

# 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. Såpass att det i årets bok från *SOM-institutet* skrivs om ”stormvarning”.<sup>1</sup>

Att svenska medier har påverkats av detta hårdnade klimat råder det ingen tvekan om. Redaktionerna har av säkerhetsskäl tvingats bli fysiskt slutnare. Självrensning 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-

---

<sup>1</sup> 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 upprepad kritik för att för att vara osynlig och tandlös.<sup>2</sup>

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.

---

<sup>2</sup> Medierna (2015). Bojkottad etikprövning och fäbless för dödsfällor. 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 mediastudier* 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.<sup>3</sup>

*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*.<sup>4</sup>*

## Vilka hinder finns?

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

---

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> 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/>

<sup>5</sup> Olsson, Karin (2019). 6 anspråkslösa 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”.<sup>6</sup> 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.<sup>7</sup>

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-

---

<sup>6</sup> 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/>

<sup>7</sup> 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”.<sup>8</sup>

**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”.<sup>9</sup>

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

---

<sup>8</sup> Medierna (2017). Jubileumsspecial – 10 år av mediegranskning. Sveriges Radio P1.

<sup>9</sup> 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.<sup>10</sup>

I dag är SVT:s *Fönster mot medievärlden* 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

---

<sup>10</sup> 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 stålbad man genomgår och det är jobbigt när man är i stålbadet. 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.<sup>11</sup> (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”.<sup>12</sup> Men inget har uppenbarligen landat. Och i fjol uttryckte Jan Helin att han tycker att mediefrågorna plockas upp i de vanliga nyhetsprogrammen.<sup>13</sup>

På Mediernas redaktion är det i alla fall vår övertygelse att en regelbunden, kvalitativ mediegranskning, som omfamnar 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-

---

<sup>11</sup> Medierna (2011). Medelhavsdrاما och granskarnas förtroendekris. Sveriges Radio P1

<sup>12</sup> 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-mediegranskande-program/>

<sup>13</sup> 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-medieprogram>

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.