

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 speglade 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 samhällsliga 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 studiointervjuer 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 känslosamma – inlägg 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 kärn. 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 missköta 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.