

**ROUZBEH DJALAIE
MIA-MARIE HAMMARLIN
NILS HANSON
JÖRGEN HUITFELDT
BENGT JOHANSSON
CHRISTINA JUTTERSTRÖM
ANNE LAGERCRANTZ
LARS NORD
GUNNAR NYGREN
THERESE ROSENVINGE
OLA SIGVARDSSON
CARINA TENOR
INGELA WADBRING
LARS TRUEDSON (RED)**

13

VASSA
FRÅGOR OM
JOURNALISTIK

– MED SVAR SOM INTE STRYKER MEDHÅRS

13 vassa frågor om journalistik

– med svar som inte stryker medhårs

**Institutet för
mediestudier**



**Institutet för
mediestudier** 

Institutet för mediestudier
Pustegränd 1–3, 118 20 Stockholm
info@mediestudier.se www.mediestudier.se
13 vassa frågor om journalistik

Rouzbeh Djalaie, Mia-Marie Hammarlin, Nils Hanson,
Jörgen Huitfeldt, Bengt Johansson, Christina Jutterström,
Anne Lagercrantz, Lars Nord, Gunnar Nygren, Therese Rosenvinge,
Ola Sigvardsson, Carina Tenor, Ingela Wadbring, Lars Truedson (red)

© Författarna och Institutet för mediestudier
Utgivare: Institutet för mediestudier
Produktion: Kapish produktion, Stockholm 2019
ISBN 978-91-984982-2-6

Om Institutet för Mediestudier

Institutet för Mediestudier ska – med forskningen som verktyg – verka för en välgrundad diskussion i samhället om hur medierna sköter sin grundläggande uppgift: att på medborgarnas uppdrag granska makten och skildra verkligheten. Det sker genom att initiera egen forskning eller sprida kunskap om andras forskning samt genom att vara mötesplats för diskussioner om mediers roll i samhället.

Institutet stöds av en bred krets av samhällsintressen: fack, näringsliv och civilsamhälle som kyrkan och idrottsrörelsen. Institutets forskning finansieras dessutom genom bidrag från bland andra Familjen Erling Perssons stiftelse och Marianne och Marcus Wallenbergs stiftelse.

Innehåll

Varför vinklar journalister så mycket? – om att få publikens uppmärksamhet utan att förvrida verkligheten <i>Lars Truedson</i>	7
Varför driver journalister så ofta sin egen agenda? – om partiska eller oberoende journalister <i>Bengt Johansson</i>	14
Varför har medier så mycket tyckande och så lite rapportering? – om news och views och en professionell reporterroll <i>Lars Nord</i>	24
Varför mörkar medierna så ofta om invandring och brott? – om vad vi vill veta och vad vi behöver veta <i>Jörgen Huitfeldt</i>	32
Varför får jag inte veta vem det handlar om? – om den svåra frågan att publicera namn eller inte <i>Christina Jutterström</i>	44
Varför driver medier så många drev? – om den hetsiga jakten och den nödvändiga granskningen <i>Mia-Marie Hammarlin</i>	53

Varför är nyheter så ofta negativa? – om hur journalistiken kan ge en rättvisande bild av världen <i>Rouzbeh Djalaie</i>	58
Varför är allt i medier så stockholmsfixerat? – om vem och vad som får skildras i medierna <i>Anne Lagercrantz</i>	66
Varför är det alltid något fel i en nyhet när den handlar om något jag verkligen kan? – om kvalitetskontroll och redaktioners ansvar för att göra rätt <i>Nils Hanson</i>	76
Varför går det inte att få rätt mot en journalist? – om etisk och juridisk prövning av medier <i>Ola Sigvardsson</i>	83
Varför granskar ingen journalisterna? – om mediegranskning med journalistik som verktyg <i>Therese Rosenvinge</i>	92
Varför har bevakningen av min kommun blivit så dålig? – om ekonomisk press och teknisk förändring <i>Carina Tenor och Gunnar Nygren</i>	103
Varför låser tidningarna in sitt innehåll om de står i demokratins tjänst? – om bokstäver och siffror, journalistik och affärsmodeller <i>Ingela Wadbring</i>	111

Varför vinklar journalister så mycket?

– om att få publikens uppmärksamhet utan att förvrida verkligheten

Lars Truedson*

Ja – varför vinklar journalister så mycket? Det beror på vad man menar med vinkla. För ”vinkla” har minst två betydelser när det handlar om journalistik. Den ena, som vi journalister själva använder, handlar om att välja angreppssätt för att bäst berätta en historia. I vilken ände börjar den? Hur kan man effektivast fånga publikens intresse? Den andra betydelsen, som inte minst kritiker av medier tar till, handlar om att journalister påstås vrída berättelsen så att en viss åsikt medvetet gynnas.

Den här boken tar sig an båda betydelserna på flera olika sätt. Bokens vinkel – eller angreppssätt – är att berätta om journalistiken i dag genom vassa frågor som får svar från forskare och journalister. Vi tror att en sådan bok har en viktig plats i dag när medier

* Lars Truedson är journalist och föreståndare för Institutet för Mediestudier. Han har tidigare bland annat varit producent för programmet Medierna i P1 och är VD för produktionsbolaget Tredje Statsmakten Media.

och journalistik möter mer kritik än kanske någonsin tidigare. Var och en av skribenterna tar sig an områden de har djup kunskap om och rika erfarenheter från. Ibland överlappar ämnena lite, ibland har skribenterna samma inställning, ibland lite olika. Sammantaget hoppas vi att svaren på de 13 frågorna ger en både mångfacetterad och skarp bild av journalistiken som ökar kunskapen hos dem som varje dag konsumerar journalistik i olika former.

Den där frågan om att vinkla journalistiken i betydelsen att vrida bilden för att gynna en åsikt eller ett intresse, den tar **Bengt Johansson** sig an i sitt kapitel om ifall journalister driver en egen agenda och **Lars Nord** i sitt kapitel om *news* och *views*. Bengt Johanssons svar är väl – men mer nyanserat och förankrat – nej, det är inte reportrarnas åsikter som styr rapporteringen utan annat.

Själv tänkte jag här skriva några ord om vinkling i journalisternas egen betydelse av ordet. Varför väljer vi vissa historier och inte andra? Jag kommer dessutom att skriva en del om det språk vi journalister använder för att förmedla nyheten när väl vinkeln är vald. Där är ju en intressant fråga varför vi skriver så tvärsäkert när verkligheten är mer gråmelerad än svartvit.

När en journalist sätter igång med en historia, gäller det att välja både ämne och vinkel. På ett sätt kan man väl säga att ämnet alltid kommer först, men samtidigt är det så att utan ett angreppssätt, en vinkel, så blir det ingen journalistik. Vissa ämnen är evigt intressanta – men vinkeln får man fånga i flykten eller kanske skapa själv.

Låt mig ta ett exempel: jag har i många år jobbat i redaktionen för programmet *Medierna i P1*. Redan när programmet startade 2007 stod det klart att det var svårt för medier att få lika mycket betalt för digitala utgåvor som för de gamla traditionella analoga. Sedan dess har frågan om digitaliseringen och pengarna funnits på mediebranschens agenda. Den är hela tiden viktig och intressant och på ett sätt också alltid aktuell. Men för att det ska bli ett reportage, måste man hitta en ny vinkel, ett nytt angreppssätt – något som aktualiserar frågan på nytt. Kanske är det ny statistik, kanske ett bråk mellan två aktörer. Kanske en bok eller ett nytt exempel på en tidning som hamnat i särskilda svårigheter. Eller en webbplats som lyckats hitta digitala intäkter mot alla odds. Eller kanske någon gång bara ett nytt sätt att uttrycka sig som gör frågan begriplig så den verkligen bränner till hos lyssnarna (Läs mer om digitaliseringen och ekonomin i **Ingela Wadbrings** kapitel och om följderna av den i **Carina Tenor** och **Gunnar Nygrens** kapitel). Utan vinkel blir ämnet inte journalistik, utan bara ord.

Varför skriver journalister så tvärsäkert fast verkligheten är full av gråzoner?

De orden är ju också lite speciellt blandade och sammanfogade när det gäller journalistik. Frågan varför vi journalister skriver så tvärsäkert fast verkligheten är full av gråzoner tränger sig på. Svaret handlar egentligen om samma sak som resonemanget om vinkel: vi strävar efter att skriva (eller tala eller göra tv) på ett

så tydligt och komprimerat sätt att vi fångar publikens intresse på effektivast möjliga vis. En tydlig, mer svartvit berättelse fångar vår uppmärksamhet bättre än en mer vindlande, nyanserad framställning.

Om vi backar ett steg: jag menar att journalistiken ser ut som den gör för att vi människor tar till oss information som vi gör. Vi triggas av det nya, det överraskande, det oroande, det våldsamma, det konfliktfyllda – kort sagt sådant som väcker känslor. Och vi vill ha berättelsen berättad snabbt, spännande, tydligt. Då försöker vi som har till yrke att berätta historier om verkligheten att tillfredsställa de önskemålen för att just vår berättelse ska höras i bruset. Vi hackar så att säga människors sätt att sälla information för att vinna kriget om uppmärksamheten.

Varför väljer journalister bara ut de fakta som passar deras egen vinkel?

Det här är inget nytt – så har historieberättande fungerat i generationer, kanske genom årtusenden. De äldsta berättelser som överlevt använder liknande tekniker som dagens journalister. Det här har nackdelar. Men också fördelar. Nackdelar är till exempel att verkligheten blir fragmentarisk, sensationell, svartvit. När en hel industri byggs kring att söka fel och sensationer gör det självklart något med vår världsbild. Se kapitlen av **Rouzbeh Djalaie** och av **Anne Lagercrantz** i denna bok för mer diskussion av de frågorna.

Men det här sättet att välja ut och berätta viktiga historier har också en fördel: det *funkar*. Det gör att många fler tar del av journalistiken och det i sin tur

gör att våra horisonter vidgas, vi får information om saker bortom det vi själva upplevt. Det går att se skickligt utformad journalistik som gör det här jobbet utan att gå för långt som ett viktigt demokratiskt verktyg. De tidningar som skriver långt, nyanserat, får med hela historien och ofta behandlar även mer abstrakta ämnen utan konkret ingång får med nödvändighet en smalare, mer välutbildad publik. De som använder hela verktygslådan av journalistisk vinkling och andra grepp når bredare. Men får med färre nyanser. Båda angreppssätten har sina poänger och sitt existensberättigande. De bredast siktande medierna tar dock inte sällan genvägen att berätta om triviala men kittlande ämnen snarare än att göra det viktiga lättillgängligt. Den nyligen nedlagda tidningen *Metro* var här ett intressant undantag – den vinklade inte hårt, valde inte sensationer, men skrev kort och var gratis. Det var en spännande väg som för en tid ledde till att *Metro* blev världens största tidning och tydligt breddade tidningsläsandet i Sverige. Ända tills digitaliseringen dödade affärsmodellen.

Det finns i journalistiken alltid ett intressant spel mellan att ge publiken det den vill ha i form av underhållande, känslöväckande, sexiga nyheter och vad publiken behöver få, i form av sådan kunskap som gör dem mer välutrustade att fungera som samhällsmedborgare. Det är en ständig balansakt att både få publiken till mediet och att berätta relevanta nyheter. Och självklart är vissa medier mer cyniska än andra, vissa mer seriöst inriktade än andra.

Dessutom finns en avvägning mot att samhället eller enskilda annars drabbade individer mår bäst av

att något *inte* berättas; exempelvis namn och bild på personer som är misstänkta men inte dömda för brott. Det här kan man läsa mer om i **Christina Jutterströms**, i **Jörgen Huitfeldts** och i **Ola Sigvardssons** kapitel. De handlar om medieetik, som ju i stor utsträckning är frågan om vad man *inte* ska publicera trots att det är sant och relevant.

Mia-Marie Hammarlin skriver i ett annat kapitel om när journalistisk granskning övergår till ett drev och vad det får för konsekvenser och **Therese Rosenvinge** om hur journalistik kan användas för att granska medier – i min mening kanske den form av mediegranskning som biter hårdast. **Nils Hanson** tar sig an hur medier ska undvika att göra fel och därmed slippa bli hårdgranskade – han slår ett slag för kvalitetskontroll och visar hur det kan gå till.

Men till slut då: vinklar nyhetsjournalister inte i betydelsen att gynna sina egna åsikter eller intressen? Nej oftast inte, är min bedömning. (Andra typer av journalister – som krönikörer och ledarskribenter – vinklar däremot i båda betydelserna. Det är deras jobb). Nyhetsjournalisterna ska välja ett utsnitt, en vinkel, på frågor som är både viktiga och aktuella och skildra dem precis så svartvitt som de tål utan att bilden blir felaktig.

Då gör de sitt jobb – de berättar om verklighetens viktigaste frågor med en vinkel och ett språk som passar våra hjärnor så vi både vill och kan ta till oss informationen.

Vidareläsning:

Vill man fördjupa sig mer i medielogik, nyhetsvärdering och frågan nyheternas partiskhet kan *Handbok i journalistikforskning*, Michael Karlsson och Jesper Ström-bäck (red.) rekommenderas. Där tar bland annat Ström-bäcks kapitel om nyhetsurval och nyhetsvärdering och Johanssons om objektivitet och partiskhet upp frågor som berörs i denna text.

Bengt Johansson har i rapporten *Vid nyhetsdesken* beskrivit hur arbetet går till vid några av de stora svenska medierna när nyheter väljs ut och produceras.

Varför driver journalister så ofta sin egen agenda?

– om partiska eller oberoende journalister

Bengt Johansson*

Att det inte går att få plats med hela verkligheten i nyheterna förstår ju alla. Ett urval av händelser och fakta görs alltid. Dessutom måste en berättelse ha något sorts perspektiv för att kunna intressera dem som lyssnar, tittar eller läser. Nyheterna är därför aldrig en ren avspegling av verkligheten. Det kan nog de allra flesta hålla med om.

Med detta sagt är frågan istället vilka drivkrafter som ligger bakom nyhetsurval och nyhetsvärdering. Här försvinner samstämmigheten eftersom en mängd förklaringar brukar föras fram till varför nyhetsbilden ser ut som den gör. Vill man förenkla det brukar forskare främst förklara nyhetsvärdering med den så kallade medielogiken, vilket handlar om de ideal, rutiner, format och arbetsprocesser som omgärdar nyhetsarbete. Mediernas sätt att tänka, om man så vill. Över tid har journalistiken utarbetat ideal om den

* Bengt Johansson är medieforskare och professor i journalistik och masskommunikation vid JMG, Göteborgs universitet.

egna professionen, som till exempel att vara en objektiv och oberoende granskare. Men starkt styrande för nyheterna är också vad som ses som nyhetsmässigt och antas intressera mediepubliken. Dessutom finns det en mängd olika aspekter som rör hur själva det journalistiska arbetet organiseras, ifråga om rutiner och format som används. Allt detta kokar ner till att mediernas arbetslogik blir avgörande för såväl nyhetsurval som presentation av en händelse.

Från mediekritikers ögon brukar istället sökljuset riktas in på de enskilda journalisternas åsikter – om kritiken kommer från höger – och på medieägarna – om kritiken kommer från vänster. Uppfattningen är att ifall journalister har hjärtat till vänster blir journalistiken också vänsterorienterad. På liknande sätt resonerar de som menar att journalistiken stödjer ett kapitalistiskt konsumtionssamhälle i linje med det som mediernas ägare önskar. Även om dessa båda uppfattningar framförallt framförs av olika debattörer och politiker, finns det också forskare som har liknande resonemang¹.

Med andra ord finns det mer borgerligt orienterade ägare och en stark marknadsorientering av journalistiken kombinerad med en kår av journalister som står till vänster. Vad blir då slutsatsen om enskilda journalisters möjlighet att sätta agendan? Vi börjar med att dyka lite på djupet ifråga om journalisternas partipolitiska sympatier.

¹ W Donsbach & T. E. Patterson (2004). "Political News Journalists: Partisanship, Professionalism, and Political Roles in Five Countries". I F. Esser & B. Pfetsch (red.), *Comparing Political Communication*. Cambridge: CUP. ; R. McChesney (2004). *The problem of the media: U.S. communication politics in the 21st century*. New York: Monthly Review Press.

En rödgrön journalistkår

Hur är det då med journalisterna? Är de vänstervridna? Frågan kan tyckas märklig i ett avseende eftersom det handlar om en profession, där rimligtvis yrkesregler borde väga tyngre än personliga åsikter. Vi efterfrågar ju knappast vilka politiska uppfattningar vår bilreparatör eller frisör har. Jag förväntar mig att bilen lagas på ett kompetent sätt och att jag får ett välklippt hår oavsett politiska åsikter hos den som utför arbetet. Men frågan om journalisternas politiska åsikter har att göra med att de har potentiell makt. Till skillnad från många andra yrkesgrupper kan frukten av deras arbete påverka såväl politiska processer som människors verklighetsuppfattning. Var står då journalisterna ideologiskt? Faktum är att det är lite så och så med aktuella analyser av journalisters politiska åsikter. Många av studierna har några år på nacken, men resultaten är ganska entydiga. Oavsett om vi riktar blicken mot Sverige eller internationellt är slutsatsen att journalister lutar åt vänster, om än knappast särskilt radikalt. De står också mer till vänster jämfört med allmänheten. I det avseendet är deras åsikter inte representativa för den allmänhet som de ska företräda.²

I de mätningar som gjordes av svenska journalisters partipolitiska preferenser mellan 1989 och 2005 hade *Vänsterpartiet* flest sympatisörer. Men runt 2010 visade flera studier i Sverige att *Miljöpartiet* gått om och nu

² David H Weaver och Lars Willnat (red). (2012). *The Global Journalist in the 21st Century*. New York London: Routledge.

var det populäraste partiet i journalistkåren. Liksom tidigare var det rödgröna blocket i klar övervikt. Störst överrepresentation fanns för *Miljöpartiet* och *Vänsterpartiet* och störst underrepresentation för *Moderaterna* och *Socialdemokraterna*. Så långt inga konstigheter och det är den bild som ofta varit ute i debatten.

Men det finns mer djupgående analyser som också nyanserat bilden. Professor **Kent Asps** slutsatser av *Journalistundersökningarna 1989–2005* var visserligen att journalister i stort var mer vänsterorienterade, men redaktionsledningar, arbetsledare och ansvariga utgivare tenderade att luta mer åt höger än de kollegor som rapporterade nyheterna. Dessutom menade Asp att journalister som bevakar politik och ekonomi i Stockholmsbaserade riksmidier var mer borgerliga i sina politiska preferenser. Asp slutsats var sammantaget, att även om journalistkåren i stort var vänsterorienterad, hade de som lutade sig vänsterut inte så stort inflytande över nyhetsförmedlingen. Journalister som hade beslutande positioner var klart mer borgerliga. Här framträder en mer komplex bild, långt ifrån den förenklade bilden att vänsterjournalister driver en vänsteragenda i nyheterna. Analyserna av 2010 års undersökning var inte lika detaljerade, men Asp menar att Miljöpartiets framgångar gjorde skillnaderna mindre tydliga. Det verkar som att framgången för gröna åsikter i *Journalistundersökningarna* mellan 2005 och 2010 gjort att en del av de olikheter som fanns mellan olika journalisters partipolitiska preferenser minskat.

En arbetare i nyhetsfabriken

Till denna nyansering av den rödgröna journalistkåren ska läggas att partiidentifikationen är svag hos journalister. De vill helt enkelt inte särskilt gärna kopplas ihop med ett politiskt parti. Istället påpekas av forskare i både Sverige och internationellt att yrkesidealen troligen är en viktigare förklaring till de val som journalister gör än partipolitiska åsikter. Här kommer ett annat argument mot bilden av att partipolitiska hänsyn är det som styr nyhetsvärderingen. Yrkesidealen trumfar partipolitik. Den syn på vad god journalistik är som dominerar bland journalister – och som även är spridd i samhället i stort – präglas av ideal att vara en kritisk granskare av makten och företräda de svaga i samhället. Dessa ideal, som formades i mitten av 1960-talet och i början av 1970-talet, har sannolikt större betydelse för den journalistik vi får ta del av än rena partipolitiska åsikter. I dessa ideal finns det en uttalad maktkritik som många medieforskare menar ofta tar sig uttryck som ett anti-etablissemangsperspektiv. Misstro mot etablissemangen och skepsis i förhållande till samhällets eliter – inom politik, vetenskap, näringsliv och myndigheter – är ett framträdande drag i journalistik. Den rutinmässiga polariseringen som vi så ofta ser i nyheter, där den vanliga människan ställs mot makthavaren, ska därmed knappast tolkas i partipolitiska termer. Den är snarare ett sätt för journalister att lösa ett grundläggande dilemma: ”Hur ska man fånga publiken intresse och dessutom vara en maktkritiker?”. (Se också Truedsons kapitel om att välja en vinkel.)

Så långt den enskilda journalistens politiska åsikter och de yrkesnormer som ligger i att vara journalist. Ytterligare argument för att inte likställa enskilda journalisters åsikter med en partipolitiskt vinklad nyhetsbild är att fokusera på själva nyhetsarbetet. Modernt nyhetsarbete är en kollektiv arbetsprocess där många personer är inblandade och där arbetsfördelningen är långt driven. Enskilda journalisters möjlighet att driva egna åsikter är därmed ganska begränsad. Vinklar diskuteras och modifieras, artiklar skrivs om, inslag blir inte sända eller får klippas om etc. På en redaktion tas det hela tiden en massa beslut som gör att en enskild journalists personliga agenda har svårt att göra sig gällande.

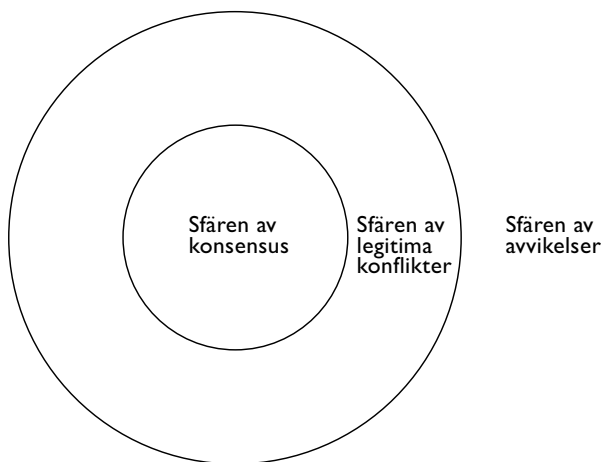
Lager på lager av förklaringar

Vill man sammanfatta hur olika nivåer av förklaringar till nyhetsurval och nyhetspresentation fungerar i praktiken har medieforskarna **Pamela Shoemaker** och **Stephen Reese**³ presenterat en modell där journalistikens innehåll påverkas av faktorer på fem olika nivåer. 1) individer – journalister/redaktörer, 2) rutiner och normer i nyhetsarbetet, 3) medieorganisationer – ägare, policies och mål, 4) sociala institutioner som handlar om samspel med andra samhällsinstitutioner samt det 5) sociala system som medierna ingår i. Med det sistnämnda menas samhällets uppfattningar

³ Shoemaker, Pamela J., & Reese, Stephen D. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. New York: Routledge.

om mediernas funktion och uppdrag, men också de grundläggande kulturella värderingar som är spridda i befolkningen.

Shoemaker och Reese menar att tyngdpunkten i förklaringsmodellen över tid rört sig från individförklaringar, till att mer fokusera på förklaringar som har att göra med professionella ideal, arbetsprocesser och journalistikens plats i samhället.



Från Hallin, 1986, *The Uncensored War*.

En annan modell som många forskare använt för att försöka begripa sig på varför vissa nyheter blir nyheter och inte andra är medieforskaren **Dan Hallins**⁴ modell om tre sfärer som kan användas för att förstå varför vissa frågor blir nyheter och presenteras på ett visst sätt, medan andra aldrig tas upp i traditionella nyhe-

⁴ Hallin, Daniel C. (1986). *The Uncensored War: The Media and Vietnam*. Berkeley: University of California Press.

ter. Hallins tre sfärer är: *konsensus*, *legitima konflikter* och *avvikelser*. Det finns skeenden och berättelser som upplevs som helt okontroversiella, som passerar en nyhetsredaktör utan problem. Journalisterna behöver inte ens fundera över opartiskhet eftersom frågorna ingår i en sfär av konsensus. Alla tycker ju i stort sett likadant. Vi kan ta klimatfrågan som exempel. Visst finns det klimatskeptiker, men ingen journalist behöver balansera varje inslag om klimathot med att det finns de som ifrågasätter människans påverkan på klimatet. Utanför det har vi en sfär av legitima konflikter. Där finns alla de frågor som etablerade partier är oense om. Skattetryck, hur skolan ska bli bättre, sjukvårdens kris eller andra frågor som vandrar ut och in på politikens dagordning. Här finns det etablerade konfliktlinjer att luta sig mot. Det finns färdiga åsiktspaket från höger till vänster att balansera mellan i medierna. Ytterst finns, menar Hallin, en sfär av avvikelser (illegitima konflikter). Här finns frågor som befinner sig utanför den politiska dagordningen. På en nyhetsredaktion är dessa frågor i stort sett bortdefinierade eftersom det inte finns några etablerade aktörer som bär upp dem och samhället i stort har definierat dem som allt för avvikande. Ett exempel skulle kunna vara införande av dödsstraff i Sverige.

Men modellen är inte statisk. Frågor kan gå från konsensus till att bli legitima konflikter och vice versa. Dessutom kan frågor som tidigare setts som omöjliga att göra nyheter av med ett förändrat samhällsklimat flyttas först till att ses som en legitim konflikt för att till slut kanske hamna i en sfär av konsensus. Sådana pro-

cesser tar ofta lång tid och är en del av större samhällsförändringar. Vill man hitta exempel på frågor som rört sig mellan sfärerna är givetvis invandring och integration en sådan fråga, men ännu tydligare är barnaga som längre tillbaka sågs som något helt normalt, men ingen skulle idag offentligt förfäktat rätten att slå barn.

Så var hamnar vi då? Stämmer rubriken utgångspunkt att journalister låter sina åsikter påverka rapporteringen? Forskare som försöker förklara varför nyheterna ser ut som de gör menar att journalisternas egna politiska åsikter är av underordnad betydelse för nyhetsbilden. Det faktum att studier av nyhetsinnehåll inte heller ger något stöd för att mediebilderna systematiskt skulle vara vänstervriden (eller högervriden) har bidragit till att medieforskarna snarare finner belägg för att det är spänningen mellan ideal, arbetsprocesser, mediaorganisationens mål och krav från marknaden som förklarar nyhetsurval.

I viss mån är det kanske mer rättvisande att se journalister som vindflöjlar, som i stor utsträckning omfattar och visar upp samhället på ett sätt som passar in i en större berättelse, formad till stor del av andra krafter än journalistik. Väven är mycket mer komplex än enskilda journalisters politiska åsikter.

Förslag till vidare läsning

De svenska journalistundersökningarna finns dokumenterade i flera böcker och rapporter (se nedan). Från JMG i Göteborg finns att ladda ner gratis flera böcker och rapporter. Även DEMICOM i Sundsvall

har genomfört journalistundersökningar, som bland annat redovisats i den internationella antologin *The Global Journalist in the 21th Century*, av David Weaver och Lars Willnat (red.) från 2012.

Kent Asp (red.) *Svenska journalister 1989–2011*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet, 2012.

Kent Asp (red.) *Den svenska journalistkåren*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet, 2007.

Kent Asp. *Journalistkårens partisympatier*. Arbetsrapport nr 38. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG), 2006.

Vill man fördjupa sig lite mer i medielogik, nyhetsvärdering och frågan nyheternas partiskhet kan Handbok i journalistikforskning, **Michael Karlsson** och **Jesper Strömbäck** (red.) rekommenderas. Där tar bland annat Strömbäcks kapitel om nyhetsurval och nyhetsvärdering och Johanssons om objektivitet och partiskhet upp de frågor som är direkt relaterade till denna text.

Varför har medier så mycket tyckande och så lite rapportering?

– om news och views och en professionell reporterroll

Lars Nord*

En direktsänd partiledarintervju i tv-studion hinner numera knappast avslutas innan nyhetsankaret vänder sig till den samtidigt närvarande politiske kommentatorn som ombeds ge sin syn på varför partiledaren uttryckte sig på ett visst sätt, och vad detta betyder för framtiden. Ibland får kommentatorn nästan lika mycket tid att tala som politikern. Skulle den senare välja att inte ställa upp för en intervju är det inget hinder för vidare journalistiska tolkningar. Dessa kan då i stället utgå från möjliga motiv till tystnaden, och varför politikern håller sig undan offentligheten.

Det är tveklöst så att det tycks en hel del i dagens svenska journalistik. Krönikörer och kolumnister får stort utrymme, och deras åsikter säljs gärna in på framträdande plats. Radio och tv har strängare krav på journalisternas opartiskhet, men kompenserar

* Lars Nord är professor i politisk kommunikation vid Mittuniversitetet.

detta genom program med tyckarpaneler och debattprogram där de egna journalisterna gärna modererar andras åsikter. Samtidigt finns en bild av att det ökade medieutbudet och konkurrensen om uppmärksamhet från sociala medier har skruvat upp tonläget och skapat ett mer polariserat debattklimat.

Den tyckande journalistikens företrädare brukar regelmässigt försvara sin uppgift med att det är viktigt att försöka förklara och förtydliga komplicerade skeenden. Kommentarererna ska helt enkelt fungera som en slags kompass, och hjälpa allmänheten att navigera i svår terräng. Journalistik har också alltid handlat om både information och opinion. På senare har dock allt oftare hörts en kritik av att den kommenterande journalistiken, inte minst i samband med så kallade mediedrev, har fått ta för stor plats och att dess utövare fått en orimligt stor makt. De har sagts fungera som åklagare, domare och bödel på en och samma gång.

Hur ser det då ut i verkligheten? Har journalistiken blivit mer präglad av journalistiskt tyckande? Bilden är inte helt entydig. I en bred översikt kring journalistiken i etermedierna över längre tid konstateras att utvecklingen skett i tre avgörande steg.¹ Inledningsvis var nyheterna speglande och föga självständiga i förhållande till viktiga samhällsaktörer. Därefter följde en tilltagande professionalisering av journalistiken där dess utövare distanserade sig från makthavare genom en mer oberoende och granskande nyhetsrapportering. Som ett ytterligare steg i utveck-

¹ Djerf-Pierre, M. & Weibull, L. (2001). *Spegla, granska tolka. Aktualitetsjournalistik i svensk radio och tv under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.

lingen av etermediejournalistiken har det med tiden också blivit allt vanligare att tolka samhällliga skeenden i ett allt mer fragmenterat och komplext samhälle.

I en senare och mer omfattande innehållsanalys av olika typer av medier som genomförts mellan åren 2007 och 2018 är slutsatsen att den tolkande journalistiken till en del blivit mer framträdande och ofta tätt sammankopplad med emotionella nyheter.² Det gäller framförallt rapporteringen om kultur, underhållning och livsstilsfrågor. Däremot finns inte motsvarande utveckling när det gäller den politiska rapporteringen, där andelen tolkande innehåll snarast gått ner något över tid.

I de återkommande studier som görs av svenska valrörelser brukar i snitt en tiondel av innehållet utgöras av direkta studointervjuer eller nyhetsanalyser där journalister tolkar den aktuella händelseutvecklingen.³ Andelen har dock ökat i senare val. Dessa artiklar och inslag är i de flesta fall försedda med vinjett, eller presenterade på ett sådant sätt att det klart framgår att det handlar om kommenterande journalistik. Denna typ av nyhetsanalyser lyfts ofta fram i innehållet, men utgör inte på något sätt en dominerande del jämfört med raka nyheter om politik och samhälle.

Däremot utgörs knappt hälften av den totala rapporteringen i valrörelsen av artiklar och inslag där

² Karlsson, M. & Truedson, L. (red.) (2019). *Nyheter – allt mer en tolkningsfråga? Mediestudiers innehållsanalys 2007–2018*. Stockholm: Institutet för mediestudier.

³ Nord, L. & Strömbäck, J. (2018). *Svenska valrörelser. Väljare, medier och partier under 2000-talet*. Stockholm: Santérus Förlag.

tolkande journalistiska gestaltningar är mer framträdande än beskrivande. Skillnaden illustreras enklast med ett exempel: I en beskrivande nyhet rapporteras att partiledaren höll en pressträff som fokuserade på skolfrågor, i en tolkande nyhet berättas att partiledaren pressad av sviktande opinionssiffror valde att försöka profilera partiet inom skolpolitiken där partiet åtnjuter högt förtroende. Skillnaden är helt enkelt att journalisten drar egna slutsatser och tolkningar av varför vissa saker händer. Den typen av tolkande journalistik är inte på samma sätt som nyhetsanalyserna ”varumärkesdeklarerad” för publiken, och är dessutom betydligt mer omfattande.

Det är ändå inte så att det tycks överallt i svensk journalistik, eller att journalisters tolkningar trängt undan all beskrivande nyhetsrapportering. Däremot talar mycket för att tolkningar blivit vanligare än förr, och också fått en mer framträdande plats när innehållet sammanställs. Vad är det då som kan förklara denna utveckling? Här finns anledning att både anlägga ett historiskt och ett samtida perspektiv på journalistiken.

En historisk tillbakablick på svensk journalistik bekräftar ett uppbrott från partipressens speglade ideal och täta band mellan medier och partier. I takt med att både dagspress och etermedier professionaliserades och strävade efter politiskt oberoende blev journalistiken mer självständig. Det innebar i ett första steg att nyhetsförmedlingen sökte rapportera allsidigt och opartiskt om aktuella samhällsförhållanden. I ett andra steg att ytterligare distansera sig från andra maktcentra blev det också naturligt att inte bara redovisa självständiga nyheter, utan också producera

journalistiska kommentarer som utan partipolitiska skygglappar analyserade utvecklingen. Kanske kan den fria och obundna journalistiska kommentaren ses som ett uttryck för den professionella journalistikens högsta stadium.

Ett intressant exempel på denna utveckling utgörs av mediernas tämligen vanligt förekommande presentationer av opinionsundersökningar. I grunden kan dessa presenteras som raka och sakliga beskrivningar av ett opinionsläge, inte sällan med visst nyhetsvärde. Medierna jublar eller gråter inte över resultatet av mätningen utan redovisar uppgångar och fall med distanserat tonläge. Samtidigt inbjuder dessa mätningar till analyser och tolkningar med stort spelrum, även om kommentarerna inte tar partipolitisk ställning.

Vid sidan av den historiska utvecklingen, finns skäl att också söka förklaringar i nyhetsproduktionens förändrade villkor i det digitala medielandskapet. I en tid med ständiga publiceringar och ett överflöd av information är det allt svårare att vara först med nyheter. Däremot är det enklare att vara först med en viss tolkning eller en viss kommentar kring det som inträffat. Journalistikens ”var”-, ”när”- och ”hur”-frågor är numera ganska snabbt avklarade, och det ökar förstås intresset vad gäller de mest spännande svaren på ”varför”-frågorna. Därför är den redaktionella kapaciteten att värdera och tolka nyheter i princip lika viktig som förmågan att hitta nyheter.

En ytterligare faktor som stärker den kommenterande och tolkande journalistikens ställning är att den förlänger nyhetens livslängd. En nyhet om att en toppolitiker betalat privata utgifter med statens kontokort

kan hålla i sig någon dag, men blir sannolikt betydligt större med efterföljande journalistiska analyser av vad detta betyder för det parti politikern representerar, för det kommande regeringssamarbetet eller för partiets trovärdighet i frågor om etik och moral.

Men den samtida mediemiljön handlar inte bara om nyhetsmedier, utan i lika hög grad om sociala medier. Det var länge sedan dessa kunde avfärdas som en form av förströelse mellan mer traditionstyngt läsande, lyssnande och tittande. Nu visar aktuell medieforskning att sociala medier är den viktigaste plattformen för att ta del av nyheter för de yngsta åldersgrupperna, de upp till 50 år mixar friskt digitala nyhetssajter och sociala medier, medan de äldre har en baskonsumtion av press, radio och TV men där ändå sociala medier spelar en roll.⁴

Detta innebär att nyhetsmedierna känner av ett allt hårdare konkurrenstryck från olika sociala medieplattformar. Dessa kan vara olika till sin karaktär, men har det gemensamt att de i hög grad polariserar debatten och där de mest kontroversiella och provocerande – men också mest känslamma – inläggen i allmänhet delas mest och får störst spridning. I de sociala medierna finns inga publicistiska spärrar för tyckandet och det kan stundtals upplevas som svårt för nyhetsmedier att inte dras med i denna utveckling.

Samtidigt utgör sociala medier och nyhetsmedier kommunicerande opinionsmässiga kärl. De är beroende av varandra. Kulturkrönikörer och morgonsoffe-

⁴ Nord, L., Nygren, G. & Volny, S. (2019). *Medierna och lokalvalen 2018. Gamla aktörer på nya digitala arenor*. Huddinge: Södertörns högskola.

kommentatorer som väcker känslor uppmärksammas stort i sociala medier, samtidigt som nyhetsredaktioner ständigt bevakar de sociala mediernas flöden i jakt på nyheter – och kommentarer. I denna symbios och mediala rundgång är det rimligt att anta att åsikter av olika slag generellt har ett tämligen högt uppmärksamhetsvärde i de flesta typer av medier.

Utgångspunkten för denna text var frågeställningarna varför det tycks så mycket i journalistiken, och varför detta tyckande tenderar att öka. För det första finns skäl att påminna om att det rätt sällan tycks bara för att det roar enskilda journalister, eller för att denna yrkesgrupp har en dold agenda och till varje pris ska pådyvla sin publik vissa uppfattningar och värderingar. Det saknas i stort empiriska belägg för sådana generaliseringar om journalistikens politisering.⁵

Däremot skapar medieutvecklingen – och den ökade konkurrensen mellan olika typer av medier – sannolikt ett större behov av tolkande journalistik. Det har blivit svårare att få publikens uppmärksamhet eftersom medieanvändningen blir allt mer splittrad. Det är inte längre alldeles säkert att den egna redaktionens omfattande avslöjande om ett statligt verks misskötta upphandling av nya räddningshelikoptrar följs upp av andra medier. Men det är helt säkert att en komikers flygtur i ett av försvarets jaktplan blir en jättestor händelse på sociala medier, en händelse som inte är möjlig att avstå från att följa upp av andra.

⁵ Asp, K. & Bjerling, J. (2014). *Mediekratin – mediernas makt i svenska val*. Stockholm: Ekerlids.

Nyhetsvärdering handlade en gång om att välja att berätta om det som var viktigt och berörde många människor. Nu är det allt som oftast så att nyheter som ska slå igenom måste beröra och väcka känslor, men de behöver inte längre alltid vara så viktiga.

Varför mörkar medierna så ofta om invandring och brott?

– om vad vi vill veta och vad vi behöver veta

Jörgen Huitfeldt*

2015 ställde *SOM-institutet* svenska folket inför följande påstående: ”Svenska medier berättar inte sanningen om samhällsproblem förknippade med invandring”. Det visade sig att över hälften av de tillfrågade (54 procent) helt eller delvis höll med om det medan bara drygt en fjärdedel (27 procent) menade att påståendet var helt eller delvis felaktigt. När samma fråga ställdes ett år senare – det vill säga efter flyktingkrisen och den debatt som då rasade kring svensk migrationspolitik – var det så många som två tredjedelar (65 procent) av de tillfrågade som helt eller delvis instämde. Det finns således ett reellt problem vad gäller förtroendet för mediernas rapportering i frågor relaterade till invandring. Frågan är vad som ligger bakom? Bygger detta huvudsakligen på missuppfattningar och konspirationsteorier som sprids av näthatare eller finns det anledning till självkritik för medierna?

* Jörgen Huitfeldt är journalist och chefredaktör för Kvartal.

För att försöka reda ut en så infekterad och komplex fråga måste vi börja från grunden. Sedan journalistikens barndom har uppgiften på ett sätt varit enkel: Ta reda på uppgifter och förhållanden som människor vill veta och berätta om dem. Men alla som varit verk-samma som journalister vet att uppdraget är lite mer komplicerat än så. En svårighet är att identifiera skill-naden mellan sådant publiken vill veta av nyfikenhet, som skvaller och rykten, och sådant som publiken *behöver* veta för att orientera sig i samhället.

För att ta ett övertydligt exempel: Låt oss säga att en person misstänks för ett brutalt sexmord på ett barn och att en journalist vet vem den misstänkte är, var han bor samt har bilder på honom och hans bostad. Inte ens den mest förhärdade kriminalreporter skulle överväga att publicera alla dessa uppgifter på misstankestadiet. Samtidigt *vill* många säkert veta alla dessa saker – så varför inte publicera? För det första måste varje seriös journalist försäkra sig om att misstankarna är väl underbyggda – helst avvakta en fällande dom. För det andra måste journalisten beakta vad som är relevant för att förklara och ge sammanhang till det begångna brottet. För det tredje väga det som publiceras mot den skada det kan åsamka enskilda personer – i detta fall inte bara den misstänkte utan även anhöriga, kanske minderåriga barn. Att publicera namn, bild och bostadsadress på en misstänkt person kan visa sig vara helt irrelevant för att förklara och ge sammanhang till brottet om den misstänkte senare visar sig vara oskyl-dig. Dessutom skulle det – oavsett om det senare visar sig vara sant eller ej – utsätta den utpekade personen för vad som på ”pressetiska” kallas oacceptabel publi-

citettsskada. I det ovan beskrivna fallet rent av kunna innebära livsfara.

Den svåra bedömning som en ansvarig utgivare har att göra vid varje känslig publicering är att väga allmänintresset (det vill säga det publiken har nytta av att veta) mot publicitetsskadan för en individ eller en grupp. (Jämför också med Sigvardssons och Jutterströms texter i denna bok.)

För att närma oss frågeställningen för just denna essä – huruvida medierna döljer relevanta förhållanden och sakuppgifter när det handlar om invandrarers brottslighet – så kan den möjliga publicitetsskadan drabba inte bara den utpekade invandrade brottslingen och dennes familj utan också den grupp han tillhör, eller uppfattas tillhöra. Åtminstone är det så tankegången bakom den påbudna försiktigheten ser ut. I den tionde paragrafen i Pressens publicitetsregler uppmanas till återhållsamhet med att framhäva "... berörda personers etniska ursprung, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet, religiös åskådning eller sexuell läggning om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande." Den uppenbara frågan som varje publicist här måste ställa sig är *när* någon eller flera av dessa faktorer har betydelse i sammanhanget – även om det är missaktande.

Låt oss pröva några exempel där etnisk härkomst har utelämnats respektive angetts och sedan undersöka om det möjligen hade betydelse i sammanhanget.

På senare tid har rapportering om så kallade "storbråk" blivit relativt vanliga. Så här lyder några rubriker från det senaste året: "Ett tiotal inblandade i storbråk i Hudiksvall", "Flera skadade efter bråk i Örebro

– 30-tal inblandade”, ”Tre till sjukhus efter bråk i Borås”. I flera av ”storbråken” framkommer senare (många gånger först via andra källor än etablerade medier) att det handlar om grupper av olika etnisk härkomst som drabbat samman. Frågan en publicist måste ställa sig i dessa fall är om nyheten blir begriplig när detta utelämnas. Spontant uppkomna storbråk är trots allt inte någon vanlig företeelse i Sverige. De sammanhang där det oftast har förekommit har varit i samband med fotbollsmatcher och att tänka sig att medierna skulle utelämna uppgiften att det handlar om supportrar från två olika lag som är inblandade i storbråk är närmast skrattretande. Så varför inte berätta när det handlar om två olika etniska grupper?

En annan nyhet från den gångna sommaren är den om ett barngäng i Grums som skrämmer och hotar andra barn. Enligt uppgifter i flera medier ska det handla om relativt unga barn som skapar så stor otrygghet i sitt bostadsområde att många föräldrar inte ens vågar låta sina barn leka utan övervakning från vuxna. Barnen ska ha hotat jämnåriga med att våldta eller döda dem. Expressen skriver:

”De har slagits med rör, tagit stryptag och kastat sten.

– Vi har haft problem en längre tid och det har eskalerat. Tyvärr handlar det om väldigt unga barn, 8–12-åringar, säger Kajsa Sohlberg, boende i området och förtroendevald i hyresgästföreningen.”¹

¹ <https://www.expressen.se/gt/barngang-satter-skrack-boende-haller-sig-inne/>

De flesta tidningar vidarebefordrade nyheten utan att ge några närmare upplysningar om vad för barngång det handlar om. Men i flera tidningar finns en länk till en text i *Hem & Hyra* där sammanhangen beskrivs mer ingående. Tidningen citerar bland annat ett brev från *Hyresgästföreningen*:

”De som ställer till med bråk, bus och våld i det här fallet är barn till nyanlända. Därför börjar grannar dra kopplingar mellan problemen och främlingsfientliga åsikter. I längden leder detta till ett väldigt segregerat bostadsområde där grannar i mångt och mycket talar om ’vi mot dem’ vilket bara kommer eskalera om det inte bryts väldigt snart, skriver föreningen i sitt brev.”²

Som synes blir berättelsen om ”barngänget” en helt annan när denna information tillkommer. Plötsligt blir det en historia där helt andra värden står på spel: Risker för växande främlingsfientlighet, frågan hur nyanlända som många gånger kan vara traumatiserade klarar av att ta hand om sina barn, vad socialtjänsten i så fall har gjort åt saken, och så vidare. Så varför inte berätta att det rör sig om barn till nyanlända när det uppenbarligen har relevans?

Ett tredje mycket uppmärksammat exempel är den så kallade ”IKEA-mördaren”. Den 10 augusti 2015 mördade han två personer och gav en tredje livshotande skador på IKEA-varuhuset i köpcentret Erikslund i Västerås. Efter det att polisen vid en presskonferens

² <https://www.hemhyra.se/nyheter/barngang-satter-skrack-bostadsomrade/>

dagen efter dådet berättat att den huvudmisstänkte var den asylsökande eritreanen **Abraham Ukbagabir** valde de flesta medier att också göra det. Men att göra så var kontroversiellt och möttes av kritik.³

Senare kom det fram att Ukbagabir på morddagen – för sjunde gången – hade fått avslag på sin ansökan om asyl och dessutom fått beskedet att han skulle utvisas. Enligt hans egen version var motivet att hämnas på det svenska samhället för att han kände sig orättvist behandlad – han hade trott att han skulle få stanna här. Och offren valdes ut ”för att de såg svenska ut”.⁴

Ett fjärde exempel är händelserna på ungdomsfestivalen ”*We are Sthlm*” i augusti 2015. Ett stort antal unga flickor omringades av ungdomsgäng och utsattes för sexuella trakasserier och övergrepp. Enligt flertalet vittnen och uppgifter från poliser och ordningsvakter på plats bestod grupperna av tafsande unga män till övervägande delen av ensamkommande flyktingungdomar med ursprung i Afghanistan.⁵ Trots att detta skedde inför många vittnen och att många offer hade utsatts nådde denna berättelse inte ut till allmänheten förrän ett halvår senare – efter att en liknande händelse inträffat vid nyårsfirandet i tyska Köln. Oavsett skälet till att händelserna under *We Are Sthlm* inte rapporterades är det anmärkningsvärt att något sådant kan inträffa mitt i huvudstaden utan att medierna rapporterar om det. *Dagens Nyheter* som

³ <https://www.svt.se/kultur/medier/misstankta-brottslingars-nationalitet-svar-fragor-for-medierna>

⁴ <https://www.vlt.se/artikel/mordarens-val-av-offer-de-sag-svenska-ut>

⁵ <https://www.dn.se/nyheter/varlden/kvinnors-ratt-att-festa-sakert-kan-inte-offras/>

hamnade i skottgluggen för att ha haft tillgång till detaljerade tips om händelsen försvarade sig med att det visserligen var sant att ett av de många hundratals tips som kommer till DN varje vecka handlade om övergrepp i Kungsträdgården och att det gjordes vissa insatser för att kontrollera tipset, men att tidningen inte lyckades nå en bekräftelse.⁶

Ett ytterligare exempel som är mycket talande på en högre nivå är när *Sveriges Radios* eftermiddagsmagasin *Studio Ett* den 7 augusti i år 2019 tog upp problemen med antisemitism i Malmö. Ursprunget till samtalet var en granskning som *P3 Nyheter* gjort om unga judars utsatthet i Malmö. Trots att samtalet varade i nio minuter och att två programledare ställde frågor till två olika personer utelämnades resonemang om varifrån trakasserierna kommer. Och detta med en precision som knappast kan vara en tillfällighet. Det är sedan länge väl känt att Malmös problem med antisemitism till övervägande delen hänger ihop med att en stor del av stadens invånare har sitt ursprung i muslimska länder i allmänhet och i Mellanöstern i synnerhet. I dessa länder och områden är antisemitismen långt mer utbredd och allmänt accepterad än i Europa och det är därför inte förvånande att det får konsekvensen att antisemitiska stämningar är mer utbredda i Malmö än på andra håll i Sverige.

Det intressanta med detta exempel är att det nästan tycks finnas en tyst överenskommelse mellan de två programledarna och de medverkande att denna del av problembeskrivningen ska förbigås. På något annat

⁶ <https://kvartal.se/artiklar/fredagsintervju-kajsa-norman/>

sätt går det nämligen inte att förstå den eleganta dans som sker mellan de inblandade: Frågor som i andra sammanhang vore självklara att ställa ställs inte och när svaren från intervjupersonerna närmar sig det ”förbjudna” området viker de hela tiden av i en annan riktning. I stället nämns ett exempel där någon fått en bild på ett hakkors skickad till sig samt ett lyckat projekt där en rabbin och en imam besökt skolor tillsammans. Detta skulle kunna ge bilden att antisemitismen i Malmö framför allt är ett problem kopplat till nazism och att muslimer och judar båda är offer för denna förföljelse. (Det kan visserligen ligga något i det senare påståendet men om temat är antisemitism i Malmö är det inte i första hand åtgärder mot nazism som bör diskuteras som lösning.)⁷

Inte i något av fallen ovan kan informationen om gärningsmännens etniska härkomst ha varit särskilt svår för en journalist att skaffa sig. Den är tveklöst relevant för att förstå innebörden och vidden av de händelser som beskrivs. Ändå väljer nästan alla medier – med undantag av i fallet med IKEA-morden – att avstå från att berätta om den. Varför?

Här finns inga enkla svar utan min analys får grunda sig på vad jag sett, hört och lärt av ett helt liv som flitig mediekonsument samt under 20 år som journalist på Sveriges Radio. Jag vågar säga att det har funnits – och fortfarande finns – en stor rädsla för att rapportering om brottslingars etniska härkomst skulle bana väg för rasism och främlingsfientlighet. Det är närmast en

⁷ <https://sverigesradio.se/sida/avsnitt/1315451?programid=1637&-start=4380>

ryggmärgsreflex hos många publicister att detta är en farlig väg att gå, att det mest gynnsamma utfallet av en sådan publicering är att undgå kritik och att de därför har allt att vinna på att vara återhållsamma. Många journalister som idag är i chefspositioner var dessutom verksamma under 1990-talet då landet drabbades av ett flertal våldsdåd med främlingsfientliga, rasistiska eller rent av nazistiska förtecken. Ett av de mer kända är den så kallade *Lasermannens* sammanlagt 11 dåd – mord och mordförsök. Denna rädsla har levt kvar och tidvis varit så stor att frågan den ansvarige utgivaren ställer sig inte är: ”Varför ska detta utlämnas?” utan den omvända: ”Varför ska detta berättas?” Då blir det väldigt ofta säkrare att avstå från att publicera sådana uppgifter – relevanta eller ej.

En ytterligare faktor som påverkar mediernas benägenhet att vara återhållsamma med att publicera uppgifter om brottslingars nationalitet eller etniska härkomst är hur polisen agerar. Genom decennierna har en slags dans skett mellan polis och medier där de senare emellanåt beskrivit den förra som rasistisk. Detta har i sin tur gjort polisen så orolig för att uppfattas som främlingsfientlig att den många gånger håller tillbaka med information kring dessa frågor – något som förstås gör medierna mer återhållsamma. Om inte ens polisen berättar finns det säkert goda skäl att avstå, tycks de många gånger resonera. Ett exempel på det är hur polisen kommunicerade kring sexövergreppen på We Are Sthlm där informationen utåt om vad som hänt var minst sagt återhållsam. Ett ytterligare närmast övertydligt exempel är hur polisen inte

har velat gå ut med signalementsuppgifter på misstänkta brottslingar just med motiveringen att polisen inte ska uppfattas som rasistisk.⁸

När det gäller en annan kategori i de pressetiska reglernas tionde paragraf – den som rör kön – är rädslan inte tillnärmelsevis lika stor. Även om risken förstås är att män eller kvinnor som grupp pekas ut som potentiellt brottsliga vid varje publicering där en gärningspersons kön framgår. Låt oss göra ett experiment. Tänk er att en berusad man mördar den kvinna han lever tillsammans med. Och tänk er att den ansvarige utgivaren – osäker på om könet verkligen är relevant i sammanhanget – väljer att inte berätta utan istället låter sin tidning rapportera om hur en 45-årig person knivhögg sin 42-åriga partner till döds. Är det ens möjligt att tänka sig? Exemplet med att utelämna en persons kön kan framstå som löjeväckande efter som grupperna kvinnor och män är så stora. Men det sätter fingret på en viktig förändring som Sverige har genomgått de senaste decennierna: Vårt land är idag ett multi-etniskt samhälle. Sverige – en gång känt för sin homogena befolkning – består nu av relativt stora etniska minoriteter. Var femte invånare i Sverige är född i ett annat land och var fjärde har utländsk bakgrund – det vill säga är född utomlands eller har två föräldrar som är det.⁹

⁸ <https://sverigesradio.se/sida/avsnitt/1315451?programid=1637&-start=4380>
<https://www.svd.se/internt-polisbrev-stoppar-signalement>
<https://www.dn.se/nyheter/sverige/polisen-morkade-overgreppen-pa-festivalen/>

⁹ <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/utrikes-fodda/>
https://sv.wikipedia.org/wiki/Utl%C3%A4ndsk_bakgrundA

För att ta några exempel så består gruppen svenska invånare födda i Syrien av 186 000 individer, 144 000 är födda i Irak, 147 000 i Finland och 69 000 i Somalia. Så när medierna idag berättar att en misstänkt gärningsman exempelvis är född i Syrien är det inte lika utpekande för en hel grupp som det var 1990 när gruppen syrier bestod av 6 000 individer.¹⁰

Av texten ovan kan man möjligen få intrycket att jag menar att medierna *medvetet* döljer sanningen om invandrares brottslighet av rädsla för att underblåsa främlingsfientlighet och rasism. Men för en så långt dragen slutsats finns ingen grund. Däremot menar jag att när publicister gör bedömningen huruvida etnisk härkomst kan ha betydelse för sammanhanget alltför ofta gör en reflexmässig och räddhågsen analys. En bedömning som alltför ofta leder till slutsatsen att den etniska härkomsten saknar betydelse. Därigenom undanhåller de publiken information som i flera fall är relevant och där den eventuella publicitetsskadan mot individ eller grupp väger lättare än allmänintresset. Några exempel på det har jag gett ovan.

Finns det då inte en risk att medierna genom att oftare berätta om brottslingars härkomst skapar grogrund för fördomar kring invandrare i allmänhet och vissa etniska grupper i synnerhet? Jo, den risken finns naturligtvis men jag menar att den minskar i takt med att gruppen med utländsk bakgrund växer. Dessutom är det otvivelaktigt så att alltför många av dem som tagit sig till Sverige för att söka skydd eller ett bättre liv för sig och sina barn, istället hamnar i en miserabel

¹⁰ https://sv.wikipedia.org/wiki/Sveriges_demografi

tillvaro utan arbete eller annan sysselsättning och får se sina svenskfödda barn välja brottets bana. Att dölja eller tona ned det ligger varken i deras eller någon annans intresse.

Slutligen måste faran för att en mer liberal syn hos publicister när det gäller etnisk tillhörighet hos brottslingar vägas mot risken för att publikens förtroende för seriösa medier fortsätter att sjunka på detta område, vilket skulle kunna få alltfler att istället söka information på forum som Flashback där ingen åtskillnad görs mellan skvaller och fakta, eller i medier som faktiskt *har* en främlingsfientlig agenda. Detta skulle i sin tur kunna få väl så stora konsekvenser för tillväxten av främlingsfientlighet och rasism. Så min uppmaning till publicister i Sverige blir att oftare ställa sig frågan: ”Varför ska uppgifter om etnisk härkomst utelämnas?” än den motsatta: ”Varför ska de tas med?”

Varför får jag inte veta vem det handlar om?

– om den svåra frågan att publicera namn eller inte

Christina Jutterström*

”Har du inget hjärta i kroppen? Jag är Catrines syster och jag tog hand om hennes barn efter att hon mördats. Numera kan barnen läsa löpsedlar. Har du inget hjärta i kroppen?”

Ett brev med ungefär det här innehållet fick jag i andra halvan av 1980-talet. Det finns tyvärr inte kvar, men innehållet har etsat sig fast i mitt minne. Jag var chefredaktör på *Dagens Nyheter* sedan några år tillbaka. Det omtalade styckmordet på en prostituerad kvinna i Stockholm hade ägt rum ett antal år tidigare. Det var dags för en av många rättegångar och jag hade bestämt mig för att nu kunde även DN publicera hennes namn. Två dagar senare kom hennes systers brev. Det kom

* Christina Jutterström är journalist och har varit chef och ansvarig utgivare för Ekoredaktionen på Sveriges Radio, chefredaktör och ansvarig utgivare för *Dagens Nyheter* och *Expressen* samt VD för Sveriges Television.

att starkt påverka mig som ansvarig utgivare framöver. Jag hade helt klart inte satt mig in i den prostituerade kvinnans familjesituation. Jag skulle inte ha publicerat hennes namn. Det var inte tillräckligt viktigt, relevant och intressant. Även om andra medier namngivit henne.

Brevet kom att bidra till min huvudprincip när det gällde att publicera namn vare sig det handlade om, som här, ett brottsoffer eller en gärningsman, eller ett offer i samband med en olycka: Du kan alltid ta ett steg framåt men aldrig ett steg tillbaka när ett namn väl är publicerat. Fegt, har en del tyckt genom åren, klokt, anser andra och jag själv. Och det är till syvende och sist utgivaren av en tidning, av radio- och tv-utsändningar som har det yttersta ansvaret för vad som publiceras. Det finns fastslaget i grundlag. Men min grundprincip har definitivt inte inneburit att jag alltid undviker att publicera brottsoffers eller gärningsmäns namn. För som nuvarande pressombudsmannen **Ola Sigvardsson** har uttryckt det:

”Det kan vara okej att skada en människa. Det ingår i mediernas demokratiska uppdrag ... Men först måste det journalistiska grundarbetet vara gjort.”

Detta som en självdeklaration från min sida.

Svensk grundlag ger sedan 1766 medier en mycket vidsträckt yttrande- och tryckfrihet. Detta för att kunna tjäna som nyhetsförmedlare och granskare/renhållare i vårt demokratiska samhälle. Men lagen säger inget om när man får publicera namn på personer det rapporteras om. Den frågan handlar inte om lag utan om etik och etik är en fråga om vad vi tycker är gott

och ont. Etiken ger oss en möjlighet att reflektera över en fråga, att ta egen ställning. Som ett stöd för ansvarig utgivare och journalister när det gäller vad som är klokt att publicera och inte, finns *Etiska regler för press, radio och tv*¹. (Se vidare också Ola Sigvardssons kapitel i denna bok.)

Frågan om när ett namn ska publiceras i media i samband med ett brott eller en olycka är en av de vanligaste frågorna när journalistik diskuteras. Den är också en av de svåraste frågorna en utgivare har att brottas med. Svårigheterna har dessutom ökat i samband med tillkomsten av internet och sociala medier, tillgängliga för alla. Ett par klick bort från de traditionella medierna finns alltid namnet eller namnen på de inblandade offren eller gärningsmännen. Hur mycket ska en ansvarig utgivare låta sig påverkas av detta? Den senaste stora pressetiska debatten bröt ut i samband med *#metoo* och de många och skiftande publiceringarna kring den företeelsen. De mest uppmärksammade handlade om den så kallade Kulturmannen och artiklarna om *Stockholms Stadsteaters* chef **Benny Fredriksson**. Fredriksson tog sitt liv som en följd av dessa.

Vad har en utgivare att förhålla sig till när det gäller namnpublicering? Riktlinjerna finns i två punkter i de etiska reglerna för press, radio och tv:

- *Respektera den personliga integriteten*
- *Var försiktig med namn*

¹ <https://po.se/pressetik/>

Innebörden i den första regeln om *den personliga integriteten* handlar om att noga överväga om en publicering generellt kränker privatlivets helgd. Det krävs att en publicering har ett *uppenbart allmänintresse*. Själv mord och självmordsförsök publiceras med stor försiktighet. Brottsoffer och deras anhöriga ska visas största möjliga hänsyn. Etniskt ursprung, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet, religiös åskådning eller sexuell läggning ska inte framhävas om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande.

Innebörden i uppmaningen att *vara försiktig med namn* gäller att utgivaren noga ska överväga konsekvenserna av om en namnpublicering kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett *uppenbart allmänintresse* kräver att namn anges, slår regelverket fast. Samma försiktighet som ovan anbefalls även om namn inte publiceras.

All journalistik handlar om avvägningar, om vad som ska publiceras eller inte. Det är inte alls sagt att allt som är sant i en historia därför ska publiceras. Det som ska publiceras måste, med mitt sätt att se, vara VRI: Viktigt, Relevant, Intressant i den tid vi lever i.

Inför lagen är vi alla lika. Inför de pressetiska reglerna är vi inte lika. Det finns bland medier en inofficiell rangordning när det gäller yrken och positioner i samhället där människor riskerar att bli namngivna redan då de är misstänkta för att ha begått ett brott eller utsatts för brott.

Den rangordningen ser ut så här:

1. Offentliga personer som politiker, ledande tjänstemän, domare och höga militärer, ledare för stora företag samt grovt kriminella. De personerna kan sammanfattas som att det antingen handlar om personer som har ansvar för att bygga upp samhället eller som river ner det.
2. Personer som agerar på den offentliga arenan såsom skådespelare, artister, idrottare, tv-kändisar, författare.

Men det är inte ändå inte så enkelt att man som utgivare bara kan rätta sig efter de här rangordningarna i besluten om namnpubliceringar. Det spelar också en roll om förseelsen gjorts i samband med privatlivet eller i det offentliga. Gränsen är långt ifrån glasklar. Det vet varje ansvarig utgivare. Om en känd författare eller idrottsperson kör rattfull, åker fast, men inte skadat någon, ska deras namn publiceras? Om en minister gör detsamma? Min tro är att utgivare kommer att ta olika beslut. Själv skulle jag anse det vara av ett ”uppenbart allmänintresse” att namnge ministern därför att hen sitter i landets högsta politiska ledning. En fritidspolitiker skulle jag kalla ”en fritidspolitiker” och inte namnge. Författaren och idrottspersonen skulle jag förmodligen inte namnge. Men om dessa personer var misstänkta för allvarlig korruption, alltså missbruk av offentliga eller föreningsmedel för egen privat vinning, blev antagligen beslutet att publicera deras namn. Eller om de var misstänkta för annan typ av grov kriminalitet. Att *inte* namnge en person misstänkt för brott,

kan leda till ryktesspridning och skada flera oskyldiga personer i till exempel samma yrkesgrupp. För att ytterligare komplicera beslutet bör också hänsyn tas till den misstänkte personens närstående.

I dag vet vi att några klick på nätet i stort sett alltid kan ge oss namnet på en brottsmisstänkt eller ett brottsoffer. Hur har detta påverkat ansvarig utgivares beslut om namnpublicering? Det finns mig veterligen ännu inga direkta forskningsstudier som kan ge svar på frågan. Min egen uppfattning är att dagens ansvariga utgivare är något mer benägna till namnpubliceringar, men att de flesta fortfarande arbetar efter de pressetiska reglerna och noga betänker vad deras läsare, tittare, lyssnare förväntar sig av den tidning, tv och radio de ansvarar för. Detta oavsett att namnen finns några klick bort.

Vad tycker då allmänheten i fråga om namnpubliceringar? På 1990-talet gjordes ett antal undersökningar som visade att allmänhetens åsikter om namnpublicering i samband med olyckor blev allt striktare. Förmodligen mot bakgrund av namn- och bildpubliceringar i rapporteringarna kring en bussolycka i Norge där många svenska barn omkom, kring Estoniakatastrofen och diskoteksbranden i Göteborg. Den efterföljande debatten ledde då till striktare formuleringar i de pressetiska reglerna. I fortsättningen heter det ”Pröva noga publiceringen av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga”. Allmänhetens åsikter om namnpublicering när det gällde förtroendevalda och ledare för storföretag som misstänks för eller dömts för brott gick däremot åt det andra hållet. Människor ville veta när deras förtroen-

devalda inte levde upp till förväntningarna. (SOM-undersökningar 1990, 1994 och 1999).

Generellt kan sägas att allmänheten är mer kritisk till journalistisk kvalitet än journalisterna själva. Det är inget unikt för just journalister. En studie av terrorattentatet på Drottninggatan i Stockholm 2017 visar ändå förhållandevis lika syn på etiken i journalistiken. Men några viktiga undantag finns. Allmänheten ville nu, 2017, i större utsträckning än tidigare och än journalisterna, se att namn både på brottsoffer och förövare publicerades tidigare. Kvinnor visade sig dock vara mer restriktiva till snabb namnpublicering liksom högutbildade. En möjlig förklaring till allmänhetens ändrade uppfattning om namnpubliceringar kan vara att man påverkats av att internet och sociala medier innehåller sensationer, oförblommerat skvaller och avslöjande information om både personer och sakförhållanden. Frågan är om det återspeglar en allmän förändring eller om det gäller specifikt för attentatet på Drottninggatan. Det får framtida undersökningar visa.²

Pressombudsmannen, PO, får många anmälningar där människor anser sig blivit kränkta och otillbörligt namngivna eller utpekade i pressen. Finner hen skäl att klandra en tidning i sammanhanget går frågan vidare för slutgiltig bedömning i Pressens Opinionsnämnd, PON. 2018 blev ett unikt år när det gäller fällningar i PON och just namnpubliceringar. De hade stadigt sjunkit sedan 2002, och i genomsnitt rört sig om 30–35 per år, vilket tyder på att ansvariga utgivare, trots

² Ghersetti-Johansson: Behöver vi verkligen veta allt? 2017

att namn på misstänkta och brottsoffer alltid finns på nätet, håller sig till de pressetiska reglerna. Men 2018 blev fällningarna dramatiskt fler, 86 stycken. Skälen var två, ett TT-telegram och journalistiken i samband med #metoo. Jag ska uppehålla mig vid den senare.

Under hösten och vintern 2017/2018 vittnade tusentals kvinnor i Sverige om sexuella trakasserier och övergrepp de utsatts för. Detta kom att kallas #metoo och utspelade sig till stora delar i sociala medier. Men kvinnornas upprop skildrades och publicerades också i många traditionella medier. I några fall valde utgivaren där att också publicera namnet på personer som utpekades som förövare på sociala medier. PO fick efter detta 31 anmälningar från personer som ansåg sig otillbörligt namngivna eller omskrivna. Det rörde sig om mediepersoner, en teaterchef, en reporter på en kvällstidning, en tv-programledare och en tv-snickare. De flesta anmälda publiceringarna fälldes av Pressens Opinionsnämnd. De avgjordes var och en för sig.

Vad hade hänt i den svenska journalistiken? Ansåg ett antal ansvariga utgivare att de utpekade och namngivna var offentliga personer och därför skulle namnges? En del utgivare hävdade det senare. Men pressens Opinionsnämnd fällde inte på grund av detta. PON fällde tidningarna huvudsakligen på grund av att be läggen mot de utpekade var för svaga: händelser hade inträffat långt tillbaka i tiden, påståenden var anonyma och kunde inte beläggas, ord stod mot ord, en polisutredning hade gjorts men lagts ner.

Det råder ingen tvekan om att #metoo-rörelsen spelat en avgörande roll för att synen på sexuella trakasserier och övergrepp har förändrats i samhället. Det tycker jag

är utmärkt. Men fick kraften och vikten i denna rörelse också ett antal ansvariga utgivare att för en tid glömma de pressetiska reglerna? Blev trycket att delta i rörelsen för hårt från både sociala medier, medarbetare och allmänhet? Vilde de på ett för svenska medier nytt sätt bidra i en viktig samhällsdebatt? Jag tror alla de här skälen spelade en roll.

Nu återstår under de närmaste åren att se om den fällda #metoo-journalistiken var ett undantag eller en ny trend i svensk journalistik.

När det gäller namnpubliceringar kan du alltid ta ett steg framåt, aldrig ta ett steg tillbaka.

Varför driver medier så många drev?

– om den hetsiga jakten och den nödvändiga granskningen

Mia-Marie Hammarlin*

Frågan varför medier driver drev kan besvaras på fler än ett sätt. Ett korrekt och enkelt svar är att journalister driver drev därför att de gör samhällelig nytta. Ett annat sätter fokus på den kultur som journalister verkar inom, där den individuella reporterns moraliska ansvar i drevsammanhang upphör att gälla till förmån för kollektiva krafter. I det följande behandlas svaren, ett och ett.

Om än bristfälligt undersökt är det uppenbart för varje forskare inom detta smala, medievetenskapliga fält, att ett visst beteende kan orsaka en medieskandal – termen jag själv föredrar – i ett land och passera obemärkt förbi i ett annat. Jag vill hävda att Sverige är särdeles intressant att studera om man vill förstå skandaler; varför de uppstår, hur de formerar sig och hur de drabbar. Här tycks tröskeln vara exceptionellt låg,

* Mia-Marie Hammarlin är lektor i medie- och kommunikationsvetenskap och journalistik, Lunds universitet.

särskilt när det rör ekonomiska oegentligheter, men även när det kommer till andra gränsöverskridande beteenden hos offentliga personer. När jag höll en rad föreläsningar om min forskning vid Department of Communication and Journalism vid *University of Kerala*, södra Indien, uppstod förundran. Lärare och studenter frågade gång på gång hur mycket de ekonomiska skandalerna egentligen rörde sig om, för att försäkra sig om att de hade hört rätt. Kunde det verkligen bli en skandal för så lite pengar? Rörde det sig bara om några hundra euro? Är det sant att en minister tvingades kasta in handduken efter att ha underlåtit att betala tv-avgiften? Det enda sättet att rättvist beskriva det indiska politiska klimatet avseende fenomenet skandaler är att folket har drabbats av skandaltrötthet. Affärerna är så omfattande och så vanligt förekommande att nyhetsrapporteringen om dem införlivas i medievardagen på ett sätt som gör att de, trots magnituden, passerar förhållandevis obemärkta. Fenomenet skandal har sakta men säkert devalverats. En farlig utveckling. Medieskandaler skulle kunna ses som ett bevis för att talet om det öppna samhället inte bara handlar om retorik utan faktiskt omsätts i praktik. Det kan exempelvis vara värt att fundera på om de stabila och låga nivåerna av korrupcion i Sverige hänger samman med journalisters granskning av makthavare. Så här skriver *Brottsförebyggande rådet (Brå)* i en rapport:

Kanske kan det vara på det sättet att olika avslöjanden och skandaler inneburit en ökad medvetenhet om korrupcion, som i sin tur lett fram till bättre rutiner, att riktlinjer setts över och att kontrollen skärpts. En djärv tanke är att

problemen med korruption kan ha minskat, framförallt i sådana former som är synligare och lättare drar till sig misstankar. (*Brå, rapport 2013:15, s. 8*)

Å ena sidan värdefull granskning av makten som vi som medborgare i ett demokratiskt samhälle på olika sätt drar nytta av, å andra sidan sensationslystnad och karaktärsdåd på enskilda politiker och andra offentliga personer som riskerar att sänka allmänhetens förtroende för såväl politiken som journalistiken – mediaskandaler är onekligen ett komplext fenomen.

I min bok *I stormens öga* (2015), som snart kommer ut i engelsk översättning, ber jag namnkunniga journalister att reflektera över fenomenet mediaskandaler. Ett bestående intryck av intervjuerna är att något alldeles särskilt tycks hända när drevet går, vilket är det begrepp journalisterna själva använder. Ingen förefaller kunna stoppa dess framfart. En enskild journalist kan uppleva drevet som både ociviliserat och obehagligt, men finner ändå begränsade möjligheter att försöka påverka dess riktning eller omfattning. Som om det vore tal om ett naturfenomen. Men i själva verket har detta att göra med den journalistiska kulturen. Att efter ett intensivt drev fälla en så kallad tolvtaggare kan kännas som en seger efter en utdragen tävling, och på något plan är det roligare att vara med i tävlingen än att stå vid sidlinjen och titta på. Känslor av berusning, spänning och beslutsamhet väcks hos många journalister i sådana sammanhang. ”Att få känna både klungans makt och ryckets rus”, som **Göran Rosenberg** skriver i en kritiskt reflekterande text över fenomenet. Energin i drevet springer ur en kombination av olika känslor

och instinkter som samspelar: tävlingsinstinkten som är nyhetskulturens själva kärna, där den som inleder jakten eller kommer först på trofén vid jaktens slut belönas med en guldspade, skräcken att missa en nyhet med stort prestige- och uppmärksamhetsvärde, samhörighetskänslan i den kollegiala gemenskapen där det egna skråets värderingar och ideal förfäktas. Men alltför ivriga deltagare i ett drev förväxlar förr eller senare spåren efter villebrådet med spåren av sig själva. En jakt som kan sluta i tragedi, skriver Rosenberg.

Den personliga skada som drevet kan orsaka är i somliga fall motiverad. En offentlig person med makt ska tåla hård granskning. **Benny Fredriksson** var just en sådan person. Som etablerad chef för *Stadsteatern* i Stockholm, en offentlig verksamhet finansierad med skattemedel, åtnjöt han, med rätta, ett svagare skydd i offentligheten än många andra. Men bakom chefsrollen fanns en människa som, enligt de efterlevande, tog så mycket skada av publiceringarna under #metoo-hösten att han inte längre ville leva. Lite drygt tre månader efter Aftonbladets hårdföra granskning – där Benny Fredriksson omnämndes som en ”oberäknelig diktator” och hans ledarstil kallades för ”skräckvälde” och ”terror” – tog han sitt liv. *PO/PON* klandrade senare tidningen för att ha orsakat Benny Fredriksson oförsvarlig publicitetsskada och för att grovt ha brutit mot god publicistisk sed. Man skriver:

Förutom anklagelserna innehåller publiceringarna ett flertal starkt laddade uttryck samt djupt nedsättande och kränkande omdömen om Benny Fredriksson som det är mycket svårt att försvara sig mot. Till detta kommer att

Aftonbladet har agerat på ett sätt som innebar att Benny Fredriksson inte fick en rimlig möjlighet till bemötande (2019-03-11).

Det svåraste att hantera för skandalernas huvudpersoner, vars erfarenheter jag har undersökt, är när nyhetsrapporteringen alltmer börjar kretsa omkring dem som privatpersoner. Vid en kritisk tidpunkt slår bevakningen över, sakfrågan överges och det är den bristande *karaktären* hos den skandaliserade som sätts i centrum. Då ringer journalister till de gamla föräldrarna, tidigare partners, ja, till och med till barnen, för att hitta stoff till porträttet av en människa som alltmer antagit drag av Belsebub.

Vad historikern **Mattias Hessérus** bland mycket annat upplyser läsaren om i sin avhandling *Rätten till privatlivet. Om moralen bakom omoralen i svensk press* (2017) är att det inte var bättre förr. Eller vad sägs om den behandling som polismannen **Stjerne** och en avliden flicka, båda namngivna, får i skandal-tidningen *Fäderneslandet* år 1920. Stjernes sexualitet beskrivs som farlig och abnorm, flickan som offer för hans omåttliga drifter. Detaljer om hur polismannen tvingat flickan, och andra med henne, att ”gratis” ägna sig åt ”onaturligt könsumgänge”, är både hårresande och kittlande. Det hela påminner om medierade skandalers historiska seghet – de är här för att stanna och vi behöver dem – men också om vikten av att vårda det i många avseenden välfungerande medieetiska system som vi har i dag.

Varför är nyheter så ofta negativa?

– om hur journalistiken kan ge en rättvisande bild av världen

Rouzbeh Djalaie*

”Vi skriver om flygkraschen, inte om alla lyckade landningar. Vi skriver om patienten som blev felopererad, inte om alla de som opererades korrekt.”

Så skrev *Göteborgs-Postens* redaktion i ett försök att svara på kritik från läsarna om att tidningen hade för många negativa rubriker. Och Göteborgs-Posten är inte ensam om att ha en publik som upplever att journalistiken ofta beskriver världen i negativa termer.

Problemet har uppmärksammats av publicservicebolagen *Sveriges Radio* och *Sveriges Television* också.

När publiken upplever att medierna har för många negativa nyheter blir den mindre benägen att ta del av nyhetsflödet. Eller som *Danmarks Radios* nyhetschef **Ulrik Haagerup** sa i en intervju med *Yles* svenska sändningar: ”Publiken orkar inte bara se på elände hela tiden.”

* Rouzbeh Djalaie är journalist och agendaredaktör vid P4 Stockholm.

Göteborgs-Postens svar till sina läsare kanske låter aningen förenklat och hårt. Men det här var 2008. Tidningskrisen hade inte slagit till än. De stora tidningshusen hade råd med att på ledarsidan läxa upp sina läsare.

Danmarks Radio och de svenska publicservicebolagen valde delvis en annan väg och började skruva på journalistiken för att göra den mer konstruktiv. Men det svar Göteborgs-Posten gav sina läsare baserade sig samtidigt på själva den vedertagna definitionen av vad en nyhet är.

En nyhet är en händelse som avviker från det normala. Inte alla flygplan som landar utan det plan som kraschar.

Det är vad studenterna lär sig på journalistutbildningarna. Närhetsprincipen, allmänintresset och avvikelserna från det som uppfattas som det normala. Och den avvikelserna är huvudsakligen av negativ karaktär. Ett missförhållande är ju per definition negativt och en av de mest grundläggande delarna av journalisterens uppdrag är att uppmärksamma och granska missförhållanden. Fokus på politikerna som fifflar, inte på alla politiker som inte gör det.

Men om publiken då är trött på eländesrapportering, är det möjligt för oss journalister att fortsätta att granska och avslöja missförhållanden utan att tappa vår publik?

Och vad är annars alternativet? Sluta granska? Berätta enbart solskenshistorier och positiva nyheter? Försköna verkligheten?

I början av 2000-talet var jag själv en av de mediekonsumenter som började tröttna på det som jag upplevde som dominansen av negativa nyheter i min lokaltidning och riksmidier. Jag var nyinflyttad i ett bostadsområde i Stockholmsförorten *Skärholmen*. Jag ville genom medierna bilda mig en uppfattning om min nya bostadsort. Jag ville veta hur det är att bo där, hur lokalsamhället mår och hur det låg till med saker och ting i min stadsdel; jag ville ta reda på vad normal-tillståndet i Skärholmen var för att som boende kunna förhålla mig till det. Men mycket av det jag fick från min lokaltidning var avvikelserna från det normala: kioskrånen, våldtäktsförsöket, misshandeln – de negativa avvikelserna.

Lite hårdraget kan man säga att min lokaltidning presenterade de avvikande händelserna som normal-tillståndet genom att återge och upprepa en viss skärva av den verklighet som fanns i lokalsamhället.

Att läsa min lokaltidning gav en nedslående känsla som fick en att sluta läsa.

Jag träffade andra som upplevde att rapporteringen från området hade för mycket fokus på blåljusjournalistik.

”Jag vill inte skrämma min gamla mor”, sa en bekant till mig som var på besök i sitt barndomshem i Skärholmen. ”Hon kommer inte att våga ens gå till Ica om jag läser rubrikerna i lokaltidningen för henne.”

Blåljusrubriker om senaste våldtäktsförsöket och kioskrånet dominerade förstasidan. Den gode sonen hittade på goda nyheter som han läste högt för sin mor.

Han skonade sin mamma från negativa nyheter.

Men jag ville inte bli skonad. Jag ville inte ersätta allt i tidningen med goda nyheter.

Jag ville ha hela bilden eller, som Ulrik Haagerup uttryckte det i intervjun med Yle, ”se världen med båda ögonen”.

Jag skrev inte insändare eller ringde och klagade. Jag ville undersöka själv om det var möjligt för journalistiken att komma närmare verkligheten, att kunna skildra den mer nyanserat, ”med båda ögonen” utan att det för den sakens skull blir platt och uddlöst. Jag ville veta om en nyhet måste vara negativ för att hamna i tidningen och om det finns flera sätt att arbeta med en negativ nyhet. Jag ville veta om det är möjligt för journalistiken att ge hela bilden eller om det åtminstone är eftersträvänsvärt.

Jag planerade att starta en lokaltidning, *Södra Sidan* (som senare skulle bli en del av *Direktpress*). Och jag började med att i princip googla fram hur journalister arbetar. Frågor som jag visste många andra tidningsläsare också hade: hur går ett redaktionsmöte egentligen till? Var kommer nyhetstipsen ifrån? Hur värderas och prioriteras nyheterna?

Rubriksättning, intervjuteknik, allt.

Jag kom över en redaktionsmanual som pedagogiskt beskrev vilka beståndsdelar en bra förstasida ska ha för att locka till läsning. Nyckeln var brott. Brott lockar till läsning visade journalisternas egna undersökningar. Och där ska finnas med ett brottsoffer, en utsatt person.

Så definitionen på en nyhet är att den är negativ och redaktionerna menar att en negativ nyhet lockar läsare.

Ja brott lockar till läsning. Att läsa en blåljus-rubrik i en tidning är nästan som att se på när en person blir påkörd av en bil.

Händelseförloppet utvecklar sig framför dina ögon och du kan inte släppa det med blicken. Men det innebär inte att du vill att fotgängaren ska mejas ner av bilen. Du hoppas och vill se bilen bromsa i sista sekund eller fotgängaren stoppas av någon annan. Du vill att något hindrar olyckan. Du vill se en annan utgång, en lösning. Helst en hjälte.

Du vill veta om planet kraschade men du vill också veta varför. Du vill veta hur vanligt det är att flygplan kraschar och du vill veta vad som görs för att förebygga det. Och helst vill du höra om planet som höll på att krascha men räddades.

Vi startade tidningen och 2010 fick vi på Södra sidans redaktion tips om att antalet anmälda fall av uppfostringsvåld mot barn, barnaga, hade slagit rekord i stadsdelen. En avvikelse, negativ sådan. Vi hade siffrorna. Vi hade tjänstemännen som kunde berätta om det. Det är lätt att se rubrikerna framför sig:

”Allt fler barn utsätts för våld hemma”

”Barnaga ökar i Skärholmen”

Det är en nyhet som är viktig och engagerar läsarna.

Barn. Våld. Skärholmen. Ord som lockar. Vi kunde ha stannat där.

Men läsare stannar inte där. Vi journalister gör ofta det men inte publiken. Den upprörs över att barn far illa och den vill veta orsakerna för denna negativa avvikelse. Den vill veta hur det den negativa utvecklingen

kan stoppas. Vi drog in föräldrar, forskare, barn och politiker i samtalet. Perspektiven möttes. Gemensamt var deras vilja att få stopp på barnaga. Det var lösningarna som de sökte.

Vi gjorde vårt jobb och berättade om missförhållanden. Men vi höll oss kvar i den negativa nyheten. Vårt jobb var inte att ta fram lösningar.

Men vi satte den i ett sammanhang och vi lät de berörda och andra diskutera lösningar. Kommunala utbildningar för föräldrar, information om barns rättigheter, föräldragrupper som stöder varandra ...

Fokus på de berördas röster och lösningsorienteringen gjorde att vi som en liten lokaltidning lyckades närma oss de mest negativa och svåraste ämnena som ungdomsbrottslighet, skolsegregation, hedersvåld och barnaga.

Det här var 2006. Begreppet konstruktiv journalistik användes knappast i Sverige. Men det var det vi sysslade med.

Idag är det allt fler mediehus som på olika sätt och i olika grader jobbar med konstruktiv journalistik. 2017 fick Sveriges Radios *Ekot* det nyinstiftade priset *Global Constructive Journalism Award* för satsningen #tiomiljoner. Satsningen ville lyfta fram fler röster och perspektiv och få igång en lösningsfokuserad diskussion lyssnare emellan. *P4 Stockholm* har under de senaste åren hållit publika möten, utsändningar med lösningsorienterade samtal kring ett stort antal

ämnen; från vardagliga frågor som kollektivtrafik till svåra och ”negativa” ämnen som otrygghet och döds-skjutningar.

Men det finns både klara vinster och fallgropar när det gäller konstruktiv journalistik.

1. **Solskenshistorier.** Den vanligaste kritiken mot konstruktiv journalistik och kanske dess vanligaste fallgrop. Nej. Konstruktiv journalistik handlar inte om att undvika de negativa svåra nyheterna och fokusera på solskenshistorier. Det handlar i grunden om en så enkel sak som att ta nyheten om missförhållanden och vrida vinkeln ett varv till, tänka ut fler perspektiv, ställa oväntade frågor, fler hur-frågor än vad-frågor, lösnings- och ansvarsfrågor både till politiker och medborgarna.
2. **Ovana och tidsbrist.** Fler frågor, oväntade frågor och fler perspektiv ställer nya krav på oss journalister. Det är också tidskrävande. förutsätter också att reportern får mer tid
3. **Projektsjuka.** Mångfald, konstruktiv journalistik ... Mediehusen är trendkänsliga. De har en tendens att röra sig flockvis och åt samma håll. Alla vill ha sin konstruktivjournalistik-satsning. Konstruktiv journalistik börjar inte och slutar med ett projekt. Det är snarare ett förhållningssätt och tänkande än en särskild satsning.
4. **Aktivism.** Vi journalister ska inte driva frågor. Vi ska ta ställning mot rasism och för mänskliga rättigheter men vi ska inte ta ställning i andra frågor. Konstruktiv journalistik med lösningsfokus inne-

bär inte att vi ska föreslå lösningar. Vi ska låta de berörda och andra komma med förslag på lösningar. Finns det alternativa lösningar på andra håll kan vi berätta.

5. **Snäll-journalistik.** Konstruktiv journalistik är inte samma sak som positiv journalistik. Konstruktiv journalistik innebär inte att vi som journalister slutar ställa svåra frågor eller blir snällare. Jag skulle säga tvärtom. Vi ska ställa fler svåra frågor och göra det till fler personer. Det är inte bara skolpolitikerna som ska svara på hur skolan ska lyftas. Utan också föräldern som klagar.

Ja, nyheter i dag är ofta negativa. För enligt medie-logiken lockar den typen av nyheter – särskilt brott – publiken. Det är också tidseffektivt och enklare för redaktionerna med den typen av rapportering. Men när detta negativa fokus sätts i system av en hel uppmärksamhetsindustri är risken enorm att vår världsbild förvrängs. Och på lång sikt tappar vi också publik. För deras vardag och de dilemman som de handskas med är ofta långt mer komplicerad och mångfacetterad än hur medierna skildrar den. Då behövs en journalistik som tar steget vidare och anstränger sig för att agera konstruktivt och nyanserat. Inte bara söka största möjliga uppmärksamhet genom de största gesterna.

Varför är allt i medier så stockholmsfixerat?

– om vem och vad som får skildras i medierna

Anne Lagercrantz*

Sedan 2016 har jag och hundratals medarbetare som jobbar med sport och nyheter på SVT fikat med publiken. Det kan låta fånigt att arrangera möten med människor, vi träffar ju folk hela tiden under intervjuer. SVT:s avdelning för publikdialog är nog den mest aktiva i hela Sverige. Vi får ständigt synpunkter på vårt utbud.

Men det är skillnad på möten och möten. När vi fikar har vi avsatt tid för att aktivt lyssna. Vi vill inte marknadsföra eller försvara oss. Vi vill lyssna och lära oss hur folk konsumerar nyheter och vad de tycker om oss.

Här finns mest kärlek och uppskattning men också kritik. Några återkommande synpunkterna är:

- Vi är Stockholmsfixerade. En arg MFF:are i Malmö exemplifierar med hur vi lyfter Stockholmslagen i Allsvenskan.

* Anne Lagercrantz är journalist och divisionschef för nyheter och sport på Sveriges Television. Hon var tidigare chef för Ekoredaktionen på Sveriges Radio och nyhetschef på TV4.

- Vi är negativa. Flera, inte minst unga, berättar hur de slutat ta del av nyheter. De blir på dåligt humör, rent av apatiska och stänger av.
- Vi upplevs ointresserade av företagare och företagande och vi anses ha perspektiv där vi automatiskt tycker synd om människor, utan att någonsin kräva ansvar av dem. Ibland anses vi tala om för tittare vad de borde känna. Ett exempel är från ett reportage om en man som förlorat sin dotter under flykten till Sverige. Det är musiksatt och mannen filmas i motljus när han matar änder. Personer i en fokusgrupp avfärdade det som en manipulativ snyfthistoria där ljud och bild var skraddarsydda för att locka till sympatier. Ett annat exempel är från ett lokalt reportage där kommunen ifrågasätts för att den nekat en pojke vegankost i förskolan.
- Vi är likriktade. Det är för mycket Trump. Eller – beroende på vad som är hett just under samtalet – för mycket om partipolitik, eller för mycket om Linköpingsexplosionen, eller vad som nu dominerar dagordningen.

Stockholmsfixeringen

Det finns en överrepresentation av huvudstaden i nationella medier. På sätt och vis är det naturligt. I Stockholm finns riksdag och regering, här finns flest storföretag och myndigheter. Bara i Stockholms stad bor nära en miljon människor. Här finns makthavare. Och här finns flest journalister.

Men rapporteringen kan också bli skev. De allra flesta svenskar bor inte i Stockholm utan i mellanstora

orter. De har andra referensramar, en annan vardag och känner inte alltid igen sig i rapporteringen. Medier och makthavare riskerar att fokusera på fel frågor.

Jag har under tjugo år jobbat i tre rikstäckande organisationer. Under min tid på *TV4* fanns lokalredaktioner. Som Ekochef på *Sveriges Radio* jobbade jag nära P4 och på SVT har jag ett ansvar för nyheter för barn och minoriteter liksom för riks-sport och lokalredaktionerna. Riksprogrammen i alla organisationerna har kunnat välja bland nyheter från hela landet. Frågan om Stockholmsfixering borde vara perifer.

Ändå har det stundtals gått trögt. Jag kan knappt räkna gångerna jag hört lokala medarbetare berätta om svårigheterna att publiceras riks. När angelägna lokala nyheter gått en större publik förbi eller när perspektivet i onödan varit Stockholms. Eller, när den egna riksredaktionen intresserat sig först efter att *nyhetsbyrån TT* citerat den lokala nyheten.

Vad beror det på? Det har många orsaker och jag ska försöka resonera om några av dem.

Närheten

Betydelsen av den fysiska närheten är något vi talat för lite om. Jag har sett många exempel på det och vet själv hur jag påverkats som arbetsledare och redaktör. Det byggs lojaliteter och relationer mellan människor som ses och lär känna varandra. Det skapar trygghet och tillit.

Det är lättare att säga ja till en ivrig reporter som står bakom redaktörens axel i Stockholm och att samtidigt säga nej till en okänd röst, tillhörande en person man aldrig träffat på en redaktion man aldrig besökt.

Närheten påverkar också möjligheten att ge och ta feedback. Avståndet gör det svårare att ha synpunkter på kvalité eller kräva ändringar när det behövs.

Likriktning: bekräftelsebias

I en studie från två journaliststudenter vid *Södertörns Högskola* slås inte bara en Stockholmsfixering fast, utan också att 85 procent av nyheterna om Sverige utanför Stockholm i *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, *Aftonbladet* och *Expressen* handlar om brott, olyckor och sport.¹

”Denna snedvridna bild av Sverige som en livsfarlig plats med bara en och annan elitidrottsklubb som undantag sätter agendan för den samhällspolitiska debatten” skriver forskaren Gunnar Nygren och Stefan Eklund, chefredaktör Borås Tidning i en debattartikel i *Aftonbladet*.²

Jag är säker på att SVT:s urval av nyheter är bredare. Vi har finansieringen, medarbetare som är besjälade av uppdraget att spegla hela Sverige och ett finmaskigt nätverk av lokala redaktioner. Ändå finns även hos oss tendenser till likriktning. I Malmö vittnar redaktionen uppgivet om att det är lättare att ”sälja in” nyheter om skjutningar än något annat. I Norrbotten vet man att nyheter med skottrar eller björnar uppskattas av riksredaktionerna.

Här finns strukturella utmaningar. Vi ser alla lättare det som redan är bekant, det vi känner igen och som

¹ <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%-3A1180123&dswid=-5527>

² <https://www.aftonbladet.se/debatt/a/qnWAQL/landsbygden--mer-an-brott-och-hockey>

passar vår bild av hur det är. Vi kan ignorera information som strider mot vad vi tror på. Professor Åsa Wikforss resonerar klokt om bekräftelsebias i sin bok *Alternativa Fakta. Om kunskapen om dess fiender*. Det blir extra tydligt i en deadline-kultur. Det är nästan alltid bråttom och skjutningen i Malmö finns på agendan och passar in i ett bekant mönster. Men uppmärksamheten kan skapa felaktiga bilder; exempelvis är arbetsplatsolyckor med dödlig utgång vanligare än dödsskjutningar, men långt mindre bevakade och politiskt diskuterade.

Perspektiven

En utgångspunkt för journalistiken är att granska makt och missförhållanden. Mer kraft läggs på att granska det parti eller partier som finns i regeringen. Makthavare blir mer skärskådade än andra.

Grunden är opartiskhet och att höra alla parter bästa argument – samtidigt vill vi ge röst åt de som har svårt att nå ut, och stå på den enskildas sida mot makten.

Reflektioner och lösningar framåt

Vi har uppenbara utmaningar, men jag vill ändå först komplicera den upplevda likriktningen och Stockholmsfixeringen och därefter peka framåt.

Bekräftelsebias finns hos alla

Förstärkning sker hos oss alla. MFF-supportern som tycker att vi bara lyfter Stockholmslagen i Allsvenskan tenderar att vara extra uppmärksam på när vi rapporterar om just Stockholmslagen. Den som tycker att vi

granskar ett visst politiskt parti hårdare tenderar att se exempel på det och ignorera när andra partier får motsvarande tuff granskning. Den som är trött på Trump märker inte hur vi aktivt anstränger oss för att balansera bevakningen. Lokalredaktören ser mönster i vad som väljs i riksprogrammen och märker inte det som motsäger den bilden. (Forskarna har undersökt något de kallar fientliga medier-effekten³ som ligger nära just detta.)

Ingen fixering på Stockholmsfrågor

Geronimo Åkerlund som är chef för SVT Nyheter Stockholm skrattar när jag frågar om Stockholmsfixeringen och påpekar att det möjligen finns en fixering men inte vid lokala frågor som rör stockholmare. De är snarare underbevakade. SVT har visserligen nyöppnat redaktioner i Rinkeby och Södertälje, men ser vi till hur många som bor i Stockholm är vi snarare underbemannade. Stora kranskommuner i Stockholm har varken starka lokaltidningar eller public service-redaktioner på plats.

Däremot har vi alltför ofta Stockholm som utgångspunkt när vi exemplifierar nationella angelägenheter.

Ökad närvaro

Vi vet att det spelar roll var vi finns. Vår Södertäljeredaktion var den enda som i valrörelsen frågade statsminister Löfven om regeringens planer på att erkänna folkmordet på minoriteter i det osmanska riket 1915. Frågan var av enorm betydelse lokalt och Löfvens

³ <http://mediestudier.se/nar-bjalken-sitter-i-betraktarens-ogon/>

nekande svar påverkade sannolikt kommunalvalet 2018.⁴ Vi skulle inte känt till den diskussionen om vi inte funnits på plats och lyssnat.

Betydelsen av närvaron gäller såklart inte bara i Stockholm, redaktionell närvaro påverkar i grunden vår bevakning. Därför har vi som ambition att finns på fler platser. Sedan 2015 har vi utökat med medarbetare på tio platser i Sverige och finns nu på 37 orter.

Tyvär blir samtidigt antalet journalister totalt sett färre och enligt sammanställningar från Institutet för mediestudier finns kommuner i Sverige där det inte bor en enda journalist och i landets 19 glesbygdskommuner bor bara ett par dussin journalister totalt.⁵

Vidgade perspektiv i bevakningen

En av journalistiken viktigaste uppgifter är att granska missförhållanden. Det har blivit viktigare. Men som journalister gör vi det ibland för lätt för oss. Vi kan förenkla och framställa händelser i svart och vitt, eller i offer och gärningsmän.

Vi strävar idag efter att oftare ställa kritiska frågor även till drabbade personer. Det gör till dem till mer än bara offer. Journalistiken blir också bättre när vi sätter den enskilda frågan i ett större sammanhang och när vi vänder på perspektiven. Vi ska inte bara ifrågasätta varför kommunen vägrar erbjuda veganmat i förskolan. Vi måste också, som vi i ett uppföljande reportage gjorde, ifrågasätta om det är rimligt att kommunen gör det. På samma sätt försöker vi också

⁴ <https://www.dn.se/sthlm/folkmordet-1915-avgjorde-kommunvalet-i-sodertalje/>

⁵ <http://journalisterna.mediastudier.se/>

utgå från de som röstar på Trump och se en fråga från alla håll: vad talar för att den mur Trump vill bygga mellan Mexiko och USA faktiskt är bra?

Mätning ger mer relevanta diskussioner

För att bättre spegla hela landet har vi formulerat mätbara mål för hur stor andel lokalt material som riksprogrammen *Rapport*, *Aktuellt*, *Sportnytt* och *Morgonstudion* ska innehålla. (I diskussionen om Stockholmsfixering glöms för övrigt ibland rikssända *Sverige Idag* från Umeå som uteslutande består av lokalt material och som vidgar bilden av Sverige.) De här mätningarna kritiserar ibland, men jag vet av lång erfarenhet att de gör skillnad. Det är inte själva mätningarna som är det viktiga utan diskussionen som förs på redaktionerna och ambitionen som förmedlas.

Större utrymme, bättre data

Digitaliseringen har fört med sig stora utmaningar men ger också större utrymme. En lokal nyhet kan väljas in utan att något annat väljs bort. Mångfalden och variationen blir rikare, och vår möjlighet att följa publiken i realtid gör oss mer uppmärksamma på publikens beteende och behov. Magkänsla och redaktionell bekräftelsebias kan trotsas och nyanseras av digital data. Intresset för vad som händer utanför Stockholm är stort.

Konstruktiva nyheter

En av de mest lovande trenderna framåt är konstruktiva nyheter. (Se också Rouzbeh Djalaies kapitel i denna bok.) Jag är besjälad av idén, och minns hur

jag som ung reporter läste en rapport från *Brottsförebyggande rådet* och förkastade den: det fanns inga nyheter, allt blev bättre. Men det stämmer ju inte. Även positiva trender och möjliga lösningar är nyheter. Berättar vi inte också om dem så ger vi en felaktig bild. Vi svartmålar.

Det finns missförstånd förknippade med konstruktiva nyheter. Det talas om att skönmåla, om att förmedla ”goda nyheter” men inget kan vara mer fel. Konstruktiva nyheter intresserar sig för morgondagen och tar också upp lösningars eventuella begränsningar. De gif-ter sig väl med granskande nyheter som handlar om går-dagen. Det är nog så tufft för ett kommunalråd eller en rektor att svara på varför man inte valt en lösning som fungerat i en annan kommun eller i en annan skola.

Och sällan är makthavare vana vid perspektivet. Jag minns en skicklig radiointervju där **Johar Bendjelloul** frågar den ryske ambassadören: ”Vad kan Sverige lära av Ryssland?” Ambassadören, redo för angrepp, blir en stund helt tyst.

Det finns många fina exempel från våra lokala redaktioner som lyfts på riksnivå: Smålands rapportering om hur ”hemmasittare” får hjälp tillbaka till skolan i lyckade kompisprojekt eller om hur en skola i Markaryd vänt utvecklingen efter att ha fått massiv kritik från skolinspektionen, Västerbotten om test med automatiserade affärer i glesbygden, Örebro om hur regionen inrättat en ny tjänst som avlastar sjuk-sköterskorna, Skåne om den förbättrade havsmiljön i Öresund.

Konstruktiva nyheter är efterfrågade både av publi-ken och riksprogrammen. De ger en mer sann bild av

Sverige, bortom de enkla schablonerna. Allt är inte brott, olyckor och sport. Konstruktiva nyheter ger fler perspektiv och våra sändningar blir mer varierade.

Hela bilden

Journalistiken är snabb. Att förändra journalistik är däremot en långsam process. Jag är övertygad om att vi är något på spåren. Inte bara SVT utan alla redaktioner tar idag del av data och lyssnar på publiken på ett mer professionellt sätt. Vi ser efterfrågan på variation, kvalitet och på lokalt material.

Data och den direkta publikkontakten gör oss mer uppmärksamma på när vi brister i urvalet eller när vi bekräftar det traditionella. Konstruktiva nyheter vinner mark.

Sammantaget breddar vi perspektiv och nyhetsberättandet. MFF-supportern, den som blir på dåligt humör av nyheter och den som tycker att vi tjatar om samma saker behöver bli övertygade under en längre tid, och det kommer såklart ske bakslag. Men riktningen framåt är tydlig. Och Stockholm är varken Sveriges mitt eller där flest människor i Sverige bor.

Varför är det alltid något fel i en nyhet när den handlar om något jag verkligen kan?

– om kvalitetskontroll och redaktioners ansvar för att göra rätt

Nils Hanson*

Redaktioner som är så hårda mot andra som gör misstag saknar själva ett system för att minimera risken för fel.

Nu är det hög tid att ändra på det.

Vi journalister är väldigt snabba med att slå ner på andras felsteg och brister. En myndighet eller ett företag som på något sätt bryter mot gällande regelverk eller rådande etiska normer får finna sig i en hårdförgranskning. Ansvar utkrävs utan pardon.

Precis så ska det vara. Det är en grundläggande uppgift för oss. Men hur hanterar vi våra egna tillkortakommanden? Och vad gör vi för att förhindra dem?

Ett allvarligt misstag på en redaktion kan leda till obotliga skador och mänskliga tragedier. Journalistik

* Nils Hanson är journalist och var under åren 2004–2018 chef och ansvarig utgivare för Uppdrag Granskning i Sveriges Television. Han har vunnit föreningen Grävande journalisters pris Guldspaden två gånger. Han har varit gästprofessor vid JMG, Göteborgs universitet, och är hedersdoktor vid samma universitet.

kan på felaktiga grunder förstöra en persons anseende och sätta stopp för ett företags verksamhet. Utpåkade människor kan helt oförskyllt utsättas för både hat och hot.

Slarvigt utförd granskande journalistik skapar allvarliga missförhållanden istället för att avslöja dem.

Vad krävs då för att minimera risken för att något sådant inträffar?

Svar: ett systematiskt arbete för att höja kvaliteten och minska riskerna. Det kallas kvalitetssäkring.

I branscher där människor kan skadas på något sätt är kvalitetssäkring självklar. Och om olyckan ändå är framme, om något händer som har påverkat säkerheten – då upprättas i regel en incidentrapport för att verksamheten ska kunna dra lärdom av det inträffade.

Men denna systematik saknas på landets redaktioner, trots vårt uppdrag att syna hur andra lever upp till kraven.

Här kan vi se tillbaka på en tradition som inte är något att yvas över när det gäller kvalitetstänk.

På redaktionerna härskar en nedärvd sed där magkänslan och inte skriftliga manualer styr arbetet. En sed som i och för sig kan grundas på stor erfarenhet och kunskap men som lämnar utrymme för godtycke.

Snabbhet och genomslag har alltid varit det som belönats, inte mödosamt gnetande med detaljer.

Inget fel i det arbetssättet om det inte vore för att det så uppenbart går ut över precisionen i journalistiken. Det är därför du ständigt hittar faktafel i artiklar som berör ett ämne som du är insatt i. Det är därför du inte känner igen dina citat i tidningen när du själv har blivit intervjuad.

Denna tradition av självtillräcklighet bäddar för slarv och slapphet. Den gör sanningen till ett högst tånjbart begrepp. Det kan röra sig om harmlösa brister, som att namn stavas fel. Men det kan också handla om rena publicistiska övergrepp, som att en namngiven person utan saklig grund pekats ut som klandervärd.

Det är lätt att förstå varför sakfel uppstår. Oftast rör det sig om en kombination av okunskap och lättja. Men hur förklara de allvarliga övergreppen?

Ofta är det fråga om tunnelseende, ett av journalistikens största problem. Medierna har inga blygsamma anspråk. Det är sanningen som presenteras. Det ges sällan förbehåll på den punkten i inslag eller artiklar. Men vad det i själva verket rör sig om är ett utsnitt ur verkligheten som kan vara mer eller mindre missvisande. Allt beroende på det urval som journalisten har gjort och graden av tunnelseende.

Reportern har tidigt klart för sig vad som krävs för att det ska bli en story värd att publicera. På vägen till publicering ges den enskilde medarbetaren stor frihet. Vilka personer ska kontaktas? Vilka frågor ska ställas? Vilka dokument behövs? Reportern avgör själv. Ju större självständighet reportern visar, desto större uppskattning bland arbetsledarna. De ifrågasätter sällan reporterns urval. Risken är uppenbar att reportern väljer bort eller tonar ner relevanta uppgifter som kan antas minska storyns genomslag. Fenomenet kallas ”*confirmation bias*” eller *ensidigt bekräftelsesökande*. Det drabbar alla i olika grad och är svårt att komma åt eftersom enbart reportern själv har full insikt i det urval som gjorts.

I den granskande journalistiken kan konsekvensen av tunnelseende bli förödande, vilket den hårt kritiserade Metoo-journalistiken gav exempel på hösten 2017. Stora redaktioner blev så förblindade att de negligerade det mest elementära:

En redaktion som är uppriktigt sanningsökande ska ifrågasätta allt och alla. Först om nödvändiga belägg grävts fram kan allvarliga anklagelser publiceras.

Här använde sig redaktionerna istället av ett slags generell bevisföring. Anonyma källor vittnade om vad en person hade gjort. De gav en samstämmig bild av ett klandervärd beteende. Enskilda exempel på rena övergrepp behövde därför, enligt redaktionerna, inte beläggas eftersom de utgör exempel på den redan belagda generella bilden. En genväg i granskandet som fick förödande konsekvenser.

De allvarliga publicistiska dikeskörningarna denna höst borde ha lett till en omfattande självrannsakan bland svenska medier. Så blev inte fallet, symptomatiskt nog. Såren fick läka i tysthet. En möjlighet att dra lärdomar på ett bredare plan försattes.

Förhoppningsvis står nu ändå följande klart: Det räcker inte att ett antal anonyma källor ger en generell bild av att en person är klandervärd för att motivera publicering av detaljrika anklagelser. Varje detalj i sig kräver belägg. Människor ska behandlas lika – även om den ena är ”case” och den andra är utpekad förövre. Det innebär att de kritiska frågorna ställs både till den som anklagar och den som är anklagad.

Men denna insikt verkar tyvärr fortfarande saknas på många redaktioner:

Det krävs ett fungerande system för kvalitetssäkring för att undvika nya dikeskörningar och bevara trovärdigheten.

Detta är dock en insikt som kommer att tvingas fram. För nu är den långa traditionen av själv tillräcklighet på väg att rämna.

Den svenska medievärlden har varit befriad från kännbara sanktioner mot den som felar. Regelverket är generöst. Vi har en lag om förtal som gör det svårt att få oss fällda i domstol och som journalister i andra länder avundas oss. Visst gör det ont att bli fälld i Granskningsnämnden och Pressens opinionsnämnd. Men det är en högst tillfällig huvudvärk. Sedan är det ”business as usual”.

Fällningarna har oftast gått publiken förbi.

Den har å sin sida haft små möjligheter att på egen hand agera eller ingripa mot orättfärdiga publiceringar – fram tills nu.

För mig, som under 14 år var ansvarig för SVT:s *Uppdrag granskning*, har denna utveckling varit väldigt påtaglig.

Pressen på oss har ökat oerhört. Tack vare sociala medier har tittarna fått verktyg att granska och angripa oss. Någonstans därute finns det alltid någon som vet precis hur det ligger till och som slår ner på minsta misstag som redaktionen gör. Från sina plattformar, *Facebook*, *Instagram* eller egen sajt, blandar de sig i det redaktionella arbetet. Om inte rättelse görs omedelbart leder det till att allt fler ”*crowdcheckers*” ansluter sig och attacken ökar i styrka. Ibland går de på djupet och gräver med samma researchmetoder som vi för att belägga att vi har fel.

Finns det substans i kritiken sprids den snabbt till de traditionella medierna, som gärna vill smälla Uppdrag granskning på fingrarna.

Samtidigt har även makthavarna sett möjligheterna att utnyttja de nya publicistiska verktygen.

Myndigheter och företag producerar egna filmer som visas på *Youtube* eller på egen sajt för att ge en motbild. Vid ansvarsutkrävande intervjuer möts vi ofta av ett annat inhyrt TV-team som är på plats för att sätta press på oss. Vi kan inte vara säkra på att få publicera intervjun först. Vi räknar alltid med att våra telefonsamtal och mail till den granskade kan komma att publiceras online i syfte att försöka misskreditera oss.

Allt regisserat av PR-konsulter som kopplas in för att ”skademinimera”.

Kort sagt: varje granskning måste tåla en granskning.

Den växande misstron och det ökade motståndet har fört det goda med sig att vår journalistik utvecklas. Det leder till krav på ännu större precision, ännu mer rättvisa och ännu större öppenhet i granskningarna.

Därav ökar också behovet av ett fungerande system för kvalitetssäkring.

Hur ska då ett sådant se ut? Det handlar om att på ett systematiskt sätt säkra att fakta är rätt och relevanta, att anklagelser och slutsatser är väl underbyggda och att den kritiserade parten har fått framföra sina bästa argument.

Många medieföretag har policys där ramarna för verksamheten beskrivs med ledord som ”kvalitet” och ”trovärdighet”. Som verktyg för kvalitetssäkring räcker det inte. För att omsätta de stolta ambitionerna till praktisk verklighet krävs en enkel och tydlig manual.

Allt fler nyhets- och samhällsredaktioner, både svenska och utländska, tar intryck av metoden som Uppdrag granskning har utvecklat sedan 2004.

Den består av manualer för tre kontrollstationer:

Startmöte – här prövas hypoteser med hjälp av en ”djävulens advokat” med uppgift att vara totalt ifrågasättande.

Mittmöte – här diskuteras de belägg och den helhetsbild som tagits fram för att säkerställa att den granskade behandlas rättvis.

”Line by line” – här synas manus rad för rad för att säkra att alla uppgifter kan styrkas med dokument och att det finns grund för redaktionens slutsatser.

Stor vikt läggs vid hanteringen av den som granskas. Kontakt ska tas så tidigt som möjligt. Den ansvariga ska inte bara få ta del av kritiken utan även av relevanta delar av manus före publicering. För redaktionen innebär det en värdefull sista faktagranskning – för den granskade ytterligare en möjlighet att komma till tals.

För en nyhetsredaktion som sedan urminnes tider styrts av ”magkänsla” kan metoden tyckas vara väl byråkratisk. Men tiden är förbi då slarvig journalistik kan passera obemärkt.

Allt fler medieföretag, stora som små, har insett den kommersiella kraften i grävande journalistik. Det ger exklusiv och spännande journalistik som publiken är beredd att betala för. Men det ställer också krav på metoder för att minimera risken för fel.

De som betalar för journalistiken kommer inte att acceptera något annat. Därför är kvalitetssäkring en fråga om överlevnad.

Varför går det inte att få rätt mot en journalist?

– om etisk och juridisk prövning av medier

Ola Sigvardsson*

Frågan i rubriken skulle kunna vara formulerad av någon som försökt få rätt mot en journalist – och misslyckats. Sådana finns det gott om. Men det finns också de som lyckats.

Varför misslyckas vissa och hur ska man göra för att få rätt?

En grundbult är ansvarig utgivare. Såväl press som etermedier måste ha en ansvarig utgivare. Tanken är att det alltid ska finnas någon att ställa till svars för det som publiceras. Det är dels ett juridiskt ansvar, som prövas i domstol, men det är också ett etiskt ansvar som för pressen prövas av *Allmänhetens Pressombudsman*, *PO*, och *Pressens Opinionsnämnd*, *PON*, och för mark-sända etermedier i *Granskningsnämnden*. I det senare fallet handlar det till exempel om *Sveriges Radio*, *Sveriges Television* och *TV4*.

Med ett sådant ansvar för utgivaren följer också befogenhet, det vill säga en rätt att helt självständigt besluta om mediets innehåll.

* Ola Sigvardsson är journalist och Allmänhetens pressombudsman (PO).

Låt oss säga att en läsare, lyssnare eller tittare tycker att något saknas i mediets bevakning. Till exempel för lite om äldre frågor, klimatkrisen eller vaccinationer. En sådan synpunkt kan alltid framföras till ansvarig utgivare, men han eller hon kan aldrig tvingas att följa rådet. Det hjälper inte att vända sig till PO eller stämma tidningen inför domstol, utgivaren har en absolut rätt att bestämma vad som ska publiceras.

I detta fall stämmer kapitlets rubrik: det går inte att få rätt om man är oenig med utgivaren.

Men låt oss säga att läsaren vänder sig mot något som är publicerat. Vi säger att det handlar om en artikel som driver tesen att minskande antal vaccinationer av barn leder till risker för folkhälsan. Läsaren är av en annan åsikt, menar till exempel att risken för biverkningar av vaccin är för stora för det enskilda barnet och att det därför måste stå varje förälder fritt att avstå utan att pekats ut som ett hot mot folkhälsan. Han eller hon menar att detta är väsentlig information som allmänheten måste få ta del av.

Inte heller i denna situation har läsaren, lyssnaren eller tittaren makt eller möjlighet att tvinga utgivaren till nya, kompletterande publiceringar. Vare sig domstol, PO eller Granskningsnämnd går att ta hjälp av. Utgivaren bestämmer.

Men om läsaren hävdar att det som publicerats är fel? Ett sakfel. Då kommer saken i ett lite annat läge.

Domstol går fortfarande inte att använda sig av – rättsväsendet prövar inte sakfel i medierna.

Enligt pressetikern finns ändå en skyldighet för utgivaren att överväga en rättelse. I de pressetiska regler står att *"Felaktigheter ska rättas, när det är påkallat"*.

Regeln innebär att det som kan påvisas vara fel ska korrigeras. Att utgivare och läsare är oense om hur världen ser ut är inte nog. Till exempel att läsaren anser att tidningen har fel som skriver att sjunkande vaccinationstal hotar folkhälsan. Det är inte grund för en rättelse, för det krävs att felet kan beläggas.

När det gäller det pressetiska systemet, PO och PON, kan dessa pröva sakfel som skadat enskilda, utpekade personer. Men då prövas inte själva sakfelet, utan hur allvarlig skadan är för den utpekade. Det kan leda till fällning i Pressens Opinionsnämnd, med följd att tidningen kritiserats offentligt för att ha brutit mot god publicistisk sed.

Allmänna sakfel, som inte skadat en enskild, utpekad person prövas emellertid inte av PO och PON.

I Granskningsnämnden, som är en del av Myndigheten för press, radio och TV, är det lite annorlunda. Till den går det att anmäla om man anser att till exempel Sveriges Radio eller Sveriges Television publicerat något som är osakligt eller partiskt.

I vaccinxemplet ovan misstänker jag att den klagande inte skulle få rätt i Granskningsnämnden heller. Så länge en uppgift har stöd, till exempel av vetenskapen, har medierna ingen skyldighet att vid varje enskild publicering ge utrymme åt dem som betvivlar vad som publiceras. Och i fallet med vaccinationer är det vetenskapliga stödet massivt för att de är av godo.

Men hade till exempel ett SVT-program hävdat att vaccinationer är av ondo hade det sannolikt kunnat fällas i Granskningsnämnden. För att undvika en fällning hade det krävts balans genom att den vetenskapliga synen också hade redovisats.

Så även om läsaren, lyssnaren, tittare hävdar att det rör sig om ett sakfel kan det vara svårt att få rätt mot en journalist. Även här är utgivarens uppfattning oftast utslagsgivande.

Medier – en offentlig arena?

I anmälningarna till PO möter jag ofta uppfattningen från allmänheten att tidningar är offentliga arenor där vem som helst ska få tala fritt. Att neka att ta in en insändare blir i det perspektivet något som kan liknas vid censur.

Det är begripligt att en del har den här synen på pressens roll. Det är nämligen en bild som pressen själv odlat under lång tid. Den vill se sig – och är ofta – den lokala arenan för samtal i samhällsviktiga frågor. Den rollen kan till och med anses vara ett av pressens viktigaste skäl för att finnas till. Att allmänhetens möjligheter att komma till tals på denna arena begränsas av ansvarig utgivares rätt att bestämma vad som ska publiceras, är lätt att glömma bort vid högtidstalen.

Även om läsare och utgivare är överens om att tidningens insändarsidor och kommentarsfält är en offentlig arena, är det utgivaren ensidigt som sätter gränserna för samtalet.

Etikens möjligheter

Det pressetiska systemets uppgift är att hjälpa enskilda människor som behandlats illa i tidningar och tidskrifter och i vissa fall webbplatser och konton i sociala medier (de som är knutna till medlemmar av *TU* –

Medier i Sverige och Sveriges Tidskrifter eller frivilligt anslutit sig).

Genom att göra en anmälan till PO, enklast via hemsidan *po.se*, startar en process. Den bygger på yttrandet från både den utpekade och tidningens utgivare, som vägs samman i ett beslut av PO. Det kan antingen resultera i en avskrivning eller en hänskjutning till PON, med rekommendation om fällning. Om PO avskriver en anmälan kan beslutet överklagas till PON.

PON är en partssammansatt nämnd med representanter för medierna, allmänheten och rättsväsendet. Mer om PONs sammansättning och uppdrag finns att läsa på hemsidan.

Vid en fällning ska tidningen publicera beslutet omgående. Anmälaren avgör själv om han eller hon vill vara anonym i den publiceringen.

PON skickar även sina beslut till nyhetsbyråerna, vilket kan göra att ett stort antal tidningar publicerar nyhetstelegram om fällningen. På så sätt kan en fällning få mycket stort genomslag i hela landet, vilket bidrar till upprättelsen för den enskilde. För det är i offentligheten runt PON:s beslut som upprättelsen ligger.

En fällning i PON är ett sätt att få rätt mot en journalist.

Få begär pengar

Den fällda tidningen ska även betala en administrativ avgift, vars storlek beror på tidningens upplaga. Tidningar över 10 000 i upplaga ska betala 32 000 kronor. Tidningar med lägre upplaga samt rena nättidningar betalar 13 000 kronor.

Pengarna går inte till anmälaren, utan till driften av det pressetiska systemet. PO och PON får inte några pengar från staten utan finansieras av fyra medieorganisationer: TU – Medier i Sverige, Sveriges tidskrifter, *Journalistförbundet* och *Publicistklubben*. Det mesta av de cirka sex miljoner kronor som verksamheten kostar årligen kommer från TU.

Varför får inte anmälarna ett skadestånd om de vinner i PON?

Systemets syfte är att ge upprättelse genom offentlighet, publiceringarna av fällningarna. Att besluta om skadestånd hör till rättsväsendets verksamhetsområde.

Krav på pengar är sällsynt i de anmälningar som PO får in. Den enda studie som gjorts för att ta reda på vad anmälarna önskar för att uppleva upprättelse gjordes av Institutet för mediestudier 2016. 35 personer som vunnit antingen i PON eller Granskningsnämnden svarade på en enkät.

På frågan *”Vad krävs för att du ska känna att du fått upprättelse efter publiceringen?”* svarade 23 personer. Av dem ville 13 ha en ursäkt från mediet och en tydlig rättelse, 7 ville ha tydlig, offentlig kritik av tidningen från PON. Endast tre personer önskade skadestånd. De svarande hade möjlighet att kryssa för fler än ett alternativ.

Vi är olika inför etiken

Vad är det för överväganden som PO och PON gör inför ett beslut?

Det räcker inte med att en tidning skadat en person genom en kritisk publicering. Ofta är det faktiskt medier-

nas roll, som samhällets renhållningsarbetare, att lyfta fram orättvisor och oegentligheter. Det skadar naturligtvis de ansvariga. Men den skadan kan ofta anses som acceptabel, försvarlig, i ljuset av behovet att hålla samhället väl fungerande, med ett minimum av korruption, maktmissbruk och inkompetens.

Fällningarna i PON baseras alltså på att nämnden gjort bedömningen att den utpekade personen utsatts för en skada som är oförsvarlig, som inte kan försvaras med allmänhetens rätt att få kännedom om missförhållanden.

Var gränsen för försvarlighet och allmänintresse går är en omfattande diskussion, som det inte finns utrymme för här. Men plats finns för ett kort exempel:

Ett rattfylleri. Om en privatperson åker fast finns det sällan skäl att peka ut honom eller henne i tidningen. Det som inträffat är naturligtvis mycket olyckligt för den drabbade och dennes anhöriga. Men det hör till privatlivets helgd. Att publicera namnet vore oförsvarligt. Att en rattfyllerist stoppas är naturligtvis av godo, med tanke på de risker som andra i trafiken utsätts för. Men det gör inte automatiskt en namnpublicering försvarlig.

Men om det är en person med en central position i samhället kan det vara annorlunda. Om statsministern eller överbefälhavaren – eller för den delen det lokala kommunalrådet – åker fast för rattfylleri kan det berättas med namn. De har en roll i samhället som gör att allmänheten har rätt att få reda på saken. Det skadar dem som enskilda personer att bli uthängda, men det är försvarligt.

Rättsväsendet kan inte behandla människor olika. Om rattfyllerierna hamnar i domstol ska de som begått samma brott dömas till samma straff. Detta är en av de avgörande skillnaderna mellan lag och etik:

Inför lagen är vi alla lika. Inför etiken är vi alla olika.

Möjligt men vanskligt

Att dra en tidning inför domstol är möjligt, men vanskligt.

I de flesta fall handlar det om att någon anser sig förtalad och vill ställa utgivaren till svars. Många vänder sig till polisen, gör en anmälan och hoppas att rättsväsendet ska ta hand om saken. Så fungerar det emellertid inte.

Förtal är ett brott, men det faller för det mesta inte under allmänt åtal. Vid ett allmänt åtal utreder polis och åklagare väcker åtal och tar saken till domstol. Och samhället står för rättegångskostnaden.

För brott som faller utanför allmänt åtal återstår enskilt åtal. Det betyder att den som anser sig utsatt för brottet själv, oftast med hjälp av en jurist, väcker åtal vid en domstol. Det vanskliga är att om man väcker ett enskilt åtal får man själv stå för alla kostnader om man förlorar. Inklusiv motpartens rättegångskostnader. Det kan bli mycket dyrt, hundratusentals kronor.

Dessutom är möjligheterna att vinna mot en tidning inte särskilt goda. Orsaken kan tyckas paradoxal: att vi har en så stor yttrande- och tryckfrihet i Sverige.

Friheten är bra för samhället i stort. Att man får säga och skriva och trycka nästan vad man vill skapar öppenhet och trygghet, det motverkar till exempel konspirationsteorier och ryktesspridning och resulterar

i välinformerade människor som kan fatta genomtänkta beslut. *(Nog för att det finns undantag; näthatt bidrar inte till trygghet för någon, men har ofta en sådan karaktär att det skulle kunna beivras i domstol – om man visste vem som låg bakom och om man tog sig mödan att dra dem inför rätta.)*

Nästan allt är tillåtet att säga och trycka i Sverige. Avigsidan med friheten är att tröskeln är hög upp till den nivå där en domstol anser att en uppgift i en tidning är förtal.

Risken att förlora och bli fattig på kuppen avhåller många från att driva sin sak i domstol.

Goda nyheter

Slutsatsen är alltså att det ligger mycket i kapitelrubriken; det är svårt att få rätt mot en journalist.

Men det finns goda nyheter.

Pressens benägenhet att rätta fel har ökat sedan sociala medier gjorde det möjligt för enskilda att driva sin sak där.

Och Pressens Opinionsnämnd har sedan 2001 beslutat om 796 fällningar. 796 gånger har tidningar fått gå ut på sina egna sidor och medge att man gjort fel mot anmälaren.

Varför granskar ingen journalisterna?

– om mediegranskning med journalistik som verktyg

Therese Rosenvinge*

”Det är ett så viktigt program ni gör!” Det går inte en vecka på jobbet som producent för *Sveriges Radios Medierna* utan att jag får höra hur mycket vi behövs. Jag hör det från mediechefer, från andra journalister och inte minst från våra lyssnare.

Det är beröm som ger anledning att reflektera. För om vi är så viktiga, varför satsar då inte fler medieföretag på granskning av granskarna? Varför förblir vi så ensamma och den svenska mediebevakningen så skral?

Politiserad mediekritik vs oberoende mediegranskning

Programmet *Medierna i P1* har bevakat medier sedan 2007. Med oberoende journalistik granskar vi journalistik. Det saknas inte argument för varför detta

* Therese Rosenvinge är journalist och producent för *Medierna i P1*.

är viktigt, kanske rentav viktigare än någonsin. De politiska angreppen och försöken att undergräva oberoende medier har blivit vardag för branschen. Ett spektrum av invandringskritiska och extrema sajter lägger stor kraft på målsökande ideologisk kritik av medier. 2019 känns ord som ”twitterdrev” och uttryck som att ”mediekritik blivit en folksport” slitna. Parallellt har allmänhetens förtroende för medier blivit en mer brännande fråga. Generellt ligger det stabilt och högt, men blir allt mer partipolitiskt polariserat. Så pass att det i årets bok från *SOM-institutet* skrivs om ”stormvarning”.¹

Att svenska medier har påverkats av detta hårdnade klimat råder det ingen tvekan om. Redaktionerna har av säkerhetsskäl tvingats bli fysiskt slutnare. Själv censur är en risk när journalister hotas. Men redaktionernas svar på förtroendebatten har också varit mer transparens och ett ökat fokus på att förklara sig publikt. På Mediernas redaktion ser vi hur medier initierar diskussioner om journalistik och publicistik mer frekvent idag än för tio år sedan. Utgivare motiverar sig i kolumner och mediediskussioner kan mycket väl lyftas i program som *Studio Ett* eller *Aktuellt*. Mediefrågor har generellt blivit hetare i de allmänna medierna.

Men det finns en viktig distinktion. För när journalistik avhandlas som ämne i medier är det oftast i form av debatter, samtal eller åsiktstexter. Betydligt mer sällan genom att reportrar går till botten med sakför-

¹ Andersson, Ulrika (2019). Högt förtroende för nyhetsmedier – men under ytan råder stormvarning. I *Storm och Stiltje*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.

hållanden och utifrån dessa ställer journalister, redaktörer och utgivare till svars. Debatterna och opinionsjournalistiken om medier fyller sin funktion. Liksom branschforum så som *Publicistklubben* och den akademiska medieforskningen bidrar till metadebatten. Men det är och förblir något annat än journalistisk granskning.

Något annat är också den formella prövningen av journalistiken, den som sker i *Granskningsnämnden* respektive *Pressens opinionsnämnd*. (Se vidare Sigvardssons kapitel i denna bok.) För granskning av journalistiska metoder och arbetssätt finns därutöver inom *Journalistförbundet* en yrkesetisk nämnd – en nämnd som dock fått upprepade gånger kritik för att vara osynlig och tandlös.²

Vidare finns den variant av mediegranskning som bedrivs i ideologiska projekt och av idéburna organisationer. Aktörer som via mediedebatt vill verka för en förändring av samhället. Här finns exempelvis *Stiftelsen fritt näringsliv* som finansierar *Näringslivets medieinstitut*, dessförinnan fanns *Timbro medieinstitut*. *Rättviseförmedlingen* (2010–2019) som årligen granskade representation i medier, är ett annat exempel i kategorin. Och längre tillbaka *Quick Response* som fokuserade på rapportering om invandring, integration och främlingsfientlighet, i uttalat syfte att väcka debatt.

Samtliga nämnda har fått genomslag för sina perspektiv och inlägg i debatten. De har samtliga bidragit med granskningar som Medierna funnit anledning att göra journalistik utifrån.

² Medierna (2015). Bojkottad etikprövning och fäbless för dödsfallor. Sveriges Radio P1.

Slentrianmässig och känslodrivna mediekritik, eller mediekritik som *endast* går ut på att vinna politiska poäng och som knappast tjänar den allmänna debatten finns det samtidigt också gott om. I den sammantaget mycket disparata floran av mediedebatter och diskussioner, formella prövningar och ideologisk mediekritik skiljer ett program som Medierna ut sig. Den slentrianmässiga och politiserade kritiken måste en redaktion som vår alltid förmå se igenom. Samtidigt som vi måste vara öppna för relevanta pusselbitar och uppslag för granskningar kan dyka upp överallt: i opinions-
texter, debatter, hos bloggar, mediekritiska twittrare, i kommentarsfält ...

Men aldrig tar vi en kritik ”rakt av”. Kärnan i det Medierna gör är just den journalistiska värderingen av påståenden och sakförhållanden. Utifrån denna går vi vidare och gör intervjuer. Medverkande personers eventuella kopplingar och intressen synas och redovisas. Slutligen gör vi det som är helt centralt för oss men som få andra gör: ansvarsutkrävande intervjuer med journalister, redaktörer och utgivare. Alltid efter devisen att de svåra frågorna ska ställas och de bästa argumenten höras.

Att det är ont om just den här typen av oberoende mediegranskande journalistik i Sverige bekräftas av den kvantitativa innehållsanalys av 26 svenska nyhetsmedier som *Institutet för mediestudier* publicerat i år. Bland 285 publiceringar om medier, som sträckte sig över fyra undersökta år (2007–2018), återfanns endast 18 publiceringar som var undersökande/kritiska. Av dessa utgjorde endast 3 artiklar nyhetsjournalistik, resten var åsikter. Författarnas slutsats i boken var där-

med att den kritiska blicken på journalistik idag främst återfinns inom opinionsjournalistiken. För djupgående och väl underbyggd granskning är det istället ”specialprogram inom radio och branschtidningar” som gäller, skriver de.³

Helt utan journalistisk konkurrens är dock inte Medierna, det är på sin plats att påpeka här. Det händer förstås att breda nyhetsmedier gör mediegranskande nedslag. Mediepodden analyserar veckovis det digitala medielandskapet och på daglig basis finns branschpressen, där det främst varit Medievärlden och Journalisten som bevakat journalistik. I våras aviserade dock Bonnier Medievärldens nedläggning, med beskedet att mediegranskningen framöver ska rymmas under koncernens andra branschtitel, Dagens Media.⁴

Vilka hinder finns?

När *Expressens* kulturchef **Karin Olsson** formulerade en rad förslag inför medieåret 2019 fanns mer granskning av granskarna överst på önskelistan.⁵ Vilket för oss tillbaka till grundfrågan varför inte fler medier väljer att satsa.

³ von Krogh, Torbjörn & Svensson, Göran (2019). Medier om medier – en ovanlig kvantitativ översikt av svenska mediers bevakning av sig själva. *Nyheter – allt mer en tolkningsfråga?*. Institutet för mediestudiers innehållsanalys 2007-2018.

⁴ Medievärlden (2019). Bonnier vill lägga ner Medievärlden.se. Hämtad 1 juli 2019 från: <https://www.medievarlden.se/2019/06/bonnier-vill-lagga-ned-medievarlden-se/>

⁵ Olsson, Karin (2019). 6 anspråklösa förslag för det nya medieåret. *Expressen.se*. Hämtad 1 juli 2019 från: <https://www.expressen.se/nyheter/6-ansprakslosa-forslag-for-det-nya-mediearet/>

I en annan text ger Karin Olsson själv vad som förmodligen är en rätt stor del av förklaringen: ”Det är helt enkelt inte så lönsamt att skriva om medier”.⁶ Axel Andén, chefredaktör för *Medievärlden* 2009–2019, är inne på samma linje när jag talar med honom för den här boken. Han jämför mediegranskning med pressfrihet: alla pratar om hur viktigt det är, men kommersiellt lönar det sig inte att satsa specifikt. Han säger att han kan förstå Bonniers beslut att lägga ner *Medievärlden*. Varken som fristående tidning eller under den tidigare ägaren *Alma* lyckades man med lönsamheten ordentligt, förklarar han. Att ”mediekritik är en folksport” innebär inte per definition att det finns en utbredd betalningsvilja för en bred och oberoende mediegranskning, konstaterar Andén vidare. ”Läsarintäkter blir enklare om det finns en agenda, ett intresse i botten”, säger han.⁷

Men svaret på denna texts huvudfråga kan väl knappast endast ligga i vad som är lönsamt och inte? Smala, ibland ganska svårtillgängliga, kommenterande kultur- och ledartexter om medier och journalistik publiceras ju löpande – även i kommersiella medier.

Min personliga reflektion är att en trovärdig mediegranskning, som inte bara bevakar marknaden och branschen utan också tar sig an journalistiken, inte bara utmanar kommersiellt utan även organisatoriskt och känslomässigt. *Vill* mediechefer – när det väl kommer till kritan och valmöjligheten finns – verkligen ut-

⁶ Olsson, Karin (2018). Bevakningen av oss journalister är för svag. *Expressen.se*. Hämtad 1 juli 2019 från: <https://www.expressen.se/nyheter/bevakningen-av-oss-journalister-ar-for-svag/>

⁷ Intervju, Andén, 25/6-2019.

sättas för samma tuffa granskning som man utsätter andra för? Och hur åstadkommer man en oberoende och trovärdig granskning av en bransch och verksamhet som man själv är en del av? Sveriges Radios lösning sedan 2007, att mediegranskningen sköts externt, är enligt min mening näst intill en förutsättning för vårt jobb. Somliga blir lite förvånade när jag berättar att Medierna inte har fri passage in i Radiohuset. Registrering, besöksbricka och inpassering via besöksentrén är det som gäller när vi intervjuar någon på Sveriges Radio. Vi äter varken daglig lunch eller delar kaffeautomat med journalisterna vi granskar. En distans som jag upplever att alla inblandade uppskattar, och som framförallt gynnar programmet och dess trovärdighet.

Sammantaget finns alltså försvårande omständigheter när det kommer till redaktionell mediegranskning. Att pressade medieföretag skulle börja bygga om sina organisationer för en satsning som inte omedelbart visar lönsamhet och som dessutom kan bli besvärande för företaget självt, det är förmodligen inte det mest sannolika i en tid när alla är upptagna med att säkra sin framtida grundaffär. Men jag skriver gärna under Karin Olssons önskelista. Medier och journalister *har* makt, och borde utsättas för journalistisk granskning med samma självklarhet som andra makthavare. För det har betydelse och gör skillnad.

Förr kunde mediechefer slänga luren i örat på oss. Det händer inte på samma sätt längre. Jag vill tro att dryga tio år med Medierna bidragit till att journalister

och utgivare blivit mer vana vid att reflektera över sig själva som just makthavare. Rutiner för vilka som ska svara ”när Medierna ringer” har på gott och ont stramats upp.

Jan Helin, idag på SVT och dessförinnan *Aftonbladet*, har berättat om att Medierna påverkat hur han tänkt som utgivare inför kontroversiella publiceringsbeslut:

”Vad säger jag nu när Medierna står här med mikrofonen? Om jag fann ett bra svar på det då var man ju tryggare att köra (...) Man måste ha en djupare tanke och att tvinga sig in i den via att man ser den här mikrofonen komma farande, det är ganska bra metod skulle jag säga, även om den inte alltid är bekväm”.⁸

Karin Olsson, *Expressen*, har formulerat sig liknande:

”Vad ska jag säga om Medierna ringer? Vet man inte det eller inser hur illa det låter, ja, då är det bättre att avstå”.⁹

Mot den här bakgrunden är det förstas problematiskt om lönsamhet på sista raden och utmaningar i stunden utgör ett hinder för fler långsiktiga satsningar på kvalificerad mediegranskning.

⁸ Medierna (2017). Jubileumsspecial – 10 år av mediegranskning. Sveriges Radio P1.

⁹ Olsson, Karin (2018). Bevakningen av oss journalister är för svag. *Expressen.se*. Hämtad 1 juli 2019 från: <https://www.expressen.se/nyheter/bevakningen-av-oss-journalister-ar-for-svag/>

Lösningar?

I Norge finns en intressant modell. Sajten för faktagranskning, *Faktisk.no*, ägs och finansieras av en samling norska mediekoncerner tillsammans. Och medan svenska *faktiskt.se* i praktiken var en plattform för olika redaktioner att publicera sitt eget innehåll på inför valet 2018, har den norska motsvarigheten en egen oberoende redaktion och en långsiktighet. Verksamhetens statistik, som publiceras öppet på sajten, visar också att den norska redaktionen inte drar sig för att ge röd flagg åt medierna som finansierar arbetet. Något liknande vore kanske möjligt i Sverige?

Men närmre till hands ligger kanske publicservicebolagen, som ju inte har lönsamhetsproblematiken att brottas med. Sedan 2007 har Sveriges Radio alltså betalat för Medierna – betalat för att också självt utsättas för våra frågor. Varför inte SVT satsar på något motsvarande är en fråga som börjar få många år på nacken. ”Jag begriper inte att SVT kan låta bli att granska medier när uppdraget enligt sändningstillståndet uttryckligen går ut på att granska de ’myndigheter, organisationer och företag’ som har makt i samhället”, skrev medieforskaren **Torbjörn von Krogh** för tio år sedan.¹⁰

I dag är SVT:s *Fönster mot mediavärlden* utmärkt för den som vill hålla sig à jour om mediefrågor. Men för att hitta ett mediegranskande program i SVT-tablåen får vi backa till mitten av 00-talet. Då sändes *Mediemagasinet*, ett program mest uppmärksammat

¹⁰ von Krogh, Torbjörn (2009). Satsa på mediegranskning, SVT! Mediestudier/Sim(o)s blogg. Hämtat 1 juli 2019 från: <https://mediestudier.wordpress.com/2009/05/06/satsa-pa-mediegranskning-svt/>

för sin granskning av *Uppdrag Granskning* 2004. Där och då orsakade Mediemagasinet en kris för flaggskeppet UG, men krisen ledde fram till de rigorösa rutiner för faktakontroll som programmet förknippas med idag. ”Det är ett stålbadd man genomgår och det är jobbigt när man är i stålbaddet. Men när man väl reser sig upp så reser man sig upp som en renare och effektivare organisation, företag eller person”, har UGs tidigare chef **Nils Hanson** i efterhand sagt om vad granskning av granskarna kan betyda.¹¹ (Se också Hansons kapitel i denna bok.)

När frågan om ett nytt mediegranskande program kommit på tal senare har SVT sagt sig ”titta på koncept”.¹² Men inget har uppenbarligen landat. Och i fjol uttryckte Jan Helin att han tycker att mediefrågorna plockas upp i de vanliga nyhetsprogrammen.¹³

På Mediernas redaktion är det i alla fall vår övertygelse att en regelbunden, kvalitativ mediegranskning, som omfattar yrkets egna principer och som har resurser att inte bara skrapa på ytan och lyfta åsikter och utan också borra i sak, är något som stärker trovärdigheten för hela mediebranschen. I stunden kan det göra ont, kanske rentav orsaka ett hack i förtroendet för en specifik redaktion. Mediegranskande reportage plockas emellanåt också upp som politiska slag-

¹¹ Medierna (2011). Medelhavsdrarna och granskarnas förtroendekris. Sveriges Radio P1

¹² Resumé (2012). SVT öppnar för mediegranskande program. *Resume.se*. Hämtad 1 juli 2019 från: <https://www.resume.se/nyheter/artiklar/2012/11/13/svt-oppnar-for-medi-granskande-program/>

¹³ SVT (2018). Jan Helins program kommer inte att granska medierna. *Svt.se*. Hämtat 1 juli 2019 från: <https://www.svt.se/kultur/medier/jan-helin-det-ersatter-inte-iden-om-ett-medi-program>

trän av aktörer som vill medier illa. Men på sikt bäddar mediegranskande journalistik för raka motsatsen. Det är kort och gott en klok framtidsinvestering. Och för tydlighetens skull: det handlar inte om att vara mediekritiker, utan kritiska mediegranskare.

Varför har bevakningen av min kommun blivit så dålig?

– om ekonomisk press och teknisk förändring

Carina Tenor och Gunnar Nygren*

Det korta svaret på frågan om försämrad kommunbevakning är att de lokala journalisterna helt enkelt blivit färre och att bevakningen centraliserats till färre orter. Samtidigt kan man ställa en motfråga – vad tycker just du är en försämrad kommunbevakning? Vad bör tidningar, lokala sajter, radio och TV prioritera i ett förändrat medielandskap där också kommunerna själva bygger upp egna mediekkanaler? Och vad får människor veta genom sociala medier som *Facebook*?

Även om public service (*SVT* och *Sveriges Radio*) har lokal bevakning som täcker hela Sverige, så är det lokalpressen som fortfarande står för den mer finmaskiga och regelbundna bevakningen av Sveriges kommuner. Bevakningen av kommunen har länge varit en av grundingredienserna i den lokala journalistiken, granskningen av den lokala politiska makten är en av hörnstenarna

* Carina Tenor är journalist och medieforskare. Hon är reporter på Nerikes Allehanda och projektforskare vid Södertörns högskola. Gunnar Nygren är professor i journalistik vid Södertörns högskola.

i lokaljournalistiken. Där finns en offentlighetsprincip och politiker som gärna berättar vad som händer (oavsett om man är för eller emot något).

Men de senaste 10–15 åren har bevakningen minskat av två skäl som delvis hänger samman:

1. Synen på de lokala och regionala mediernas roll har förändrats.
2. Det finns mycket färre journalister och färre speciella kommunreportrar.

Först frågan om lokalmediernas roll. Tidigare var lokaltidningen den helt dominerande källan till nyheter om kommunen, den fylldes av redovisande rapporter om nya förslag och beslut som fattades, om lokala politiska strider och debatter, referat av kommunfullmäktige och en ganska passiv nyhetsförmedling. I det nya medielandskapet är de lokala medierna bara en av många aktörer – den som vill följa lokalpolitiken kan göra det via lokala sajter och sociala medier, genom kommunens egen hemsida och partiernas egna kanaler. De lokala medierna blir mindre redovisande, och väljer istället ut ett fåtal frågor där de får en mer granskande roll, där de tar fram missförhållanden (verkliga eller överdrivna) och ställer de lokala politikerna till svars.

Mediernas kommunbevakning hänger också ihop med kommunernas ställning i samhället. Den har förändrats de senaste 20–30 åren: medborgarna har blivit kunder och kommunerna har förvandlats från ett kollektivt styrt välfärdssystem till serviceproducenter i konkurrens med privata alternativ. Det gör att mediernas bevakning blir mindre politisk och sker mer utifrån

ett ”konsumentperspektiv”. I denna omvandling är det också svårare för medierna att bevaka de privata alternativen där det inte finns samma offentlighetsprincip som i kommunen.

Samtidigt vet vi att redaktionerna avfolkats, på många tidningar finns det bara hälften så många reportrar kvar som för 10–15 år sedan. Det saknas ofta resurser för att gå på varje kommunfullmäktige eller hålla koll på all inkommande post. Olika omorganisationer och nedskärningar har också lett till att erfarna kommunreportrar eller lokalredaktörer slutat eller bytt ansvarsområden.

Tidningarna ekonomiska problem har inte minst drabbat lokalredaktionerna – just de som stod för den kommunala bevakningen utanför residensorten i de olika länen. På bara tolv år försvann nästan varannan lokalredaktion i Sverige. Mellan 2004 och 2016 minskade antalet lokala redaktioner på dagstidningarna från 250 till 133. Dessutom lade TV4 ner alla sina lokala nyhetssändningar 2014. I en kommun som Strömsund i Jämtland mer än halverades kommunbevakningen när de lokala redaktionerna stängdes, debatten tystnade och de nyheter som ändå finns är ofta ganska okritiska. Även bland gratistidningar finns exempel på att redaktioner centraliserats eller lagts ner. För några år sedan ökade både antalet hyperlokala sajter och veckoutgivna prenumererade tidningar markant, men bara 24 *Journalistik* ABs konkurs 2019 och ETCs beslut att lägga ner sina lokaltidningar innebar att 30 lokala titlar försvann.

Bakgrunden till tidningskrisen är densamma som i övriga västvärlden. (Se också Ingela Wadbrings kapitel.)

Digitaliseringen har medfört nya läsarvanor, annonspengarna har flyttat och tidningarnas affärsmodeller fungerar inte längre. De senaste 10–15 åren har tidningsföretagen på olika sätt försökt anpassa sig till en allt mer digital verklighet, samtidigt som de egentliga intäkterna fortsatt att komma från en allt mer krympande pappersupplaga. Utvägen har på många håll varit att kraftigt höja prenumerationspriset – men framför allt att spara och spara. Förhoppningarna riktades länge mot en annonsfinansierad webb, där det handlade om att få tillräckligt många sidvisningar (”klick”) för att annonsörerna skulle vilja betala. Men de digitala annonspengarna har hamnat hos internationella aktörer som *Facebook* och *Google*, och på nationell nivå hos kvällstidningar som *Aftonbladet*. Till slut fick lokalpressen, med bland annat *Dagens Nyheter* som förebild, inse att det var dags att rikta sig till läsarna. 2018 hade så gott som alla lokaltidningar infört någon typ av betallösning för att läsarna ska få ta del av det digitala innehållet.

När digitala sidvisningar och läsarnas beteende blir allt viktigare även för lokalpressen så minskar också suget efter vardagliga kommunala nyheter – till skillnad från när även det mindre heta behövdes för att ”fylla lokalsidan” i en papperstidning. I en tryckt tidning var det varken lika enkelt eller viktigt att mäta hur läst varje enskild artikel blev eftersom de flesta ändå prenumererade. Tidningen var ett smörgåsbord med något för alla. I dag följer redaktionerna noga vad som väcker läsarnas (kundernas) intresse. Om intresset för kommunala nyheter är svalt kommer det att påverka

hur mycket redaktionen prioriterar dem. Att kommunikatörer på åtta av tio svenska kommuner sett sina egna pressmeddelanden publiceras utan ändringar tyder ändå på att redaktionerna tror att deras publik är intresserade av kommunal information, eller i alla fall att det är ett snabbt sätt att producera nyheter när resurserna minskat. Pressmeddelanden är billiga nyheter när redaktioner blir anorektiska.

Medan tidningsdöden bredd ut sig på andra håll i världen, så har det på svensk tidningsmarknad i stället skett en omfattande ägarkoncentration och samordning där titlarna lever kvar, men i stället delar på samma innehåll – och detta innehåll blir mindre och mindre lokalt. Om tidningsägarna verkligen tror att de övertygar läsarna om att deras välbekanta tidning finns kvar för att en eller ett par sidor byts ut ska vara osagt. Ett exempel på hur utvecklingen gått till är *Karlskoga kommun*, med sina 30 000 invånare. Här fanns tre redaktioner som dagligen konkurrerade om nyheterna, men först köptes *Karlskoga-Kuriren av Nerikes Allehanda*, som samtidigt lade ner sin egen lokalredaktion. Sedan såldes *Kuriren* till *NWT-koncernen*, som slog ihop redaktionen med *Karlskoga Tidnings* redaktion. Alla tre titlarna existerar, men antalet redaktioner i Karlskoga har gått från tre till en. Ett annat exempel är *Dalarnas Tidningar, dt.se*, som i TS-statistiken räknas ihop som en titel, men ger ut sex tryckta dagstidningar under namnen *Falu-Kuriren*, *Borlänge Tidning*, *Södra Dalarnes Tidning*, *Nya Ludvika Tidning*, *Mora Tidning* och *Avesta Tidning*. Det finns inte ens redaktioner i alla de områden som de sex titlarna täcker.

Läsarna och publiken ”röstar med fötterna” och förändrar sina medievanor. Läsningen av den lokala tidningen minskar, särskilt för de tidningar som ingår stora centraliserade koncerner. Sedan 2000 har den dagliga läsningen av tidningen (på papper och nät) minskat från runt 85 till 55 procent. Istället är det allt fler som hämtar sina lokala nyheter från sitt Facebook-flöde och andra sociala medier och nätsajter. Nya hyperlokala medier växer fram, men med mycket små resurser för en aktiv kommunbevakning.

Har mediernas bevakning av kommunerna då blivit sämre – eller har den bara blivit annorlunda? Svaret beror på vem man frågar.

Kommunerna själva säger i enkäter att den försämrats, och det gäller särskilt de lokala tidningarna som fortfarande står för den största delen av bevakningen. Mest har bevakningen försämrats i mindre städer och i glesbygd, områden där det inte längre finns lokala journalister och lokalredaktioner. Som ett svar på denna utveckling har många kommuner skaffat fler egna informatörer, antalet kommunala informatörer fördubblades under tio år samtidigt som antalet journalister halverades. Kommunala hemsidor fungerar ofta som lokala nyhetssajter med ett undantag – de kommunala informatörerna kan inte ha samma oberoende granskande roll som lokala medier.

De lokala och regionala tidningarna säger att de måste prioritera hårdare, men att de fortfarande är de enda som granskar kommunerna. Och trots nedskärningar är det fortfarande lokaltidningarna som står för de allra flesta nyheter om kommuner.

Svaret på frågan blir därför något dubbelt. När det gäller mediernas informerande roll så har den rutinmässiga kommunbevakningen minskat i de lokala och regionala medierna, det är färre nyheter och färre sakfrågor som rapporteras. Samtidigt har den som vill följa kommunpolitik och lokala kommunfrågor aldrig haft så många källor att gå till, aldrig bättre möjligheter att skaffa information. Detta leder till att klyftorna kommer att öka mellan en välinformerad elit och breda grupper som inte får veta så mycket genom medierna.

Men hur går det med mediernas granskande roll? Den finns kvar på flera nivåer, även om redaktionernas resurser för bevakning minskat:

- Så länge det finns oberoende medier, så är den ”potentiella granskningen” något alla makthavare måste räkna med. Risken finns alltid att maktmissbruk kommer fram genom tips till lokalmedierna.
- Den andra nivån är medierna som en lokal arena, en lokal offentlighet där både politiker och medborgare kan mötas i en kritisk diskussion om kommunen och vad den gör (och inte gör). I denna offentlighet är det medierna som sätter dagordningen, som bestämmer vilka frågor som ska diskuteras.
- Den tredje nivån är den verkligt grävande journalistik som är ganska sällsynt i vardagen, men som kan både granska maktutövningen och kommunens verksamheter.

Sammanfattningsvis: det är många faktorer som ligger bakom förändringen av kommunbevakningen – färre journalister och färre redaktioner, fler andra kanaler att följa kommunfrågor i och kommunernas egen förändring.

Om detta innebär en sämre eller bara en annorlunda kommunbevakning är upp till varje medborgare att avgöra – och även påverka genom sina egna medievanor.

Varför läser tidningarna in sitt innehåll om de står i demokratins tjänst?

– om bokstäver och siffror, journalistik och affärsmodeller

Ingela Wadbring*

Alla kommersiella verksamheter har något de vill sälja. De allra flesta kommersiella verksamheter vill också skapa vinst till sina ägare, eller åtminstone få ihop debet och kredit. Det gäller även de kommersiella medieföretagen. Det är inget nytt, utan har nästan alltid varit så. Det historiska undantaget från detta faktum återfinns på internet under cirka 20 år, från mitten av 1990-talet till mitten av 2010-talet, då de medieföretag som historiskt gett ut dagstidningar på papper experimenterade med gratis innehåll online. I och med betalväggarnas framväxt i mitten av 2010-talet tog debatten fart: ska medierna inte verka i demokratins tjänst längre? Hur går det i så fall ihop med att de läser in sitt innehåll? Borde inte alla ha rätt till viktig samhällsinformation?

* Ingela Wadbring är professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Mittuniversitetet.

Mediemarknadens förvandling och dess konsekvenser ger viktiga ledtrådar för att förstå varför debatten kommit att se ut som den gör. Förändringen har också verkligen fått konsekvenser på många plan: för medie-företagen, för journalisterna, för medieanvändarna – och också för demokratin. Vi tar det i tur och ordning.

En förändrad marknadssituation

Genom digitalisering och globalisering har hela medievärlden stöpts om. Från att ha haft ett nationellt mediesystem, är Sverige idag en del av en global marknad där amerikanska teknikföretag påverkar såväl reklam- som publikmarknaden. Alla medier har drabbats, men allra mest kännbart har det varit för dem som vi tidigare kallade morgontidningar.

Länge hade morgontidningarna två givna köpare: publiken som köpte medierna för deras innehåll, och annonsörerna som köpte sig tillgång till publiken genom medierna. För tidningsföretagen stod annonsörerna för merparten av intäkterna ungefär fram till sekelskiftet, vilket gjorde att publiken endast betalade en mindre del av vad innehållet egentligen kostade. Så är det inte idag.

Den första digitala tjänsten som förändrade annonsmarknaden i grunden var sajten *Bloocket*. Istället för att köpa dyra eftertextannonser i morgontidningarna, kunde människor enkelt lägga ut annonser online. Annonserna blev då sökbara, möjliga att avgränsa geografiskt och till en början gratis och därefter billiga. Fler digitala reklamplattformar och annonsformat utvecklades efter hand, och det blev möjliga att göra

annonser individanpassade och skräddarsydda, till skillnad från tidningarnas massspridning. För många annonsörer blev det självklart att förändra sin strategi för annonsköp. Beräkningar gjorda av *IRM för Institutet för Mediestudier* visar att 18 procent av alla reklaminvesteringar gick till medier med journalistiskt innehåll år 2018. Tio år tidigare gick 36 procent av reklaminvesteringarna till journalistiska medier. Det är en halvering, på kort tid.

Människors medieanvändning har också förändrats genom digitaliseringen. De ökade valmöjligheterna ifråga om medieinnehåll utnyttjas förstås, och att ha en tidningsprenumeration är inte på något sätt längre självklart. Från att ungefär 75 procent av svenskarna hade en tidningsprenumeration omkring sekelskiftet, är det nu ungefär hälften av befolkningen som har det. Också det är en tydlig förändring på kort tid, som förstås påverkat intäkterna hos medieföretagen – men också påverkat intresset hos annonsörerna, eftersom de ju köper sig tillgång till användarna. Försvinner användarna, blir medierna klart mindre relevanta för annonsörerna också av det skälet. Istället ökar intresset för annonsering online – och då framför allt sökordsannonsering – på bekostnad av annonser i dagspressen.

Har människor slutat ta del av nyheter då? Nej, det har de inte. Men ganska många har förändrat sina nyhetsvanor, inte minst genom att ta del av nyheter gratis online. *Aftonbladet* fanns på nätet redan i mitten av 1990-talet, och de allra flesta morgontidningar var också tidigt ute. Omkring 2017 hade nästan alla svenska mediehus satt upp betalväggar av något slag, men då hade människor haft flera decennier på sig att

vänja sig vid gratis digitala nyheter, producerade och distribuerade av traditionella medieföretag. Att då börja betala var inte givet.

Sammantaget kan vi konstatera att förändringar i omvärlden radikalt har påverkat möjligheten att bedriva journalistisk verksamhet.

En ökad marknads- och publikorientering

De förändrade förhållandena på mediemarknaden har förstas fått interna konsekvenser. Före sekelskiftet var publicistiken, det journalistiska innehållet, i självklart fokus i medieföretagen. Publicistiken är inte på något sätt borträknad idag heller, men har fått konkurrens av ekonomi och teknik som betydelsefulla faktorer, och också av publikens agerande.

Hur medieföretagen ska kunna överleva och utvecklas ekonomiskt har blivit en viktig fråga för alla i ledningsposition. Ett företag – vare sig det är ett medieföretag eller ett annat företag – utan en stabil ekonomi har problem. Längre var medieföretagen, genom sin ofta monopolliknande ställning på annonsmarknaden, bortskämda med att ha en så god ekonomi att dess position var ohotad – och dessutom utan konkurrens från andra aktörer som själva kan sprida sina budskap utan att behöva gå omvägen via medierna. Då kunde den publicistiska ledningen ägna mindre möda åt ekonomiska frågor än vad den gör idag.

Parallellt har tekniken och teknikerna fått en självklar roll på redaktionerna, inte minst genom möjligheten att följa hur publiken navigerar online. Så länge det digitala innehållet var gratis, fanns en logik i att få så

många klick som möjligt. Många klick innebar många potentiella läsare att sälja till annonsörerna. I och med att de flesta dagstidningar idag har betalväggar, är klick inte längre lika intressant. Inte heller trafiken från sociala medier är intressant på samma sätt som tidigare. Istället är det konverteringar som står i fokus: innehåll som leder till att människor blir så intresserade att de vill läsa artikeln och tar en prenumeration – om så bara för en krona i en månad – är det som är eftersträfvansvärt. Då skapar man en relation till läsaren som går att vidareutveckla.

Journalisterna och journalistiken i det kommersiella medielandskapet

Mycket har alltså förändrats, såväl utanför som innanför mediehusens väggar. För journalisterna har den förändrade situationen fått konsekvenser på många sätt. Tekniken har gjort att publicering sker 24/7, och neddragningar på redaktionerna har gjort att tiden för att producera inslag av olika slag minskat. Många vittnar också om att skrivbordsarbetet ökat kraftigt på bekostnad av att vara ute på fältet. Dessutom förväntas journalister idag på ett annat sätt än tidigare vara, och vårda sig själv, som varumärke. Inte alla är bekväma med det.

Journalistiken förväntas samtidigt vara oberoende, och har som en av sina främsta uppgifter att granska makten. Begrepp som marknadsorientering, kommersialisering och publikorientering ses därför ofta som skällsord, eftersom det antyder att journalistiken inte är oberoende, utan istället beroende av marknaden.

Det är klokt att skilja på tre saker här: journalistikens innehåll, journalisternas arbetssituation och medieföretagens finansiering. Självklart hänger de samman, till exempel genom att neddragningar görs om marknaden sviktar, men därmed är inte sagt att journalistiken mister sitt oberoende. Den stora innehållsanalys som sedan 2007 genomförts av Institutet för mediestudier, visar att journalistiken förvisso förändrats i de traditionella medierna, men att det inte finns något fog för tanken att journalistiken i allmänhet blivit sämre – även om definitionen på ”bra” och ”dålig” journalistik inte är självklar.

Medierna och demokratin

Genom sin specifika roll i ett demokratiskt samhälle har medieföretagen, inte minst av journalister, antagits ha en särställning jämfört med andra företag. Man har sett sig som tredje statsmakten, och så länge det gick att tälja annonsguld med kniv behövde redaktionella medarbetare inte fundera över företagets finansiering. Nu går debattens vågor så höga kring affärsmodeller, att ingen som är intresserad av journalistik kan undgå diskussionen.

När annonsörerna i allt högre utsträckning försvinner, blir publiken allt viktigare som finansieringskälla för tidningsföretagen. Då är det inte möjligt att ge bort innehållet gratis online, utan man måste ta betalt. Det är också i större utsträckning än någonsin tidigare nödvändigt att fråga sig vad publiken *vill ha*, snarare än – som ibland tidigare – vad journalisterna tyckte att publiken *behövde få*. Eftersom allt som sker digi-

talt är möjligt att mäta i realtid, så ser man tydligt på redaktionerna vad publiken vill ha, och vad de inte vill ha. Hårdraget kan sägas att alla kommersiella företag, utom medieföretagen, alltid har anpassat sig till vad publiken vill ha och är beredd att betala för; något annat vore omöjligt på en kommersiell marknad. Nu befinner sig även medieföretagen i den situationen.

Att vända en stor och ofta ålderstigen skuta är emellertid svårt. Det innebär att de traditionella medieföretagen och dess medarbetare troligen inte kommer att förändra sin journalistik på något drastiskt sätt inom kort. Traditionen, vanan, trögheten, normerna, ansvarstagandet – alla begreppen är exempel på förhållanden som gör att förändring går förhållandevis sakta. Däremot finns det nybyggda, pigga båtar vid sidan av de gamla skutorna, som startar sin verksamhet utan barlast. En del av dem vill gärna likna de stora skutorna och tar efter dem, som nystartade lokala och hyperlokala medier av olika slag. Andra vill ge de gamla skutorna en käftsmäll, vanligen från höger, som de populistiska sajter som har en stor publik men ibland saknar ansvarig utgivare.

Man kan och bör naturligtvis fråga sig vad som kan definieras som journalistik av allt som dyker upp i våra flöden. Utöver populistiska sajter och hyperlokala medier finner vi exempelvis PR, ren propaganda, skrönor, relevant information, enskilda goda reportage, köpta samarbeten och mycket mer. Men även om vi som forskare och journalister definierar vad som är journalistik och vad som inte är det, är det inte alls säkert att den användare som får upp en informationsbit i sitt flöde kan göra motsvarande bedömning. För en som inte har

så god kunskap om varumärken är väl *Samhällsnytt* ett medium lika gott som *Dagens Nyheter*? Däri ligger nog den stora demokratiska faran: när traditionella, ansvarstagande mediehus inte längre är något som alla har kännedom om, utan alla informationsbitar blir lika mycket, eller lite, värda. Och *Samhällsnytt* med flera, är till skillnad från nästan alla traditionella morgontidningar, gratis för användaren.

Andra medieföretag som är gratis för användaren – eftersom vi betalar för dem via skattsedeln – är public service-radio och -tv. De kommersiella medieföretagen brukar ofta påpeka att de står fria från den politiska makten, till skillnad från publicservice-medierna. Det är förstås sant. Men de står inte fria från den ekonomiska marknaden, vilket public service gör. Att vi har många ansvarstagande medier av olika slag är kanske det allra viktigaste i ett demokratiskt samhälle, och då behövs både sådana som står fria från marknaden, och sådana som står fria från politiken.

Läs vidare

Andersson, U. Waldenström, A. och Wiik, J. (2018). *Profession möter management. Den journalistiska värdegrundens förhandling på svenska morgontidningar*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.

Nygren, G. & Wadbring, I (red) (2019). *På väg mot medievärlden 2030. Journalistikens villkor och utmaningar*. Lund: Studentlitteratur.

Ohlsson, J. och Facht, U. (2017). *Kampen om reklamen*. Göteborg: Nordicom.

Truedson, L. (red.) (2018). *Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2017/2018*. Stockholm: Institutet för mediestudier.

Weibull, L; Wadbring, I. & Ohlsson, J. (2018). *Det svenska medielandskapet. Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. Stockholm: Liber.

13 vassa frågor om journalistik

– MED SVAR SOM INTE STRYKER MEDHÅRS

Sällan har medier varit så kritiserade som i dag. Varje dag ställs berättigade frågor om journalistik och medier.

De får inte alltid de seriösa svar de förtjänar.

Därför ställer denna bok 13 vassa frågor om medier och journalistik – och ger tydliga svar, skrivna av några av landets ledande journalister och medieforskare.

Sammantaget ger svaren på de 13 frågorna en lättillgänglig men också mångfacetterad och skarp bild av journalistiken, med såväl självkritiska iakttagelser som grundläggande förklaringar till hur journalistik fungerar.

Rouzbeh Djalaie, agendachef, Sveriges Radio

Mia-Marie Hammarlin, docent, Lunds universitet

Nils Hanson, f d chef Uppdrag Granskning, SVT

Jörgen Huitfeldt, chefredaktör, Kvartal

Bengt Johansson, professor, Göteborgs universitet

Christina Jutterström, f d chefredaktör DN, Expressen och VD SVT

Anne Lagercrantz, divisionschef, SVT

Lars Nord, professor, Mittuniversitetet

Gunnar Nygren, professor, Södertörns högskola

Therese Rosenvinge, producent Medierna i PI

Ola Sigvardsson, allmänhetens pressombudsman

Carina Tenor, projektforskare Södertörns högskola

Ingela Wadbring, professor, Mittuniversitetet

Lars Truedson (red) föreståndare Institutet för Mediestudier

www.mediastudier.se

**Institutet för
mediestudier** 

ISBN: 978-91-984982-2-6

