



Resultaten visar att nästan alla journalister (95 %) anser att sociala medier i åtminstone viss utsträckning bidrar till spridningen av felaktig information och att endast ett fåtal (6 %) anser att traditionella medier bidrar till detta. Det sistnämnda resultatet är intressant, med tanke på att forskning visar att också traditionella medier kan spela en viktig roll i spridningen av felaktig information (Tsfati et al., 2020). När det gäller sociala medier bör det dock påpekas att denna kategori omfattar ett antal olika typer av aktörer och medier, till skillnad från andra typer av medier.

När det gäller politiska partier ser vi skillnader i hur mycket partierna uppfattas bidra till detta. En stor andel av journalisterna (75 %) anser att Sverigedemokraterna bidrar till spridningen av falsk och felaktig information. Detta stämmer överens med vetenskapliga rön som visar att populistiska högerpartier är de som är mest benägna att sprida desinformation på nätet (Törnberg & Chueri, 2025). Intressant nog anser även ett ganska stort antal journalister att Kristdemokraterna och Moderaterna bidrar till att sprida falsk och felaktig information.

Figur 11. Andel journalister som anger att dessa politiska aktörer bidrar till spridningen av falsk eller felaktig information



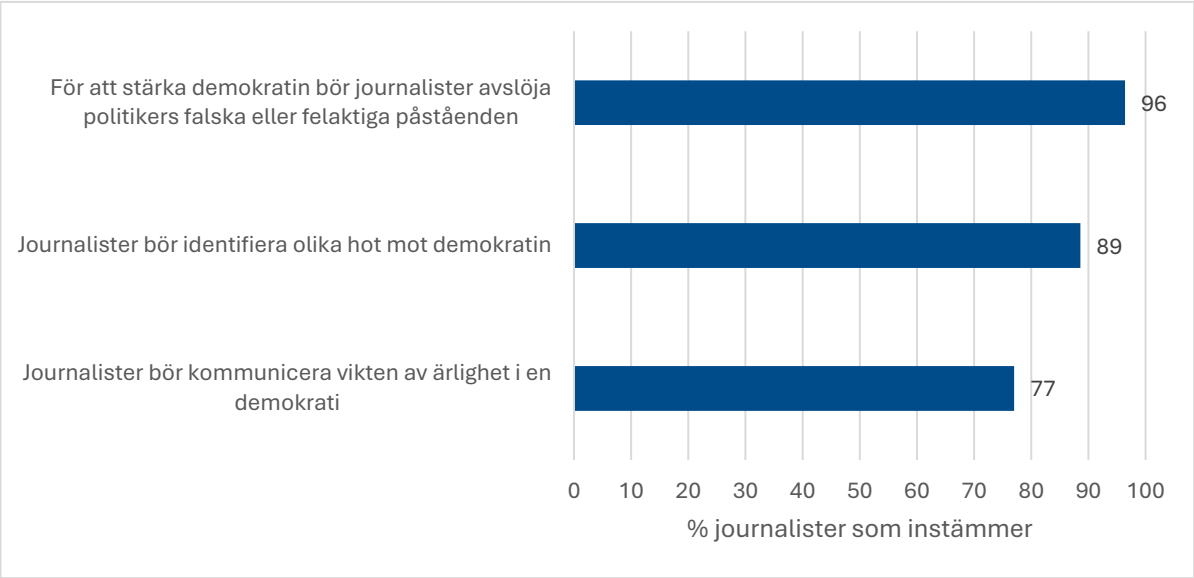
Rapporteringen om falsk och missvisande information

För det andra ställde vi frågor som rörde rapportering om politisk missinformation. Eftersom det är avgörande för rapporteringen att journalisterna är medvetna om när något är falskt, frågade vi journalisterna om deras självförtroende när det gäller att identifiera politisk desinformation. Sammantaget uttryckte journalisterna förtroende för sin förmåga: 69 % uppgav att de var ganska till mycket säkra på att de skulle kunna identifiera den.

Vi ställde också journalisterna inför ett dilemma: om de skulle uppmärksamma desinformation eftersom allmänheten behöver vara medveten om den, eller ignorera den eftersom det skulle ge ytterligare uppmärksamhet åt den falska berättelsen och de politiker som sprider falsk och felaktig information. Resultaten visar att det fanns en tydlig preferens för att uppmärksamma desinformation: 87 % av journalisterna ansåg att det var viktigt, medan endast 13 % ansåg att den borde ignoreras.

I samma sammanhang frågade vi journalisterna om tre roller som rör journalistik och demokrati, samt i vilken utsträckning de anser att journalister bör fullgöra dessa roller. I litteraturen har dessa roller benämnts ”demokratifrämjande rapportering”. I figur 12 visar vi andelen politiker som instämmer i att det finns ett behov av att fullgöra dessa demokratifrämjande roller (N=387).

Figur 12. Andel journalister som instämmer i att journalister har en roll som demokratifrämjande



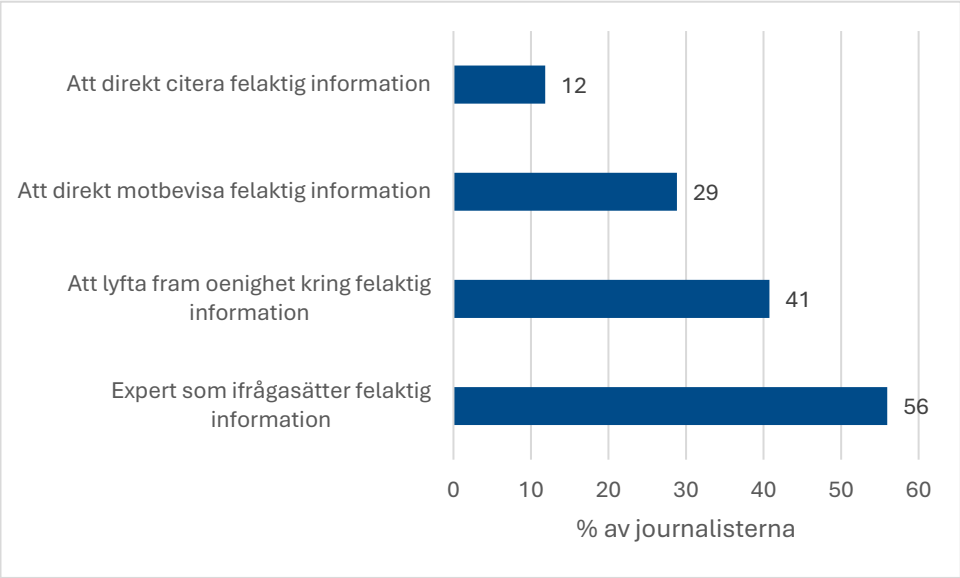
Resultaten visar att nästan alla journalister är överens om att de bör försvara och stärka demokratin genom att faktagranska politiker (96 %) och uppmärksamma hot mot demokratin (89 %), medan en mindre men ändå stor andel anser att de bör lyfta fram vikten av ärlighet (77 %). Dessa åsikter stämmer överens med journalistiska normer som handlar om att informera allmänheten och granska politiska aktörer.

Det sätt på vilket journalister rapporterar om politikers felaktiga uppgifter kan samtidigt ha konsekvenser för läsarna och tittarna, till exempel om de väljer att tro på den falska informationen eller inte (Nyhan, 2021). För att minska missuppfattningar kan det exempelvis vara mer effektivt att faktagranska felaktiga påståenden än att ge en neutral rapportering om faktatvister.

Därför ville vi ta reda på hur journalister skulle kunna rapportera om politiker som framför falska och felaktiga påståenden. För att undersöka detta presenterade vi ett fiktivt scenario där en politiker framförde ett falskt och felaktigt påstående. Därefter presenterade vi fyra möjliga rubriker för dem och frågade journalisterna hur sannolikt det var att de skulle använda var och en av dem. Det är viktigt att notera att både scenariot och rubrikerna är något förenklade och inte nödvändigtvis återspeglar komplexiteten i den verkliga världen. Svaren ger dock en indikation på vilken typ av rubriker journalisterna skulle överväga att använda i detta

sammanhang. Figur 13 visar andelen journalister som var villiga att använda varje rubriktyp (N=370).

Figur 13. Andel journalister som använder olika typer av rubriker för desinformation



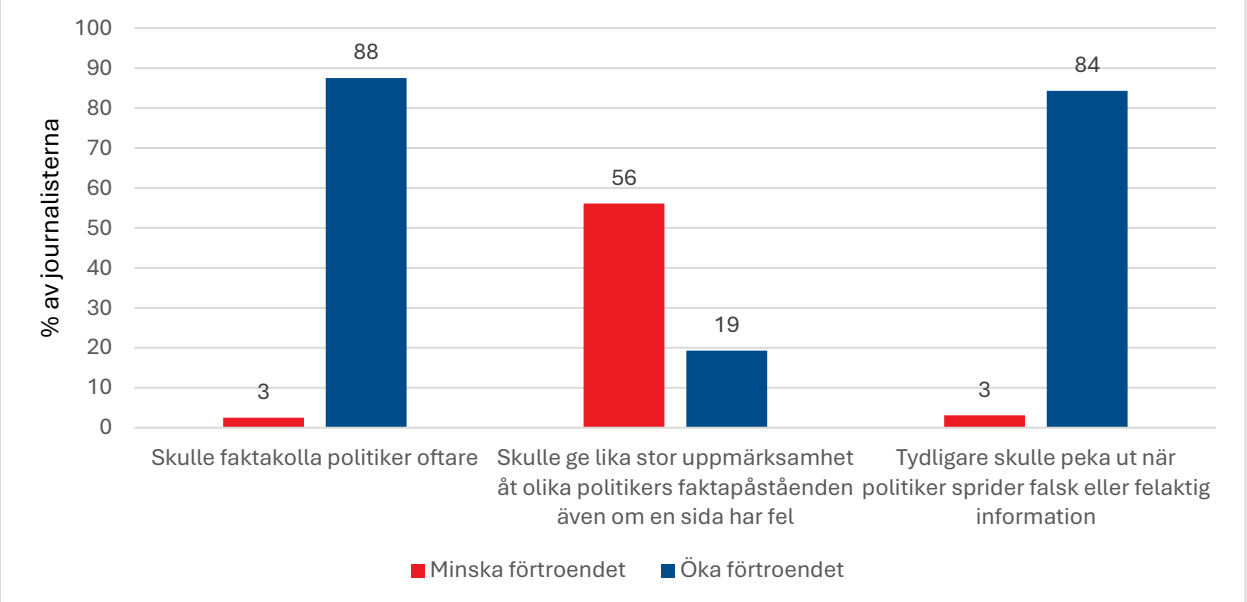
Resultaten visar att den lägsta andelen journalister (12 %) skulle citera den falska informationen direkt. Detta är ett lovande resultat, eftersom upprepning av falsk information kan få människor att tro på den (Fazio et al., 2019), och det är inte säkert att de utsätts för en motbevisning i själva artikeln, om det överhuvudtaget finns någon sådan. De flesta journalister (56 %) skulle i rubriken hänvisa till en expert som motbevisar påståendet. Detta kallas ofta för en mer konfronterande strategi och är förmodligen den mest effektiva metoden för att rätta till ett vilseledande påstående. (Nyhan, 2021). En ganska stor andel av journalisterna (41 %) skulle också lyfta fram oenigheten kring det falska påståendet. Även om detta stämmer överens med det vanliga ”han sa, hon sa”-tillvägagångssättet, har detta tillvägagångssätt kritiserats i samband med spridandet av falsk och missvisande information. Det främsta skälet är att en sådan typ av journalistik kan skapa ett felaktigt intryck av att båda sidor i en konflikt som rör fakta har lika rätt även när den ena sidan har evidensen på sin sida (se till exempel, Terzian, 2025; Strömbäck, 2026). Slutligen uppger 29 % av journalisterna att de direkt skulle motbevisa felaktig information. Även om detta sannolikt är en effektiv

strategi för att minska felaktiga uppfattningar, kräver det att journalisterna intar en tydlig ståndpunkt, vilket kan stå i strid med förväntningar på journalistisk objektivitet.

Detta leder till frågan om hur olika sätt att rapportera kan tänkas påverka människors förtroende för nyhetsmedierna (Fawzi m.fl., 2026). Även om objektiva svar saknas visar Figur 14 hur journalister tror att olika rapporteringsstilar kan påverka förtroendet för medierna. Som framgår ansåg de flesta journalisterna att faktagranskning av politiker (88 %) och att klargöra när en politiker har fel (84 %) skulle öka förtroendet för medierna. Att hålla sig närmare neutralitet och rapportera om uttalanden även om ett av dem är felaktigt uppfattas av de flesta som något som bidrar till misstro mot medierna (56 %), men en hel del (19 %) anser också att detta skulle öka förtroendet. Det sistnämnda resultatet visar återigen spänningen mellan journalisternas roll som opartiska observatörer, som förklarar vilka sidor det finns i en nyhet, och deras roll som vakthundar.

I framtida analyser och studier kommer vi att undersöka närmare vad som ligger till grund för journalisternas val av rapporteringssätt och vilka effekter olika sätt att rapportera har på medborgarna.

Figur 14. Andel journalister som anger hur deras rapportering kan bidra till förtroendet för medierna

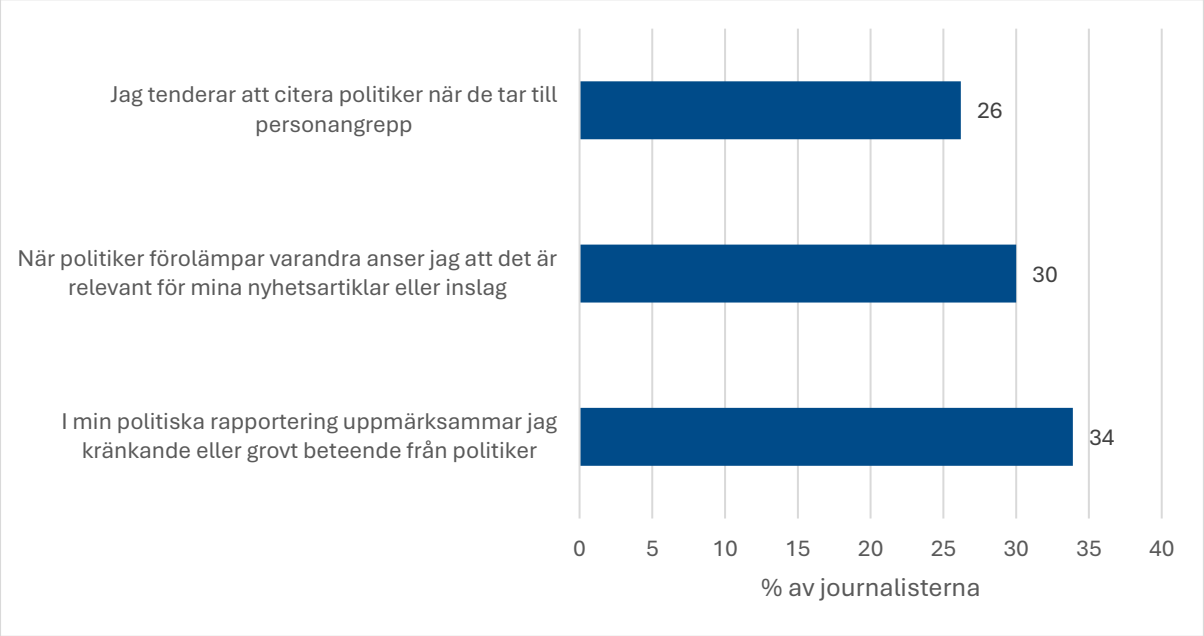


7. Politisk ohövlighet

Politisk ohövlighet eller otrevlighet – när politiker använder ohövligt, grovt eller respektlöst språk – är ett centralt inslag i dagens politik (Berry & Sobieraj, 2014; Frimer et al., 2023). Medierna brukar rapportera om sådana ohövliga uttalanden, ofta utifrån antagandet att de väcker publikens uppmärksamhet. Medan forskare har undersökt hur rapportering som fokuserar på ohövlighet påverkar medborgarnas politiska attityder och beteenden, har journalisternas inställning till att rapportera om ohövlig politik och deras medvetenhet om möjliga konsekvenser sällan undersökts.

Därför ställde vi frågor till journalisterna om deras rapporteringspraxis när det gäller ohövlig politik och dess potentiella konsekvenser. Som framgår av figur 15 uppger ungefär en fjärdedel av journalisterna att de tenderar att citera politiker som angriper varandra personligen, medan ungefär en tredjedel av journalisterna uppger att de lyfter fram ohövligheten i sin nyhetsrapportering (med ett betyg på 5 eller högre på en 7-gradig skala från helt oense (1) till helt enig (7)) (N = 357).

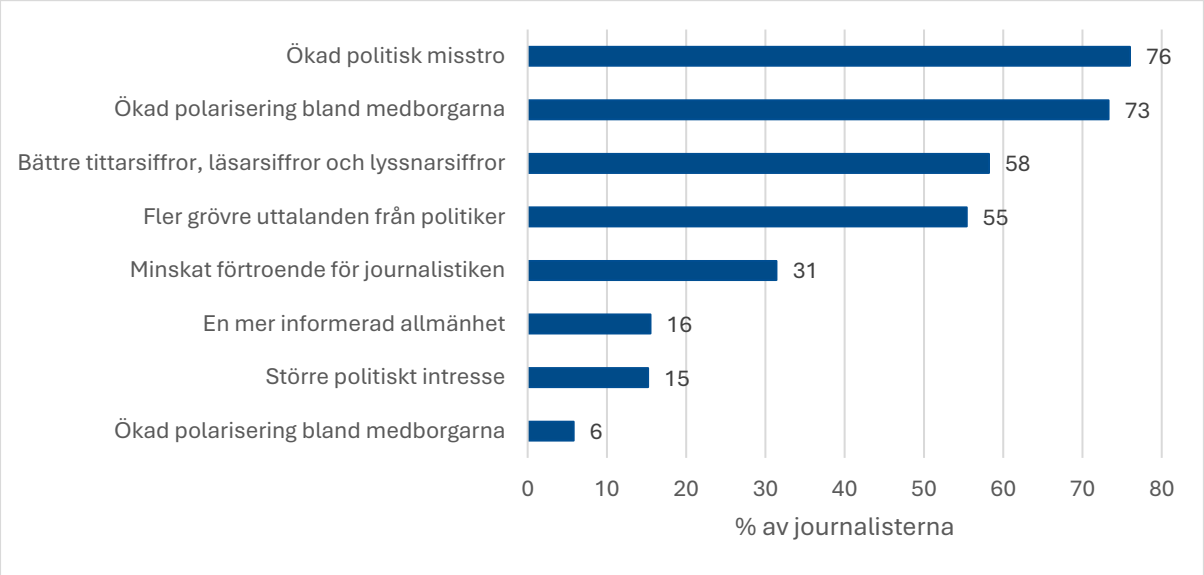
Figur 15. Andel journalister som rapporterar om politisk ohövlighet



Samtidigt uttrycker de flesta journalister oro över effekterna. Som framgår av figur 16 anser 76 % att det leder till cynism gentemot politiken, och 73 % anser att det bidrar till

polarisering. Hälften av dem (55 %) anser också att uppmärksamhet kring ohövligt beteende uppmuntrar politiker att uppvisa ytterligare ohövligt beteende. När det gäller positiva konsekvenser är det endast ett fåtal som anser att det kan vara informativt (16 %), väcka politiskt intresse (15 %) och främja politiskt deltagande (6 %).

Figur 16. Uppfattningar om konsekvenserna av ohövligt beteende



Det som framträder tydligt är journalisternas negativa syn på ohövlighet, medan den vetenskapliga litteraturen faktiskt ger en mer nyanserad bild. Forskningen visar till exempel att ohövlighet även kan ha positiva demokratiska konsekvenser (Brooks & Geer, 2007; Mutz, 2015; Sydnor, 2019). Genom att väcka uppmärksamhet kan det till exempel öka medborgarnas engagemang i politiken. Dessutom kan ohövligt beteende vara informativt och säga något om en politikers karaktär eller värderingar.

Denna spänning förtjänar att uppmärksammas. Utmaningen för journalisterna handlar inte bara om huruvida de ska rapportera om ohövligt beteende, utan också om hur de ska göra det på ett effektivt sätt. I stället för att sensationalisera det när politiker är ohövliga och otrevliga skulle journalisterna exempelvis kunna överväga att ge bakgrundsinformation och koppla beteendet till sakfrågor.

Del 3: Sammanfattning och slutsatser

Även om den här rapporten är kortfattad och beskrivande ger vår undersökning insikter i hur journalister utformar sina yrkesroller mitt i flera viktiga utmaningar.

För det första är det visserligen vanligt att journalister får reaktioner från publiken, men dessa reaktioner uppfattas inte nödvändigtvis som hjälpsamma. För nästan hälften av deltagarna tar dessa reaktioner från publiken en mer fientlig form. En viktig fråga är därför hur medborgarna skulle kunna engageras på ett mer meningsfullt sätt i nyhetsproduktionen.

För det andra visar våra resultat att journalister tenderar att lyfta fram (interna) konflikter och ohövligt och otrevlig beteende i sina nyhetsartiklar- och inslag. Detta är intressant, inte minst med tanke på att journalisterna själva pekar på de negativa konsekvenserna av att lyfta fram ohövliga konflikter och tonar ned dess positiva potential. Vi uppmuntrar journalister att fundera över hur man kan hitta rätt balans mellan att rapportera om interna partikonflikter och ohövligt beteende för att informera och engagera medborgarna, samtidigt som man undviker att framstå som sensationslystna.

Slutligen anser journalister att de har en viktig demokratisk roll när det gäller att rätta till politikers felaktiga påståenden. I stället för att ignorera politikers felaktiga information anser de flesta att medierna aktivt bör korrigera den. När de gör detta föredrar de dock att förlita sig på en auktoritativ källa som motbevisar det felaktiga påståendet, snarare än att göra det själva. En viktig förklaring till att de väljer de att låta någon auktoritativ källa korrigera felaktig information är att det minskar risken att journalisterna blir anklagade för att inte vara neutrala. Huruvida journalister kan eller faktiskt fullgör denna roll i praktiken är dock en helt annan fråga som förtjänar ytterligare uppmärksamhet.

Detta leder oss tillbaka till det vi nämnde i inledningen: i denna rapport har vi inriktat oss på att presentera några mer beskrivande resultat. Längre fram kommer resultaten från denna undersökning att analyseras på ett betydligt mer ingående sätt.

Referenser

Aelst, P. V., Shehata, A., & Dalen, A. V. (2010). Members of Parliament: Equal Competitors for Media Attention? An Analysis of Personal Contacts Between MPs and Political Journalists in Five European Countries. *Political Communication*, *27*(3), 310–325. https://doi.org/10.1080/10584609.2010.496711

Berry, J. M., & Sobieraj, S. (2014). *The outrage industry: Political opinion media and the new incivility*. Oxford University Press.

Brooks, D. J., & Geer, J. G. (2007). Beyond Negativity: The Effects of Incivility on the Electorate. *American Journal of Political Science*, *51*(1), 1–16. https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2007.00233.x

Celuch, M., Oksa, R., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2024). Self-censorship among online harassment targets: The role of support at work, harassment characteristics, and the target's public visibility. *Information, Communication & Society*, *27*(11), 2171–2190. https://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2289978

Fawzi, N., Strömbäck, J., & Tsfati, Y. (Eds). (2026). *Mainstream news media trust. Antecedents, consequences, and remedies*. Routledge.

Fazio, L. K., Rand, D. G., & Pennycook, G. (2019). Repetition increases perceived truth equally for plausible and implausible statements. *Psychonomic Bulletin & Review*, *26*(5), 1705–1710. https://doi.org/10.3758/s13423-019-01651-4

Frimer, J. A., Aujla, H., Feinberg, M., Skitka, L. J., Aquino, K., Eichstaedt, J. C., & Willer, R. (2023). Incivility Is Rising Among American Politicians on Twitter. *Social Psychological and Personality Science*, *14*(2), 259–269. https://doi.org/10.1177/19485506221083811

Hanitzsch, T., Hanusch, F., Lauerer, C., & Slavtcheva-Petkova, V. (2025). *Journalism Under Duress: Worlds of Journalism Study Report (Wave 3: 2021–2025)*. https://doi.org/10.5282/UBM/EPUB.128812

Lamot, K., Beckers, K., & Van Aelst, P. (2025). Silencing the Fourth Estate? Understanding the Impact of Online Public Violence Against Political Journalists. *Journalism Practice*, *0*(0), 1–19. https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2575333

Lengauer, G., Esser, F., & Berganza, R. (2012). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, *13*(2), 179–202. https://doi.org/10.1177/1464884911427800

Löfgren Nilsson, M., & Örnebring, H. (2016). Journalism Under Threat: Intimidation and harassment of Swedish journalists. *Journalism Practice*, *10*(7), 880–890. https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1164614

Mellado, C. (2015). Professional Roles in News Content. *Journalism Studies*, *16*(4), 596–614. https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.922276

Miller, K. C. (2023). Harassment's Toll on Democracy: The Effects of Harassment Towards US Journalists. *Journalism Practice*, *17*(8), 1607–1626. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2008809

Mutz, D. C. (2015). *In-your-face politics: The consequences of uncivil media*. Princeton University Press.

Nyhan, B. (2021). Why the backfire effect does not explain the durability of political misperceptions. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *118*(15), e1912440117. https://doi.org/10.1073/pnas.1912440117

Schulz, A., Wirth, W., & Müller, P. (2020). We Are the People and You Are Fake News: A Social Identity Approach to Populist Citizens' False Consensus and Hostile Media Perceptions. *Communication Research*, *47*(2), 201–226. https://doi.org/10.1177/0093650218794854

Strömbäck, J. (2026). Desinformation som politiskt vapen och journalistikens dilemma. In *Virala hot mot demokratin – så kan journalistiken stå emot* (pp. 66–94). Institutet för mediestudier.

Strömbäck, J., Boomgaarden, H., Broda, E., Damstra, A., Lindgren, E., Tsfati, Y., & Vliegenthart, R. (2022). From low-choice to high-choice media environments: Implications for knowledge resistance. In *Knowledge resistance in high-choice information environments* (pp. 49–68). Routledge.

Strömbäck, J., & Nord, L. W. (2006). Do Politicians Lead the Tango?: A Study of the Relationship between Swedish Journalists and their Political Sources in the Context of Election Campaigns. *European Journal of Communication*, *21*(2), 147–164. https://doi.org/10.1177/0267323105064043

Sydnor, E. (2019). *Disrespectful democracy: The psychology of political incivility*. Columbia University Press. https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=j4mQDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2000&dq=syndor+Sydnor,+Emily.+2019.+Disrespectful+Democracy:+The+Psychology

+of+Political+Incivility.+New+York:+Columbia+University+Press.&ots=ArXHgTnx-M&sig=wUDF45Bkm3XGhTslhTsSZKuL7sg

Terzian, G. (2025). The epistemic dangers of journalistic balance. *Episteme*, 1–21. https://doi.org/10.1017/epi.2024.45

Thompson, J. D., & Sengul, K. (2026). The Platforming is the Point: News Media, 'The Oxygen of Amplification', and Interviewing the Far-Right. *Communication and the Public*, *11*(3), 251–261. https://doi.org/https://doi.org/10.1177/20570473251334840

Törnberg, P., & Chueri, J. (2025). When Do Parties Lie? Misinformation and Radical-Right Populism Across 26 Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 19401612241311886. https://doi.org/10.1177/19401612241311886

Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: Literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, *44*(2), 157–173.

Van der Goot, E. S., Van Der Meer, T. G. L. A., Hameleers, M., & Vliegenthart, R. (2025). Do Politicians Knowingly Create Conflict to Gain Media Attention?: How Politicians Navigate a Mediatized Environment Characterized by Negativity and Conflict. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 10776990241312150. https://doi.org/10.1177/10776990241312150

Wettstein, M., Esser, F., Schulz, A., Wirz, D. S., & Wirth, W. (2018). News Media as Gatekeepers, Critics, and Initiators of Populist Communication: How Journalists in Ten Countries Deal with the Populist Challenge. *The International Journal of Press/Politics*, *23*(4), 476–495. https://doi.org/10.1177/1940161218785979

Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (2001-)

1. Annika Bergström & Ingela Wadbring (2001). Medierna i vardagslivet. En metodologisk skiss över hur det är möjligt att använda dagböcker som insamlingsmetod i medieforskningen.

2. Kent Asp & Magnus Fredriksson (2001). Bilavgaserna och den allmänna opinionen. Åsikter och handlingsberedskap.

3. Tomas Andersson Odén (2002). 2001 års publicistiska bokslut. En rapport om 36 tidningars bokstäver – i siffror.

4. Gabriella Sandstig (2002). Organisation och kön. En strategisk litteraturöversikt av ämnesområdena organisation och kön applicerat på forskningsprojektet ”Kvinnorna i journalistkulturen”.

5. Therese Eriksson (2002). Gratistidningsmarknaden i Sverige 2001.

6. Rudolf Antoni (2002). Publikens publik. Aktuell forskning kring användning och värdering av medier.

7. Rudolf Antoni & Therese Eriksson (2002). Läsvanestudien. En tabellrapport.

8. Gabriella Sandstig (2003). Orons platser. En granskning av människors upplevelser av rädsla och otrygghet.

9. Tomas Andersson Odén (2003). 2002 års Publicistiska bokslut. Del 1 Om tidningars redaktioner och innehåll.

10. Ingela Wadbring (2003). 2002 års Publicistiska bokslut. Del 2 Om läsares och medarbetares syn på tidningar.

11. Tomas Andersson Odén & Ingela Wadbring (2003). Teknisk rapport för publicistiska bokslut.

12. Mariann Björkemarken (2003). Jönköpings Lokal-TV Förening. Utvecklingen av en lokal TV-verksamhet.

13. Kent Asp (2003). Medieval 2002 – partiskheten och valutgången. En studie av valrörelsens medialisering.

14. Petra Sintorn (2003). Publicistiska bokslut – hyllvärmare eller redskap för förändring?

15. Oscar Westlund (2003). Betala för nyheter på internet?

16. Bengt Johansson, Lisa Henricsson & Annelie Karlsson (2003). Hur farligt är Göteborg? Risker i GP:s lokalnyheter.

17. Gabriella Sandstig (2004). Att undersöka otrygghet – en metodstudie.

18. Tomas Andersson Odén (2004). 2003 års Publicistiska bokslut. Del 1 Om tidningars redaktioner och innehåll.

19. Ulrika Andersson (2004). 2003 års Publicistiska bokslut. Del 2 Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir.

20. Josefine Sternvik (2004). Ögonrörelser och dagstidningsläsning – en forskningsöversikt.

21. Valpuri Mäkinen (2004). En tidning för alla? Om invandrares användning av och attityder till medier i allmänhet och dagstidningar i synnerhet.

22. Eva Berglie (2004). Jakten på lycka. En teoriutvecklande studie av tredjepersonseffekten.

23. Åsa Nilsson (2004). Mediers räckvidd. En jämförelse av mätmetoder och undersökningar.

24. Oscar Westlund (2004). www.lokaltidning.se. Prenumeranters attityder till sin lokaltidning och nättidningsläsning.

25. Karin Fogelberg (2005). Media Literacy. En diskussion om medieundervisning.

26. Mira Öhlin (2005). Fågel, fisk eller... Om klassresenärers medievanor.

27. Tomas Andersson Odén (2005). 2004 års publicistiska bokslut. Om tidningars redaktioner och innehåll.

28. Anna Maria Jönsson (2005). Mångfalden i journalistkåren – studier av social sammansättning, samhällssyn och nyhetssyn i den svenska journalistkåren.

29. Tomas Andersson Odén (2005). President Chavez i press, radio och TV. Mediebevakningen av folkomröstningskampanjen i Venezuela, augusti 2004.

30. Ulrika Andersson (2005). Journalister och deras läsare. En studie av tidningsjournalisters syn på läsare och läsarundersökningar.

31. Ulrika Andersson, Ingela Wadbring (2005). I gratistidningsland.

32. Carl Bergholtz, Johan Olsson (2005). Unga dagstidningsläsare i ny mediesituation.

33. Åsa Nilsson, Lennart Weibull, Annette Hill (2005). Synen på icke-fiktion i TV. Resultatredovisning.

34. Ulrika Andersson (2005). Nya svenskar och svenska medier.

35. Ulf Wallin, Johannes Bjerling, Christoffer Lärkner (2006). Barnen i nyheterna om tsunamin. En studie av mediernas rapportering under första månaden.

36. Oscar Westlund (2006). Media and Communication studies in Sweden. Disciplinary Boundary Construction – a theoretical contribution to Theory of Science.

37. Oscar Westlund (2006). Känslor av medieförtroende.

38. Kent Asp (2006). Journalistkårens partisympatier.

39. Jonas Ohlsson (2006). Partiernas press.

40. Ulrika Hedman (2006). Har ni nåt webbigt? En fallstudie av Göteborgs-Postens flerkanalspublicering: Redaktionell organisering och arbetsrutiner, nyhetsvärde samt medielogik.

41. Anna Bolin (2006). In whose interest? A journalists' view of their responsibilities and possibilities within the mainstream press in Sri Lanka.

42. Kent Asp (2006). Rättvisa nyhetsmedier. Partiskheten under 2006 års medievalrörelse.

43. Marina Ghersetti (2007). Bilden av funktionshinder. En studie av nyheter i Sveriges Television.

44. Malin Dellgran (2007). Konsten att förhandla. Om journalister i en kommersiell tv-kultur.

45. Johannes Bjerling (2007). Partiledarutfrågningarna i SVT 2006.

46. Ulrika Andersson (2007). Fokus på unga vuxna. Sociala förändringar och växande medieutbud skapar nya medievanor bland unga.

47. Oscar Westlund (2007). Mobiltelefonianvändning. En forskningsöversikt.

48. Jonas Ohlsson (2007). Göteborgsakademiker 2006. Medieinnehav och medieanvändning bland unga högutbildade.

49. Ingela Wadbring (2007). Från annonsblad till tidningar. Decenniers utveckling av lokala gratistidningar.

50. Oscar Westlund (2007). Mobiltelefonen som multimedium och nyhetsmedium. Ett användarperspektiv.

51. Gabriella Sandstig (2007). Förtroendet för polisen. En analys av medborgarnas syn på polisen och dess roll i samhället 1986–2006.

52. Sandra Byström, Björn Danielsson, Bengt Johansson (2007). Regionala TV-nyheter i medielogikens tid. En studie av Västnytts bevakning av Västra Götalandsregionen.

53. Mathias A Färdigh (2008). Mediesystem i Europa. En studie av de europeiska ländernas mediesystem utifrån ett användarperspektiv.

54. Tomas Andersson Odén, Johannes Bjerling (2008). A-press med borgerliga ägare.

55. Therese Blomqvist, Maja Norin (2009). ”Sjuning, åttning, nining, tidning!” Förskolebarns föreställningar om dagstidningen.

56. Ulrika Hedman (2009). Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete. Nättidningarnas användarskapade innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv.

57. Magnus Ekström, Björn Granstrand (2009). Dagstidningen på 3,5 tum? En nutids- och framtidsstudie av svensk dagspress förhållande till mobila tjänster.

58. Johan Cedersjö, Roger Gustavsson (2009). Hot eller möjlighet? En kvantitativ studie av svenska landsortsbaserade dagspressjournalisters inställning till användarskapat innehåll.

59. Marina Ghersetti (2009). Personer med invandrarbakgrund i SVTs nyhetsprogram. En innehållsanalys av Rapport, Aktuellt, Sportnytt och Kulturnyheterna 2001.

60. Marina Ghersetti (2009). Terrorattackerna i USA. Sveriges Radios rapportering om den 11 september 2001.

61. Monica Löfgren Nilsson (2009). Kvinnor, män och nyheter i televisionen. En innehållsstudie av ämnen och källor under 45 år.

62. Johannes Bjerling, Jonas Ohlsson (2010). En introduktion till logistisk regressionsanalys.

63. Diana Jacobsson (2010). Viruset och vaccinet. En undersökning av pressens rapportering kring vaccinationen i samband med svininfluensan 2009.

64. Marina Ghersetti, Tomas A. Odén (2010). Snöovädret i medierna vintern 2009–2010.

65. Marina Ghersetti (2011). Olika men ändå lika. Rapporteringen om riksdagsvalet 2010 i fem stora pappers- och webbtidningar.

66. Mira Hjort, Signe Oskarsson, Madelene Szabó (2011). Jättekliv eller tidsfördriv. En studie i hur svenska journalister använder sociala medier som arbetsverktyg.

67. John Rejnäs, Martin Gunséus (2011). GP.se – om publiken själv får välja. En studie i publikens delningsvärdering.

68. Carl Malmer (2012). Professionell men personlig. En publikstudie av läsares uppfattningar om journalisters aktivitet på twitter.

69. Ingrid Lord (2013). Institutioners organisatoriska lärande från samhällskriser. En studie av redaktioner, myndigheter och resebyråer i samband med tsunamivarningen 2012.

70. Magnus Fredriksson, Josef Pallas (2014). Den medialiserade myndigheten. En analys av svenska myndigheters anpassningar till medielogiken.

71. Anna Erwander, Hugo Lindkvist (2014). ”Det här var dagen då anonyma tonåringar via sociala medier startade ett upplopp i Göteborg”. En studie över gestaltningen i fyra svenska tidningar av gatuoroligheterna i samband med ”Instagramhändelserna” i Göteborg i december 2012.

72. Martin Spaak (2015). Falska larm och äkta stormar. En studie av allmänhetens syn på myndigheter och medier i samband med SMHI:s varning inför stormen Simone 2013.

73. Maria Edström, Josefine Jacobsson (2015). Räkna med kvinnor. Global Media Monitoring Project. Nationell rapport Sverige.

74. Maria Jervelycke Belfrage (2016). Både slumpmässig och planerad. Ungas nyhetskonsumtion i sociala medier.

75. Monica Löfgren Nilsson (2017). Journalisternas trygghetsundersökning. Journalisters utsatthet under 2016.

76. Maria Jervelycke Belfrage (2018). ”Om jobb och bostäder och hur det ligger till i andra länder – det är ju det man vill veta mer om”. En studie om ungas behov av nyheter och samhällsinformation i den digitala medieekologin.

77. Magnus Fredriksson, Daniel Lövgren, Josef Pallas (2018). Bortom uppdraget. En analys av svenska myndigheters kommunikationsaktiviteter under Almedalsveckan.

78. Maria Jervelycke Belfrage (2018). Tvåstegshypotesen och teorin om opinionsledare – i en ny och snabbt föränderlig medieekologi.

79. Magnus Fredriksson, Mathias Färdigh, Anton Törnberg (2018). Den kommunikativa blicken. En analys av principerna för svenska kommuners kommunikationsverksamheter.

80. Orla Vigsö (2019). Satirteckningar i svensk dagspress 1890–2017.

81. Magnus Fredriksson, Christian Mossberg (2020). En fråga om tillgång, kvalité och arbetsvillkor. Mediebilden av äldreomsorgen i fyra svenska lokaltidningar.

82. Jacob Sohlberg, Bengt Johansson (2020). “Uppgifterna om det misstänkta knivdådet är ännu osäkra…” Ett experiment om användandet av journalistiska osäkerhetsmarkörer.

83. Tim Segerberg (2020). Det motståndskraftiga förtroendet. Kriser och institutionellt förtroende i Sverige 1986–2017.

84. Peter Esaiasson, Bengt Johansson, Marina Ghersetti & Jacob Sohlberg (2020). Kriskommunikation och segregation i en pandemi – hur boende i utsatta områden informerade sig om coronaviruset våren 2020.

85. Ulla Carlsson (2020). Yttrandefrihet och medier i en orostid. Anteckningar inför Pressfrihetsdagen den 3 maj 2020.

86. Magnus Fredriksson (2021). Att (re)presentera staten. En analys av svenska myndigheters märken och logotyper 1974–2019.

87. Maria Edström & Josefine Jacobsson (2021). Räkna med Kvinnor 2020. Global Media Monitoring Project 2020. Nationell rapport Sverige.

88. Peter M. Dahlgren (2021). Medieinnehåll och mediekonsumtion under coronapandemin. Datoriserade metoder för insamling och analys av stora mängder text- och mediedata.

89. Bengt Johansson, Jesper Strömbäck, Sofia Johansson & Felix Andersson (2022). Sårbarhet för informationspåverkan.

90. Ulrika Andersson (2023). JOURNALIST’18. Huvudresultat från den svenska journalistundersökningen.

91. Orla Vigsö (2024). Den politiska marknaden. Politisk sociologi som ram för analys av partipolitisk kommunikation.

92. Bengt Johansson, Sofia Johansson, Pavel Rodin & Alice Srugies (2024). Falsk och missvisande information i sociala medier under samhällskriser.

93. Aikaterini Roka (2025). Far-Right Populist Rhetoric: Gendered Enemy Construction and Performative Masculinity.

94. Gabriella Sandstig (2025). Riskkommunikation vid samhälleliga cyberkriser.

95. Pavel Rodin (2026). Riskkulturer och hemberedskap i Sverige: effektiv risk- och kriskommunikation i det multipublika samhället.

De flesta av rapporterna finns tillgängliga på JMG:s hemsida: https://www.gu.se/jmg/var-forskning/publikationer/jmgs-rapportserie

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation Box 710 405 30 GÖTEBORG
jmg@jmg.gu.se