

RÄKNA MED KVINNOR



Global Media Monitoring Project 2025
Nationell rapport Sverige





GMMP 2025 is licensed under creative commons using an Attribute-NonCommercial-NoDerivs.

GMMP 2025 is co-ordinated by the [World Association for Christian Communication](#) (WACC), an international NGO which promotes communication for social change.



Data for GMMP 2025 were collected through the collective voluntary effort of hundreds of organizations including gender and media activists, grassroots communication groups, university researchers, students, media professionals, journalists' associations, alternative media networks and faith groups.

Noncommercial. You may not use this work for commercial purposes.

No derivative works. You may not alter, transform, or build upon this work.

For any use or distribution, you must make clear to others the license terms of this work. Your fair use and other rights are in no way affected by the above.

RÄKNA MED KVINNOR 2025

Global Media Monitoring Project 2025
Nationell rapport Sverige

© Medieinstitutet Fojo, 2025

Linnéuniversitetet

Layout och grafisk design: Anders Behrmann, Fojo

ISBN: 978-91-8082-411-8 (pdf)

<https://doi.org/10.15626/fojo.g.202503>

INNEHÅLL

Tabell- och figurförteckning	5
Förord: Utvecklingen som kom av sig	6
Metod och material: Om GMMP och den svenska rapporten	10
HUVUDRESULTAT	15
Män fortsätter att dominera nyheterna	16
Nyhetsdagen i Sverige	18
Fördjupade resultat	22
Analys: Hat och hot urholkar jämställdheten	34
BRANSCHEN KOMMENTERAR	36
Medierna svarar	37
Journalistutbildningarna svarar	49
GLOBAL UTBLICK	52
Nykomlingar och erfarna aktörer	53
Globala åtaganden för jämställdhet i medierna	58
Internationella initiativ	61
FÖR DIG SOM VILL VETA MER	63
Förändringar i medielandskapet	64
Glastaket består i svenska mediebolag	67
Så använder du GEM-indexet	71
Svensk journalistik i backspegeln	76
Lästips & referenser	79
Vi som kodat och sammanställt Räkna med kvinnor 2025	87

TABELL- OCH FIGURFÖRTECKNING

Tabell 1.	Undersökta medier i Sverige	13
Tabell 2.	Andelen kvinnor och män som källor i olika medieslag i Sverige GMMP 2025 (procent)	23
Tabell 3.	Topp- och bottenplacerade länder för GEM-indexet jämfört med pressfrihetsindex (2025)	32
Tabell 4.	Andelen kvinnor och män i dagstidningsföretagens styrelser och ledning 2024, 2018 och 2012 (procent)	70
Figur 1.	Andelen kvinnor och män i nyheterna i Sverige och globalt 2025 (procent)	16
Figur 2.	Utveckling i Sverige. Andelen kvinnor och män i nyheterna i Sverige 2000–2025. (procent)	22
Figur 3.	Andelen kvinnor och män inom de olika ämnena i nyheterna i Sverige 2025 (procent)	24
Figur 4.	Kvinnor och mäns olika funktioner i nyheterna i Sverige 2025 (procent)	25
Figur 5.	Andelen kvinnor och inom de tio vanligaste sysselsättningarna i nyheterna i Sverige 2025 (procent)	26
Figur 6.	Åldersfördelningen bland kvinnor och män i dagspress, tv och online 2025 (procent)	27
Figur 7.	Andelen kvinnor och män som reportrar och presentatörer i nyheterna (procent)	28
Figur 8.	Andelen kvinnor som nyhetssubjekt i Norden och globalt 2010–2025 (procent)	29
Figur 9.	Nordiska länders jämställdhet i medierna baserat på GEM-indexet 2025	30
Figur 10.	Andelen kvinnor och män bland journalister i Sverige 1914–2025 (procent)	77
Figur 11.	Styrelsesammansättning och VD i dagstidningsföretag 2012, 2018 och 2024 (procent)	69
Figur 12.	Dagstidningsföretag med minst en kvinna i styrelsen 2012, 2018 och 2024 (procent)	69

FÖRORD

UTVECKLINGEN SOM KOM AV SIG

Nyheter handlar om att välja. Och fortfarande väljs kvinnor bort. The Global Media Monitoring Project (GMMP) 2025 ger en dystert bild av läget i världen. Kvinnor utgör halva världens befolkning men syns bara i en fjärdedel av det globala nyhetsflödet. Sverige hör till länderna som placerar sig i topp, men med 37 procent kvinnor i nyheterna inom press, radio och tv så finns det fortfarande mycket jobb kvar att göra.

GMMP har genomförts vart femte år sedan 1995. Studien är unik, eftersom nyheterna undersökts på samma sätt över hela världen, samtidigt. Visserligen är undersökningen baserad på en dags granskning, men nyhetsarbete är så rutinbaserat att även en dag ger en tydlig bild av det globala nyhetsflödet, och i viss mån även hur det ser ut i enskilda länder som Sverige.

Det är viktigt med globala jämförelser. När GMMP genomfördes för första gången 1995 deltog 71 länder som med en gemensam metod granskade press, radio och tv-nyheter under en dag. Sedan 2010 ingår även internetbaserade nyhetssajter i studien. För varje gång som undersökningen har genomförts har fler länder anslutit sig till studien. Fram tills i år.

2020 deltog 116 länder, trots svårigheterna med att genomföra studien mitt under coronapandemin. 2025 ser vi en tillbakagång, då bara 94 länder har haft möjlighet att delta. Brist på finansiering och frivilliga krafter är två förklaringar.

GMMP talar dock sitt tydliga språk, utvecklingen går oerhört långsamt: Från 17 procent kvinnor i det globala nyhetsflödet 1995 till 26 procent 2025. Samtidigt saknas dessutom grundläggande data från många länder, varav flera ofta presterar lågt i olika index både vad gäller pressfrihet och jämställdhet. För Sveriges del visar GMMP

"Det är svårt att överskatta vikten av att ha siffror på jämställdheten i nyhetsflödet. Det är först när du vet hur det ser ut i ditt eget land som förändringsarbetet kan börja. Därför är det viktigt att så många länder som möjligt deltar i GMMP. Tyvärr har antalet deltagande länder minskat denna gång. Låt oss tillsammans se till att vända den trenden."

Agneta Söderberg Jacobson,
Medieinstitutet Fojo vid Linnéuniversitetet

"Redaktionerna har mycket att vinna på att göra nyheter med, om och för både kvinnor och män. Publicistiskt innebär det fler perspektiv och ingångar i nyheterna, demokratiskt innebär det att fler kommer till tals och rent kommersiellt så berör det fler människor."

Maria Edström, docent i journalistik,
affilierad till JMG, Göteborgs universitet

"Sverige har antagit Pekingplattformen, den globala handlingsplanen för jämställdhet. Staten har därmed åtagit sig att arbeta för ökad jämställdhet i såväl medieorganisationer som medieinnehåll. Det går hand i hand med målsättningen för det jämställdhetspolitiska delmålet om en jämn fördelning av makt och inflytande."

Josefine Jacobsson,
Jämställdhetsmyndigheten

att kvinnors andel i svenska nyheter är i princip oförändrad; den minskade marginellt från 38 procent 2020 till 37 procent 2025.

Det finns samtidigt många exempel på svenska redaktioner och redaktionsledningarna som har rutiner och riktlinjer för att skapa en bättre könsbalans i sina nyheter och organisationer. Många integrerar även andra representationsfrågor i sitt nyhetstänk och diskuterar vilka kvinnor och män som kommer till tals och på vilket sätt. Läs mer om detta i avsnittet *Medierna svarar*. Rapporten granskar också journalistutbildningarnas roll för medvetenhet kring jämställd representation. I den tredje delen av rapporten gör vi internationella nedslag och påminner om de globala åtaganden om medier och jämställdhet som Sverige har förbundit sig till. Rapporten innehåller också information om medieutvecklingen, hur redaktioner kan räkna ut sitt eget jämställdhetsindex och vidare lästips.

Den svenska GMMP-rapportens titel *Räkna med kvinnor* har två betydelser. En syftar på det trägna måtarbete som journalister, medieaktivisterna, forskare och jämställdhetsarbetare utför för att studera hur kvinnor kommer till tals i nyhetsförmedlingen. Nyheter är en av de viktigaste informationskanalerna till medborgarna och har stor betydelse för vår förståelse av världen. Fortfarande marginaliseras kvinnor i nyheterna. Därför fortsätter vi räkna.

Den andra betydelsen av ***Räkna med kvinnor*** är att utmana den realitet som den systematiska underrepresentationen av kvinnor i nyhetsmedierna avslöjar, det vill säga att kvinnors verkligheter, tankar, världar och villkor fortfarande inte räknas fullt ut. Nyhetsmedierna är en maktssfär som har ett stort ansvar för demokratisk samhällsutveckling. När dessa medier återkommande sorterar bort kvinnors åsikter, erfarenheter och kunskap riskerar de att bli en tillbakahållande kraft som motverkar en jämställd, hållbar och rättvis samhällsutveckling. Sverige vill gärna se sig som ett redan jämställt land. Det finns ett antal metoder för jämställdhetsarbete tillgängliga, genus- och jämställdhetsforskningen är omfattande och jämställdhetspolitiken progressiv. Kvinnor i Sverige har själva med stor framgång gjort – och gör – anspråk på inflytande i politik och beslutsfattande. De utbildar sig och är högpresterande i skola, arbetsliv

och som omsorgsgivare. Men kvinnor har rätt att komma till tals även i medierna, oavsett om de gör skillnad eller ej. Därför fortsätter vi att räkna.

Stockholm och Göteborg, november 2025



Agneta Söderberg Jacobson, ansvarig för Kunskapsenheten, Medieinstitutet Fojo, Linnéuniversitetet. Nationell koordinator för GMMP Sverige. Har deltagit i GMMP sedan 2015. Medredaktör för Räkna med kvinnor 2025. (FOTO: MAYA VERMA ALM)



Maria Edström, docent i journalistik, affilierad till Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet. Har deltagit i GMMP sedan år 2000 och varit medredaktör för Räkna med kvinnor sedan 2005. (FOTO: ANNA VON BRÖMSEN)



Josefine Jacobsson, internationell utredare vid Jämställdhetsmyndigheten. Har deltagit i GMMP sedan år 2015 och varit medredaktör för Räkna med Kvinnor sedan dess.

METOD OCH MATERIAL

OM GMMP OCH DEN SVENSKA RAPPORTEN



Global Media Monitoring Project (GMMP) är världens mest omfattande undersökning av kvinnor och män i nyhetsmedier som gjorts över tid. Den första undersökningen genomfördes 1995 av frivilliga i 71 länder. Rapporten *Who makes the news?* blev klar lagom till FN:s fjärde kvinnokonferens i september 1995. Konferensen resulterade i en global handlingsplan för jämställdhet, den så kallade Pekingplattformen, där "Kvinnor och medier" blev ett av tolv fokusområden. De 189 länder som antog plattformen förband sig att verka för:

- Att öka kvinnors tillgång till och deltagande i massmedier och nya kommunikationsteknologier
- Att främja balanserade och icke-stereotypa framställningar av kvinnor i medier

Sedan dess har den globala nyhetsstudien genomförts vart femte år. 2025 deltog 94 länder. Sammanlagt undersöktes över 30 000 nyheter, inklusive 58 321 intervjuade och omtalade personer och 26 560 journalister.

GMMP koordineras av the World Association for Christian Communication (WACC), en internationell civilsamhällesorganisation som arbetar för social rättvisa. WACC verkar för full informations- och kommunikationsfrihet och mångfald i medierna. Data för GMMP samlas in genom en kollektiv ideell insats av frivilliga världen över, ofta på gräsrotsnivå, inklusive medie- och genusaktivister, forskare, lärare, studenter, yrkesverksamma i olika medieprofessioner samt journalistorganisationer. WACC samarbetar med medieforskare för utformningen av studien samt för att bearbeta insamlade data.

2025 blev det tydligt att ekonomiska begränsningar och kanske även jämställdhetens status begränsade många länders medverkan. Sedan starten 1995 har antalet medverkande länder ökat fram tills nu. År 2020 deltog 114 länder, 2025 var det bara 94 länder. Och det

är inte bara utvecklingsländer som fallit ifrån. Även nio europeiska länder har försvunnit, vilket är anmärkningsvärt med tanke på de jämställdhetspolitiska åtaganden som finns på europeisk nivå.

Länder som till exempel Afghanistan och Eritrea, där yttrandefriheten är kraftigt begränsad och jämställdheten låg, är inte med i studien. Att jämställdhet och yttrandefrihet hänger ihop är väl känt (Khan, 2021).

Noggrannhet

GMMP har genomförts på nästintill samma sätt sedan starten 1995 för att det ska gå att göra jämförelser över tid. Projektet kan ses som ett exempel på internets möjligheter till samverkan och samarbete. Via nätet distribueras kodböcker och manualer till de nationella koordinatörerna som ansvarar för att organisera arbetet i respektive land.

Oftast är den nationella koordinatören en medieforskare, men det kan också vara en civilsamhällesorganisation som har ansvaret. Kodningsarbetet sker i princip alltid av ideella krafter, som studenter, journalister och universitetspersonal, som utbildas genom provkodningssessioner. Grundtanken är att det ska räcka med ett kodpapper och en penna för att alla länder som önskar ska kunna delta. Sedan 2020 kan kodarna välja att registrera datan digitalt direkt i Excel, vilket alla deltagare också gjorde 2025.

Den nationella data som samlats in kontrolleras och skickas sedan till WACC som bearbetar och processar det insamlade materialet. Alla resultat blir sedan tillgängliga för allmänheten via webben. En omfattande metodbeskrivning finns på projektets hemsida www.whomakesthenews.org. Där finns också alla tidigare rapporter.

Viktning och urval

Urvalet av antal medier inom olika medietyper utgår från kriterier fastställda av GMMP:s ledning. I Sverige hade vi 2025 möjlighet att koda fler dagstidningar och radioinslag än tidigare år. Totalt kodades 15 dagstidningar, sju radiosändningar, sju tv-sändningar och sju nyhetssajter.

Det är enbart nyheter som kodas, opinionsmaterial ingår till exempel inte i undersökningen. De 12–14 största nyheterna i varje tidning/program/sajt/flöde granskas. Grundläggande information om

nyheten kodas; ämnesområde, personer i nyheterna (deras funktion och roll) samt journalister i nyheten (och deras roll). Liksom tidigare år använder GMMP en tredelad kategorisering av kön; male/female/other, och granskningen utgår från hur personer presenteras och framträder i nyheterna (inte hur de upplever sig själva). Då kategorin "other" i princip är försumbar i det insamlade materialet presenteras enbart kategorierna kvinnor/män i resultatet.

Varje gång som GMMP genomförs så väljs ett särskilt tema. 2025 fokuserade GMMP på könsbaserat våld (gender-based violence; förkortat GBV) och varje nyhetsinslag granskades och kodades utifrån om nyheten handlade om GBV eller inte. Underlaget för Sverige blev dock mycket litet (endast 5 procent av nyheterna den dagen handlade om GBV) så det har inte varit möjligt att analysera innehållet på ett djupare plan.

GMMP innehåller också några mer kvalitativa variabler om bildval, stereotyper och huruvida nyheten handlar om jämställdhet. Här kan man notera att med så många deltagande länder finns det vissa skillnader i tolkning, då det som betraktas som stereotyp i ett land nödvändigtvis inte är det i ett annat. På nationell nivå blir sällan dessa kvalitativa kodningar användbara då underlaget är för litet.

Sverige i GMMP

Sverige har deltagit i datainsamlingen till GMMP sedan 2000. Mellan 2000-2015 skedde insamlingen genom ett samarbete mellan det mediekritiska nätverket Allt är Möjligt och JMG, institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet. Genom åren har arbetet även skett med hjälp av andra organisationer. 2015 deltog till exempel frivilliga från Kvinna till Kvinna och Rättviseförmedlingen i kodningen av nyhetsmaterial. 2020 genomfördes datainsamlingen i ett samarbete mellan JMG och Medieinstitutet Fojo, och rapporten trycktes med stöd av Jämställdhetsmyndigheten. År 2025 tog Fojo över som nationell koordinator för GMMP i Sverige, och studien genomfördes i samarbete med JMG och Jämställdhetsmyndigheten, med frivilliga kodare på fem orter (Göteborg, Kalmar, Lund, Stockholm och Umeå).

Den svenska studien granskade 354 nyheter samt 872 personer i nyheterna, varav 648 förekom i press, radio och tv och 224 i onlinenyheter. Även 345 reportrar och presentatörer ingick i studien.

Tabell 1. Undersökta medier i Sverige

Dagstidningar (15)

- Aftonbladet
- Barometern
- Borås Tidning
- Dagens Industri
- Dagens Nyheter
- Expressen
- Göteborgs-Posten
- Kristianstadsbladet
- Nerikes Allehanda
- Nya Wermlands-Tidningen
- Svenska Dagbladet
- Sydsvenskan
- Upsala Nya Tidning
- Västerbottens-Kuriren
- Östgöta Correspondenten

Radio (7)

- SR P1 Morgonekot 08.00
- SR P1 Dagens Eko 16.45
- SR P4 Göteborg 16.30
- SR P4 Kalmar 16:30
- SR P4 Malmöhus 16.30
- SR P4 Stockholm 16:30
- SR P4 Västerbotten 16:30

TV (7)

- SVT Aktuellt 21.00
- SVT Rapport 19.30
- TV4 Nyheterna 22.00
- SVT Nyheter Skåne 18.33
- SVT Nyheter Sthlm 18.33
- SVT Nyheter Väst 18.33
- SVT Nyheter Västerbotten 18.33

Sajter (7)

- aftonbladet.se
- dn.se
- expressen.se
- gp.se
- svd.se
- svt.se
- sydsvenskan.se

Kommentar: Urvalet utgår från GMMP:s kriterier baserade på nationell mediestruktur, internetstatistik samt svensk räckviddsstatistik.

Den svenska rapporten har sedan 2005 också berättat om olika redaktionella initiativ för att öka andelen kvinnor i nyheterna. I **Räkna med kvinnor 2025** ingår enkätsvar från journalistutbildningarna, uppgifter från ett antal redaktioner samt statistik över könsfördelningen i medieföretagens ledningsgrupper.

Går det att lita på en endagsstudie?

GMMP syftar framför allt till att belysa globala mönster i nyhetsflödet. Att analysera ett enskilt lands data är mera känsligt. Vissa länder har gjort en mer omfattande datainsamling parallellt med GMMP för att styrka sina resultat för den specifika insamlingsdagen. I Sverige finns dock (ännu) inte resurser till detta. Därför redovisar vi inte heller enskilda mediers resultat eller resultat som innehåller för få analysenheter. Vi håller alltså analysen om svenska medier främst på en övergripande nivå.

Det finns också ett problem med interkodarreliabilitet när många frivilliga deltar i arbetet. Trots en detaljerad kodbok är kodningsarbete också ett tolkningsarbete. Det som en person anser är en expert, kanske en annan tolkar som en talesperson. Efter kodningen gör vi därför stickprovskontroller av vissa gemensamma nyheter i flera medier för att se att de har kodats på samma sätt.

Det går också att jämföra och validera de svenska GMMP-resultaten med andra insamlingsmetoder och studier. GMMP:s manuella kodning av sju nyhetssajter den 6 maj 2025 visar ett resultat på 38 procent kvinnor. Företaget Prognosis, som gör automatisk statistik över könsbalansen i nyheter, visar på 37,7 procent kvinnor för samma sju nyhetssajter, vilket tyder på att resultatet för dagen är stabilt. Men Prognosis data för hela maj månad är mycket lägre, 27,7 procent, vilket kan tyda på att 6 maj var en ovanlig dag för dessa nyhetssajter. Prognosis data för hela perioden januari-oktober 2025 visar 31,5 procent kvinnor. Detta tyder på att de svenska GMMP-resultaten för nyhetssajter år 2025 närmast är en glädjekalkyl.

En annan jämförelsepunkt är innehållsanalysen Rättvisaren, som genomfördes 2023 av Mediekompaniet/Kantar Sifo utifrån 2 321 slumpvis utvalda nyheter online. Den visade att två tredjedelar av personerna i nyheterna var män (66 procent). Även om metod och urval skiljer sig åt mellan Prognosis och Rättvisaren är resultaten snarlika och indikerar en lägre andel kvinnor online än vad GMMP:s data visar.

HUVUD- RESULTAT

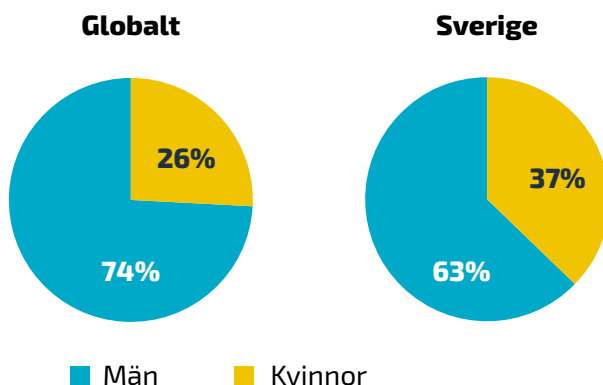
Det är nu 30 år sedan GMMP initierades. Sedan dess har stora framsteg skett inom jämställdhetsfältet, inte minst i Sverige. Utvecklingen inom nyhetsmedierna mot en mer jämställd representation har inte gått lika fort. Sverige deltog i GMMP för första gången år 2000. Då var andelen kvinnor i nyhetsflödet 31 procent. Idag utgör andelen kvinnor 37 procent.

MÄN FORTSÄTTER ATT DOMINERA NYHETERNA

Den sjunde globala studien inom GMMP visar att män fortfarande är i tydlig majoritet i det globala nyhetsflödet: Andelen kvinnor är i princip oförändrat, från 25 till 26 procent. Däremot tar kvinnor mer plats i mansdominerade funktioner och roller än tidigare. Globalt har andelen kvinnor som experter ökat något online (men minskat inom press, radio och tv). Det är även något högre andel kvinnor i nyheter om ekonomi och politik i den globala nyhetsrapporteringen.

Jämfört med omvärlden har Sverige ett betydligt mer jämställt nyhetsutbud, men utvecklingen verkar ha stagnerat även här.

Figur 1. Andelen kvinnor och män i nyheterna i Sverige och globalt 2025 (procent)



Kommentar: Avser nyhetssubjekt, det vill säga personer som uttalar sig eller som nyheten handlar om, i press, radio och tv. Sverige N=648.

Källa: www.whomakesthenews.org

Andelen kvinnor i svenska nyhetsmedier har sjunkit marginellt från 38 till 37 procent jämfört med år 2020. En god nyhet är att Sverige behåller en topposition bland länder som ligger högst på GEM-I, ett globalt jämställdhetsindex som väger samman kvinnors närvaro, funktion och roll i nyheterna (utifrån bland annat GMMP-data). De nordiska grannländerna Island och Finland ökar andelen kvinnor i nyheterna. Norge står still, medan Danmark tydligt backar.

- **Utvecklingen mot mer jämställda nyheter har stagnerat**, både i världen och i Sverige. Svenska nyhetsmedier har på fem år förändrats marginellt. Andelen kvinnor i nyheterna är totalt 37 procent, jämfört med 38 procent 2020.
- Det går fortfarande **tre män på varje kvinna** i det globala nyhetsflödet.
- **Kvinnliga politiker är fortfarande kraftigt underrepresenterade** i svenska nyheter med 29 procent, jämfört med andelen kvinnliga förtroendevalda i Sverige (43-45 procent, enligt IPU och SCB).
- Enligt det globala jämställdhetsindexet GEM-I, som bygger på GMMP-data utifrån kvinnors närvaro, funktion och roll i nyheterna, ligger **Sverige på en åttondeplats**, Finland är det nordiska land som presterar bäst med en tredjeplats globalt.
- **Norden visar en ojäm utveckling.**



NYHETSDAGEN I SVERIGE

Tisdagen den 6 maj 2025 kan beskrivas som en ganska typisk nyhetsdag, med en blandning av internationella och nationella nyheter som fick genomslag i olika medier.

Den största internationella nyheten var att Friedrich Merz godkändes som Tysklands förbundskansler efter en lång period av politisk osäkerhet. Händelsen rapporterades brett i svenska medier, särskilt med fokus på hur detta kunde påverka EU-samarbetet och Sveriges relation till Tyskland.

På hemmaplan dominerades nyhetsflödet av Northvolts konkurs, vilket beskrevs som ett hårt slag mot svensk industri och hållbarhetsambitioner. Konkursen fick också ekonomiska konsekvenser för AP-fonderna och tusentals småsparare, vilket gjorde detta till en av dagens mest omskrivna nyheter. Bolaget hade tidigare setts som en symbol för den gröna omställningen, och kollapsen väckte frågor om Europas förmåga att bygga en egen batteriindustri.

En annan uppmärksamman nyhet var en presskonferens om en vänsterpartistisk riksdagsledamot som utesluts ur partiet efter anklagelser om antisemitism. Händelsen väckte debatt om gränserna för yttrandefrihet och partipolitisk disciplin. Flera kommentatorer menade att detta kan påverka partiets trovärdighet inför valet 2026.

Samtidigt presenterades en nationell undersökning om svenskarnas medievanor, där det framkom att allt fler svenskar läser eller lyssnar på böcker, särskilt via digitala plattformar. Detta lyftes fram som en positiv trend av flera kultur- och samhällsredaktioner. Undersökningen visade också tydliga könsskillnader; kvinnor läser och lyssnar på böcker oftare än män, medan män i högre grad väljer poddar och nyheter via sociala medier.

Nyhetsdagen innehöll inga dramatiska händelser som gjorde den atypisk, men Northvolts konkurs och den politiska utvecklingen i Tyskland gav dagen en tydlig tyngdpunkt på ekonomiska och politiska nyheter.

Det fanns också egna nyheter som lyftes fram på tidningarnas förstasidor. Svenska Dagbladet publicerade ett avsnitt ur en serie om gängkriminalitet. Det specifika temat just denna dag var utbyggnaden av kriminalvården och risker för infiltration. Göteborgs-Posten lyfte fram situationen för budfirmor, och rapporterade om konkurser och interna böter firmor emellan. Barometern gjorde en lokal uppföljning av nyheten om att skolelever inte duschar efter idrotten. Nya Wermlands-Tidningen skrev om misstankarna om en planerad kidnappning av en rival till lokala Hells Angelsmedlemmar.

Många av de granskade tidningarna hade en balanserad förstasida vad gäller kön, som till exempel Expressen, Göteborgs-Posten och Sydsvenskan. Expressen frontade dock med en stor bild på författaren Leif GW Persson och hans planer på att gå ner i vikt med hjälp av medicin. Svenska Dagbladet utmärkte sig med en kvinna och fem män på omslaget till huvuddelen av tidningen, och bara män på omslaget i näringslivsbilagan.

Tema könsbaserat våld

Varje omgång av GMMP har ett särskilt tema som studeras närmare; denna gång var det könsbaserat våld (GBV). Dagen då granskningen genomfördes var dock ämnet relativt begränsat i svenska nyhetsmedier,

i genomsnitt fem procent av alla granskade nyhetsinslag hade GBV som huvudtema. Det är dock en betydligt högre andel än det globala genomsnittet på två procent.

Tre exempel på nyheter om könsbaserat våld kan nämnas: Expressens nyhetssajt rapporterade om tre män som dömts efter att ha låst in och våldtagit en kvinna. Kristianstadsbladet rapporterade om en kvinna som greps efter att ha misshandlat sin manliga partner (ett ovanligt fall, då män sällan rapporterar våld i nära relationer). Tidningen rapporterade också om en 26-årig man som tejpade för ögonen på en kvinna och våldtagit henne upprepade gånger. Det insamlade materialet om könsbaserat våld i svenska nyheter är dock alltför begränsat för att kunna analyseras vidare.

Exempel på stereotypisering kontra normbrytande nyheter

”Spelarfruar”, krigsherrar och dragshowartister – mycket av materialet i nyhetsflödet den 6 maj 2025 bekräftar rådande könsnormer, men vissa nyheter bryter mönstret.

Expressen gjorde en nyhet om rättegången mellan Coleen Rooney och Rebekah Vardy, som båda är gifta med kända brittiska fotbollsspelare. Expressen återger den brittiska tabloidpressens öknamn på tvisten, som anspelar på kvinnorna som ”spelarfruar”.

Epitetet i sig förminskar kvinnorna som personer i egen rätt. Mot slutet av artikeln omskrivs även deras mäns förehavanden inom fotbollen, i stället för att beskriva kvinnornas egna karriärer. Coleen Rooney har bland annat gett ut flera böcker och också pratat om att hon vill bli omtalad för sina egna meriter. Rebekah Vardy har bland annat medverkat i en dokumentär där hon berättat om övergrepp under sin uppväxt.

Östgöta Correspondenten publicerade en TT-text om att Israel godkände planen för ”erövring” av Gazaremsan. Som så ofta i nyheter om krig och konflikter är det endast män som uttalar sig, denna gång i form av utländska politiker och arméchefer. Den tillhörande bilden visar palestinska barn vid en lastbil ur vilken det distribueras mat. Alla barnen är pojkar. För att väga upp antalet män i texten hade tidningen kunnat bilda artikeln genom att visa hur kriget påverkar även flickor och kvinnor. Man hade också kunnat komplettera

TT-artikeln med en analys från en kvinnlig försvarsanställd eller krigskorrespondent.

Aftonbladet å sin sida dedikerade en helsida åt den för allmänheten relativt okände dragshow-artisten Kenny Lexén, som gått ur tiden. Bilderna visar Lexén både i drag och som privatperson. Samtliga personer i artikeln porträtteras på ett respektfullt sätt, där artisteriet löper som en röd tråd genom texten utan att vara exotiserande.

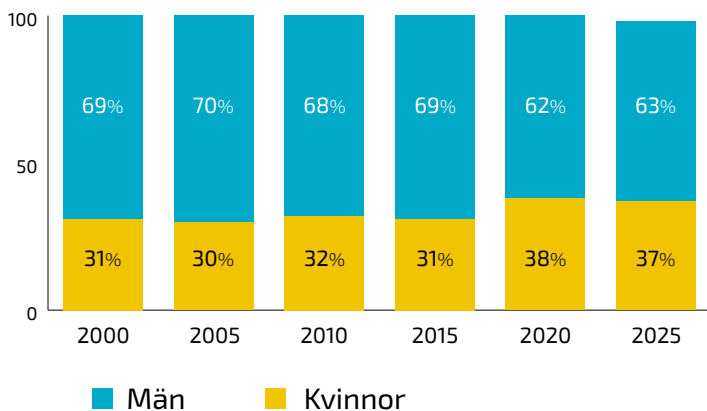
Evelina Jacobsson och Alice Lindahl var några av alla frivilliga som kodade nyheter vid Göteborgs universitet 2025.



FÖRDJUPADE RESULTAT

Den samlade bilden från de 36 undersökta nyhetsmedierna i Sverige tyder på att det återigen råder stiltje i utvecklingen när det gäller andelen kvinnor i nyheterna. Under 20 års tid uppvisade Sverige omkring 30 procent kvinnor i nyheterna. För fem år sedan tycktes dock svenska redaktioner ha brutit det stillastående läget. Andelen kvinnor gjorde då ett skutt upp till 38 procent, ett resultat som var bland de högsta i hela den globala GMMP-studien. Idag, fem år senare, är det bara en marginell förändring; andelen kvinnor i det svenska nyhetsflödet har sjunkit med en procentenhet till 37 procent.

Figur 2. Utveckling i Sverige. Andelen kvinnor och män i nyheterna i Sverige 2000–2025 (procent).



Kommentar: Avser nyhetssubjekt, det vill säga personer som uttalar sig eller som det handlar om i nyheterna, press, radio och tv. Antal nyhetssubjekt de olika åren är 2000: 331, 2005: 374, 2010: 418, 2015: 620, 2020: 627, 2025: 648.

Källa: www.whomakesthenews.org

Dagspressen står för den stora mängden material i GMMP Sverige. Tidningarna har också totalt sett lägst andel kvinnor av de mediekanaler som granskats, även om de nu är nära genomsnittet på 37 procent. Tidigare år har etermedierna haft en tydligt högre andel kvinnor, men under nyhetsdagen 2025 är tv-nyheterna betydligt mer mansdominerade. Radionyhetererna är i balans, med 51 procent kvinnor i nyheterna. Sammantaget hade press, radio och tv 37 procent kvinnor i sina nyheter.

De svenska onlinenyhetererna har tidigare år mer gynnat mäns närvaro, men nu har andelen kvinnor ökat även där, från 34 procent 2020 till 38 procent 2025. Här är det ändå viktigt att påpeka att nyhetsdagen 6 maj inte verkar ha varit en typisk nyhetsdag online, jämfört med data från Prognosis. Där pekar datan för hela maj månad på en betydligt lägre andel kvinnor, liksom för 2025 i övrigt. För mer info se avsnittet *Om GMMP och den svenska rapporten*, sidan 10.

Tabell 2. Andelen kvinnor och män som källor i olika mediaslag i Sverige GMMP 2025 (procent)

	PRESS	RADIO	TV	PRESS, RADIO, TV	ONLINE
KVINNOR	36	51	36	37	38
MÄN	64	49	64	63	62
ANTAL	502	50	132	684	235
Totalprocent	100	100	100	100	100

N=919. Källa: www.whomakesthenews.org

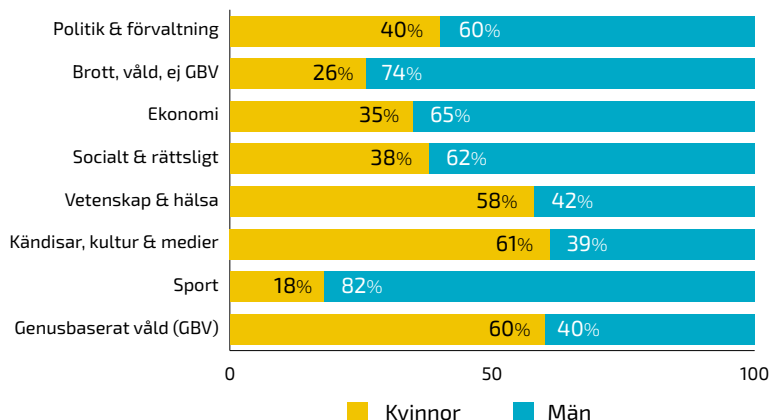
Våld och kriminalitet präglas av män

De flesta ämnena som förekommer i svenska nyheter är tydligt mansdominerade; se figur 3. Politik, ekonomi och brott/kriminalitet är de största ämnena i GMMP-studien 2025, alla med en övervikt av män. Sport är mest mansdominerat, men är dock ett litet ämne i GMMP eftersom man bara kodar sport om det når förstasidan, alternativt ingår i de allmänna nyheterna. Inom det stora ämnet brott och våld är andelen män 74 procent. Det minsta ämnet är genusbaserat våld, där är å andra sidan andelen kvinnor 60 procent. Nyheter om kändisar, kultur & medier samt vetenskap & hälsa är de ämnena med högst andel kvinnor.

Rapportering av våld i nära relationer

Kodningen av nyheter inom ramen för GMMP 2025 inkluderade för första gången frågor kring rapportering av könsbaserat våld. Resultaten visar att knappt två procent av det globala nyhetsflödet belyser mäns våld mot kvinnor. Endast 0,02 procent lyfte partnervåld riktat mot män. Våld i nära relationer tenderar att belysas mer av kvinnliga än manliga reportrar.

Figur 3. Andel kvinnor och män inom de olika ämnena i nyheterna i Sverige 2025 (procent)



Kommentar: Avser vad nyheten handlar om, samt hur många kvinnor och män som förekommer inom de vanligaste ämnena i press, radio, tv och onlinesajter i Sverige 2025. Största ämnet högst upp (politik n=214), minsta ämnet längst ner (genusbaserat våld n=35). N= 869. Källa: www.whomakesthenews.org

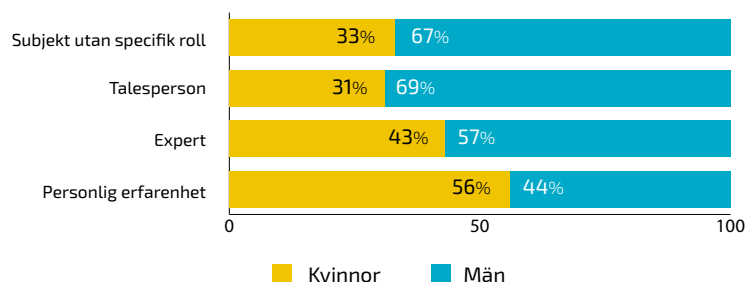
Granskningen av svenska nyheter visar en högre andel, fyra procent behandlade personer som förekom i ämnet könsbaserat våld (35 personer).

I Sverige har en av tre kvinnor utsatts för våld i en nära relation. Bland män är en av fem utsatta för våld i nära relationer (Brå, 2024). Ämnet fick därmed begränsat utrymme i nyhetsflödet jämfört med hur utbredd problemet är på samhällsnivå.

Män är oftare experter och talespersoner

Kvinnor och män har olika roller i nyheterna. Den enskilt största rollen i nyheterna (efter huvudperson/subjekt utan specifik roll) är att vara talesperson, majoriteten av alla som framträder har denna funktion och där är andelen män 69 procent och andelen kvinnor 31 procent. Det är en minskning från 2020 då andelen kvinnor som talespersoner var 37 procent. När personer uttalar sig som huvudperson/subjekt stiger andelen kvinnor till 33 procent, det är också den vanligaste rollen i nyheterna. Experter är också en vanlig roll och där har andelen kvinnliga experter ökat markant till 43 procent. Det är en fördubbling jämfört med tidigare GMMP-undersökningar där Sverige under många år låg runt 20 procent kvinnor som experter. Om resultatet stämmer är det anmärkningsvärt, men diskrepansen tyder på att vi i

Figur 4. Kvinnor och mäns olika funktioner i nyheterna i Sverige 2025 (procent)



Kommentar: Avser personer som uttalar sig eller som nyheten handlar om, i press, radio och tv i Sverige 2025. N=622. Kategorierna allmänhetens åsikt, ögonvittne och övrigt hade så låga N-tal att de utesluts i figuren.

Källa: www.whomakesthenews.org

kodningen av svenska nyhetsmedier oftare angett alternativet expert än talesperson utan att säkerställa skillnaden. Det globala snittet för andelen kvinnliga experter är 23 procent.

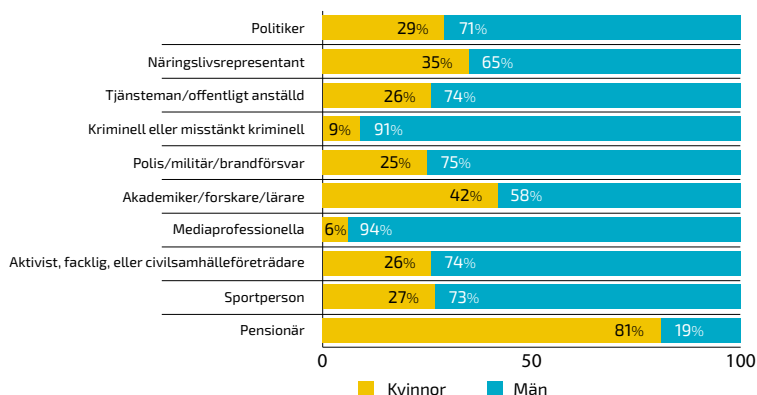
Den enda roll där kvinnor dominerar är när de talar utifrån personlig erfarenhet. 56 procent kvinnor uttalar sig i denna roll, men det är å andra sidan ganska få personer som gör det.

När journalister söker efter ”case” och personliga erfarenheter kommer alltså en högre andel kvinnor till tals. Det är ett generellt mönster i det globala nyhetsflödet att nyhetslogiken fokuserar på intervjuer med makthavare och experter (oftast män) och kompletterar med vanliga människor (oftare kvinnor).

Manliga politiker syns mer än kvinnliga

Det enskilt vanligaste yrket bland granskade nyhetssubjekt är politiker i någon form. 29 procent av politikerna som framträder i svenska nyheter är kvinnor, vilket kan jämföras med 45 procent kvinnor i riksdagen och 43 procent kvinnliga förtroendevalda i svenska kommuner (Riksdagen och Statistiska centralbyrån, 2023).

Figur 5. Andelen kvinnor och inom de tio vanligaste sysselsättningarna i nyheterna i Sverige 2025 (procent)



Kommentar: Avser de tio vanligaste yrkena/sysselsättningarna som uppges i svenska nyheter. Figuren visar den vanligaste yrkesgruppen i topp (N= 450). En stor andel personer förekom också utan att yrke/sysselsättning angavs (N=80).

Källa: www.whomakesthenews.org

Kvinnor syns mer på bild

Även om det är färre kvinnor med i nyheterna totalt sett så är det större chans att komma med på bild om du är kvinna. 55 procent av kvinnorna som förekommer i nyheterna är med på bild, jämfört med 40 procent av männen. På så sätt följer svenska nyheter en global trend. Detta kan tolkas som ett sätt för redaktionerna att kompensera för mansdominansen i nyheterna.

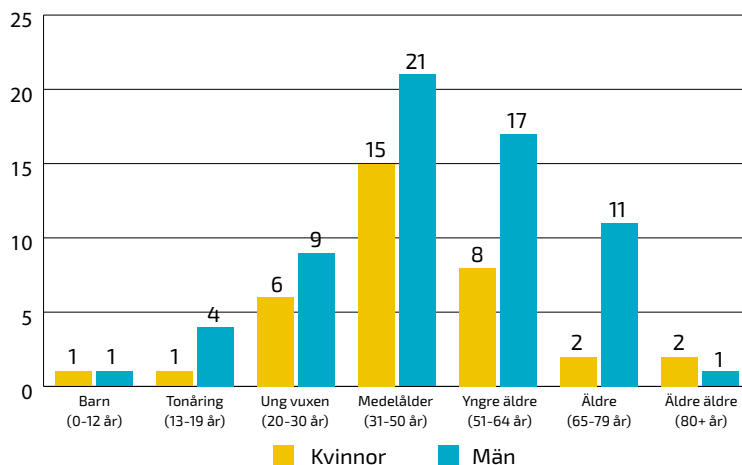
Nyhetens geografiska plats spelar roll

Det finns ett tydligt mönster att lokala och nationella nyheter har en högre andel kvinnor jämfört med de internationella nyheterna. Å andra sidan är det bara en liten del av det svenska nyhetsflödet som handlar om internationella nyheter (20 procent).

Äldre kvinnor fortsätter att vara osynliga

De yngsta och äldsta människorna fortsätter att vara marginaliserade i nyheterna 2025. På undersökningsdagen förekom ingen över 80 eller under 12 år i tv-nyheterna. Redaktionerna verkar prioritera dem

Figur 6. Åldersfördelningen bland kvinnor och män i dagspress, tv och online 2025 (procent)



Kommentar: Figuren visar andelen kvinnor och män i olika åldrar i press, tv och online. N=564. Källa: www.whomakesthenews.org

som befinner sig i arbetslivet, då 61 procent av alla som förekommer i nyheterna i dagspress och tv är mellan 31 och 64 år.

Män dominerar i alla åldersgrupper utom bland barn och 80+ som båda var mycket små åldersgrupper. Framför allt dominerar män mellan 51-79 år. Det vill säga hög ålder för en man är bra för synligheten, men inte i lika stor utsträckning för kvinnor. De allra äldsta på 80+ är en liten grupp i det svenska nyhetsflödet, men där är det fler kvinnor än män.

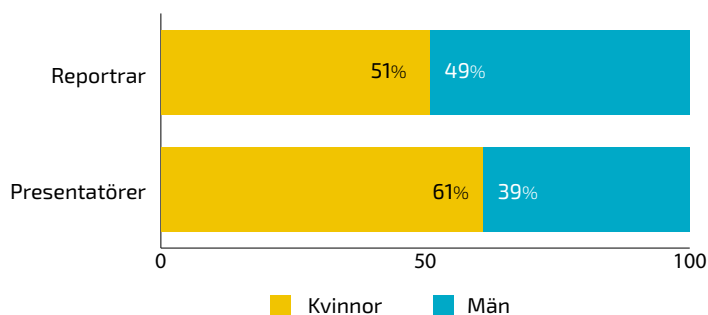
Reportrar och presentatörer

Journalistkåren i Sverige är numerärt jämställd och så var det också på undersökningdagen. Bland nyhetsreportrarna var det 51 procent kvinnor och 49 procent män.

Den globala trenden är att kvinnor presenterar nyheterna i radio och tv, vilka oftast handlar om män. Detta gäller även i Sverige, men där har journalistkårens synlighet blivit mer balanserad. Under nyhetsdagen var det 61 procent kvinnor som presenterade nyheter i radio och tv.

Globalt sett tenderar kvinnor att oftare belysa kvinnors liv mer, det finns en svag sådan tendens i den svenska datan, men det är inget entydigt mönster.

Figur 7. Andelen kvinnor och män som reportrar och presentatörer i nyheterna (procent)



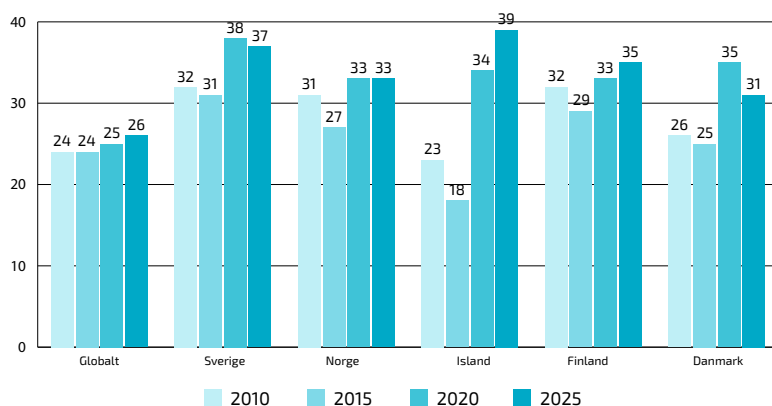
Kommentar: Gäller press, radio, tv och online i Sverige 2025. Reportrar N=345, Nyhetspresentatörer N= 66. Källa: www.whomakesthenews.org

I GMMP finns också en fråga om minoriteters synlighet. Det är en variabel som inte är helt lätt att koda och underlaget för Sverige är litet, men tendensen tycks vara att minoriteter är underrepresenterade i förhållande till befolkningen. Rapporteringen av minoriteter tycks dock vara mer jämställd än den av majoritetssamhället (46 procent kvinnor/54 procent män).

Skillnader i Norden

De nordiska länderna ligger ofta i topp i olika jämställdhetsindex och jämställdhet ses närmast som en nordisk exportvara. I Global Gender Gap Report 2025 (World Economic Forum) placerar sig Island, Finland, Norge och Sverige bland de sex bästa länderna. 2025 har två av de fem deltagande nordiska länderna i GMMP ökat andelen kvinnor i nyheterna (se figur 8). I Danmark minskar andelen kvinnor i nyheterna. De placerar sig dock samtliga över 30 procent kvinnor i press, radio och tv och har en tydligt högre andel kvinnor än både det globala (26 procent) och europeiska genomsnittet (28 procent). Grönland, som deltog i GMMP för första och hittills enda gången 2020, hade då 41 procent kvinnor.

Figur 8. Andel kvinnor som nyhetssubjekt i Norden och globalt 2010-2025 (procent)

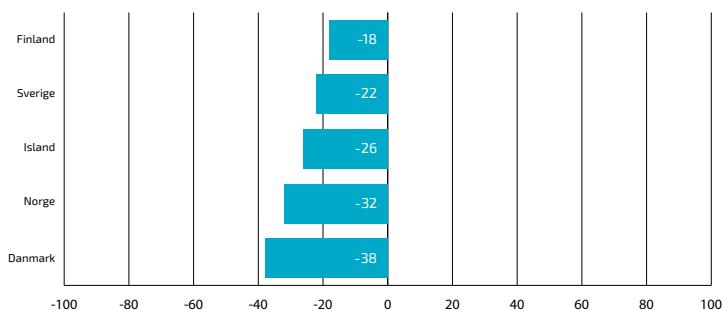


Kommentar: Gäller press, radio och tv. Källa: www.whomakesthenews.org

Långt kvar till jämställda nyheter

GMMP använder också ett index som utvecklats i samarbete med JMG, Göteborgs universitet. Det är ett enkelt och robust index för jämställdhet i nyhetsmedier som används globalt, kallat GEM-I. Indexet går mellan -100 och +100 där 0 är balans. Det är baserat på GMMP-data om kvinnor och mäns närvaro, roller och ämnen i nyheterna. GMMP 2025 visar att samtliga deltagande länder utom ett fortfarande ligger på minussidan. Undantaget är Senegal som dock bara analyserat 62 enheter. Sverige placerar sig bland de bättre, men ligger ändå på minus 22 i GEM-indexet. Det är ändå bättre än föregående mätning år 2020 då Sverige låg på minus 26. I figur 9 redovisas de nordiska ländernas placering i GEM-indexet. Där kan man se att det är ganska stora skillnader inom Norden, även om alla länder placerar sig närmare balans (0) än total mansdominans (-100). Läs mer om GEM-indexet på sidan 71.

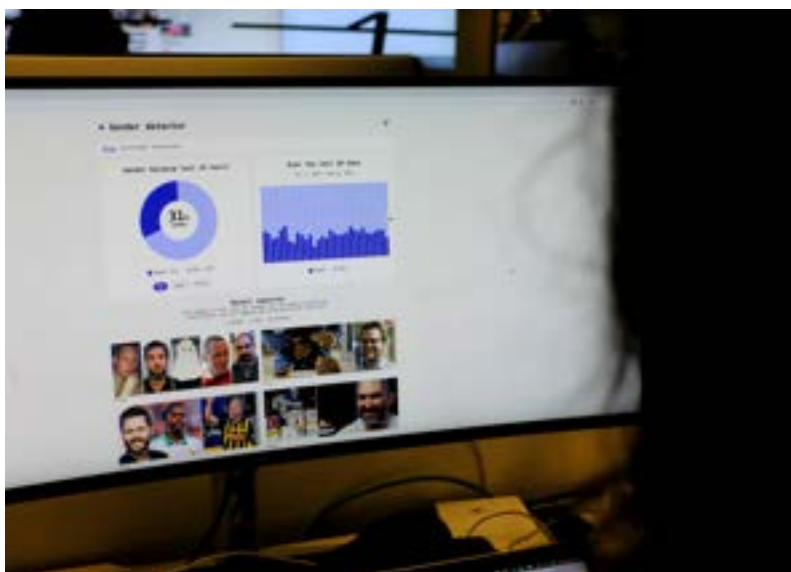
Figur 9. Nordiska länders jämställdhet i medierna baserat på GEM-indexet 2025



Kommentar: GEM-indexet bygger på medelvärdet av sex GMMP-indikatorer för jämställdhet i nyheterna; andelen kvinnor och män som nyhetssubjekt; reportrar; experter; företrädare; och andelen kvinnor och män i ämnena ekonomi och politik. -100 betyder att det är bara män, +100 betyder att det bara är kvinnor och 0 är lika med könsbalans. För indexets uppbyggnad, se Djerf-Pierre & Edström, 2020. GEM står för Gender Equality in the Media.

GEM-indexet pekar på stora skillnader som inte enkelt kan förklaras. De tio länderna med bäst resultat kommer från Norden och norra Latinamerika, medan samtliga av de tio i botten återfinns framför allt på södra halvklotet. I tidigare analyser har vi kunnat se att pressfrihet och jämställdhet hänger ihop. Bland länderna som presterar sämst verkar det finnas ett starkt samband mellan hur ojämställda nyheterna är och hur låg pressfrihet landet har (se tabell 3).

Bland de tio länderna i topp med förhållandevis mer jämställda nyheter är kopplingen till pressfrihet mer oklar. Det kan förklaras av låga N-tal (till exempel Senegal) eller kanske till och med av det faktum att ett land har en kvinna som president (Mexiko) vilket kan slå igenom i nyheterna. Oavsett erbjuder GMMP och GEM-indexet stora möjligheter för vidare analyser. För forskare och andra intresserade finns ett uppdaterat GEM-dataset som kan laddas ner och användas fritt.



Aftonbladets verktyg "Gender detector" (läs mer sidan 45).

Tabell 3. Topp- och bottenplacerade länder för GEM-indexet jämfört med pressfrihetsindex (2025)

		GEM-I 2025	RSF*
1	Senegal	15,814	74
2	Trinidad and Tobago	-15,881	19
3	Finland	-18,097	5
4	Suriname	-18,677	32
5	Guyana	-21,119	73
6	Puerto Rico	-21,577	i.u.
7	Sweden	-21,751	4
8	Iceland	-26,140	17
9	Mexico	-28,616	124
10	Nicaragua	-28,730	172
74	Bolivia	-66,439	93
75	Mali	-67,207	119
76	Bangladesh	-68,371	149
77	Nepal	-69,102	90
78	Nigeria	-69,206	122
79	Indien	-70,995	151
80	Demokratiska republiken Kongo	-72,087	133
81	Kongo	-75,476	71
82	Palestina	-80,972	163
83	Pakistan	-86,533	158

Kommentar: GEM-indexet bygger på medelvärdet av sex GMMP-indikatorer för jämställdhet i nyheterna; andelen kvinnor och män som nyhetssubjekt; reportrar; experter; företrädare; och andelen kvinnor och män i ämnena ekonomi och politik. -100 betyder att det är bara män, +100 betyder att det bara är kvinnor och 0 är lika med könsbalans. För indexets uppbyggnad, se Djerf-Pierre & Edström, 2020. GEM står för Gender Equality in the Media. Källa Pressfrihetsindexet: Reportrar utan gränser. *RSF = placering på RSF:s Pressfrihetsindex.

Synlighetens betydelse

GMMP 2025 tyder på att andelen kvinnor i svenska nyhetsmedier är mer eller mindre oförändrad. Det märks också att redaktionerna anstränger sig för att nå en bättre balans genom att till exempel låta kvinnor oftare förekomma på bild, jämfört med i text. Men kvinnor i svenska nyheter är fortfarande en bristvara i förhållande till män.

Synlighet för olika grupper är viktigt och det spelar roll om du tillhör en minoritets- eller majoritetsgrupp för vilken frihet du har att agera. Redan på 1970-talet konstaterade organisationsforskaren Rosabeth Moss Kanter att om en person tillhör en grupp som är mindre än 35 procent av totalen så får den personen räkna med att vara en "token", en symbol för sin kategori snarare än att bli betraktad som en egen individ.

Det är därför många jämställdhetsplaner anger att det ska vara minst 40 procent av vardera kön i olika sammanhang. Nyare forskning visar dock att detta intervall (40/60) ofta inte är tillräckligt för att uppnå verklig jämställdhet eller paritet – särskilt när det gäller inflytande, makt eller ledande positioner. Det finns växande argument för att målet bör vara 50/50 i många sammanhang, eller åtminstone en tydligare ambition mot paritet (Dahlerup, m.fl.).

Om vi överför synlighetstesens ovan på nyhetsmedierna kan vi nu se att kvinnor är så pass synliga i svenska medier att de kan uppfattas som individer snarare än symboler för gruppen kvinnor. Samtidigt noteras att roller och ämnen fortfarande är könsmärkta.

ANALYS

HAT OCH HOT URHOLKAR JÄMSTÄLLDHETEN

Resultaten i *Räkna med kvinnor 2025* tyder på att nyhetsmedierna i högre utsträckning kommunicerar mäns expertis, vittnesmål och erfarenheter. Bland annat är kvinnliga politiker kraftigt underrepresenterade i svenska nyheter.

Målet för den svenska jämställdhetspolitiken, som antagits med bred majoritet i riksdagen, är att kvinnor och män ska ha samma makt att forma samhället och sina egna liv. Det finns sju jämställdhetspolitiska delmål, bland annat om makt och inflytande samt mäns våld mot kvinnor. Målet om makt och inflytande handlar om att en jämn fördelning av makt och inflytande är en förutsättning för demokratin. Därtill ska alla kvinnor och män, inklusive flickor och pojkar kunna vara aktiva medborgare. Målet gäller samhällets alla sektorer (SOU 2015:86).

Kvinnor i politiska positioner är särskilt utsatta för hat och hot av sexuell karaktär. Regeringen pekar på att det får en direkt påverkan på demokratin och att det därför är viktigt att motverka aktivt (Prop. 2024/25:1). Även journalister, både kvinnor och män, får ta emot en stor mängd hat och hot. Det finns dock tydliga könsskillnader. Kvinnor drabbas oftare av sexuella trakasserier och utseenderelaterade förolämpningar, medan män oftare ifrågasätts i sakfrågor och om sin kompetens (Jämställdhetsmyndigheten, 2025; Mediemyndigheten, 2025; Bladini 2021 & 2017; Fernquist, 2020; Fojo, 2016).

En studie av digitalt hat gentemot olika yrkesgrupper från 2020 visar att kvinnliga journalister är den grupp som i störst utsträckning utsätts för hat (FOI, 2020). Hat och hot kan leda till självzensur eller att journalister väljer att lämna offentligheten (Björkenfeldt, 2020). Ett exempel på detta är SVT:s tidigare klimatkorrespondent Erika Bjerström som 2024 meddelade att hon avslutar sin tjänst på grund av hat, hot och drev riktade mot henne.



Erika Bjerström lämnade sin tjänst på grund av hat och hot.

FOTO: KRISTIAN POHL

Ur detta perspektiv kan det finnas ett samband mellan risken att utsättas för hat och hot och kvinnor som väljer att undvika intervjuer och offentlig debatt. Att verka för en jämställd representation i nyhetsmedierna ligger i linje med målen för den svenska jämställdhetspolitiken och i att vidmakthålla demokratin. Därtill ska alla kunna leva ett liv fritt från våld.

BRANSCHEN KOMMENTERAR

Hur medvetet jobbar redaktionerna med jämställdhet? Vi har tillfrågat samtliga granskade medier och de svar vi fått in visar att de flesta arbetar medvetet för en jämnare könsfördelning i nyheterna genom analysverktyg och riktlinjer. Det faktum att kvinnor fortfarande är underrepresenterade i nyhetsrapporteringen verkar snarare bero på traditionella arbetssätt, liksom samhällsliga maktstrukturer och normer. Det vill säga att hårda nyheter som olyckor, konflikter och kriminalitet där män är överrepresenterade prioriteras, och att kvinnor många gånger tvekar att ställa upp i intervjuer medan män oftast tackar ja.

MEDIERNA

SVARAR

VÄSTERBOTTENS-KURIREN

Västerbottens-Kuriren har en stolt tradition av att mäta könsrepresentation i tidningen manuellt sedan 2002, vilket sakta men säkert har gett resultat.

– Vi har en målsättning att det ska vara 50/50, dels på bild, dels som huvudperson i texten, säger redaktionschefen Patrick Krainer.

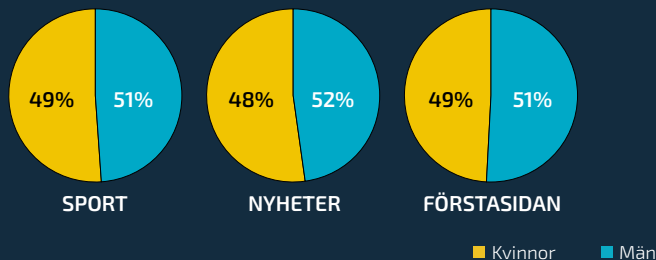
Den manuella kartläggningen försvårar dock mätning av tidningen digitala kanaler.

På organisationsnivå jobbar man årligen och koncernövergripande med en jämställdhets- och likabehandlingsplan. Varje år byts medlemmarna, som består av både chefer och medarbetare, i denna arbetsgrupp ut.

– Alla har lika möjligheter till utveckling och ansvar. Anpassningar görs på alla nivåer för att få livspussel att gå ihop. I enlighet med vårt koncernövergripande arbete planeras även utbildningar eller föreläsningar utifrån behov hos medarbetare och chefer, säger Krainer.

FAKTA / VK

Könsfördelningen i Västerbottens-Kuriren enligt deras egna mätningar:





MISSTÄNKTA SEXÖVERGREPP I HEMTJÄNSTEN

Fyra övergrepp mot äldre kvinnor utreds

Lokala
Nyheter

SVT NYHETER VÄSTERBOTTEN

SVT Nyheter Västerbotten har också räknat antalet kvinnor och män i sitt innehåll i över två decennier. På senare år har man fört statistik över online-materialet i stället för direktsändningarna.

Under förra året låg fördelningen på 49 procent kvinnor och 51 procent män, enligt redaktionens egna mätningar.

– Vi fortsätter att räkna varje dag och sträva efter jämställdhet. Ett nytt tydligare fokus för oss nu är att också intervjua fler 20-40-åringar, en målgrupp som är svår att nå för de lokala nyheterna, säger redaktören Maria Brändström.

Övergripande på SVT:s lokalredaktioner över landet har mätning skett sedan 2018. Mätningen görs i Excel och följs upp per tertial.

– Målet är jämställd nyhetsbevakning, alltså 50/50, men vi tillåter avvikelser på 2 procentenheter. Det är en skärpning som vi gjorde 2022, jämfört med tidigare då vi tillät avvikelser på 5 procentenheter. Den skärpningen har vi kunnat göra tack vare att vi successivt blivit bättre här, säger Jessica Wennberg, programchef Sverige.

Andelen anställda på SVT är 50 procent kvinnor och 50 procent män. Andelen kvinnliga chefer är 57 procent.

NYA WERMLANDS-TIDNINGEN

NWT gav 2023 ett redaktionellt löfte som alla medarbetare fick vara med att ta fram. Löftet, som hela redaktionen har ansvar för att leva upp till, lyder:

- Ständigt uppdatera vår redan befintliga lista med kvinnlig kompetens att intervjua.
- Sätt ribban högre än 50/50 där vi kan välja, kvinnor ska till exempel utgöra 75 procent av de tillfrågade i enkäter. Se till att inkludera kvinnor i intervjuer på fältet och höj kraven på oss själva i all planerad journalistik.
- Sök inte efter en specifik titel. Gå till botten med vilka personer som kan besvara den typ av frågor vi vill få besvarade och välj alltid en kvinna vid varje tillfälle det är möjligt.

För att säkerställa att löftet infrias kan alla medarbetare följa könsrepresentationen i tidningens nyhetsinnehåll med hjälp av analysverktyg. Var sjätte månad beställs en analys av hur redaktionen presterar ur jämställdhetssynpunkt. Analysen visar andelen kvinnliga respektive manliga omnämnananden per vecka jämfört med föregående halvår, liksom vilka artiklar som blivit mest lästa av kvinnor respektive män.

De senaste resultaten från oktober 2025 visar på fördelningen 38 procent kvinnor och 62 procent män gällande omnämnananden.

– Målsättningen är 50/50. Dit når vi inte, men vi diskuterar återkommande vad vi kan göra för att öka kvinnors representation i vår journalistik, till exempel i samband med utbildningsdagar eller redaktionsmöten, säger redaktionschefen och ställföreträdande ansvarig utgivare Helena Ingman Lindström.

För att få kvinnor att ställa upp på intervjuer har man ett transparent tillvägagångssätt.

– Vi brukar förklara varför vi anser att det är viktigt att få till en jämnare könsfördelning i vårt journalistiska arbete. Där gäller ju också att våga fråga män som skickas fram som talespersoner om det inte finns en kvinna som är lika väl lämpad att svara. Det fungerar ibland, ibland inte, säger Ingman Lindström.



NWT:s analysverktyg.

Inom organisationen är situationen den omvända med kvinnor i majoritet.

– Vi är högst medvetna om fördelningen mellan män och kvinnor, och per september 2025 har vi en övervikt av anställda kvinnor. Vår redaktionsledning består i dagsläget av fem män och fyra kvinnor.

"Där gäller ju också att våga fråga män som skickas fram som talespersoner om det inte finns en kvinna som är lika väl lämpad att svara."

Helena Ingman Lindström,
redaktionschef NWT

UPSALA NYA TIDNING

På UNT använder man också analysverktyg för att nå målsättningen i sin 50/50-strategi, som slår fast att nyhetsbevakningen ska inkludera lika många kvinnor som män.

– Till den kvantitativa analysen adderar vi en kvalitativ mätning där vi försöker hålla diskussionen levande på redaktionen om på vilket sätt vi skildrar män respektive kvinnor, berättar Johanna Odlander, chefredaktör och VD för UNT.

UNT ingår i NTM-koncernen som gör en årlig kartläggning av jämställdheten inom organisationen genom att följa statistik inom de sju områden som omfattas av diskrimineringslagen. Utöver den obligatoriska jämställdhetsplanen finns en policy för jämställdhet, mångfald och inkludering. För att uppnå dess målsättning genomförs regelbundna utbildningar för personalen kopplade till jämställdhet och representation.

– Vi arbetar aktivt för en inkluderande rekryteringsprocess, från kravprofilering till anställning, för att säkerställa att vi attraherar medarbetare oavsett kön. Vi prioriterar också underrepresenterat kön vid lika meriter, säger Odlander.

I NTM-koncernen ingår tidningshusen Norr Media, Öst Media, Sörmlands Media, Mediehuset UNT och Gotlands Media.



FAKTA / ÅRETS MEDIAAMAZON

UNT:s chefredaktör Johanna Odlander blev i oktober 2025 utsedd till "Årets MediaAmazon". Juryns motivering lyder:

"Johanna Odlander tilldelas priset Årets MediaAmazon 2025 för sitt modiga och nyskapande ledarskap som chefredaktör för mediehuset UNT. Under hennes ledning har redaktionen växlat upp och levererat journalistik med djup samhällspåverkan; också inom ämnen som berör kvinnor i vardagen. Inte minst genom Elsa-fallet som lett till ansvarigas avgångar och nationella krav på en Lex Elsa. Med sin handlingskraft och sitt inkluderande ledarskap framstår Johanna som en förebild för sin generation av medieledare."

Elsa-fallet är en del av UNT:s uppmärksammande granskning av våldtäkter och sexuella övergrepp inom hemtjänsten. Utmärkelsen Årets MediaAmazon har delats ut sedan 2010.

GP var tidiga förespråkare för ett jämställt medieutbud och påbörjade redan 2004 mätning av kvinnor och män i det redaktionella innehållet. Ett decennium senare dog engagemanget ut, men nu är räkningen återupprättad.

En intern mätning av papperstidningen 2017 visade på 34 procent kvinnor och 66 procent män, för 2018 var motsvarande siffror 39 procent kvinnor och 61 procent män, och för 2019 var fördelningen 43 procent kvinnor och 57 procent män. Sedan 2018 är det material på gp.se som mäts eftersom materialet även publiceras i papperstidningen.

– Vår strävan är att fler kvinnor än i dag finns representerade i artiklar, i såväl text som bild, och oftare lyfts fram som experter. Det innebär också att vi arbetar för att få en jämnare könsfördelning gällande intervjupersoner, berättar GP:s administrativa redaktionschef Kari Hokkanen.

Man måtte tidigare jämställdheten i nyheterna genom att titta på de åtta översta egenproducerade artiklarna som publicerats på gp.se vid två fasta klockslag under en vecka. Under 2021 implementerade samtliga titlar i Stampen Media en genusmätare i sitt publiceringsverktyg. Med hjälp av denna kan man både under arbetets gång liksom över tid se könsfördelningen hos de personer som förekommer i texterna. Detta anses effektivt då det redan innan publicering blir tydligt om det finns en snedfördelning bland de personer som intervjuas eller omnämns. De första resultaten från genusmätaren pekade dock på en större ojämställdhet i GP än i de tidigare mätningarna, med knappt 30 procent kvinnor i nyhetsinnehållet.

– En sannolik förklaring är att vi tidigare måtte vilka som var representerade på vår startsida och dessförinnan vår print-etta jämfört med genusmätaren som mäter all vår egenproduktion. När man gör en print- eller sajtteta finns ett tydligare genustänk och slutresultatet framgår tydligare än när vi producerar enstaka artiklar som sedan slås samman som en helhet, säger Hokkanen.

För att upprätthålla en medvetenhet och aktivt arbeta för att höja andelen kvinnliga omnämnanden tas frågan kontinuerligt upp på

GP:s redaktionella månadsmöten. Det konkreta målet för Stampens samtliga titlar är att höja andelen kvinnor som medverkar och uttalar sig i artiklar. Ambitionen är att höja andelen gradvis år från år med siktet inställt på 50 procent. 2024 var siffran för GP 31,7 procent, och 32,6 procent för Stampen-gruppen som helhet.

Stampen Media har en plan med aktiva åtgärder för jämställdhet och mångfald. Planen utgår från de sju diskrimineringsgrunderna och har tagits fram av representanter för företagsledning, arbetstagare och fackförbund. Grunden för genusmedvetenheten ligger i företagets arbetsmiljöhandbok med tillhörande jämställdhetsplan. Bland annat har alla chefer och medarbetare möjlighet att gå en digital utbildning inom arbetsmiljö där jämställdhet är ett av avsnitten som behandlas.

FAKTA / STAMPEN

Stampen Medias nuvarande genusmätare är framtagen internt och bygger på en Machine Learning-modell, baserad och tränad på svenska som bas, som läser ut namn i varje artikel. Därefter används SCB:s namnstatistik över invånare per namn/per kön för att avgöra om namnet är manligt eller kvinnligt. Namn som hamnar i en gråzon i statistiken, till exempel Kim, anges som könsneutrala.

Stampen inkluderar:

- Bohuslänningen
- Göteborgs-Posten
- Hallandsposten
- Kungälv-Posten
- Mölndals-Posten
- TTELA
- Kungsbacka-Posten
- Hallands Nyheter
- Strömstads Tidning

NERIKES ALLEHANDA

NA återupptog mätningen av kvinnor och män i sitt nyhetsinnehåll 2020, vilken genomförs två gånger per år.

– Vi har ett eget system där medarbetaren själv fyller i det vi producerat – inte publicerat för att vi ska göra rätt typ av jobb och själva reflektera över det, säger Anders Nilsson, chefredaktör och ansvarig utgivare för NA.

Den senaste mätningen visade på 43 procent kvinnor och 57 procent män som intervjupersoner och på bilder.

– Vi har satt ett rätt så kaxigt mål att bli bäst i Sverige på det här, men vi tror det är möjligt att komma närmare 50/50. Kanske de närmaste åren. Jag som utgivare och vår redaktionsledning ser ett jämställt innehåll som en framgångsfaktor om vi ska kunna locka nya digitala prenumaranter mellan 25-40 år.

Ett jämställt innehåll tas upp i medarbetarsamtal och check-in-samtal årligen. Alla arbetsledare har det som ett av flera mål. Som inspiration anordnar man workshops och bjuder in föreläsare för att sprida kunskap om jämställdhet och representation.

NA strävar också efter att utjämna könsbalansen inom organisationen, där helheten anses viktigare än fördelningen avdelningsvis.

"Jag som utgivare och vår redaktionsledning ser ett jämställt innehåll som en framgångsfaktor om vi ska kunna locka nya digitala prenumaranter mellan 25-40 år."

Anders Nilsson,
chefredaktör och ansvarig utgivare för NA

AFTONBLADET

Aftonbladet mäter inte antalet kvinnor och män i sin textproduktion, däremot mäts vilka som förekommer på bild i realtid. Resultatet redovisas internt två gånger per dag och följs upp i relevanta forum.

– Vi har haft verket i flera år, men har förbättrat det och jobbar aktivt med det sedan mars 2025, säger redaktionschefen Karin Schmidt.

Datan visar på runt 30/70 i kvinnor och män på bild på Aftonbladets förstasida. Målet är 50/50.

Redaktionen bedriver ett aktivt och långsiktigt jämställdhetsarbete internt. Bland annat arbetar man systematiskt för att utjämna eventuella löneskillnader genom lönerevisionen, och strävar efter en jämn könsfördelning bland både medarbetare och chefer. Idag är 48 procent av Aftonbladets chefer kvinnor.

– Vi ser jämställdhet som en central del av vår redaktionella kultur. Det handlar både om representation i redaktionen och om vilka perspektiv som syns i vårt innehåll. Vi följer upp våra mål löpande och arbetar för att skapa en arbetsmiljö där alla har samma möjligheter att påverka, utvecklas och ta plats, säger Schmidt.

Inom ramen för ett genusmedvetet ledarskap mäts regelbundet upplevelsen av inkludering och jämställdhet i mediehusets medarbetarundersökningar. Personalen har även gått en kurs i inkludering och mångfald.

FAKTA / SCHIBSTED

Aftonbladet ingår tillsammans med Svenska Dagbladet i Schibsted-koncernen.

EXPRESSEN

Expressen har en kvalitetspolicy för redaktionen som bland annat slår fast att vi ”strävar efter en rimlig könsbalans i vår rapportering”. Historiskt har redaktionen använt olika mätverktyg, men idag har man ett koncern-gemensamt verktyg inom Bonnier News. Sajtredaktionen har även en intern dashboard där man kan se hur fördelningen mellan kvinnor och män är på sajten ser ut, samt hur man ligger till i jämförelse med de andra redaktionerna inom koncernen.

– Målet är att göra en sajt som är relevant för vår publik och i det ligger att visa både kvinnor och män. Ett sätt att påverka fördelningen, när de mest omskrivna världsledarna och företagsledarna är män, är att intervjua experter som är kvinnor, säger redaktionschefen Lina Modin.

Vad gäller jämställdheten inom organisationen finns en levande dialog om vikten av blandade grupper. Redaktionen har en relativt jämn könsfördelning bland såväl medarbetare som chefer. Utöver den årliga lönekartläggningen arbetar man aktivt i lönerevisionen med ett genusperspektiv för att säkerställa att man följer lönepolicyn och att lönerna grundas på sakliga bedömningar.

– Vi är också noggranna vid rekrytering och befordran för att se till att alla medarbetare bedöms utifrån sina kvalifikationer, och att båda könen representeras när vi tar fram kandidater till chefstjänster, säger Modin.

FAKTA / BONNIER NEWS

- Dagens Nyheter
- Expressen
- GT
- Kvällsposten
- Sydsvenskan
- Helsingborgs Dagblad
- Dagens Industri

”Målet är att göra en sajt som är relevant för vår publik och i det ligger att visa både kvinnor och män.”

Lina Modin,
redaktionschef Expressen

BORÅS TIDNING OCH KRISTIANSTADSBLADET

Både Borås Tidning och Kristianstadsbladet ingår i koncernen Gota Media och har tidigare mätt jämställdheten i sitt nyhetsinnehåll, men uppger att det inte längre är möjligt med bolagets nya redaktionella mätverktyg.

– Sedan över tio år har vi en idé om att vi i vår journalistik ska sikta på att vi ska attrahera en kvinna som är 35 år. Det finns flera skäl till detta, men det viktigaste är att klarar vi det når vi flest människor, säger Kristianstadsbladets chefredaktör och ansvarig utgivare, Jörgen Svensson.

Vad gäller Gota Medias lönekartläggning för 2024 visar den att kvinnornas medianlön för bolaget som helhet är 1,7 procent lägre jämfört med männens. Däremot ligger kvinnornas medianlön bland redaktionella medarbetare 1,6 procent högre än männens.

Gota Media har en målsättning att arbeta med jämn könspridning i sina chefsled. I bolaget som helhet är könsfördelningen 45 procent kvinnor/55 procent män. Bland redaktionella medarbetare utgör kvinnor 42 procent och männen 58 procent.

– Vi är fullt på det klara med att arbetsplatsen blir bättre med en jämn könsfördelning, kommenterar Svensson.

FAKTA / GOTA MEDIA

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Barometern (med editionen Oskarshamns-Tidningen)• Blekinge Läns Tidning (med Sölvesborgs-Tidningen & Karlshamns Allehanda)• Borås Tidning | <ul style="list-style-type: none">• Ulricehamns Tidning• Smålandsposten• Kristianstadsbladet och Norra Skåne• Ystads Allehanda• Trelleborgs Allehanda• Österlenmagasinet• Ölandsbladet• Växjöbladet / Kronobergaren |
|---|--|

TV4 NYHETERNA

På TV4 Nyheter och Samhälle mätte man tidigare könsrepresentation i innehållet, men inte längre. Internt är fördelningen mellan kvinnor och män på såväl redaktioner som på ledande positioner relativt jämn.

– Vi vill ha en arbetsplats där människor med olika uppfattningar, olika bakgrund, olika tillhörigheter, olika kön, olika åldrar och olika erfarenheter jobbar tillsammans. Jag tror att det är bra för såväl affärerna som för samhällsuppdraget att ha blandade grupper, säger programdirektören Viveka Hansson.

PUBLIC SERVICE

Vi har inte fått några svar från de nationella nyhetsredaktionerna inom public service, det vill säga Aktuellt, Rapport och Dagens Eko. Public service har en lång tradition av att arbeta med jämställdhet som en del av demokratiuppdraget i radio & tv-lagen (kap 5, §1). Sedan 2014 har sändningstillstånden för public service haft som villkor att programverksamheten ska präglas av ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv.

Enligt Granskningsnämndens bedömning av public service-redovisningarna för 2023 har samtliga bolag (SR, SVT och UR) uppfyllt kraven på att programverksamheten ska bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv och spegla hela landet. Enligt SR:s egen mätning uppger dock bara 33 procent av allmänheten att de upplever att det finns en jämn fördelning mellan kvinnor och män i programinnehållet (Mediemyndigheten, 2024).

I regeringens proposition Lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033 (2024/25:166) är jämställdhet och mångfald som villkor för programverksamheten och i redovisningsplikten strukna.

JOURNALIST- UTBILDNINGARNA SVARAR

Som en del av kartläggningen av kvinnors representation i nyhetsmedierna är det också angeläget att undersöka hur väl genus- och jämställdhetsperspektiv integreras i Sveriges journalistutbildningar. En enkät har därför mejlats till de 15 universitet, högskolor och folkhögskolor som utbildar journalister.

Antalet journalistutbildningar har minskat stadigt sedan den första genusgranskningen av landets journalistutbildningar 2015. Detsamma gäller antalet lärosäten som svarar på enkäten. Årets undersökning genererade svar från åtta av 15 möjliga respondenter.

Det kan finnas flera anledningar till detta, som hög arbetsbelastning och stress. Det kan också tolkas som att det inte finns något jämställdhetsperspektiv inom majoriteten av utbildningarna och att frågan inte anses relevant bland programansvariga och lärare.

Såväl högskolor, universitet och folkhögskolor ska jobba med jämställdhetsintegrering. Ett av villkoren som Folkbildningsrådet har för att bevilja statsbidrag till folkhögskolorna är att ett jämställdhetsperspektiv finns inbyggt i styrning, uppföljning och verksamhet. Journalistutbildningarnas roll för att uppnå jämställdhet i branschen och i mediernas innehåll lyfts i riktlinjer från såväl UNESCO som Europarådet.

Bara ett av de lärosäten som svarade på enkäten, Kalix folkhögskola, uppger att deras journalistutbildning har en obligatorisk kurs med fokus på genus och mångfald. Ytterligare ett, Södertörns högskola, har obligatorisk kurslitteratur om genus och jämställdhet på A, C och magisternivå. Utbildningarna vid fem lärosäten; JMG vid Göteborgs universitet, Kalix folkhögskola, Linnéuniversitetet, Skurups folkhögskola och Södertörns högskola svarar att de har återkommande moment och föreläsningar på ämnet.

Såväl Ljungskile folkhögskola som Vara folkhögskola har kortat ner sina journalistutbildningar. I Ljungskiles fall från fyra terminer till tre, och i Varas från fyra terminer till två. Det innebär att den

tidigare kursen om genus och jämställdhet vid journalistutbildningen i Ljungkile har tagits bort samt att den tidigare obligatoriska kurslitteraturen på ämnet har strukits från radiolinjen i Vara. Inte heller utbildningen vid Umeå universitet har någon kurs, föreläsningar eller kurslitteratur om genus och jämställdhet.

Tillfrågade universitet och högskolor:

- Göteborgs universitet
- Linnéuniversitetet
- Lunds universitet
- Mittuniversitetet
- Stockholms universitet
- Södertörns högskola
- Umeå universitet
- Uppsala universitet

Tillfrågade folkhögskolor:

- Jakobsbergs folkhögskola
- Kaggeholms folkhögskola
- Kalix folkhögskola
- Ljungkile folkhögskola
- Skurups folkhögskola
- Södra Vätterbygdens folkhögskola
- Vara folkhögskola

"Trots att vi inte har någon obligatorisk kurs eller kurslitteratur om jämställdhet tycker jag att vi har blivit ganska bra på det här. Nu för tiden nöjer vi oss inte med första bästa man som svarar, men problemet att kvinnor hänvisar till män hänger fortfarande kvar."

Tommy Karlsson Ravström,
radiolärare Vara folkhögskola

"Vi har en kurs på en vecka som heter "Jämställd journalistik - genus och mångfald" men i utbildningens två år återkommer mycket jämställdhet. Exempelvis när vi har stillbildsfotografering jobbar vi mycket med förutfattade meningar och trotsar traditionella oreflekterade fotomönster och när vi pratar om statistik är genusfrågan central."

Linda Danhall,
kursansvarig Kalix folkhögskola

The background of the page is a photograph of several people sitting around a table, working on laptops and papers. The image is heavily overlaid with a semi-transparent blue filter. The title 'GLOBAL UTBLICK' is prominently displayed in the center-left area, with 'GLOBAL' in yellow and 'UTBLICK' in white.

GLOBAL UTBLICK

GMMP är verkligen en global studie i ordets rätta bemärkelse. Första gången som studien genomfördes deltog 71 länder. Under pandemin sattes rekord med 116 deltagande länder och i årets studie har 94 av världens länder deltagit. I detta kapitel kan du läsa mer om Fojos partnerländer och om globala ramverk som tydliggör vikten av medier och jämställdhet.



NYKOMLINGAR OCH ERFARNA AKTÖRER

G MMP är en global rörelse där deltagande sker med helt olika förutsättningar och möjligheter beroende på land och lokala förutsättningar. Fojo stödjer partners i flera länder att delta i GMMP. Det ger både lokala aktörer och Fojo värdefull kunskap om hur könsrepresentation ser ut i nyhetsflöden världen över. Här är tre exempel som visar bredden i arbetet.

Tre länder – tre verkligheter

Rwanda, Bangladesh och Myanmar visar hur olika förutsättningarna kan vara för att arbeta med jämställdhet i medierna – från ett land som tar sina första steg, till ett land med lång erfarenhet, till ett land där studien denna gång genomförts i exil. Gemensamt är viljan att använda GMMP som ett verktyg för förändring.

Fojo stödjer dessa insatser för att skapa kunskap, bygga kapacitet och stärka röster som arbetar för jämställd journalistik – oavsett om det sker i klassrum, på redaktioner eller i exil.



Rwanda – På nytt med i GMMP

Ett av de nygamla länderna på GMMP-kartan är Rwanda, där två lokala universitet genomfört studien med stöd av Fojo. Totalt engagerades 14 studenter

från Mount Kigali University och East African University.

Kodningen gjordes manuellt på papper och matades därefter in i GMMP-portalen, berättar Marie-Anne Dushimina, som koordinerade undersökningen i Rwanda.

– Själva kodningen gick bra. Vi jobbade med den under två dagar. Studenterna gjorde ett bra jobb, även om det inte var helt lätt för dem att förstå kodningssystemet. Alla som var med kommer få intyg för sitt deltagande.

Nyhetsinnehållet i rwandiska medier den 6 maj 2025 bestod mest av rapportering om regeringsaktiviteter, offentliga evenemang, snabba nyheter och politik. Fördjupande inslag var få. Resultaten visar att majoriteten av nyheterna producerades av manliga reportrar, medan kvinnor oftare syntes som nyhetsankare. Praktiskt taget inga nyheter berörde kön eller jämställdhet.

När de nationella resultaten offentliggörs planeras en workshop med mediechefer, journalister och studenter.

– Syftet är att tillsammans granska resultaten, diskutera dem och identifiera åtgärder för att minska de gap som studien visar, säger Marie-Anne Dushimina.



Myanmar – GMMP i svår kontext

Myanmar är det mest dramatiska exemplet på hur svårt det kan vara att genomföra GMMP. Idag går det i praktiken inte längre att bedriva

oberoende journalistik i landet. Sedan militärkuppen 2021 har fria medier förbjudits, hundratals journalister fängslats och många tvingats

fly. De som stannat riskerar frihetsberövanden, trakasserier och våld. Kvinnliga journalister har utsatts för särskilt grova övergrepp, inklusive sexuellt våld under förhör.

Det fria medielandskapet har därmed flyttat utomlands. Nästan all oberoende journalistik görs idag i exil, främst längs gränsen till Thailand, men också från USA och Australien. Under dessa extrema förhållanden lyckades Myanmar Women Journalists Society (MWJS) ändå genomföra GMMP 2025. Fem kvinnliga journalister, alla i exil, analyserade 100 nyhetsartiklar från 20 medier – både statliga propagandakanaler och exilbaserade nyhetsplattformar.

Att genomföra studien krävde krypterade kommunikationskanaler och anonym kodning för att skydda deltagarna. Radio kunde inte inkluderas eftersom sändningarna upphörde efter kuppen, vilket ytterligare begränsade studien. Studien fokuserade på print, tv och nyhetsplattformar online med stor räckvidd inom landet eller bland diasporan.

Trots censur, internetblockader och säkerhetsrisker blev GMMP ett sätt att dokumentera verkligheten och hålla jämställdhetsfrågan levande.

Resultaten visar att kvinnor i Myanmar fortfarande främst framställs som offer, inte som aktörer. För MWJS är GMMP ett verktyg för motstånd – ett sätt att fortsätta driva förändring, även när demokratin har slagits i spillror. Soesan Htike, nationell koordinator för GMMP i Myanmar, sammanfattar betydelsen:

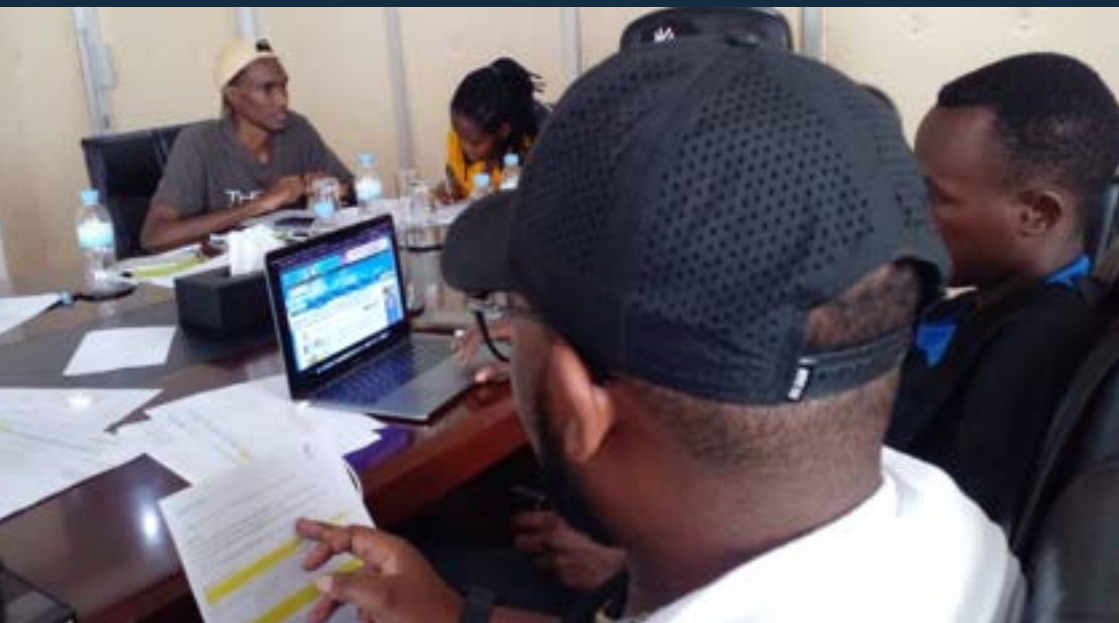
– Det här är mer än en studie. Det är ett sätt att hålla liv i journalistikens värderingar.

När Fojo började arbeta i Myanmar 2013 var jämställdhet i medierna knappt en fråga. En första studie 2017 visade att kvinnor och män ofta tilldelades olika ämnen att bevaka, att få kvinnor nådde beslutsfattande positioner och att det saknades en branschorganisation som drev kvinnors frågor. Den studien blev startskottet för MWJS, som bildades 2016 och deltog i GMMP 2020, då Fojo stöttade med utbildning och expertkunskaper. Att organisationen lyckats genomföra GMMP 2025 under dagens extrema förhållanden är ett bevis på mod och uthållighet – och på hur GMMP kan fungera som ett verktyg för att hålla journalistikens värderingar vid liv, även i exil.



*"Det här är mer än
en studie. Det är ett
sätt att hålla liv
i journalistikens
värderingar"*

Soesan Htike,
nationell koordinatör för GMMP i Myanmar





Bangladesh – Gammal i gemet

Bangladesh har deltagit i GMMP sedan 2005. Årets studie omfattade 24 medier: 16 dagstidningar (inklusive onlineversioner), två radiokanaler

och flera digitala plattformar. Tolv volontärer från fyra universitet – University of Dhaka, Jahangirnagar University, Jagannath University och Stamford University – deltog tillsammans med projektteamet.

Förberedelserna var omfattande och volontärerna fick en heldagsutbildning i metod och analys. De flesta var journaliststudenter med akademisk träning i innehållsanalys, några hade erfarenhet av arbete med jämställdhetsfrågor.

Efter insamlingsdagen samlades teamet igen för att genomföra den faktiska kodningen under ledning av den nationella koordinatör. Gitiara Nasreen, professor vid Dhaka University och lokal koordinatör för GMMP i Bangladesh, beskriver processen som både lärorik och utmanande:

– Vi ville att deltagarna skulle förstå att GMMP inte bara är siffror – det är ett sätt att se hur journalistiken formar vår bild av världen.

Dagen för GMMP blev en vanlig nyhetsdag – men med tre händelser som satte kvinnor i centrum:

- Ett nätverk av 67 organisationer protesterade mot kränkande uttalanden om kvinnor i samband med ett reformförslag.
- Sex kvinnor skickade en juridisk stämning mot en religiös grupp som offentligt förolämpat kvinnor.
- Den tidigare premiärministern Begum Khaleda Zia återvände till landet efter massprotesterna 2024.

Trots dessa inslag visade analysen att män fortfarande dominerar som nyhetskällor och experter. Giti Nasreen konstaterar att GMMP ger Bangladesh möjlighet att jämföra utvecklingen över tid – men att det inte räcker med en endagsstudie.

– GMMP är viktigt för att skapa medvetenhet, men vi behöver fler lokala studier för att förstå strukturerna på djupet. Det här är en startpunkt – inte slutmålet.

Hon ser också en långsiktig effekt:

– När unga journalister får syn på dessa mönster tidigt, har de större chans att förändra dem när de kommer ut i yrkeslivet.

GLOBALA ÅTAGANDEN FÖR JÄMSTÄLLDHET I MEDIERNA

Kvinnokonventionen

Konventionen om avskaffande av all slags diskriminering av kvinnor (CEDAW) antogs av FN 1979 och är ett av de viktigaste dokumenten för kvinnors rättigheter. Den definierar vad som är diskriminering mot kvinnor och hur den kan motverkas. Artikel 5 handlar om skyldigheten för stater att motverka könsstereotypa mönster.

Pekingdeklarationen och Pekingplattformen

Pekingdeklarationen är det internationella avtal om kvinnors rättigheter som antogs vid FN:s fjärde världskonferens om kvinnor i Peking 1995. Detta politiska åtagande är inte juridiskt bindande, men anses vara ett av de mest centrala globala dokumenten för jämställdhet. Deklarationen kompletteras av en handlingsplan, den så kallade Pekingplattformen (Beijing Platform for Action). Handlingsplanen identifierar kvinnor och medier (Sektion J) som ett av tolv fokusområden i arbetet för rättvisa, demokrati och kvinnors rättigheter, och mediers ansvar betonas i nästan alla fokusområden. Sverige har antagit Pekingplattformen och därmed förbundit sig till att verka för att (1) kvinnor ska få tillgång och inflytande över medier, och (2) att främja balanserade och icke-stereotypa skildringar i medier.

I samband med 30-årsjubileet av Pekingplattformen hösten 2025 antog FN:s medlemsstater en ny internationell handlingsplan för jämställdhet, kallad the Beijing +30 Action Agenda. Handlingsplanen inkluderar åtaganden relaterade till medier och kommunikation, med fokus på att:

- Bekämpa användningen av digitala verktyg och artificiell intelligens som orsakar skada för kvinnor och flickor.
- Stödja kvinnors arbete inom journalistik och medier för att försvara, skydda och främja mänskliga rättigheter och grundläggande friheter.

- Främja säkra och möjliggörande miljöer för kvinnor inom mediebranschen.

Det europeiska jämställdhetsinstitutet (EIGE) skriver i sin uppföljning av Pekingplattformen 2025 att kvinnor fortfarande är underrepresenterade i beslutsfattande roller inom medieföretagen på europeisk nivå. Detta gäller även för Sverige (se avsnittet Glastaket består, sida 67).

Agenda 2030

Agenda 2030 antogs 2015. Där bekräftas att målen i Pekingplattformen fortfarande gäller. Medierna har inget eget mål i Agenda 2030. Mål 16 handlar om att skapa inkluderande samhällen och där är rätten till information ett särskilt delmål (16.10). Mål 5 handlar om att uppnå jämställdhet och det målet ska också genomsyra alla andra mål. I tillägg till de 17 huvudmålen finns också 169 delmål där FN betonar betydelsen av informations- och kommunikationsteknologi (ICT), bland annat i ett delmål för jämställdhet.

Europeiska åtaganden på medieområdet

2013 antog EU:s ministerråd tre indikatorer för medier i förhållande till ett av delmålen under Section J i Pekingplattformen; att ge kvinnor större tillgång till medier:

- Andelen kvinnor i medieföretagens styrelser
- Andelen kvinnor på beslutsfattande positioner
- I vilken omfattning medieföretagen har jämställdhetsplaner och aktiva åtgärder för att öka jämställdheten

Medlemsstaterna ska årligen återrapportera kring dessa indikatorer till EU.

Strax efter att EU beslutat om dessa indikatorer antog Europarådet nya rekommendationer för hur jämställdheten ska öka i medierna. Rekommendationerna är inte bindande, men de har betydelse för till exempel kartläggningar av rådande läge. Branschen uppmanas att ta sitt ansvar men också medlemsstaterna uppmanas agera. Förutom jämställdhet i medierna har Europarådet också tagit fram

rekommendationer för att motverka sexism (Europarådet 2019).

EU och Europarådet talar om vikten av att ta fram jämställdhetsstatistik för medieområdet, något som saknas i de flesta EU-länderna, bland annat i Sverige.

Europarådet antog 2024 ett direktiv med rekommendationer om att bekämpa våld mot kvinnor, bland annat med fokus på nättrakasserier mot kvinnliga journalister. Direktivet kräver att dessa handlingar kriminaliseras i alla medlemsstater. Nationell lagstiftning måste justeras utifrån direktivet och implementeras till 2027.

Istanbulkonventionen

Den så kallade Istanbulkonventionen (Council of Europe Convention on Preventing and Combating Violence against Women and Domestic Violence) är det första juridiskt bindande avtalet om våld mot kvinnor i Europa. Den beskriver att avskaffandet av våld mot kvinnor är nödvändigt för att kunna uppnå jämställdhet. Konventionen upprättades 2011 och Sverige ratificerade den 2014. I artikel 17 uppges att medierna, med hänsyn till yttrandefrihet och oberoende, ska uppmuntras att delta i utvecklingen och genomförandet av politiken. Medierna ska också ta fram riktlinjer för självreglering för att förebygga våld mot kvinnor och stärka respekten för kvinnor.

INTERNATIONELLA INITIATIV

Det finns flera projekt för att öka kvinnors deltagande i medierna och på redaktionerna.

- Det internationella branschorganet WAN/IFRA (World Association of News Publishers) driver sedan många år ett projekt, Women in the News (WIN) i syfte att öka andelen kvinnor i beslutsfattande positioner i mediebranschen.
- The International Association of Women in Radio and Television (IAWRT) är ett nätverk för forskare och journalister inom radio och tv-området. Organisationen har medlemmar 145 länder och arbetar med kvinnliga journalisters villkor och säkerhet, samt mediebildens av kvinnor i journalistiken. www.iawrt.org/
- Internationella journalistfederationen (IFJ) har jämställdhet som ett av sina huvudområden och driver frågor om arbetsvillkor och säkerhet. www.ifj.org/what/gender-equality
- Förutom olika branschorganisationer finns också nätverk på universiteten. UNESCO:s UniTWIN Network on Gender, Media and ICTs är ett universitetsnätverk som publicerar olika rapporter, bland annat med förslag på undervisningsmoduler och kartläggning av policydokument inom området. www.unitwin.net/
- Organisationen för säkerhet och samverkan i Europa, OSCE, har ett pågående projekt som särskilt syftar till att förbättra kvinnliga journalisters arbetsvillkor som en del i demokratiarbetet, kallat Safety of Female Journalists Online eller #SOFJO. 2023 presenterades riktlinjerna *Guidelines for monitoring online violence against female journalists*. www.osce.org/fom/safety-female-journalists-online
- Inom EU har det funnits flera projekt med syfte att snabba på utvecklingen i mediebranschen när det gäller jämställdhet. EU-kommissionen finansierade projektet AGEMI - *Advancing Gender Equality in the Media Industries*, som sedan fick en fortsättning 2022 i *Rewriting the story: Gender, media and politics*. Projektet syftade till att öka kunskapen om könsstereotyper och dela

- erfarenheter bland journalister, mediestudenter, journalistförbund och public service-företag.
- [Medieinstitutet Fojo](#) arbetar brett med jämställdhet kopplat till media och journalistik både i Sverige och internationellt. Ett exempel är forskningsprojektet "Breaking gender barriers" som genomförs i samarbete med African Women in Media (AWiM). Projektet inleddes 2021 för att kartlägga situationen för kvinnliga journalister på den afrikanska kontinenten. Hittills har fyra studier publicerats i serien. I Sverige jobbar Fojo bland annat med att förebygga och motverka hat och hot riktat mot journalister, med särskilt fokus på kvinnor.
 - När det gäller jämställt innehåll har brittiska BBC:s projekt 50:50 Equality Project haft stora framgångar. Det började 2017 i London med att en redaktion satte upp ett frivilligt mål om att ha balanserad medverkan av kvinnor och män och uppmanade andra redaktioner att göra likadant. Numera ingår 760 team som räknar kvinnor och män i sin programverksamhet, varav en del också granskar etnicitet och funktionsvariation i utbudet. I utvärderingen för 2024 framgår det att ungefär hälften av de 470 redaktionerna som deltog hade 50 procent kvinnor som medverkande. Även ett 50-tal organisationer utanför Storbritannien använder metoden, bland annat EBU (samarbetsorgan för europeiska public serviceföretag).
 - Sedan 2017 lanserar Free Press Unlimited årligen kampanjen Media4Women i samarbete med över 50 partnerorganisationer världen över. Kampanjen syftar till att belysa och åtgärda könsdiskriminering inom medier genom att:
 - Öka synligheten för kvinnor i media
 - Främja en mer inkluderande och rättvis medieproduktion
 - Utbilda och stärka kvinnor inom journalistik och medier
 - International Women's Media Foundation (IWMF) arbetar med att bevaka kvinnliga journalisters villkor. Organisationen publicerade 2011 Global Report on the Status of Women in the News Media, en kartläggning av jämställdhetsläget på drygt 500 redaktioner världen över. IWMF:s hemsida är också värdepunkt för rapporterna *The Missing Perspectives of Women in the News* och *The Missing Perspectives of Women in the Covid-19 News* från 2020. www.iwmf.org

FÖR DIG SOM VILL VETA MERA

Här kan du läsa mer om de första kvinnorna inom svensk journalistik, nya mediesatsningar och redaktionella strukturer, ägande och styrning inom mediebolagen. Om du blir inspirerad att själv undersöka jämställdheten i din mediekanal så hittar du även en steg-för-steg-guide om hur du kan gå tillväga, samt en lång lista med matnyttiga och spännande publikationer.

FÖRÄNDRINGAR I MEDIELANDSKAPET

Svensk nyhetskonsumtion förskjuts alltmer från traditionella medier till digitala plattformar och reklamintäkterna för medierna går i ökande grad till plattformsägarna. Andelen som prenumererar på en papperstidning fortsätter att minska samtidigt som de digitala prenumerationerna ökar. Den svenska tv- och radiomarknaden har sedan länge dominerats av ett fåtal ägare. Tillgången till lokala nyheter fortsätter att minska då många mindre tidningar har lagts ner eller köpts upp av större mediebolag för att överleva den ökande konkurrensen. Branschens kris har därmed lett till ett demokratiskt underskott, då 72 kommuner i dagsläget helt saknar redaktionell närvaro på orten (Kommundatabasen, 2025).

Vid sidan av traditionella nyhetsmedier konsumeras många nyheter via sociala medier. Facebook, som var den mest använda sociala nätverkstjänsten i Sverige år 2023, var också den tjänst från vilken flest tog del av nyheter. 25 procent av befolkningen 9 till 85 år tog del av nyheter via Facebook en genomsnittlig dag 2023. 19 procent uppgav att de tog del av nyheter genom Instagram och 10 procent svarade att de fick nyheter via Tiktok, medan 8 procent uppgav att de tagit del av nyheter via X (före detta Twitter) och 4 procent via Snapchat (Facht och Falk, 2025).

Det är dock stor skillnad mellan generationerna i valet av plattform för nyhetskonsumtion. Den yngre generationen använder främst Tiktok (48 procent), YouTube (44 procent) och Instagram (39 procent) för att få tillgång till nyheter. Den äldre generationen tittar framför allt på SVT (87 procent) och lyssnar på Sveriges Radio (47 procent) för att ta del av nyheter.

Nya mediesatsningar

Journalisten och krigskorrespondenten Magda Gad lanserade hösten 2025 sin egen medieplattform, uppkallad efter sig själv. GAD World ska finansieras av prenumerationer, och fokusera på krigsrapportering,

klimatkrisen, mänskliga rättigheter och civilas perspektiv i väpnade konflikter. Satsningen vänder sig främst till unga och personer som inte tar del av det traditionella nyhetsflödet.

Ytterligare en mediesatsning riktad mot unga kvinnor som undviker nyheter är Hint. Hints grundare är Irena Pozar, tidigare chefredaktör för Veckorevyn, Carl Grape och Frida Olheden. Tjänsten erbjuder ett dagligt nyhetsbrev med nyheter, lättsamma inslag och shoppingtips, anpassat för mejl, WhatsApp och Instagram. Målet är att göra nyhetskonsumtion tillgänglig, relevant och rolig utan att driva trafik till en traditionell sajt. Liknande satsningar med nyheter förpackade i personifierade nyhetsbrev, som Morning Brew och The Skimm, har vuxit sig stora i USA.

Även en ny lokaltidning har sett dagens ljus under 2025. Skånes Folkblad är en digital dagstidning, som även utkommer i pappersformat månadsvis. Tidningen beskrivs som progressiv med en oberoende socialdemokratisk ledarsida. Bakom satsningen står folkrörelseägda initiativ i Skåne som vill bredda mediemångfalden lokalt.

En ny medieplattform för opinionsjournalistik är 100%, grundad av it-entreprenören och youtubern Henrik Jönsson. Plattformen har en tydlig höger-/marknadsliberal/konservativ agenda och granskar i huvudsak politik, integration, ekonomi, kultur utifrån perspektiv som grundaren menar ofta utelämnas i traditionell media. 100% får inte presstöd, utan finansieras genom frivilliga medlemskap, annonsering och donationer.

2023 lanserades onlinetidningen Magasinet Konkret. Det partipolitiskt obundna magasinet levererar sex dagar i veckan journalistik med fokus på mediekritik, faktagranskning samt politisk satir.

Nättidskriften Kvartal har visserligen funnits sedan 2016, men går mot strömmen i mediasverige genom att växa istället för att skala ned. Kvartal uppger att de kommer att ha runt 25 anställda i slutet av 2025, varav 15 på redaktionen. Tidskriften har en samhällsjournalistisk inriktning som utgörs av lika delar text- och poddmaterial.

Vänsterideologiska och feministiska medier

Socialistiska Flamman och kommunistiska Proletären har fått fler prenumaranter på senare år. Den feministiska nyhetstjänsten Fempers

Nyheter kommer däremot att läggas ned vid årsskiftet 2025/2026. Enligt egen utsago beror beslutet framförallt på det nya mediestödet, som prioriterar lokal och regional nyhetsförmedling samt kräver vissa volymer. Femperspodden kommer dock att leva kvar, framledes under arbetsnamnet Fem Talk.

Det gröna vänstermediet Dagens ETC är fortsatt de enda som i sin papperstidning offentligt publicerar könsuppdelad statistik över sitt innehåll.

Högernationalistiska och högerextrema medier

Under de senaste åren har digitala medier med nationalistisk eller högerextrem inriktning vuxit i betydelse, vilket speglar en mer polariserad samhällsdebatt (Expo, 2022). En central del av dessa mediers profil är en återkommande och systematisk kritik mot etablerade nyhetsmedier, ofta med syfte att undergräva deras trovärdighet.

Flera av dessa så kallade alternativa medier får presstöd och en del är sedan 2020 också anslutna till det medieetiska systemet (Nyheter Idag, Nya Tider, Samtiden och Swebbtv). Enligt Stiftelsen Expo fungerar dessa medier både som propagandakanaler för rasideologiska miljöer och som inkomstkällor genom prenumerationer, annonser och statliga bidrag. Den enda nyhetssajten som lyckats bygga en framgångsrik affär utan presstöd är Fria Tider (Expo, 2025). Expo har sedan länge pekat på att de nationalistiska ideologierna i Europa bygger på traditionella könsroller (Expo & Kvinna till Kvinna, 2014). Dessa alternativa medier kan därför väntas förstärka ojämställda strukturer.

Ovan nämnda medier ingår inte i underlaget för GMMP då de inte finns med i den upplagestatistik som urvalet bygger på.

GLASTAKET BESTÅR I SVENSKA MEDIEBOLAG

G MMP handlar om nyhetsinnehåll, men de redaktionella strukturerna, ägande och styrning påverkar nyhetsarbetet och därmed innehållet. Mediebranschen kan ses som en del av det ojämsställda näringslivet. Både Almi och Allbright har genomfört flera studier över svenskt näringsliv. De pekar på att andelen kvinnor i vissa avseenden ökar, men studierna visar samtidigt att det går långsamt eller till och med tillbaka.

Nordicom har granskat andelen kvinnor och män i svenska styrelser och ledningsgrupper inom dagstidningsbranschen 2012, 2018 och 2024 och ser liten förändring över tid. Det har skett en koncentration av företagsstrukturen i dagstidningsbranschen på senare år. Antalet tidningstitlar är relativt oförändrat mellan 2012 och 2024, men antalet företag som publicerar dem minskade från 49 till 33. I underlaget ingår betalda dagstidningar men även ett par nyhetstjänster online som helt eller delvis tar betalt för sitt material och har regelbunden uppdatering. Trots det visar studien på en positiv trend. Andelen kvinnor i styrelserna har ökat från 24 procent till 33 procent. Andel kvinnor som är styrelseordförande (5) har också ökat så att de utgör en femtedel av de styrelser som har en ordförande. Den manliga dominansen på ordförandeposten är i linje med hur det ser ut på börsen och i svenskt näringsliv i övrigt. Andelen kvinnor på VD-posten i dagstidningsföretag har också ändrats marginellt mellan 2012, 2018 och 2024.

Även om genomgången visar att kvinnor i styrelser och på VD-poster har blivit fler sedan början av 2010-talet är det långt kvar till en jämställd bransch.

Trots att andelen kvinnor med styrelseuppdrag har ökat, saknar upp emot en fjärdedel av alla dagstidningsföretag helt kvinnor i styrelserna. 2012 saknades kvinnor i 23 procent av bolagsstyrelserna, 2018 saknade 24 procent av dagstidningsföretagen kvinnor i styrelsen. 2024 förbättrades läget något då bara 21 procent av styrelserna saknade

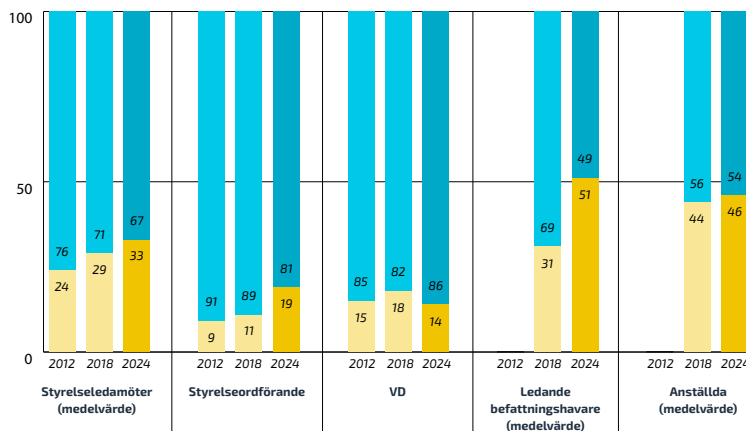
kvinnor, och av de företag som inte hade någon kvinna i styrelsen bestod alla utom en av styrelserna av endast en ledamot. Andelen styrelser (i små bolag) med enbart en ledamot ökade 2024 jämfört med tidigare år då mätningen gjorts.

Nordicom har även granskat könsrepresentationen 2018 och 2024 i tio respektive 13 svenska radio- och tv-bolag. Etermedierna har genomgående högre andel kvinnor i ledningen, men det är framför allt public service-bolagens styrelseledamöter och VD:ar som drar upp andelen kvinnor. Fem av nio VD:ar var kvinnor 2018 (TV4 och CMore hade samma VD), tre av tio 2024 (samtliga i public service-företag). Totalt var 35 procent av styrelseledamöterna kvinnor 2018 och 25 procent 2024. Framför allt syns förändringen för att många kommersiella mindre radiobolag ingår i underlaget och styrelseledamöterna i de flesta fall var enbart män. I åtta av tio styrelser var ordförande en man, vilket var en minskning från 2018 då nio av tio var män.

Kommentar

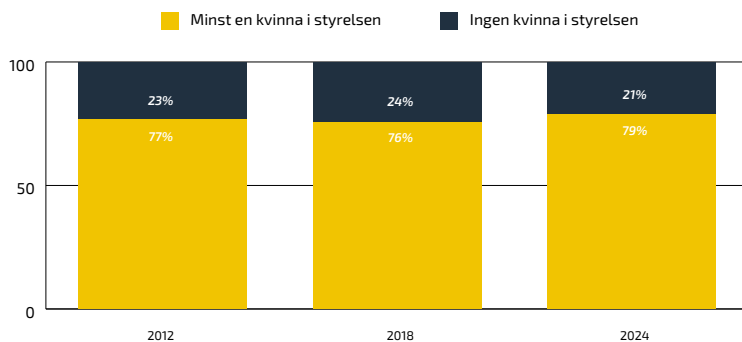
Datainsamlingen och bearbetningen är gjord av Ulrika Facht på Nordicom och materialet är hämtat ur årsredovisningar från framför allt Bolagsverket och Retriever Business. Informationen gäller data på balansdagen (för en klar majoritet av företagen 2024-12-31, 2018-12-31 och 2012-12-31). Företagen som ingår i underlaget har handplockats efter bedömning av var respektive företags operativa verksamhet ligger. I underlaget ingår både stora och små företag. Storleken på styrelser varierar även mellan företag av jämförbar storlek, därför räknas medelvärde.

Figur 11. Styrelsesammansättning och VD i dagstidningsföretag 2012, 2018 och 2024 (procent)



Källa: Årsredovisningar. Räknat på totalt 2012: maximalt 49 företag; 2018: maximalt 35; 2024: maximalt 33 företag. Alla företag har inte styrelseordförande, vd eller redovisar inte fördelningen av anställda eller ledande befattningshavare; för N-tal se tabell 3.

Figur 12. Dagstidningsföretag med minst en kvinna i styrelsen 2012, 2018 och 2024 (procent)



Källa: Årsredovisningar. Räknat på totalt 2012: 49 företag; 2018: 35 företag; 2024: 33 företag (sex styrelser har enbart en ledamot).

Tabell 4. Andel kvinnor och män i dagstidningsföretagens styrelser och ledning 2024, 2018 och 2012 (procent)

	År	Kvinnor (%)	Män (%)	N-tal
Styrelseledamöter (medelvärde)	2024	33	67	145
	2018	29	71	147
	2012	24	76	315
Styrelseordförande	2024	19	81	26
	2018	11	89	35
	2012	9	91	47
VD	2024	14	86	29
	2018	18	82	34
	2012	15	85	48
Ledande befattnings- havare (medelvärde)	2024	51	49	–*
	2018	31	69	–
	2012	–	–	–
Anställda (medelvärde)	2024	46	54	3 735
	2018	44	56	2 853
	2012	–	–	–

Anm: * Uppgifter finns för 12 företag 2024.

Källa: Årsredovisningar. Räknat på totalt 49 företag 2012; 35 företag 2018; samt 33 företag 2024. Alla företag har inte styrelseordförande, vd eller redovisar inte fördelningen av anställda eller ledande befattningshavare; för N-tal se tabell 3.

SÅ ANVÄNDER DU GEM-INDEXET

Gender and Media-indexet (GEM-I) är baserat på kodningsschemat för GMMP. Indexet består av sex indikatorer gällande kvinnors och mäns närvaro, ämnen och roller i nyheterna. Det är ett enkelt och rubust mått som kan användas av exempelvis forskare, studenter, redaktioner och civilsamhället för att få en indikation på den aktuella statusen för jämställdheten i nyheterna

- **STEG 1.** Räkna antal kvinnor och män i nyheterna, som (1) nyhetssubjekt; (2) reportrar; (3) nyhetssubjekt inom ekonomi- och affärsnyheter; (4) nyhetssubjekt inom nyheter om politik och förvaltning; (5) talespersoner; och (6) experter. (RÄKNA)
- **STEG 2.** Räkna ut andelen kvinnor och män för varje indikator. (%)
- **STEG 3.** Summera andelen kvinnor respektive män för samtliga indikatorer. (SUMMA %)
- **STEG 4.** Räkna ut den genomsnittliga andelen kvinnor respektive män genom att dividera summan med sex. (GENOMSNITT %)
- **STEG 5.** Räkna ut ditt GEM-I-resultat genom att dra av männens genomsnitt från kvinnornas genomsnitt. (GENOMSNITT % kvinnor – GENOMSNITT % män). Det slutgiltiga GEM-I kan ligga mellan -100 (alla män) och + 100 (alla kvinnor). Noll (0) motsvarar jämställdhet i relation till samtliga indikatorer.

För mer utförlig beskrivning av indikatorerna, se [kodningsguiderna för GMMP](#).

Tänk på att GEM-I kan användas för alla typer av nyheter i text, radio, tv och online. Det är också möjligt att tillämpa GEM-I genom att bara använda fyra indikatorer (nyhetssubjekt, reportar, talespersoner och experter).

KVINNOR		JÄMSTÄLLDHETS- INDIKATORER	MÄN	
ANTAL	%		ANTAL	%
NÄRVARO				
		1. Nyhetssubjekt		
		2. Reportrar		
ÄMNEN				
		3. Nyhetssubjekt inom ekonomi- och affärsnyheter		
		4. Nyhetssubjekt inom politik och förvaltning		
ROLLER				
		5. Talespersoner		
		6. Experter		
SUMMA % (KVINNOR)			SUMMA % (MÄN)	
GENOMSNIITT % (KVINNOR)		GEM-I (GENOMSNIITT KVINNOR - GENOMSNIITT MÄN)	GENOMSNIITT % (MÄN)	

SAMMANFATTNING AV KODNINGSPRINCIPER OCH DEFINITIONER FRÅN GMMP:S KODNINGSGUIDE (2015/2020/2025):

Bestäm urval, det vill säga vilka typer av nyhetsmedier och kanaler, samt vilken tidsperiod du vill studera. GMMP inkluderar en rad olika nyhetsmedier som publiceras under en och samma dag i varje deltagarland, men du kan välja att granska till exempel en längre period eller bara en nyhetskälla.

1 VAD SOM KODAS

Tidningar: Koda 12-14 nyheter i huvuddelen av varje tidning. Börja med att koda alla nyheter på förstasidan. Om en nyhet fortsätter inne i tidningen så kodas hela nyheten. Fortsätt sedan till nästa stora nyhetssida. Bildnyheter, inklusive rubrik, bildtext eller kortare text, kodas som en vanlig artikel.

Koda inte: Ledarsidor, kommentarer, krönikor eller insändare. I vissa tidningar finns innehållsförteckningar, dessa ska ej kodas. Inte heller tecknade serier eller skämtsidor.

Radio och TV: Koda alla nyheter i sändningen, inklusive politik, lokala nyheter, internationella nyheter, utbildning, hälsa, affärsnyheter, nöje, osv. Sport- och vädernyheter kodas bara om de ingår i nyhetssändningen.

Koda inte: Intron och huvudrubriker; vissa nyhetssändningar inleds med en sammanfattning av de största nyheterna, denna ska ej kodas. Koda inte heller fördjupningar som inte ingår i nyhetssändningen, rullande text-nyheter eller reklamavbrott.

Onlinenyheter: Koda 12-14 nyheter på sajten. En nyhetssajt är vanligen uppbyggd i flera lager, det vill säga puffarna på förstasidan som utgör det första lagret, länkar till nyheterna som utgör det andra lagret, osv. Ibland finns länkar till ytterligare material, som relaterade nyheter, ljud- eller videoklipp, från det andra lagret till ett tredje. Koda inte längre än det tredje lagret.

Koda inte: Ledare, kommentarer, krönikor eller lyssnar- och tittarinlägg, innehållsförteckningar, tecknade serier och skämt, väderrapporter, annonser och youtubevideos.

OBS! Nyheter om klimat och väder ska dock kodas.

2 SÅ KODAR DU NÄRVARO

Närvaron av kvinnor och män i nyheterna mäts genom två indikatorer: personer som syns och hörs i nyheterna samt reportrar.

NYHETSSUBJEKT: Koda personen som nyheten handlar om, även om personen ifråga inte är intervjuad eller citerad, samt övriga intervjuade personer i nyheten.

I tidningar: Koda alla personer som är citerade, direkt eller indirekt. En person räknas som direktciterad om hens egna ord trycks i nyheten. En person räknas som indirekt citerad om hens ord är omskrivna eller sammanfattade.

I radio och TV: Koda varje person som nyheten handlar om och/eller kommer till tals i inslaget. Kodade personer kan både befinna sig i och utanför studion. Koda enskilda individer.

Koda inte: Grupper, organisationer, företag, kollektiv, partier, karaktärer i berättelser eller filmer (förutsatt att nyheten inte handlar om en viss karaktär), döda historiska personer (förutsatt att nyheten inte handlar om en död historisk person), människor som nämns i förbigående (förutsatt att nyheten inte handlar om den som nämns), samt översättare.

REPORTRAR: Koda varje reporter som namnges vid varje enskild tidningsnyhet.

Koda inte: Ej namngivna journalister (tex "vår reporter" eller "vår korrespondent") eller nyhetsbyråer.

I radion och TV: Koda varje reporter. Inkludera även reportrar som inte syns, men som medverkar i t.ex. voice-overs.

Koda inte: Nyhetsankare och presentatörer.

3 SÅ KODAR DU ÄMNET

Hur kvinnor och män representeras i nyheter om politik och förvaltning, respektive ekonomi- och affärsnyheter, mäts genom att granska personer som får komma till tals i dessa nyheter.

NYHETSSUBJEKT I POLITIK OCH FÖRVALTNING: Koda alla personer som förekommer i nyheter om politik och förvaltning, inklusive lokala, regionala och nationella överenskommelser, inrikespolitik, utrikespolitik, val, tal, politiska processer, kvinnliga politiker och kandidater, globala partnerskap, internationella relationer, försvar, säkerhet och fredsförhandlingar.

NYHETSSUBJEKT I EKONOMI- OCH AFFÄRSNYHETER: Koda alla personer som förekommer i nyheter om ekonomi- och affärsnyheter, inklusive handlingsplaner, strategier, moduler, indikatorer, börsnyheter, skatter, kriser, statliga uppköp, företagsövertaganden, fusioner, välfärdsfrågor, fattigdom, bostadsmarknad, arbetsmarknad, hem- och hushållsarbete, strejker, fackförbund, förhandlingar, landrättigheter, konsumentfrågor och infrastruktur.

4 SÅ KODAR DU ROLLER

Roller refererar till vilken funktion kvinnor och män har i nyheterna och mäts med två indikatorer; talesperson och expert.

TALESPERSON: Koda alla individer i nyheten som har en roll som talesperson. En talesperson representerar en grupp eller organisation, eller talar för någon annan.

EXPERT: Koda alla individer i nyheten som har en roll som expert eller kommentator. Detta är en person som tillför ytterligare information, åsikter eller kommentarer, baserade på sakkunskaper.

SVENSK JOURNALISTIK

I BACKSPEGELN

För drygt hundra år sedan fick kvinnor rösträtt i Sverige. Då fanns bara ett fåtal kvinnor på landets redaktioner. Numera är kvinnliga journalister i majoritet.

När Publicistklubben (PK) grundades i Stockholm 1874 fungerade den främst som mötesplats för de manliga journalisterna vid Stockholmstidningarna, men med tiden har PK blivit en samlingsplats för debatt och yrkesfrågor för hela Mediesverige. 1901 bildades Svenska Journalistförbundet (SJF) för att öka statusen för landets journalistkår. Förbundet hade vid starten två kvinnliga medlemmar (Djerf-Pierre, 2003).

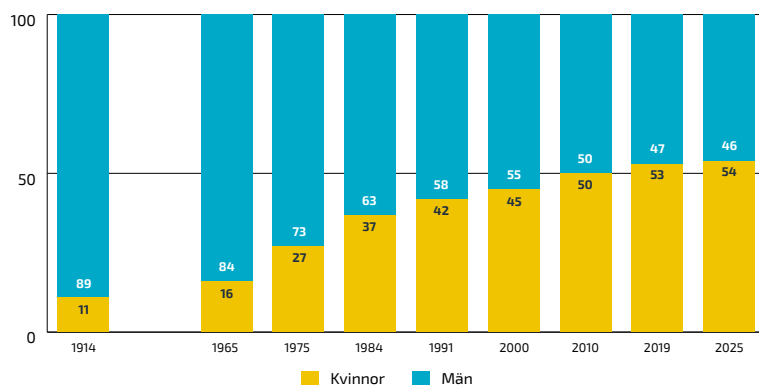
I början av 1900-talet utvecklades en stark partipress. Samtliga partier i alla större svenska städer drev egna tidningar, medan Radiotjänst sände allmännyttig information nationellt. Det var inom den borgerliga Stockholmspressen som de första kvinnliga journalisterna gjorde sitt intåg på redaktionerna. På 1910-talet bildade de gruppen Ligan för att stötta varandra och förbättra kvinnors villkor i en mansdominerad bransch (Djerf-Pierre, 2003). Den manlige murvelns kvinnliga motsvarighet kallades vid tiden för pennskaft, med Ester Blenda Nordström och Elin Wägner som de kanske mest kända företrädarna (Stål, 2003).

Under de båda världskrigen blev utrikespolitiken allt viktigare och journalistikens status växte. Kvinnorna fick dock nöja sig med att rapportera om familje-, hushålls- och konsumentfrågor. Då de ofta var mer välutbildade än sina manliga kollegor kunde de också få översätta utrikesnyheter (Djerf-Pierre, 2007).

Utbildningskraven växte och 1959 startades Journalistinstitutet av PK, SJF och Tidningsutgivarna. 1962 tog staten över ansvaret för utbildningen. På så sätt professionaliserades och feminiserades yrket, då kvinnorna släpptes in i branschen via universiteten. På 1970-talet drev kvinnor på Aftonbladet, DN och GT kampen om lika villkor. Rapporten Dokumentet om alkohol- och "tafsarkulturen" på

Aftonbladet ledde till en kvinnoredaktion. På DN agerade en grupp kvinnor (i pressen kallade Kvinnomaffian) för rättvisa löner och lika möjligheter till avancemang, och på GT fanns Hönsamaros, kvinnor som stred för jämställda löner och arbetsförhållanden. Båda strider gav resultat. 1979 kom rapporten *Sakligt, opartiskt, jämställt?* från Sveriges Radio.

Figur 10. Andelen kvinnor och män bland journalister i Sverige 1914-2025 (procent)



Källor: Djerf- Pierre (2003) och statistik från Journalistförbundet.

Mot slutet av 1980-talet kommersialiserades medielandskapet när det blev möjligt att distribuera tv via kabel och satellit. Hushållen fick också tillgång till reklamfinansierad radio och tv (Myndigheten för press, radio och tv, 2021). I kulturdebatten talades det om bakslag för feminismen och mediernas ansvar för skadliga kroppsideal. Den tredje vågens feminism nådde Sverige. Den feministiska tidskriften *Bang*, uppkallad efter journalisten Barbro "Bang" Alving, grundades 1991. Journalisten Nina Björks bok *Under det rosa täcket* kom 1996, följt av Allt är Möjligts *Handbok i mediekritik* 1998 och antologin *Fittstim* 1999, skriven av unga journalister och kulturarbetare.

I början av 2000-talet inleddes ett samarbete mellan Göteborgs

universitet och tidningsbranschen, kallat *Publicistiskt bokslut*. Fokus låg bland annat på granskning av nyhetsinnehåll utifrån vem som kom till tals. Från början deltog 36 tidningar, men intresset klingade snabbt av. Projektet ledde ändå till att flera redaktioner implementerade egna rutiner för att bredda innehåll och representation. *Publicistiskt bokslut 2001* visade på 72 procent män i nyheterna (Andersson Odén, 2002).

Digitaliseringen av medierna under 2000-talet har medfört att mediehusen har behövt utveckla nya affärsmodeller för att överleva. Det har samtidigt skett en maktförskjutning från traditionella medier till nya arenor, som i vissa fall ägs av digitala aktörer utan publicistiska anspråk (SOU 2016:30). Näthat mot journalister har ökat över tid och framför allt kvinnliga journalister utsätts för grova sexualiserade hot (SOU 2020:56; Bladini, 2017). Vissa ämnen väcker mer hat än andra, som jämställdhet och feminism (Löfgren Nilsson, 2019; Bladini, 2017).

Fler kvinnor på golvet

Idag utgör kvinnor 54 procent av Journalistförbundets medlemmar (se figur 10). På ledande positioner på redaktionerna råder det könsbalans, men fortfarande är männen i majoriteten i bolagsstyrelser och innehar de flesta ordförande- och vd-posterna (se även avsnittet Glastaket består, sida 67).

2025 ser vi att genusperspektivet har blivit alltmer ifrågasatt både globalt och i Sverige, även på mer allmän nyhetsplats. Många journalister lever i ett prekariat med tillfälliga anställningar där kvinnliga journalister också upplever sig vara mer utsatta (Melin & Wiik, 2024).

Journalistiken har också börjat uppmärksamma de små grupper av män eller ensamma män (Incels) som uttrycker tydliga misogyniska åsikter. De så kallade näthatarna har granskats av svenska medier, bland annat av frilansjournalisten My Vingren i dokumentären *Hacking Hate* (SVT, 2025) som kartlagt hur värvningen till dessa grupper går till.

LÄSTIPS & REFERENSER

- Abrahamsson, Ulla B (1990). *Hälften vunnet? Sveriges Radios jämställdhetsarbete under 10 år och avstamp inför 90-talet*. Aftonbladets kvinnliga journalister (1979). *Dokumentet - och vad hände sen?* Stockholm: Rabén & Sjögren.
- Almi (2025). *Svårt för små och medelstora bolag att agera jämställt vid val av styrelse och vd*. Styrelsekartläggningen 2025.
- AllBright (2024). *Kvinnorna spurtar mot målet*. AllBrightrapporten 2024.
- Amnesty (2025). *Online violence*. https://www.amnesty.org/en/what-we-do/technology/online-violence/?utm_source=chatgpt.com
- Andersson Oden, Tomas (2002). *2001 års publicistiska bokslut. En rapport om 36 tidningars bokstäver och siffror*. JMG arbetsrapport nr 3. Göteborgs universitet.
- Björkenfeldt, Oscar (2020). *Hate and Threats Against Journalists: Consequences for Freedom of Speech and Democracy*. (Konferensbidrag).
- Bladini, Moa (2021) *Silenced Voices Online: Violence Targeting Women as a Threat to Democracy*.
- Bladini, Moa (2017). *Hat och hot på nätet: En kartläggning av den rättsliga regleringen i Norden från ett jämställdhetsperspektiv*. Göteborg: NIKK.
- Bremmer, Fatima (2017). *Ett jävla solsken: en biografi om Ester Blenda Nordström*. Forum.
- Bremmer, Fatima (2025). *Ligan : Klarakvarterens blodsyster eller "En märklig explosion av kvinnlig intelligens"*. Forum.
- Briggs, Gardner, Ryan (2023). *Competence-Questioning Communication and Gender: Exploring Mansplaining, Ignoring, and Interruption Behaviors*. Journal of Business and Psychology.
- Bromander, Tobias (2012). *Politiska skandaler! Behandlas kvinnor och män olika i massmedia?* Avhandling. Linnéuniversitetet.
- Brottsförebyggande rådet (Brå) (2024). *Brott i nära relation*.
- Callamard, Agnes (2006). *Gender-based Censorship and the News Media*. www.article19.org/pdfs/publications/gender-women-s-day-paper-2006.pdf

- Carlsson, Ulla (red.) (1993). *Nordisk forskning om kvinnor och medier*. Nordicom.
- Dahlerup, D (2006). *Women, Quotas and Politics*.
- Djerf-Pierre, Monika & Edström, Maria (2024). *Kön, genus och jämställdhet i journalistiken*. I Handbok i journalistikforskning. Tredje upplagen. Studentlitteratur.
- Djerf-Pierre, Monika & Maria Edström (red). (2020). *Comparing Gender and Media Equality Across the Globe. A Cross-National Study of the Qualities, Causes, and Consequences of Gender Equality In and Through the News Media*. Nordicom.
- Djerf-Pierre, Monika (2011). *The Difference Engine. Gender equality, journalism and the good society*. Feminist Media Studies. 11:1, s 43-51.
- Djerf-Pierre, Monika (2007). *Medieeliten*. I Göransson, Anita (red) *Maktens kön: kvinnor och män i den svenska makteliten på 2000-talet*. Nora: Bokförlaget Nya Doxa
- Djerf Pierre (2007). *The Gender of Journalism. The Structure and Logic of the Field in the Twentieth Century*. Nordicom Review, Jubilee issue.
- Djerf-Pierre, Monika (2003). *Journalistikens kön. Fältets struktur och logik under 1900-talet*. Kvinnovetenskaplig Tidskrift 2003(24):2.
- Djerf-Pierre, Monika (2003). *Journalistikens kön. Fältets struktur och logik under 1900-talet*. Kvinnovetenskaplig tidskrift, 2003:2, sid 29–52.
- Domellöf-Wik, Maria & Tornbrant, Hanna (2021). *Tidningsliv : Tio kvinnor som förändrade Göteborgs-Posten*. Stampen AB.
- Doss, Diana (2019). *SVT Nyheter Västerbotten: En fallstudie av mediekonvergensens påverkan på jämställdhetsarbete*. Kandidatuppsats, Digital produktion. Umeå universitet.
- EBU (2020a). *Gender equality and PSM. EBU's media intelligence service*.
- EBU (2020b). *Reimagining Sport. Pathways to gender-balanced media coverage*.
- EBU (2019). *All things being equal. Gender equality guidelines from public service media*.
- Edström, Maria & Djerf-Pierre, Monika (2024). *Kön, genus och jämställdhet i journalistiken*. I Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper (red.) *Handbok i journalistikforskning*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur.

- Edström, Maria & Svensson, Eva-Maria (2023). *Promoting Gender Equality in Media Content: A Limitation or Extension of Freedom of Expression? The Handbook on Gender, Communication, and Women's Rights* by Margaret Gallagher & Aimee Vega Monitel (red.), s. 195-212.
- Edström, Maria & Jacobsson, Josefine (2021). *Räkna med kvinnor 2020*. Global Media Monitoring Project Nationell rapport Sverige. JMG. Arbetsrapport 87. <http://hdl.handle.net/2077/69345>.
- Edström, Maria & Jacobsson, Josefine (2015). *Räkna med kvinnor 2015*. Global Media Monitoring Project Nationell rapport Sverige. JMG Arbetsrapport 73. <http://hdl.handle.net/2077/41569>.
- Edström, Maria & Mølster, Ragnhild (red.) (2014). *Making Change. Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media*. Nordicom.
- Edström, Maria (2010). 'Utan jämställdhet ingen yttrandefrihet' i *Journalistisk kvalitet? En antologi om hot och möjligheter när medievärlden förändras av Torbjörn von Krogh*. Institutet för Mediestudier.
- Edström, Maria & Nordberg, Karin (2007). 'Medierummets eliter' i *Maktens kön av Anita Göransson* (red.). Nya Doxa.
- Europarådet/Council of Europe (2019). *Recommendation CM/Rec(2019)1 of the Committee of Ministers to Member States on Preventing and Combating Sexism*.
- Europarådet/Council of Europe (2017). *Journalists under pressure: Unwarranted interference, fear and self-censorship in Europe*.
- Europarådet/Council of Europe (2013). *Recommendation CM/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers to Member States on Gender Equality and the Media*.
- European Institute for Gender Equality (EIGE) (2025). *Beijing platform for Action+30. Impact Driver. Marking Milestones and Opportunities for gender equalities in the EU*.
- European Institute for Gender Equality (EIGE) (2013). *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media: Advancing gender equality in decision-making in media organisations*. Luxembourg: Publications office of the European Union.
- European Union (2013). 'Advancing Women's Roles as Decision-Makers in the Media' Council of European Union.

- Expo (2025). *Svensk rasideologisk miljö 2024. Normaliserade idéer. Extrema metoder.*
- Expo (2022). *Alternativmedier ökar pressen på SD.*
- Expo/Kvinna till Kvinna (2014). *Folk, familj och fosterland – Nationalismens konsekvenser för jämställdhet.*
- Facht, Ulrika & Falk, Elisabeth (2025). *MedieSverige 2025.* Nordicom.
- Fernquist, Johan mfl (2020). *Det digitala hatets karaktär. En studie av hat mot kvinnor och män i utsatta yrkesgrupper.* FOI:s forskningsrapport Memo 7429.
- Fernquist, Kaati, Pelzer, Lindberg, Akrami, Cohen, Pollack Sarnecki (2020). *Det digitala hatets karaktär: En studie av hat mot kvinnor och män i utsatta yrkesgrupper.* FOI Memo 7429. Stockholm: Totalförsvarets forskningsinstitut.
- FN (1995). *Beijing Declaration and Platform for Action. In Report of the 4th World Conference on Women, Beijing, 4-15 September 1995.* (A/CONF.177/20/Rev.1). <https://digitallibrary.un.org/record/250039?ln=en>.
- FN (1979). *Convention on the Elimination of Discrimination Against Women (CEDAW)* (A/RES/34/180). <https://digitallibrary.un.org/record/10649?ln=en>.
- Fojo (2019). *Det nya normala: ett hot mot demokratin.*
- Fojo (2019). *Our story.* Årsrapport.
- Fojo (2016). *Fojo Media Institute's Special Report focusing on Threats and On-line Hate against Women Journalists and Gender Equality.*
- Goodman (2020). "Educating Journalism Students on Gender and Inequality." *Journalism & Mass Communication Educator* 75.1: 69-74.
- Hammarlin, Mia-Marie & Jarlbro, Gunilla (2014). *Kvinnor och män i offentlighetens ljus.* Studentlitteratur.
- Hirdman; Anja (2019). 'Kön, källor och ämnen i nyhetsjournalistiken' i *Nyheter allt mer en tolkningsfråga av Michael Karlsson & Lars Truedsson (red.).* Institutionen för mediestudier.
- Hirdman, Anja & Kleberg, Madeleine (red.) (2015). *Mediers känsla för kön.* Feministisk medieforskning. Nordicom.
- Ijaz, Qasam (2025). *Nättrakasserier – hur ska vi orka?* Fojo.
- Istanbulkonventionen (2011). *Europarådets konvention om förebyggande och bekämpning av våld mot kvinnor och av våld i hemmet.* Europarådets fördragsserie – nr 210.

- Jacobson, Maria & Broman Norrby, Anna (2004). *Allt är möjligt: en handbok i mediekritik : tänk kritiskt, diskutera, säg ifrån*. Edition 3., [omarb. och utvidgade] uppl. Allt är Möjligt/Tidskriftverkstan i Malmö.
- Jarlbro, Gunilla (2013). *Genusmedveten journalistik*. Lund. Studentlitteratur.
- Jämställdhetsmyndigheten (2025). *Resultatrapporten 2025 (2025:15): Jämställdhet som strategi för att hantera och förebygga vår tids samhällsutmaningar*.
- Jämställdhetsmyndighetens remissvar på betänkandet Ansvar och oberoende - Public Service i oroliga tider. (SOU 2024:34).
- Jämställdhetsmyndigheten (2021). *Ett sekel av rösträtt och valbarhet. Rapport 2021-1*.
- Khan, Irene (2023). *Promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression (A/78/288)*.
- Khan, Irene (2021). *Gender justice and freedom of expression. Report on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression (A/76/258)*.
- Kassova, Luba (2020). *The missing perspectives of women in Covid-19 news*. Bill & Melinda Gates Foundation.
- Kjeldsen, A. K., Schmeltz, L., & Simonsen, J. V. (2024). *A broken mirror? From representation to presentation of gender in Scandinavian news media*. Nordic Journal of Media Studies, 6(1), 81–109.
- Kommundatabasen (2025). Institutet för mediestudier. <https://kommundatabas.mediestudier.se/>
- Kvinna till Kvinna (2015). *Handbook Gender & Conflict Sensitive Journalism*.
- Kvinna till Kvinna/Pernilla Ahlsén (2013). *Peace journalism – How media reporting affects war and conflicts*.
- Ledman, Anna-Lill (2012). *Att representera och representeras. Samiska kvinnor i svensk och samisk press. 1966-2006*. Avhandling. Umeå universitet.
- Lippe, Berit von der & Ottosen, Rune (red.) (2016). *Gendering war and peace reporting: some insights - some missing links*. Nordicom.
- Lodalen Mia & Bratt, Anna-Klara (2007). *Könsbalans – så jobbar du jämställt*. DN förlag.

- Lundgren, Kristina & Ney, Birgitta (red.) (2000). *Tidningskvinnor 1690-1960*. Studentlitteratur.
- Löfgren Nilsson, Monica (2019). *Journalistpanelen 2019*. Göteborg: SOM-institutet och institutionen för journalistik medier och kommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet.
- Löfgren Nilsson, Monica (2004). 'Könsmärkning i SVT:s nyheter 1958-2003'. Nordicom Information 4/2004.
- Löfgren Nilsson, Monica (1997). *Hon och han i journalistutbildningen - Ett pedagogiskt projekt*. JMG Arbetsrapport nr 68.
- Lönnroth, Ami (red.) (2008). *Empati och engagemang: en kvinnolinje i svensk journalistik*. Tusculum Förlag.
- Macharia, Söderberg-Jacobson, Monir (2024). *Breaking Barriers: A Whole-of-Society Approach to Gender Equality in Media Development*. The Center for International Media Assistance (CIMA).
- Mediekompaniet/Kantar Sifo (2023). *Rättvisaren 2023*. <https://rattvisaren.com/2023/>
- Mediemyndigheten (2025). *Journalisters säkerhet – En kunskapsöversikt*.
- Mediemyndigheten (2024). *Granskningsnämndens bedömning av public service-redovisningarna för 2023*.
- Melin, Margareta & Wiik, Jenny (2024). *Living the liquid life: Gender, precarity, and journalism in the post-#metoo era*. Nordic Journal of Media Studies, E-ISSN 2003-184X, Vol. 6, nr 1, s. 203-220.
- Melin-Higgins, Margareta (2008). *Gendered journalism cultures: strategies and tactics in the fields of journalism in Britain and Sweden*. Avhandling. Göteborgs universitet.
- Nordicom (2024). *Mediebarometern 2024*. Göteborgs universitet.
- Nordicom (2018). *Medieföretagen är männens värld*. Faktablad.
- Nordicom Information (2015). *Tema: Medier och kön, årgång 37, nummer 2*.
- Nordlander, Jenny (2018). *Mellan raderna: en bok om att vara kvinna och journalist*. Natur & Kultur.
- Orgeret, Kristin Skare (red.) (2022). *Insights on peace and conflict reporting*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Ozer (2023). *Women Experts and Gender Bias in Political Media*. Public Opinion Quarterly, Volume 87, Issue 2, Summer 2023, Pages 293–315.

- Padovani, C., Belluati, M., Karadimitriou, A., Horz-Ishak, C., & Baroni, A. (2022). *Gender inequalities in and through the media: Comparing gender inequalities in the media across countries*. I J. Trappel, & T. Tomaz (red.), *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021* (sid. 79–100). Nordicom.
- Regeringen (2024). *Sweden's national report on the implementation of the Beijing Declaration and Platform for Action 2020-2024*. Rapport.
- Regeringen (2024). *Budgetpropositionen för 2025*. Prop. 2024/25:1. Stockholm: Finansdepartementet.
- Roosvall, Anna (2005). *Utrikesjournalistikens antropologi: nationalitet, etnicitet och kön i svenska tidningar*. Avhandling. Stockholms universitet.
- Scoop 2007:1. *Tema: Kvinnor i Machoreservatet*.
- SOU (2015:86). *Makt, mål och myndighet – feministisk politik för ett jämställt samhälle*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- Statens offentliga utredningar (2020). *Det demokratiska samtalet i en digital tid - Så stärker vi motståndskraften mot desinformation, propaganda och näthat* (SOU 2020:56). Stockholm: Kulturdepartementet.
- Statens offentliga utredningar (2016). *Människorna, medierna & marknaden – Medieutredningens forskningsantologi om en demokrati i förändring* (SOU 2016:30). Stockholm: Kulturdepartementet.
- Statistiska centralbyrån (SCB) (2024). *På tal om kvinnor och män. Lathund om jämställdhet 2024*.
- Statistiska centralbyrån (SCB) (2024). *Förtroendevalda i kommuner och regioner 2023. Demokratistatistik 2024:1*.
- Stevens, Enock, Sippy, Bright, Cross, Johansson, Wajcman, Margetts (2024). *Women are less comfortable expressing opinions online than men and report heightened fears for safety: Surveying gender differences in experiences of online harms*. Public Policy Programme, The Alan Turing Institute, London, UK. Oxford Internet Institute, University of Oxford, Oxford, UK.
- Stål, Margareta (2003). *Kvinnorna i det offentliga samtalet. Om hur pennskaften blev reportrar*. Kvinnovetenskaplig Tidskrift 2003(24):2.
- Stål, Margareta (2002). *Signaturen Bansai: Ester Blenda Nordström: pennskaft och reporter i det tidiga 1900-talet*. Avhandling. Göteborgs universitet.

- Sveningsson, Malin, Hansson, Karin & Ganetz, Hillevi (2022). "Något annat än 'vem ska hängas ut nu?': En innehållsanalys av svenska tidningars rapportering före och under upproppen. Maktordningar och motstånd, s. 21-61.
- Sveriges Radio (1979). *Sakligt, opartiskt, jämställt? Slutrapport från Sveriges Radios jämställdhetsprojekt*. Stockholm.
- UNESCO (2019). *Gender, media and ICTs: New approaches for research, education and training*. UNESCO.
- UNESCO (2012). *Gender sensitive indicators for the media. Framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content*. UNESCO.
- Voronova, Liudmila (2014). *Gendering in political journalism: a comparative study of Russia and Sweden*. Avhandling. Örebro universitet.
- WACC (2025). *GMMP 2025 Highlights of Findings: Progress on a Plateau*. Who Makes the News.
- Wadbring, Ingela & Karlsson, Michael (2024). *Det svenska medielandskapet: kampen om opinionsbildningen och journalistiken*. Upplaga 3 Stockholm: Liber.
- Wadbring, Ingela (2003). *Publicistiska bokslut*. Nordicom Information 3/2003.
- WAN-IFRA (2020). *Amplifying women's voices. A gender balance guide for media*. A Women In News (WIN) publikation från WAN-IFRA.
- Zadig, Cecilia & Oleskog Tryggvason, Nora (2014). *Kvinnor och ledarskap i svenska medier*.
- Zuiderveld, Maria (2019). *Battling the "invisible nets": gender in the fields of journalism in sub-Saharan Africa*. Avhandling. Göteborgs universitet.

Hitta mer via kvinnohistoriska samlingarna

KvinnSam vid Göteborgs universitetsbibliotek är ett nationellt bibliotek för genusforskning som har funnits sedan 1958. KvinnSam har utvecklat flera portaler och databaser, bland annat databasen KVINNSAM som är en tvärvetenskaplig litteraturdatabas med cirka 150 000 svenska och utländska genusvetenskapliga referenser ur Göteborgs universitetsbiblioteks bestånd.

<https://kvinnsam.ub.gu.se/>

VI SOM KODAT OCH SAMMANSTÄLLT RÄKNA MED KVINNOR 2025



r 2025 genomfördes GMMP för sjätte gången i Sverige, och uppslutningen var rekordstor. Totalt deltog 34 personer i granskningen av nyhetsmedier ur ett jämställdhetsperspektiv. Bland deltagarna fanns en blandning av aktörer från civilsamhället, studenter, lärare och yrkesverksamma från olika områden. Fyra universitet var representerade: Göteborgs universitet (JMG), Linnéuniversitetet (Fojo), Lunds universitet och Umeå universitet. Tack vare det stora engagemanget kunde fler nyheter kodas än vid tidigare mätningar.

Kodningen samordnades av Agneta Söderberg Jacobson vid Fojo och Maria Edström vid JMG. Årets studie utökades dessutom med deltagare från Lunds och Umeå universitet.

Bland dem som kodade via Fojo fanns Anders Behrmann, Birgitta Bergman, Helena Gailani, Sofie Gullberg, Caroline Hammargren, Annika Hamrud, Maria Holmqvist, Sara Karlen, Anna Norlin, Rebecca Oliver, Jenny Rönngren, Pernilla Severson, Emil Svensson, Agneta Söderberg Jacobson, Maya Verma Alm och Anki Wood.

Full fart på Fojo i Kalmar: Anders Behrmann och Emil Svensson är djupt försjunkna i tankar och koder, medan Sofie Gullberg och Birgitta Bergman njuter av en paus.





Maria Edström (mitten) går igenom kodningsmallen tillsammans med Sara Kardirsson (vänster) och Ulla Sättereie (höger) hos JMG i Göteborg.

Via JMG deltog Maria Edström, Victoria Graf, Evelina Jacobsson, Josefine Jacobsson, Sara Kardirsson, Alice Lindahl, Simone Lindsten, Axel Löfgren, Ane Mestvedthagen, Daniel Mårtensson, Pavel Rodin, Tilde Strömberg Rye och Ulla Sättereie.

Från Lund medverkade Freja Morris och Helena Sandberg, och från Umeå Rebecca Bengtsson, Annika Egan Sjölander och Kerstin Engström.

Redaktörer för Räkna med Kvinnor 2025 är Agneta Söderberg Jacobson, Maria Edström och Josefine Jacobsson. Agneta Söderberg Jacobson har skrivit om nyhetsdagen i Sverige, Maria Edström har analyserat GMMP-datan och Josefine Jacobsson har bland annat ansvarat för enkäter till och intervjuer med mediehus och journalistutbildningar.

Statistiken om mediebolagens struktur är insamlad av Ulrika Facht på Nordicom. Materialet är hämtat ur årsredovisningar från framförallt Bolagsverket och Retriever Business. Data för valideringen av onlinenyheterna har levererats av Max Berggren/Prognosis.

Formgivning och layout har finansierats av Medieinstitutet Fojo. Projektet har genomförts i samverkan mellan Fojo, JMG och Jämställdhetsmyndigheten.