

# ”Det är en fråga om demokrati!”

En rapport om hur kommunikatörer i offentlig sektor skyddar mot desinformation och bygger tillit i kriser

DiK

/ AKAVIA



# Sammanfattning

Rapporten har tagits fram av fack- och professionsförbunden DIK och Akavia och bygger på en enkätundersökning bland förbundens medlemmar som arbetar med kommunikation i offentlig sektor. Resultaten visar på kommunikatörernas viktiga roll i arbetet för att motverka desinformation och nå ut med samhällsviktig information i kriser.

## Rapporten visar att:

- Nästan hälften av kommunikatörerna i offentlig sektor (48 procent) uppger att de ofta eller ibland stöter på desinformation i sitt arbete. Bakom desinformationen står oftast enskilda medborgare, följt av anonyma konton och opinionsbildare/influencers. Det är också relativt vanligt med desinformation från politiska partier eller andra organiserade grupper.
- 89 procent av kommunikatörerna tror att verksamheten kan behöva hantera desinformation framöver. 68 procent svarar att de känner sig ganska eller mycket trygga med att identifiera desinformation. Unga kommunikatörer uppger att de ofta stöter på desinformation i högre utsträckning än äldre, och upplever sig tryggare med att identifiera desinformation.
- Ungefär sex av tio svarar att de i sin yrkesroll har varit med om en kris eller allvarlig händelse där kommunikation till allmänheten eller specifika målgrupper har varit avgörande. Som exempel anger många covidpandemin, men det kan också handla om förorenat vatten, våldsdåd/terrorattentat, större olyckor, omfattande bränder eller olika former av cyberattacker.
- 28 procent anser att organisationens kommunikationsverksamhet är tillräckligt förberedd för att kunna hantera en allvarlig kris eller samhällsstörning. 59 procent anser att verksamheten är delvis förberedd.
- 92 procent av kommunikatörerna i offentlig sektor upplever att deras arbete bidrar till transparens och demokratisering. Bara 3 procent upplever att arbetet inte bidrar till detta.

# Innehåll

|                                                                                                          |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Sammanfattning .....</b>                                                                              | <b>2</b>  |
| <b>Innehåll .....</b>                                                                                    | <b>3</b>  |
| <b>Inledning: En ny verklighet.....</b>                                                                  | <b>4</b>  |
| <b>Om undersökningen:</b>                                                                                |           |
| <b>Metod och respondenter .....</b>                                                                      | <b>6</b>  |
| <b>Kommunikatören – en viktig kugge<br/>i demokratin .....</b>                                           | <b>7</b>  |
| Mer behöver göras för att stärka källkritiken och kunskapen om<br>desinformation bland allmänheten ..... | 8         |
| Unga är bättre på att känna igen desinformation .....                                                    | 11        |
| Avgörande med kompetensutveckling.....                                                                   | 12        |
| <b>Kommunikation är avgörande i kris.....</b>                                                            | <b>13</b> |
| Medieutvecklingen: det tveeggade svärdet .....                                                           | 15        |
| Den gemensamma världsbilden och förtroendet: exemplet<br>med LVU-kampanjen.....                          | 16        |
| <b>Kommunikatören känner alla – men<br/>ingen känner kommunikatören? .....</b>                           | <b>18</b> |
| <b>Avslutning: Kommunikatörerna – ett vaccin<br/>mot desinformation .....</b>                            | <b>21</b> |
| <b>Akavia och DIK tycker .....</b>                                                                       | <b>23</b> |

Rapporten är framtagen av fack- och professionsförbunden DIK och Akavia

Huvudförfattare: Malin Brugge Arelund, Akavia

Medförfattare: Johanna Alm Dahlin, DIK

Formgivning: Kajsen Burell

Bilder: Istock (sid. 1, 20, 24), Maskot (sid. 5, 12, 17), Johnér (sid. 22)

## *Inledning*

# En ny verklighet

Det demokratiska samtalet står inför flera stora prövningar. Ett nytt medie- och informationslandskap har vuxit fram där användar- och AI-genererat innehåll flödar fritt – ofta med en avsaknad av källkritik, faktagranskning och ansvarstagande. Parallellt sker riktade desinformations- och påverkansattacker från främmande makt mot svenska myndigheter, kommuner och andra aktörer – i syfte att undergräva västerländska demokratier.

→ **Samtidigt är det färre** som tar del av information direkt från etablerade nyhetsmedier<sup>1</sup>, redaktionella resurser skärs ned och oberoende granskning pressas av kommersiella och politiska intressen<sup>2</sup>. Bland annat Europeiska rådet har konstaterat att desinformation utgör ett direkt hot mot rätten till demokratiskt deltagande – och att det riskerar att underminera medborgarnas förtroende för både medier och demokratiska institutioner.<sup>3</sup> Yttrandefriheten är ett av demokratins grundfundament, men det kan också bli dess största utmaning – om inte ansvaret för att invånarna får korrekt, begriplig och relevant information omhändertas.

I denna verklighet är professionell, etisk och väl resurssatt offentlig kommunikation inte en kostnad – utan en investering i demokratisk motståndskraft och ett vaccin mot desinformation. Kommunikatörerna utgör en av demokratins garantier för att människor ska kunna fatta informerade beslut, delta i samhället och lita på de institutioner som ytterst ska tjäna allmänheten.

De svenska medborgarnas relativt höga förtroende för myndigheter och medier har länge ansetts vara en typ av buffert mot desinformation – då hög tillit till offentliga institutioner också gör att medborgare tenderar att lita på de budskap institutionerna förmedlar. Det är dock viktigt att hålla i minne att denna tillit inte på något vis är självklar eller beständig.<sup>4</sup> Den måste vårdas genom öppenhet, dialog och närvaro. Förtroende

<sup>1</sup> Mediemyndigheten (2025). Mediekonsumtion 2025. Tillgänglig på: <https://mediemyndigheten.se/globalassets/rapporter-och-analyser/medieutveckling/mediekonsumtion/mediekonsumtion-2025-0901.pdf>

<sup>2</sup> Reportrar utan gränser. (2025). Pressfrihetsindex. Tillgänglig på: [Pressfrihetsindex - Reportrar utan gränser](https://pressfrihetsindex.se/reportrar-utan-granser/)

<sup>3</sup> Europeiska rådet (Consilium). (n.d.) 'Desinformation och demokratins motståndskraft'. Tillgänglig på: <https://www.consilium.europa.eu/sv/policies/disinformation-and-democratic-resilience/>

<sup>4</sup> Swanström, M. Mediemyndigheten (2025). I Mediebutblick 2025 – För ett öppet och tryggt medielandskap. Tillgänglig på: <https://mediemyndigheten.se/globalassets/rapporter-och-analyser/2025/medieutblick-2025---for-ett-oppet-och-tryggt-medielandskap.pdf>



byggs inte i kris, utan i vardagen – genom kontinuerlig kommunikation som är saklig, tillgänglig och begriplig.

Kommunikation i offentlig sektor är inte ett komplement – det är en grundbult i demokratins infrastruktur. I denna rapport undersöker DIK och Akavia om kommunikatörerna har de förutsättningar de behöver för att kunna arbeta med kriskommunikation och motverka desinformation.

## Om undersökningen

# Metod och respondenter

Rapporten är ett samarbete mellan Akavia och DIK. Akavia är ett fack- och professionsförbund som samlar ekonomer, jurister, samhällsvetare, it-akademiker, personalvetare och kommunikatörer. DIK är facket för kultur, kommunikation och kreativ sektor.

→ **Till grund för rapporten** ligger en enkätundersökning som genomfördes i september 2025. Enkäten skickades ut till respektive förbunds medlemmar inom kommunikationsområdet som angett att de arbetar i offentlig sektor. Det totala antalet svarande var 1 274. Antalet svarande av Akavias kommunikatörsmedlemmar i offentlig sektor var 230, vilket ger en svarsfrekvens på 24 procent och antalet svarande bland DIK:s kommunikatörsmedlemmar i offentlig sektor var 1 044, vilket ger en svarsfrekvens på 35 procent.

Den mest vanligt förekommande yrkestiteln hos de som deltog i undersökningen var "kommunikatör/informatör" (56 procent), följt av titeln "kommunikationsstrateg" (13 procent). Andra, mindre vanliga, titlar var exempelvis kommunikationschef, pressansvarig eller webbredaktör.

Offentliganställda kommunikatörer finns på exempelvis myndigheter, kommuner, universitet och andra platser där det offentliga behöver nå ut med samhällsviktig information, till exempel som sjukvård, skola, kollektivtrafik eller smittspridning. 51 procent av respondenterna arbetar i statlig sektor. 28 procent angav att arbetsgivaren tillhör kommunal sektor och 14 procent att de arbetar inom regional sektor.

76 procent av de svarande har arbetat med kommunikation i mer än tio år, medan enbart 1 procent angav att de arbetat med kommunikation i mindre än två år.

Den definition av desinformation som används i rapporten är Europeiska rådets (2024), i vilken desinformation definieras enligt nedan:

*"Desinformation är falskt eller vilseledande innehåll som sprids i syfte att vilseleda eller säkra ekonomisk eller politisk vinning och som kan orsaka skada för allmänheten. Felaktig information är falskt eller vilseledande innehåll som delas utan skadlig avsikt, även om effekterna fortfarande kan vara skadliga."*<sup>5</sup>

Rapporten bygger på svar från 1274 kommunikatörer i offentlig sektor.

Majoriteten av de som svarat har titeln kommunikatör/informatör.

<sup>5</sup> Europeiska rådet (Consilium). (n.d.) 'Desinformation och demokratins motståndskraft'. Tillgänglig på: <https://www.consilium.europa.eu/sv/policies/disinformation-and-democratic-resilience/>

## Kapitel 1

# Kommunikatören – en viktig kugge i demokratin

Kraven på kommunikation från det offentliga har ökat över tid. Idag har myndigheter, kommuner och andra offentliga verksamheter krav på sig att kommunicera i många olika kanaler och nå många olika målgrupper med skilda förutsättningar och behov. För att alla ska kunna få den information de både har rätt till och behöver för att kunna delta i samhället behöver kommunikationen från offentlig sektor vara snabb, transparent, målgruppsanpassad och lättbegriplig.

” I en tid där omvärlden förändras snabbt och invånarnas krav på insyn, tydlighet och tillgänglig information blir allt högre är det avgörande att offentlig sektor kan kommunicera på ett effektivt och förtroendeskapande sätt. Om kommunikationen inte prioriteras riskerar det att skapa missförstånd, bristande förtroende och i förlängningen svagare demokratisk delaktighet. Kommunikatörens roll handlar därför inte bara om att 'informera' utan om att bidra till transparens, förklara komplexa beslut och skapa förutsättningar för dialog mellan medborgare och organisation.”

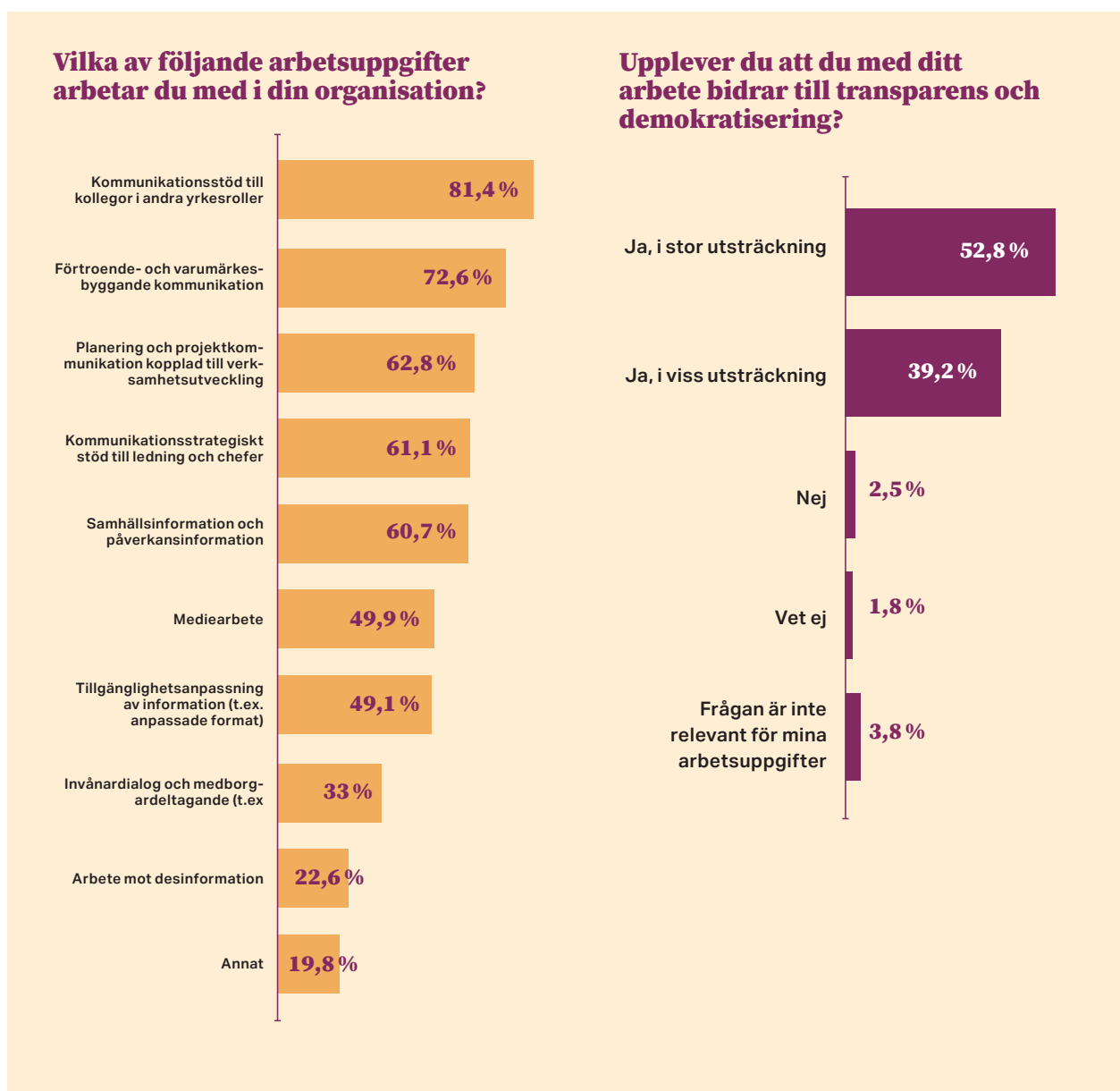
~ Respondent i enkäten

➔ **Citatet ovan illustrerar** en central parameter för arbetet med kommunikation i offentlig sektor – nämligen att den i ett demokratiskt samhälle utgör en grundläggande del av den offentliga infrastrukturen. Kommunikatören i offentlig sektor fungerar som länken mellan myndighet och medborgare, där de möjliggör insyn, förståelse och delaktighet i offentliga beslut. Starka kommunikationsfunktioner är en förutsättning för att offentliga verksamheter ska kunna förklara komplexa processer, bemöta felaktigheter och säkerställa att invånare får tillförlitlig information.

Att kommunikatörer i offentlig sektor har breda uppdrag syns i diagrammet nedan. De vanligaste arbetsuppgifterna är att ge kommunikationsstöd till kollegor i andra yrkesroller, att arbeta med förtroendebyggande kommunikation samt att nå ut med samhälls- och påverkansinformation. Det är också många som arbetar med exempelvis invånardialog och tillgänglighetsanpassning.

Kommunikatörens betydelse för demokratin betonas även av kommunikatörerna själva. På frågan om huruvida de





upplever att deras arbete bidrar till transparens och demokratisering eller inte, uppger hela 92 procent att de anser att deras arbete bidrar till detta i stor, eller viss utsträckning. Endast 3 procent svarar att de inte anser att deras arbete bidrar till transparens och demokratisering.

## Mer behöver göras för att stärka källkritiken och kunskapen om desinformation bland allmänheten

Under våren 2025 publicerade Internetstiftelsen rapporten *Källkritik i Sverige 2025* – där det konstaterades att sex av tio vet att de kommit i kontakt med falsk information på sociala medier. Av dessa uppger 42 procent att de under det senaste året har tagit del av material som de initialt trodde var sant – men senare insett varit falskt. Det innebär att en fjärdedel (26 procent) av respondenterna vet med sig att de har blivit



vilseledda.<sup>6</sup> I ett nytt medielandskap, där både avsändare och intention inte sällan är otydliga, ökar också kraven på medie- och informationskunnighet (MIK).

På uppdrag av regeringen fick Mediemyndigheten under 2024 i uppgift att genomföra en nationell satsning för stärkt medie- och informationskunnighet, med särskilt fokus på artificiell intelligens och desinformation. I uppdraget betonas vikten av att stärka samhällets motståndskraft mot desinformation och otillbörlig informationspåverkan – inte minst genom att bidra till att upprätthålla förtroendet för samhällets institutioner.<sup>7</sup>

Satsningen är också en del av det arbete som Regeringskansliet i november 2025 aviserade att de planerar att bedriva i syfte att skydda de allmänna valen 2026 från otillbörlig påverkan.<sup>8</sup> Satsningarna är en tydlig indikator på att även regeringen ser risken för otillbörlig informationspåverkan som en av vår tids stora demokratifrågor.

Åtgärderna sträcker sig från förstärkta säkerhets- och cybersäkerhetssatsningar till riktade insatser mot desinformation och en fördjupad samverkan mellan ansvariga myndigheter. Fokus ligger inte enbart på att bemöta desinformation – utan på att steg för steg skapa ett motståndskraftigt system och källkritiska invånare genom förebyggande arbete. Desinformationens närvaro i vardagen bekräftas också av resultaten i Akavias och DIK:s enkätundersökning.

Eftersom kommunikatörer i hög utsträckning arbetar på de plattformar där desinformation både skapas och sprids, har de en särskilt god inblick i dess omfattning och uttryck. På frågan ”Ser du någon risk att din verksamhet kan behöva hantera desinformation framöver?” uppger 89 procent av kommunikatörerna i offentlig sektor att det finns stor eller viss risk att verksamheten kan behöva hantera desinformation framöver, och på frågan om hur ofta de (i dagsläget) stöter på desinformation, uppger nästan hälften (48 procent) att det händer ofta eller ibland. En mindre grupp, 11 procent, svarar att de aldrig stöter på desinformation. Enligt respondenterna handlar desinformationen oftast om att någon försöker ge en missvisande bild av organisationen/verksamheten, sprida felaktiga påståenden om beslut/åtgärder eller sprida annan vilseledande information. Bakom desinformationen står oftast enskilda individer, följt av anonyma konton och opinionsbildare/influencers. Det är också relativt många som stött på desinformation från politiska partier eller andra organiserade

Regeringen har gjort flera satsningar för att stärka samhällets motståndskraft mot desinformation och informationspåverkan, inte minst inför valet 2026.

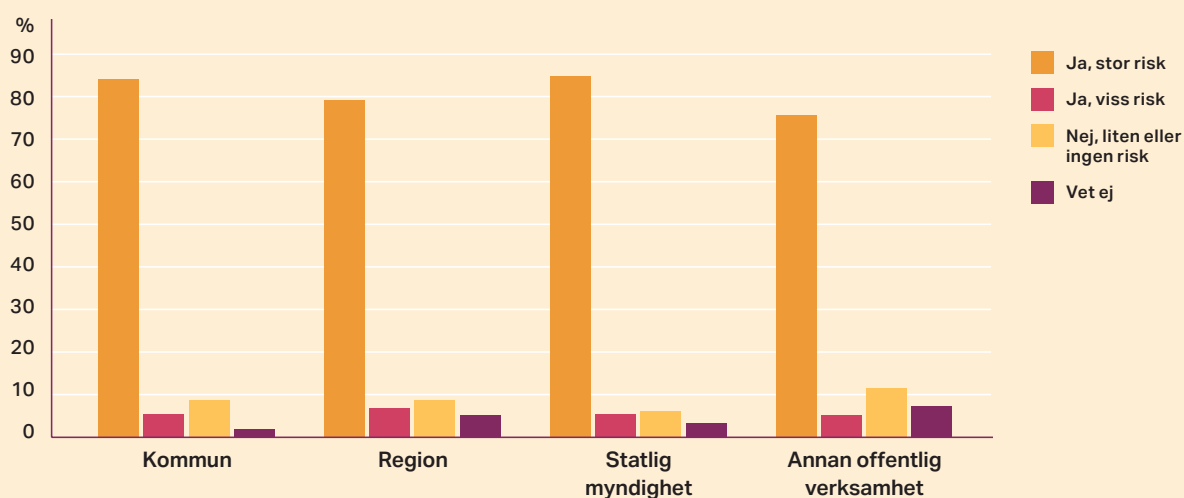
9 av 10 kommunikatörer ser en risk att den verksamhet de arbetar i kan behöva hantera desinformation framöver.

<sup>6</sup> Internetstiftelsen (2025). Källkritik i Sverige 2025. Tillgänglig på: <https://svenskarnaochinternet.se/utvalt/kallkritik-i-sverige-2025/>

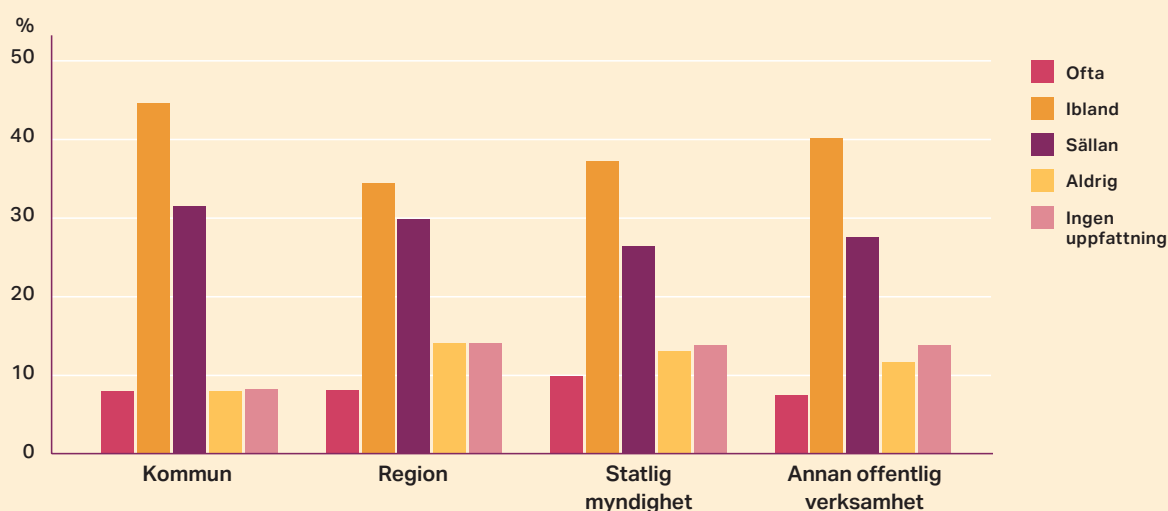
<sup>7</sup> Kulturdepartementet, Regeringskansliet (2024). Uppdrag till Mediemyndigheten att genomföra en nationell satsning för stärkt medie- och informationskunnighet i en tid av artificiell intelligens och desinformation. Tillgänglig på: <https://www.regeringen.se/regeringsuppdrag/2024/03/uppdrag-till-mediemyndigheten-att-genomfora-en-nationell-satsning-for-starkt-medie--och-informationskunnighet-i-en-tid-av-artificiell-intelligens-och-desinformation/>

<sup>8</sup> Regeringskansliet (2025). Regeringens och svenska myndigheters arbete för att skydda de allmänna valen 2026 mot otillbörlig påverkan. Tillgänglig på: [Regeringens och svenska myndigheters arbete för att skydda de allmänna valen 2026 mot otillbörlig påverkan - Regeringen.se](https://www.regeringen.se/om-regeringen/2025/01/regeringens-och-svenska-myndigheters-arbete-for-att-skydda-de-allmanna-valen-2026-mot-otillborlig-paverkan/)

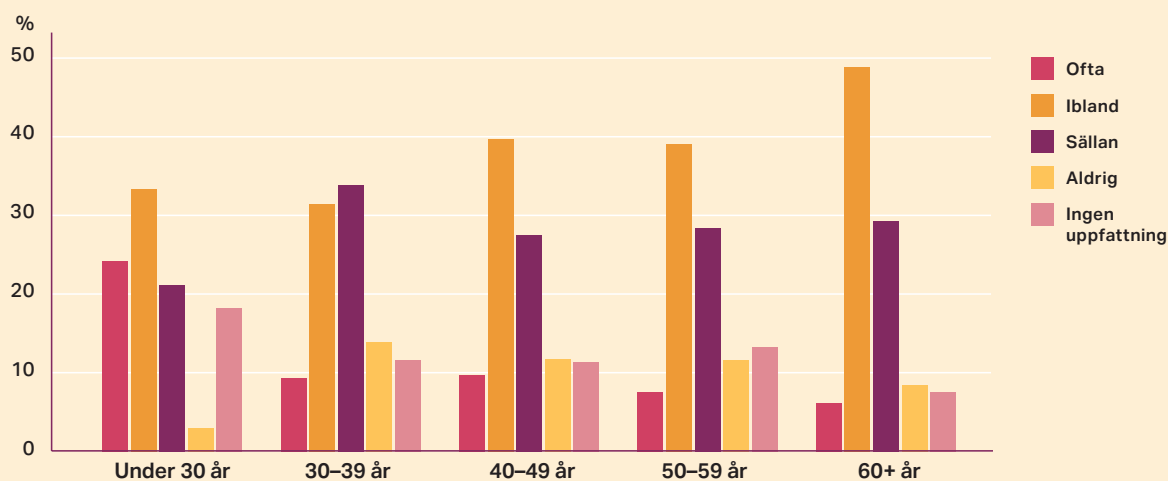
### Ser du någon risk att din verksamhet kan behöva hantera desinformation framöver?



### I din yrkesroll, hur ofta stöter du på desinformation?



### I din yrkesroll, hur ofta stöter du på desinformation?



grupper, medan färre vet om att de stött på desinformation från främmande makt.

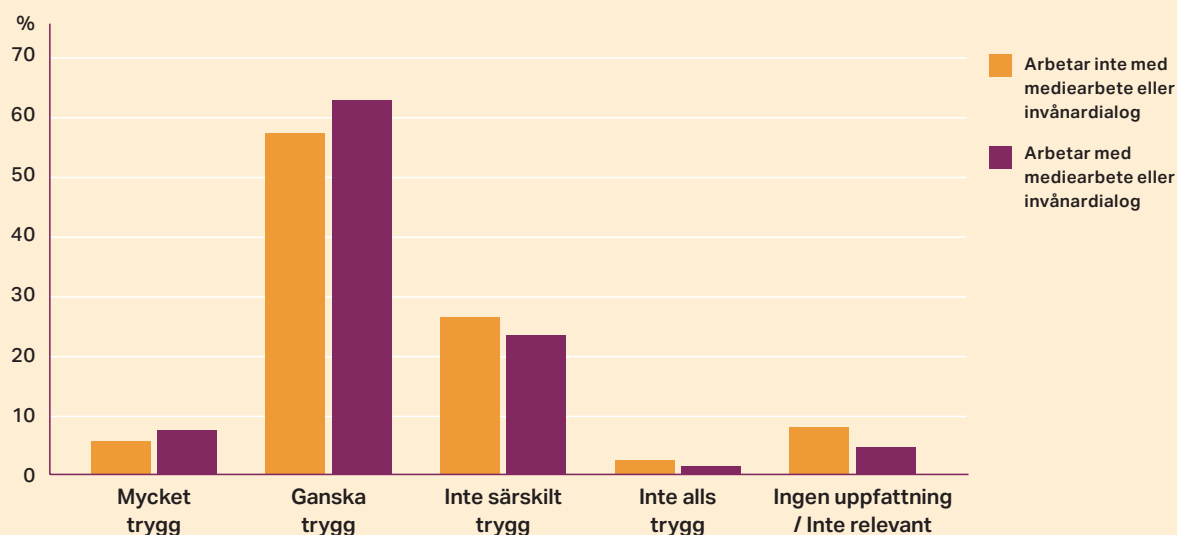
Majoriteten uppger att organisationen har vidtagit någon form av åtgärd för att förebygga eller hantera desinformation (62 procent), exempelvis kunskapshöjande insatser, bevakning för att identifiera felaktig information eller samarbete med andra aktörer. 68 procent svarar att de känner sig ganska eller mycket trygga med att identifiera desinformation.

Sammantaget visar resultaten inte bara att desinformation redan utgör en del av allas vår vardag, utan också att det är viktigt att kommunikatörerna får avsatt arbetstid och tillräcklig kunskap för att kunna förebygga och hantera spridningen av desinformation.

## Unga är bättre på att känna igen desinformation

I enkätresultaten framträder tydliga skillnader mellan olika åldersgrupper vad gäller tryggheten i att identifiera desinformation. Drygt hälften av kommunikatörerna i offentlig sektor uppger att de stöter på desinformation "ibland" eller "ofta", men gruppen som är under 30 år utmärker sig genom att i störst utsträckning ange att de ofta möter desinformation i sitt arbete. Det är också en högre andel bland de som är under 30 som upplever att de är trygga i att identifiera desinformation. En möjlig förklaring till detta är att yngre kommunikatörer i högre grad har vuxit upp med digitala medier och därmed tidigt har utvecklat förmågan att identifiera och värdera information i digitala miljöer. Denna hypotes får stöd i forskning från Försvarshögskolan, som menar att yngre

### Hur trygg känner du dig i att identifiera desinformation?







personer generellt har en högre träffsäkerhet i att avslöja desinformation.<sup>9</sup> Även Internetstiftelsen påvisar detta mönster<sup>10</sup> men påpekar samtidigt att det finns en benägenhet hos yngre personer att överskatta sin egen förmåga.

## Avgörande med kompetensutveckling

Det verkar även finnas andra aspekter som har betydelse för hur trygga respondenterna anser sig vara i att identifiera desinformation. Resultaten från enkäten visar att de som angett att de arbetar med mediarbete, invånardialog och sociala medier i högre utsträckning anser sig vara ganska eller mycket trygga i att identifiera desinformation. Mängdträning genererar sannolikt trygghet – vilket i sig är ett argument för att organisationer kontinuerligt bör avsätta tid och resurser till kompetensutveckling för kommunikatörer. Medieteknologins utveckling kommer inte att stanna av, och med den inte heller förekomsten av desinformation.

**Mängdträning verkar ge ökad kunskap och trygghet. Kommunikatörer som arbetar med mediarbete, invånardialog och sociala medier upplever sig tryggare med att identifiera desinformation.**

<sup>9</sup> Wagnsson, C. och Östervall, A. (2025). Who believes in foreign disinformation? Evidence from a disinformation discernment exercise in Sweden. Political Research Exchange, 7(1). Tillgänglig på: **Full article: Who believes in foreign disinformation? Evidence from a disinformation discernment exercise in Sweden**

<sup>10</sup> Internetstiftelsen (2025). Källkritik i Sverige 2025. Tillgänglig på: <https://svenskarnaochinternet.se/utvalt/kallkritik-i-sverige-2025/>

## Kapitel 2

# Kommunikation är avgörande i kris

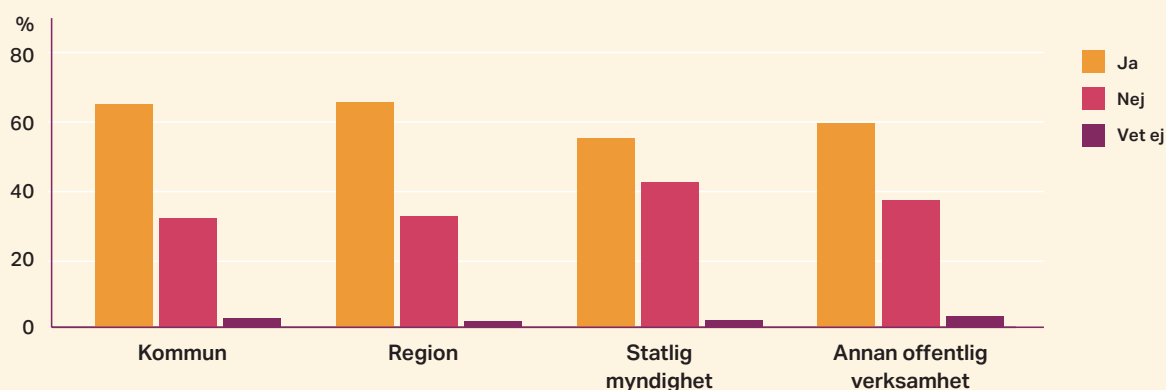
I ett geopolitiskt läge präglat av instabilitet – med krig i vårt närområde, återkommande informationsattacker och en säkerhetspolitisk situation som snabbt kan förändras – blir kommunikatörens roll före, under och efter kriser alltmer central.

”Kommunikation är a och o i vårt samhälle med snabba förändringar. Sociala medier där budskap sprids snabbt i stora grupper innebär stor risk för ryktesspridning. Därför behöver samhällsviktiga organisationer erfarna och kompetenta kommunikatörer som kan agera snabbt och bidra till att förmedla en korrekt bild av organisationens verksamhet.”

~ Respondent i enkäten

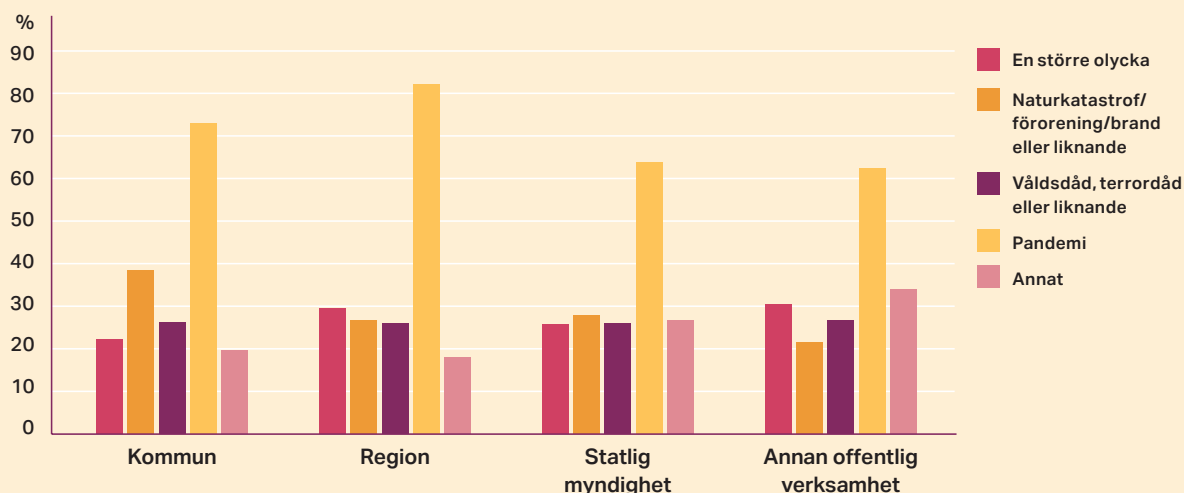
Erfarenheterna från pandemin [Covid-19] visar tydligt att kommunikation i kriser är direkt avgörande för invånarna: om inte information når fram snabbt, är korrekt, och väl målgruppsanpassad, riskerar vi att människor agerar på sätt som kan försätta både individ och samhälle i fara. *Överlevnadsförmåga*, det vill säga att medborgarna får relevant, tillförlitlig och begriplig information för att kunna hantera den aktuella krissituationen är också en av de främsta aspekterna utifrån ett medborgarperspektiv på kriskommunikation.<sup>11</sup> Kommunikation är med andra ord avgörande för att begränsa krisen och för att allmänheten ska veta hur de ska

**Har du i din yrkesroll varit med om en kris eller allvarlig händelse där kommunikation till allmänheten eller specifika målgrupper har varit avgörande?**



<sup>11</sup> Johansson, B. (2022). En kommunikativ kris: Kriskommunikation under Covid-19. KFi – Kommunforskning i Västsverige. Tillgänglig på: [KFi-rapport\\_nr\\_176.indd](#)

### Vilken typ av händelse handlade det om?



agera – men också för att minska risk för ryktesspridning och för att återuppbygga förtroende efter krisen.

Kommunikationens betydelse vid kris framgår också av enkätsvaren. Sex av tio respondenter anger att de i sin yrkesroll har varit med om en kris eller allvarlig händelse där kommunikation till allmänheten eller specifika målgrupper har varit avgörande. Av dessa anger en majoritet att det rört sig om en pandemi – men det är tydligt att krishändelser är återkommande i kommunikatörernas vardag. Det kan röra sig om alltifrån förorenat vatten och större olyckor på vägar, till terrorattentat eller omfattande bränder. Bland de som svarat "annat" skriver många om olika former av dataintrång och cyberattacker.

Över tid har det blivit allt vanligare med olika former av it-attacker gentemot till exempel kommuner, myndigheter eller företag.<sup>12</sup> Då regeringen anser att risken för cyberangrepp är särskilt överhängande inför valåret 2026, har de gett Sveriges nationella cybersäkerhetscenter i uppdrag att öka säkerheten kopplat till valen.<sup>13</sup>

6 av 10 anger att de har varit med om en kris/allvarlig händelse där kommunikation till allmänheten har varit avgörande.

”Viktigt att nå ut med sann och relevant information för olika målgrupper under en ansträngd period i samhället. Kommunikationen (under pandemin) fick människor att ändra sina beteende och därigenom minska smittspridning.”

~ Respondent i enkäten

<sup>12</sup> Krisinformation.se. Tillgänglig på: <https://www.krisinformation.se/forbered-dig/internetsakerhet>

<sup>13</sup> Regeringskansliet (2025). Regeringen stärker cybersäkerheten inför valåret 2026. Tillgänglig på: [Regeringen stärker cybersäkerheten inför valåret 2026 - Regeringen.se](https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2025/01/starkt-cybersakerhet-infor-valaret-2026/)

## Medieutvecklingen: det tveeggade svärdet

” Den stora lärdomen var att när myndigheten inte själv förmår att fort-löpande informera vid en allvarlig incident som blir en stor nyhetshändelse, då tar andra aktörer blixtnabbt över och fyller det informationsvakuum som uppstår med sin bild av incidenten. Därför är det helt avgörande att myndigheten förmår kommunicera själv, även när faktaläget är oklart.”

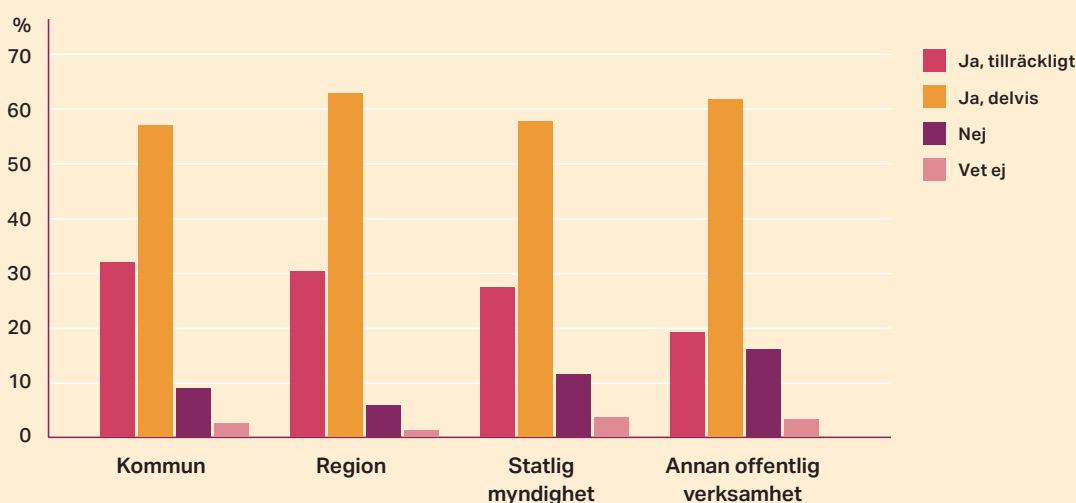
~ Respondent i enkäten

Citatet återspeglar en viktig aspekt – att desinformation och kris ofta riskerar att löpa parallellt och förstärka varandra. Samtidens medieutveckling och digitala teknik har visserligen inneburit att medborgares möjlighet att hantera och informera sig vid kriser har förbättrats, men har samtidigt medfört att risken för ryktesspridning och att felaktig information får fäste, ökat markant. Särskilt relevant i en sådan diskussion kan även de offentliga organens närvaro på sociala medier anses vara. I ett medielandskap där tekniken för att tillgodose allmänhetens kontinuerliga informationsbehov finns, minskar också förståelsen från allmänheten när så inte sker. I förlängningen betyder det att organisationerna behöver se till att kommunikatörerna både har god kännedom om plattformarnas infrastruktur och om dess innehåll. Organisationerna behöver därför säkerställa att det finns väl utformade rutiner och policys för hur sociala medier ska nyttjas i händelse av kris, och hur desinformation identifieras och bemöts.<sup>14</sup>

Enkätresultaten visar att många kommunikationsverksamheter är väl förberedda för kriser, men att mer arbete behövs. Ungefär 28 procent svarar att organisationens

87 % anser att kommunikationsverksamheten i någon mån är förberedd för att kunna hantera en allvarlig kris eller samhällsstörning.

### Upplever du att din organisations kommunikationsverksamhet är förberedd för att kunna hantera en allvarlig kris eller samhällsstörning?



<sup>14</sup> Odén, T., Djerf-Pierre, M., Ghersetti, M., Johansson, B. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB), (2016). Kriskommunikation 2.0 – Allmänhet, medier och myndigheter i det digitala medielandskapet. Tillgänglig på: [28206.pdf](#)



kommunikationsverksamhet är tillräckligt förberedd för att kunna hantera en allvarlig kris eller samhällsstörning. 59 procent svarar att verksamheten delvis är förberedd, och 10 procent svarar att man inte är förberedd alls.

Kommunikation är som konstaterat helt avgörande vid kris, men resurserna och kompetensen för att den ska kunna bedrivas effektivt måste finnas på plats. För att säkerställa detta, och samtidigt öka förståelsen inom organisationen för kommunikationens betydelse vid kris, kan ett tillvägagångssätt vara att kommunikationschef eller motsvarande alltid ingår i ledningsgrupp och/eller särskilda grupper för krisberedskap.

## Den gemensamma världsbilden och förtroendet: exemplet med LVU-kampanjen

Desinformationen kan också i sig vara det som föranleder en kris. Det är nu drygt tre år sedan en av de kraftigaste påverkanskampanjerna som Sverige utsatts för, briserade. Upptakten till det som senare kom att kallas LVU-kampanjen hade förvisso skett under en längre period, men intensifierades i början av december 2021 på sociala medier, där budskapet om att svenska myndigheter skulle ”kidnappa” barn började cirkulera. Kärnan i narrativet var påståenden om att barn, särskilt med invandrabakgrund, systematiskt omhändertogs av socialtjänsten utan grund. Syftet med påverkanskampanjen var att på ett bredare plan stärka misstroendet mot väst,<sup>15</sup> – bland annat genom att undergräva förtroendet för svenska myndigheter.<sup>16</sup>

Erfarenheter från den så kallade LVU-kampanjen visar att desinformation och informationspåverkan kraftigt kan skada tilliten till våra offentliga institutioner.

Yttrandefriheten är en absolut rättighet och en grundpelare i demokratiska stater, men det är också den princip som medför att enskilda individer har full frihet att uttrycka missvisande, felaktig och kritisk information gentemot offentliga institutioner (e.g. socialtjänst, kommuner). Sådan desinformation och kritik kan i förlängningen komma att leda till hot, hat och i värsta fall våld – såväl mot de offentliga institutionerna som mot enskilda tjänstemän. Rädslan, som är en fullt naturlig reaktion på hot och hat, kan också komma att medföra att berörda tjänstemän inte vågar fatta ”svåra” eller ”tuffa” beslut – det vill säga att en typ av tystnadskultur eller själv-censur uppstår. Detta är i förlängningen ett absolut hot mot våra demokratiska institutioner och riskerar att undergräva allmänhetens förtroende för offentlig verksamhet.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> Ranstorp, M. & Ahlerup, L. Försvärshögskolan (2023) LVU-kampanjen: Hur en påverkanskampanj mot Sverige växte fram. Tillgänglig på: <https://www.fhs.se/download/18.32d29dd2187bd01d5e455265/1682576119173/LVUkampanjen.pdf>

<sup>16</sup> SVT (2022). Detta har hänt: Kampanj om att myndigheter kidnappar barn. Tillgänglig på: [Detta har hänt: Kampanj om att myndigheter kidnappar barn | SVT Nyheter](https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/2022-12-01/2022-12-01-18-32d29dd2187bd01d5e455265/1682576119173/LVUkampanjen.pdf)

<sup>17</sup> Ranstorp, M. & Ahlerup, L. Försvärshögskolan. (2023) LVU-kampanjen: Hur en påverkanskampanj mot Sverige växte fram. Tillgänglig på: <https://www.fhs.se/download/18.32d29dd2187bd01d5e455265/1682576119173/LVUkampanjen.pdf>



Erfarenheterna från denna och andra liknande händelser visar också på att det inte är tillräckligt att möta felaktig information enbart med faktabaserade motargument i efterhand. För att förebygga att falska narrativ tillåts gro, få fäste och skapa splittring och i stället stärka demokratins motståndskraft, krävs ett långsiktigt, proaktivt och relationsbyggande kommunikationsarbete som är närvarande långt innan en kris uppstår.<sup>18</sup> I förlängningen handlar det om att i det dagliga arbetet skapa och vårda relationer mellan de offentliga institutionerna och medborgarna – att möta människor i de sammanhang där de befinner sig – både fysiskt och digitalt. Betydelsen av proaktiv kommunikation som förtroendeskapande verktyg är något som bland annat Myndigheten för samhällsskydd och beredskap har pekat på – framförallt på sociala medier där kommunikationen sker utifrån en helt annan logik än den traditionella medielogiken.<sup>19</sup> Desinformation, lösa rykten och konspirationsteorier är, och kommer fortsätta vara, högst närvarande i vår medierade verklighet. Allt som allt går det att konstatera att Sveriges offentliga institutioner befinner sig i ett avgörande läge både vad gäller att bygga motståndskraft mot desinformation och påverkan från främmande makt, och för att bygga beredskap inför kriser.

<sup>18</sup> Ranstorp, M. & Ahlerup, L. Försvarshögskolan (2023) LVU-kampanjen: Hur en påverkanskampanj mot Sverige växte fram. Tillgänglig på: <https://www.fhs.se/download/18.32d29dd2187bd01d5e455265/1682576119173/LVUkampanjen.pdf>

<sup>19</sup> Odén, T., Djerf-Pierre, M., Ghersetti, M., Johansson, B. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB), (2016). Kriskommunikation 2.0 – Allmänhet, medier och myndigheter i det digitala medielandskapet. Tillgänglig på: [28206.pdf](#)

## Kapitel 3

# Kommunikatören känner alla – men ingen känner kommunikatören?

Ambitionerna om en stärkt medie- och informationskunnighet i samhället, de riktade informationsinsatserna för att stärka kunskapen om Sveriges valsystem och arbetet för att motverka falsk och vilseledande information på sociala medie-plattformar har alla en sak gemensamt: de börjar och slutar med väl utformad kommunikation.

”Det som stör mig mest är när en minister säger att vi har för många kommunikatörer som gör jippo-aktiga aktiviteter. Men i verkligheten så är det vi kommunikatörer som bromsar den typen av idéer som kommer från chefer och handläggare!!! Vi brukar vara dem som säger 'Nej, vi behöver inte ta fram broschyrer eller prylar vi behöver ta fram bra budskap och hitta andra kanaler som når målgruppen'. Det kan vara ett nyhetsbrev, seminarier, möten, nätverk osv.”

~ Respondent i enkäten

58 % anser att politiker har begränsad eller helt saknar förståelse för kommunikatörers roll i offentlig sektor.

I enkätresultaten framträder dock en tydlig diskrepans mellan ord och handling hos politiken vad gäller kommunikationsverksamhetens betydelse. 58 procent av kommunikatörerna anser att politiker har begränsad eller ingen förståelse för kommunikatörers roll i offentlig sektor. Än fler (80 procent) upplever allmänhetens förståelse som begränsad eller obefintlig.

Detta kan tänkas vara en följd av den mediala debatt som ofta omger kommunikatörer – där kommunikationsverksamheter i offentlig sektor ifrågasätts och undergrävs. Exempel i närtid visar hur den offentliga sektorns kommunikationsfunktioner varit föremål för såväl nationella granskningar som politiska uttalanden om att kraftigt minska antalet kommunikatörer eller begränsa deras resurser.<sup>20 21 22</sup> Dessa återkommande utspel signalerar en växande misstro mot professionen, trots att behovet av kvalificerad kommunikation aldrig varit större.

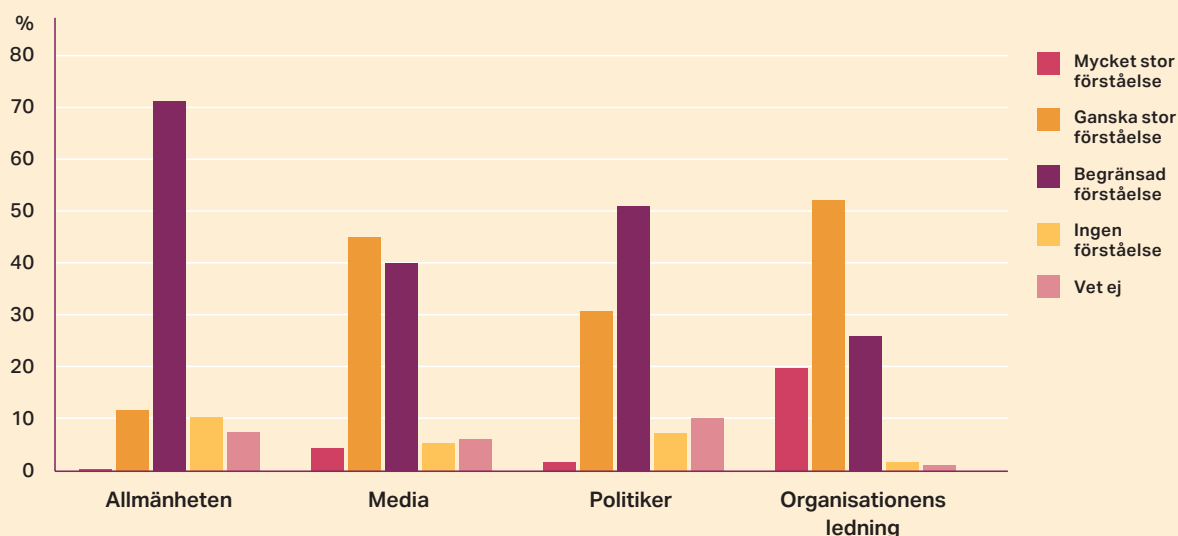
Politiken ska givetvis följa upp hur offentlig verksamhet bedrivs och hur offentliga resurser används, men

<sup>20</sup> Regeringskansliet (2025). Regeringen kräver information om myndigheternas informations- och kommunikationsverksamhet. Tillgänglig på: [Regeringen kräver information om myndigheternas informations- och kommunikationsverksamhet - Regeringen.se](#)

<sup>21</sup> SVT (2025). Kommunikatörerna har ökat i Malmö – M vill halvera antalet. Tillgänglig på: <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/skane/kommunikatorerna-har-okat-i-malmo-m-vill-halvera-antalet>

<sup>22</sup> Magasin K (2024). Lättnad bland kommunikatörer efter utredning i Göteborg. <https://magasink.se/2024/03/lattnad-bland-kommunikatorer-efter-utredning-i-goteborg/>

### Hur stor förståelse upplever du att följande aktörer har för kommunikatörers roll i offentlig sektor?



granskningar och diskussioner måste vila på fakta och kunskap. Antalet kommunikatörer har ökat de senaste decennierna, men det har också kraven på den offentliga kommunikationen, vilket bland annat en utredning från Statskontoret har visat. Statskontorets rapport visade också att den kommunikationsverksamhet myndigheterna bedriver ligger inom ramarna för deras uppdrag.<sup>23</sup>

Mer positivt är enkätens resultat som visar på att kommunikatörerna upplever att organisationens ledning i de flesta fall har ganska eller mycket stor förståelse för deras roll. Det tyder på att tjänstemännen i offentliga förvaltningar känner sin verksamhet och sina professioner – och vad de behöver. Således borde det också vara de som ansvarar för detaljstyrningen i verksamheten – inte politikerna.

Sammantaget visar enkätsvaren att kunskapen och förståelsen för kommunikatörens arbete behöver öka, framförallt hos allmänheten och politiken, men även hos media och organisationernas ledning. Kommunikatörer är en profession som i sitt dagliga arbete ofta framhäver och synliggör andra yrkesgrupper och deras insatser – men kanske behöver de också bli bättre på att synliggöra sig själva och beskriva det samhällsviktiga arbete de gör.

**71 % anser att ledningen har ganska eller mycket stor förståelse för kommunikatörers roll i offentlig sektor.**

<sup>23</sup> Statskontoret (2024). Myndigheternas arbete med påverkande information och kommunikation – en kartläggning och analys. Tillgänglig på: <https://www.statskontoret.se/publicerat/publikationer/publikationer-2024/myndigheternas-arbete-med-paverkande-information-och-kommunikation--en-kartlaggning-och-analys/>



”

Kommunikatörer fyller en demokratisk och samhällsbärande funktion. Att skära ner för hårt riskerar snarare att öka kostnaderna på sikt – både i form av missförstånd, förtroendeförluster och svårigheter att nå ut när det verkligen gäller.

Att skära ner kan även innebära en ökad belastning på andra yrkesgrupper: Om kommunikationen hamnar på chefer, handläggare eller lärare riskerar kärnverksamheten att ta skada. Alla är inte tränade i att nå ut på rätt sätt, vilket kan leda till otydlighet och missförstånd.”

*~ Respondent i enkäten*

## Avslutning

# Kommunikatörerna – ett vaccin mot desinformation

Rapporten bekräftar bilden av att spridningen av des- och missinformation utgör en av vår tids stora utmaningar. Det är inte längre aktuellt att ställa frågan om krisen kommer – den är redan här, exempelvis i form av riktade cyber- och desinformationsattacker.

➔ **I takt med ett** ökat informationsflöde med ökad desinformation, samtidigt som färre tar del av traditionella medier och redaktionella resurser har minskat, har den offentliga kommunikationen fått en mer central betydelse.

Det vore fel att säga att kommunikatörens roll har förändrats drastiskt – däremot tycks den ha intensifierats till att bli en nyckelaktör i arbetet med att upprätthålla förtroendet för demokratiska institutioner. Kommunikationen har aldrig handlat om att ”bara” förklara beslut och förmedla information – men betydelsen av att nyttja kommunikationen som ett medel för att bygga relationer, förebygga missförstånd och motverka ryktesspridning tycks aldrig ha varit viktigare. Detta bekräftas inte minst av de uppdrag som regeringen ålagt diverse myndigheter för att motverka påverkansattacker och desinformation inför valet 2026.

Som tidigare beskrivits blev det tydligt under den så kallade LUV-kampanjen hur snabbt vilseledande narrativ kan få fäste och spridas i digitala miljöer. Ett annat exempel på detta är den desinformation som florerade under covidpandemin, både om viruset i sig och om vaccinet mot densamma, som kommunikatörer i offentlig sektor arbetade med att bemöta.

Dessa händelser illustrerar en del av ett större problem: ett samhällsklimat där färre tar del av nyheter från etablerade medier lämnar större utrymme för ogrundade påståenden och organiserade påverkanskampanjer. I ett sådant vakuum blir det avgörande att offentlig sektor själv tar ansvar för att förklara sina uppdrag och beslut på ett öppet, tillgängligt och proaktivt sätt.

Kommunikatören arbetar i gränslandet mellan myndighet och medborgare och har ett särskilt uppdrag att nå ut med trovärdig information, skapa förståelse, bygga förtroende och motverka falska narrativ. Detta kräver mer än att bara reagera

Kommunikatören har ett särskilt uppdrag att nå ut med trovärdig information, skapa förståelse, bygga förtroende och motverka falska narrativ.

”Låt alla kommunikatörer gå hem samtidigt och se hur lång tid det tar innan det påverkar samhället i stort och smått.”

~ Respondent i enkäten

på des- och missinformation i efterhand – för då är skadan redan skedd. Det handlar om att möjliggöra det långsiktiga, proaktiva arbetet med att stärka tilliten till institutionerna genom regelbunden närvaro, dialog och kunskapsspridning. Förtroendeskapande arbete måste bedrivas löpande, och det är ett arbete som kräver resurser – inte politiker som ifrågasätter varför kommunikatörer lägger tid på sociala medier, och som vill krympa yrkeskåren.

När misstro, hot och hat riktas mot den offentliga sektorns institutioner och dess medarbetare, skapas risk för tystnads-kultur inom förvaltningen – det är ett hot mot rättssäkerheten och ett urholkande av förtroendet för institutionerna. Att det är en verklighet som offentligt anställda tjänstemän ska behöva befinna sig i, kan varken Akavia eller DIK acceptera.

Kommunikationen i offentlig sektor är en grundbult i demokratins infrastruktur. Kommunikatören måste ges mandat och resurser att arbeta proaktivt, och bidra till att offentlig sektor står stadigare i mötet med både långvarig misstro och plötsliga påverkanskampanjer och kriser. När kommunikationen brister blir inte bara förvaltningen mer sårbar – utan även demokratin som helhet. Ett flertal politiker har återkommande ifrågasatt hur mycket offentlig information och kommunikation ska kosta. Akavia och DIK undrar snarare vilket pris vi får betala utan den?





# Akavia och DIK tycker

För att kommunikatörer i offentlig sektor ska kunna bedriva det avgörande arbetet med att förebygga och bemöta desinformation och nå ut med samhällsviktig information i vardag så väl som i kris, är det viktigt att de får de resurser och den kompetensutveckling de behöver.

Det behövs också tillit från politiker till tjänstemännens kompetens – det är de som bäst känner verksamheten och förstår dess förutsättningar. I en tid när främmande aktörer aktivt försöker skapa splittring och underminera förtroendet för det offentliga, är det viktigare än någonsin att politiken värnar våra demokratiska institutioner och ger dem goda förutsättningar att ha dialog med och bygga tillit hos allmänheten.

- ➔ **Politiken har ett ansvar att hålla sig till strategisk styrning och att luta sig mot fakta.** Tillit måste genomsyra alla led i den offentliga verksamheten så att kommunikatörerna kan ägna sig åt sina uppdrag.
- ➔ **Att kommunikationen inte politiseras är en förutsättning för att medborgare ska ha förtroende för offentlig verksamhet.** Ansvaret för att hålla politisk påtryckning borta och behålla verksamhetens legitimitet vilar i första hand på chefsnivå.
- ➔ **Kommuner, regioner och myndigheter behöver se till att kommunikatörskompetens finns i både krisorganisationer och ledningsgrupper överlag,** så att kommunikatörerna involveras tidigt i processen.
- ➔ **Kommunikatörerna måste få tillräcklig kompetensutveckling och avsatt arbetstid för att upptäcka och hantera desinformation,** och för att kunna kommunicera i kriser och allvarliga samhällsstörningar.
- ➔ **När kommunikatörer har beredskap ska det alltid vara tydligt vad som gäller,** exempelvis vilken ersättning som utgår och hur dygnsvilan ska säkras. Detta kan med fördel regleras i KiB-avtal (kommunikatörer i beredskap).<sup>24</sup>

<sup>24</sup> DIK, Lokalfacklig seger för kommunikatörer. Tillgänglig på: <https://dik.se/nyheter/lokal-facklig-seger-for-kommunikatorer>





DiK / AKAVIA