

Medieförtroende i Europa och Sverige

– en forskningsöversikt

Abstract

Fria och oberoende medier är en omistlig del av den liberala demokratin och nödvändiga för att människor ska kunna informera sig om politik och samhälle. Under det senaste decenniet har frågan om människors tillit till traditionella medier blivit både viktigare och alltmer omdiskuterad i Europa. Denna forskningsöversikt syftar till att (a) kartlägga och jämföra hur stort förtroendet för traditionella medier är i Europa, (b) diskutera vad vi vet om olika faktorer betydelse för att förklara människors medieförtroende, och (c) sammanfatta vad forskning visar om medieförtroendet i Sverige.



Jesper Strömbäck
professor i journalistik, medie- och
kommunikationsvetenskap vid
Göteborgs universitet



Medieförtroende i Europa och Sverige

– en forskningsöversikt

Inledning

Under det senaste decenniet har frågan om människors tillit till traditionella medier blivit både viktigare och alltmer omdiskuterad i Europa. En anledning är att många upplever eller befärdar att människors medieförtroende är på nedgång. Ytterligare en anledning är framgången för högerpopulistiska partier och framväxten av en flora av högeralternativa medier. Bland mycket annat förenas dessa av att de systematiskt attackerar, kritiserar och försöker underminera förtroendet för traditionella nyhetsmedier.¹ Samtidigt är fria och oberoende medier en omistlig del av den liberala demokratin och nödvändiga för att människor ska kunna informera sig om politik och samhälle. Det förutsätter dock att de traditionella nyhetsmedierna både används brett och att människor har förtroende för dem och deras rapportering.² Forskning visar också att människors förtroende för medierna påverkar i vilken grad de använder och tar till sig information från medierna.³ Givet detta har det blivit allt viktigare att förstå människors medieförtroende liksom vilka faktorer som påverkar detta och vilka effekter (bristen på) medieförtroende kan ha. Det gäller särskilt i dagens medielandskap där sociala, digitala och politisk-alternativa medier har blivit viktigare som informationskällor och där tillgången till desinformation – falsk och missvisande information – med all sannolikhet är större än någonsin.⁴

Mot den här bakgrunden är det övergripande syftet med den här forskningsöversikten att (a) kartlägga och jämföra hur stort förtroendet för traditionella medier är i Europa, (b) diskutera vad vi vet om olika faktorer betydelse för att förklara människors medieförtroende, och (c) sammanfatta vad forskning visar om medieförtroendet i Sverige. Genomgående kommer termen nyhetsmedier att syfta på traditionella nyhetsmedier såsom tidningar, TV och radio.

Att förstå och mäta medieförtroende

Innan diskussionen kring vad forskningen visar när det gäller människors förtroende för medier finns det skäl att kort diskutera begreppet medieförtroende. Det är nämligen ett komplext begrepp och det finns många sätt att mäta det på.⁵ En del av problemet är att förtroende som begrepp är snarlikt andra begrepp som exempelvis trovärdighet och pålitlighet. I vissa studier används dessa begrepp som synonyma med medieförtroende, i andra studier betraktas de som föregångare till eller aspekter av medieförtroende.⁶

1 Benkler, Faris & Roberts, 2018; Fawzi, 2019; Figenschou & Ihlebaek, 2019; Holt, 2018

2 Strömbäck et al., 2020

3 Damstra et al., 2021; Fletcher & Park 2017; Jakob, 2010; Tsfati, 2010

4 Benkler, Faris & Roberts, 2018; Kavanagh & Rich, 2018

5 för översikter, se Fawzi et al., 2021; Strömbäck et al., 2020

6 Kohring & Matthes, 2007; Prochazka & Schweiger, 2019; Yale et al., 2015

Detta till trots råder det en bred enighet inom forskningen om att begreppet medieförtroende syftar på en relation mellan medborgarna och medierna där medborgarna, om än ofta underförstått och vanemässigt, i situationer där det råder osäkerhet förväntar sig att interaktioner med medierna ska leda till fördelar snarare än nackdelar.⁷ Den typ av osäkerhet det framför allt handlar om är vad som är sant och relevant. Att ha förtroende för medierna innebär i det perspektivet en förväntan om att mediernas rapportering är sann och relevant.

Samtidigt säger detta inte mycket om vad begrepp som "medier" och "nyhetsmedier" syftar på. Hittills har forskningen om människors medieförtroende huvudsakligen byggts på enkätundersökningar där människor har tillfrågats om deras medieförtroende på en generell eller en institutionaliserad nivå. Ett exempel är enkätundersökningar där människor får svara på frågor om vilket förtroende de har för odefinierade medier såsom "tidningar", "radio" eller "TV". Det gäller särskilt i internationellt jämförande studier. Ytterligare ett exempel är European Values Study, som mäter medieförtroende genom frågan "hur stort förtroende" människor har för en uppsättning institutioner och organisationer, där "pressen" och "sociala medier" är två av flera. På liknande sätt innehåller Eurobarometern frågan: "I would like to ask you a question about how much trust you have in certain media and institutions. For each of the following media, please tell me if you tend to trust it or tend not to trust it". I de senaste undersökningarna ställs den frågan för "television", "radio", "the written press", "online social networks" och "the internet".

Den här typen av breda mått är ofta nödvändiga i internationellt jämförande studier där det inte finns utrymme att fråga om individuella medier. Resultaten blir dessutom svåra att jämföra mellan länder om man specificerar i för hög grad. Användningen av breda mått är därför förklarligt men problematiskt på många sätt, främst med anledning av att det är osäkert hur människor egentligen tänker när de uppger vilket förtroende de har för "TV" eller "den tryckta pressen". Därtill har människor i regel mer förtroende för vissa medier än för andra, men vi vet inte hur det påverkar hur man väljer att svara i enkätundersökningar. Forskning visar därutöver att människor ger uttryck för lägre medieförtroende när frågorna handlar om generella kategorier eller ospecificerade medier jämfört med frågor om förtroendet för specifika medier.⁸ Den här typen av breda mått tar heller inte hänsyn till att människors medieförtroende kan variera beroende på om frågorna handlar om medierna i allmänhet, specifika medietyper, specifika medier, eller vilka bevakningsområden som är i fokus.⁹ Svensk forskning visar exempelvis att människor har mer förtroende för vissa medier än för andra, samt att förtroendet är högre för mediernas bevakning av sjukvård och näringsliv jämfört med bevakningen av invandring och brottslighet.¹⁰

Med andra ord har breda mått på medieförtroende en rad brister, vilket man bör komma ihåg när man tar ställning till vad empirisk forskning visar. Man bör också komma ihåg att undersökningar som frågar om människors förtroende för ospecificerade medier med stor sannolikhet underskattar vilket medieförtroende människor egentligen har.¹¹

7 Strömbäck et al., 2020. Se även Fawzi et al., 2021; Hanitzsch, Van Dalen & Steindl, 2018; Tsifti & Cappella, 2003

8 Daniller et al., 2017

9 Strömbäck et al., 2020

10 Andersson, 2017; 2021a

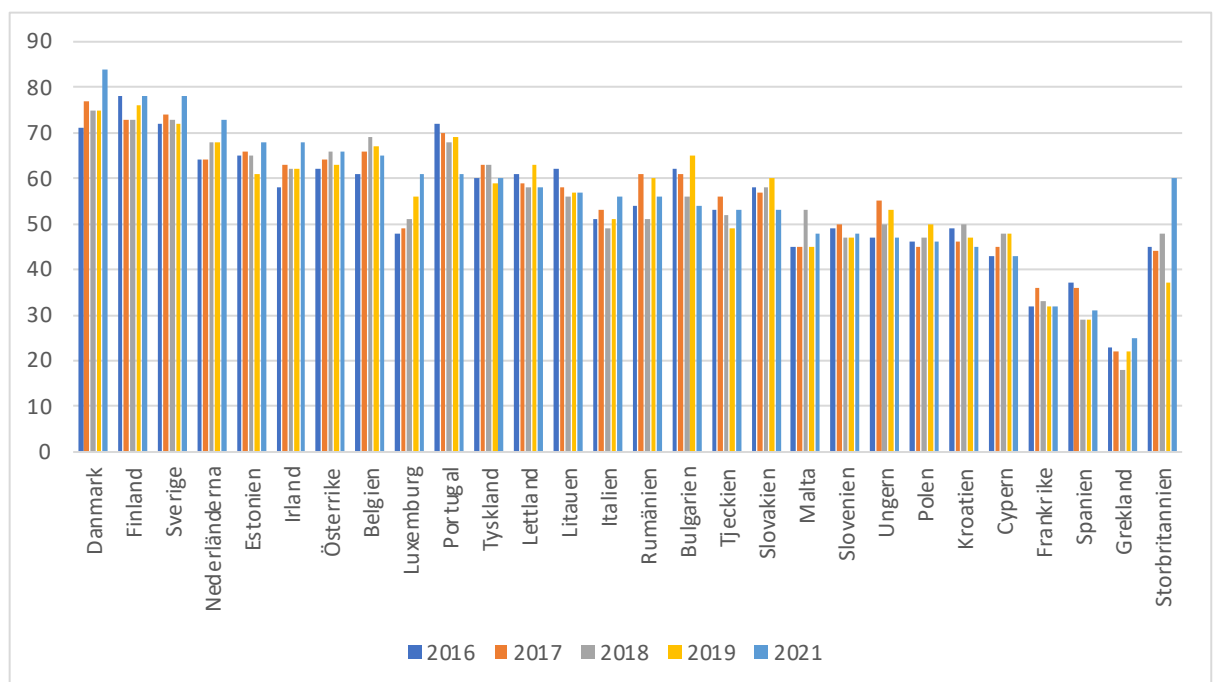
11 Daniller et al., 2017

Förtroendet för medierna i Europa

När det gäller medieförtroendet i Europa finns det bara en undersökning som regelbundet genomförs och som omfattar alla EU-länder, och som därmed möjliggör jämförelser över tid samt mellan länder. Det är Standard Eurobarometer, som årligen (undantaget 2020) frågar om människors förtroende för TV, radio och den tryckta pressen. Jag kommer därför att förlita mig på Eurobarometern, trots att det breda mått som används där är problematiskt.

I Figur 1 redovisas förtroendet för TV i alla EU-länder samt Storbritannien under perioden 2016–2021. Som framgår av Figur 1 fluktuerade förtroendet för TV mer eller mindre i alla länder och det är svårt att utläsa någon trend. Det enda undantaget utgörs av Luxemburg, där förtroendet ökade tydligt över tid. Därutöver är tre saker värda att notera. För det första, om man jämför 2016 med 2021 ökade förtroendet i tretton länder medan det sjönk i åtta och var oförändrat i sju (även om en del förändringar var mycket små). För det andra låg den genomsnittliga förtroendenivån under hela perioden stabilt runt 50 procent. För det tredje är det tydligt att förtroendet för TV skiljer sig åt mellan olika länder. För svensk del ökade förtroendet under perioden, från 72 till 78 procent.

Figur 1. Förtroende för TV i Europa, 2016–2021 (%).

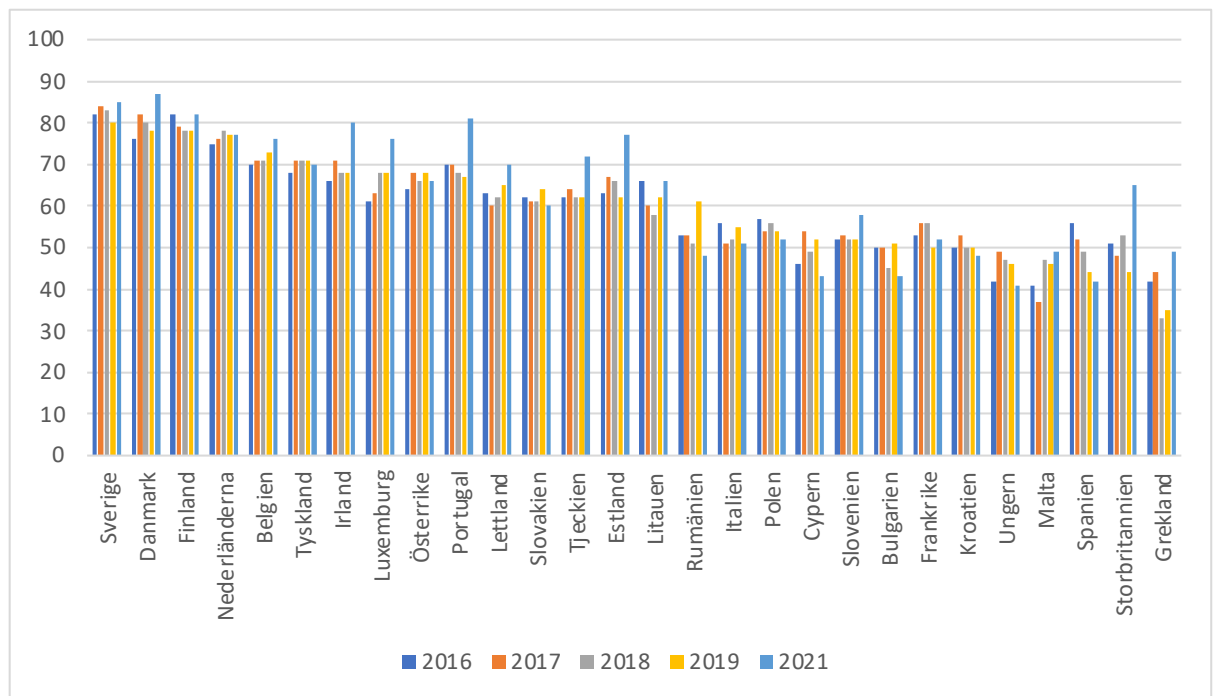


Källa: Standard Eurobarometer 86, 88, 90, 92 och 94. Figuren visar andelen respondenter som har svarat att de tenderar att ha förtroende för TV.

När det gäller radio redovisas förtroendet i Figur 2. Förtroendet ökade under perioden 2016–2021 i sexton länder, minskade i tio och var oförändrat i tre – även om förändringarna återigen i många fall var små. Liksom för TV fluktuerade förtroendet för radion mellan åren. Den genomsnittliga förtroendenivån var dock stabil och varierade

mellan 57 och 59 procent under perioden. På den övergripande nivån var med andra ord förtroendet för radio högre än förtroendet för TV. För svensk del ökade förtroendet något, från 82 till 85 procent.

Figur 2. Förtroende för radio i Europa, 2016–2021 (%).



Källa: Standard Eurobarometer 86, 88, 90, 92 och 94. Figuren visar andelen respondenter som har svarat att de tenderar att ha förtroende för radio.

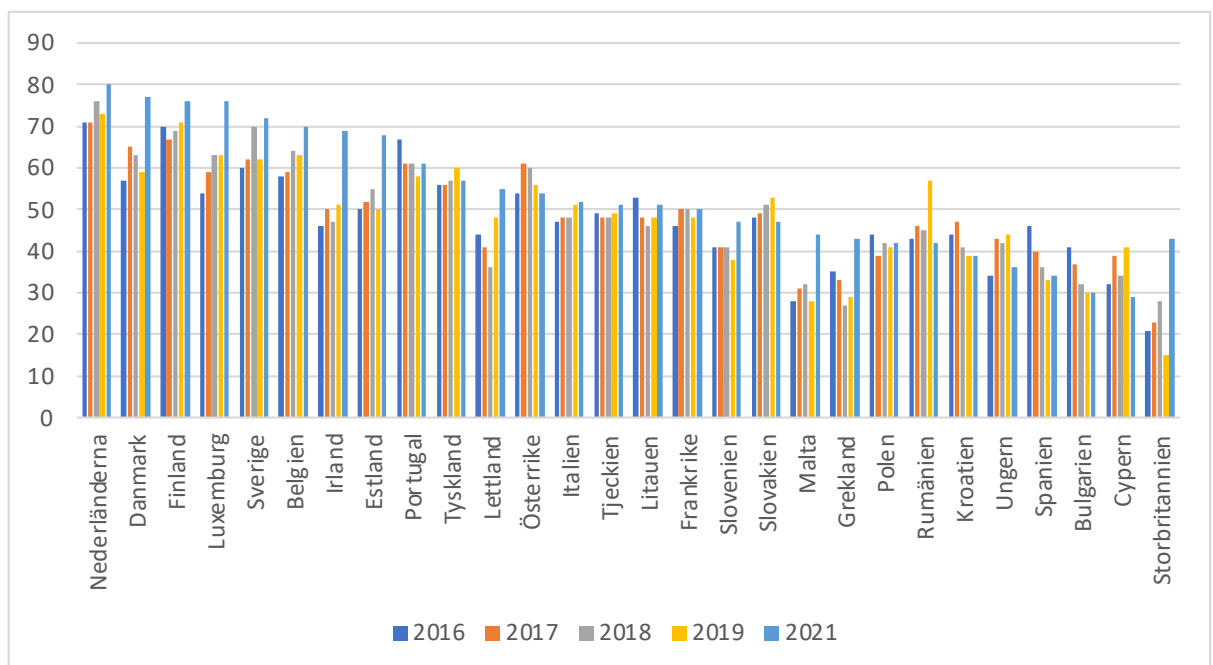
När det gäller förtroendet för den tryckta pressen redovisas resultaten i Figur 3. De visar att förtroendet för den tryckta pressen under perioden 2016–2021 ökade i 18 länder, minskade i nio och var oförändrat i två. Jämfört med TV och radio ökade förtroendet för den tryckta pressen därmed i fler länder, samtidigt som förtroendet återigen fluktuerade mellan åren. Resultaten visar också att förtroendet för den tryckta pressen på en genomsnittlig nivå var tämligen stabilt fram till 2021, då det ökade från 46–47 procent till 51 procent. En möjlig förklaring till ökningen är coronapandemin, som påverkade förtroendet för såväl politik som medier.¹² För svensk del ökade förtroendet från 60 till 72 procent.

Sammantaget visar resultaten att medieförtroendet på den aggregerade nivån under perioden var högst för radio, följt av TV och den tryckta pressen. Intressant att notera är att förtroendet var tämligen stabilt på den aggregerade nivån, medan det fluktuerade mer mellan åren i enskilda länder. Det är också tydligt att förtroendenivåerna skiljer sig mellan länder. Den kanske viktigaste noteringen är att det var vanligare att medieförtroendet ökade under 2016–2021 än att det minskade. Det kan framstå som förvånande med tanke på att det ofta påstås att medieförtroendet sjunker (även inom forskningen), men sådana påståenden och intryck beror troligen på att man har tagit för stort intryck av utvecklingen i USA, där förtroendet för medierna har sjunkit under

¹² Andersson, 2021b; Van Aelst & Blumler, 2022

en längre tid. Även där har dock medieförtroendet ökat efter att ha nått bottenivåer 2016.¹³ Relevant i det sammanhanget är att forskning från Reuters Institute visar att förtroendet för medierna är lägre i USA än i något annat av de 46 länder som ingår i deras årliga undersökning. I den tillfrågades människor om förtroendet för "most news most of the time" och "most news I consume most of the time". I undersökningen från 2021 uppgav 44 procent att de för det mesta har förtroende för de flesta nyheter, medan 50 procent uppgav att de för det mesta har förtroende för de nyheter som de konsumerar. Det var en ökning jämfört med året innan, men ungefär samma andelar som 2018 och 2019. Någon generell trend mot sjunkande tillit till medierna går därför inte att fastställa.¹⁴ Vidare ökade medieförtroendet mot slutet av perioden, vilket åter kan tolkas som en effekt av corona-pandemin.¹⁵

Figur 3. Förtroende för den tryckta pressen i Europa, 2016–2021 (%).



Källa: Standard Eurobarometer 86, 88, 90, 92 och 94. Figuren visar andelen respondenter som har svarat att de tenderar att ha förtroende för den tryckta pressen.

Bortom detta visar resultaten att förtroendenivåerna skiljer sig mellan länder. Även om skillnaderna varierar beroende av medietyp är förtroendet generellt störst i länder som Sverige, Danmark, Finland och Nederländerna, medan det är lägre i medelhavsländer som Spanien, Frankrike och Grekland. Det leder till frågan: vad kan förklara hur stort förtroendet för medierna är?

¹³ Brenan, 2020

¹⁴ se även Hanitzsch, Van Dalen & Steindl, 2018

¹⁵ Andersson, 2021b

Faktorer som kan förklara människors medieförtroende

En viktig notering före diskussionen om vad som förklarar människors medieförtroende är att de flesta internationellt jämförande studier på området bygger på tvärsnittsdata. Med tvärsnittsdata kan man analysera sambanden mellan medieförtroende och andra faktorer, men däremot inte orsakssamband. Med det sagt bör en distinktion göras mellan faktorer på länder-nivå respektive individnivå. Länder-faktorer kan till exempel vara skillnader i mediasystemet och politiska strukturer, och relationen mellan dessa inom olika länder.¹⁶ Graden av pressfrihet är ett exempel. Baserat på data från World Values Survey visar studier att ungefär 12–13 procent av variationen i medieförtroende kan förklaras av faktorer på länder-nivå.¹⁷

Faktorer på individnivå tycks därmed ha större betydelse. Baserat på tidigare forskning råder det dock ingen enighet om vilken betydelse olika faktorer på individnivå har: olika studier pekar helt enkelt i olika riktning. Det gäller särskilt betydelsen av sociodemografiska faktorer.¹⁸ Vissa studier finner exempelvis att kön har betydelse för medieförtroendet medan andra finner motsatsen. På samma sätt visar vissa studier att högre utbildning har ett positivt samband med medieförtroende medan andra studier finner motsatsen eller att utbildningsnivån inte har någon betydelse. Troligen beror dessa motstridiga resultat bland annat på att undersökningarna har gjorts i olika länder, vid olika tidpunkter och att olika mått på medieförtroende har använts. En slutsats som ändå kan dras är att “we find low and high levels of news media trust among citizens of all ages, genders, and levels of education.”¹⁹

Betydelsen av sociodemografiska faktorer är som tidigare nämnt inte helt fastställd i forskningen. Däremot råder en större samstämmighet vad gäller betydelsen av politiska faktorer såsom politiskt förtroende, politisk ideologi och partipolitiska sympatier. Flera studier visar på ett positivt samband mellan politiskt förtroende – exempelvis förtroende för riksdagen – och förtroende till medierna.²⁰ Vissa studier tyder också på att sambandet mellan politiskt förtroende och medieförtroende har blivit starkare över tid. Utifrån resultaten av en internationellt jämförande studie drar Hanitzsch med kollegor (2018) slutsatsen att “the political environment seems to play an important role in the formation, maintenance, and decline of trust in the press”, och att “press trust and political trust seem to be connected in an upward spiral in some countries and a downward spiral in others.”²¹ Av betydelse i sammanhanget är hur politiskt självständiga medierna är, i vilken grad journalistiken är professionaliserad, och i vilken utsträckning tidningarna är politiskt partiska. En studie visar till exempel att länken mellan medieförtroende och förtroende för politiken är starkare i medielandskap där medierna är mindre självständiga, journalistiken mindre professionaliserad, och tidningarna starkare präglade av politisk partiskhet.²² Det tyder på att ju mer

16 Fawzi et al., 2021

17 Hanitzsch, Van Dalen & Steindl, 2018; Tsfati & Ariely, 2014

18 Gronke & Cook, 2007; Hanitzsch, Van Dalen & Steindl, 2018; Jakob, 2010; Ladd, 2012; Tsfati & Ariely, 2014

19 Fawzi et al., 2021, p. 6

20 Ariely, 2015; Hanitzsch, Van Dalen & Steindl, 2018; Jones, 2004; Lee, 2010; Tsfati & Ariely, 2014

21 Hanitzsch, Van Dalen & Steindl, 2018, p. 17

22 Ariely, 2015

mediesystemet är en del av det politiska systemet, desto starkare är länken mellan medieförtroende och politiskt förtroende.

Ett annat mönster är att det finns positiva samband mellan allmänt politiskt intresse och människors förtroende för medierna.²³ Det skulle kunna förklaras av att de som är politiskt intresserade också är mer intresserade av nyheter om politik och samhälle, och det leder till att de både använder och har större förtroende för medierna än de som är mindre politiskt intresserade. Teorin styrks av forskning som visar att det finns ömsesidigt förstärkande samband mellan medieanvändning och politiskt intresse.²⁴ För svensk del visar forskning att det finns ett sådant samband för public service (TV och radio) om än inte för TV4.²⁵

Flera studier visar också på positiva samband mellan användning av traditionella nyhetsmedier och medieförtroende, och att användandet av olika typer av alternativa medier (t.ex. politiskt partiska alternativmedier, pratshower och sociala medier) är förknippat med lägre förtroende för traditionella nyhetsmedier.²⁶ Det generella mönstret är att de med lågt förtroende för traditionella medier använder alternativa medier i högre utsträckning, och tvärtom.²⁷ Även om det saknas studier som undersöker detta samband över tid finns det tecken på att detta samband har blivit starkare i takt med framväxten av allt fler alternativ till traditionella nyhetsmedier. I det tidigare medielandskapet, präglad av bristfälliga valmöjligheter och massmediernas dominans, hade människor inte så mycket att välja på om de ville följa nyheterna: de var tvungna att vända sig till traditionella nyhetsmedier oavsett om de hade förtroende för dem eller inte. I dagens medielandskap, präglade av större valmöjligheter än någonsin, kan människor hitta en mängd olika alternativ till traditionella nyhetsmedier.

Många av dessa alternativ är så kallade "politiskt-alternativa" medier, med vilket avses medier som drivs av politiska agendor och som framställer sig som alternativ till – och öppet utmanar – traditionella nyhetsmedier.²⁸ Det kan exempelvis handla om olika digitala medier, pratshower och TV-kanaler (i eter eller på webben), och de har över tid blivit allt viktigare – även om både utbudet och efterfrågan skiljer sig mycket mellan länder.²⁹ Den här typen av politiskt-alternativa medier är särskilt attraktiva för dem som har en stark preferens för nyheter och politisk information som bekräftar de verklighetsuppfattningar och åsikter som de redan besitter.

Föga förvånande visar forskning också att de som använder politiskt-alternativa medier kännetecknas av misstro mot traditionella nyhetsmedier.³⁰ Särskilt höger-alternativa medier utmärks av regelbunden kritik mot och försök till att underminera förtroendet för traditionella nyhetsmedier³¹, genom vilket de ytterligare minskar förtroendet för traditionella medier bland sina användare.

23 Hanitzsch, Van Dalen & Steindl, 2018; Tsfati & Ariely, 2014

24 Strömbäck & Shehata, 2010

25 Strömbäck & Shehata, 2019

26 Fletcher & Park, 2017; Jakob, 2010; Jones, 2004; Kalegoropoulos et al., 2019; Newman & Kalegoropoulos, 2018; Prochazka & Schweiger, 2019; Tsfati, 2010; Tsfati & Cappella, 2003.

27 Strömbäck et al., 2020

28 Holt, Figenschou & Frischlich, 2019

29 Heft et al., 2019; Kalogeropoulos et al., 2019

30 Fletcher & Park, 2017; Schulze, 2020

31 Benkler, Faris & Roberts, 2018; Fawzi, 2019; Figenschou & Ihlebaek, 2019

Följaktligen visar forskning att det finns ett samband mellan politisk ideologi, eller partitillhörighet, och människors medieförtroende. Detta är särskilt tydligt i USA, där konservativa och republikaner hyser mycket lägre förtroende för nyhetsmedierna än liberaler och demokrater.³² Samma mönster visar sig även i Sverige och andra länder, där sympatisörer till radikala och högerpopulistiska partier har betydligt lägre förtroende för traditionella nyhetsmedier än sympatisörer till andra partier.³³ Internationellt jämförande forskning visar därutöver att partianhängare generellt utmärks av att ha mindre tillit till medier i allmänhet men större förtroende för de medier de frekvent använder.³⁴ En trolig förklaring till den låga tilliten bland partianhängare är att politiskt engagerade individer har en större tendens att uppleva "fientliga medier-fenomenet", d.v.s. upplevelsen att medierna missgynnar den egna sidan och gynnar motståndarna i en politisk konflikt.³⁵ Sådana upplevelser leder naturligt nog till lägre medieförtroende.

Medieförtroendet i Sverige

Diskussionen har så här långt behandlat medieförtroendet i Europa, men det finns goda skäl att gå närmare in på högtillitslandet Sverige. Eurobarometern visar att Sverige är ett av de länder som har högst medieförtroende i Europa, och att förtroendet har ökat under senare år. I Sverige finns omfattande forskning om det inhemska medieförtroendet, vilken i hög grad bygger på de återkommande SOM-undersökningarna. Dessa studier möjliggör en mer detaljerad analys av svenskarnas medieförtroende. Förtroendet undersöks inte bara för medieinstitutioner som "dagspressen" och "radio och TV", utan därutöver för specifika medier som SVT, SR, TV4, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen.

SOM-undersökningarna visar att medieförtroendet på en övergripande nivå är både stabilt och – för etermedierna – högt.³⁶ Högst är det för SVT och SR, följt av TV4. En viktig förklaring till att medieförtroendet för tidningar är lägre är att det finns samband mellan hur ofta människor använder olika medier och vilket förtroende de har för dem. Ett exempel är att förtroendet för Ekonyheterna är nästan 30 procentenheter högre bland regelbundna användare än bland dem som sällan eller aldrig lyssnar på Ekonyheterna. För Dagens Nyheter (online) är förtroendet över 40 procentenheter högre bland regelbundna användare än bland dem som sällan eller aldrig använder sajten.³⁷ Enligt den senaste publicerade studien baserad på SOM-undersökningarna uppgav 76 respektive 70 procent att de hade mycket eller ganska stort förtroende för SVT respektive SR. För TV4 var motsvarande andel 56 procent, för Dagens Nyheter 46 procent, för Svenska Dagbladet 41 procent, för Aftonbladet 26 procent och för Expressen 21 procent.³⁸

När det gäller betydelsen av olika förklaringsfaktorer visar SOM-undersökningarna att sociodemografiska faktorer såsom kön och ålder har ett begränsat förklaringsvärde. Det som i stället har visat sig ha störst betydelse är (a) vilket samhällsvärde man

32 Gottfried, Stocking & Grieco, 2018; Jurkowitz et al., 2020; Lee, 2010

33 Andersson, 2021a; Fawzi, 2019; Strömbäck & Karlsson, 2017

34 Suiter & Fletcher, 2020

35 Perloff, 2015; Strömbäck & Johansson, 2017

36 Andersson, 2020, 2021a; Andersson & Weibull, 2017; Holmberg & Weibull, 2019

37 Andersson, 2020

38 Andersson, 2021a

tillskriver olika medier, (b) hur oberoende man uppfattar att olika medier är, och (c) partisynpati.³⁹ Över tid visar forskning dessutom att förtroendet för medierna har blivit alltmer politiserat.⁴⁰ Medan medieförtroendet har sjunkit bland dem som står till höger ideologiskt och bland sympatisörer främst till Sverigedemokraterna, har förtroendet för medierna varit på en stabil nivå eller ökat hos övriga grupper.⁴¹ Enligt SOM-undersökningen från 2020 hade 86 respektive 80 procent av Socialdemokraternas sympatisörer stort förtroende för SVT och SR, medan motsvarande andel bland Sverigedemokraternas sympatisörer var 52 respektive 43 procent.⁴² Detta ligger i linje med att kritiken mot de traditionella nyhetsmedierna i Sverige framför allt kommer från Sverigedemokraterna och högeralternativa medier.

Sammanfattning och slutsatser

För att sammanfatta resultaten av den här forskningsöversikten kan åtminstone sex slutsatser dras. För det första finns det ingen generell trend av sjunkande förtroende för traditionella medier. Istället visar internationell jämförande forskning att medieförtroendet i Europa på den institutionella nivån fluktuerar inom olika länder samtidigt som det är stabilt på den aggregerade nivån. För det andra har sociodemografiska faktorer som kön och ålder begränsad betydelse för att förklara i vilken utsträckning människor har förtroende för traditionella nyhetsmedier. För det tredje hänger politiskt förtroende och medieförtroende nära samman, särskilt i länder där medierna är integrerade i och en del av politiken och det politiska systemet. För det fjärde har politiskt intresse ett tydligt och positivt samband med medieförtroende. För det femte finns det samband mellan människors medieanvändning och deras förtroende för traditionella medier. De som har förtroende för traditionella medier använder dem mer, medan de som saknar eller har mindre förtroende för dessa medier i stället använder sig av sociala medier och olika politisk-alternativa medier. För det sjätte visar forskning att de som bär på populistiska attityder, sympatiserar med högerpopulistiska partier och står längre till höger politiskt tenderar att ha lägre förtroende för traditionella nyhetsmedier. Det gäller i Sverige men också i resten av Europa.

Om man utgår från att det är önskvärt att människor har förtroende för traditionella nyhetsmedier och att dessa förtjänar förtroende, visar forskningen på en både positiv och mindre positiv utveckling. Vad som är oroväckande är att traditionella medier utsätts för alltmer politiskt motiverade attacker från partier, politiker och politiskt alternativa medier till höger – inte minst med tanke på att dessa politiska krafter har vuxit sig starkare under det senaste decenniet. Rapporteringen i högeralternativa medier präglas i hög grad av propagandadynamik.⁴³ I praktiken innebär det att nyheter som bidrar till stärkandet av människors politiska identiteter överskuggar en rapportering som präglas av sanning och relevans. Målet för politisk-alternativa medier är inte att tillhandahålla den typ av information som människor behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i olika samhällsfrågor. Målet för dessa medier är snarare att tillhandahålla politiskt färgade och motiverade verklighetsbeskrivningar

39 Andersson, 2020, 2021a

40 Andersson & Oscarsson, 2020; Andersson, 2017, 2019, 2020, 2021a; Strömbäck & Karlsson, 2017

41 Andersson & Oscarsson, 2020; Strömbäck & Karlsson, 2017

42 Andersson, 2021a

43 Benkler m fl, 2018

som syftar till att stärka specifika politiska berättelser och bekräfta människors verklighetsuppfattningar och politiska identiteter.⁴⁴ Användandet av sådana medier riskerar därmed leda inte bara till att människor blir felinformerade, utan också till en nedåtgående spiral av minskat förtroende för och minskat användande av traditionella nyhetsmedier. Det riskerar också att leda till ökad acceptans för politiska förslag som innebär att mediernas frihet och oberoende inskränks.

“Det är essentiellt att politiker som värnar om den liberala demokratin respekterar, stärker och betonar vikten av fria och oberoende medier”

För att motverka en sådan utveckling är det viktigt att medierna själva värnar och stärker en högkvalitativ journalistik som förtjänar högt förtroende. Det är inte minst viktigt för public service, som har högt förtroende men som också är måltavla för många politiskt motiverade attacker. Det är också essentiellt att politiker som värnar om den liberala demokratin respekterar, stärker och, närhelst det är påkallat, betonar vikten av fria och oberoende medier. När kritik mot nyhetsmedierna är befogad är det vidare viktigt att kritiken är specifik och välmotiverad, för att undvika att stärka politiskt motiverade påståenden om att ”medierna” i allmänhet inte skulle vara trovärdiga. Svepande påståenden om ”fake news” bör därför alltid undvikas. Slutligen är det också viktigt att ytterligare ansträngningar görs för att stärka nyhetsmediernas oberoende och förutsättningar att fullfölja det som är deras främsta demokratiska funktion: att tillhandahålla

sann och relevant information om sådant som människor behöver veta för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor.⁴⁵ Med tanke på demokratins globala tillbakagång under 2000-talet och de stora utmaningar som demokratier står inför är behovet av nyhetsmedier som tillhandahåller sann och relevant information kanske större än någonsin.

44 Benkler, Faris & Roberts, 2018; Strömbäck et al., 2022

45 Kovach & Rosenstiel, 2021

Referenser

- Andersson, U. (2017) "Lågt förtroende för rapporteringen om invandring", i L. Truedson (red), *Misstron mot medier* (sid. 17–50). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Andersson, U. (2019) "Högt förtroende för nyhetsmedier – men under ytan råder stormvarning", i U. Andersson, B. Rönnerstrand, P. Öhberg & A. Bergström (red), *Storm och stiltje* (sid. 65–80), Göteborg: SOM-institutet.
- Andersson, U. (2020) "Hur står sig svenska mediers förtroendekapital?", i U. Andersson, A. Carlander & P. Öhberg (red), *Regntunga skyar* (sid. 57–73). Göteborg: SOM-institutet.
- Andersson, U. (2021a) "Mediers samhällsvärde och oberoende spelar roll för förtroendet", i U. Andersson, A. Carlander, M. Grusell & P. Öhberg (red.), *Ingen anledning till oro (?)* (sid. 57–74). Göteborg: SOM-institutet.
- Andersson, U. (2021b) "Förtroende för medier: vinnare och förlorare under pandemin", Göteborg: SOM-institutet.
- Andersson, U. & Oscarsson, H. (2020) "(Parti-)politiserat institutionsförtroende", i U. Andersson, A. Carlander & P. Öhberg (red), *Regntunga skyar* (sid. 41–56). Göteborg: SOM-institutet.
- Andersson, U. & Weibull, L. (2017) "Har svenskarna förtroende för medierna?", i L. Truedson (red), *Misstron mot medier* (sid. 51–83). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Ariely, G. (2015), "Trusting the press and political trust: A conditional relationship", *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 25(3): 351–367.
- Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H. (2018), *Network propaganda. Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. New York: Oxford University Press.
- Brenan, M. (2020) "[Americans remain distrustful of mass media](#)", News.Gallup.com, (Sett 12-04-2022).
- Damstra, A., Vliegthart, R., Boomgaarden, H., Glüer, K., Lindgren, E., Strömbäck, J., Tsifti, Y. (2021) "Knowledge and the news: An investigation of the relation between news use, news avoidance, and the presence of (mis)beliefs", *International Journal of Press/Politics*, online early.
- Daniller, A., Allen, D., Tallevi, A., Mutz, D. C. (2017) "Measuring trust in the press in a changing media environment", *Communication Methods and Measures*, 11(1): 76–85.
- Fawzi, N. (2019) "Untrustworthy news and the media as "enemy of the people?" How a populist worldview shapes recipients' attitudes toward the media", *International Journal of Press/Politics*, 24(2): 146–164.
- Fawzi, N., Steindl, N., Obermaier, M., Prochazka, F., Arlt, D., Dohle, M., Engelke, K. M., Hanitzsch, T., Jakobs, I., Klawier, T., Post, S., Reinemann, C., Schweiger, W., Ziegele, M. (2021) "Concepts, causes and consequences of trust in news media – a literature review and framework", *Annals of the International Communication Association*, online early.

- Figenschou, T U. & Ihlebaek, K. A. (2019) "Challenging journalistic authority. Media criticism in far-right alternative media", *Journalism Studies*, 20(9): 1221–1237.
- Fletcher, R. & Park, S. (2017) "The impact of trust in the news media on online news consumption and participation", *Digital Journalism*, 5(10): 1281–1299.
- Gottfried, J., Stocking, G., Grieco, E. (2018) Partisans remain sharply divided in their attitudes about the news media, Washington: Pew Research Center.
- Gronke, P. & Cook, T. E. (2007) "Disdaining the media: The American public's changing attitudes toward the news", *Political Communication*, 24(3): 259–281.
- Hanitzsch, T., Van Dalen, A., Steindl, N. (2018) "Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press", *International Journal of Press/Politics*, 23(1): 3–23.
- Heft, A., Mayerhöffer, E., Reinhardt, S., Knüpfer, C. (2020) "Beyond Breitbart: Comparing right-wing digital news infrastructures in six Western democracies", *Policy & Internet*, 12(1): 20–45.
- Holmberg, S. & Weibull, L. (2019) "Den positive valårseffekten finns även 2018", i U. Andersson, B. Rönnerstrand, P. Öhberg & A. Bergström (red), *Storm och stiltje* (sid. 37–45). Göteborg: SOM-institutet.
- Holt, K., Figenschou, T. U., Frischlich, L. (2019) "Key dimensions of alternative news Media", *Digital Journalism*, 7(7): 860–869.
- Jackob, N. G. E. (2010) "No alternatives? The relationship between perceived media dependency, use of alternative information sources, and general trust in mass media", *International Journal of Communication*, 4: 589x–606.
- Jones, D. A. (2004) "Why Americans don't trust the media: A preliminary analysis", *Harvard International Journal of Press/Politics*, 9(2): 60–75.
- Jurkowitz, M., Mitchell, A., Shearer, E., Walker, M. (2020) U.S. media polarization and the 2020 election: A nation divided. Washington: Pew Research Center.
- Kalogeropoulos, A., Suiter, J., Udriș, L., Eisenegger, M. (2019) "News media trust and news consumption: Factors related to trust in news in 35 countries", *International Journal of Communication*, 13: 3672–3693.
- Kavanagh, J. & Rich, M. D. (2018) *Truth decay. An initial exploration of the diminishing role of facts and analysis in American public life*, Washington D.C.: Rand.
- Kohring, M. & Matthes, J. (2007) "Trust in news media. Development and validation of a multidimensional scale", *Communication Research*, 34(2): 231–252.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2021) *Elements of journalism. What newspeople should know and the public should expect*, 4:e upplagan. New York; NY: Crown.
- Ladd, J. M. (2012) *Why Americans hate the media and how it matters*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Lee, T-T. (2010) "Why they don't trust the media: An examination of factors predicting trust", *American Behavioral Scientist*, 54(8): 8–21.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Nielsen, R. K. (2020) Reuters Institute

- digital news report 2020, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., Nielsen, R. K. (2021) Reuters Institute digital news report 2021, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Perloff, R. M. (2015) "A three-decade retrospective on the hostile media effect", *Mass Communication and Society*, 18(6): 701–729.
- Prochazka, F. & Schweiger, W. (2019) "How to measure generalized trust in news media? An adaptation and test of scales", *Communication Methods and Measures*, 13(1): 26–42.
- Schulze, H. (2020) "Who uses right-wing alternative online media? An exploration of audience characteristics", *Politics and Governance*, 8(3): 6–18.
- Standard Eurobarometer 94 (2021) Public opinion in the European Union. Annex. Brussels: European Commission.
- Standard Eurobarometer 92 (2019) Public opinion in the European Union. Annex. Brussels: European Commission.
- Standard Eurobarometer 90 (2018) Public opinion in the European Union. Annex. Brussels: European Commission.
- Standard Eurobarometer 88 (2017) Public opinion in the European Union. Annex. Brussels: European Commission.
- Standard Eurobarometer 86 (2016) Media use in the European Union. Brussels: European Commission.
- Strömbäck, J. & Johansson, B. (2017) "När bjälken sitter i betraktarens ögon: om fientliga medier-fenomenet", Truedson, I. L. (red), *Misstron mot medier* (sid. 100–116), Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Strömbäck, J. & Karlsson, M. (2017), "Sjunkande förtroende för svenska medier? En analys av hur medborgarnas medieförtroende och betydelsen av partisympati har förändrats mellan 2014 och 2016", Truedson, I. L. (red), *Misstron mot medier* (sid. 84–99), Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Strömbäck, J. & Shehata, A. (2010) "Media Malaise or a Virtuous Circle? Exploring the Causal Relationships Between News Media Exposure, Political News Attention and Political Interest", *European Journal of Political Research* 49(5): 575–597.
- Strömbäck, J. & Shehata, A. (2019) "The reciprocal effects between political interest and TV news revisited: Evidence from four panel surveys", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(2): 473–496.
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., Lindholm, T. (2020) "News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research", *Annals of the International Communication Association*, 44(2): 139–156.
- Suiter, J. & Fletcher, R. (2020) "Polarization and partisanship: Key drivers of distrust in media old and new?", *European Journal of Communication*, 35(5): 484–501.

Tsfati, Y. (2010) "Online news exposure and trust in mainstream media: Exploring possible Associations", *American Behavioral Scientist*, 54(1): 22–42.

Tsfati, Y. & Cappella, J. N. (2003) "Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure", *Communication Research*, 30(5): 504–529.

Tsfati, Y. & Ariely, G. (2014) "Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries", *Communication Research*, 41(6): 760–782.

Van Aelst, P. & Blumler, J. G. (red) (2022) *Political communication in the time of coronavirus*, London: Routledge.

Yale, R. N., Jensen, J. D., Carcioppolo, N., Sun, Y., Liu, M. (2015) "Examining first- and second-order factor structures for news credibility", *Communication Methods and Measures*, 9(3): 152–169.

Den gröna och liberala tankemedjan

Om Fores

På den gröna och liberala tankemedjan Fores arbetar vi varje dag för att söka de lösningar och reformer som Sverige behöver, för att försvara den liberala demokratin så som vi känner den. Vi står med den ena foten i akademien och forskningen och med den andra i samhällsdebatten.

Genom våra temagrupper Tillväxt, Trygghet och Tillit söker vi forskningsbaserade, framtidsoptimistiska reformförslag. Vi publicerar studier, böcker och rapporter samt arrangerar och medverkar i seminarier, samtal, debatter och projekt. Fores är hubben för den liberala demokratis vänner och driver därför bland annat Foresakademien och Reformpubben för nätverkande och idéutveckling.

Besök gärna fores.se för mer information.

Redaktör:

Markus Barnevik Olsson, samordnare, Klimat och Tillit, Fores

Layout:

David Redebo, Fores

fores.se

Fores
Sveavägen 59, 113 59 Stockholm
info@fores.se