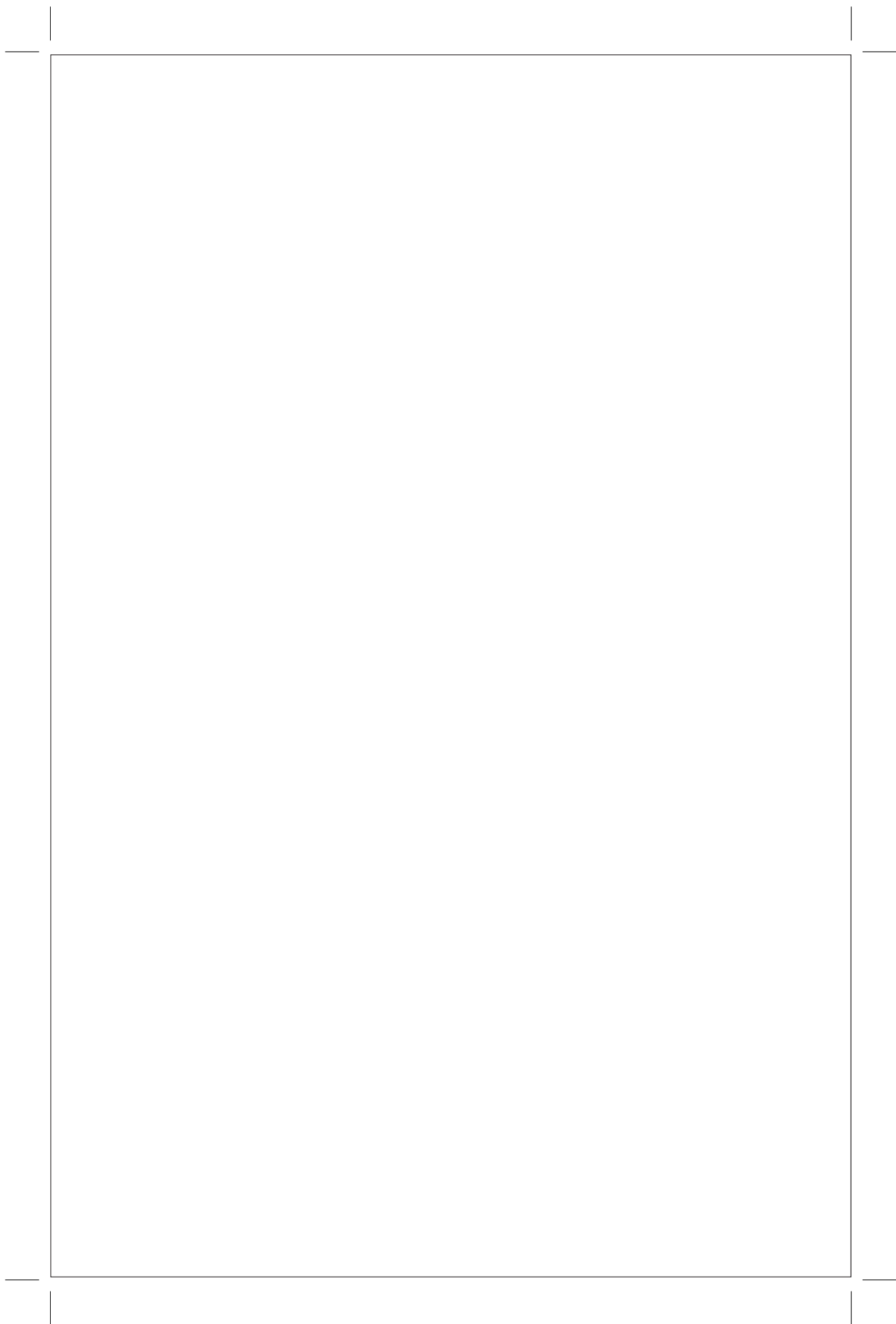


## **Den medialiserade demokratin**



JESPER STRÖMBÄCK

# **DEN MEDIALISERADE DEMOKRATIN**

Om journalistikens ideal, verklighet och makt

SNS Förlag

Copysida

# Innehåll

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| Förord.....                                                        | 9         |
| <b>1. En omöjlig tanke .....</b>                                   | <b>11</b> |
| En symbios med konsekvenser .....                                  | 14        |
| Syfte och empiriskt material .....                                 | 16        |
| Bokens disposition .....                                           | 18        |
| Några noteringar .....                                             | 20        |
| <b>2. Mediernas makt .....</b>                                     | <b>21</b> |
| Maktens tre dimensioner .....                                      | 22        |
| Två strategier för att påverka .....                               | 23        |
| Grunden för mediernas makt .....                                   | 24        |
| Mediernas makt – då och nu .....                                   | 25        |
| Vårt behov av medierna .....                                       | 28        |
| Mediernas dagordningsmakt .....                                    | 30        |
| Demokratin och mediernas dagordningsmakt .....                     | 35        |
| Efter dagordningen .....                                           | 36        |
| Priming: En förlängning av dagordningsteorin .....                 | 39        |
| Gestaltningsteorin: ett nytt paradigm inom medieforskningen? ..... | 40        |
| Tre exempel .....                                                  | 43        |
| Smala och breda definitioner .....                                 | 45        |
| Journalistikens gestaltningsmakt .....                             | 45        |
| Demokratin och mediernas makt över tanken .....                    | 48        |
| <b>3. Demokrati som ideal .....</b>                                | <b>50</b> |
| Demokrati som procedur .....                                       | 51        |
| Konkurrerande demokratimodeller .....                              | 54        |
| Procedurdemokrati .....                                            | 56        |
| Konkurrensdemokrati .....                                          | 58        |
| Deltagardemokrati .....                                            | 61        |
| Samtalsdemokrati .....                                             | 65        |
| Fyra demokratimodeller: en sammanfattning .....                    | 69        |
| <b>4. Demokrati och journalistik .....</b>                         | <b>72</b> |
| Ett socialt kontrakt .....                                         | 72        |
| Från fyra till tre medieideologier .....                           | 73        |
| Medier och journalistik inte samma sak .....                       | 74        |
| Vad är journalistik? .....                                         | 76        |
| Journalistiken och den omöjliga objektiviteten .....               | 78        |
| Journalistikens demokratiska uppgifter .....                       | 82        |
| Normativa krav på journalistiken .....                             | 87        |
| Procedurdemokratins krav på medierna och journalistiken .....      | 88        |
| Konkurrensdemokratins krav på journalistiken .....                 | 90        |
| Deltagardemokratins krav på journalistiken .....                   | 92        |

|                                                                                    |            |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Public journalism – en deltagardemokratisk syn på journalistiken .....             | 93         |
| Samtalsdemokratins krav på journalistiken .....                                    | 95         |
| Fyra demokratimodellers krav på medierna: en sammanfattning .....                  | 97         |
| Krav på valjournalistiken .....                                                    | 99         |
| Från ideal till verklighet .....                                                   | 100        |
| <b>5. Makten över journalistiken .....</b>                                         | <b>101</b> |
| Mediernas villkorade makt .....                                                    | 101        |
| Mellan politik och marknad .....                                                   | 103        |
| Marknadsorienterade medier .....                                                   | 105        |
| Expanderande nyhetssystem .....                                                    | 110        |
| Inom formatets gränser .....                                                       | 114        |
| Globaliserade medier .....                                                         | 115        |
| Att värdera vad som ska bli nyheter .....                                          | 120        |
| Påverkan på journalistikens utformning .....                                       | 123        |
| Källornas makt över journalistiken .....                                           | 127        |
| Medialisering och medielogik .....                                                 | 128        |
| Åter till källornas makt över journalistiken .....                                 | 131        |
| <b>6. Politisk kommunikation som samspel .....</b>                                 | <b>135</b> |
| De mentala bildernas betydelse .....                                               | 137        |
| En fråga om intresse .....                                                         | 139        |
| En fråga om förtroende .....                                                       | 142        |
| En fråga om intresse för det allmänna bästa .....                                  | 146        |
| En fråga om kunskaper .....                                                        | 146        |
| En fråga om makt .....                                                             | 149        |
| Perceptioner i samspel .....                                                       | 151        |
| En fråga om legitimering av journalistiken .....                                   | 152        |
| Opinioner med betydelse för journalistikens innehåll .....                         | 154        |
| <b>7. Valen och valjournalistiken 1998 och 2002 – en översikt .....</b>            | <b>156</b> |
| Valkampanjernas ökade betydelse .....                                              | 157        |
| Undersökningens uppläggning .....                                                  | 160        |
| Valet – en god nyhet .....                                                         | 161        |
| <b>8. Valjournalistikens gestaltningar av politik .....</b>                        | <b>166</b> |
| Fyra alternativa gestaltningar av politik .....                                    | 167        |
| Gestaltningar med konsekvenser .....                                               | 168        |
| Politikens mångdimensionella drivkrafter .....                                     | 169        |
| En fråga om relevans .....                                                         | 171        |
| Tidningsjournalistikens gestaltningar i rubriker, ingresser och avslutningar ..    | 172        |
| Valjournalistikens gestaltningar av politik i artiklarnas brödtexter och i tv .... | 175        |
| Demokratimodellerna och valjournalistikens gestaltningar av politik .....          | 177        |

|                                                                   |            |
|-------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>9. Valjournalistikens opinionsmätningar</b>                    | <b>180</b> |
| Opinioner av olika kvalitet                                       | 181        |
| Att skilja mellan opinioner av olika kvalitet                     | 184        |
| Oavsiktlig opinionspåverkan – fyra former av effekter             | 186        |
| Valjournalistiken och opinionsmätningarna                         | 188        |
| Opinionsundersökningarnas objekt                                  | 191        |
| Opinionsredovisningarnas kvalitet                                 | 192        |
| Den opinionsfixerade valjournalistiken?                           | 196        |
| Demokratimodellerna och valjournalistikens opinionsmätningar      | 199        |
| <b>10. Valjournalistikens aktörer</b>                             | <b>202</b> |
| Hur många får komma till tals?                                    | 203        |
| Förekomsten av politiker, medborgare och journalister som källor  | 207        |
| Politiker som källor                                              | 212        |
| Medborgare som källor                                             | 215        |
| <b>11. Journalister som aktörer i valjournalistiken</b>           | <b>219</b> |
| Den granskande journalistiken                                     | 222        |
| Tolkande eller beskrivande journalistik                           | 224        |
| Journalistikens spekulationer                                     | 229        |
| Demokratimodellerna och valjournalistikens aktörer                | 232        |
| <b>12. Valjournalistikens vinnare och förlorare</b>               | <b>236</b> |
| Förutsättningar för valjournalistikens makt                       | 237        |
| Journalistikens behov av berättelser                              | 238        |
| Valrörelsen 2002: en prolog                                       | 239        |
| Den tredje augusti 2002                                           | 240        |
| Den 26 augusti till 1 september 2002                              | 241        |
| Den 2 till 8 september 2002                                       | 243        |
| Den 9 till 15 september 2002                                      | 245        |
| Folkpartiet 1998 och 2002 – en jämförelse                         | 248        |
| Partiska medier?                                                  | 250        |
| Tur eller skicklighet                                             | 251        |
| <b>13. Demokratin och valjournalistikens ideal och verklighet</b> | <b>254</b> |
| En gemensam grund                                                 | 254        |
| Demokratikartan ritas upp                                         | 255        |
| Realism och idealism                                              | 259        |
| Ideal och verklighet                                              | 262        |
| Maktlösa eller mäktiga redaktioner?                               | 268        |
| Till sist                                                         | 271        |
| Metodbilaga: Demokratibarometern 2002                             | 273        |
| Undersökningens genomförande                                      | 273        |
| Svarsfrekvenser och bortfall                                      | 274        |
| Litteratur                                                        | 276        |
| Noter                                                             | 300        |



## Förord

Vi lever i en tid när medieutbudet är större än någonsin. För den som skulle vilja undvika medier väntar en närmast hopplös uppgift. Medierna omger oss hela tiden, både fysiskt och psykiskt. Även om vi skulle lyckas undvika att exponera oss för tidningar, radio, tv och Internet möter vi indirekt medierna i samtal med vänner och bekanta. De berättelser, den information och de bilder som förmedlas via medierna genomsyrar vår sociala och kulturella livsmiljö och våra verklighetsuppfattningar.

Att fråga sig vad medierna betyder för opinionsbildningen, politiken eller demokratin, kan därför liknas vid att fråga sig vad luften betyder för fåglarnas möjligheter att flyga. Betydelsen är så grundläggande och omfattande att den är svår, nästan omöjlig, att fånga i ord och att bevisa. Men just därför måste frågorna ständigt ställas: Vad betyder medierna och journalistiken för opinionsbildningen, för politiken och för demokratin? Vilken makt har de? Vilken bild av politik och samhälle ger de? Vilken form av demokrati bidrar de till?

De frågorna har följt mig ända sedan jag blev medveten om politik och samhälle, och inte minst sedan jag började forska i journalistik och politisk kommunikation. Den här boken är ett försök att med hjälp av teori och empiri besvara de frågorna och att fördjupa både egna och andras tidigare analyser.

Jag vill rikta ett stort tack till alla dem som på olika sätt hjälpt mig med de tankeprocesser och undersökningar som ligger till grund för boken, och som har gett synpunkter under skrivandets gång. Även om jag inte alltid kunnat följa de råd jag har fått, är jag djupt tacksam för all hjälp.

Först och främst vill jag tacka Michael Carlsson och Lars Nord. Som vänner och kollegor har de läst manuset i dess helhet och givit många konstruktiva synpunkter, men inte bara det. Under alla år vi känt varandra och arbetat tillsammans har de på oräkneliga sätt bidragit till att göra både arbetet och livet i allmänhet mer spännande och roligt än vad det skulle varit utan dem.

Jag vill också tacka Nicklas Håkansson, Lauri Karvonen, Monika Djerf-Pierre och Lennart Weibull, som har läst hela eller delar av manuset och givit många goda råd och synpunkter. Ett stort tack för både många goda synpunkter och ett mycket gott samarbete vill jag även rikta till Gabriella Stjärnberg och Torgny Wadensjö på SNS Förlag. Jag vill även rikta ett stort tack till Stiftelsen Karl Staaffs Fond för Frisinnade Ändamål, för deras bidrag till bokens utgivning.

Under årens lopp har jag haft förmånen att arbeta tillsammans med många studenter, av vilka några direkt har bidragit till den här boken. Därför vill jag tacka Erika Abramsson, Ingela Persson, Adam Shehata, Patrik Sundberg och Christina Tellström.

Livet är samtidigt så mycket mer än bara arbete, vilket min familj och mina vänner tack och lov påminner mig om när de tycker att det behövs. För det och för all den glädje de skänker vill jag tacka framförallt min mamma och pappa, min syster Karin, Berivan Mohammed, Lars Persson, Hans Eriksson och Peter Tornberg.

Sundsvall februari 2004  
JESPER STRÖMBÄCK

# 1. En omöjlig tanke

Försök föreställa dig en valrörelse utan medier – en valrörelse där medierna och journalistiken helt nonchalerar allt som har med politik, samhälle och val att göra. Det skulle inte finnas några artiklar eller inslag om partiernas politik, utspel och torgmöten. Det skulle inte finnas några artiklar eller inslag om situationen i vården, i skolan eller i rättsväsendet, eller om partiernas politik på dessa och andra områden. Det skulle inte finnas några artiklar eller inslag om medborgarnas politiska åsikter eller om opinionsläget i politiskt relevanta frågor. Medierna skulle vara kliniskt fria från allt som har beröring med politik och samhälle.

I en sådan situation skulle medier som TV5, Radio Rix eller Slitz framstå som rena under av samhällsorienterade medier och som en oas för de politiskt och samhällseligt intresserade. Trots allt kan man, om man bara letar tillräckligt noga, hitta ett och annat även i dessa medier som har med politik och samhälle att göra. Fast det är klart, i vårt tankeexperiment skulle inte ens dessa fragment av politiskt innehåll existera.

Situationen är svår att tänka sig. Trots allt är nyhetsförmedling i en eller annan form lika gammal som människan, och att samtliga medier helt plötsligt skulle upphöra att rapportera om det som händer i samhället och som har politiska beröringspunkter är en omöjlig tanke. Det gäller särskilt om det som händer i samhället antingen upplevs som kittlande och intressant, eller som om det kan få stora konsekvenser för människors levnadsvillkor.

I vilken utsträckning politik upplevs som kittlande och intressant kan förvisso variera, både över tid och mellan individer eller grupper av individer. Att politiken är viktig och att den politik som bedrivs kan få stora konsekvenser på individ- och samhällsnivå är dock oomstritt och ett faktum.

Därför har politik i vid bemärkelse alltid varit en viktig del av all nyhetsförmedling, från det första »politiska flygbladet« i Sverige 1606 till dagens medier. Ett av de första svenska försöken att starta en tidning, Hermes Gothicus från 1624, innehöll således »information om hela det internationella sceneri som låg framför svenskarna vid den här tiden.

Från Turkiet i öst till Holland och Spanien i väst kan läsaren få orientering om krigshändelser, politiska intriger och religiösa strider». <sup>1</sup> Också Ordinare Post Tijdender, som började utges 1645 och räknas som Sveriges första riktiga tidning, innehöll bland annat krigs- och utrikesnyheter.

Samtidigt är avståndet mellan den tidens medieinnehåll och dagens medieinnehåll betydande, av naturliga skäl. Medierna och deras innehåll är i någon mening alltid barn av sin tid, och därför förändras de när det omgivande samhället förändras. Samtidigt bidrar medierna i sig själva till samhällsförändringarna.

Detta och de nära banden mellan medierna å ena sidan och samhälle och politik å den andra är Aftonbladet ett lysande och välkänt exempel på. Aftonbladet utkom med sitt första nummer den 6 december 1830, och med det inleddes en ny epok i presshistorien. Med historikern och litteraturvetaren Dag Nordmarks ord: »Aftonbladet var en tidning av ett helt nytt slag. Det nya börjar med Aftonbladet. Aftonbladet gjorde epok». <sup>2</sup> Det blev den första »moderna» tidningen, och den lyckades förena en kommersiell framgång med en distinkt politisk och oppositionell linje. Tidigare tidningar hade i regel gått i statsmakternas fotspår, av övertygelse eller av rädsla för censur och indragning av utgivningstillstånd, men Aftonbladet under ledning av Lars Johan Hierta gick i spetsen för en journalistik som vågade utmana statsmakterna. Hierta var dock inte ensam; han fick snart sällskap av många andra publicister som förenades av en tro på ökad frihet för både press och medborgare:

De liberala publicisterna ifrågasatte och utmanade statsledningens anspråk på att äga oinskränkt inflytande över samhällsfrågorna. I det gamla ståndssamhället hade det offentliga samtalet väsentligen förts uppifrån och ned. Nu började undersåtarna uppträda som medborgare och hävda rätten att yttra meningar, i ett samtal utanför statens kontroll. Det offentliga samtalet hör till det tidiga 1800-talets allra märkligaste uppfinningar. <sup>3</sup>

En sådan utmaning kunde kung Karl XIV Johan inte stillatigande acceptera, och statsmakterna gjorde många försök att kväsa Aftonbladet på samma sätt som man gjort med andra tidningar genom att dra in dess tillstånd att ges ut. Hierta hade dock förutsett den reaktionen och i förväg skaffat sig en mängd utgivningsbevis. När Aftonbladet drabbades av indraget utgivningstillstånd dröjde det därför bara ett par dagar innan Det nya Aftonbladet började ges ut. När den tidningen drabbades av indragning följdes den av Det femte Aftonbladet, vilken följdes av Det sjätte Aftonbladet och så vidare. Till sist gav statsmakterna upp, och vid ständsriksdagen 1844–1845 avskaffades indragningsmakten. Kampen för yttrande- och pressfrihet hade, tillfälligt, vunnits. <sup>4</sup>

Länken mellan medierna å ena sidan och politik och samhällsfrågor

å andra sidan har med andra ord alltid varit stark, och den framväxande pressen bidrog i hög grad till moderniseringen och demokratiseringen av Sverige. Delvis var det en idealistisk kamp – de ledande publicisterna trodde på idéerna om pressfrihet, yttrandefrihet, sänkta tullar, ökad folkbildning med mera. Delvis var det också en kamp för det egna intresset – endast genom ökad press- och yttrandefrihet fanns det möjlighet för en självständig press att verka i samhället. Det allmänna intresset och egenintresset kunde gå hand i hand.

Av detta kan man dra ett par slutsatser. Den första är att politik och samhällsfrågor alltid har varit en central del av mediernas innehåll och historiskt det som motiverat mediernas existens och i hög grad lockat människor att ta del av dem.<sup>5</sup> Den andra är att medierna, journalistiken och de demokratiska fri- och rättigheterna lever i symbios – eller inte alls. För att citera professorn i journalistik James W. Carey; »Utan journalistik finns det ingen demokrati, men utan demokrati finns det inte heller någon journalistik«.<sup>6</sup>

Samtidigt är politik en central del av demokratin liksom av alla andra styrelseskick, eftersom politik med en klassisk definition ytterst handlar om »vem som får vad, när och hur«.<sup>7</sup> Enligt det synsättet handlar politik ytterst alltid om makt.<sup>8</sup> Makt är dock ett värdeladdat begrepp, vilket gör att det finns skäl att inte sätta likhetstecken mellan politik och makt. Dessutom handlar politik om så mycket mer än om makt, på samma sätt som makt kan utövas också på det privata planet. Istället kan man säga att politik handlar om alla de beteenden, idéer och institutioner som är relaterade a) till det offentliga, b) till den bestämmande fördelningen av värden eller c) till utövandet av makt i ett samhälle.<sup>9</sup>

Politik är därmed allt från debatt om till beslut och genomförande av beslut som direkt eller indirekt handlar om och påverkar villkoren för hur vi lever våra liv. Politik är därför mycket mer än det som de politiska partierna och politiker ägnar sig åt. Det understryker det omöjliga i tanken att medierna och journalistiken helt skulle bortse från och nonchallera allt som har med politik att göra, oavsett om det är i en valrörelse eller mellan valen.

Samtidigt är partipolitik en nödvändig del av demokratin, såväl teoretiskt som erfarenhetsmässigt. Detta visar sig bland annat av att människor i demokratier världen över, med undantag endast för några små ö-stater som Marshallöarna, av olika skäl funnit att det är en fördel att organisera sig i partier.<sup>10</sup> »Representativ demokrati utan partier är otänkbar«, konstaterar statsvetaren Pippa Norris.<sup>11</sup> Man kan också tillägga att utan partierna och de verbala striderna mellan dem skulle de politiska konflikter som är ofrånkomliga troligen lösas med fysiskt våld.<sup>12</sup>

Partipolitik är därför, på samma sätt som demokratin, ett sätt att fred-

ligt lösa de intresse- och maktkonflikter som alltid kommer att finnas och som varje realistisk samhällsteori måste beakta. Samtidigt behövs det i en demokrati institutionella mekanismer för att samla människor med likartade uppfattningar som vill påverka, för att rekrytera och träna politiska ledare, för att skapa stabilitet i maktutövandet och för att möjliggöra ansvarsutkrävande av makthavarna. Partierna är svaret på dessa och andra behov som är inneboende i den representativa demokratin.<sup>13</sup> Om partierna inte redan fanns skulle någon vara tvungen att uppfinna dem.<sup>14</sup>

### En symbios med konsekvenser

I en demokrati hänger medierna och journalistiken samt politiken och partipolitiken alltid samman med varandra och med demokratin. De lever i symbios med varandra. Detta är det synsätt som ligger till grund för den här boken och de undersökningar som ingår i den. Viktigt att notera är emellertid att det är ett synsätt som får konsekvenser.

En första konsekvens av den nära symbiosen mellan demokrati, medier och journalistik, politik och partipolitik är att medierna och journalistiken alltid har politisk betydelse. Vad medierna och journalistiken gör eller inte gör, är politiska handlingar och kan få politiska följder. Medierna och journalistiken kan helt enkelt inte ställa sig vid sidan om vare sig politiken eller partipolitiken. Det gör, enligt statsvetaren Timothy E. Cook, att man bör se på medierna som politiska institutioner och på journalister och andra verksamma inom medierna som politiska aktörer.<sup>15</sup>

Det innebär inte att medierna eller journalisterna driver vissa specifika frågor, inte heller per definition att de är höger- eller vänstervridna som de ibland anklagas för.<sup>16</sup> Vad det innebär är att så länge medierna och journalistiken bevakar, rapporterar om och analyserar frågor med relevans för samhället, så länge kan de inte undgå att gripa in i de processer som föregår och bidrar till villkoren för antingen den politiska debatten, de politiska besluten eller genomförandet av de politiska besluten.

En andra konsekvens av symbiosen är att varje demokratiteori som inte tar hänsyn till mediernas och journalistikens roll är ofullständig. Därför är det märkligt att det fortfarande kan skrivas böcker med titlar som *On democracy* eller *Demokratimodeller*, som inte alls eller bara i förbigående diskuterar mediernas betydelse.<sup>17</sup> Det i sin tur leder till att det finns ett stort behov av tänkande som försöker integrera statsvetenskaplig, kommunikationsvetenskaplig och journalistisk teori och forskning till mer sammanhållna demokratiteorier.

Detta hänger i sin tur samman med en tredje konsekvens av symbiosen, vilken är följande: Varje demokratiteori bär inom sig vissa uppfattningar om medier och journalistik, och varje uppfattning om medier

och journalistik bär inom sig en viss demokratiteori. På likartat sätt bidrar de medier och den journalistik vi faktiskt har till någon viss demokrati, men inte till en annan.<sup>18</sup>

I regel är den syn på medier och journalistik som finns inneboende i en viss demokratiteori outtalad och vice versa, på samma sätt som journalister i regel inte medvetet försöker befrämja en viss demokrati genom sina sätt att utforma journalistiken. Just därför finns det dock ett behov av att tydliggöra länkarna mellan olika sätt att se på demokratin, medierna och journalistiken. För att en sådan analys inte ska sväva i luften bör den även kopplas till villkoren för den politiska kommunikationen mellan medborgarna, politiska institutioner- och aktörer samt medieinstitutioner- och aktörer, och till den faktiska journalistiken och dess innehåll.

Inte minst viktig är valjournalistiken, det vill säga den journalistik som föregår de allmänna valen. Skälet är enkelt och hänger samman med valens demokratiska natur. Rätten att få rösta i allmänna, rättvisa och återkommande val är demokratins främsta institutionella mekanism för att säkerställa människors möjligheter att jämlikt påverka politiken och för deras möjligheter att utkräva ansvar av dem som har makten. Valdagen är därför oerhört viktig både faktiskt och symboliskt: Aldrig är den politiska makten lika jämlikt fördelad som då; oavsett andra resurser har alla en och bara en röst.

För att den enskilde medborgaren ska kunna nyttja denna makt och rösta genomtänkt krävs dock information och kunskap. Den går att skaffa sig på olika sätt, men enligt Kent Asp finns det i grund och botten bara tre perceptuella vägar till information och kunskap om politik och samhälle. De är 1) egna erfarenheter, 2) interpersonell kommunikation, det vill säga samtal med andra, och 3) via medierna, vad som kan kallas medierad kommunikation. Vid sidan av dessa perceptuella vägar till information och kunskap finns den intellektuella vägen, det vill säga att genom tidigare inhämtad kunskap och egna tankar skapa ny kunskap.<sup>19</sup>

Som medborgare kan man alltså skaffa sig information och kunskap som möjliggör ett genomtänkt röstande exempelvis genom att engagera sig politiskt, gå på torgmöten, diskutera med politiskt insatta personer eller genom att läsa partiernas valprogram. För de allra flesta dominerar emellertid den massmedierade kommunikationen, och faktum är att den är central inte bara för medborgarna utan också för journalister och i viss mån politiker (se tabell 1.1).

Vad tabellen tydligt visar är att modern politik är massmedierad politik – en politik som utspelas i och via massmedierna. Det är via massmedierna tv, tidningar och radio som människor enligt dem själva huvudsakligen får information om politik och samhälle, och det är via massmedierna som politiker och andra aktörer kan kommunicera med folket.<sup>20</sup>

**Tabell 1.1.** Källor till information om politik och samhälle (procent).

|              | Egna<br>erfarenheter | Samtal med<br>andra | Via medierna | Procent | Antal<br>svar |
|--------------|----------------------|---------------------|--------------|---------|---------------|
| Medborgare   | 8                    | 14                  | 78           | 100     | 1105          |
| Journalister | 7                    | 6                   | 87           | 100     | 551           |
| Politiker    | 35                   | 33                  | 32           | 100     | 854           |

Källa: Demokratibarometern 2002. Frågan löd: »Varifrån får Du huvudsakligen information om politik och politiska frågor?«. Procentangivelser avrundade till hela tal.

Därför är en valrörelse där medierna och journalistiken helt nonchalerar allt som har med politik och samhälle att göra inte bara en omöjlig tanke – det är också en farlig tanke. Valjournalistiken är central för människors möjligheter att inhämta information och kunskap som möjliggör för dem att rösta genomtänkt, och eftersom ett genomtänkt röstande ur ett demokratiskt perspektiv alltid är att föredra framför ett ogenomtänkt röstande, är valjournalistiken demokratiskt sett oerhört viktig.

Valjournalistiken kan emellertid inte ses isolerad från den vardagliga journalistiken med inriktning mot politik och samhälle, utan bör istället ses som en del och en förlängning av den vardagliga politiska journalistiken. Den kan i vissa avseenden till form, innehåll och omfattning skilja sig från den vardagliga politiska nyhetsjournalistiken, men likheterna mellan valjournalistiken och den vardagliga politiska nyhetsjournalistiken är ändå större än skillnaderna. Det gäller bland annat produktionsrutiner- och villkor, innehåll, relationer till det omgivande samhället och förväntningar från medborgarnas sida.

Det finns med andra ord starka skäl att undersöka valjournalistiken i sig, men också att relatera resultaten till frågan om journalistiken under icke-valsperioder, mediernas makt över medborgarna och makten över mediernas innehåll, och inte minst till frågan om olika demokratiteorier och vilka krav på journalistiken de implicit bär inom sig. Först genom en sådan undersökning blir det möjligt att uttala sig om det som denna bok handlar om: *Den medialiserade demokratin – om journalistikens ideal, verklighet och makt.*

### Syfte och empiriskt material

Det övergripande syftet med den här boken är tredelat: för det första att studera och analysera förhållandet mellan olika normativa demokratimodeller och deras respektive krav på medierna och journalistiken; för det andra, att undersöka valjournalistikens innehåll och relatera valjour-

nalistikens verklighet till dess demokratiska ideal; för det tredje, att diskutera skillnaderna mellan journalistikens demokratiska ideal och verklighet.

Till grund för boken ligger sekundäranalyser av andras empiriska och teoretiska undersökningar, litteraturgenomgångar samt ett antal empiriska undersökningar som jag själv varit inblandad i. När det gäller de undersökningar som jag själv varit inblandad i är det framförallt tre undersökningar som är centrala, vilka samtliga har genomförts vid och i samarbete med Demokratiinstitutet. Den första undersökningen går under det övergripande projektnamnet *Bilden av politik* och består av innehållsanalyser av den politiska nyhetsjournalistiken de tre sista veckorna före valet 1998 och 2002. Särskilt fokus kommer att ligga på undersökningen av journalistiken i samband med valet 2002, som omfattar sammanlagt 284 tv-inslag och 870 tidningsartiklar. Det finns två skäl till detta val. För det första är valet 2002 mer aktuellt, och för det andra har resultaten av undersökningen från 1998 redan publicerats i annat sammanhang.<sup>21</sup> I viss utsträckning kommer dock resultaten från 1998 att användas också i den här boken, när det är möjligt att göra direkta jämförelser och sålunda att studera utvecklingen över tid.

Valjournalistiken i samband med valet 1998 och 2002 kommer med andra ord att fungera som de fall som studeras empiriskt inom ramen för den mer övergripande teorin om olika demokratimodellers krav på medierna och journalistiken.

Den andra undersökningen har projektnamnet *Demokratibarometer* 2002, och består av en enkätundersökning utförd hösten 2002. I enkätundersökningen ingår tre grupper, bestående av medborgare, politiker respektive journalister, som fick besvara exakt likalydande postenkäter. Urvalet var för samtliga grupper nationellt, och sammantaget besvarades enkäten av 1 147 medborgare, 907 politiker och 570 journalister. Generellt sett bedöms representativiteten hos de svarande vara god, med undantag för att det finns en viss överrepresentation av högutbildade bland medborgarna (se vidare metodbilagan).

Den tredje undersökningen går under projektnamnet *De politiska partiernas strategiska kommunikation*, och som namnet antyder handlar det om hur partierna förbereder och genomför kampanjer i allmänhet och valkampanjer i synnerhet. Som en del av det projektet intervjuades samtliga partisekreterare och ett antal ledande journalister under vintern 2002, och det har även gjorts vissa uppföljande kartläggningar av partiernas kampanjarbete och kampanjorganisationer. Sammantaget ger dessa undersökningar en unik möjlighet att studera den politiska kommunikationens opinioner, journalistikens produktionsvillkor och makt samt dess innehåll.

## Bokens disposition

Bokens bakgrund, syfte och empiriska material har redan diskuterats i detta inledande kapitel. Kapitel två – *Mediernas makt* – kommer att handla om den alltid lika omdiskuterade frågan om mediernas makt. Ju mer omfattande mediernas makt över människor i allmänhet är, desto viktigare är mediernas och journalistikens innehåll för förståelsen av människors politiska tänkande och beteenden. Därför är frågan om mediernas makt central för förståelsen av mediernas och journalistikens betydelse i och för demokratin.

Samtidigt är det inte självklart vad ordet »demokrati« egentligen står för, och utan en klar uppfattning om demokratibegreppets komplexitet och mångskiftande betydelse går det inte heller att analysera förhållandet mellan demokratin, medierna och journalistiken. Kapitel tre – *Demokrati som ideal* – innehåller därför en analys av demokratibegreppet och av olika demokratimodeller.

Det lägger grunden för kapitel fyra – *Demokrati och journalistik* – som handlar om relationen mellan demokratin, medierna och journalistiken, och vilka normativa krav och förväntningar som finns på medierna och journalistiken. Kapitlet innehåller både teoretiska och empiriska delar. Dels kommer olika demokratimodeller att analyseras med syftet att försöka utläsa vilka krav på medierna och journalistiken som är rimliga att ställa utifrån de olika demokratimodellerna. Dels kommer resultat från Demokratibarometern 2002 att presenteras som bland annat handlar om vilka uppgifter som medborgare, journalister och politiker tycker det är viktigt att journalister som bevakar politik fyller. Slutligen kommer journalistikens demokratiska ideal att formuleras.

Journalistikens innehåll formas dock aldrig i ett vakuum, och oavsett vilka ideal man har finns det en mängd faktorer som påverkar och kan bidra till att förklara journalistikens innehåll. Vad frågan i kapitel fem – *Makten över journalistiken* – därför handlar om är makten över mediernas journalistiska innehåll. Ligger den makten hos medierna och journalisterna, eller ligger den utanför deras räckvidd? Är mediernas och journalisternas makt över det journalistiska innehållet tillräckligt omfattande för att det ska gå att ställa dem till svars för journalistikens innehåll?

Efter detta följer kapitel sex – *Politisk kommunikation som samspel* – som handlar om relationerna mellan medborgare, journalister och politiker. Dessa relationer präglas bland annat av respektive grupperns uppfattningar eller perceptioner av varandra, varför kapitlet kartlägger hur medborgare, journalister och politiker i en rad centrala avseenden ser på varandra. Det gäller exempelvis det politiska intresset, förtroendet, kunskaperna om politik, intresset för det allmänna bästa och makten att påverka politik och samhälle.

Kapitel sju handlar som rubriken anger om *Valen och valjournalistiken 1998 och 2002 – en översikt*. Det lägger grunden för de följande kapitlen som bygger på innehållsanalyser av journalistiken i samband med valen 1998 och 2002, med särskilt fokus på journalistiken i samband med valet 2002. I kapitel åtta – *Valjournalistikens gestaltningar av politik* – undersöks hur journalistiken gestaltade politik de båda valrörelserna. Bland annat visar kapitlet hur vanligt det är att journalistiken gestaltar politik som sport, spel och strategi snarare än som sak.

Journalistikens tendens att gestalta politik som sport, spel och strategi är ofta uppenbar i samband med att medierna presenterar resultaten av olika typer av opinionsmätningar. Dessa står i fokus i kapitel nio, som handlar om *Valjournalistikens opinionsmätningar*. Hur ofta presenterar medierna opinionsmätningar, vad handlar de om, och uppfyller presentationerna de krav som är rimliga att ställa när resultat av opinionsmätningar presenteras? Och vilka effekter kan kännedom om opinionsläget få på opinionen? Dessa och andra frågor diskuteras och besvaras i kapitel nio.

I kapitel tio vänds blicken mot *Valjournalistikens aktörer*. Hur ofta förekommer medborgare, politiker och journalister som källor? På vilket sätt framträder politiker och medborgare i journalistikens innehåll? Hur mycket får politiker komma till tals?

Svaren på de frågorna visar att det är missvisande att se medierna och journalistiken som enbart en arena för andra samhällsintressen och samhällsaktörer. Medierna och journalisterna själva bör också ses som aktörer, vilket är vad kapitel elva – *Journalister som aktörer i valjournalistiken* – handlar om. I det undersöks bland annat hur vanligt förekommande journalistiska granskningar är i journalistiken, i vilken utsträckning som journalistiken är beskrivande respektive tolkande samt hur vanligt förekommande spekulationer är.

Det ligger till grund för kapitel tolv, som handlar om *Valjournalistikens vinnare och förlorare* och om hur journalistiken bidrar till att forma vinnare och förlorare i kampen om människors röster. Kapitlet är baserat på en fallstudie av hur folkpartiet framställdes i journalistiken under valrörelsen 2002, från början av augusti då det fortfarande såg ut som om partiet riskerade falla ur riksdagen till valdagen, då folkpartiet ökade med över åtta procent. Den fallstudien belyser hur journalistiken växelspelar med opinionen och självständigt bidrar till att förstärka rådande opinionstrender. Därmed skapas såväl positiva och negativa opinionsspiraler som just 2002 gynnade folkpartiet och missgynnade moderaterna. Den avslutande frågan som ställs är i vilken utsträckning partiernas fram- och motgångar kan förklaras med tur eller otur, skicklighet eller bristande skicklighet.

Kapitel tretton – *Demokratin och journalistikens ideal och verklighet* – är bokens slutkapitel. I det får vi ta del av en dialog mellan procedurdemokraten, ansvarsdemokraten, mandatdemokraten, deltagardemokraten och samtalsdemokraten om vad som utmärker den goda demokratin och om hur de ser på den faktiska journalistiken. Anser de att journalistiken bidrar till att förverkliga deras demokratiideal, eller anser de tvärtom att journalistiken försvårar förverkligandet av den demokratimodell de förespråkare?

### Några noteringar

Innan det är dags att inleda bokens fortsättning finns det ett par noteringar som bör göras. En första notering handlar om språk: Samtliga citat i boken av författare vars originalspråk inte är svenska är gjorda av mig själv, i den utsträckning som böckerna inte redan finns översatta till svenska. En andra notering gäller ordens innebörd: Genomgående kommer ordet »medier« att syfta på massmedierna radio, tv och tidningar, om inget annat anges. En tredje notering gäller undersökningsmetoderna. För att göra boken så läsvänlig som möjligt har jag strävat efter att undvika metodresonemang och metodredovisningar som stannar upp läsningen. Istället återfinns en metodbilaga sist i boken, som innehåller korta fakta om Demokratibarometern 2002. För fakta om innehållsanalyserna hänvisas, av utrymmesskäl, till författaren.

## 2. Mediernas makt

All offentlig makt utgår från folket. Detta står att läsa i den svenska regeringsformens första paragraf, första meningen. En fråga som man halvt på skämt, halvt på allvar kan ställa är dock: vart tar den sedan vägen? Innebörden av att makten *utgår* från folket är nämligen att den inte stannar kvar där.

Frågan om vart makten sedan tar vägen efter att den har utgått från folket är dock felställd. Den förutsätter nämligen att makt är en egenskap, vilket i sin tur innebär två saker. För det första att den är knuten till individer; för det andra att den är förhållandevis konstant. Vissa har mer av egenskapen makt medan andra har mindre av den. Makt bör dock snarare ses som en relation mellan individer eller kollektiv, vilket gör frågan om maktens omfattning och vem som innehar den till en fråga om ett dynamiskt och föränderligt samspel mellan de styrande och de styrda, de överordnade och de underordnade, de regerade och de regerande.<sup>22</sup>

I en diktatur eller andra icke-demokratiska samhällen bygger relationen mellan de styrande och de styrda på tvång eller hot om tvång, vilket gör att man där möjligen kan tala om att vissa har egenskapen makt medan andra saknar den.<sup>23</sup> I demokratier bygger den grundläggande relationen mellan styrande och styrda istället på positioner och på frivilligt samtycke, det vill säga att de som är styrda accepterar att vara styrda av de som är de styrande.

Med ett statsvetenskapligt språkbruk kallas detta frivilliga samtycke för legitimitet, vars innebörd statsvetaren David Easton för ungefär 40 år sedan formulerade på följande sätt:

Oavsett vad medlemmarna i ett samhälle anser om visheten i auktoriteternas handlingar, kan lydnad följa av en form av grundläggande övertygelse om det lämpliga i de politiska arrangemangen.

Man bör helt enkelt lyda auktoriteterna och följa de grundläggande politiska reglerna; inget alternativ är tänkbart eftersom det är det enda rätta att göra. De är legitima.<sup>24</sup>

Att de flesta av oss lyder de politiska beslut som fattas i vårt land, trots att vi kanske tycker oerhört illa om en del av dem, är ett uttryck för att vi trots allt uppfattar våra politiker som legitima beslutsfattare. Det behöver inte nödvändigtvis bero på att vi har ett stort förtroende för politiker, vilket bland annat visar sig av den misstro mot politiker som finns i både den svenska demokratin och i de flesta andra.<sup>25</sup> Skälet kan också vara att vi uppfattar proceduren för att välja beslutsfattare som legitima, vilket då en legitimitet som överförs till de politiker och partier vi väljer i de allmänna valen.<sup>26</sup>

Exemplet visar hur nödvändig legitimiteten är för att demokratin ska fungera; om vi skulle välja att bara följa de politiska beslut vi tycker är kloka men inte de andra, skulle samhället ganska snart bryta samman. Vårt frivilliga samtycke är nödvändigt för demokratins förmåga att fungera, och det är i den bemärkelsen man ska tolka regeringsformens ord att all offentlig makt utgår från folket. Kanske borde det istället stå att »all offentlig maktutövning måste vila på folkets samtycke«.

Principiellt sett är samma resonemang giltigt för frågan om mediernas makt. Lika lite som politiska beslutsfattare kan utöva makt över oss om vi inte frivilligt väljer att låta dem göra det, lika lite kan medier utöva makt om vi bestämmer oss för att strunta i dem. Förutsättningen för att medierna ska kunna utöva makt är att vi uppfattar dem som legitima förmedlare av nyheter, information och andra berättelser om verkligheten.

## Maktens tre dimensioner

Frågan om makt handlar inte bara om vem som i en given relation vid en given tidpunkt har makt eller om källan till makten, utan också om olika typer av makt.

Makt är ett mångdimensionellt och svårdefinierat begrepp, men det finns ändå något som kan sägas vara en gemensam kärna i olika definitioner av makt. Det är att makt handlar om möjlighet att åstadkomma förändring eller förhindra förändring, det vill säga om möjlighet att påverka. Därutöver är det vanligt att skilja mellan tre olika dimensioner av makt: Makten över beslutsfattandet, makten över dagordningen och makten över tanken.<sup>27</sup>

*Makten över beslutsfattandet* handlar om maktens synliga ansikte. Det är den politiska makt som utövas genom beslutsfattande och som är institutionellt bestämd och organiserad. *Makten över dagordningen* handlar om vilka frågor som överhuvudtaget ska diskuteras och eventuellt bli föremål för politiskt beslutsfattande. Till skillnad från makten över beslutsfattandet är makten över dagordningen inte institutionellt reglerad; processen är mer öppen och ytterst en fråga om »förhandlingar« mellan ak-

törer som har intresse av att påverka dagordningen. Makten över dagordningen handlar om utrymme för påverkan snarare än rätten att fatta beslut. *Makten över tanken*, till sist, handlar om makten över de tankeprocesser som ligger till grund för hur vi uppfattar verkligheten eller aspekter av den. I likhet med makten över dagordningen bör makt tolkas som utrymmet för att påverka snarare än rätten att besluta.

I relation till frågan om mediernas makt i förhållande till de politiska aktörerna och till medborgarna i en demokrati som den svenska, kan man utgå från att makten över beslutsfattandet ligger hos de politiska partierna och enskilda politiker i regering, riksdag och andra politiska organ. När det gäller makten över dagordningen och tanken är frågan mer öppen.

Samtidigt som frågan om makt i samtliga dimensioner handlar om relationer och om vårt frivilliga samtycke, finns det en skillnad mellan makten över beslutsfattandet å ena sidan och makten över dagordningen och tanken å den andra. Makten över beslutsfattandet är i stor utsträckning institutionellt reglerad och bestämd och den avgörs i samband med de allmänna valen. Det eller de partier som får flest röster är helt enkelt de som har rätt att fatta beslut som är bindande för oss alla. Makten över dagordningen och över tanken avgörs däremot kontinuerligt i en ständigt pågående och dynamisk process, där vi som medborgare medvetet eller omedvetet fortlöpande måste ge vårt frivilliga samtycke för att de politiska partierna, medierna eller några andra ska kunna utöva makten över oss. Makten över beslutsfattandet avgörs på ett grundläggande plan vart fjärde år; makten över dagordningen och över tanken avgörs varje dag.

Samtidigt är gränsen mellan makten över dagordningen och över tanken i högsta grad flytande. I båda fallen handlar det ytterst om förmågan att manipulera symboler på ett sätt som får människor att tro att vissa frågor eller verklighetsbeskrivningar är viktigare, mer relevanta eller mer trovärdiga än andra. Annorlunda uttryckt kan man säga att makten över dagordningen handlar om *makten att påverka verkligheten*, medan makten över dagordningen och makten över tanken handlar om graden av hegemoni och *makten att påverka bilderna av verkligheten*.

### **Två strategier för att påverka**

Att tala om att all maktutövning i en demokrati bygger på frivilligt samtycke från folket kan tyckas abstrakt och teoretiskt. De flesta av oss upplever troligen inte att vi varje dag ger vårt samtycke till andra att påverka dagordningen eller våra egna tankar. Vi lever våra egna liv, medan politiker fattar diverse beslut och medier trycker sina tidningar och sänder sina program.

Makt och maktutövning rymmer dock både en objektiv och en subjektiv sida, och att man upplever sig som maktlös behöver inte betyda att man är det. Däremot kan själva uppfattningen att man är maktlös leda till att man blir det: Om man inte tror att man kan påverka minskar sannolikheten att man försöker, och försöker man inte påverka kan man inte heller göra det. Detta är i så fall ett uttryck för vad SNS Demokratiråd har kallat »vanmaktens tystnad«.<sup>28</sup>

Samtidigt kan man ge sitt samtycke till andras maktutövning – vilket principiellt sett är ett val att använda sin möjliga makt till att avstå från egen maktutövning – utan att vara medveten om det.

Den slutsatsen följer av en klassisk analys av samhällsvetaren Albert O. Hirschman. Enligt honom finns det två grundläggande strategier som medlemmar av eller kunder till organisationer och företag kan välja om de är missnöjda. En strategi är »voice« – att stanna kvar i organisationen eller som kund och genom protester av olika slag försöka få till stånd en förändring. En annan strategi är »exit« – att lämna organisationen och därigenom markera sitt missnöje. Om man inte väljer någon av dessa strategier visar man i praktiken lojalitet.<sup>29</sup>

Båda dessa strategier går att använda som medborgare i demokratin och som konsumenter av medierna. Som medborgare kan vi gå ut och demonstrera, skriva insändare eller skriva på namnlistor, för att ta tre exempel på »voice«. Vi kan också låta bli att använda vår rösträtt, vilket är ett exempel på »exit«. Som mediekonsumenter kan vi på likartat sätt ringa eller skriva till tidningen om vi vill protestera, det vill säga ge uttryck för »voice«. Vi kan också välja att sluta se på eller lyssna på ett visst program eller en viss kanal eller sluta köpa en viss tidning. Vi kan också välja att inte tro på det som skrivs och sägs. I samtliga fall är det uttryck för olika former av »exit«.

Om vi inte gör något av detta använder vi i praktiken vår makt till att lämna vårt frivilliga samtycke, i det ena fallet till hur samhället styrs och i det andra fallet till det medieinnehåll som vi tillhandahålls. En slutsats av detta är följande: Vi får de politiska alternativ och de medier våra betenden uppmuntrar.

### Grunden för mediernas makt

Om människor varken väljer »exit« eller »voice« lämnar de i praktiken sitt frivilliga samtycke till de politiska alternativ och medier som redan finns. De visar lojalitet, vilket är en förutsättning för att politiska aktörer eller medier ska kunna utöva makt över dagordningen eller över människors tankar. Det illustrerar hur makten ytterst beror på relationer, i det här fallet mellan politiska aktörer, medier och medborgare.

När det gäller mediernas makt över medborgarnas dagordning och över deras tankar är slutsatsen därför följande: En förutsättning för att medier ska kunna utöva någon som helst makt över dagordningen och över våra tankar är att vi tar del av dem och av deras innehåll. En förutsättning för att medier ska kunna utöva makt över oss är därför att vi väljer att låta dem göra det.

*Förutsättning* är dock inte detsamma som *förverkligande*. De mediefekter som uppstår beror istället, enligt bland andra statsvetaren Doris Graber, på samspelet mellan 1) medieinnehåll, 2) individuella egenskaper hos mediekonsumenterna, och 3) i vilket sammanhang vi tar del av medierna.<sup>30</sup> Människor är inte robotar som isolerade från varandra passivt tar del av det medieutbud som erbjuds och likt en tom tavla låter sig fyllas med innehåll; människor ingår alltid i ett sammanhang och är samtidigt alltid mer eller mindre aktiva när det gäller både vad av mediernas utbud de tar del av och hur de tar del av det.<sup>31</sup>

I samtliga fall är förutsättningen för mediernas makt att vi tar del av dem och deras innehåll, och att den förutsättningen är uppfylld råder det inget tvivel om. Nästan alla konsumerar medier nästan varje dag. En genomsnittlig dag 2002 tittade 85 procent av svenskarna på tv, 82 procent läste åtminstone en dagstidning, 79 procent lyssnade på radio medan 32 procent använde Internet. 102 minuter ägnades åt tv-tittandet, 28 minuter åt tidningsläsandet, 124 minuter åt radiolyssnandet och 19 minuter åt Internet-surfandet – om man tar hänsyn till hela befolkningen mellan 9–79 år.<sup>32</sup> Slår man ihop den tid olika mediers användare ägnar åt att konsumera medier användes drygt 7 timmar per dag åt mediekonsumtion. Enbart tv-tittandet bland dem som överhuvudtaget tittade på tv tog 14 timmar i veckan, vilket motsvarar över fyra veckor per år.

Att nästan 80 procent av medborgarna uppger att medierna är den främsta källan till information om politik och politiska frågor är därför knappast förvånande.

Medierna har sålunda den teoretiska förutsättningen för att kunna utöva makt. Frågan närmast är därför: Vilken makt anses medierna enligt tillgänglig forskning ha?

### Mediernas makt – då och nu

Den allmänna frågan om mediernas makt är inom medieforskningen oftast formulerad som en fråga om mediernas effekter. Det gäller i synnerhet när frågan syftar på samhällets mikronivå, det vill säga mediernas makt över människor till skillnad från deras makt över institutioner eller nationer.<sup>33</sup>

Som sådan har frågan varit central sedan första världskrigets slut, de-

mokratins genombrott samt filmens och radions ökade spridning bland människor. Att kunna se människor röra sig utan att de var verkliga och gick att ta på, var för många en chockartad upplevelse. Vid de första filmvisningarna uppstod ibland kaos när åskådarna försökte gripa in i filmens handling. De förstod helt enkelt inte fullt ut att filmen var just en film och inte verklighet.

Vad skulle dessa kraftfulla medier kunna ha för effekt på människor? Om detta visste man ingenting. Att veta har dock aldrig varit detsamma som att inte tro, så i brist på vetenskap florerade vissa uppfattningar.

Den kraftfullaste av dessa tidiga uppfattningar om mediernas effekter brukar kallas injektionsnålsteorin (the magic bullet theory eller hypodermic needle theory).<sup>34</sup> Med den mer eller mindre outtalade synen att människor är isolerade öar i det hav som kallades massan som grund,<sup>35</sup> sågs mediernas effekter som principiellt sett liktydiga med innehållet. Medieinnehållet injicerades så att säga i människor, därav namnet injektionsnålsteorin. I den här synen ingick fyra centrala antaganden: 1) att medieinnehåll kan likställas med effekt, 2) att denna effekt är i princip lika för alla mottagare, 3) att effekt handlar om förändringar i beteende eller åsikter, samt 4) att effekterna ska följa omedelbart och direkt.<sup>36</sup>

Bakgrunden till dessa teorier låg, förutom i utvecklingen av nya medier och i inflytelserika teorier om massamhället – i erfarenheterna från första världskrigets propaganda. Denna sågs av samtiden som oerhört kraftfull och effektiv. Den nådde ut till nästan samtliga och antogs därför leda till att människor trodde på de budskap som kablades ut via främst tidningarna. I olika översikter av hur synen på mediernas effekter har förändrats under 1900-talet brukar denna tid kallas »de allsmäktiga massmediernas« tid.

I ungefärliga termer varade den fram till början av 1940-talet, då empiriskt grundad forskning kring massmediernas effekter började bedrivas i USA. Avgörande i det sammanhanget var utvecklandet av nya vetenskapliga metoder som möjliggjorde mottagarstudier. Inom sociologin utvecklades de vetenskapliga enkätmetoderna, medan man inom psykologin utvecklade experimentella undersökningsmetoder. Utan att gå djupare in på de studier som förändrade synen på mediernas effekter kan det konstateras att föreställningen om de allsmäktiga massmedierna inte klarade mötet med den empiriska verkligheten. De studier som gjordes kunde inte bekräfta föreställningarna. Medieinnehåll kunde inte likställas med effekt, och mediernas effekter var inte i princip lika för alla mottagare.<sup>37</sup>

Vetenskapliga studier fann också att effekt-begreppet var mer komplicerat än vad som tidigare hade antagits. I exempelvis People's Choice-undersökningen av Paul Lazarsfeld med kollegor fann man tre primära former av effekter, inte bara en.<sup>38</sup> Den första formen kallar de aktivering

(activation). Alla människor bär på vissa mer eller mindre genomtänkta politiska värderingar och åsikter (predispositioner). I vardagen kanske man inte tänker särskilt mycket på dem, men de finns som ett underliggande stråk i tankandet. Med aktivering avses att medierna och journalistiken väcker dessa latenta värderingar och åsikter till liv och medvetandegör individerna om dem.

Den andra formen kallar de förstärkning (reinforcement). Med det avses att medierna och journalistiken förstärker de värderingar, åsikter och intentioner som medborgarna redan bär på. Om en förstärkningseffekt uppstår kan den naturligt nog inte mätas genom en förändring i beteende eller åsikt. Att ingen förändring uppstår betyder därför inte att effekter saknas. Att det är en mindre dramatisk form av effekt förändrar inte den slutsatsen. Eftersom förstärkning är en effekt som rör de som redan har gjort ett preliminärt val, och som dessutom är i majoritet bland medborgarna åtminstone i valtider, berör förstärkningseffekten fler än förändringseffekter.

Den tredje formen kallar Lazarsfeld med kollegor omvändning (conversion). Detta är den form som tidigare sågs som den enda eller främsta formen av effekt, men som visade sig vara relativt sett försumbar i deras undersökning. Färre än tio procent i deras undersökning omfattades av en omvändningseffekt.

Föreställningen om massmedierna som »allsmäktiga« visade sig med andra ord inte tåla en vetenskaplig granskning. Effekterna av den medierade politiska informationen var varken så omfattande eller av den art som kunde förväntas utifrån föreställningarna om de allsmäktiga medierna. Personliga och sociala faktorer visade sig vara viktigare än man tidigare hade trott. Dessutom såg kedjan från avsändare till mottagare inte ut som man tänkte sig när People's Choice-undersökningen planerades. Det visade sig nämligen att en stor del av undersökningsdeltagarna fick sin information inte via medierna, utan genom samtal med andra människor. Den interpersonella kommunikationen mellan vänner, familjemedlemmar och arbetskamrater var viktigare än förväntat.

Utifrån det resultatet formulerades den så kallade tvåstegshypotesen. I och med att den inbegriper tanken att information förmedlas i två led – först från medierna till opinionsledarna, sedan från opinionsledarna till mindre exponerade och politiskt mindre aktiva människor – innebär den att påverkan utövas av opinionsledarna, snarare än av medierna i sig.

Sammantaget innebar detta att föreställningen om medierna som »allsmäktiga« ersattes av föreställningen av medierna som »maktlösa«. Vändningen måste dock ses i relation till den tidigare föreställningen och pessimismen som följde av att förväntningarna inte infriades. Redan 1948 sammanfattade amerikanen Bernard Berelson forskningsläget med

orden: »vissa former av kommunikation i vissa frågor, uppmärksammas av vissa människor, har olika former av effekter«. <sup>39</sup> Uppfattningen var med andra ord inte att medierna saknade effekter utan att de saknade direkta effekter.

Föreställningen om massmediernas begränsade effekter varade dock inte för evigt. Redan under 1960-talets första hälft började medierna återigen tillskrivas effekter, om än inte lika kraftfulla och av samma slag som tidigare. <sup>40</sup> Enligt Asp var framförallt tre faktorer avgörande för förändringen som då skedde i synen på mediernas effekter. För det första handlade det om förändringar i det omgivande samhället, för det andra om en förändrad syn på påverkansprocessen, och, för det tredje, om en omtolkning av de tidigare forskningsresultaten. <sup>41</sup>

En ökad rörlighet i väljarbeteendet, televisionens ankomst och journalistikens professionalisering var några viktiga förändringar i det omgivande samhället. Vare sig medborgarna eller medierna var desamma som förr. Den politiska kommunikationens grundläggande förutsättningar var andra än när mediernas effekter bedömdes vara begränsade. Samtidigt förändrades synen på effekter. I stället för kortsiktiga förändringar av attityder eller beteenden började forskningen inriktas mot mediernas betydelse för långsiktiga förändringar av människors kognitioner, och mot mediernas påverkan på en mer övergripande och kollektiv nivå. <sup>42</sup>

Grunden för denna mediernas påverkan, mediernas makt, är dock inte bara att vi tar del av dem. Det handlar också om varför vi tar del av medierna, det vill säga om vårt behov av medierna.

## Vårt behov av medierna

Varje dag, varje timme och varje minut händer ett oräkneligt antal saker runt om i världen. Hav försuras, människor svälter, politiska förslag läggs fram, yttrandefriheten kränks, och så vidare. Även om man begränsar synfältet till att gälla Sverige eller den egna kommunen, är antalet pågående processer och enstaka händelser oräkneligt.

Att hålla reda på allt som händer är därför omöjligt. Verkligheten är obegränsad – till skillnad från vår uppmärksamhet och vår mentala energi. Hela tiden måste vi därför, medvetet och omedvetet, sälla bland all information och alla intryck som försöker fånga vår uppmärksamhet.

Det är ett viktigt skäl till varför människors informationsanvändande alltid är selektivt, i fyra olika bemärkelser. Människor är selektiva när det gäller vilken information man exponerar sig för (*selective exposure*), vilken information man uppfattar (*selective perception*), vilken information man riktar uppmärksamheten mot (*selective attention*) och vilken information man kommer ihåg (*selective retention*). <sup>43</sup>

Dessa selektivitetsprocesser ska ses som medvetna och omedvetna försök att reducera det överflöd av information som alltid omger oss till hanterliga mängder. Principiellt sett är vi alla »kognitiva latmaskar« (*cognitive misers*) som vill göra det så enkelt för oss som möjligt,<sup>44</sup> samtidigt som vi försöker fånga upp sådan information som vi upplever är viktig och relevant för oss.

En som tidigt insåg och diskuterade detta och omöjligheten för oss människor att hantera all information som finns, var den amerikanske journalisten Walter Lippman. I klassikern *Public Opinion* från 1922 skrev han bland annat följande:

Världen som vi måste handskas med politiskt är bortom räckhåll, bortom synhåll, bortom våra medvetanden. Den måste upptäckas, rapporteras och föreställas. Människan är ingen Aristotelisk gud som kan ta hänsyn till allt väsentligt vid en snabb anblick. Han är skapelse av evolutionen vars förmåga att överblicka verkligheten knappt överstiger vad som krävs för att överleva, och fånga vad som i tidsrymdens historia bara är några få tillfällen av insikt och glädje. Samtidigt har denna varelse uppfunnit vägar att se vad inget enskild öga kan se, av att höra vad inget enskilt öra kan höra [...]. Med sitt medvetande har han lärt sig att se omfattande delar av en värld som han aldrig kommer att kunna se, röra, känna lukten av, höra eller komma ihåg.<sup>45</sup>

Det är här medierna och samspelet mellan medieutbud och medieanvändning kommer in i bilden. Det är medierna som är den uppfinning Lippman talar om, som gör det möjligt för människor att nå bortom den egna vardagliga verklighetens räckvidd. När det gäller det medieutbud som handlar om det omgivande samhället och politiken är mediernas strukturellt sett absolut viktigaste funktion därför att inhämta, sortera, kontrollera och strukturera information som är relevant för människor i allmänhet. De ska fungera som *gatekeepers* (grindväktare), som bevakar och väljer vilken typ av information som ska förmedlas till offentligheten.<sup>46</sup>

Alternativet skulle vara att människor själva gjorde det arbetet, men det alternativet är otänkbart i dag. Det var möjligen tänkbart i en tid när människor levde i snäva cirklar och när den information som var relevant för dem återfanns i den nära omgivningen, men om inte förr gick det samhället under i och med industrisamhällets framväxt. När byar inte kan fungera oberoende av städer, när städer inte kan fungera oberoende av kommuner, när kommuner inte kan fungera oberoende av staten och när staten inte kan fungera oberoende av omgivande nationer och unioner, då är det nödvändigt med en effektiv fördelning av arbetet med att inhämta och bearbeta information.

Mediernas viktigaste funktion – vid sidan av att erbjuda underhållning, verklighetsflykt, samtalsämnen och annat<sup>47</sup> – är och förblir att hämta in, sortera, kontrollera och strukturera relevant information. Om medierna inte fanns skulle vi vara tvungna att uppfinna dem.

Medierna svarar sålunda mot ett djupt liggande behov hos människor av information. Det är den ena sidan av myntet. Den andra sidan är att vi i praktisk mening har lärt oss att förlita oss på mediernas förmåga att inhämta och bearbeta sådan information som är relevant för oss. Vi må misstro medierna och deras innehåll, men om vi är intresserade av eller har behov av att veta vad som händer i samhället har vi knappast något annat val än att vända oss till medierna.

Annorlunda uttryckt kan man säga att vi vänder oss till medierna för att få veta sådant som är sant och relevant för oss, och det är samtidigt mediernas och journalistikens anspråk på att förmedla sann och relevant information som ligger till grund för dess legitimitet. För att citera medieforskarna Jan Ekecrantz och Tom Olsson: »Journalistikens makt härrör från den sanningsregim den upprättat. Just genom att den förväntas producera sanningar tror vi inte att den har med maktutövning att göra, men det är sanningsanspråket som ger den makt och effekter i samhället».<sup>48</sup>

### Mediernas dagordningsmakt

Teorin om mediernas dagordningsfunktion och dess dagordningsmakt tar sitt avstamp i att verkligheten är för obegränsad och mångfacetterad för att människor själva ska kunna skapa sig en sammanhållen bild av den, och att människor därför söker ledtrådar från medierna om vad som har hänt, vad som är viktigt, vad som kräver åsikter och handlingar. Genom detta organiserar medierna våra erfarenheter och upplevelser av verkligheten, eller rättare sagt: Vi använder oss av medierna för att få hjälp med att organisera våra erfarenheter och upplevelser av verkligheten.

Inte minst viktiga är medierna när det gäller att ge ledtrådar om vad som är viktiga och angelägna samhällsproblem, det vill säga om vad som står på samhällets »dagordning«. Med dagordning avses då den uppsättning frågor som diskuteras och som kan komma att bli föremål för politiska beslut av någon form.

Analytiskt kan man skilja mellan åtminstone tre kollektiva dagordningar, nämligen allmänhetens eller medborgarnas dagordning, mediernas dagordning och den politiska dagordningen. Med medborgarnas dagordning avses de samhällsfrågor som människor i allmänhet tycker är viktiga, medan mediernas dagordning handlar om vilka frågor som får mycket uppmärksamhet i medierna. Den politiska dagordningen,

| Medborgarnas dagordning                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Mediernas dagordning                                                                                                                                                                                                                        | Den politiska dagordningen                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vad människor anser är viktiga frågor för dem (intrapersonell dagordning)</li> <li>- Vad människor diskuterar för samhällsfrågor (interpersonell dagordning)</li> <li>- Vad människor anser är viktiga samhällsfrågor som politiskt bör åtgärdas (samhällsdagordning)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- De frågor medierna som kollektivt ger mycket uppmärksamhet</li> <li>- De frågor enskilda medier ger mycket uppmärksamhet</li> <li>- De frågor olika medietyper ger mycket uppmärksamhet</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- De frågor som är föremål för politiskt beslutsfattande i olika politiska organ</li> <li>- De frågor som diskuteras på den kollektiva politiska nivån</li> <li>- De frågor olika partier eller andra politiska organisationer driver</li> </ul> |

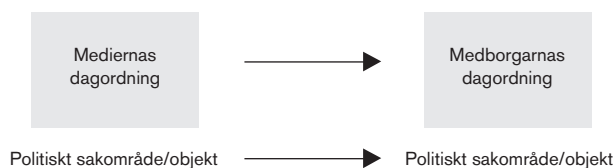
**Figur 2.1.** En typologi över olika dagordningar.

till sist, handlar om vilka frågor som är föremål för diskussion i eller mellan politiska organ. Var och en av dessa dagordningar kan sedan brytas ner i underkategorier och undersökas med hjälp av olika frågor och metoder.<sup>49</sup>

Tanken bakom teorin om mediernas dagordningsfunktion kan spåras tillbaka till Lippman och hans teori om mediernas betydelse för »bilderna i våra huvuden« av världen utanför. Till dess föregångare hör också ett känt citat av Bernard Cohen, som 1963 skrev att »Pressen är måhända inte framgångsrik när det gäller att berätta för människor vad de ska ha för åsikter, men den är oerhört framgångsrik när det gäller att berätta vad människor ska ha åsikter om«.<sup>50</sup> Sitt namn fick dock teorin 1972, när Maxwell McCombs och Donald Shaw publicerade en klassisk artikel i *Public Opinion Quarterly* med rubriken »The Agenda-Setting Function of Mass Media«.<sup>51</sup>

Den grundläggande tanken bakom teorin är att det finns ett samband mellan de frågor eller samhällsproblem som får mycket uppmärksamhet i medierna, och de frågor medborgarna tycker är viktiga antingen för dem själva eller för samhället eller de frågor som människor diskuterar med varandra. Eftersom människor inte själva har kapacitet att gå ut och undersöka verkligheten för att ta reda på vilka frågor som är viktiga, vänder de sig till medierna för att få ledtrådar. När medierna uppmärksammar vissa frågor mycket, vissa frågor mindre och de flesta inte alls, tillhandahåller medierna just den typen av ledtrådar.

Konsekvensen blir att den vikt som medierna fäster vid olika frågor överförs till medborgarna; de frågor som medierna ger mycket uppmärksamhet blir de frågor som människor tycker är viktiga och angelägna (figur 2.2).



**Figur 2.2.** Dagordningsteorins grundläggande samband.

Sedan teorin publicerades första gången och fram till 1994 publicerades över 350 böcker, artiklar och andra skrifter om dagordningsteorin, vilket gör det till en av de mest undersökta teorierna som finns.<sup>52</sup> Därför är det med en hög grad av säkerhet som man kan slå fast att det grundläggande sambandet i teorin stämmer: De frågor som medierna ger mycket uppmärksamhet är också de frågor som människor tenderar tycka är viktiga samhällsfrågor.

Det betyder inte att medierna är allsmäktiga och att medborgarna är maktlösa. Tvärtom visar forskningen kring mediernas dagordningsmakt att det finns ett flertal faktorer som har betydelse för hur stor makt medierna har över medborgarnas dagordning, utan att det grundläggande sambandet för den skull rubbas.

En första faktor är olika mediers trovärdighet och tyngd i medielandskapet.<sup>53</sup> Medier som uppfattas som trovärdiga och legitima förmedlare har större makt över medborgarnas dagordning än medier som uppfattas som mindre trovärdiga.

En andra faktor handlar om olika medietyper. Även om det inte råder någon fullständig enighet om huruvida tv eller tidningar har mest dagordningsmakt, tyder det mesta på att textbaserade medier som tidningar generellt sett har större makt över dagordningen än tv.<sup>54</sup> Det kan låta märkligt med tanke på att fler uppger tv som främsta källa till information om politik och samhällsfrågor, men förklaringen ligger i de olika mediernas karaktär. Eftersom tv bygger på flera informationskällor samtidigt (ljud, bild, text) utan att tittarna har möjlighet att kontrollera tempot hinner hjärnan ofta inte bearbeta informationen. Det gör att den snabbt glöms bort. Information som man får från textbaserade medier kräver ett visst mått av bearbetning, vilket kan göra läsning mer ansträngande än tv-tittande.<sup>55</sup> Det är en förklaring till varför människor med ett starkt engagemang och goda kognitiva resurser har visat sig vara mer mottagliga för tryckta medier, medan människor med lägre engagemang och sämre kognitiva resurser har visat sig vara mer mottagliga för etermedier.<sup>56</sup> Att de textbaserade medierna kräver mer ansträngning leder också till att

man kommer ihåg mer av innehållet. Det har betydelse för dagordningsmakten. Medan teve medier är bättre än skriftliga medier på att producera omedelbara dagordningseffekter, klingar de ut tidigare än när tidsningsmedierna sätter dagordningen.<sup>57</sup>

En tredje faktor som har betydelse rör den politiska intensiteten, eftersom makten över medborgarnas dagordning kan ses som ett nollsummespel.<sup>58</sup> Ju mer makt politiska eller andra medieexterna aktörer har över mediernas och i förlängningen medborgarnas dagordning, desto mindre makt har medierna själva. Generellt sett tycks medierna ha mest dagordningsmakt i perioder som antingen är politiskt lugna eller då kriser uppstår, eftersom konkurrensen om människors uppmärksamhet från politiska partier eller andra då är mindre.<sup>59</sup>

Medborgarnas och mediekonsumenternas kognitiva förmågor och politiska kunskaper är en fjärde faktor, även om det inte råder någon enighet om vilka som är mest påverkbara av mediernas dagordning. I grund och botten finns det två teorier som här är relevanta. Den ena teorin kallas uppmärksamhetsmodellen (*attentiveness model*). Enligt den kan man förvänta sig att ju mer intresserad av politik någon är, och ju högre kognitiva förmågor han eller hon har, desto större är sannolikheten att han eller hon konsumerar medier och därför också låter sig påverkas av mediernas dagordning. Den teorin har fått visst stöd<sup>60</sup> men inte fått stå oemotsagd.

Mot uppmärksamhetsmodellen står den kognitiva modellen (*cognitive framework theory*). Enligt den beror opinioner och opinionsförändringar på individnivå på en kombination av exponeringsgrad och politisk medvetenhet.<sup>61</sup> Med politisk medvetenhet avses grad av politiskt intresse, engagemang och uppmärksamhet, samt politiska kunskaper. Personer med hög politisk medvetenhet exponerar sig sannolikt mest för mediernas politiska och samhällseliga rapporteringar, men de har samtidigt tämligen genomtänkta och systematiserade åsikter till att börja med. Därmed ändras deras åsikter sannolikt inte. De med låg politisk medvetenhet är benägna att acceptera budskap de nås av, men samtidigt exponerar de sig inte för politiska budskap i någon större utsträckning. Därmed är det inte sannolikt att deras åsikter ändras. Kvar finns personer med en medelhög politisk medvetenhet. De exponerar sig för fler politiska budskap än personer med låg politisk medvetenhet, samtidigt som deras åsikter inte är lika genomtänkta och systematiserade som hos personer med hög politisk medvetenhet. Därför är opinionsförändringar mest sannolika i den gruppen.<sup>62</sup>

Uppmärksamhetsmodellen och den kognitiva modellen behöver dock inte stå i motsatsställning till varandra. Därför kan man, om än med viss försiktighet, dra en generell slutsats: De som är mest mottagliga för medi-

ernas dagordningsmakt är de som samtidigt a) konsumerar mycket medier och har en hög grad av medvetenhet om vad medierna uppmärksammar,<sup>63</sup> b) har ett stort behov av hjälp med att orientera sig i tillvaron,<sup>64</sup> och c) saknar ett eget starkt engagemang, intresse och kunskaper som kan balansera mediernas inflytande.<sup>65</sup>

En femte faktor som har betydelse för mediernas dagordningsmakt handlar om graden av närhet till de frågor som diskuteras. Inom dagordningsforskningen skiljer man mellan obtrusive och unobtrusive issues. De förra är frågor som människor har egna erfarenheter av, medan de senare är frågor där människor enbart har den medierade kommunikationen att förlita sig på. Detta kan vara en förklaring till varför man har funnit dagordningseffekter i vissa fall men inte i andra, samtidigt som det alltid är svårt att på förhand veta vilka frågor som ska räknas till respektive kategori. Den mesta amerikanska forskningen visar dock att medierna i det allra flesta fallen har större makt när det gäller unobtrusive issues än när det gäller obtrusive issues.<sup>66</sup>

Samtidigt kan det finnas nationella skillnader. När Bengt Johansson undersökte Göteborgs-Postens dagordningsmakt fann han nämligen att »när det gällde egen erfarenhet kopplat till sjukvård tyder resultaten på att det finns en förstärkningseffekt av medier. Om man har egen erfarenhet och dessutom exponerar sig för sjukvårdsnyheter ser man sjukvård som viktigare än om man bara har personlig erfarenhet, alternativt läser om det i tidningen«. <sup>67</sup> Någon säker slutsats om mediernas dagordningsmakt är störst om den gäller nära/lokala eller avlägsna frågor tycks därför inte gå att dra i dagsläget.

En sjätte faktor handlar om att medieuppmärksamheten kring en viss fråga måste överstiga en viss tröskel för att dagordningseffekter ska uppstå.<sup>68</sup> Ingen undersökning har visat att mediernas dagordning helt avspeglar sig i medborgarnas dagordning. Vad det istället handlar om är att de frågor som får mest uppmärksamhet i medierna är de som medborgarna anser är viktigast. Om det sedan är de två–tre eller kanske fyra–fem mest uppmärksammade frågorna i medierna som påverkar människor, varierar med all sannolikhet över tid, mellan medier och mellan individer.

Mediernas dagordningsmakt är med andra ord inte fullständig, utan den beror flera faktorer kopplade till såväl medierna själva som deras innehåll, till mottagarna och till sammanhanget. Ändå visar den forskningen kring mediernas dagordningsmakt att det grundläggande sambandet håller: Makten över medborgarnas dagordning ligger i stor utsträckning hos medierna. Medierna har utan tvivel en stor makt att styra vilka frågor vi uppfattar som viktiga samhällsfrågor.

Därmed inte sagt att medierna per definition har makt över sig själva. Frågan om mediernas makt över medborgarna och makten över med-

ieinnehållet är två olika frågor, och det är fullt möjligt att medierna har makt över medborgarnas dagordningar samtidigt som politiker eller andra har makt över medierna. Frågan om makten över medieinnehållet och mediernas dagordning ska vi dock återkomma till senare.

### **Demokratin och mediernas dagordningsmakt**

Har då makten över medborgarnas dagordning någon betydelse? Spe-  
lar det någon roll att det är medierna snarare än medborgarna själva som  
formar medborgarnas dagordning?

Svaret beror i stor utsträckning på vilken demokratisyn man har. Utan  
att föregripa den senare analysen om sambandet mellan olika demokra-  
timodeller och deras krav på medierna, kan man ändå säga att det knap-  
past är idealiskt ur ett deltagardemokratiskt perspektiv att det är medier-  
na snarare än medborgarna som formar medborgarnas dagordning. Bätt-  
re vore att medierna avspeglade medborgarnas dagordning, vilket flera  
svenska medier också har försökt att göra de senaste valen. Bland annat  
Aftonbladet och Vestmanlands Läns Tidning (VLT) har provat modellen  
att göra en opinionsundersökning kring vad människor tycker är viktiga  
frågor före valrörelsen dragit igång, och sedan ägnat särskilt mycket upp-  
märksamhet åt de frågorna.

Utgår man från dagordningsforskningen finns det dock problem med  
en sådan modell, eftersom de svar medierna får av sådana undersökning-  
ar till stor del blir en avspeglning av vad medierna redan har uppmärksam-  
mat. Det som kallas »medborgarnas dagordning« blir till stor utsträck-  
ning en reflektion av medierna själva. För att ta reda på vad medborgar-  
na, oberoende av medierna, anser är de viktigaste frågorna skulle man  
behöva isolera dem från medierna under en period på upp till fyra till sex  
veckor innan man gör sin undersökning,<sup>69</sup> och det är knappast en aptitlig  
eller realistisk lösning.

Grundproblemet, om det är ett problem, är att människor knappast  
kan ha en självständig uppfattning om vad som på en övergripande nivå  
är viktiga samhällsfrågor. Människors åsikter i den typen av frågor kan  
inte frikopplas från medierna, utan vi behöver medierna just därför att vi  
själva inte har tid och kapacitet att utan förutfattade meningar gå ut, un-  
dersöka verkligheten och avgöra vad som är viktiga samhällsfrågor.

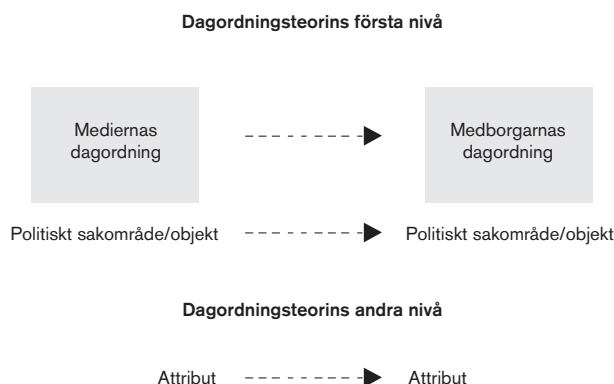
Ur ett demokratiskt perspektiv är frågan därför inte så mycket om det  
är ett problem att medierna har en avsevärd makt över människors dag-  
ordning, utan om medierna har förmågan att tillhandahålla en dagord-  
ning som är relevant och tar upp sådant som faktiskt är viktiga och ange-  
lägna samhällsproblem. Samtidigt är det ett faktum att mediernas makt  
över medborgarna inte är begränsad till makten över deras dagordning.

## Efter dagordningen

Redan i några av de tidigaste undersökningarna av mediernas dagordningsmakt fanns det dem som frågade sig om mediernas makt över vilka frågor människor tycker är viktigast också omfattade *hur* människor tänker kring dessa frågor. I exempelvis en undersökning från 1976 studerades hur högt »landets ekonomi» låg på de amerikanska mediernas respektive medborgarnas dagordning. Eftersom »landets ekonomi» är en stor fråga i sig valde de att också studera *hur* medierna rapporterade kring frågan och *hur* medborgarna uppfattade den. Särskilt fokus låg på hur medierna formulerade problemen och dess orsaker samt på vilka förslag till lösningar som fördes fram – och i vilken utsträckning detta påverkade medborgarna. Resultatet var tydligt: forskarna fann dagordningseffekter både när det gällde ekonomifrågan i stort, föreslagna lösningar på problemen som diskuterades samt argumenten för de föreslagna lösningarna.<sup>70</sup>

Om detta och andra liknande resultat generaliseras leder det till följande slutsats: Medierna har inte bara makt över vilka frågor människor anser är viktigast. Medierna har också makt över *hur* de frågor som finns högt på den egna dagordningen uppfattas av människor.

Det skulle dock dröja närmare 20 år innan dessa tankar utvecklades till en mer sammanhållen teori om dagordningsteorins andra nivå. Skillnaden mellan dagordningsteorin på dess båda nivåer kan i korthet beskrivas på följande sätt: Där dagordningsteorins första nivå ägnar sig åt *vad* medierna uppmärksammar och *vad* medborgarna anser är viktiga frågor, handlar dagordningsteorins andra nivå om *hur* medierna beskriver olika objekt och *hur* dessa objekt uppfattas av medborgarna. Fokus har sålunda förflyttats från olika *objekts* placeringar på mediernas respektive med-



**Figur 2.3.** Dagordningsteorins första och andra nivå.

borgarnas dagordningar, till hur framträdande olika *attribut* är på mediernas respektive medborgarnas dagordningar.<sup>71</sup>

Än så länge har dagordningsteorins andra nivå inte undersökts lika många gånger som den ursprungliga teorin, men de studier som har gjorts ger mer eller mindre starkt stöd åt teorin.<sup>72</sup> McCombs med flera menar därför att »nyhetsmedierna berättar inte bara vad vi ska ha tänka på, utan också hur vi ska tänka kring det».<sup>73</sup>

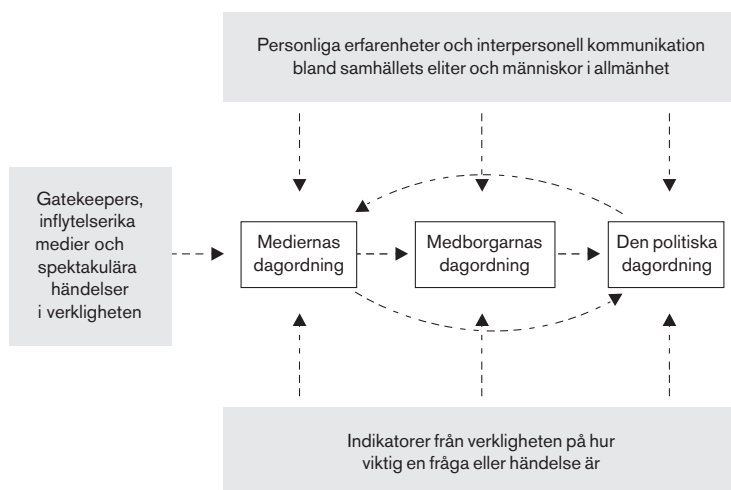
Att mediernas makt över medborgarna inte är begränsad till makten över dagordningen visas också av två andra teorier, som i den engelska litteraturen kallas *priming* och *framing*. Den senare av dessa har jag i tidigare sammanhang översatt till *gestaltningsteorin*, medan jag inte har kunnat hitta någon bra översättning av *priming*.<sup>74</sup> Båda dessa teorier – som kommer att diskuteras nedan – har uttalat länkats till dagordningsteorins andra nivå, och bland andra McCombs anser att gestaltningsteorin bör ses som en del av dagordningsteorins andra nivå.<sup>75</sup> Mot detta invänder andra forskare, som ser sådana förslag som ett uttryck för hur dagordningsforskarna försöker »kolonisera» angränsande teorier och synsätt.<sup>76</sup>

Vad som är gemensamt för dagordningsteorins andra nivå, *priming* och *gestaltningsteorin* är att de handlar om samspelet mellan medieinnehåll och människors kognitiva scheman, och mediernas makt att påverka dessa kognitiva scheman. Med kognitiva scheman avses då de mentala »kartor» av verkligheten vi alla bär på, som ett resultat av information, kunskap och erfarenheter som vi tidigare har inhämtat och lagrat i våra minnen.<sup>77</sup>

Att det finns gemensamma nämnare mellan teorierna innebär dock inte att det bör sättas likhetstecken mellan dem, och framförallt gestaltningsteorin bör ses som självständig från dagordningsteorins andra nivå. Det främsta skälet är att gestaltningsteorin handlar om mycket mer än om mediernas makt över hur aspekter av verkligheten uppfattas. Den handlar även om vad medieinnehållet representerar, om hur medieinnehållet formas av relationerna till exempelvis kulturella värderingar eller externa maktcentra, och om hur avsaknaden av relevant information kan bidra till att forma specifika gestaltningar. En del av detta är att medan dagordningsforskare tenderar att ta medieinnehållet för givet, tenderar gestaltningsteorin att se medieinnehållet som sociala konstruktioner som kan berätta åtskilligt om vilka som har makt över det.<sup>78</sup>

Därmed inte sagt att dagordningsteorin är ointresserad av frågan om makten över medieinnehållet, utan bara att *huvudfokus* inom dagordningsforskningen handlar om mediernas makt över medborgarna och omfattningen respektive villkoren för denna.

Vid sidan av detta huvudfokus har dagordningsteorin utvecklats till att också handla om hur mediernas dagordning formas. I den engelskpräki-



**Figur 2.4.** Faktorer med betydelse för dagordningsprocessen.

ga litteraturen handlar detta om *agenda-building* till skillnad från *agenda-setting*; om dagordningsbyggande till skillnad från dagordningsmakt. En vanlig figur för att illustrera olika faktorer som påverkar dagordningsprocessen är följande:<sup>79</sup>

I centrum återfinns de tre kollektiva dagordningar som diskuterades tidigare: mediernas, medborgarnas och den politiska dagordningen. Vad som står på dessa dagordningar påverkas av såväl personliga erfarenheter som den interpersonella kommunikationen bland samhällets eliter (inte minst politiker och journalister) och bland människor i allmänhet, i samspel med indikatorer från verkligheten på hur viktig en fråga eller händelse är, av gatekeepers, vad särskilt inflytelserika medier väljer att uppmärksamma och av spektakulära händelser i verkligheten. Som exempel på indikatorer från verkligheten på hur viktig en fråga eller händelse är kan nämnas statistik över brottsligheten eller arbetslösheten, eller att den tas upp av särskilt inflytelserika personer eller grupper, eller ny forskning som presenteras. Som ett övertydligt exempel på spektakulära händelser kan terrorattackerna mot USA den 11 september 2001 nämnas, men även våldsbrott eller allvarliga olyckor kan fungera som spektakulära händelser.

Vad som är av särskilt intresse i en diskussion om mediernas makt, är att medierna har makt att påverka både medborgarnas dagordning och den politiska dagordningen, och att mediernas påverkan på den politiska dagordningen kan vara både *direkt* och *indirekt* via påverkan på medborgarnas dagordning. Den dagordning som drivs av politiska aktörer kan

samtidigt påverka mediernas dagordning, medan den däremot i regel inte kan påverka medborgarnas dagordning utan att först påverka mediernas. Anledningen är enkel: På grund av att medierna för de allra flesta är den främsta källan till information om politik och samhällsfrågor går vägen till framgång i kampen om opinionen via framgång i kampen om mediernas uppmärksamhet. Den politiker och det parti som vill påverka medborgarna måste först lyckas vinna mediernas uppmärksamhet.

Därför råder det en ständig kamp mellan politiska aktörer och medieaktörer om vad som ska stå på mediernas dagordning, och det är en kamp där insatserna är höga för de politiska aktörerna.

### Priming: En förlängning av dagordningsteorin

Priming-teorin formulerades av Shanto Iyengar och Donald R. Kinder i mitten av 1980-talet, i samband med att de prövade dagordningsteorin i experimentella studier. Det finns olika definitioner av vad *priming* står för, men gemensamt är att *priming* handlar om sambandet mellan yttre stimuli, exempelvis medieinnehåll, och de bedömningar människor gör av någonting.<sup>80</sup> Gemensamt är också att det sker i samspel med vad människor har för kunskaper eller uppfattningar (kognitiva scheman) om det saken gäller. För att formulera det mer specifikt: *Priming* innebär att medierna, genom att uppmärksamma vissa saker och inte andra, bidrar till att aktivera och skjuta fram vissa delar av människors kognitiva scheman i deras medvetanden.

Därmed påverkar de inte bara vad människor har åsikter om, utan också utifrån vilka objekt (problem, sakområden) människor bedömer politiska ledare. Om medierna som under valrörelsen 2002 har exempelvis integrationsfrågan högt på dagordningen, då ökar sannolikheten att det är utifrån partiernas åsikter i just den frågan som människor bedömer partierna. Därför är det naturligt att de politiska partierna försöker få upp de frågor som de är starkast i på dagordningen. Priming bör sålunda ses som en förlängning av dagordningsteorin; utan dagordningsmakt är det svårt för medierna att utöva priming-makt.

I de experiment som gjordes av Iyengar och Kinder när de testade priming-teorin undersökte man även om tevenyheter, genom det sätt de tillskrev ansvar för politiska problem, kunde påverka nyhetskonsumenter. Det kan då handla om ansvaret antingen för att ett problem existerar eller för att det inte har lösts. Deras hypotes var att »ju mer tv-nyheter tolkar händelser som om de vore ett resultat av presidentens handlingar, desto mer inflytelserika kommer tv-nyheterna vara i att påverka människors bedömningar av presidentens sätt att sköta sitt ämbete«.<sup>81</sup>

Den hypotesen fick stöd, starkast när tevenyheter handlade om en-

ergiförsörjningen och svagare när de handlade om arbetslösheten. Det tycks således som om medierna, eller åtminstone tv, genom att påverka vilka tankar som finns närmast tillgängliga, kan påverka den måttstock vi använder när vi bedömer politiska ledare och hur vi tillskriver politiska ledare ansvar antingen för att problem finns eller för att de inte har åtgärdats.<sup>82</sup>

Huruvida det gäller även andra medietyper är en öppen fråga. Med tanke på att ansvarsutkrävande är en central aspekt av demokratin pekar resultaten ändå på vikten av att medierna, särskilt under en valrörelse, följer upp hur de som har haft makten har hanterat sitt ansvar och att de tillskriver de politiska aktörerna ansvar på ett genomtänkt sätt.<sup>83</sup> För att ta ett exempel: Det är lika allvarligt om ett parti som socialdemokraterna inte ställs till ansvar för den svenska integrationspolitikens misslyckande om de har ett faktiskt ansvar, som om de ställs till ansvar utan att de facto haft makten att styra integrationspolitiken.

Den vikt som politiska aktörer fäster vid att just »deras« frågor och problembeskrivningar ska dominera mediernas dagordning är sålunda fullt förklarlig i ljuset av dagordningsteorin och priming-teorin. Dessa teorier med vidhängande forskning visar tydligt att medierna kan utöva avsevärd makt över medborgarna och deras opinioner, och därmed också att makten över medborgarna och deras opinioner går via makt över mediernas innehåll.

### **Gestaltningsteorin: ett nytt paradigm inom medieforskningen?**

Ett av de snabbast växande forskningsfälten med relevans för den politiska kommunikationen och mediernas makt över hur verkligheten uppfattas utgår från gestaltningsteorin (framing theory). På samma sätt som dagordningsteorin för drygt 30 år sedan har den blivit väldigt populär på förhållandevis kort tid. Vissa hävdar till och med att den representerar ett nytt paradigm inom medieforskningen.<sup>84</sup>

Just det faktum att gestaltningsteorin på kort tid fått en mycket framträdande position är troligen en förklaring till varför teorin ännu saknar enhetliga definitioner.<sup>85</sup> Samtidigt som det finns många studier som prövar och utgår från gestaltningsteorin, är det ibland oklart vad som förenar dem. Det understryks av att gestaltningsteorin har lockat forskare från många skilda vetenskapliga traditioner. Att de centrala orden »framing« och »frame« tillhör det vardagliga engelska språket minskar inte heller begreppsförvirringen.

En annan förklaring är att gestaltningsteorin är mångfacetterad. I en skepnad handlar den om hur mediernas gestaltningar av verklighe-

ten påverkar människors gestaltningar av samma verklighet. I en annan skepnad handlar den om hur medierna, genom att gestalta verkligheten på vissa sätt men inte andra, reproducerar och sprider olika maktcentras och ideologiers sätt att betrakta verkligheten. I en tredje skepnad handlar den om vad mediernas innehåll egentligen representerar. Låt oss börja med den sistnämnda av dessa.<sup>86</sup>

Enligt en vanligt förekommande metafor representerar medierna, eller snarare nyheterna, en spegelbild av verkligheten. Genom att ta del av nyheter i tidningar, tv och radio kan man enligt det synsättet få en objektiv bild av verkligheten. Det är detta synsätt som ytterst legitimerar journalistikens roll som nyhetsförmedlare och ligger till grund för mediernas beskrivningsmakt.

Tanken att medierna endast speglar verkligheten finns det dock inget stöd för i forskningen. Bara det faktum att verkligheten är obegränsad medan mediernas format är begränsat gör att all nyhetsförmedling präglas av de val som görs av medierna i allmänhet, av redaktionerna och av enskilda journalister. Det handlar om val av ämne, om val av berättarperspektiv, om val av attribut, om val av källor, om val av vad som ska betraktas som fakta, och om val av ord.

En del av dessa val är medvetna, men en mycket stor del av dem är rutiniserade och objektifierade. Med det menas att valen följer av de institutionaliserade rutiner som präglar nyhetsproduktionen och att många val inte uppfattas som val utan som självklarheter.<sup>87</sup> Vad som ska räknas som en nyhet är ett typexempel på ett objektifierat val. Samtidigt som journalister i regel inte kan förklara vad som är en nyhet hävdas det ofta att man känner igen en nyhet när man ser den.<sup>88</sup> Genom ett sådant synsätt bortser man dock från att själva definitionen av nyheter är en fråga om värderingar och vad som kan kallas nyhetsideologi. Att dessa nyhetsvärderingar är institutionaliserade och »sitter i väggarna« förändrar inte att de är uttryck för val.<sup>89</sup>

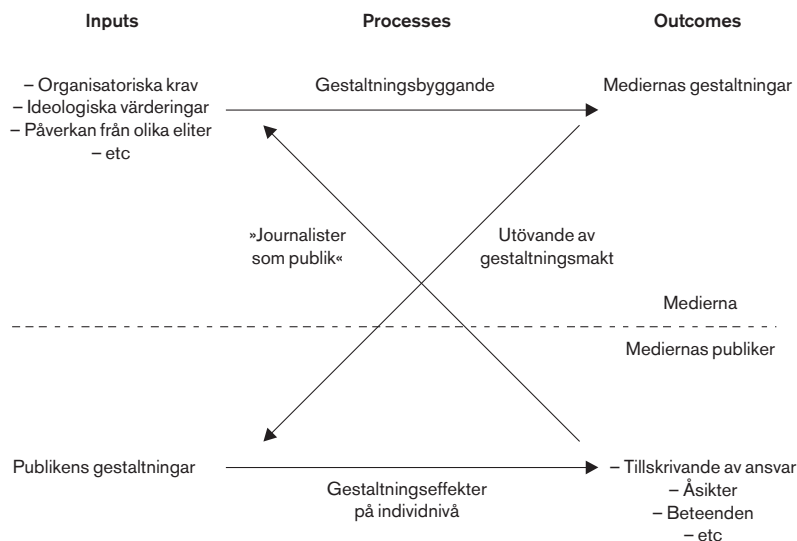
I stället för att se nyheter som spegelbilder bör man se dem som (re)konstruktioner av verkligheten. Det finns alltid en relation mellan nyheternas (re)konstruktioner av verkligheten och verkligheten som sådan, men det går aldrig går att sätta likhetstecken mellan verkligheten och nyheternas bild av den.<sup>90</sup>

Gestaltningsteorin bygger sålunda på två observationer. Den första är att nyheternas bild av någon aspekt av verkligheten aldrig är densamma som den aspekt av verkligheten som nyheterna handlar om. Den andra är att det som har betydelse för människors egna bilder av verkligheten inte är verkligheten i sig, utan nyheternas bilder av den. Dessa bilder av verkligheten utgör (re)konstruktioner av verkligheten, som i vissa fall utgör specifika gestaltningar.

Liksom när det gäller dagordningsteorin kan man skilja mellan politiska aktörers gestaltningar, mediernas gestaltningar och medborgarnas gestaltningar.<sup>91</sup> Utifrån det kan man studera mediernas gestaltningar som beroende variabel, det vill säga det som ska förklaras genom studier av exempelvis hur politiska partier påverkar mediernas gestaltningar, eller som oberoende variabel, det vill säga det som kan förklara medborgarnas gestaltningar. I det förra fallet ägnar man sig åt studier av gestaltningsbyggandet (frame-building), medan man i det senare fallet ägnar sig åt studier av mediernas gestaltningsmakt (frame-setting). Det kan illustreras med en figur utvecklad av medieforskaren Dietram A. Scheufele.<sup>92</sup>

Än så länge saknas det emellertid enhetliga definitioner av vad *framing* är, vilket delvis beror på vilken skepnad av teorin man är mest intresserad av. Är man intresserad av mediernas gestaltningar som sådana och hur dessa byggs upp, kan framing definieras med den amerikanske medieforskaren Stephen D. Reese's ord: »Gestaltningar är principer som är socialt delade och varaktiga över tid, och som på ett symboliskt plan bidrar till att strukturera verkligheten på ett meningsfullt sätt».<sup>93</sup>

Är man istället intresserad av hur mediernas gestaltningar av verkligheten påverkar medborgarna finns det flera snarlika definitioner att välja mellan. Ett par av dessa citeras nedan, och de är formulerade av Robert Entman respektive Vincent Price, David Tewksbury och Elisabeth Powers:



**Figur 2.5.** Gestaltningsteorin i ett process-perspektiv.

Att gestalta innebär att välja vissa aspekter av en uppfattad verklighet och göra dem mer framträdande i en kommunicerande text, på ett sätt som föreslår vissa specifika problembeskrivningar, orsaksförklaringar, moraliska värderingar, och/eller sätt att lösa problem.<sup>94</sup>

Genom att aktivera vissa idéer, känslor och värderingar snarare än andra, uppmuntrar nyheterna vissa specifika sätt att tänka kring politiska fenomen, och genom detta leder nyheterna publiken till mer eller mindre förutsägbara slutsatser [...]. Gestaltningforsknin g hävdar att nyheterna, genom att framhäva vissa aspekter av ett problem snarare än andra, kan få människor att tänka på väldigt olika sätt när de funderar över frågor och bildar sig åsikter om dem.<sup>95</sup>

Samtliga dessa och andra förslag till definitioner har som gemensam nämnare att mediernas gestaltningar är uttryck för specifika sätt att organisera information på ett sätt som placerar nyheterna i sina medvetet eller omedvetet valda sammanhang och gör dem begripliga.<sup>96</sup> Gestaltningarna formas bland annat genom val av ord, fakta, perspektiv och källor, och inneboende i dem är vissa dominerande problemformuleringar, tolkningar, moraliska omdömen och eventuellt också förslag till lösningar.

Genom detta erbjuder nyheternas gestaltningar gynnade sätt att läsa nyheterna (*preferred reading*).<sup>97</sup> Journalistiken kodar nyheterna på specifika sätt, och i den utsträckning som medborgarna påverkas av mediernas sätt att gestalta verkligheten i sina avkodningar av nyheterna har medierna en gestaltning makt.

### Tre exempel

Diskussionen om mediernas gestaltningar och deras gestaltning makt kan låta abstrakt, men några exempel kan förhoppningsvis förtydliga hur olika gestaltningar leder tankarna i olika riktningar. Ett enkelt och vardagligt exempel handlar om glaset som både kan beskrivas som halvtomt och halvfullt. I båda fallen finns det exakt lika mycket vätska i glaset, men om det beskrivs som halvtomt ligger implicit ett krav på att det bör fyllas på. Om det beskrivs som halvfullt finns det än så länge inget behov av påfyllning.

Ett annat exempel kan hämtas från opinionsundersökningarnas värld och svenskarnas inställning till USA:s attacker i Afghanistan hösten 2001. Innan USA påbörjade attackerna i Afghanistan kunde man med nio dagars mellanrum läsa en artikel i Expressen (18/9 2001) som hävdade att 47 procent av svenskarna var emot en amerikansk vedergällning mot Afghanistan och en artikel i Dagens Nyheter (27/9 2001) som hävdade att 69 procent av svenskarna var för. I båda fallen byggde artiklarna på opi-

nionsmätningar, och vid en snabb anblick kan det verka märkligt att svenskarna på så kort tid ändrat uppfattning.

En granskning av frågeformuleringarna visar dock att frågan gestaltades på olika sätt. När Expressen gjorde sin opinionsundersökning var frågan formulerad på följande sätt: »Tycker Du att det är rätt eller fel av USA att gå in med militära trupper i Afghanistan?«. När Dagens Nyheter gjorde sin undersökning var frågan istället formulerad så här: »Statsminister Göran Persson och regeringscheferna i övriga EU-länder har uttalat sitt stöd för USA:s rätt att gå till aktion mot de som ligger bakom terrordådet. Tycker Du att det är rätt eller fel av Göran Persson och de andra regeringscheferna att stödja USA:s rätt att gå till aktion?«. Rubriken i Dagens Nyheter var: »Sju av tio stödjer USA-attack«.<sup>98</sup>

Olika sätt att gestalta verkligheten genom frågeformuleringarna gav olika svar, vilket är ett uttryck för den gestaltningsmakt som implicit ligger i alla typer av frågeformuleringar. Som man frågar får man svar. När medierna eller andra i sin tur använder resultat av det här slaget bidrar de till specifika gestaltningar av verkligheten, och i den utsträckning som medborgarna accepterar dessa gestaltningar uppstår gestaltningseffekter.

Ett tredje exempel handlar om skattepolitiken och frågan om förslag till skattesänkningar. Säg att ett parti föreslår en sänkning av inkomstskatten: Rent objektivt kan man då konstatera att det skulle innebära x kronor mindre i statskassan och x kronor mer i plånboken hos olika grupper av löntagare. Ett sådant förslag kan gestaltas antingen i termer av rättvisa eller i termer av frihet. Gestaltar man det i termer av frihet kan förslaget framställas som om det ger »vanligt folk makten över sin egen ekonomi«. I det synsättet ingår att de inkomster som beskattas ursprungligen tillhör dem som har tjänat in dem och att det är inkomsttagarna som har den moraliska rätten till pengarna. Gestaltar man det i termer av rättvisa kan förslaget framställas som om det »gynnar dem som redan har det gott ställt« eller som om det är »fel att ge till dem som redan har«. I det senare synsättet ingår uppfattningen att pengarna ursprungligen tillhör staten och att staten har moralisk rätt att förfoga över dem på det sätt som staten finner önskvärt.

Men även själva rättvisebegreppet kan gestaltas på olika sätt, eftersom ordet är dubbeltydigt. Rättvisa kan gestaltas antingen i termer av »lika åt alla« eller »lön efter förtjänst«. Om rättvisa gestaltas i termer av »lika åt alla« innebär löneskillnader per definition en orättvisa, men om det gestaltas i termer av »lön efter förtjänst« kan ökade löneskillnader innebära en ökad rättvisa.

För att sammanfatta: Olika gestaltningar aktiverar olika associationsbanor och tankar, vilket påverkar människor till vissa mer eller mindre förutsägbara slutsatser. Gestaltningarna kan vara uttryck för medvetna

försök att påverka opinionen i en viss riktning, men också för sådant som uppfattas som mer eller mindre självklart eller för djupt liggande kulturella värderingar, normer och myter.<sup>99</sup> Gemensamt är att gestaltningarna tar sig uttryck i specifika sätt att organisera information och skapa sammanhang genom val av vinkel, fakta, attribut, källor och ord.

När det gäller journalistikens gestaltningar av verkligheten kan de vara medvetna eller omedvetna. De kan vara ett resultat av redaktionella rutiner, rådande nyhetsvärderingar och nyhetsideologi, uppfattningar av vad som är kommersiellt gångbart eller av att journalistiken accepterar de gestaltningar som görs av dominerande ideologier eller andra aktörer. De kan vara mer eller mindre i samklang med redan existerande gestaltningar hos människor; och de kan vara mer eller mindre framgångsrika i att påverka människors gestaltningar av verkligheten.

### Smala och breda definitioner

Frågan är dock om all journalistik ska ses som gestaltningar. Enligt vissa, ofta sociologiskt och kvalitativt orienterade forskare, tycks svaret vara ja. Till dem hör Zhongdang Pan och Gerald Kosicki, som skriver att »Gestaltningar är en inbyggd del av all offentlig deliberation och de utgör strategiska handlingar av alla deltagare».<sup>100</sup> Enligt andra, ofta mer psykologiskt och kvantitativt orienterade forskare, är det tvärtom viktigt att avgränsa vad som ska räknas som gestaltningar. Till dem hör bland annat Joseph Cappella & Kathleen Hall Jamieson, som menar att tre villkor måste vara uppfyllda för att något ska räknas som en journalistisk gestaltning: För det första ska gestaltningarna ha tydliga konceptuella och språkliga karaktäristiska. För det andra ska gestaltningarna vara vanligt förekommande. För det tredje ska de på ett tillförlitligt sätt gå att skilja från varandra.<sup>101</sup>

Problemet som uppstår om man har en allt för vid tolkning av vad som ska räknas som journalistiska gestaltningar är att begreppet blir urvattnat och därmed mindre värt som analysredskap. Något som betyder allt betyder i slutändan inget. Därför bör det journalistiska innehållet, för att räknas som gestaltningar, ha identifierbara konceptuella och språkliga karaktäristika, vara vanligt förekommande i journalistiken och gå att skilja från varandra.<sup>102</sup>

### Journalistikens gestaltningsmakt

Att utgå från klara definitioner av vad som ska räknas som gestaltningar är en förutsättning för att det på ett tillförlitligt sätt ska gå att undersöka hur vanligt förekommande specifika gestaltningar är i journalistiken och hur

omfattande journalistikens gestaltningsmakt är. I den tidigare forskningen kring mediernas gestaltningsmakt har första steget därför varit att på förhand definiera vissa specifika gestaltningar, varefter deras förekomst i det journalistiska utbudet och dess eventuella effekter har undersökts. Låt mig ta tre exempel.

En av de första som undersökte mediernas gestaltningsmakt var Shanto Iyengar. I sina undersökningar skiljer han mellan händelseorienterade (*episodic*) och tematiska (*thematic*) gestaltningar. När journalistiken använder sig av händelseorienterade gestaltningar fokuserar den på enstaka händelser eller använder enstaka händelser och personer för att illustrera mer generella problem. Ett exempel skulle vara en artikel som handlar om nedskärningar i skolan och som fokuserar på hur det drabbar en enskild skola eller en enskild elev. När journalistiken i kontrast till detta använder sig av tematiska gestaltningar fokuserar den på generella sammanhang och bakgrunder. Ett exempel här skulle vara en artikel som handlar om hur resurserna till skolan har förändrats och vilka generella effekter det har fått på exempelvis lärartäthet, betyg eller antal elever som klarar godkänt.<sup>103</sup>

I sina undersökningar fokuserade Iyengar på fem frågor: brottslighet, terrorism, fattigdom, arbetslöshet och ojämlikheten mellan olika raser. För varje fråga undersökte han hur vanligt det var att tv-nyheterna använde sig av händelseorienterade respektive tematiska gestaltningar, och här visade resultaten att händelseorienterade gestaltningar var vanligare än tematiska när nyheterna handlade om fattigdom, brottslighet och terrorism. Sedan gick han vidare med experimentella metoder och undersökte hur de olika gestaltningarna påverkade det sätt på vilket människor tillskrev antingen individer eller samhället ansvar antingen för att problemen existerade eller för att de inte löstes.

Resultaten visade tydligt att nyheternas sätt att gestalta verkligheten har betydelse. När tv-nyheterna använde sig av händelseorienterade gestaltningar tenderade tittarna att lägga skulden för att problemen finns och inte åtgärdas på individnivå istället för på samhällsnivå. Det i sin tur »skyddar« de politiska makthavarna från medborgarna; om skulden ligger hos de enskilda finns det ingen större anledning att utkräva ansvar av makthavarna. När tv-nyheterna däremot använde sig av mer generella, analytiska och tematiska gestaltningar, påverkades tittarna i riktning mot att lägga ansvar för att problem finns och för att de löses på samhällsnivå.<sup>104</sup>

Genom detta visar Iyengars studie inte bara att medierna kan utöva makt över tanken genom det sätt som verkligheten gestaltas, utan också att det i förlängningen kan leda till avsevärda konsekvenser för demokratiens förmåga att fungera. Därmed inte sagt att samma gestaltningar per automatik skulle få samma effekter i Sverige. I och med att Sverige tradi-

tionellt har en mycket mer kollektivistisk politisk kultur än USA,<sup>105</sup> är det möjligt att svenskarna trots samma typ av gestaltningar ändå skulle lägga ansvaret för olika problem och dess lösningar på samhällsnivå. Om detta vet vi egentligen ingenting, annat än att televisionen kan utöva en avsevärd gestaltningsmakt.

Det kan även tidningsjournalistiken, vilket en undersökning av bland annat forskartrion Dhavan V. Shah, David Domke och Daniel B. Wackman har visat. I sin studie utgår de från att politiker och journalister gestaltar den politiska debatten antingen i termer av etiska (*ethical value-frame*) eller materialistiska värderingar (*material value-frame*). Utifrån det antagandet manipulerade de ett antal tidningsartiklar så att vissa fick ta del av artiklar som gestaltade frågan om sjukvård som en moralisk fråga medan andra fick ta del av artiklar som gestaltade samma fråga som en materialistisk fråga.

Resultaten var tydliga: När artiklarna gestaltade sjukvårdsfrågan som en etisk fråga var det fler som utgick från etiska värderingar när de bedömde såväl sjukvårdsfrågan som frågor om ekonomi, utbildning och nedskärningar av statliga kostnader samt olika politiska kandidater, jämfört med när artiklarna gestaltade sjukvårdsfrågan som en materialistisk fråga – och vice versa.<sup>106</sup>

Vad detta visar är att inte bara tv- utan också tidningsjournalistiken kan utöva makt över människors tänkande genom sina sätt att gestalta verkligheten. Detsamma visar en serie undersökningar av Cappella och Jamieson, som är intressanta eftersom de berör frågan om mediernas betydelse för den politiska misstron.<sup>107</sup>

I sina undersökningar skiljer de mellan två specifika gestaltningar av politik: sakfrågegestaltningar (*issue frames*) och spelgestaltningar (*game or strategy frames*). När politik gestaltas som sak handlar journalistiken om innehållet i politiska förslag, politiska kandidaters åsikter i sakfrågor eller förhållanden i verkligheten med relevans för politikens sakinnehåll. När politik gestaltas som spel handlar den istället om politiska strategier, vem som vinner eller förlorar i kampen om opinionen eller väljarna och om hur politik bedrivs. Politik gestaltas som en tävling om makten, ett »horse race«, inte som en fråga om hur landet ska styras på bästa sätt. Centralt i spelgestaltningarna är därför att politikerna drivs av ett egenintresse, där makt ses som ett mål och inte som ett medel:

Spelgestaltningar utmärks av flera drag: (1) vinnare och förlorare är den mest centrala frågan; (2) språket är influerat av krig, spel och tävlingar; (3) det är en berättelse med artister, kritiker och publik (väljare); (4) kandidaternas framträdande, stil och hur de uppfattas är centralt; (5) starkt fokus på opinionsmätningar och hur kandidaterna klarar sig i dem. [...] Kampanjernas, kandidaternas och valets viktigaste mål handlar om vem som

vinner. När handlingar placeras i den här tolkande gestaltningen, reduceras motivationen för alla handlingar [...] till en enda, enkel mänsklig drivkraft – viljan att vinna och få den makt som följer med att bli vald.<sup>108</sup>

I en innehållsanalys av hur de amerikanska medierna behandlade frågan om ny hälsovårdsreform i USA fann Cappella och Jamieson att runt två tredjedelar av artiklarna och inslagen gestaltade politik som spel och strategi.<sup>109</sup> Genom att manipulera olika nyheter så att de gestaltade politiken antingen som spel eller sak gick de experimentellt vidare och prövade om det hade några effekter. Och det hade det:

Om någon slutsats går att dra av resultatens mönster, är det att spelgestaltningar aktiverar cynism. [...] Effekten är inte stor; ibland är den knappt signifikant. Men mönstret är återkommande.

Effekten visar sig både när det gäller tv- och tidningsnyheter, och när de båda kombineras är effekten särskilt stark.<sup>110</sup>

Dessa exempel på hur medierna genom att gestalta verkligheten på olika sätt kan utöva makt skulle kunna mångfaldigas.<sup>111</sup> Om man hävdar att medierna har en avsevärd makt hur människor uppfattar verkligheten står man därför på tämligen säker grund.

## Demokratin och mediernas makt över tanken

Medierna har inte bara makt över vilka frågor människor anser är viktiga samhällsfrågor och problem (*dagordningsmakt*), utan också en avsevärd makt över vilka frågor människor utgår från som måttstock när de bedömer politiska ledare och politiska alternativ (*priming-makt*) och över hur människor uppfattar verkligheten eller aspekter av verkligheten (*gestaltningensmakt*). Detta är den övergripande slutsats som kan dras av den hittillsvarande forskningen kring mediernas effekter. Medierna är inte allsmäktiga, men de är utan tvivel mäktiga.

Ur ett demokratiskt perspektiv kan detta uppfattas som ett problem, eftersom en stark mediemakt kan innebära en svag medborgarmakt. Samtidigt beror alla medieeffekter i slutändan på relationerna mellan medborgarna och medierna; vilka medier vi konsumerar, hur mycket medier vi konsumerar, och samspelet mellan redan existerande åsikter och opinioner. Medierna kan därför aldrig *bestämma* vad vi ska tycka. Människor kan alltid utöva motstånd mot medierna och deras sätt att beskriva verkligheten.<sup>112</sup> Däremot kan medierna och journalistiken, genom val av frågor och ämne, berättarperspektiv, attribut, källor, fakta och ord väcka associationer, göra vissa tankar mer framträdande än andra och därmed också föreslå vissa specifika sätt att tänka.

Orsaken är egentligen ganska enkel: Människor vandrar inte omkring med en färdig uppsättning åsikter som täcker livets och politikens alla områden. När vi tar ställning i politiska frågor gör vi det inte genom att leta igenom alla skrymslen och vrår i vårt minne efter tidigare inhämtade kunskaper och åsikter. Vi väger inte samman alla åsikter vi har för att säkerställa att de hänger ihop logiskt. Istället tenderar vi att ta ställning utifrån de tankar som är närmast tillgängliga i vårt minne,<sup>113</sup> och det är en nyckel till mediernas och journalistikens makt: Vid sidan av att väcka vår uppmärksamhet och sprida olika typer av kunskap och information påverkar medierna och journalistiken vilka tankar som finns närmast tillgängliga. Ju mer beroende vi är av medierna och journalistiken för information och kunskap, ju större behov av vägledning vi har, ju färre fasta värderingar och egna åsikter vi har, desto större är mediernas och journalistikens potentiella makt.

Därför kan man inte förstå människors politiska tänkande, opinioner och beteenden utan att ta hänsyn till medierna, deras makt och de bilder av verkligheten vi får via medierna. Den objektiva verkligheten i all ära – i slutändan betyder bilden av verkligheten mer, eftersom det är utifrån våra bilder av verkligheten vi formar våra opinioner och baserar våra beteenden.

Detta ger medierna och journalistiken en nyckelroll i demokratin. Den avsevärda makt som medierna kan ha över dagordningen och över hur människor uppfattar verkligheten kan användas till att sprida sann, relevant och angelägen information som underlättar för människor att orientera sig i tillvaron och rösta genomtänkt – eller att sprida oväsentlig, ytlig och okontrollerad information som desinformerar snarare än informerar. Medierna kan använda sin makt till att ge människor de intellektuella och kunskapsmässiga verktyg som behövs för att kunna engagera sig och förändra – eller till att sprida vanmakt genom att framställa verkligheten som om vanligt folk inte kan påverka och som om ingen bryr sig om deras åsikter. Medierna kan använda sin makt till att upplysa – eller till att sprida propaganda och fördunkla.

Erfarenheten lär oss samtidigt att med makt bör alltid ett ansvar följa; makt utan ansvar riskerar förr eller senare att användas vårdslöst. Makt bör också alltid kontrolleras; okontrollerad makt riskerar förr eller senare att bli korrumpierad. Givet att medierna har makt över sig själva, har de därmed också ett ansvar i och för demokratin och dess förmåga att fungera.

Men vad menar vi egentligen när vi använder ordet demokrati? Utan att vara klara med demokratibegreppets innebörd är det svårt att reda ut förhållandet mellan demokratin, medierna och journalistiken, och därmed även vilka krav som är rimliga att ställa på medierna och journalistiken i allmänhet och inför valen i synnerhet. Av det skälet handlar nästa kapitel om demokratibegreppet och dess innebörd.

### 3. Demokrati som ideal

Runt om i världen finns det i början av 2000-talet ett aldrig tidigare skådadt stöd för demokrati som styrelseskick. Från Albanien till USA och Taiwan till Sverige uppger över 80 procent av medborgarna att demokrati är ett mycket eller ganska bra sätt att styra det egna landet. I de senaste *World Values Survey*, som omfattar 77 länder världen över, är det bara i Pakistan och Ryssland som färre än 80 procent uppger sig anse att demokrati är ett mycket eller ganska bra styrelseskick. I övrigt är stödet för demokratin slående, även i länder som inte är demokratiska.<sup>114</sup> Det är också fler länder i dag jämfört med någonsin tidigare i historien som kan klassificeras som demokratiska, enligt de undersökningar som görs av *Freedom House*.<sup>115</sup>

Samtidigt förmörkas bilden av det i många länder också finns stöd för ett styre av en stark ledare som inte behöver bry sig om parlament och val till dessa. Det visar att stödet för demokratin många gånger kan vara en läpparnas bekännelse.<sup>116</sup> Demokratin må ha vunnit över de ideologiska alternativen, men det innebär inte att hoten mot demokratin har upphört. Som det så ofta har sagts; demokratin är aldrig vunnen en gång för alla, den måste alltid återerövrats. Filosofen Francis Fukuyama må ha rätt i att historien tog slut när Berlinmuren föll, men bara i den bemärkelsen att det för tillfället inte finns några sammanhållna ideologiska utmanare till demokratin och marknadsekonomin.<sup>117</sup>

Att demokratin som idé har ett omfattande stöd behöver dock inte betyda att demokratin som praktik har det. Tvärtom kan människor som tror på demokrati som idé samtidigt vara missnöjda med demokratin som praktik. Internationella undersökningar visar också att jämfört med hur många som stödjer demokratins idé, är det betydligt färre som är nöjda med hur demokratin i det egna landet fungerar.<sup>118</sup>

För svensk del visar den senaste *World Values Survey* (år 2000) att 97 procent av medborgarna uppger att demokrati är ett mycket eller ganska bra styrelseskick, medan 21 procent samtidigt uppger att det vore mycket eller ganska bra med en stark ledare som inte behöver bry sig om parlament och val.<sup>119</sup> Även om det nuförtiden i princip aldrig är någon som i

**Tabell 3.1.** Uppfattningar om den svenska demokratin sätt att fungera (procent).

|              | Mycket<br>nöjd | Ganska<br>nöjd | Inte sär-<br>skilt nöjd | Inte alls<br>nöjd | Procent | Antal svar |
|--------------|----------------|----------------|-------------------------|-------------------|---------|------------|
| Medborgare   | 9              | 72             | 16                      | 3                 | 100     | 1136       |
| Journalister | 10             | 76             | 13                      | 2                 | 101     | 569        |
| Politiker    | 19             | 74             | 7                       | 0                 | 100     | 897        |

Källa: Demokratibarometer 2002. Frågan löd: På det hela taget, hur nöjd är Du med det sätt på vilket demokratin fungerar i Sverige? Procent avrundade till hela tal.

den offentliga debatten ifrågasätter demokratin, finns det med andra ord en underström av antidemokratiska opinioner också i vårt land. Studerar man hur nöjda svenskarna är med hur demokratin fungerar i vårt land visar *Demokratibarometern* 2002 att det är förhållandevis få som är missnöjda, men också att det är förhållandevis få som är mycket nöjda.

Politiker är de som är mest nöjda, följt av journalister och medborgare. Samtidigt visar undersökningar från SOM-institutet vid Göteborgs universitet att andelen svenskar som säger sig vara nöjda med demokratin sätt att fungera har ökat sedan de började ställa frågan i 1996 års undersökning. Det året uppgav 48 procent att de var mycket eller ganska nöjda, medan motsvarande andel i 2002 års undersökning var 74 procent.<sup>120</sup>

Av detta kan man dra två slutsatser. Den första är att det inte finns någon legitimitetskris för den svenska demokratin. Den andra är att det trots allt finns ganska många som inte är helt nöjda med den svenska demokratin sätt att fungera och att det finns antidemokratiska strömningar även i Sverige.

Att det finns de som är missnöjda med demokratin sätt att fungera kan bero på många faktorer, men en möjlig förklaring är att många upplever en skillnad mellan demokratin som ideal och som praktik. Samtidigt vet vi inte särskilt mycket om vad folk menar när de säger sig stödja demokratin som idé, och därmed inte heller vilka ideal människor jämför demokratin praktik med. Detta väcker frågan om demokratibegreppets innebörd.

### Demokrati som procedur

Sedan demokratin införande i Sverige och andra »gamla« demokratier under 1900-talets första decennier har demokrati som idé och begrepp många gånger varit omstritt. Till en början handlade striden huvudsakligen om demokratin införande och dess önskvärdhet. Stridsfrågan var: *demokrati – ja eller nej*. Med demokrati avsågs huvudsakligen en utvidgning av rösträtten till att omfatta alla oberoende av kön och inkomst.

Bland förespråkarna återfanns framförallt liberaler och socialdemokrater, medan det hos den gamla högern fanns en utbredd skepsis som grundade sig i en rädsla för att majoritetsförtryck skulle uppstå om arbetare och kvinnor fick rösträtt.<sup>121</sup> Skepsis fanns det också hos den revolutionära vänstern, som misstrodde parlamentarismen och reformismen som metod att åstadkomma förändringar till gagn för arbetarna.<sup>122</sup>

I Sverige lade en koalitionsregering bestående socialdemokrater och liberaler, med liberalen Nils Edén som statsminister, fram ett första förslag om att utvidga rösträtten i oktober 1917. Det röstades dock ned av den första kammaren, och inte förrän hösten 1918 kunde det slutliga beslutet om en allmän och lika rösträtt fattas. Kvinnor fick till sist samma rösträtt som män och inkomstkravet avskaffades, även om vissa krav fortfarande fanns kvar. Dit hörde att man inte fick ha gått i konkurs, vara omtydligförklarad eller beroende av fattigvård.<sup>123</sup> Första valet då den allmänna och lika rösträtten tillämpades var i valet till andrakammaren 1921.

Under decennierna efter detta sjönk den gamla stridsfrågan om demokratins vara eller icke vara bort från dagordningen; de som ville avskaffa den allmänna och lika rösträtten var få, åtminstone i debatten. Däremot växte en annan stridsfråga fram, som handlade om själva definitionen av begreppet demokrati.

Förenklat uttryckt stod två tankeskolor mot varandra, där den ena hävdade att demokrati enbart handlar om formerna för politisk maktutövning och den andre att demokrati också handlar om de politiska beslutens innehåll. Den förra teoriskolan var i vid mening liberalt influerad, medan den andra var i vid mening marxistiskt influerad.<sup>124</sup> Stridsfrågan var: *Demokrati – form eller innehåll*. Oavsett ideologisk utgångspunkt försökte alla definiera sig som demokrater, eftersom ordet fått en såpass positiv innebörd. Alltså valde även länder utan bland annat partikonkurrens och yttrandefrihet att kalla sig demokratiska. Att reducera demokrati till en fråga om form ansågs av många som ett uttryck för en »borgerlig» och »formell» uppfattning.<sup>125</sup>

Efterhand växte det dock fram en allt bredare enighet inom forskarsamhället om att demokrati bör ses som just en specifik form av eller specifika procedurer för politisk styrning, och att frågan om de politiska beslutens innehåll är en ideologisk och inte en demokratisk fråga. Avgörande för om ett land är demokratiskt är i vilken utsträckning det lever upp till vissa grundkrav på det politiska beslutsfattandet och den politiska maktutövningen – inte de konkreta beslut som fattas. Och även om det fortfarande finns de som hävdar den motsatta synen, är det den etablerade uppfattningen att demokrati handlar om politisk form, inte innehåll.<sup>126</sup> När exempelvis *Freedom House* årligen undersöker demokratins tillstånd i världen studerar de därför i vilken utsträckning världens alla

länder följer vissa specifika procedurregler och lever upp till vissa grundkrav. För att ett land ska räknas som demokratiskt krävs det att följande grundkrav uppfylls:<sup>127</sup>

1) *Valda makthavare*. Den politiska makten ska utövas av personer som är valda. Att personer ärver politisk makt får i princip inte förekomma i demokratier. Trots att många demokratier är monarkier strider själva monarkin därför mot demokratins principer, och räddningen för dessa demokratier är att kungahuset har frångått sin reella politiska makt.

2) *Fria, rättvisa och återkommande val*. De som är valda att utöva den politiska makten ska vara valda i val som är fria, rättvisa och återkommande och där det råder en reell konkurrens mellan dem som söker folkets stöd. Vad som ska räknas som återkommande val varierar mellan länder, men en normal period brukar vara tre-fem år. Tvångsröstande får inte förekomma, och de som har förlorat ett val måste ha chansen att på jämlika villkor försöka vinna makten på nytt.

3) *Yttrandefrihet*. Varje medborgare ska ha rätt att fritt och utan risk för straff uttala sig om och i politiska frågor, även om de skulle vara kontroversiella. De ska också ha full rätt att kritisera de valda makthavarna utan risk för repressalier.

4) *Fri tillgång till information*. Medborgare i en demokrati ska ha rätt att fritt söka och försöka skaffa sig den information de vill ha. De politiska makthavarna ska inte ha någon generell rätt att hindra medborgare från att skaffa sig den information de vill ha eller anser sig behöva. Det måste därför alltid finnas tillgång till alternativa informationskällor. Det i sin tur leder till att alla former av informationsmonopol, statliga eller privata, strider mot demokratin. Detsamma gör censur, även om vissa undantag görs för exempelvis sådant som rör rikets säkerhet. De alternativa informationskällorna måste även vara effektivt skyddade av lagen, och därför är pressfrihet en oundgänglig del av själva demokratidefinitionen.

5) *Förenings- och gemenskapsfrihet*. Medborgare i en demokrati ska ha rätt att tillsammans med andra bilda föreningar och forma gemenskaper, oavsett om det är för privata syften eller för att åstadkomma politisk förändring. Staten ska inte äga rätt att hindra medborgarna från att sluta sig samman, och föreningarna ska alltid ha rätt till självständighet från staten – givet att de följer gällande lagar. Staten har inte rätt att styra föreningarna i någon speciell riktning.

6) *Inkluderande medborgarskap*. I en demokrati har staten inte ha rätt att ta ifrån människor deras medborgarskap med vidhängande rättigheter och skyldigheter. Staten bör vara generös med att inkludera så många människor som möjligt som medborgare, även om det är fullt acceptabelt att med en viss rösträttsålder och att man bor varaktigt i ett land för att erkännas som medborgare.

7) *Rättssäkerhet*. I det ingår a) att det råder likhet inför lagen, b) att det råder en viss grad av förutsägbarhet; medborgarna ska kunna förutsäga om deras handlingar är brottsliga eller inte, c) integritet, det vill säga att medborgarnas privatliv måste skyddas mot allt för mycket intrång, och d) rättstillgänglighet, med vilket menas att »ingen medborgare skall behöva vara rättslös och att envar skall ha rätt till effektiva medel att hävda sin rätt». <sup>128</sup> I rättssäkerheten ligger också att det finns ett effektivt skydd för minoriteter. Demokrati kan därför aldrig innebära att majoriteten alltid har rätt och att dess åsikter alltid ska följas: förutom att det måste finnas ett skydd för minoriteter har majoriteten inte rätt att avskaffa demokratin eller något av grundkraven.

Samtliga dessa krav syftar till att omsätta demokratins grundläggande idéer om politisk jämlikhet, tolerans och icke-diskriminering till verklighet. Ett land vars styrelsesätt i ord och faktisk handling lever upp till dessa grundkrav är demokratiskt; ett land som inte gör det är odemokratiskt. Med detta sätt att räkna kunde en tredjedel av världens länder räknas som demokratiska i början av 2000-talet. <sup>129</sup> Åtminstone i princip – i praktiken existerar inte den perfekta demokratin.

När cirka 90 procent av medborgarna säger sig vara mindre än mycket nöjda med den svenska demokratins sätt att fungera beror det dock knappast på att Sverige inte lever upp till demokratins grundkrav. Då är tre andra förklaringar mer troliga. Den första är att många inte har förstått eller instämmer i att demokrati ytterst handlar om vissa procedurer för den politiska maktutövningen, och att deras missnöje med politiska beslut eller med politiker sprider sig till att omfatta demokratin. Den andra är att det, som redan nämnts, finns underströmmar av antidemokratiska attityder bland svenskarna. Det kan, men behöver inte, bero på att man inte har förstått demokratins innebörd. <sup>130</sup> Den tredje är att man värderar demokratin utifrån ideal som går utöver demokratins grundkrav. Vad det då handlar om är en värdering av demokratins kvalitet, något som hänger samman med vilken demokratimodell man mer eller mindre medvetet och genomtänkt värderar högst.

### Konkurrerande demokratimodeller

Under de senaste åren har det funnits en oro i den svenska debatten över det sjunkande valdeltagandet. Av många har detta setts som ett demokratiskt problem, och den tidigare demokratiministern Britta Lejon (s) diskuterade om Sverige, i likhet med vissa andra demokratier, borde införa röstplikt. För henne och många andra är högt valdeltagande sålunda en fråga om demokratins kvalitet – ju högre valdeltagande, desto bättre fungerande demokrati.

Samtidigt visar forskning att åtskilliga svenskar inte vet att det är riksdagen som stiftar Sveriges lagar. Enligt en undersökning av SNS Demokratiråd hösten 1997 svarade endast drygt 55 procent rätt på frågan »Vilket organ stiftar Sveriges lagar?«. <sup>131</sup> När Demokratibarometern 2002 ställde samma fråga var det fler som svarade rätt, 65 procent av samtliga medborgare som ingick i undersökningen och 78 procent av dem som valde att inte hoppa över frågan. Fortfarande är det många som saknar grundläggande kunskaper om svensk politik. Med tanke på att grundläggande faktakunskaper ofta är nödvändiga för en djupare förståelse är det anmärkningsvärt. <sup>132</sup>

Den här typen av resultat har dock inte väckt samma debatt som det sjunkande valdeltagandet. Det väcker frågan om vad som är viktigast i och för demokratin – att många röstar, eller att de som röstar är insatta i politiken? Man skulle även kunna ställa en lång rad beslätade frågor, exempelvis: Vad är viktigast i och för demokratin – att de som fattar de politiska besluten är socialt eller åsiktsmässigt representativa, eller att de är de mest kvalificerade och kompetenta? Är det att beslutsfattandet föregås av debatt och diskussion eller att beslutsfattandet är effektivt? Är det att medborgarna kan påverka besluten innan de fattas eller att de kan utkräva ansvar i efterhand om de politiska besluten upplevs vara felaktiga?

Ingen av de frågorna kan besvaras med hänvisning till de procedurer som avgör om ett land är demokratiskt eller inte, och därför kan man egentligen aldrig säga att det ena eller andra är mest demokratiskt. Vad frågorna istället illustrerar är att det – bortom den relativa enigheten om vad som utmärker *demokratin som sådan* – finns en mängd konkurrerande normativa teorier om vad som utmärker *den goda demokratin*. När diskussionen handlar om egenskaper hos länder som uppfyller demokratin grundkrav är det därför ofta missvisande att tala om demokratin i bestämd form singular.

Under de senaste åren har det funnits ett växande intresse bland forskare från olika discipliner för frågan om olika demokratimodeller. <sup>133</sup> Till stor del är det en konsekvens av Berlinmurens fall, det kommunistiska alternativets kollaps och demokratin ideologiska seger över de kända alternativen. När frågan inte längre handlar om att försvara demokratin mot ideologiska utmanare finns det ett större utrymme att diskutera frågan om *vilken demokrati* som är att föredra.

Samtidigt som det är en positiv utveckling har det fört med sig att det i nuläget finns en uppsjö demokratimodeller att välja mellan, där gränslinjerna mellan dem ofta är oklara. För att skapa tydlighet i diskussionen behövs det därför några kriterier som en föreslagen demokratimodell bör uppfylla för att räknas som en egen teori. <sup>134</sup> *Det första kriteriet* är att den handlar om det politiska beslutsfattandets form och processer, inte om de

politiska beslutens innehåll. *Det andra kriteriet* är att den tillskriver väljarna och de valda, medborgarna och politikerna, distinkt olika normativa uppgifter och positioner i demokratin. *Det tredje kriteriet* är att den föreslagna demokratimodellen tillskriver medierna och journalistiken olika normativa uppgifter, vilket följer av att en modell som inte tar hänsyn till medierna är orealistisk och därför mindre intressant.

Utifrån dessa kriterier kommer fyra idealtypiska demokratimodeller diskuteras och analyseras: *Procedurdemokrati*, *Konkurrensdemokrati*, *Deltagardemokrati* och *Samtalsdemokrati*.<sup>135</sup> Att de är idealtypiska betyder att ingen av dem i verkligheten behöver finnas i renodlad form – de utgör analytiska konstruktioner. Samtliga demokratimodeller utgår från att demokratin i grunden är representativ, även om det kan förekomma inslag av direktdemokrati i form av folkomröstningar. Direktdemokratin som självständig demokratimodell kommer inte att diskuteras, eftersom Sverige är en representativ demokrati och troligen kommer förbli det under överskådlig framtid.

I det här kapitlet ska demokratimodellerna diskuteras med avseende på deras innehåll och normativa krav på medborgare och politiker. Kraven på medierna och journalistiken återkommer jag till.

### Procedurdemokrati

Procedurdemokratin utgår från demokratins grundkrav och är den mest realistiska och minst idealistiska av de olika demokratimodellerna.<sup>136</sup> Enligt denna demokratimodell är skapandet och inrättandet av demokrati i ett historiskt perspektiv fortfarande en ny företeelse och en enorm framgång i sig. I dag tenderar vi att ta demokratins grundkrav för givna, men det visar bara hur kort vårt kollektiva minne och hur snäva våra perspektiv är. Trots demokratins unga ålder ser vi dess grundkrav som beskrivande istället för normativa, men faktum är att både historiskt och globalt är kraven på att demokratins grundkrav ska uppfyllas starkt normativa. Inte minst viktigt är att demokratin ger människor en individuell frihet som inget annat styrelseskick ger.<sup>137</sup>

Istället för att ta demokratins grundkrav för givna måste vi därför alltid motivera och värna dessa i länder där de existerar och arbeta för att sprida dem till länder som fortfarande är icke-demokratiska. Det är en utmaning stor nog, utan att vi därutöver ska tynga vare sig medborgare, politiker eller medier med en massa andra normativa krav.

Eftersom procedurdemokratin ser demokratins procedurer som normativa och inte bara beskrivande ideal, handlar dess normativa krav på medborgare och politiker om att dessa i ord men framförallt i handling ska respektera demokratins procedurer. En väl fungerande demokrati är

en demokrati i vilken makthavarna väljs i fria, rättvisa och återkommande val, där yttrande-, informations-, mötes- och organisationsfriheten respekteras, där medborgarskapet är inkluderande och där det råder rätts-säkerhet. Däremot ställer den proceduriella demokratimodellen inga egentliga krav på att medborgarna ska använda sig av sina friheter på något speciellt sett – det viktiga är att de respekteras av såväl allmänheten som de politiska makthavarna.

Därför ställer procedurdemokratin inte heller några krav på att medborgarna ska använda sin rösträtt; det väsentliga är att alla har rätten att rösta. Om människor inte går och röstar behöver det inte betyda att demokratin är undermålig; det kan lika gärna betyda att människor i grund och botten är ganska nöjda med det sätt makten utövas. Om missnöjet blir tillräckligt stort kommer människor att reagera, och det väsentliga är att det då finns kraftfulla instrument genom vilka människor kan uttrycka sitt missnöje på ett fredligt sätt. De grundläggande demokratiska fri- och rättigheterna väsentliga i sig, oavsett i vilken utsträckning de används.

Procedurdemokratin ställer inte heller några specifika krav vad gäller medborgarnas politiska kunskaper. Så länge demokratins grundkrav uppfylls kommer det att finnas en stor tillgång till information och kunskap i det demokratiska systemet, och då kommer sådan information som upplevs som riktigt viktig och angelägen till sist att nå ut också till de medborgare som inte är särskilt intresserade av politik och samhällsfrågor. Att vissa grupper av människor inte vet var de politiska partierna står i sakfrågor eller ens vilka deras representanter är, är därför inget problem. Även med begränsade kunskaper och begränsad tillgång till information kan människor ta ställning i politiska frågor, på samma sätt som vi kan handla mat eller köpa mobiltelefoner utan att veta särskilt mycket om vare sig matproduktion eller teknologin. Det väsentliga är att vi vet eller litar på att det finns andra människor och institutioner som övervakar processerna och som kan slå larm om det behövs, det vill säga att det finns en fungerande arbetsfördelning mellan folket, politikerna och olika granskande och övervakande institutioner.<sup>138</sup>

Existensen av de grundläggande demokratiska fri- och rättigheterna gör också att makthavarna är medvetna om att de kan straffas om de inte sköter sina uppdrag på ett sätt som accepteras av medborgarna. Det främsta kravet som procedurdemokratin ställer på de politiska makthavarna är därför att de ska respektera och uppfylla demokratins grundkrav och låta folkets dom styra när den väl faller. Till detta hör emellertid också att förespråkare för den proceduriella demokratimodellen ofta värderar demokratin just för att demokratin är det system som bäst säkerställer individers frihet. Det leder till att mer politiskt-ideologiskt inriktade förespråkare för procedurdemokratin ofta förordar specifika politiska regler som

syftar till att begränsa politikens räckvidd.<sup>139</sup> Man kan dock vara förespråkare för procedurdemokratin utan att för den skull vara förespråkare för en begränsad eller minimerad (välfärds)stat.

### Konkurrensdemokrati

I likhet med procedurdemokratin är konkurrensdemokratin i grunden en »realistisk« demokratimodell, och de kan båda sägas ha sitt ursprung hos den österrikiske nationalekonomen Joseph Schumpeter. I en klassisk text från 1940-talet valde han att definiera demokrati på följande sätt: »Vi definierar den demokratiska processen som ett institutionellt arrangemang för politiska beslut, där individerna får makt att besluta genom en fri tävlan om folkets röster«.<sup>140</sup>

I denna demokratimodell är konkurrensen mellan olika eliter om folkets röster central, och valet är den centrala mekanism som med återkommande mellanrum avgör vem eller vilka som är vinnare i konkurrensen. Ibland brukar den här demokrati modellen kallas för valdemokrati, ansvarsdemokrati, elitdemokrati eller konkurrensgrundad elitdemokrati,<sup>141</sup> men själv föredrar jag beteckningen konkurrensdemokrati. Det främsta skälet mot att kalla modellen ansvars- eller valdemokrati är att allt för mycket fokus läggs på själva valet, medan det främsta skälet mot att kalla modellen elitdemokrati är att själva ordet »elit« för många är negativt värdeladdat.

Konkurrensdemokratis främsta kännetecken är att den ser demokrati som en tävlan mellan konkurrerande eliter om folkets röster. Det innebär att enligt konkurrensdemokratin är det framförallt politikerna som *agerar* medan medborgarna huvudsakligen *reagerar*. Mellan valen är det de politiskt valda som styr, och under de perioderna spelar det ingen större roll ifall människor i allmänhet är politiskt engagerade eller inte. Däremot spelar medborgarna en central roll i samband med valen, eftersom de genom sitt röstande kan utkräva ansvar av dem som har haft makten samtidigt som de avgör vilket politiskt alternativ som ska gå segrande fram i konkurrensen. Med statsvetaren Giovanni Sartoris ord: »Kortfattat uttryckt, valen bestämmer inte politikens innehåll; valen bestämmer snarare vilka som ska bestämma politikens innehåll. Valen avgör inte sakfrågor; de bestämmer snarare vilka som ska avgöra dem«.<sup>142</sup>

De demokratiska valen har enligt den konkurrensdemokratiska modellen flera syften. För det första möjliggör de ansvarsutkrävande av de som har haft makten. För det andra möjliggör valen för medborgarna att påverka vilka som ska få makten.<sup>143</sup> För det tredje bidrar valen i kombination med konkurrensen att de som blir valda är bättre kvalificerade än de skulle vara om det inte fanns någon konkurrens eller om de valda utsågs genom exempelvis lottning.

Inneboende i konkurrensdemokratin är därför att de valda bör vara de bäst lämpade, något som statsvetaren Bernard Manin menar gäller den representativa demokratin som sådan. Om vi inte vill att de valda ska vara »mer kvalificerade« än folk i allmänhet, om det viktigaste är att de valda är representativa för folket, vore lottning ett fullt realistiskt alternativ. När den representativa demokratin utformades i slutet av 1700-talet handlade det därför enligt Manin om att:

Representanterna skulle vara olika dem som de representerade och vara dem överlägsna i fråga om begåvning, moraliska egenskaper och förmågenhet. Detta hindrade dock inte styrelsen från att vara republikansk (eller folklig), eftersom representanterna skulle utses av folket och eftersom (och framför allt) återkommande val skulle tvinga dem att avlägga räkenskap inför folket.<sup>144</sup>

En konsekvens av detta är att demokratiska val som sådana är vad Manin kallar »aristokratiska« och ojämlika, även om rösträtten är jämnt fördelad. Skälet är bland annat att alla inte har jämlika möjligheter att konkurrera om folks uppmärksamhet och röster. Men det är också just detta som gör att de valda enligt den konkurrensdemokratiska modellen blir de bäst lämpade. Samtidigt har folket alltid möjlighet att avsätta dem som har haft makten. Det leder till att det finns en ständig kontroll av de valda, och till att de valda är medvetna om att de riskerar att avsättas om de beslut som fattas inte vinner samtycke hos folket.

Enligt bland andra statsvetaren Henrik Oscarsson är den konkurrensdemokratiska modellen samtidigt den demokratimodell som fäster störst vikt vid den politiska jämlikheten. Skälet är att alla röster väger lika på valdagen, medan mer sofistikerade former av engagemang leder till att deltagandet blir olika omfattande i olika grupper av människor: »Sofistikerade former av deltagande gynnar en minoritet av intresserade, engagerade och resursstarka personer med mycket tid och intensiva åsikter«.<sup>145</sup>

Av detta framgår att konkurrensdemokratin ofta utgår från en skeptisk syn på medborgarnas förmåga och vilja att jämnt intressera sig för, skaffa kunskaper om och påverka politiken. Samtidigt som den synen får stöd i en rad undersökningar ligger det i konkurrensdemokratin att inte beklaga bristen på medborgerligt intresse och engagemang. Snarare menar man att demokratin fungerar bättre om de bäst lämpade får styra medan övriga nöjer sig med att kontrollera det sätt på vilket makten utövas. Om alla skulle kräva att få vara med och påverka politikens utformning skulle systemet kanske inte klara av det. Bristen på medborgerligt engagemang behöver därför inte vara en demokratisk brist. Den politiska jämlikhet som den konkurrensdemokratiska modellen värnar är en jämlikhet mel-

lan de styrda, inte mellan de styrande och de styrda.

Vilka krav som konkurrensdemokratin ställer på medborgare och politiker beror annars på i vilken skepnad den uppträder, eftersom den finns i två varianter. I den ena (*den bakåtblickande sanktionsmodellen*) ligger tyngdpunkten på valen som en möjlighet för människor att utkräva ansvar av dem som har haft makten; i den andra (*den framåtblickande mandatmodellen*) ligger tyngdpunkten på valen som en möjlighet för människor att avgöra styrkeförhållandena mellan olika politiska alternativ och att ge mandat åt politiker att genomföra en viss politik.<sup>146</sup>

Fäster man störst vikt vid valen som en möjlighet att utkräva ansvar av dem som har haft makten är det viktigt med en tydlig ansvarsfördelning. Politiker ska därför vara tydliga med vilket ansvar de själva och deras partier har. Att lita på politikernas goda vilja är dock vanskligt, varför det också behövs institutionella mekanismer som tydliggör ansvarsfördelning och uppmuntrar ansvarstagande. På medborgarna ställer sanktionsmodellen kravet att de ska ha klara uppfattningar om vilka samhällsproblem som är viktigast och som bör ha åtgärdats. Medborgarna behöver också ha kunskaper om hur makten är fördelad mellan olika nivåer (EU, stat, landsting, kommuner) och vilka som har haft den politiska makten på dessa olika nivåer.<sup>147</sup> Vidare bör medborgarna ha kunskaper om hur de ansvariga på olika nivåer har skött sig. Däremot är det inget krav att medborgarna ska identifiera sig med något specifikt parti eller att de ska ha ett omfattande förtroende för politiker. Tvärtom ligger det i sanktionsmodellen att det är positivt om medborgarna utkräver ansvar på sakliga grunder, utan att ta hänsyn till värderings- och känslomässiga lojaliteter, och då kan även en viss grad av misstro mot politiker vara positiv.<sup>148</sup> Misstron bör dock vara skeptisk och inte cynisk till sin karaktär.<sup>149</sup>

Fäster man störst vikt vid valen som en möjlighet för människor att ge mandat åt politiker att genomdriva en viss politik, är det centralt att samtliga politiska alternativ är tydliga. De politiska alternativen bör vara tydliga med vilka samhällsproblem man ser som mest angelägna, vilka problem de anser att det går att lösa på politisk väg, vilken sakpolitik de vill driva och vilka andra partier de kan tänka sig att samarbeta med. Det sistnämnda är inte minst viktigt. Eftersom det svenska valsystemet är proportionellt och inget parti på nationell nivå kan räkna med att få egen majoritet är samarbete en nödvändighet. För att människor ska kunna ta ställning till de politiska alternativen måste de därför få veta vilka partier som vill och kan tänka sig att samarbeta med vilka.<sup>150</sup> När valet är över är det centralt att de politiska partierna driver just den politik som de har gått till val på, eftersom det är den som de har fått mandat att driva. Åsiktsrepresentativitet mellan väljare och valda är därför ett ideal som ska uppnås genom att politiker är tydliga med sina egna åsikter och därigenom

möjliggör för människor att rösta på åsikter, och genom att politiker håller fast vid den politik de går till val på.

På medborgarna ställer mandatmodellen kravet att de ska ha kunskaper om partiernas åsikter, att de ska ha egna stabila åsikter och ideologiska värderingar, och att de ska ha förmåga att jämföra sina egna åsikter med partiernas.<sup>151</sup> Annars kan de inte ge mandat till den politik som de vill se förverkligad. De bör också ha kunskap om vilka konfliktdimensioner som finns i politiken och därmed om vilka partier som kan tänkas samarbeta med vilka. För att medborgarna ska kunna ta ställning till vilka politiska program som är realistiska bör de också vara allmänbildade.<sup>152</sup> Eller som SNS Demokratiråd uttryckte det i 2002 års rapport:

Kärnan i resonemanget är att väljarna ska ha kunskaper om vad partierna vill göra, jämföra med vad de själva vill ha gjort och sedan rösta på ett passande alternativ. Den demokratiska folkviljan realiserar genom att framtidsorienterade partiprogram får stöd av kunniga väljare som åsiktsröstar, och därmed påverkar vilket program som genomförs.<sup>153</sup>

Konkurrensdemokratin ställer sålunda högre krav på både medborgare och politiker än den proceduriella demokratimodellen. Kraven på medborgarna väcks dock till liv först i samband med valen: då har medborgaren en central roll när det gäller att utkräva ansvar och ge mandat. Mellan valen spelar det ingen större roll om människor är politiskt engagerade eller inte. Fokus i den konkurrensdemokratiska modellen ligger på de politiska aktörerna: De politiskt valda är de som primärt har ansvar för demokratins kvalitet och de som agerar och regerar, medan medborgarnas roll är att reagera. Det kan de göra reaktivt, som i den bakåtblickande sanktionsmodellen, eller proaktivt, som i den framåtblickande mandatmodellen. Medborgarnas roll förblir ändock tämligen passiv utom i samband med valen, inför vilka de bör skaffa sig relevanta kunskaper och rösta rationellt utifrån sina egna respektive partiernas åsikter.

### Deltagardemokrati

När den parlamentariska demokratiutredningen i början av år 2000 lade fram sitt betänkande valde den att förespråka en »deltagardemokrati med deliberativa kvaliteter». <sup>154</sup> Samtliga svenska partier ställde sig bakom detta, vilket kan tolkas som om det finns en bred enighet i det politiska etablissemanget om att folkligt deltagande i politiken är önskvärt. Det är dock ingen självklarhet, vilket en replik till demokratiutredningen av nationalekonomen Andreas Bergh och statsvetaren Daniel Rubenson visar:

Den som bestämmer sig för att människor i en väl fungerande demokrati går på möten, är med i partier och röstar även i de tråkigaste av val kan förvisso hitta en del att anmärka på. Men den som säger så, påstår att det är finare eller bättre att delta i partipolitiken än att spela tennis. Det är en inskränkt och föga tolerant hållning.<sup>155</sup>

Den demokratimodell som Bergh och Rubenson ger uttryck för är den proceduriella eller den konkurrensdemokratiska modellen, vilka båda skiljer sig kraftigt från deltagardemokratin.

Enligt den deltagardemokratiska modellen kan demokrati inte reduceras till att folk går och röstar vart fjärde år och däremellan överlämnar politiken åt politiker. Tvärtom. Demokrati byggs underifrån i ständigt pågående processer där det är önskvärt att så många som möjligt deltar aktivt. Demokrati är inte bara att välja. Demokrati är också en livshållning som bör präglade inte bara det politiska beslutsfattandet utan också det sociala livet. Med demokratiutredningens ord:

I den deltagande demokratis teori betonas att människan inte bara är en individ utan också en social varelse. Om hon ska kunna utveckla sin potential, behöver hon leva i gemenskap med andra i en anda av jämlikhet, tillit och gemensamma intressen. Där bör man garanteras deltagande i den gemensamma politiska praktiken för att tolka och omtolka vad som är rätt och gott. Om rättigheterna ska bli kraftfulla, påkallas ett aktivt medborgerligt engagemang. Att delta i de gemensamma besluten är en plikt snarare än en rättighet.<sup>156</sup>

Enligt deltagardemokrater är de demokratiska institutionerna och procedurerna nödvändiga, men i sig själva allt för bräckliga. Demokratin kan, till skillnad från alla andra styrelseskick, aldrig bli starkare än vad folket gemensamt gör den till. Därför krävs det ett aktivt stöd i form av intresse, engagemang och deltagande från de många människornas sida, ty annars riskerar demokratin förr eller senare att gå under. Det är det breda folkliga engagemanget som ger demokratin dess motståndskraft, dess innehåll och dess liv.<sup>157</sup>

Av detta följer att ordet »medborgare« i det deltagardemokratiska tänkandet inte bara har en juridisk innebörd, enligt vilken varje medborgare har vissa rättigheter och skyldigheter. Ordet medborgare har också en moralisk innebörd: Medborgare är någon som inte bara ser till sitt egenintresse utan också till vad som är det allmänna bästa. Medborgare är någon som ser sig som en del av en samhällelig demokratisk gemenskap, och som därför är intresserad av och engagerar sig i politik och samhällsfrågor.

En analytisk distinktion kan här göras mellan två specifika roller som människor i moderna samhällen kan spela: Rollen som medborgare respektive som kund.

| Medborgare                                               | Kund                                                     |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Naturlig arena: politiken och demokratin                 | Naturlig arena: marknaden                                |
| Ser sig som en del av en samhällsgemenskap               | Ser sig som individ                                      |
| Tar ett ansvar i och för samhället och hur det utvecklas | Tar ett ansvar för sig själv och sitt eget välbefinnande |
| Agerar i samverkan med andra                             | Agerar individuellt                                      |
| Frågar sig vad man kan göra för samhället                | Frågar sig vad samhället kan göra för en själv           |
| Orienterad mot samhällslivet                             | Orienterad mot privatlivet                               |

**Figur 3.1.** En typologi över rollen som medborgare respektive kund.

Samtidigt som det är rationellt för människor att agera som kunder inom marknadens sfär, menar deltagardemokrater att det är förödande om människor agerar som kunder också inom politikens och demokratin sfär. Det riskerar förstöra den väv av ömsesidighet, allmänintresse, tillit och förmåga till kollektivt handlande som demokratin både historiskt och i nutiden bygger på.

I Sverige har den deltagardemokratiska modellen länge fungerat som ett ideal, vilket förklarar varför det sjunkande valdeltagandet per definition ses som ett demokratiskt problem.<sup>158</sup> En viktig förklaring till detta är den stora betydelse som frivilliga medborgarsammanslutningar historiskt har haft i Sverige. Frikyrkorna, nykterhetsrörelsen, bildningsrörelsen och de fackliga organisationerna spelade alla tillsammans med de politiska partierna mycket viktiga roller under decennierna före och efter demokratin införande. De mobiliserade människor politiskt, spred information och kunskap, bidrog till att skapa tillit, lärde människor att arbeta tillsammans för gemensamma mål, tränade människor i demokratiskt beslutsfattande och blev en plantskola för politiska ledare.<sup>159</sup> De fick människor att se sig som medborgare – inte som undersåtar eller kunder. De bidrog till att integrera människor i samhället, samtidigt som organisationernas öppna strukturer bidrog till att göra det politiska deltagandet förhållandevis jämlikt. Organisationerna skapade mötesplatser mellan utbildade och utbildade, mellan arbetare och tjänstemän, mellan resursstarka och resurssvaga, och bidrog därför till en rörlighet uppåt i samhället.<sup>160</sup>

Vinsterna av att människor engagerar sig i föreningar och partier finns på både individ- och samhällsnivå. På individnivå erbjuder föreningsengagemang bland annat tidsfördriv, nya kunskaper, personlighetsutveckling och sociala kontakter. Samtidigt bidrar engagemanget till att skapa tillit, ömsesidighet och en förmåga till kollektiv samverkan, vilket gagnar

demokratin och dess förmåga att fungera.<sup>161</sup> I det sammanhanget spelar det egentligen mindre roll om människor engagerar sig i politiska partier eller fotbollsklubbar, även om deltagardemokrater framförallt värdesätter engagemanget i samhällsorienterade organisationer.

Annerlunda uttryckt bidrar engagemang till att skapa ett *socialt kapital*, för att använda en term som blivit populär efter att statsvetaren Robert D. Putnam publicerade boken *Making Democracy Work* för drygt tio år sedan. Vad Putnam i korthet lyckades med i den boken var att visa att det finns ett samband mellan i vilken utsträckning människor engagerar sig och litar på varandra, och hur väl demokratin och marknadsekonomin fungerar. Ju mer människor engagerar sig, desto mer utvecklar de tillit, förtroende och normer om ömsesidighet, och detta bidrar till fortsatt engagemang och till att underlätta kollektivt handlande av det slag som behövs för att framförallt demokratin men också marknadsekonomin ska fungera effektivt. Det sociala kapitalet är samtidigt ett uttryck för och bidrar till en medborgaranda.

Detta passar den deltagardemokratiska modellen som hand i handske. Att kunna luta sig mot forskning som bekräftar den normativa uppfattning man bär på tillhör inte det vanliga, och även om forskningen kring det sociala kapitalet och dess betydelse inte är oomstridd finns det forskning som stödjer teorin.<sup>162</sup> Dit hör exempelvis Ronald Ingleharts forskning, som visar att det inte finns något samband mellan om ett land är demokratiskt och i vilken utsträckning medborgarna säger sig stödja demokratin. Däremot finns det ett samband mellan hur demokratiskt ett land är och i vilken utsträckning medborgarna bär värderingar som är förknippade med det sociala kapitalet:

Den utsträckning i vilket ett samhälle har en underläggande kultur av tolerans, tillit, politisk aktivism, välstånd, och den utsträckning i vilken dess medborgare värdesätter yttrandefrihet och att uttrycka sig själva, är en starkare indikator på om ett land är en stabil demokrati än vad det uttalade stödet för demokrati är.<sup>163</sup>

Med tanke på försöken att »ovanifrån« införa demokrati i länder som Irak är detta oroande, samtidigt som resultaten ger stöd åt deltagardemokratin. För att uttrycka sig lite tillspetsat: *Demokrati – var god välj* kan inte åstadkommas genom *demokrati – var god svälj*. *Demokrati – var god välj* kan bara åstadkommas och hållas levande genom *demokrati – var god engagera dig själv*.

Vilka krav ställer deltagardemokratin på politiker? Det första och viktigaste kravet är att politiker genom sina sätt att agera försöker engagera så många som möjligt i de politiska processerna. Politiker bör vara ute bland folk, lyssna och diskutera, och framförallt bära med sig folkets åsik-

ter in i beslutsfattandet. Politiska beslut som strider mot starka opinioner bland människor i allmänhet bidrar till att skapa vanmakt, och därför är det viktigt att politiken tar tag i de frågor människor tycker är viktiga och fattar beslut som så långt det är möjligt är i samklang med opinionerna. Politiker bör dessutom vara både åsiktsrepresentativa – det vill säga avspegla folkets åsikter – och socialt representativa – det vill säga avspegla folkets sammansättning vad gäller exempelvis kön, ålder och etnicitet. Politiker bör också underlätta och uppmuntra engagemang i och utanför föreningar, både genom politiska beslut (till exempel om föreningsstöd) och genom sina förhållningssätt (genom att lyssna och ta intryck av de åsikter som människor för fram).

I den radikalare tappningen av deltagardemokratin misstros dock politikernas förmåga eller vilja att låta människors åsikter påverka de politiska besluten, och därför förespråkas betydligt många fler rådgivande eller beslutande folkomröstningar än vad vi har i Sverige i dag. Det finns även de som helst vill avskaffa politiker och låta folket bestämma själva i någon form av direktdemokrati, en åsikt som fått ett uppsving i och med Internet och utsikten att människor i en nära framtid kan sitta hemma vid datorn, skaffa sig den information de behöver och sedan rösta elektroniskt.<sup>164</sup>

På medborgarna ställer deltagardemokratin framförallt kravet att de ska engagera sig i politiska och samhällsorienterade organisationer, till exempel partier, föreningar eller lokala skolstyrelser. Det är också positivt om människor engagerar sig genom att delta i demonstrationer, uppprop och andra flexibla former (åtminstone så länge engagemanget präglas av icke-våld). Människor bör med andra ord alltid vara beredda att uttrycka sina åsikter och värderingar.

Därför ställer deltagardemokratin också kravet att människor ska skaffa sig de kunskaper som behövs för att kunna påverka effektivt och för att kunna bilda sig egna åsikter. Kunskaperna kan till exempel handla om vilken nivå olika beslut ligger på, vilka som har makten och de politiska partiernas handlingsprogram. Medborgarna bör också odla de dygder som hänger samman med en levande demokratisk medborgaranda: politiskt intresse, tolerans, tillit och förtroende, personligt ansvarstagande och allmänintresse.

### Samtalsdemokrati

Under det senaste decenniet har det funnits ett växande intresse för den demokratimodell som på engelska kallas *deliberative democracy*.<sup>165</sup> På svenska finns det flera olika namn för denna modell: deliberativ demokrati och samtalsdemokrati torde vara de vanligaste. Själv föredrar jag

termen *samtalsdemokrati* eftersom den intuitivt är lättare att förstå än *deliberativ demokrati*.

Som så ofta annars saknas det en allmänt accepterad definition av den samtalsdemokratiska modellen. I de olika definitioner som förekommer i litteraturen finns det dock en gemensam kärna, som enligt samhällsvetaren Jon Elster handlar om a) att de som påverkas av ett beslut ska ha möjlighet att påverka besluten, och b) att påverkan ska ske genom en diskussion där alla inblandade använder argument baserade på värden som rationalitet och opartiskhet.<sup>166</sup>

Samtalsdemokratin fokuserar med andra ord på diskussion och samtal som central demokratisk beslutsmetod. På samma sätt som deltagardemokratin anser att konkurrensdemokratin och procedurdemokratin är otillräckliga och att demokratin måste fyllas med ett aktivt folkligt deltagande för att demokratin ska vara levande, menar den samtalsdemokratiska modellen att demokratin måste fyllas med politiska diskussioner och dialoger. Det måste finnas ett levande offentligt samtal, eller en »borgerlig offentlighet» för att använda Jürgen Habermas benämning.<sup>167</sup>

Skälen är flera. För det första ska samtalen bidra till att skapa den typ av medborgaranda som också den deltagardemokratiska modellen värdesätter så högt. I den andan skriver demokratiutredningen att: »Det kommunikativa sökandet efter vad som är det gemensamma bästa ökar kvaliteten i besluten, det utvecklar deltagarna och det höjer dessutom den politiska medvetenheten». Och man fortsätter: »Genom att delta utvecklar medborgarna fundamentala kvaliteter i samhället. Ömsesidig respektande medborgare genererar ett stort humant och socialt kapital som alla sfärer av samhället har glädje och nytta av. Den som inte får motsvarande träning i att skapa tillit genom att vara tolerant mot olik tänkande, går miste om skolning och förädling av sina mer primitiva instinkter».<sup>168</sup> Detta pekar mot ett andra argument för de politiska samtalen: de är ett sätt att söka säkerställa att allmänintresse snarare än egenintresse blir vägledande för de politiska besluten.<sup>169</sup>

Ett tredje väsentligt argument i den samtalsdemokratiska modellen är att konflikter alltid är ofrånkomliga, och att samtal och debatt är det enda acceptabla sättet att hantera konflikter. I bästa fall leder samtalen till att konflikterna kan lösas genom att man uppnår en gemensam förståelse, men även om man inte når ända dit är samtal ett sätt att skapa förståelse och legitimitet för de politiska besluten.<sup>170</sup> För statsvetarna Amy Gutmann och Dennis Thompson är detta själva kärnan i samtalsdemokratin: »Den grundläggande idén är enkel: när medborgare eller deras representanter är oense i frågor med moralisk bäring, bör de fortsätta att resonera tillsammans tills de når ömsesidigt acceptabla beslut».<sup>171</sup> Att fatta beslut som inte har diskuterats ordentligt och som strider mot vad starka

minoriteter anser bör därför alltid undvikas.

Ett fjärde argument är att politiska samtal, debatt och dialog bidrar till bättre beslut. Ju mer en fråga diskuteras och ju fler som är engagerade i debatten, desto fler aspekter kan belysas och desto mindre är risken att ogenomtänkta beslut fattas.<sup>172</sup>

Ett femte argument för den samtalsdemokratiska modellen, som hänger samman med de föregående, är att de politiska samtalen bidrar till att åsikter fördjupas, förädlas och förändras. Många av de åsikter och argument vi har är nämligen inte särskilt genomtänkta och de är sällan baserade på all tillgänglig kunskap.<sup>173</sup> När vi i en diskussion möter andra åsikter och argument kan det därför leda till att vi förstår våra egna åsikter och argument bättre, att vi upptäcker att andra åsikter och argument är starkare än våra egna, och att vi lär oss nya kunskaper. I samtliga fall leder det till en förändring av åsikterna och argumenten antingen till innehåll eller karaktär.

Detta visar sig också av experiment med så kallade »deliberative polls«, vilket är undersökningar av människors åsikter före respektive efter att de haft möjligheter att skaffa kunskaper om och diskutera de frågor det handlar om. Undersökningarna mäter med andra ord inte bara vad folk *har* för opinioner, utan också vilka opinioner människor *skulle ha* om det var insatta i frågorna.<sup>174</sup> De gör därmed en skillnad mellan opinioner av olika kvaliteter, där kvalitet syftar på hur genomtänka opinionerna är.<sup>175</sup> Generellt sett visar dessa experiment att nya kunskaper och diskussioner har verklig betydelse för människors åsikter: Nya kunskaper och diskussioner leder till opinioner av högre kvalitet.<sup>176</sup>

Förutsättningen för att de politiska samtalen ska få den betydelse som de tillmäts i den samtalsdemokratiska modellen är dock att de är av en specifik karaktär. För det första ska samtalen vara inkluderande och jämlika. Alla ska vara välkomna att delta i samtalen, inget tvång får förekomma och att ingen ska försöka dominera de övriga deltagarna. För det andra ska syftet med samtalen inte vara att vinna utan att uppnå en ökad gemensam förståelse. Det förutsätter, för det tredje, att de politiska samtalen präglas av lyssnande och intellektuell öppenhet. Att diskutera med någon som anser att han har rätt, alltid har haft rätt och alltid kommer att ha rätt är föga utvecklande. För det fjärde ska samtalen vara baserade på rationella och sakliga argument, eftersom det endast är den typen av argument som kan bemötas och i förlängningen utvecklas. Om två personer står och säger »jag tycker« till varandra blir ingen särskilt mycket klokare, men om båda däremot säger »jag tycker så därför att...« är det möjligt att granska argumenten och i vilken utsträckning slutsatserna följer logiskt av de argument som förs fram.<sup>177</sup>

Sammanfattningsvis: Enligt den samtalsdemokratiska modellen är po-

litiska samtal nyckeln till en levande demokrati, men det kräver politiska samtal av en specifik karaktär. Det som krävs för att samtalen ska vara deliberativa är att de bygger på politisk jämlikhet, en strävan efter gemensam förståelse, lyssnande och intellektuell öppenhet, frånvaro av dominanssträvan samt rationella och sakliga argument. Samtliga dessa krav är viktiga, men om något ska sägas vara viktigare än de andra är det att samtalen ska präglas av rationella och sakliga argument.<sup>178</sup> Samtal av den karaktären leder till att utveckla en medborgaranda, till att allmänintresse får företräde framför särintresse, till att åsikter fördjupas och förädlas, till att de beslut som fattas blir maximalt belysta och därmed bättre och mer genomtänkta, och till att konflikter kan lösas på ett fredligt sätt som samtidigt leder till att de beslut som fattas upplevs som legitima.

Lite elakt skulle man kunna säga att samtal enligt den samtalsdemokratiska modellen är alla goda gåvors källa. Den bild av det politiska beslutsfattandets processer som målas upp är oerhört ljus, men samtidigt väldigt idealistisk. Det gäller särskilt om man tänker sig att dessa deliberativa samtal ska pågå i den nationella politiska offentligheten. För det första kan offentligheten i sig själv bidra till att de politiska samtalen blir mindre deliberativa än vad förespråkarna hoppas på. Den svenske statsvetaren Daniel Naurin menar till och med att »Offentlighet leder inte till deliberation«.<sup>179</sup> Skälet är bland annat att offentlighet motverkar det lyssnande på motparten som är centralt för deliberationen, och att aktörer i offentligheten tenderar att vända sig till publiken snarare än till den man diskuterar med. För det andra blir ett nationellt offentligt samtal där alla deltar tidsödande. Om man som ett tankeexperiment tänker sig att var och en av Sveriges 6,7 miljoner röstberättigade skulle få endast fem minuter på sig, skulle samtalet nämligen pågå 558 333 timmar, vilket motsvarar nästan 64 år.

Det orealistiska i detta inser självfallet förespråkarna för deltagardemokratin, och vad de tänker sig är därför inte ett enda nationellt politiskt samtal. Vad de istället tänker sig är att de samtal som redan förs på olika nivåer runt om i samhället ska bli mer präglade av samtalsdemokratis krav på politiska samtal än vad de är i dag. Analytiskt kan man här skilja mellan tre nivåer. För det första *elitdeliberationen*, det vill säga de samtalen, diskussionerna och debatterna mellan politiska aktörer i exempelvis riksdagen eller medierna. För det andra *elit-medborgar-deliberationen*, det vill säga samtalen mellan politiska aktörer och medborgarna, exempelvis på insändarsidor, i valstugor eller offentliga möten. För det tredje *medborgardeliberationen*, det vill säga samtalen mellan människor i vardagen, på studiecirklar eller i föreningar.<sup>180</sup> Vid sidan av detta menar statsvetaren Robert Goodin att man inte bör bortse från *den individuella deliberationen*, det vill säga att människor argumenterar med sig själ-

va och reflekterar över sina åsikter och värderingar.<sup>181</sup> Mot det invänder dock andra som hävdar att ett deliberativt samtal måste ske i offentligheten, och att samtal i den samtalsdemokratiska meningen bör skiljas från vardagliga diskussioner och självreflekterande.<sup>182</sup>

De krav som den samtalsdemokratiska modellen ställer på politiker och medborgare är i grund och botten desamma. Både politiker och medborgare ska alltid vara redo att delta i offentliga politiska diskussioner och i dessa diskussioner vara lyssnande likväl som talande, och att de ska använda sig av sakliga rationella argument. Argument som spelar på fördomar eller känslor hör inte hemma i deltagardemokratin. Det gör inte heller politiskt beslutsfattande bakom stängda dörrar. Att argumenten ska vara rationella och sakliga innebär också att de ska vara baserade på tillgänglig relevant kunskap. Politiker och medborgare bör också alltid vara redo att ompröva sina åsikter och argument: Om själva syftet med diskussionen är att uppnå en gemensam större förståelse eller att lösa konflikter måste det alltid finnas en beredskap och en öppenhet för att ändra sig. Att ändra sig är därför inget tecken på svaghet eller opålitlighet, utan snarast på ärlighet, lyssnande och intellektuell öppenhet.

Både politiker och medborgare ska också alltid sätta allmänintresset före sär- eller egenintressen och undvika att dominera de som tänker annorlunda. Respekt för varandra och en tilltro till att alla inblandade har ett ärligt intresse av det allmänna bästa är förutsättningar för att politiska samtal ska vara meningsfulla. Misstro och misstänksamhet som inte är baserad på sakliga argument hör inte hemma i samtalsdemokratin, vare sig hos politiker eller hos medborgare.

### **Fyra demokratimodeller: en sammanfattning**

De fyra demokratimodeller som har diskuterats bygger alla på demokratiens grundkrav och den representativa demokratin, men är därutöver sinsemellan väldigt olika. Samtidigt bör demokratimodellerna ses som idealtyper – i praktiken är gränserna mellan dem flytande och varje existerande demokrati rymmer i olika grad element från samtliga demokratimodeller.

I figur 3.2 sammanfattas de normativa krav som de olika demokratimodellerna ställer på medborgare och politiker.<sup>183</sup>

Sammanfattningsvis: Ett styre är demokratiskt om det uppfyller vissa specifika grundkrav, men därutöver finns det inte bara en demokratimodell utan flera. Anledningen till varför en mycket stor del av medborgarna, journalisterna och politikerna är mindre än mycket nöjda med det sätt som den svenska demokratin fungerar kan därför bero på att Sverige i deras tycke inte lever upp till den demokratimodell som de själva före-

|                      | Krav på politiker                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Krav på medborgare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Procedur-demokrati   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respekt i både ord och handling för demokratins spelregler</li> <li>• Generös tolkning av demokratins fri- och rättigheter</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respekt i både ord och handling för demokratins spelregler</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Konkurrens-demokrati | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mest kvalificerade, en elit</li> <li>• Tydlig fördelning av ansvar</li> <li>• Tydligt tagande av ansvar</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klara uppfattningar om viktiga samhällsproblem</li> <li>• Kunskap om vilka som har haft makt på olika nivåer</li> <li>• Kunskap om vilken politisk nivå som har ansvar för olika områden</li> <li>• Kunskap om hur de ansvariga skött sig</li> <li>• Reagerar/roll som kund</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| sanktions-modell     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regerar och agerar</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Konkurrens-demokrati | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mest kvalificerade, en elit</li> <li>• Regerar och agerar</li> <li>• Tydliga politiska alternativ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reagerar/roll som kund</li> <li>• Stabila egna åsikter</li> <li>• Kunskap om partiernas sakåsikter</li> <li>• God ideologisk orientering</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| mandat-modell        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tydliga besked om möjliga regeringssamarbeten</li> <li>• Åsiktsrepresentativa</li> <li>• Leva upp till det program man gått till val på</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Förmåga att jämföra de egna och partiernas åsikter</li> <li>• Rösta utifrån sakåsikter</li> <li>• Kunskap om möjliga regeringssamarbeten</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Deltagar-demokrati   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ute och möta människor</li> <li>• Engagera människor</li> <li>• Vara åsikts- och socialt representativa</li> <li>• Inte fatta beslut som strider mot starka opinioner</li> <li>• Medborgaranda (förtroende, intresse, ansvarstagande, allmänintresse)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Politiskt intresserade</li> <li>• Engagerade i partier och föreningar</li> <li>• Aktiva försök till påverkan</li> <li>• Aktivt bilda sig egna åsikter</li> <li>• Kunskap om hur man påverkar i olika frågor</li> <li>• Medborgaranda (förtroende, intresse, ansvarstagande, allmänintresse)</li> <li>• Partiidentifikation</li> <li>• Agerar/roll som medborgare i moralisk mening</li> </ul>                                                                                                                                                                     |
| Samtals-demokrati    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Delta i debatter, i politiska organ, offentligheten, föreningar och vardagsliv</li> <li>• Ej fatta beslut utan diskussion</li> <li>• Sträva efter förståelse enighet</li> <li>• Lyssnande</li> <li>• Bara använda rationella och sakliga argument baserade på kunskap</li> <li>• Beredskap att ändra åsikt</li> <li>• Respekt för meningsmotståndare</li> <li>• Medborgaranda (förtroende, intresse, ansvarstagande, allmänintresse)</li> <li>• Åsiktsrepresentativa</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Politiskt intresserade</li> <li>• Aktiva försök till påverkan</li> <li>• Delta i debatter, i offentlighet, föreningar och vardagsliv</li> <li>• Ej fatta beslut utan diskussion</li> <li>• Sträva efter förståelse och enighet</li> <li>• Lyssnande</li> <li>• Bara använda rationella och sakliga argument baserade på kunskap</li> <li>• Beredskap att ändra åsikt</li> <li>• Respekt för meningsmotståndare</li> <li>• Medborgaranda (förtroende, intresse, ansvarstagande, allmänintresse)</li> <li>• Agerar/roll som medborgare i moralisk mening</li> </ul> |

**Figur 3.2.** Demokratimodellernas krav på politiker respektive medborgare.

språkar. Samtidigt visar analysen att demokratins kvalitet och karaktär ytterst hänger på hur medborgarna och politikerna själva agerar – om de lever upp till de krav som de olika demokratimodellerna ställer. I den meningen får vi den demokrati vi själva skapar.

I detta »vi« ingår dock även medieägare, redaktörer och journalister, det vill säga alla de som ytterst formar det medieutbud som för de allra flesta är källan till information om politik och samhällsfrågor, och som formar de bilder av verkligheten som i praktiken betyder mer än verkligheten som sådan. Vilka krav ställer då de olika demokratimodellerna på medierna och journalistiken i allmänhet och på valjournalistiken i synnerhet? Om detta handlar nästa kapitel.

## 4. Demokrati och journalistik

Att vara journalist är inte ofarligt. Varje år dödas tiotals journalister medan ytterligare många fler fängslas, bara därför att de försöker utöva sitt yrke: att gå ut i verkligheten, samla information om sådant som händer, och sedan berätta om det för läsare, tittare och lyssnare. För det får de plikta med sina liv eller sin frihet.

Bakom varje siffra döljer sig hundratals andra journalister som arresteras, trakasseras och utsätts för censur. Det kan vara av staten i olika länder, av paramilitära grupper eller av extremistorganisationer. Det kan också ske i samband med krig.

Ju mindre demokratiskt ett land är, desto större är den risk som journalister utsätter sig för. Det visar organisationen *Reportrar utan gränsers* globala pressfrihetsindex.<sup>184</sup> Även om pressfriheten naggas i kanten också i demokratiska länder, finns det i normalfallet ett mycket starkt samband mellan graden av demokrati och graden av journalistisk frihet.

### Ett socialt kontrakt

Förhållandet mellan medierna och journalistiken å ena sidan och demokratin å den andra skulle kunna liknas vid ett socialt kontrakt, i den anda som utmärkte filosofen John Lockes tänkande från slutet av 1600-talet.<sup>185</sup> Grundtanken är att de parter som ingår ett socialt kontrakt – hos Locke folket och de styrande – villkorar överlämnandet av den egna makten och det egna deltagandet.<sup>186</sup> Enligt det tänkandet väljer människor att ingå i ett

**Tabell 4.1.** Dödade och fängslade journalister världen över.

|                                       | 2003 | 2002 | 2001 | 2000 |
|---------------------------------------|------|------|------|------|
| Dödade under yrkesutövningen          | 42   | 25   | 31   | 32   |
| Fängslade (i fängelse vid årsskiftet) | 124  | 121  | 110  | 74   |

Källa: Reporters without borders 2004; [www.rsf.fr](http://www.rsf.fr).

samhälle och överlämna sin makt till den lagstiftande makten, i syfte att få skydd för den egna friheten och egendomen. Den politiska makten delegeras från folket till den lagstiftande makten – men bara så länge den lagstiftande makten verkar i enlighet med sin del av det sociala kontraktet.<sup>187</sup>

Överfört till relationen mellan demokratin å ena sidan och journalistiken och medierna å den andra, innebär det sociala kontraktet för statens del att den garanterar vissa grundläggande fri- och rättigheter. Dit hör inte minst yttrande- och pressfriheten. Den demokratiska staten avstår därigenom från makten att styra över den debatt och information som sprids i, via och utanför medierna. För den demokratiska staten innebär det sociala kontraktet därför en moralisk skyldighet att avstå från censur eller andra tvångsmässiga medel.

Samtidigt har demokratin vissa behov som den på ett eller annat sätt behöver möta för att kunna fungera. Dit hör framförallt en dubbelriktad informationsförmedling. De styrande i demokratin behöver information om det som händer och sker i samhället och om människors åsikter, och medborgarna i en demokrati behöver information om offentliga beslut och förslag och om hur makten utövas. För medierna innebär det sociala kontraktet därför en juridisk och moralisk skyldighet att införska och sprida relevant information.

### Från fyra till tre medieideologier

Tanken att medierna ingår i ett socialt kontrakt med demokratin ligger i linje med den medieideologi som brukar kallas »den sociala ansvarsideologin«. Ursprungligen formulerades den i slutet av 1940-talet, och den sågs länge som en av de fyra dominerande medieideologierna. De övriga var den auktoritära, sovjet-totalitära och frihetliga (eller libertära) medieideologin.<sup>188</sup>

I takt med tidens förändringar och kommunismens fall har den sovjet-totalitära medieideologin förlorat det mesta av sin aktualitet. På ett globalt plan konkurrerar i dag därför den auktoritära, den frihetliga och den sociala ansvarsteorin med varandra, medan diskussionen i demokratiska länder domineras av den sociala och den frihetliga medieideologin.

Utmärkande för den frihetliga medieideologin är att alla former av lagar eller regleringar som inskränker den fria opinionsbildningen principiellt sett är av ondo och en fara för yttrandefriheten. Medierna ska stå helt fria från statsmakten och alla försök till inskränkningar av deras frihet måste vara förbjudna. Ju fler röster som får komma till tals utan att hindras av lagar och regler, desto bättre. Att vissa använder den friheten för att sprida vilseledande, kanske lögnaktig, information spelar ingen roll. Det är ett pris som det är värt att betala för den totala friheten. I det

långa loppet kommer den oreglerade debatten dessutom att leda till att sanningen utkristalliserar sig och att människor får underlag för att bilda sig egna genomtänkta åsikter.

En konsekvens av detta synsätt är att förespråkarna för den frihetliga medieideologin tenderar att likställa yttrandefrihet med näringsfrihet och största möjliga konkurrens mellan medier. Marknaden bör få styra så obehindrat som möjligt, och det gäller både marknaden för medieföretag och för idéer.

Förespråkarna för den sociala ansvarsideologin vänder sig mot det synsättet. Enligt dem riskerar friheten att reduceras till en frihet för mediernas ägare. Den riskerar också att leda till oligopol och monopol, och till en debatt fri från såväl ansvar som moraliska förpliktelser. Istället menar den sociala ansvarsideologins förespråkare att medierna har ett ansvar för samhället och för demokratin, på samma sätt som teorin om mediernas och demokratins sociala kontrakt. Därför är det, inom vissa ramar, rimligt med politiska regleringar av mediemarknaden. För att ta svenska exempel kan det till exempel handla om presstöd och om att bedriva delar av (etermedie)verksamheten i allmänägda public service-företag. Det kan också handla om mer eller mindre formaliserade krav på att medierna ska tillhandahålla vissa specifika typer av innehåll; krav som framförallt riktar sig mot mediernas journalistiska verksamhet. För att citera medieforskaren Denis McQuails ord om den sociala ansvarsideologin:

Kärnan i den här traditionen är uppfattningen att den offentliga kommunikationen, huvudsakligen förmedlad via massmedierna, har ett viktigt bidrag att ge till den allmänna välfärden i samhället och att den har ett »socialt ansvar«, vilket är erkänt, utövat (ibland framtvingat) och uppnått i varierande former och med olika medel.<sup>189</sup>

Med andra ord: Demokratin förutsätter journalistik, journalistiken förutsätter demokrati. Demokrati och journalistik är alltid länkade till och i behov av varandra; den ena kan inte existera utan den andra. Därför bör också journalistik ytterst ses som en demokratisk praktik.

### **Medier och journalistik inte samma sak**

Samtidigt som den demokratiska staten avstår från att begränsa mediernas frihet, är det viktigt att komma ihåg att medier och journalistik inte är samma sak. När tryckfriheten etablerades var det nämligen inte för att just medierna som sådana förtjänar en grundlagsstadgad frihet som andra företag inte förtjänar. Näringsfrihet för medieföretag och tryckfrihet behöver inte idémässigt vara samma sak, även om de i praktiken sammanfaller. Istället handlade det om att säkerställa yttrandefriheten, av

vilken tryckfriheten är en del. Yttrandefriheten i sin tur är demokratiskt nödvändig för att medborgarna ska kunna inhämta, bearbeta och sprida sådan information som behövs för att kunna fungera som just medborgare, med ett ansvar i och för demokratin. Den är nödvändig för att människors politiska tänkande ska kunna präglas av »upplyst förståelse« och inte blott förutfattade meningar.<sup>190</sup>

Detta visar att det är fel att använda orden medier och journalistik som synonymer, trots att det ofta sker. Det är dessutom lexikaliskt fel. Språkligt betyder medier nämligen »kanaler för informationsspridning«, medan journalistik handlar om en specifik form av medieinnehåll.

Att använda medier och journalistik som synonymer är därför att blanda ihop form och innehåll; det riskerar också att göra journalistikbegreppet urvattnat.<sup>191</sup> Förvisso behöver journalistiken medier för att kunna förmedlas, men det finns ingenting som säger att medier nödvändigtvis förmedlar just journalistik. Medierna kan lika gärna ägna sig åt att sprida annat medieinnehåll, exempelvis annonser, tv-serier eller musik.

Det visar bland annat forskningsprojektet *Publicistiskt bokslut*, som omfattar 36 svenska landsortstidningar. Enligt det projektets undersökningar utgör det redaktionella nyhetsmaterialet i regel inte mer 40 procent av tidningarnas innehåll. Resten utgörs av opinionsmaterial, annonser och servicematerial av typen sport- och spelresultat, horoskop med mera.<sup>192</sup>

Medier har både en teknisk och en organisatorisk sida. *Organisatoriskt* är medier företag som ägnar sig åt informationsspridning av olika slag. Med undantag för public service-medier är medier i regel dessutom aktiebolag, vilka per definition har en mer eller mindre stark strävan att gå med vinst. *Tekniskt* står medier för den form som informationen sprids genom, exempelvis tv, radio och tidningar.

När det gäller traditionella massmedier utmärker sig masskommunikationen av fyra kännetecken.<sup>193</sup> *För det första* är den enkelriktad. Någon direkt feedback eller återföring mellan sändarna och mottagarna är inte möjlig, till skillnad från i vanliga samtal med människor. *För det andra* är den offentlig och opersonlig. Det betyder att i princip vem som helst kan ta del av den och att sändarna inte har kontroll över vilka som tar del av den. *För det tredje* är den i princip samtidig. När kommunikationen sänds ut når den mottagarna vid ungefär samma tidpunkt. *För det fjärde* är masskommunikationen i regel kostsam, vilket i sin tur betyder att den oftast har stora och komplexa organisationer som avsändare.

Med undantag för Internet, som kanske bör ses som en kommunikationsform snarare än som ett medium,<sup>194</sup> är medier med andra ord i regel komplexa organisationer som lever på de villkor som sätts upp av bland annat politiska, teknologiska och ekonomiska förutsättningar. Den ge-

mensamma nämnaren för medierna är att de producerar och förmedlar medieinnehåll till i princip alla som är intresserade av och har råd att konsumera det. Medier är däremot inte samma sak som medieinnehåll.

Att demokratin ger medierna ett särskilt skydd som andra organisationer inte har rätt till beror på att medierna är nödvändiga kanaler för informationsspridning, inte på att Bonniers eller andra medieföretag i sig själva skulle vara viktigare än exempelvis Volvo. Det är dock skillnad mellan medieinnehåll och medieinnehåll. Även om demokratin inte har rätt att inskränka möjligheterna att via medier sprida reklam, musik eller skvaler, är det i första hand journalistiken och debatten om politik och samhällsfrågor som är demokratiskt central. Det är genom att tillhandahålla just dessa former av medieinnehåll som medierna lever upp till sin del av det sociala kontraktet med demokratin. Men vad skiljer då journalistiken som idé från andra former av medieinnehåll?

### Vad är journalistik?

Under våren 2003 avslöjades en händelse som sände chockvågor genom den amerikanska journalistkåren och som upprörde många läsare. Det avslöjades då att en journalist på The New York Times, Jayson Blair, hade suttit hemma och hittat på många av de artiklar han skrev och fick publicerade. De resor han påstått sig göra var i många fall rena påhitt, på samma sätt som många av de citat och miljöbeskrivningar som återfanns i artiklarna var det.<sup>195</sup>

När affären avslöjades valde The New York Times, av många ansedd som världens bästa tidning, att publicera en hela fyra sidor lång rättelse och genomgång av affären. Jayson Blair själv fick sparken, samtidigt som ledande chefer på tidningen fick gå. Av förklarliga skäl väckte affären en förnyad oro över hur förtroendet för journalistiken och journalistkåren skulle påverkas – skulle skuggan efter Jayson Blair falla över resten av journalistiken?

De reaktioner denna affär väckte och den efterföljande debatten visar att ett avgörande kriterium för vad som är journalistik är att det måste vara sant. Journalistik är inte fiktion – journalistik är en form av beskrivningar eller berättelser om verkligheten.<sup>196</sup> Medan fiktionen aldrig är oberoende av författaren ska journalistiken handla om verkligheten *bortom* journalisternas egna åsikter och värderingar. Journalistiken ska, i någon mening, vara objektiv och möjlig att kontrollera.

Journalistiken som *idé* skiljer sig alltså från det fiktiva medieinnehållet i det att dess första lojalitet är till sanningen. Men journalistiken skiljer sig idémässigt också från reklamen, underhållningen och propagandan. Det framgår av figur 4.1, vilken renodlar vad som är typiskt för de oli-

|                                       | Journalistik                                                                                     | Reklam                                                                                                      | Propaganda                                                                                                  | Underhållning                     |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Syfte                                 | Att berätta om/<br>beskriva verkligheten                                                         | Att locka köpare                                                                                            | Att övertyga och<br>övertala                                                                                | Att underhålla                    |
| Relation till<br>sanningen            | Sanningskravet<br>absolut. Det<br>journalistiska<br>innehållet ska<br>vara sant och<br>relevant. | Sanningskravet<br>relativt.<br>Det som står ska<br>vara sant, men<br>det måste inte vara<br>hela sanningen. | Sanningskravet<br>relativt.<br>Det som står ska<br>vara sant, men det<br>måste inte vara<br>hela sanningen. | Sanningskravet<br>ointressant.    |
| Relation till<br>allmän-<br>intresset | Allmänintres-<br>set viktigare<br>än egen-<br>intresset.                                         | Allmänintresset<br>underordnat<br>egenintresset.                                                            | Allmänintresset<br>ses som samma<br>sak som egen-<br>intresset.                                             | Allmänintresset<br>är irrelevant. |

**Figur 4.1.** Typologi över olika former av medieinnehåll.

ka kommunikationsformerna idémässigt.

Det som utmärker journalistiken som idé i förhållande till andra former av medieinnehåll är att dess syfte är att i det allmänna intressets namn berätta om och beskriva verkligheten på ett så sanningsenligt sätt som möjligt. Förvisso ställs det krav på sanning också när det gäller reklam och propaganda, men i dessa fall är sanningskravet relativt. Det som påstås ska vara sant, men det måste inte vara hela sanningen. När det gäller journalistiken ska innehållet både vara sant och relevant, det vill säga att det strider mot journalistikens idé att tysta relevanta delar av sanningen för att uppnå något specifikt syfte. Visserligen måste journalistiken alltid välja vilka frågor som ska uppmärksammas, vilka vinklar som ska väljas och vilka källor som ska få komma till tals, men om journalistikens idé inte ska förfuskas får dessa val inte präglas av vare sig ambitionen att övertyga, övertala, underhålla eller sälja. Istället ska de präglas av ambitionen att berätta om och beskriva verkligheten så sanningsenligt som möjligt.

Med ett liknande resonemang konstaterar även de amerikanska journalisterna och medieforskarna Bill Kovach och Tom Rosenstiel att: »Journalistikens första princip – dess osjälviska sökande efter sanning – är vad som ytterst skiljer den från alla andra former av kommunikation«.<sup>197</sup> I samma anda skriver den brittiske journalistveteranen och medieforskaren Ian Hargreaves att:

Sanningsenlighets och korrekthetens etik utgör hjärtat i journalistikens moral, även om man accepterar att ingen av dessa kvaliteter går att definiera på ett okontroversiellt sätt. Utan dessa kvaliteter kan journalisti-

ken emellertid aldrig förtjäna tillit, och utan tillit existerar det ingen journalistik värd att tala om.<sup>198</sup>

Kravet på sanning återfinns även som den första punkten i de svenska etiska reglerna för press, radio och tv, även om man där väljer att tala om korrekta nyheter snarare än sanna: »Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling».<sup>199</sup>

Skälet till varför sanningskravet är så grundläggande i och för journalistiken kan delas upp i två delar. För det första handlar det om ett journalistiskt egenintresse. Det är genom att ge korrekta nyheter, genom att beskriva verkligheten så sanningsenligt som möjligt, som journalistiken kan motivera sin existens och sina anspråk på människors uppmärksamhet. Utan det skulle journalistiken förlora den fördel den har i konkurrensen om människors uppmärksamhet. Utan det skulle journalistiken även förlora delar av sin makt att påverka samhällsutvecklingen, eftersom journalistikens makt härrör från dess trovärdighet som förmedlare av »sanna» nyheter.<sup>200</sup>

För det andra handlar sanningskravet om journalistikens del av det sociala kontraktet med demokratin. Demokratin behöver journalistiken som informationsförmedlare när det gäller nyheter av relevans för politik och samhälle, men det förutsätter att informationen går att lita på.<sup>201</sup> Särskilt med tanke på den makt medierna kan utöva skulle det kunna få katastrofala konsekvenser för både samhälle och individer om det journalistiska innehållet var falskt och missvisande, om människor samtidigt utgår från att det journalistiken i huvudsak går att lita på.

Men om nu sanningskravet är så centralt för journalistikens anspråk på legitimitet och dess förmåga att leva upp till det sociala kontraktet med demokratin, vad innebär det mer specifikt?

### **Journalistiken och den omöjliga objektiviteten**

Frågan om journalistik och sanning brukar oftast diskuteras i termer av journalistisk objektivitet, och som sådan är det en kontroversiell och komplicerad fråga. Visserligen anser nog de flesta att journalistikens sanningskrav är centralt, men samtidigt förekommer det två invändningar.<sup>202</sup>

Den första invändningen är att journalistisk objektivitet, ja objektivitet överhuvudtaget, är omöjlig att uppnå. Den bygger ibland på att varje försök att uppnå objektivitet i journalistiken kommer eller riskerar att gynna vissa mäktiga grupper eller etablerade beskrivningar av samhället, och det på bekostnad av resurssvaga grupper och alternativa uppfattningar om samhället.<sup>203</sup> Den kan också bygga på att man anser att journalisti-

ken måste få ta ställning och driva vissa specifika krav eller åsikter. Journalistiken måste få vara engagerad, antingen det nu är för ett politiskt parti (som under partipressens tid), för att avslöja maktmissbruk av något slag (exempelvis inom den undersökande journalistiken) eller för att åstadkomma någon konkret förändring (exempelvis inom så kallad kampanjjournalistik).<sup>204</sup>

Den andra invändningen är att objektivitet i journalistiken inte är önskvärd, ens som ideal. Den bygger på samma form av relativistiska strömningar som ifrågasätter objektivitet inom vetenskapen. Man kan förvisso anse att det existerar någon form av objektiv verklighet, men att den samtidigt är omöjlig att nå eller beskriva. Inom delar av medieforskningen är det också vanligt att se journalistikens innehåll som (re)konstruktioner, vars relation till den underliggande verkligheten är tveksam och i sämsta fall ett maktredskap i händerna på samhällets eliter. Utifrån det synsättet präglas (re)konstruktionerna alltid av exempelvis den historiska erfarenheten, av produktionsvillkoren och av språket som i sig är en konstruktion. Därför blir journalistiken definitionsmässigt också en (re)konstruktion.<sup>205</sup>

Båda dessa invändningar är befogade. Den journalistiska objektiviteten må vara omöjlig att uppnå, och i vissa fall är den kanske inte ens önskvärd. Samtidigt är det avgörande hur man väljer att definiera den, vilket i sig är en kontroversiell fråga och ofta missförstådd fråga.<sup>206</sup>

Att heltäckande diskutera den historiska diskussionen om journalistiskt objektivitet finns det inte utrymme för här.<sup>207</sup> Vad som dock är viktigt att poängtera är att det inte nödvändigtvis handlar om journalisterna som personer och deras förmåga att vara objektiva. Vad den journalistiska objektiviteten snarare handlar om är det journalistiska innehållet i relation till den verklighet som journalistiken utger sig för att beskriva.

Grundtanken i tron på journalistisk objektivitet är uppfattningen att fakta och värderingar är olika saker, och att de går att skilja åt. Mediesociologen Michael Schudson har beskrivit idén med orden: »Tron på objektivitet är en tro på »fakta«, en misstro mot »värderingar«, och en strävan att hålla i sär dem«.<sup>208</sup>

Accepterar man det perspektivet bör journalistiken vara faktabaserad, det vill säga beskriva händelser i eller aspekter av verkligheten som är oberoende av den enskilde journalistens egna preferenser. Liksom inom vetenskapen innebär det att metoderna för informationsinsamlingen, bearbetningen och presentationen är avgörande för graden av objektivitet.

Det är utifrån ett sådant synsätt som Kovach och Rosenstiel hävdar att »journalistikens essens är att det är en verifikationens disciplin«.<sup>209</sup> Mer konkret innebär det fem krav som journalister bör leva upp till för att metoden ska vara objektiv:

*För det första*, att aldrig lägga till sådant som är osäkert, obekräftat eller som är rena påhitt. Journalister bör också vara mycket försiktiga med att dramatisera berättandet genom att lägga till personliga intryck, musik och annat som egentligen inte hör till själva nyheten.

*För det andra*, att aldrig vilseleda läsarna, lyssnarna eller tittarna, vare sig genom val av information eller val av berättarteknik.

*För det tredje*, att alltid vara så öppen som möjligt med arbetsmetoder, källor och motiv. Hållningen bör vara att mediepubliken ska få veta allt den behöver få veta för att kunna värdera en nyhet. I detta ingår också, som de etiska spelreglerna för journalister tar upp, att alltid ge »mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentar».<sup>210</sup>

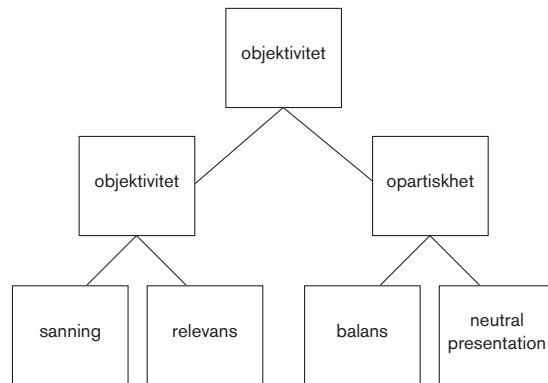
*För det fjärde*, att förlita sig på sin egen självständiga rapportering. Journalister bör alltid vara försiktiga med att förlita sig på andra mediers rapportering i utformningen av de egna nyheterna. Om de inte förlitar sig på sin egen rapportering finns alltid risken att felaktiga uppgifter förs vidare och till sist blir tagna för sanna, just därför att de har upprepats på många ställen. I den mån journalister trots detta använder sig av andra mediers rapportering bör det tydligt anges. I detta ingår att journalistiken ska förhålla sig kritisk till sina källor – det är ett av de viktigaste kraven för en journalistik vars ambition är att beskriva verkligheten och inte bara vad vissa mer eller mindre mäktiga grupper i samhället vill föra fram som sina beskrivningar och tolkningar.

*För det femte*, journalister bör alltid vara ödmjuka inför sina egna möjligheter att veta allt som är relevant i det sammanhang en nyhet utgör. Därför bör man bland annat alltid vara försiktig med att drapera påståenden som fakta.<sup>211</sup>

Samtliga dessa krav syftar ytterst till att nyheterna om verkligheten ska *korrespondera* med verkligheten. Ju mer nyheterna om verkligheten korresponderar med verkligheten, desto mer sanningsenlig är journalistiken. Genom jämförelser mellan nyheterna och verkligheten kan man sålunda granska journalistikens kvalitet.<sup>212</sup>

Detta sätt att se på journalistisk objektivitet är emellertid inte självklart. Det visar bland annat enkätundersökningar som har kommit fram till att det finns stora skillnader mellan hur journalister både i och mellan olika länder definierar objektiviteten.<sup>213</sup> Frågan om journalistisk objektivitet tycks därmed paradoxalt nog vara subjektiv.<sup>214</sup>

Samtidigt ligger den här synen i vissa delar nära det sätt som Jörgen Westerstål diskuterade objektivitetsbegreppet i sina klassiska undersökningar i början av 1970-talet. Enligt honom kan begreppet delas upp i två delar: *saklighet* och *opartiskhet*. Saklighet kan sedan delas upp i *sanning* och *relevans*. På samma sätt kan opartiskhet delas upp i *balans* och *neutral presentation*.<sup>215</sup>



**Figur 4.2.** Westerstahls objektivitetsbegrepp.

Ett problem med den här definitionen är dock att det inte finns något som säger att verkligheten är balanserad. Det innebär att en journalistik som lever upp till att vara innehållsmässigt balanserad i slutändan kan ge en mer missvisande bild av verkligheten än om journalistiken varit obalanserad. Om exempelvis 90 procent av alla klimatexperter anser att växthuseffekten innebär en verklig fara för det globala klimatet medan 10 procent anser motsatsen, då är det knappast en balanserad bild av verkligheten att ge båda sidor lika stort utrymme. Det behövs alltså alltid kriterier för att kunna bedöma i vilken utsträckning journalistiken ger en balanserad, relevant och sann bild av verkligheten, och för att avgöra om presentationen är neutral.

Problemet för journalister är emellertid att det är tidsödande, och därför en omöjlig uppgift i den stund som journalistiken ska presenteras. Bland annat därför är det rimligare att utgå från korrespondensen med verkligheten vid bedömningar av journalistikens grad av objektivitet. Ju mer nyheternas bild av verkligheten korresponderar med verkligheten, desto bättre underlag blir det för såväl beslutsfattare som medborgare när de vänder sig till journalistiken för att informera sig. Eller, annorlunda uttryckt:

Den information som journalistiken förmedlar ska vara *sann*, *relevant* och *allsidig*. Dess utrymme bör stå i *proportion* till hur viktigt eller framträdande någonting är i verkligheten, och dess presentation bör vara så *genomskinlig* som möjligt.

Detta är krav som kan ställas på det samlade utbudet av artiklar och inslag i ett givet medium eller i mediasystemet i dess helhet. Bryter man ner frågan till enskilda artiklar och inslag är det emellertid omöjligt att

ställa samma krav. Ett skäl handlar om utrymmesbristen. Ett annat och mer fundamentalt skäl handlar om att sanningen många gånger kan uppenbaras endast efter en längre tid, och då måste man ta hänsyn till hur journalistiken rapporterar om ett händelseskeende över tid och i skilda medier. Avgörande då är inte enskilda artiklar och inslag, utan den samlade medierapporteringen och om den ger en bild som korresponderar med vad som faktiskt har hänt.

När det gäller kraven på enskilda artiklar och inslagen måste hänsyn tas till båda dessa faktorer. De krav som då är rimliga att ställa är att den information som förmedlas i varje enskild artikel eller inslag ska vara kontrollerad och sann, att åtminstone ett minimum av relevanta fakta ska finnas med, att skillnaden mellan fakta och tolkningar ska vara tydlig och att presentationen av arbetsmetoder, källor och motiv inom rimliga gränser ska vara så öppen som möjligt.

### **Journalistikens demokratiska uppgifter**

Om man läser böcker från olika demokratier som diskuterar journalistikens demokratiska uppgifter, är det slående hur lika resonemangen är.<sup>216</sup> Detta trots alla skillnader som kan finnas också demokratier emellan, och trots att man kanske talar om mediernas demokratiska uppgifter när man egentligen syftar på journalistiken. I den svenska pressutredningen från 1994 står det angående detta att:

Massmedierna fullgör tre uppgifter som är särskilt angelägna för den fria åsiktsbildningen, nämligen uppgiften att förse medborgarna med sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor, uppgiften att granska de inflytelserika i samhället och uppgiften att låta olika åsikter komma till tals.<sup>217</sup>

Dessa formuleringar kan jämföras med hur amerikanerna Kovach och Rosenstiel formulerar sig: »Journalistikens främsta syfte är att förse medborgarna med den information de behöver för att kunna vara fria och självstyrande«.<sup>218</sup> Liknande formuleringar går att hitta i böcker skrivna i andra västerländska länder.<sup>219</sup>

Genom att tillhandahålla så sanningsenlig information som möjligt, genom att granska makthavarna och genom att fungera som ett offentligt forum för debatt fyller medierna och journalistiken sin del av det sociala kontraktet med demokratin. Detta är vad Göran Leth har kallat »biträdesteorin« om medierna:

Pressen ska vara ett biträde med en omfattande ortodoxi. Dess uppgift är att vara behjälplig så att allt fungerar så bra som möjligt, och därför ska den också agera handräckning mellan beslutsfattarna och medborgarna.

Journalistik ska inte förväxlas med skönlitteratur, verklighet skiljas från dikt, varken information eller upplysning får göras till underhållning, ideal och reflektion måste skyddas från kommers och konsumtion, fakta ska skiljas från värderingar liksom sak från person och information från opinion [...].<sup>220</sup>

Även om Leth är kritisk mot biträdesteorin och stiliserar den väl hårt, fångar han kärnan i diskussionerna om att medierna eller journalistiken har demokratiska uppgifter. Samtidigt stärks bilden av att det är rimligt att tala om ett socialt kontrakt mellan demokratin som idé och journalistiken som idé av att diskussionen om mediernas demokratiska uppgifter är likartad i annars olikartade demokratier.

Men har dessa idéer någon kontakt med verkligheten? Frågan kan besvaras på två plan. Antingen kan man studera i vilken utsträckning demokratin ger journalistiken den frihet och det oberoende som den har rätt till enligt det sociala kontraktet, och i vilken grad medierna och journalistiken tillhandahåller den information, den granskning och den debatt som de är skyldiga att göra enligt samma sociala kontrakt. Man kan också studera i vilken utsträckning idealen har stöd bland den politiska kommunikationens centrala aktörsgrupper: medborgare, journalister och politiker.

När det gäller i vilken utsträckning demokratin lever upp till sina skyldigheter visar det pressfrihetens index som *Reportrar utan gränser* har gjort att det finns klara samband mellan demokrati och pressfrihet.<sup>221</sup> Man kan därför säga att demokratin i princip lever upp till sina skyldigheter. Frågan om i vilken grad medierna och journalistiken lever upp till sina moraliska skyldigheter ska vi återkomma till. En sak är dock tydlig, och det är att de ideal för medierna och journalistiken som har diskuterats här har ett mycket starkt stöd bland såväl medborgare som politiker och journalister i Sverige.

Det är uppenbart mycket viktigt för samtliga grupper att journalister som bevakar politik och samhälle ger människor sådan information som de behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor. Det är också mycket viktigt att journalister ger en verklighetsnära bild av politiken, även om runt en fjärdedel med olika betoning inte anser att det är särskilt viktigt att journalister ger en verklighetsnära bild av politiken.

En intressant skillnad finns i synen på hur viktigt det är att journalister granskar de inflytelserika i samhället; det är mycket viktigare för journalister än för medborgare och politiker. Det leder tankarna till statsvetaren Olof Peterssons resonemang om »journalismen« som en ideologi bland journalister:

**Tabell 4.2.** Viktiga uppgifter för journalister som bevakar politik och samhälle (andel som svarar »mycket viktigt«).

|                                                                                                 | Medborgare | Journalister | Politiker |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------|-----------|
| Ge verklighetsnära bild av politiken                                                            | 72         | 78           | 79        |
| Granska de inflytelserika i samhället                                                           | 52         | 83           | 50        |
| Berätta om politik på ett underhållande sätt                                                    | 17         | 14           | 11        |
| Öka människors kunskaper om politik                                                             | 51         | 66           | 71        |
| Ge människor sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor | 72         | 88           | 85        |
| Ta upp de frågor människor tycker är viktiga                                                    | 62         | 59           | 53        |
| Låta olika åsikter och kulturyttringar komma till tals                                          | 61         | 77           | 76        |

Källa: Demokratibarometern 2002. Procent avrundade till hela tal. Antal svar för medborgarna var mellan 1 119 och 1 127, för journalisterna 565 och 568, och för politikerna 890 och 897. Frågan löd: »Hur viktiga tycker Du följande uppgifter är för journalister som bevakar politik och samhällsfrågor?».

Ett nyckelbegrepp i journalismens ideologi är avslöjandet. Verkligheten ligger dold bakom en slöja. Det är inte var och en förunnat att kunna rycka bort slöjan. Här till krävs ett hjåltedåd. Tanken bygger på en alldeles speciell demokratiuppfattning. Det rör sig om en egenartad blandning av elitism och populism. Journalistens förmåga att genomskåda makt-havarna blir avgörande för demokratin. Folket både upphöjs och misstros. Journalisten har folkets uppdrag att nå och förmedla den kunskap som folket inte förmår finna på egen hand. Samtidigt medför fokuseringen till avslöjandet att det också är journalisten som avgör vilken kunskap folket vill nå. Det blir journalisten och inte medborgaren som drar slutsatsen.<sup>222</sup>

Samtidigt kan man se granskningsuppgiften som en del av informationsuppgiften. Enligt den är det inte vilken information som helst som journalistiken bör tillhandahålla, utan *sådan information som människor behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning* i samhällsfrågor. Ibland kräver den typen av information att journalisten refererar och ibland kräver den djupgående journalistiska granskningar. Sett ur det perspektivet är informationsuppgiften den överordnade demokratiska uppgiften för journalistiken.<sup>223</sup>

Särskilt viktig blir informationsuppgiften i kombination med mediernas och journalistikens relativa oberoende från andra maktcentra i samhället. Även om det egentligen inte finns några individer eller organisationer som är fullständigt oberoende, är en förutsättning för att medierna och journalistiken ska kunna uppfylla sina uppgifter att de inte låter sig

styras av vare sig politiska, ekonomiska, fackliga eller kulturella intressen. Frihet är därför ett överordnat värde.<sup>224</sup>

Journalistiken ska vara professionell, och i detta ligger att den ska präglas av oberoende, ett kritiskt förhållningssätt till organiserade intressen och av en inomjournalistisk nyhetsvärdering.<sup>225</sup> Det gäller både på systemnivå och individnivå. På systemnivå ska medierna som organisationer vara fria och självstyrande (autonoma) i förhållande till andra organiserade intressen och maktcentra; på individnivå ska journalisterna vara fria och självstyrande vid insamling, bearbetning och presentation av nyheterna.<sup>226</sup>

Detta ska ses i kontrast till den tidigare partipolitiskt orienterade journalistiken, där beroendet av det närstående partiet präglade både hållningen, nyhetsvärderingen och journalistikens innehåll. Då rådde emellertid samtidigt en form av arbetsfördelning mellan pressen och etermedierna, där pressen erbjöd en partipolitiskt färgad nyhetsjournalistik och där public service-medierna erbjöd en journalistik präglad av saklighet och opartiskhet.

Den bakomliggande tankemodellen är att samhället i dess helhet tjänar på mångfald i informations- och opinionsspridningen. Medan politiska partier, företag, fackliga organisationer med flera *ska* sprida information som är viktig och relevant ur deras självklart partiska perspektiv, behöver demokratin också aktörer som oberoende och självständigt kan sprida så sanningsenlig information som möjligt. Det handlar då om information som man ska kunna lita på oavsett vilka egna åsikter och värderingar man har. Vid sidan av forskningen, myndighetsinformationen med mera behövs det därför en professionaliserad journalistik. Att dessa grupper inte alltid lyckas tillhandahålla så sanningsenlig information som möjligt förändrar inte det behovet.

Att det är viktigt att medierna och journalistiken förser människor med sådan information som de behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor, visar sig också av hur medborgarna ser på sitt behov av information och nyheter kring samhällsfrågor.

En klar majoritet instämmer i att alla har en skyldighet att hålla sig informerade om samhälls skeenden och att det är viktigt för dem själv att vara informerade om nyheter och andra aktuella händelser. Samtidigt visar resultaten att en betydande majoritet instämmer i att många nyheter inte är tillräckligt viktiga för att de själva ska orka ägna tid åt dem, vilket kan ses som en kritik mot nyhetsjournalistiken så som den faktiskt fungerar. En närmare analys visar dock att det finns ett tydligt samband mellan hur politiskt intresserad man är och i vilken utsträckning man anser att den stor del av nyheterna inte är tillräckligt viktiga. Bland de mycket politiskt intresserade instämmer 63 procent helt eller delvis i att en stor

**Tabell 4.3.** Medborgarnas upplevda behov av samhällsinformation och nyheter.

|                                                                                                                                   | Instämmer<br>helt | Instämmer<br>delvis | Instämmer<br>knappast | Instämmer<br>inte alls | Procent | Antal<br>svar |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------|-----------------------|------------------------|---------|---------------|
| Varje människa har en skyldighet att hålla sig informerad om vad som händer i samhället                                           | 53                | 40                  | 5                     | 2                      | 100     | 1 122         |
| Det är mycket viktigt för mig att vara informerad om nyheter och aktuella händelser                                               | 57                | 36                  | 5                     | 2                      | 100     | 1 120         |
| Det finns så många andra som följer med i nyheter och aktuella händelser att det inte spelar så stor roll om jag gör det eller ej | 2                 | 15                  | 22                    | 61                     | 100     | 1 103         |
| En stor del av nyheterna är inte tillräckligt viktiga för att man skall orka ägna tid åt dem                                      | 12                | 60                  | 17                    | 11                     | 100     | 1 098         |

Källa: Demokratibarometern 2002. Procent avrundade till hela tal. Frågan löd: »Vilken är din åsikt om följande påståenden?».

del av nyheterna inte är tillräckligt viktiga för att man skall orka ägna tid åt dem; bland de inte alls politiskt intresserade är motsvarande andel 81 procent.<sup>227</sup>

Detta ger en indikation på att många medborgare förvisso anser att det är viktigt att hålla sig informerade, och att det är mycket viktigt att journalister som bevakar politik och samhälle förser människor med sådan information som de behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor, men att de samtidigt inte upplever att nyheter med en politisk prägel tillhör den kategori information som de behöver.

Det leder till frågan om vad som menas med »sådan information som människor behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor«. Det i sin tur hänger samman med vilken demokratimodell man omfattar och vilka krav man utifrån det ställer på journalistiken.

### Normativa krav på journalistiken

Under det senaste decenniet har det förts en livaktig internationell debatt om mediernas och journalistikens betydelse i och för demokratin. Många har riktat hård kritik mot den nutida journalistiken, och ofta hävdas det att medierna och journalistiken på ett eller annat sätt »underminerar« eller »hotar« demokratin.<sup>228</sup> Vissa går till och med så långt att de liknar dagens system, där mediernas makt är stor och där medierna ofta ingår i omfattande internationella mediekonglomerat, med totalitära samhällen.<sup>229</sup>

Den extrema kritiken kan man dock bortse från, eftersom den sällan har stöd i empiri. Koncentrerar man sig på den akademiska kritiken är emellertid två saker slående. Det är dels att empiriskt grundad kritik mot journalistikens innehåll är vanlig, dels att det är sällan kritikerna är tydliga med vilken demokratimodell de utgår från. Att hävda att medierna underminerar demokratin, som exempelvis den amerikanske journalisten James Fallows gjorde i en bok för några år sedan,<sup>230</sup> är knappast trovärdigt om han med det menar att medierna underminerar demokratiens *existens*. Nog för att medierna är mäktiga, men att de skulle vilja eller kunna underminera demokratin som sådan finns det knappast något stöd för.

Vad kritiken mot medierna och journalistiken handlar om är snarare att de på ett eller annat sätt skadar eller underminerar *någon specifik form av demokrati*. Kombinationen av att kritikerna sällan specificerar vilken demokratimodell de utgår från och det regelbundet återkommande argumentet att medierna och journalistiken skadar demokratin, kan dock bli förödande.

En konsekvens kan bli att kritiken, även när den är befogad, förlorar trovärdighet. En annan konsekvens kan bli att medierna och journalistiken förlorar i anseende och trovärdighet på ett sätt som öppnar för inskränkningar i yttrande- och pressfriheten. Det menar bland annat den amerikanske yttrandefrihetsjuristen Bruce W. Sanford:

Konsekvenserna av den ökade misstron mellan allmänheten och medierna är redan tydliga och bör oroa oss alla [...]. Resultaten av allmänhetens felpplacerade ilska har blivit en påtaglig villighet att tysta medierna – att inskränka dess möjligheter att samla och rapportera nyheterna, och att göra oss alla mer beroende än någonsin av regeringen för vår förståelse av vad som sker. Det finns ingen säkrare väg än den till förlorad frihet.<sup>231</sup>

Samtidigt som det av kritiken mot medierna och journalistiken att döma finns gott om skäl för medieägare, redaktörer och journalister att lyssna och ta lärdom, finns det skäl för kritikerna att inte använda större ord än befogat. Det finns också skäl att vara tydlig med vilken demokratimodell

man utgår från när man hävdar att medierna och journalistiken underminerar eller skadar demokratin. Möjligen är det sant att de underminerar demokratin, om man med demokrati menar deltagar- eller samtalsdemokrati. Men det behöver inte vara sant om man utgår från procedurdemokratin. Frågan är därför: Vilka krav är det rimligt att ställa på medierna utifrån procedurdemokratin, konkurrensdemokratin, deltagardemokratin och samtalsdemokratin?

### **Procedurdemokratis krav på medierna och journalistiken**

Procedurdemokratis enda grundläggande krav på politiker och medborgare är att de i ord och handling visar respekt för demokratis spelregler. I relation till övriga demokratimodeller är det ett blygsamt krav. På likartat sätt ställer procedurdemokratin inga egentliga krav på medierna, annat än att följer gällande lagar och visar respekt för demokratis spelregler. Medierna behöver egentligen inte ens tillhandahålla någon journalistik: Det viktiga är att medierna uppmärksammar om några andra aktörer bryter mot demokratis spelregler. I den bemärkelsen har medierna en viktig funktion som vakthund, men likt riktiga vakthundar behöver medierna inte skälla om det inte finns påtaglig anledning. Det är inte heller nödvändigt att alla medier fungerar som vakthundar, utan det räcker om det i mediasystemet som helhet finns förmåga och resurser att reagera om politiker eller andra bryter mot demokratis spelregler.

I övrigt har procedurdemokratin ingenting emot om medierna erbjuder sina läsare, lyssnare och tittare högkvalitativ information eller att de mobiliserar människor politiskt. Däremot anser den att det inte går att ställa några sådana *krav*. Trots allt är medier företag med en strävan efter överlevnad och vinst. Som sådana kommer de att erbjuda medborgarna högkvalitativ journalistik om det efterfrågas. Medier i den proceduriella demokratimodellen ger människor den typ av medieinnehåll som de genom sin konsumtion visar att de vill ha. Givet att demokratis spelregler respekteras, en vidsträckt yttrandefrihet existerar och att människors behov och intressen varierar kommer det alltid finnas en mångfald av både journalistik, underhållning och annat medieinnehåll. Bara största möjliga frihet får råda, kommer sanningen till sist utkristalliseras. Därför behöver man inte ställa några specifika krav på mediernas eller journalistikens innehåll; även överdrifter, missvisande information och falska påståenden kan fylla en funktion, genom att bidra till debatten och till att sanningen i slutändan vaskas fram. Det har historien, inte minst under pressens barndom, visat.<sup>232</sup>

När det väl finns nyheter med politisk och samhällsrelevans som människor vill ha, ska och bör medierna tillhandahålla dessa. Men det ger sig självt, särskilt när nyheterna inbegriper politiska skandaler. Sådana är i sig själva dramatiska och spännande, och de lockar därför människor att uppmärksamma dem.

Att kritisera medierna för att »drevet går« och att de ägnar allt för mycket uppmärksamhet åt »dåliga nyheter« och skandaler anser förespråkarna för den procedurdemokratin därför är felaktigt. Genom dessa drev visar medierna tvärtom sin förmåga att fungera som vakthundar. På samma sätt bör medierna inte kritiserar för att de dramatiserar, förenklar och tillspetsar nyheterna, eftersom dessa berättartekniska knep gör nyheterna mer spännande och lockar människor att ta del av nyheter som de annars hade struntat i.

En av förespråkarna för denna syn är den amerikanske forskaren John R. Zaller, som menar att de krav som de flesta utgår från när de kritiserar medierna och journalistiken är orealistiska. Att kräva av medierna att de ska tillhandahålla all den information som människor på ett eller annat sätt borde ha för att kunna fungera som fullblodsmedborgare, och att medierna inte får dramatisera nyheterna för att väcka uppmärksamhet, är lika orealistiskt och orimligt som att kräva av alla medborgare att deras intresse för politik ska vara det allt överskuggande. Vad som behövs enligt honom är en realistisk standard för medierna. Den kallar han »inbrottslarms-standard«:

Journalister bör rutinemässigt bevaka frågor som inte är akuta men viktiga på ett sätt som är intensivt fokuserat, dramatiskt och underhållande, och som möjliggör för parterna och ansvariga intressegrupper, särskilt politiska partier, att uttrycka sina skiljaktiga uppfattningar. Reportrar får gärna simulera dramatik för att fånga människors uppmärksamhet när verklig dramatik saknas.

Namnet på den här standarden är Inbrottslarms-standard. [...] Precis som när det gäller riktiga inbrottsalarm är idén att dra omedelbar uppmärksamhet till frågor som verkligen kräver det, och att göra det på ett upphetsat och ljudligt sätt. Nyheterna ska i sådana fall penetrera varenda hörn av offentligheten så att få undgå att märka alarmet. Alarmen bör ljuda oregelbundet snarare än kontinuerligt – och inte allt för ofta.<sup>233</sup>

Sett från procedurdemokratins perspektiv kan den tidigare diskussionen om journalistikens innebörd och om att journalistiken bör ge så sanningsenliga bilder av verkligheten som möjligt med andra ord karaktäriseras som närmast verklighetsfrämmande. Så länge demokratins spelregler respekteras och medierna får största möjliga frihet kommer medierna att erbjuda människor det människor vill ha – och det är i princip gott nog.

### Konkurrensdemokratins krav på journalistiken

Grunden i den konkurrensdemokratiska modellen är konkurrensen mellan olika eliter om folkets röster. De politiska valen är därför centrala, men på olika sätt beroende på vilken modell man utgår från. I den bakåtblickande sanktionsmodellen är valen det tillfälle då medborgarna kan och bör utkräva ansvar av dem som har haft makten, medan valen i den framåtblickande mandatmodellen är tillfället då väljarna, genom att rösta för olika partiprogram, kan ge mandat åt politiker att genomföra just den politik som de går till val på.

I båda synsätten är medborgarnas tillgång till information central, men i sanktionsmodellen är det viktigaste att medborgarna har tillgång till information om hur de regerande politiska makthavarna på olika nivåer har skött sig. De behöver information om det förflutna, medan de i mandatmodellen primärt behöver information om vilka program partierna går till val på.

Enligt sanktionsmodellen bör medierna tillhandahålla så mycket saklig information som möjligt om hur de politiska makthavarna har skött sig. De bör också vara tydliga med vilken politisk nivå makten ligger på och vilka som har haft makten på olika nivåer, eftersom kunskap om båda dessa förhållanden är nödvändiga för att medborgarna ska kunna utkräva ansvar på ett genomtänkt sätt. Att exempelvis anklaga regeringen för beslut som ligger på kommunal nivå eller vice versa underlättar inte ett sakligt ansvarsutkrävande, snarare tvärtom.

I sanktionsmodellen är mediernas granskningsuppgift därför viktig och en del av informationsuppgiften, men det är också viktigt att mediernas granskningar primärt avser hur politiken har hanterats. Det är likaledes viktigt att resultaten av mediernas granskningar publiceras oavsett om de visar att makthavarna har skött sig eller inte. Givet att medborgarnas möjligheter att utkräva ansvar på ett sakligt sätt är centrala bör journalistikens innehåll ge så sanningsenliga bilder av makthavarnas sätt att sköta sig som möjligt.

Mediernas dagordning bör inte följa vare sig politikernas eller medborgarnas dagordning. Politikerna kan enligt den sanktionsmodellen förväntas ha ett intresse av att inte diskutera frågor där de har misslyckats, och att låta politikerna styra dagordningen är därför att svika det journalistiska uppdraget som självständiga granskare och informationsförmedlare. Samtidigt kan medborgarna på egen hand inte förväntas vara informerade nog om vilka frågor som är de viktigaste samhällsproblemen, så att låta medborgarna styra dagordningen vore därför att svika medborgarna samtidigt som man paradoxalt nog ger sken av att lyssna på dem. Viktigare än att ge medborgarna vad de säger att de vill ha är att ge dem den typ av information som de behöver. Därför bör medierna ta upp de frå-

gor som, av oberoende fakta att döma, är de viktigaste samhällsproblemen. På så sätt möjliggör medierna för människor att utkräva ansvar av politikerna på de viktigaste områdena.

Enligt den framtidsblickande mandatmodellen behöver medborgarna ha kunskap om partiernas åsikter, deras ideologier och om möjliga regeringssamarbeten. De behöver information om vad partierna har för åsikter och om hur partierna kan tänkas komma att agera i framtiden, för att kunna ge mandat åt de politiska alternativ som ligger närmast de egna åsikterna. Därför är det mediernas ansvar enligt mandatmodellen att tillhandahålla den typen av information. Medierna bör tillhandahålla en riklig mängd journalistik som ger så sanningsenliga beskrivningar av verkligheten som möjligt, och som svarar på frågor som: Vad anser de politiska partierna i olika sakfrågor? Vilka sakfrågor prioriterar de? Vilka partier kan tänkas samarbeta i regeringet på den nationella, regionala eller kommunala nivån?

Enligt både sanktionsmodellen och mandatmodellen innebär det sociala kontraktet att medierna ska tillhandahålla journalistik som fokuserar på politikens sakinhåll och sakliga förhållanden i verkligheten med relevans för politikens sakinhåll. Båda modellerna är kritiska mot journalistiska dramatiseringar som bidrar till att nyheterna ger missvisande bilder av verkligheten. Skillnaden ligger i tidsperspektiv och i att den bakåtblickande sanktionsmodellen fäster större vikt vid mediernas granskningsuppgift, även om det också i den framtidsblickande mandatmodellen är viktigt med information om hur de gångna makthavarna har skött sig. Om de inte har hållit sina löften från föregående valrörelser är det i högsta grad relevant information när det gäller att ta ställning till vad som lovas den här gången.

Eftersom den konkurrensdemokratiska modellen fokuserar på valen som den främsta demokratiska mekanismen, är det journalistiken inför och i samband med ett val som är viktigast. Med tanke på medborgarnas begränsade uppmärksamhet är det dock en fördel om medierna kontinuerligt tillhandahåller den relevanta typen av information, så att den inte drunknar i det högtintensiva tempo som präglar de sista veckorna före valet. Samtidigt bör medborgarna inför valdagen påminnas om centrala fakta om hur de politiska makthavarna har skött sig och/eller vad de lovar att genomföra om de får medborgarnas förtroende på valdagen.

En konsekvens av att den konkurrensdemokratiska modellen i båda dess skepnader fokuserar på de politiska makthavarna, är att journalistiken framförallt bör fokusera på dem och deras ageranden. I vilken utsträckning »vanligt folk« får plats i journalistikens innehåll är i grunden ointressant. Medborgarnas roll är i första hand reaktiv medan de politiska aktörernas roll är aktiv. Därför bör journalistiken fokusera på politikerna som de främsta aktörerna.

### **Deltagardemokratis krav på journalistiken**

Om medborgarnas roll i den konkurrensdemokratiska modellen är reaktiv, så är den desto mer aktiv i den deltagardemokratiska modellen. Demokratin får, enligt detta synsätt, sin styrka genom de många människornas engagemang. Demokratin kan aldrig bli starkare än vad medborgarna själva gör den till. Därför är det viktigt att människor är politiskt intresserade, att de engagerar sig i partier och föreningar, att de gör aktiva försök till påverkan och egen åsiktsbildning, och att de agerar som medborgare i moralisk mening. Demokrati byggs underifrån.

Med tanke på den stora betydelse som medierna och journalistiken har i nutida demokratier krävs det dock att de bidrar till att mobilisera människor politiskt. Om medierna och journalistiken ger bilden av politik som en angelägenhet enbart för de redan engagerade och av att vanligt folk ändå inte kan påverka, då förtvinar demokratin. Då kan man, enligt deltagardemokratin, hävda att medierna och journalistiken underminerar demokratin.

Enligt deltagardemokratin är det viktigt att medierna och journalistiken tar upp de frågor som människor tycker är viktiga och angelägna. I en valrörelse bör journalistiken utgå från medborgarnas dagordning, inte från politikernas eller mediernas egen dagordning. Journalistiken bör vidare gestalta politik som en angelägenhet för alla och inte som ett spel för de redan aktiva och engagerade. Den bör också visa på sätt för människor att engagera sig själva.

Journalistiken bör också undvika att bara peka på politiska problem. Lika viktigt är det att journalistiken visar när problem når sina lösningar, kanske särskilt när människor åstadkommer lösningen oberoende av politiker. Samtidigt är politik för deltagardemokrater ett betydligt vidare begrepp än partipolitik. Politik är allt som rör gemensamma angelägenheter, och det är viktigt att journalistiken gestaltar politik på det sättet. Det förutsätter bland annat att medborgarna får en framträdande plats också i journalistikens innehåll, enligt tanken att engagemang föds när människor ser att engagemang lönar sig.

Ur det perspektivet uppfyller medierna sin del av det sociala kontraktet med demokratin genom att tillhandahålla journalistik som utgår från medborgarnas egna erfarenheter och åsikter, som mobiliserar och engagerar människor, som inte fastnar i problem utan också uppmärksammar lösningar, och som ger medborgarna en framträdande plats i journalistiken. Men det räcker inte. Det krävs också att medierna och journalistiken ger plats åt och bilden av medborgarna som aktiva subjekt, med kraft och förmåga att göra skillnad. Därför måste medierna och journalistiken tar forumuppgiften på allvar och verkligen låta många olika åsikter komma till tals i debatten. Där kan tidningarnas insändarsidor många gånger

vara viktigare än det nyhetsjournalistiska innehållet, därför att det är där som folkets röst kan höras. Det betyder inte att partipolitiken är oviktig eller att journalistiken bör bortse från den, men att journalistiken måste gå bortom partipolitiken och visa hur den hänger samman med den vardag som är medborgarnas egen.

Den typ av information som medborgarna behöver enligt deltagardemokratien är information om sakfrågor och sakliga förhållanden i verkligheten som är viktiga för medborgarna själva. De behöver positiva föredömen, både i form av personer och i form av exempel på hur människor själva kan lösa problem. Detta hänger samman med att medborgarna också behöver information om hur de själva kan bli aktiva och påverka. Kort sagt: Journalistiken bör utgå från medborgarna.

### **Public journalism – en deltagardemokratisk syn på journalistiken**

I stora drag följer det deltagardemokratiska synsättet på medier och journalistik den journalistiska filosofi som växte fram i USA under 1990-talet, och som kallas *public journalism*.<sup>234</sup>

Enligt de journalister och akademiker som förespråkar public journalism har medierna och journalistiken bidragit till de demokratiska problem som yttrar sig i lågt valdeltagande, politisk misstro, lågt politiskt engagemang och intresse samt apati. Orsakerna är många och komplexa, men dit hör bland annat att journalistiken har ställt sig utanför samhället istället för att vara en del av det, att den allt för mycket koncentrerar sig på de politiska eliterna och deras förhållanden, att den ägnar för mycket uppmärksamhet åt det politiska spelet och åt problem, och att den tilltalar människor inte som aktiva medborgare utan som passiva åskådare.

Allt detta vill public journalism förändra. För att citera Jay Rosen, en av idéns förgrundsfigurer:

Public journalism är ett sätt att närma sig journalistikens vardagliga sätt att arbeta som uppmanar journalister att (1) tilltala människor som medborgare, möjliga deltagare i offentliga angelägenheter, snarare än som offer eller åskådare; (2) hjälpa samhället lösa, snarare än bara få vetskap om, dess problem; (3) förbättra diskussionsklimatet, snarare än att bara se det förfalla, och (4) hjälpa det gemensamma offentliga livet fungera väl, så att det förtjänar dess krav på vår uppmärksamhet.<sup>235</sup>

När förespråkarna för public journalism kritiserar journalistiken för att den inte lever upp till de önskvärda demokratiska idealen, sker det i regel utifrån en deltagardemokratisk uppfattning. I princip allt som har hittills har sagts om den deltagardemokratiska modellens syn på journalis-

|                          |                                                                     |                                                                                 |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Enligt traditionell syn  | Demokrati är vad vi har,<br>information är vad<br>människor behöver | Medborgare är vad vi har –<br>tittare, lyssnare och läsare är<br>vad vi behöver |
| Enligt public journalism | Information är vad vi har,<br>demokrati är vad vi behöver           | Tittare, lyssnare och läsare<br>är vad vi har – medborgare är<br>vad vi behöver |

**Figur 4.2.** Uttalade antaganden enligt traditionell syn och hur public journalism ser på dem.

tik stämmer överens med public journalism-tänkandet. Samtidigt är kritiken som public journalism har riktad mot framförallt den typ av journalistik som procedur- och konkurrensdemokratin anser önskvärd eller åtminstone acceptabel. Det grundläggande skälet är att medborgarnas roll aldrig får reduceras till att vara passiva objekt.

Skillnaden mellan de olika sätten att tänka kan illustreras genom två uttalade antaganden i den traditionella synen på journalistik – och hur public journalism vänder på dessa.

Skillnaden ligger inte bara i olika uppfattningar om journalistikens roll, utan också i hur orden används. I det första fallet betyder demokrati enligt public journalism ett styre där många människor är engagerade, i det andra fallet betyder medborgare någon som engagerar sig i och för samhället.

Sammanfattningsvis ställer deltagardemokratin större krav på medierna och journalistiken än vad procedur- och konkurrensdemokratin gör. Om demokratin vinner styrka genom de många människornas aktiva engagemang, då måste journalistiken på olika sätt tillhandahålla sådan information som människor uppfattar är viktig och angelägen, och utforma journalistikens innehåll på ett sätt som kan mobilisera människor politiskt. Då måste medierna ta forumuppgiften på allvar och verka för en debatt som låter många olika åsikter komma till tals.

Journalistiken ska utgå från medborgarna och deras behov, inte från mediernas egna eller de politiska eliternas intressen. Medborgare ska då förstås i moralisk betydelse, och det ligger i journalistikens ansvar att bidra till en ökad »medborgerlighet«. För att citera Petter Beckman, tidigare journalist på Dagens Nyheters mobila redaktion som under några år experimenterade med public journalism:

Medborgerlighet handlar om att känna sig delaktig, att vilja vara med och ta ansvar för samhällsutvecklingen, att se längre än den egna plånboken. [...] Medborgerlighet ställer krav på en viss typ av information. Det kräver en journalistik som utgår från att läsarna vill vara medborgare – inte bara passiva konsument av nyheter. Det kräver att viktiga, gemensamma frå-

gor behandlas på ett sätt som stimulerar till aktivt ställningstagande, reflektion och engagemang. Public journalism går ut på att minska maktlösheten i samhället.<sup>236</sup>

### Samtalsdemokratis krav på journalistiken

Kärnan i den samtalsdemokratiska modellen är att de politiska samtalen är nyckeln till en levande diskussion, men det kräver politiska samtal av en specifik karaktär. De politiska samtalen ska bygga på politisk jämlikhet och inkludera många – inte bara de politiska eliterna. Det ska finnas en strävan efter gemensam förståelse och intellektuell öppenhet, en frånvaro av strävan efter dominans samtidigt som samtalen ska bygga på rationella och sakliga argument.

I den samtalsdemokratiska traditionen ingår också en stor tilltro till den politiska offentligheten och det offentliga samtalet.<sup>237</sup> Även om de politiska samtalen i bästa fall förs på alla nivåer i samhället är det oerhört viktigt att de politiska samtalen i den offentliga sfären är av deliberativ karaktär. Skälet är att den offentliga sfären är den enda sfär som är öppen och gemensam för alla, och som därmed kan bidra till att skapa det »vi« som demokratin behöver för att vara vital. Om politik handlar om gemensamma angelägenheter behövs det också gemensamma arenor för de politiska samtalen. Det är också ett sätt att undvika att extremism uppstår, vilket är en risk om alla bara pratar med likasinnade.

Av dessa skäl kan samtalsdemokratis ideal aldrig förverkligas om inte medierna och journalistiken aktivt bidrar till deliberativa politiska samtal i den medierade offentligheten. Samtidigt är det ingen nyhet att mediernas sätt att beskriva och gestalta politiken ofta präglas av helt andra värden än de som är viktiga i den samtalsdemokratiska modellen. Man kan till och med tala om en grundläggande motsättning mellan en specifik form av medielogik och av demokratilogik. För att citera SNS Demokratiråds rapport från 1995:

Massmedia betonar den enskilda händelsen, medan politiken framhäver sambandet mellan händelser och ideologiska helhetsperspektiv. Massmedia framhäver personer, medan idéer och principer spelar en större roll i politiken. Massmedia kräver enkla svar på enkla frågor, politiken arbetar med kompromisser och avvägningar mellan svårförenliga krav.<sup>238</sup>

Det grundläggande krav som samtalsdemokratin ställer på medierna och journalistiken är att de aktivt ska bidra till deliberativa politiska samtal och diskussioner som bygger på sakliga och rationella argument, politisk jämlikhet, frånvaro av dominans, strävan efter intellektuell öppenhet och gemensam förståelse. Detta krav gäller både medierna som förmed-

lare av en journalistik som bör vara så sanningsenlig som möjligt, och som tillhandahållare av en arena för debatt och diskussion som är öppen för alla. Sett i relation till mediernas demokratiska uppgifter är därmed både informationsuppgiften och forumuppgiften centrala. Det gäller även granskningsuppgiften, men då närmast som en del av informationsuppgiften.

Precis som i fallet med deltagardemokratien finns här starka kopplingar till public journalism. För att låna en metafor från public journalism förgrundsfigur Davis Merritt bör journalister agera som »rättvisa och opartiska domare« (*fair-minded participants*) i det offentliga samtalet:

Gör en jämförelse med sporten i det sammanhang som demokratiskt beslutsfattande utgör. Funktionen som en tredje part – en domare – fullgör i sportsammanhang är att möjliggöra processen fram till ett beslut, inte att bestämma resultatet. Om reglerna följs kommer han eller hon varken synas eller höras. Ändå är det nödvändigt med en rättvis och opartisk deltagare för att ett oomtvistat resultat ska kunna nås. [...] Till det offentliga samtalet bör journalister föra in kunskaper om spelets regler – hur människor har bestämt att demokratien borde fungera – och förmågan och viljan att tillhandahålla relevant information och en arena där den informationen kan diskuteras och omvandlas till demokratiskt samtycke.<sup>239</sup>

Journalister bör i det medierade offentliga samtalet aktivt bidra till att de politiska debatterna och samtalen blir deliberativa och till att de inte domineras av de mest resursstarka eller mest röststarka. Polariseringar, överdrifter, oprecisa och svepande argument som spelar på känslor snarare än intellekt, skrämselfpropaganda och förenklingar bör ges rött eller åtminstone gult kort. Genom detta kan journalister bidra till att den politiska diskussionen blir utvecklande, till att problem löses genom dialog och till att den information som ligger till grund för människors åsiktsbildning är saklig och relevant. Samtidigt bör journalistiken bidra till att bredda debatten, så att fler än de redan engagerade och resursstarka kommer till tals, och till att fördjupa debatten, så att de grundläggande ideologiska och moraliska frågor som är relevanta för sakfrågorna också diskuteras.

Genom detta kan journalistiken bidra till allmännyttan, men också till sin egen nytta. Givet att människor är trötta på en politisk debatt som präglas av konfrontation och »käbbel« finns det en risk att människor vänder sig bort inte bara från politiken utan också från den samhällsorienterade journalistiken. Om journalistiken kan bidra till ökat politiskt intresse och en politisk diskussion som både upplevs som mer relevant av medborgarna, kan intresset öka för både politiken och journalistiken.<sup>240</sup> Detta styrks av amerikansk forskning som visar att politiskt intresse tenderar att öka nyhetskonsumtionen.<sup>241</sup>

I detta ligger att journalistiken, för sin egen och för demokratins skull, behöver komma till rätta med det »spirituella problem« som yttrar sig i en fixering vid negativa nyheter och i att journalistiken ofta är emot saker och ting, men sällan för någonting.<sup>242</sup>

Att dåliga nyheter är bra nyheter är en gammal journalistisk sanning, och den stämmer i så motto att det är lätt att fånga människors uppmärksamhet med nyheter om skandaler, katastrofer och problem. Det i sin tur hänger samman med den mänskliga instinkten att övervaka omgivningen för att så tidigt som möjligt upptäcka och undvika faror. Negativa nyheter kan i värsta fall få långtgående konsekvenser, och därför är människor mer benägna att uppmärksamma och komma ihåg negativ information än positiv information.<sup>243</sup>

Om nyheterna bara koncentrerar sig på negativa nyheter bidrar det dock till en bild av verkligheten som avviker från verkligheten. Eftersom människor i hög grad baserar sina åsikter på mediebilderna av verkligheten får det i sin tur konsekvenser för hur människor uppfattar verkligheten. Det kan leda till en känsla av att det inte lönar sig att engagera sig, eftersom problem alltid existerar och man sällan får vetskap om problem som blir lösta.<sup>244</sup> Det är också högst troligt att misstron mot politiker i hög grad beror på journalistikens bild av politiker, där en löftesbrytande politiker är en självklar nyhet medan en politiker eller ett parti som håller sina löften inte är en nyhet. Svenska studier visar nämligen både att journalistiken ger en missvisande bild av politiker – verklighetens politiker går att lita på i högre utsträckning än vad mediebilden ger vid handen – och att människor har mer negativa uppfattningar om politiker än vad som är befogat utifrån undersökningar av hur politiker i verkligheten agerar.<sup>245</sup>

### **Fyra demokratimodellers krav på medierna: en sammanfattning**

I det föregående kapitlet diskuterades de fyra demokratimodellerna och deras krav på politiker och medborgare. Den analysen visade bland annat att procedurdemokratin är den mest realistiska, följt av konkurrensdemokratin, deltagardemokratin och samtalsdemokratin. Något skäl att revidera den slutsatsen finns knappast efter analysen i det här kapitlet.

De olika demokratimodellernas krav återfinns på två nivåer – medierna och journalistiken. När det gäller kraven på journalistiken syftar de på det journalistiska utbudet som helhet i respektive medier – inte på enskilda artiklar och inslag. Vilka dessa krav är sammanfattas i figur 4.2 nedan.

Kraven på medierna och deras journalistiska innehåll ovan utifrån de olika demokratimodellerna är *principiellt sett* oberoende av tid. De gäller i såväl den journalistiska och politiska vardagen som inför ett val; i ti-

|                      | Krav på medierna                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Krav på journalistiken                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Procedur-demokrati   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respekt för demokratins spelregler</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fungera som vakthund som skäller när det krävs</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Konkurrens-demokrati | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forum för debatt och diskussion</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Granska hur den politiska makten har hanterats</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| sanktions-modell     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ska värna och tillhandahålla en rik mängd journalistik som ger så sanningsenliga bilder av verkligheten som som möjligt</li> <li>• Ansvara för att den informerande journalistiken inte trängs undan av det underhållningsorienterade medieinnehållet</li> </ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tillhandahålla så sanningsenlig information som möjligt om hur makthavarna har skött sig</li> <li>• Tillhandahålla självständig och av partierna oberoende information om de viktigaste samhällsproblemen – sätta dagordningen</li> <li>• Tydliggöra vilka som har haft makten på olika nivåer</li> <li>• Fokusera på de politiska aktörerna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Konkurrens-demokrati | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forum för debatt och diskussion</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Granska hur den politiska makten sköts</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| mandat-modell        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ska värna och tillhandahålla en rik mängd journalistik som ger sanningsenliga och »objektiva« bilder av verkligheten som möjligt</li> <li>• Ansvara för att den informerande journalistiken inte trängs undan av det underhållningsorienterade medieinnehållet</li> </ul>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tillhandahålla information om de politiska partiernas sakåsikter</li> <li>• Visa samband mellan partiernas ideologier och deras sakåsikter</li> <li>• Kräva svar av makthavarna om vilka de kan tänkas samarbeta med i regeringsställning</li> <li>• Fokusera på de politiska aktörerna</li> <li>• Låta de politiska aktörerna sätta dagordningen</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Deltagar-demokrati   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forum för debatt och diskussion</li> <li>• Ska värna och tillhandahålla en rik mängd journalistik som ger så sanningsenliga och »objektiva« bilder av verkligheten som möjligt</li> <li>• Ansvara för att den informerande journalistiken inte trängs undan av det underhållningsorienterade medieinnehållet</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Granska hur den politiska makten sköts</li> <li>• Tillhandahålla information om de politiska partiernas och olika medborgarorganisationers sakåsikter</li> <li>• Gör egna självständiga undersökningar av samhällsproblem, men i valet mellan olika dagordningar, utgå från medborgarnas dagordningar.</li> <li>• Låta medborgarna få en framträdande plats i journalistiken, inte som passiva offer utan som aktiva subjekt</li> <li>• Mobilisera människor politiskt, bland annat genom att visa hur människor själva kan engagera sig, att människor själva kan påverka, och hur partipolitiken hänger samman med politiken utanför partierna och med människors vardagsliv</li> <li>• Gestalta politik som en angelägenhet för alla</li> </ul> |

**Figur 4.3.** Demokratimodellernas krav på medierna och journalistiken.

|                       | Krav på medierna                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Krav på journalistiken                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Samtals-<br>demokrati | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forum för debatt och diskussion</li> <li>• Ska värna och tillhandahålla en rik mängd journalistik som ger så sanningsenliga och »objektiva« bilder av verkligheten som möjligt</li> <li>• Ansvara för att den informerande journalistiken inte trängs undan av det underhållningsorienterade medieinnehållet</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Granska hur den politiska makten sköts</li> <li>• Tillhandahålla information om de politiska partiernas och olika medborgarorganisationers sakåsikter</li> <li>• Tillhandahålla saklig och relevant information om förhållanden i verkligheten med politisk relevans</li> <li>• Låta många olika grupper av aktörer komma till tals på jämlika villkor</li> <li>• Motivera människor att ta del av och delta i den politiska debatten, bland annat genom att låta vanligt folk komma till tals i debatten</li> <li>• Värna och bidra aktivt till en politisk debatt som präglas av saklig och rationell argumentation och information, intellektuell öppenhet, strävan efter kompromisser och gemensam förståelse</li> </ul> |

**Figur 4.3.** (forts.) Demokratimodellernas krav på medierna och journalistiken.

der av lugn och i tider av kriser.

För att journalistiken ska kunna leva upp till kravet att tillhandahålla så sanningsenliga bilder av verkligheten som möjligt, är det vidare centralt att de enskilda artiklarna och inslagen lever upp till kraven att den information som förmedlas är kontrollerad och sann, att åtminstone ett minimum av relevanta fakta finns med, att skillnaden mellan fakta och tolkningar är tydlig och att presentationen av arbetsmetoder, källor och motiv inom rimliga gränser är så öppen som möjligt. Genom detta möjliggör journalistiken för människor att ta ställning till och bedöma artiklarna och inslagen, och därmed att skaffa sig den information de behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor.

### Krav på valjournalistiken

Inför ett val finns det emellertid viss information som är särskilt viktig om människor ska kunna rösta på ett informerat och genomtänkt sätt. Om man antar att ett genomtänkt röstande innebär att människor röstar på det parti vars kombination av åsikter eller ideologi ligger närmast de egna, att möjligheterna att rösta genomtänkt bör vara jämnt fördelade och att människor har egna åsikter, behövs följande typer av information:<sup>246</sup>

*För det första*, information om hur olika politiska alternativ beskriver verkligheten. Det är viktigt ur i princip samtliga demokratimodellers per-

spektiv, med undantag för den proceduriella demokratimodellen.

*För det andra*, information om vilka ideologiska principer som är vägledande för de politiska alternativen. Det är särskilt viktigt ur mandatmodellen perspektiv.

*För det tredje*, information om vilka sakpolitiska åsikter olika politiska alternativ har. Det är särskilt viktigt ur mandatmodellens perspektiv, men också ur deltagar- och samtalsdemokratins perspektiv.

*För det fjärde*, information om hur de politiska alternativen har agerat under föregående mandatperiod. Det är särskilt viktigt ur sanktionsmodellens perspektiv.

*För det femte*, information om de troliga konsekvenserna av att olika politiska förslag genomförs, för enskilda eller samhället i dess helhet. Detta är viktigt ur såväl mandatmodellens som deltagardemokratins och samtalsdemokratins perspektiv. Samtidigt finns det en risk att journalistik som handlar om de troliga konsekvenserna av att olika politiska förslag genomförs blir spekulativ. Det är därför extra viktigt att den journalistik som handlar om möjliga konsekvenser i framtiden gör gränsen mellan beskrivningar och tolkningar tydlig, så att människor kan förhålla sig till det journalistiska innehållet på ett genomtänkt sätt.

### Från ideal till verklighet

Ur ett journalistiskt perspektiv kan de krav som ställs på medierna och journalistiken förefalla överambitiösa och verklighetsfrämmande. Även om de flesta journalister anser att det är mycket viktigt att journalistiken ger människor sådan information som de behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor, att journalistiken granskar och fungerar som ett forum för debatt, är det en sak att säga det i en enkät eller skriva om det i en bok. En annan sak är att åstadkomma det i den journalistiska vardagen.

Detta är förstås sant. Det vet varje person som någon gång har arbetat på en redaktion. Samtidigt är det ett faktum att medierna och journalistiken är beroende av demokratin för sin frihets och sitt oberoendes skull. Det är också ett faktum att medierna och journalistiken varje dag påverkar demokratin och dess förmåga att fungera – på gott och ont.

Detta kan man ogilla, men knappast förneka. Därmed har medierna och journalistiken ansvar för vilken typ av demokrati vi har och får. Samtidigt formas inte journalistikens innehåll i ett vakuum. Oavsett vilka ideal man har finns det en mängd faktorer som påverkar och kan bidra till att förklara journalistikens innehåll. Vilka dessa är och i vilken utsträckning medierna egentligen har makten över det egna innehållet, är temat för nästa kapitel.

## 5. Makten över journalistiken

Medierna har en avsevärd makt över dagordningen och över människors tankar. De bilder av verkligheten som människor tar del av via journalistiken och annat medieinnehåll är för de flesta den främsta källan till information om sådant som ligger bortom den egna vardagen. Därför upplevs de medierade bilderna av verkligheten många gånger som verkligare än verkligheten som sådan, vilket kan få långtgående konsekvenser för den individuella och kollektiva åsikts- och opinionsbildningen.

Att medierna har en stor makt över publiken behöver dock inte betyda att de har makt över det egna innehållet. Teoretiskt är det möjligt att mediernas makt över publiken är omfattande samtidigt som de saknar makt över det egna innehållet. För att medierna verkligen ska anses som mäktiga bör de därför ha stor makt både över det egna innehållet och publiken.<sup>247</sup> Det är först då man kan ställa krav på medierna att de ska tillhandahålla en journalistik som bidrar till att utveckla demokratin, oavsett val av demokratimodell.

Makten behöver dock inte vara absolut – liksom andra aktörer ingår medierna i ett sammanhang som de både påverkar och påverkas av. Frågan i det här kapitlet är därför vilka faktorer det är som påverkar medierna och journalistikens innehåll, och om mediernas makt över det egna innehållet är *tillräckligt* stor för att de ska kunna ställas till svars för den journalistik som erbjuds.

### Mediernas villkorade makt

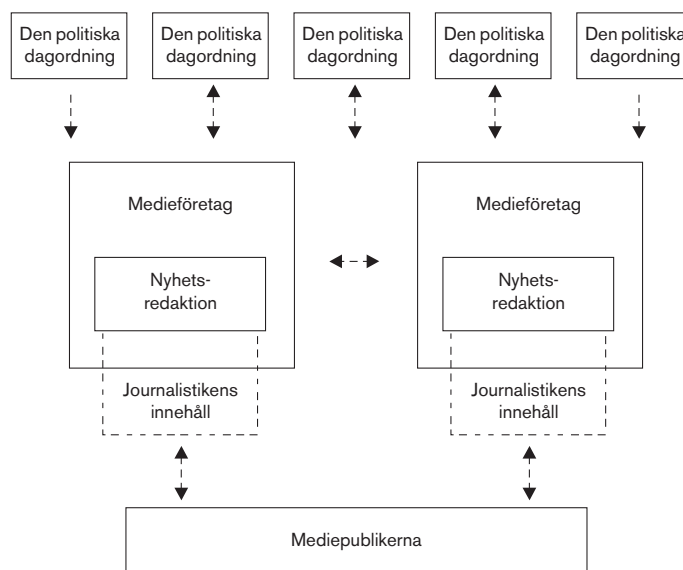
Eftersom medier alltid ingår i ett sammanhang som de både påverkar och påverkas av, är en första utgångspunkt att mediernas makt alltid är villkorad. Redan tidigare har vi sett att mediernas makt över publiken är villkorad bland annat av människors behov av och intresse för såväl mediernas allmänna utbud som av journalistiken. I analogi med det är mediernas journalistiska innehåll villkorat av vilken prioritet journalistiken ges av det egna mediet. Vissa medier ger journalistiken en låg prioritet, medan andra ger journalistiken en högre prioritet. Dessa skillnader be-

ror på ett flertal faktorer, varav vissa är medieinterna medan andra är externa.

Samtidigt är det viktigt att skilja mellan medierna som kollektiv och som individuella företag. Som kollektiv kan medierna ha stor makt över opinionsbildningen, samtidigt som enskilda medieföretag och deras journalistik är tämligen maktlösa. På samma sätt kan exempelvis källorna ha stor makt över vissa medier, samtidigt som de är maktlösa i förhållande till medierna som kollektiv. Att medierna har makt över opinionsbildningen eller den egna journalistiken behöver vidare inte automatiskt betyda att journalisterna har det. Inte heller har alla journalister samma makt. Också inom journalistikåren finns det tydliga hierarkier.

Det som framförallt intresserar oss i det här kapitlet är dock frågan om vilka faktorer och vilka aktörer som *generellt* sett påverkar journalistikens innehåll. Ett översiktligt svar ges av figur 5.1.

Syftet med figuren är att illustrera hur makten över journalistiken generellt sett villkoras av politiska och juridiska villkor, ekonomiska villkor, källorna, kulturella värderingar, teknologiska villkor, mediepublikerna och av konkurrensen med andra medieföretag.<sup>248</sup> De enkelriktade pilarna illustrerar att påverkan *till största delen* är ensidig, medan de dubbelriktade pilarna illustrerar att påverkan är ömsesidig.



Figur 5.1. Mediernas villkorade makt.

De olika faktorernas påverkan riktar sig i vissa fall i första hand mot medieföretagen medan nyhetsredaktionerna och journalistiken påverkas indirekt. I dessa fall sker det genom att medieföretagen, som påverkas av de yttre faktorerna, i sin tur påverkar nyhetsredaktionerna och i förlängningen journalistikens innehåll. Det gäller i huvudsak den påverkan som de politiska, juridiska, ekonomiska och teknologiska villkoren utövar. I ett förhållandevis kortsiktigt perspektiv är de faktorerna strukturella och institutionella till sin natur. I andra fall påverkas nyhetsredaktionerna och journalistikens innehåll direkt av externa faktorer och aktörer, vilket i huvudsak gäller den påverkan som utövas av politiker, myndigheter, organisationer och andra källor, och av konkurrensen med andra medier.

Att medierna, nyhetsredaktionerna och journalistikens innehåll påverkas av ett flertal faktorer behöver inte således inte alltid innebära att det finns aktörer som försöker utöva makt över dem, om vi med makt menar medvetna och avsiktliga försök till påverkan. Dessa båda aspekter måste hållas isär om man vill förstå både vad som påverkar journalistikens innehåll *och* om mediernas makt över det egna innehållet är tillräckligt stor för att man ska kunna ställa dem till svars.

### Mellan politik och marknad

I ett internationellt perspektiv har Sverige traditionellt sett haft en stark tradition av nära band mellan de politiska partierna och dagstidningarna. Även om många av de i dag ledande tidningarna startades före det moderna partiväsendets uppkomst i slutet av 1800-talet, fanns det från början nära band mellan tidningarna och politiker som delade samma värderingar och ideologier. Det var även vanligt att tidningsredaktörer också var riksdagsledamöter – de förkroppsligade de nära banden mellan tidningar och politik. Ännu så sent som 1970 satt så många som ungefär 40 procent av de svenska chefredaktörerna i kommunfullmäktige.<sup>249</sup>

Inom den liberala sfären kom tidningarna i regel före partierna. När partiväsendet började formas fann dessa tidningar det naturligt att stödja det närliggande partiet. Samtidigt drevs de av viljan att göra bra affärer och hade dubbla syften med tidningsutgivningen: att skapa opinion och tjäna pengar. Medierna hade både någonting att säga och någonting att sälja.

Inom den socialdemokratiska sfären var mönstret annorlunda, eftersom det med få undantag knappt fanns någon socialdemokratisk tidning när partiet bildades. I stället verkade socialdemokraterna aktivt för att starta egna tidningar som kunde föra ut partiets budskap, och dessa var knutna till partiet på alla plan. De ägdes av politiska och fackliga organisationer, de lästes nästan bara av partiets sympatisörer, och i innehållet

prioriterades material som gynnade socialdemokraterna och intresserade arbetarklassen. Dessutom utgick tidningarnas utgivningsområden i regel från valkretsindelningen och partiets organisation, istället för från naturliga annonsområden. Ambitionen hos de s-märkta tidningarna var huvudsakligen att bedriva opinion, inte att tjäna pengar.<sup>250</sup>

Det var under denna tid som den svenska partipressen grundlades. Med partipress menas att det finns nära a) företagsmässiga, b) innehålls- lliga och c) spridningsmässiga band mellan partier och tidningarna.<sup>251</sup> Vid denna tid fanns det goda skäl att ifrågasätta i vilken utsträckning tidningarna hade makten över det egna innehållet.

Under de senaste decennierna har dock banden mellan de politiska partierna och pressen successivt försvagats, med början någon gång på 1960-talet. Det finns många förklaringar, bland annat att det blev alltmer kostsamt att bedriva tidningsutgivning. Det ställde krav på ökad affärs- mässighet. En annan förklaring var att banden mellan de politiska partierna och medborgarna började försvagas, vilket gjorde det mindre lönsamt att ge ut tidningar som riktade sig till specifika grupper av sympatisörer.

En tredje viktig förklaring var den successiva professionaliseringen av journalistiken. Att säga exakt när den började är omöjligt, men en viktig händelse var när Expressen startades 1944. Inspirerad av den anglosaxiska mer oberoende journalistiken förklarade Expressen redan från början att nyhetsjournalistiken inte skulle präglas av den politiskt liberala linje tidningen hade på ledarsidan. Nyhetsjournalistiken skulle vara oberoende.<sup>252</sup>

Detta ställningstagande och Expressens kommersiella framgångar visade på en ny inriktning för pressen, och tidningen fick allt fler efterföljare. Denna mer oberoende journalistik spred sig till och med till ledarsidorna, som från 1970-talet allt oftare började kalla sig »oberoende« eller »borgerlig« istället för »folkpartistisk« eller »moderat«. Under 1990-talet blev det vanligare även inom den socialdemokratiska press-sfären.<sup>253</sup>

Från 1960-talet började tidningarna allt mer frigöra sig från partierna, delvis inspirerade av den norm om opartiskhet som präglade public service-radion och tv:n. Journalistiken professionaliserades, med vilket menas att den blev mer självständig, oberoende och styrd av journalistiska snarare än av politiska värderingar. Även utbyggnaden av journalistutbildningen på 1960-talet och framåt bidrog till att stärka den journalistiska identiteten.<sup>254</sup> Ungefär samtidigt slog den så kallade »skjutjärnsjournalistiken« igenom i de svenska etermedierna. Den tidigare underdåniga hållningen från journalisternas sida ersattes allt oftare av kritiskt och hårt formulerade frågor till samhällseliga makthavare.<sup>255</sup> En, åtminstone i efterhand, viktig händelse var när journalisterna 1966 tog över partiledar-

utfrågningarna inför valen. Tidigare hade de styrts av partierna.<sup>256</sup> Därmed inleddes vad Peter Esaiasson och Nicklas Håkansson har kallat »en revolution i det tysta«:

Det är något märkligt som har skett under de senaste decennierna – en revolution i det tysta. [...] Vi talar om journalisternas inträde som politisk aktör. Visst hade massmedierna redan tidigare inflytande i politiken, men då huvudsakligen som förmedlande länk mellan beslutsfattaren och publiken. Numera fungerar journalisterna som självständiga aktörer med rätt att bestämma vilken bild av politiken som skall presenteras för publiken. Politikerna har förlorat sitt monopol över opinionsbildningen. Sannolikt rör det sig om en av de största maktförskjutningarna i samhället under 1900-talet.<sup>257</sup>

I dag råder det inom forskningen i stort sett enighet om att journalistiken huvudsakligen fungerar som en självständig kraft i förhållande till politiken, styrd av sina egna nyhetsvärderingar och inte av partiernas ideologiska värderingar. I förhållande till partierna har medierna utan tvekan vunnit makt över journalistikens innehåll som de tidigare inte hade. Frågan är dock om den makten numera ligger hos nyhetsredaktionerna eller om den ligger hos medieföretagens ekonomer?

### Marknadsorienterade medier

Med undantag för public service-medierna är alla stora massmedier i Sverige företag som definitionsmässigt strävar efter lönsamhet. Även om det finns exempel på tidningar som under längre perioder gått med förlust – exempelvis Svenska Dagbladet – går det inte hur länge som helst att driva verksamheten med underskott. Någonstans går alltid gränsen där ägarna tröttnar på att skjuta in mer pengar, vilket nedläggningen av det socialdemokratiska flaggskeppet Arbetet i Malmö för något år sedan visar.<sup>258</sup>

Att de ekonomiska aspekterna av medieverksamheten har en avgörande betydelse visar sig också av att det under senare år har skett flera sammanslagningar och andra organisatoriska samarbeten på de lokala mediemarknaderna. I exempelvis Ådalen lades Nya Norrland och Väster-norrlands Allehanda ner samtidigt som ägarna bakom de tidigare tidningarna gemensamt startade den nya Tidningen Ångermanland. På Gotland slog man ihop ägandet av Gotlands Allehanda och Gotlands Tidningar i ett bolag, samtidigt som tidningarna fortsätter komma ut under egna namn och med självständiga nyhetsredaktioner. I Skåne valde man istället att slå ihop Helsingborgs Dagblad, Landskrona-Posten och Nordvästra Skånes Tidningar till ett bolag och en tidning, som samtidigt produceras i olika utgåvor och under de gamla namnen.<sup>259</sup>

Att de ekonomiska villkoren påverkar både medierna som företag, nyhetsredaktionerna som delar av medieföretagen och journalistiken som en del av medieutbudet är uppenbart. Att de politiska faktorerna betyder mindre än förr visar sig också av att det har blivit vanligare att tidningar med olika partifärg ägs av samma ägargrupper. Inom bland annat den liberala tidningskoncernen Nya Stiftelsen Gefle Dagblad ingår exempelvis Dagbladet Nya Samhället (oberoende s), medan norska Schibsted-koncernen äger Svenska Dagbladet (obunden moderat) och Aftonbladet (oberoende s).

Men stämmer det att de svenska medierna numera är marknadsstyrda eller marknadsdrivna, det vill säga att ekonomiska mål är viktigare än publicistiska mål? Eller är deras mål att försöka balansera ekonomiska och journalistiska intressen så att båda kan tillgodoses på ett rimligt sätt?

Under de senaste tio åren har ett flertal svenska forskare och debattörer med olika formuleringar hävdat att »pengarna« har blivit viktigare än »orden«, det vill säga att ekonomin är det allt överskuggande för medieföretagen.<sup>260</sup> Det är inte unikt för Sverige – tvärtom speglar den svenska debatten en mycket omfattande internationell kritik mot medierna.<sup>261</sup> Ofta bygger tesen om mediernas marknadsstyrning på en teori av den amerikanske medieforskaren John H. McManus.

Enligt McManus teori konkurrerar medieföretagen på fyra olika marknader.<sup>262</sup> För det första en *publikmarknad*, där medierna erbjuder journalistik och annat medieutbud i utbyte mot publikernas uppmärksamhet. För det andra en *annonsmarknad*, där medierna erbjuder publikens uppmärksamhet i utbyte mot annonsörernas pengar. För det tredje en informations- eller *källmarknad*, där de erbjuder källorna en kanal ut till publiken i utbyte mot information och nyheter. För det fjärde, till sist, konkurrerar de på en *kapitalmarknad*, där medierna i utbyte mot investeringskapital åtar sig att generera vinster åt investerarna. Resultatet av denna fyrdimensionella konkurrens är enligt McManus att:

...rationella nyhetsredaktioner bör konkurrera med varandra för att erbjuda den billigaste blandningen av medieinnehåll som skyddar sponsorer och investerare samtidigt som den samlar den största möjliga publik som annonsörerna villiga att betala för att nå. Vad som blir nyheter beror därför på analyser av kostnader och förtjänster på samtliga [...] steg i produktionen.<sup>263</sup>

När det hävdas att medierna är marknadsstyrda eller marknadsdrivna, är den underliggande tanken att detta gäller generellt eller åtminstone medier som vänder sig till en bred publik. Det finns dock stora skillnader mellan olika typer av medieföretag, vilket medieforskaren Ingrid Östlund har visat i en analys. Enligt henne bör man skilja mellan *medier*

som *kunskapsföretag* och *medier som industrialiserade tjänsteföretag*, där kunskapsföretagen på ett helt annat sätt än de industrialiserade tjänsteföretagen värdesätter publicistiska ideal och samhällsansvaret. Detta medan industrialiserade tjänsteföretag framförallt orienterar sig mot marknader som genererar intäkter, samtidigt som de värdesätter förströelse, sensationell och underhållande journalistik framför journalistik i samhällets eller demokratins intresse.<sup>264</sup> Utifrån detta är det en empirisk fråga i vilken utsträckning olika medier drar åt att vara kunskapsföretag respektive industrialiserade tjänsteföretag.

När det gäller public service-medier kan man konstatera att de inte är beroende av annonsmarknaden och att de snarast bör karaktäriseras som kunskapsföretag. Samtidigt har de en politisk marknad att ta hänsyn till, där människors villighet att betala licensavgifter delvis beror på public service-mediernas legitimitet. På spel för public service-medierna står också friheten från det politiska systemet. Även om dessa medier i den vardagliga verksamheten är oberoende av riksdag och regering, är de beroende av de strukturella villkor för verksamheten som riksdag och regering sätter upp. Införande av digital-tv är ett exempel på det.

På grund av public service-mediernas behov av legitimitet är det viktigt för dem att locka en stor publik. Det blev särskilt tydligt för drygt 10 år sedan, när ledningen för Sveriges Television beslutade att införa som publikmål att nå minst 50 procent av tv-tittarna en genomsnittlig dag.<sup>265</sup> Därmed fördes en kommersiell logik in i public service-tänkandet, eftersom en konsekvens av publikmålet är att det blir viktigare att nå många än vad man når dem med. Kvantitet fick större tyngd på bekostnad av kvalitet.

På det sättet präglas såväl public service-medier som privata medieföretag av att vara utsatta för konkurrens. Ju hårdare den är, desto större är trycket på rationaliseringar. Desto större är risken att journalistiska värden offras till förmån för ekonomiska värden och att företagen omvandlas från att vara kunskapsföretag till att bli industrialiserade tjänsteföretag.

Särskilt utsatta är tidningarna, eftersom utvecklingen de senaste åren visar att det är en bransch med ekonomiska problem. Räknar man bort det statliga presstödet gick tidningsbranschen som helhet med 455 miljoner minus 2002. Det motsvarar förvisso bara 2,8 procent av rörelsemarginalen, men det handlar ändå om stora summor. En viktig förklaring är problemen på annonsmarknaden, där morgonpressens årliga annonsintäkter har minskat från 7,7 miljarder 1990 till 7,2 miljarder 2002, samtidigt som de totala investeringarna i marknadskommunikation under samma tid har ökat från 28,1 till 45 miljarder.<sup>266</sup> Följden är att dagspressen under perioden 1990–2002 har minskat sin andel av den totala reklamkakan från 79 till 53 procent.<sup>267</sup>

Morgonpressen har således tappat både räknat i kronor och marknads-

andelar, vilket ställer krav på nedskärningar och effektiviseringar. Det visar sig tydligt av de tidningssammanslagningar, uppköp och annonsarbeten som har präglat den lokala tidningsmarknaden under de senaste åren. Att de ekonomiska villkoren påverkar medieföretagen är därför uppenbart, vilket leder till att medieföretagen ökar pressen på nyhetsredaktionerna.

Samtidigt är det tveksamt om de svenska medieföretagen generellt kännetecknas av de utmärkande dragen för en journalistik som *konsekvent* vilar på marknadsmässiga grunder och präglas av de industrialiserade tjänsteföretagens logik. Enligt en tidigare analys som jag har gjort tillsammans med Lars Nord skulle det i så fall innebära att:

- avkastningen till ägarna är det absolut viktigaste målet,
- företagets framgång mäts huvudsakligen i ekonomiska till skillnad från publicistiska resultat,
- ständiga kostnadsbesparingar görs på nyhetsredaktionerna och bland annan redaktionell personal,
- andelen egenproduktion minskas till förmån för journalistik inköpt från nyhetsbyråerna,
- det finns en överbetoning av underhållning och sensationell rapportering,
- strävan efter att nå största möjliga publik är konsekvent viktigare än vad man når publiken med,
- journalistiken anpassas till produktionscykeln för att nå största möjliga genomslag,
- publikundersökningar görs regelbundet som underlag för utformningen av medieinnehållet,
- medarbetare och program används medvetet i syfte att göra reklam för det egna mediet,
- medierna ser på och tilltalar människor som konsumenter snarare än som medborgare.<sup>268</sup>

Än så länge saknas undersökningar som heltäckande undersöker i vilken grad dessa kännetecken präglar de svenska medieföretagens verksamhet och deras journalistik. Någon säker slutsats om den svenska journalistikens generella grad av marknadsstyrning går därför inte att dra. Ändå finns det skäl att tvivla på alla påståenden om att ekonomi numera betyder allt och journalistiken bara är ett alibi för medierna.

Ett skäl är att enkätundersökningar visar att den uppfattningen inte har stöd hos svenska chefredaktörer. Enligt dem är de journalistiska drivkrafterna starkare än såväl de ekonomiska som de politiska drivkrafterna. Av 35 chefredaktörer som deltog i en enkätundersökning 2001/2002 var det bara tre som instämde delvis i att »nyheter som inte är säljande väljs

bort«. Ingen instämde helt medan 30 tog avstånd från påståendet. Istället finns det av chefredaktörerna själva att döma »en strävan på tidningarna efter att kombinera maximal vinst med journalistisk kvalitet«. <sup>269</sup> Intervjuer med ledande journalister i samband med 2002 års val visar också att få av dem anser att de fick för små ekonomiska resurser för valbevakningen. Tvärtom anser de att de i princip fick de resurser som de ville ha, även på lösnummersålda tidningar som Aftonbladet. <sup>270</sup> Vidare finns det ingen innehållsanalys ännu som visar att medierna konsekvent satsar på en journalistik som lockar så många som möjligt. Visserligen finns det gott om exempel på journalistik som är ytlig, billig att producera och som dramatiserar verkligheten på ett sätt som underhåller snarare än informerar, men det finns också gott om exempel på motsatsen.

Att hävda att svenska medieföretag generellt sett numera är strikt marknadsdrivna, det vill säga att de uteslutande låter sig styras av konkurrensen på annonsmarknaden, kapitalmarknaden, källmarknaden och publikmarknaden, framstår med andra ord som en överdrift. Visserligen finns det medieföretag av den typen, men då handlar det om industrialiserade tjänsteföretag som TV3, TV5 och Metro snarare än om kunskapsföretag som SVT, TV4 eller Dagens Nyheter. <sup>271</sup>

Generellt sett betyder marknaderna således inte allt – men inte heller är de betydelselösa. Deras betydelse har dock ökat i betydelse de senaste decennierna, i takt med att konkurrensen på samtliga marknader har hårdnat. Slutsatsen är därför att medierna generellt sett har blivit mer *marknadsorienterade* och *marknadsdisciplinerade* <sup>272</sup>, utan att ha blivit *marknadsstyrda*.

Medierna tar mer hänsyn till marknaderna än förr, och det påverkar den journalistiska kvaliteten i en negativ riktning, men de låter sig inte uteslutande styras av dem. Det underliggande målet, åtminstone för medier med publicistisk tradition, är att försöka hitta den brytpunkt där man får mest journalistik för pengarna. I det sammanhanget är det viktigt att komma ihåg att en central skillnad mellan svenska och exempelvis amerikanska medieföretag är att de flesta svenska medieföretagen inte är börsnoterade. Därmed har de inte samma tryck utifrån på ständigt ökande vinster som deras amerikanska motsvarigheter har.

Att marknaderna betyder mer för medierna betyder dock inte att marknaderna har makt över journalistiken. Dels är inte marknaden någon enskild aktör som medvetet strävar åt ett visst håll, dels bestämmer medieföretagen själva hur stor vinst de vill nå, vilka resurser nyhetsredaktionerna ska få och hur stort utrymme det journalistiska innehållet ska få i förhållande till annat medieinnehåll. Den påverkan som marknaderna har över journalistiken är därför i huvudsak indirekt, filtrerad genom medieföretagen. Den varierar också mellan olika medier.

Verkligheten är inte svart eller vit; medierna är inte antingen marknadsstyrda eller publicistiskt styrda. De är alltmer, om än i varierande grad, marknadsorienterade och disciplinerade av hänsynstaganden till de olika marknaderna. Att det påverkar den journalistiska kvaliteten negativt är en uppenbar risk. Allt annat lika kan aldrig redaktioner som har bantats så hårt att de närmast framstår som anorektiska åstadkomma lika kvalitativa journalistiska produkter som redaktioner som har god tillgång till personal.

### Expanderande nyhetssystem

Att medieföretagen påverkas mer av konkurrensen än vad de gjorde tidigare beror inte minst på att konkurrensen på samtliga marknader har ökat dramatiskt. I samtliga fall hänger det samman med förändringarna av medie- och informationstekniken, som har bidragit till ett kraftigt expanderande medie- och nyhetssystem.

För svensk del har medie- och nyhetssystemet expanderat i två faser. Den första fasen kan sägas ha startat 1986, då det blev tillåtet att vidarebefordra i princip vilka satellitkanaler som helst i kabel-tv-näten. Den verkliga startpunkten blev nyårsaftonen 1987, då TV3 bröt Sveriges Radios monopol på tv-sändningar på svenska och riktade mot en svensk publik. Två år senare tillkom Nordic Channel (senare Kanal 5) och TV4. Hösten 1991 fick TV4 tillstånd att sända i marknätet. Sedan dröjde det bara ett par år tills statens radiomonopol bröts. Hösten 1993 började de första privata radiokanalerna sända.<sup>273</sup>

På några få år gick Sverige från ett medielandskap som på etermediesidan dominerades helt av två tv-kanaler och fyra radiokanaler, samtliga producerade och sända av public service-bolag, till en mångfald tv- och radiokanaler med betydande privata inslag. Konkurrensen om människors uppmärksamhet ökade därmed dramatiskt, vilket i kombination med 1990-talets lågkonjunktur med försämrade annonsmarknad skapade ett hårt tryck på medierna och journalistiken.

Den andra expansionsfasen inleddes på allvar 1995, i och med informationsteknikens och Internets spridning. Det året var andelen svenskar som använder Internet minst en gång i veckan fyra procent. Sedan ökade andelen dramatiskt de närmaste åren, för att år 2002 uppgå till 55 procent. Samma år hade 74 procent av svenskarna tillgång till Internet, antingen i hemmet, i skolan eller på arbetet.<sup>274</sup>

I takt med att antalet Internetanvändare har ökat, och det rekordsnabbt jämfört med spridningen av tidigare kommunikationstekniker, har också antalet hemsidor ökat dramatiskt.<sup>275</sup> Även om bara en bråkdel av dessa ägnar sig åt nyhetsförmedling har också den en framträdande plats på

nätet. För etablerade medieföretag är det självklart i dag att man har en hemsida, men vid sidan av detta har det tillkommit en mängd elektroniska nyhetstjänster och medieföretag som endast är etablerade på Internet. Dessutom är det vanligt att nyheter publiceras också på hemsidor som annars inte har något med nyhetsförmedling att göra.

Konsekvensen är att det aldrig har funnits lika mycket information tillgänglig som nu. Samtidigt har dygnet fortfarande bara 24 timmar medan vår förmåga att uppmärksamma informationen är i stort sett oförändrad. Slutsatsen av det är enkel: Aldrig har överskottet av information och underskottet av uppmärksamhet varit lika stort som nu.

Detta har bidragit till en skärpt konkurrens om människors uppmärksamhet och om nyheter som upplevs som tillräckligt intressanta eller dramatiska för att kunna tränga igenom det informationsbrus som omger oss. Samtidigt har informationstekniken och Internet bidragit till att både minska avstånd och öka tempot. Det senare har påverkat inte minst tidningarna, vars produktionscyklar tidigare varit starkt präglade av att varje dygn erbjudit en och bara en deadline för när tidningen ska vara klar för tryck. I och med Internet finns det helt plötsligt möjlighet att uppdatera nyheterna hela tiden, dygnet runt. Direktsändningar är inte längre en möjlighet enbart för tv-nyheter utan för samtliga medier. Journalistiken har gått från deadline till online. Det visade sig bland annat i samband med terrorattackerna mot USA, där hela 65 procent av svenskarerna nåddes av nyheterna inom bara en timme.<sup>276</sup>

För journalistiken skapar detta ökade tempo i kombination med den hårdnande kampen om människors uppmärksamhet en frestelse att bortse från klassiska journalistiska dygder såsom ordentlig research, källkontroll och att varje artikel eller inslag bör ha minst två av varandra oberoende källor. Snabba nyheter riskerar bli viktigare än korrekta nyheter.

Internet har också bidragit till att journalistikens monopol inom nyhetsförmedlingen har utmanats och att skillnaden mellan nyhetsproducent och nyhetskonsument har suddats ut. Detta kan illustreras av hur nyheten om den så kallade Lewinsky-affären kom till allmän kännedom.

Ursprungligen var det nyhetsmagasinet Newsweek som grävde fram nyheten under flera månaders arbete. I sista stund inför publicering valde man emellertid att vänta med att släppa den till nästa veckas nummer, bland annat därför att det fortfarande fanns oklarheter om vad som hade hänt och inte hänt. Det dröjde emellertid bara fem timmar förrän nyheten släpptes på Internet, av Matt Drudge, som startat sin egen skvaller- och nyhetshemsida.<sup>277</sup> Att det fortfarande fanns oklarheter om vad som var sant och inte sant, var ingenting som bekymrade Drudge. Och när nyheten väl »var ute«, då var det legitimt för etablerade nyhetsmedier att rapportera om den, trots att samma oklarheter fortfarande fanns.

Detta illustrerar hur nyhetsmedierna, inklusive Internet, kan fungera som ett relativt slutet system. Uppgifter i ett medium sprids till ett annat medium, som sprider det vidare till nästa och så vidare, i en kedja som gör att det i slutänden är svårt att avgöra var nyheten har sitt ursprung och om det finns någon substans i den. I det sammanhanget spelar tidsfaktorn en central roll. De deadlines som fanns innan dygnet runt-nyheter blev vanliga gav nyhetsmedierna möjlighet att kontrollera och undersöka substansen i olika möjliga nyheter. Ju snabbare nyhetssystemet verkar, ju mer nyhetsmedierna känner sig pressade att vara först med nyheterna, desto större är risken inte bara för att felaktigheter eller lögnar publiceras, utan också att de får spridning i andra medier. Det gäller inte bara Internet, utan också tv- och radionyheter i takt med att antalet sändningar per dag har ökat och att vissa medier sänder nyheter dygnet runt.

En god illustration av detta gavs tisdagen den 16 september 2003, då såväl Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen i sina nätupplagor före klockan 14 kunde berätta att polisen gripit en man misstänkt för mordet på utrikesminister Anna Lindh – trots att ingen person då hade gripits, och trots att det skulle dröja till efter klockan 21 samma kväll innan någon greps. Samtliga medier hänvisade efteråt till »våra källor«, men utan att ange vilka de var. Ett par dagar efteråt förklarade också redaktören för svd.se, Ola Henriksson:

Men nätet är ju snabbt, och tittar man runt på vad som hände i går, så florerade ett stort antal uppgifter under en halvtimmes tid, och ett stort antal rubriker, så det är klart att det blir både en styrka och en svaghet. Man kan ändra om det blir fel. Men det blir också ett krav på att man måste skriva någonting.<sup>278</sup>

Risken att felaktigheter får spridning är särskilt stor då Internets kapacitet att lagra gamla artiklar och nyheter är större än kapaciteten hos traditionella tidningar eller tv-nyheter, och då det i sin tur har underlättat för både nyhetskonsumenter och journalister att använda sig av gamla texter och sändningar som källor. Om felaktigheter i en nyhet inte korrigeras innebär det att de kan fortplantas inte bara i ett kort tidsperspektiv, utan också i ett längre.<sup>279</sup>

Annorlunda uttryckt har det ökade tempot i nyhetsproduktionen i kombination med den hårdnande kampen om människors uppmärksamhet och marknadsorienteringen ökat risken att journalistiken ersätts av *pseudojournalistik*. Med pseudojournalistik avses då ett medieinnehåll som på ytan liknar genuin journalistik, utan att leva upp till de journalistiska dygderna om att beskriva verkligheten så sanningsenligt som möjligt med hjälp av flera källor, ordentlig research och faktakontroll, bedömningar av nyheternas relevans och en självständig rapportering.<sup>280</sup>

Jayson Blair är ett exempel på vad som visade sig vara pseudojournalistik, på samma sätt som Drudges skrivelser och den journalistik som tog fasta på dem utan att kontrollera sanningshalten var det. Det går även att finna svenska exempel, som när svenska journalister i samband med terrorattackerna mot USA 11 september 2001 rapporterade »fakta« som inte var kontrollerade och som senare visade sig vara osanna.<sup>281</sup> Ett annat exempel var när medierna mycket detaljrikt men på lösa grunder rapporterade om den 35-årige man som misstänktes för mordet på Anna Lindh som om han var skyldig, när han bara någon dag efteråt friades från misstankar.<sup>282</sup>

Frågan är om inte delar av rapporteringen från Irak-kriget från de så kallade inbäddade journalisterna som följde med de amerikanska och brittiska trupperna också bör ses som pseudojournalistik.<sup>283</sup> I och med att dessa inbäddade reportrar rapporterade direkt, hade de ingen möjlighet att kontrollera den information de förmedlade. Därmed var risken stor att det som förmedlades som information i slutändan var desinformation. Viktigt att komma ihåg är nämligen, som mediekritikern Neil Postman har påpekat, att desinformation inte nödvändigtvis betyder falsk information. Desinformation betyder vilseledande information; information som är malplacerad, fragmenterad eller ytlig, och som ger en illusion av att man får veta något samtidigt som den i själva verket leder bort från kunskap.<sup>284</sup> Eller, för att citera medieforskaren Philip Seib:

[Man kan] hävda att åtminstone delar av live-rapporteringen överhuvudtaget inte är journalistik. Det är voyeurism. Journalistik är en process: samla information, analysera dess tillförlitlighet och vikt, skaffa kompletterande information, och sedan sätta samman det i en föreståelig och användbar form för spridning till allmänheten. Live-journalistiken kan kortsluta den processen, genom att gå från insamling till spridning utan någonting däremellan. Detta må använda journalistikens teknologiska redskap, men det behöver inte nödvändigtvis vara journalistik.<sup>285</sup>

Talande i det här sammanhanget är en artikel som Peppe Engberg skrev när han var chefredaktör för den numera nedlagda tidningen *Vision*. Där skrev han om hur möjligheterna att ständigt uppdatera nyheterna på Internet har förändrat den journalistiska metodiken och till att parollen »fort men fel« har blivit allt mer accepterad:

Om du förr gjorde research för att sedan publicera, så börjar resan numera med att du publicerar en lätt draperad hypotes för att efterhand bygga ut och revidera din historia under direkt [...] medverkan – från dina läsare. Och inte minst: genom ett effektivt växelspel mellan olika redaktioner. En effekt: Demarkationslinjen mellan sanning och lögn riskerar att växa igen som en dåligt underhållen rågång mellan två skogsskiften.<sup>286</sup>

Frågan om det fortfarande handlar om journalistik eller om den har ersatts av pseudojournalistik tog han aldrig upp, men om man utgår från klassiska definitioner av journalistik hade Engberg både rätt och fel. Han hade rätt i att möjligheterna att ständigt uppdatera nyheterna har ökat risken för felaktigheter i rapporteringen, men fel i att det fortfarande handlar om journalistik.

Sammanfattningsvis påverkas medierna som företag, nyhetsredaktionerna och journalistikens innehåll kraftigt av de teknologiska villkor som råder. Och det gäller även deras format.

### Inom formatets gränser

Att det är svårt att få in fyrkantiga kuber i runda hål vet alla som har lekt med byggklossar. De runda hålen begränsar på ett avgörande sätt vad som är möjligt att få in i dem. På samma sätt förhåller det sig med medierna och deras format: De sätter gränser.<sup>287</sup> I den meningen hade Marshall McLuhan rätt när han yttrade de berömda orden »Mediet är budskapet«.<sup>288</sup>

Exakt vilka gränser formatet sätter varierar givetvis beroende på medium. Medan tidningsformatet huvudsakligen bygger på det skrivna ordet, bygger tv-formatet på rörliga bilder. Med andra ord är det bilden som är huvudsaklig meningsbärare i tv, medan texten är det i tidningar.

Bild och text som kommunikationsformer skiljer sig dock åt i en rad avseenden. Till att börja med innebär läsandet »att följa en tankekedja, något som kräver avsevärd förmåga att klassificera, att dra slutsatser och att resonera«.<sup>289</sup> Själva textens uppbyggnad innebär att en läsare måste foga ord till varandra i en logisk och begriplig ordning. Läsning sker därför linjärt; ett ord följs av ett annat, som följs av ytterligare ett och så vidare. Ska läsandet ha någon mening krävs det därför både att orden i sig och deras bindningar till varandra förstås. Det kräver också att ordens innebörd kan föreställas. Genom detta uppmuntrar texten som kommunikationsform ett logiskt, sekventiellt och, möjligen paradoxalt, fantasifullt tänkande.<sup>290</sup> Därmed kräver texten en viss grad av aktivitet hos läsare. Att läsa betyder »att väga idéer mot varandra, att jämföra och kontrastera påståenden, att förbinda en generalisering med en annan. För att kunna göra detta måste man kunna distansera sig från själva orden, något som befrämjas av den isolerade och opersonliga texten«.<sup>291</sup> Texten som kommunikationsbärare är därför till sin natur i första hand riktad till människornas intellekt. För att kunna tillgodogöra sig texten måste bearbetningen därför ske kontinuerligt, i läsarens egen takt.

Detta är en skillnad i förhållande till rörliga bilder som kommunikationsform, exempelvis i tv-nyheter. För det första innehåller tv-mediet

flera olika former av informationsbärare: bild, text och ljud. För det andra uppträder dessa samtidigt. För det tredje har inte konsumenten makt över tempot. Vid läsning bestämmer man själv takten; vid tv-tittande är det producenten som bestämmer takten. Som tittare får man välja mellan att följa med eller avstå.<sup>292</sup>

Med andra ord utmärks texten av att man följer en kedja av ord som tillsammans skapar mening, medan tv utmärks av samtidighet. Det gör i sin tur att tv-bilden är bra på att konkretisera, fånga enskildheter och väcka känslor, medan texter är mer lämpade för abstraktioner, logiska tankekedjor och förmedlande av fakta.<sup>293</sup>

Ett textbaserat och ett bildbaserat medium lämpar sig därför för olika former av nyheter. Båda formaten är begränsande, men på olika sätt. En tidning kan aldrig fånga dramatiken i ett skeende på samma sätt som tv, medan tidningar är bättre på att beskriva de strukturella och bakomliggande orsakerna bakom samma händelse.

Formatet kommer före innehållet; innehållet måste därför spela på formatets villkor. På detta grundläggande plan påverkas medieinnehållet och journalistiken alltid av de tekniska villkor som råder. Men precis som i fallet med de ekonomiska villkoren bör man inte sätta likhetstecken mellan att medierna och journalistiken påverkas och att det finns någon eller några som utövar kontrollerad påverkan. Även om påverkan av de teknologiska villkoren och av formatet är omfattande och grundläggande, kvarstår att makten över journalistiken huvudsakligen ligger hos medierna själva.

## Globaliserade medier

Nära kopplad till den medietekniska utvecklingen och mediernas marknadsorientering är de senaste decenniernas tilltagande globalisering. Basen i den globaliseringen ligger i de avancerade samhällenas förändring från ett industriellt till ett informationellt utvecklingssätt, med vilket menas att källan till produktivitet och välbefinnande inte längre ligger i en kvantitativ ökning av arbete och naturresurser. I motsats till detta, skriver sociologen Manuel Castells, präglas det informationella utvecklingssättet av att »källan till produktivitet [är] kunskapsalstringens, informationsbehandlingens och symbolkommunikationens teknik«.<sup>294</sup>

I och med informationsteknikens framväxt och dess gränsöverskridande karaktär, betyder inte nationsgränserna lika mycket som förr. Internet är ett bra exempel på detta – Internet finns både överallt och ingenstans. Visserligen är tillgången till Internet ojämn i ett internationellt perspektiv,<sup>295</sup> men principiellt är Internet oberoende av det geografiska rummet. Internet existerar i ett eget virtuellt rum.

Informationstekniken och den vidhängande globaliseringen manifesterar sig på olika nivåer i samhället, från den individuella till den ekonomiska och politiska nivån. På den individuella nivån har det blivit möjligt för var och en av oss att kommunicera med människor i andra delar av världen, att inhämta och sprida information över nationsgränserna. Det har blivit enklare att flytta över nationsgränserna och under kortare eller längre tid utbilda oss eller arbeta utomlands. Kulturella och sociala influenser sprids mycket snabbare över världen än någonsin, och man kan därför tala om att det åtminstone på ett ytligt plan i vissa fall existerar en gemensam global kultur centrerad kring musik, film och mode.

På den ekonomiska nivån har exporten ökat samtidigt som det blivit enklare för företagen att sprida produktionen av sina varor till de länder som i något avseende erbjuder bäst villkor. Det kan handla om att länderna erbjuder billig eller välutbildad arbetskraft, alternativt närhet till de marknader som varorna säljs på. Företagen har därför blivit alltmer multi- eller transnationella. Sålunda konstaterar de brittiska forskarna David Held och Anthony McGrew att: »Multinationella företag svarar nu [...] för åtminstone 25 procent av världsproduktionen och 70 procent av världshandeln, medan deras samlade försäljning motsvarar nästan 50 procent av världens BNP«.<sup>296</sup>

På den politiska nivån har det blivit allt viktigare att organisera sig i nationsövergripande samarbeten, i mer eller mindre institutionaliserade former. När de problem politiken har att hantera blir alltmer gränslösa behöver politiken finna vägar att över nationsgränserna möta dem. Den Europeiska unionen (EU) är ett exempel på det, men det finns många fler. Talande är att år 2000 fanns det 6 743 mellanstatliga organisationer och 47 098 icke-statliga internationella organisationer, vilket kan jämföras med att motsvarande antal var 37 respektive 176 i början av 1900-talet. Ett annat uttryck för politikens globalisering är att det vid mitten av 1800-talet endast hölls ett par-tre konferenser per år med olika stater som deltagare, medan motsvarande antal i dag överstiger 4 000.<sup>297</sup> Det illustrerar att nationalstaterna inte längre kan betraktas som självständiga politiska rum. För att citera Castells: »Nationalstaten, som definierat medborgarskapets domän, procedurer och föremål, har tappat mycket av sin suveränitet, undergrävd av de globala flödenas dynamik och de nationsövergripande nätverken av pengar, information och makt«.<sup>298</sup>

Att denna globalisering påverkar även medierna behöver knappast sägas.<sup>299</sup> För att fullt ut förstå mediernas globalisering och dess påverkan på journalistiken bör man dock skilja mellan globaliseringen av ägandet, globaliseringen av nyhetsproduktionen, globaliseringen av nyhetsförmedlingen och globaliseringen av nyhetskonsumtionen.

När det gäller *globaliseringen av ägandet* har det skett stora förändring-

är sedan slutet av 1980-talet, vilket tidsmässigt sammanfaller med avregleringen av etermedierna och framväxten av kabel- och satellitkanalerna.<sup>300</sup> I och med dessa förändringar växte det fram möjligheter för privata aktörer att köpa upp gamla eller starta nya kanaler. En ny marknad öppnades upp för redan stora mediekoncerner med kapital nog att expandera globalt eller regionalt.

I vårt eget närområde har ägandet globaliserats eller avnationaliserats, genom att flera svenska medieföretag har expanderat utomlands. Sålunda är Bonniers hel- eller delägare i tidningar i bland annat Sverige, Skottland, Ryssland, Danmark och Polen. Dessutom äger de andra medierelaterade företag i länder som Frankrike, Storbritannien, Finland med flera länder.<sup>301</sup> På likartat sätt har svenska Modern Times Group (MTG) ägarintressen inom tv, radio, tidningar, filmproduktion med mera i länder som Sverige, Estland, Ungern, Spanien, Kina och Japan med flera.<sup>302</sup> Parallellt har flera utländska medieägare gått in på den svenska marknaden. Till dem hör norska Schibsted som äger bland annat Svenska Dagbladet och Aftonbladet, norska Orkla som bland annat äger Norrländska socialdemokraten, USA-ägda SBS som bland annat äger Kanal 5 och Radio City, samt franska NRJ som äger radiokanalen med samma namn.<sup>303</sup>

Globalt sett domineras medieägandet av ett fåtal, i flertalet fall amerikanska, mediekonglomerat. Tabell 5.1 nedan ger en översikt över de sex största mediekonglomeraten globalt sett, deras omsättning 2001 och några exempel på medier som är hel- eller delägda av dem. I jämförelse med dem framstår Bonniers, med en omsättning på cirka två miljarder, som ett litet företag.

Vad som samtidigt är viktigt att notera är tendensen att både stora och små medieföretag har intressen som sträcker sig långt bortom nyhetsmedierna och journalistiken. Nyhetsmedier och nyhetsjournalistik utgör bara en mer eller mindre marginell del av de globala mediernas verksamheter. Tittar vi på USA är de tre traditionellt sett största nyhetsförmedlarna på tv-området ABC, CBS och NBC, och de ägs av Disney, Viacom och General Electric.<sup>305</sup> Disney har som bekant sitt ursprung inom den tecknade underhållningen, men General Electric är som namnet antyder ett företag vars ursprungliga sysselsättning var inom elbranschen. Intressant är att även världens enskilt största företag, General Motors, äger tre av de största satellit-tv bolagen i USA.<sup>306</sup> Det understryker att det är orimligt att sätta likhetstecken mellan medier och journalistik. Vilket intresse de olika medierna har av journalistik är i högsta grad en öppen fråga.

De globala mediekonglomeratens verksamhet präglas i hög grad av två ambitioner, som båda har som yttersta syfte att uppnå lönsamhet. Den ena är *horisontell integrering*, vilket innebär att ett företag försöker behärska så mycket av utbudet inom sitt speciella område. Den yttersta for-

**Tabell 5.1.** Världens sex största mediekonglomerat.<sup>304</sup>

|                                      | Omsättning 2001<br>(dollar) | Exempel på medier som är hel- eller delägda<br>av respektive mediekonglomerat                           |
|--------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AOL Time Warner<br>(USA)             | 38 miljarder                | CNN, 24 tidningsmagasin, 22 kabel-tv-stationer, Warner Music Group, flera bokförlag                     |
| Walt Disney<br>(USA)                 | 25 miljarder                | ABC, 10 amerikanska tv-kanaler, 21 radio-stationer, flera filmstudios, flera bokförlag, tre skivbolag   |
| Viacom Inc.<br>(USA)                 | 23 miljarder                | CBS, Mtv, 12 amerikanska tv-kanaler, 12 radio-stationer, flera bokförlag, filmproduktionsbolag          |
| Vivendi Universal<br>(Frankrike)     | 18 miljarder                | Canal+, tv-produktionsbolag (Universal Studios), musikindustri (Universal Music), flera bokförlag.      |
| Bertelsmann<br>(Tyskland)            | 15 miljarder                | Fyra tyska tv-kanaler, 18 europeiska radio-stationer, flera tidskrifter, bokförlag och musikbolag (RCA) |
| News Corporation<br>(USA/Australien) | 13 miljarder                | Fox Television, BskyB, 132 tidningar, 22 tv-stationer, ett antal bokförlag, filmproduktionsbolag        |

men av horisontell integrering är monopol. Den andra är *vertikal integrering*, vilket innebär att ett medieföretag försöker behärska inte bara produktionen av en viss typ av medieinnehåll, utan också distributionskanalerna.<sup>307</sup> Om man tar Disney som exempel så finns det en kommersiell logik i detta. Säg att de producerar en film inom något av sina filmproduktionsbolag. De kan sedan visa den bland annat på sina egna biografier, samtidigt som de gör reklam för den i sina egna tidningar och i sina egna tv- och radiokanaler. På så sätt kan de försäkra sig om att filmen inte drunknar i konkurrensen med andra filmer. Hur vanligt det är med den typen av strategiska lanseringar är osäkert, men att det förekommer och är vanligt kan man nog vara säker på.

När det gäller *globaliseringen av nyhetsproduktionen* och *nyhetsförmedlingen* har de internationella nyhetsbyråerna en central roll. I den utsträckning de svenska medierna inte har egna utrikeskorrespondenter på plats, fungerar de dessa nyhetsbyråer som *gatekeepers*.<sup>308</sup> Det är de som bestämmer vad som ska uppmärksammas och på vilket sätt. De påverkar också TT, som nationellt fungerar som gatekeeper. Det kan illustreras av att mer än hälften av de utrikesnyheter som TT sänder ut kommer från den Londonbaserade nyhetsbyrån Reuters.<sup>309</sup> Den internationellt sett största nyhetsbyrån inom traditionell nyhetsförmedling är dock Associated Press (AP). Andra viktiga internationella nyhetsbyråer är

Agence France-Presse (AFP), Deutsche Presse-Agentur (dpa) och United Press International (UPI).<sup>310</sup>

Vid sidan av de traditionella nyhetsbyråerna spelar de internationella bildbyråerna en stor roll för de nyheter som förmedlas i tv. I och med att det har blivit lättare att förmedla både stillbilder och film på kort tid över långa avstånd, har detta förändrat villkoren för utrikesrapporteringen både i tidningar och tv. Om det förr var svårt för svenska medier att få tillgång till stillbilder och rörliga bilder av nyheter från andra delar av världen, råder det i dag ett överskott på bilder av alla de slag. Ett exempel på detta är att Eurovision News Exchange, som är ett samarbete och utbyte av nyhetsfilm mellan de europeiska tv-bolagen, i början av 1960-talet distribuerade 3–4 nyhetsfilmer per dag. I dag distribuerar de filmer konstant, dygnet runt.<sup>311</sup> Det är ytterligare ett exempel på hur teknologiska villkor påverkar och förändrar villkoren för nyhetsjournalistiken.

Vilka konsekvenser får då globaliseringen av nyhetsproduktionen och av nyhetsförmedlingen för journalistikens innehåll? Det är svårt att ge ett enkelt svar, eftersom journalistik är ett resultat av både utbud och efterfrågan. När det gäller globaliseringen handlar det dessutom fråga om efterfrågan på två nivåer. Skillnaden mellan nyhetsbyråer och medier är nämligen att de förra vänder sig till medierna som konsumenter, medan medierna vänder sig till medborgarna som konsumenter. Nyhetsbyråerna erbjuder sålunda ett visst utbud till medierna. De i sin tur gör ett urval av det utbudet, som de sedan tillhandahåller medborgarna.

Å ena sidan leder den ökade globaliseringen av nyhetsproduktionen och nyhetsförmedlingen att möjligheterna att skaffa information om sådant som händer i världen är större än någonsin. Det gäller särskilt med tanke på att nyhetskonsumtionen också har globaliserats, genom att vi alla kan ta del av internationella nyheter via tv eller Internet. Å andra sidan är det ganska få nyhetsbyråer som står för en mycket stor del av de nyheter som svenska medier förmedlar vidare. Det leder till en ökad risk för likriktning av det journalistiska utbudet både i olika länder och i olika medier inom ett och samma land. Mångfalden riskerar därför paradoxalt nog att minska samtidigt som mängden utrikesnyheter har ökat dramatiskt.<sup>312</sup>

Om denna risk är eller blir verklig beror dock på tre faktorer. Den första faktorn handlar om tendenserna till ökad medie- och maktkoncentration globalt, regionalt, nationellt och lokalt – i kombination med hur dessa mediekonglomerat styrs. Maktkoncentrationen är i sig ett hot mot mångfalden, men i vilken utsträckning hotet förverkligas beror på hur verksamheten inom mediekonglomeraten styrs och i vilken utsträckning de olika delarna av företagen är självstyrande i förhållande till varandra och moderbolaget.<sup>313</sup>

Den andra faktorn handlar om i vilken utsträckning de svenska medierna har egna utrikeskorrespondenter, stringers eller utsända medarbetare på plats i olika delar av världen, och var i världen dessa befinner sig. Ju mer medierna förlitar sig på TT som förmedlare av utrikesnyheter, desto större är *risk*en för journalistisk likriktning. För detta talar att det är mycket billigare att köpa utrikesnyheterna från nyhetsbyråerna jämfört med att på egen hand införskaffa dem. Därför är det inte förvånande att det i princip endast är de stora rikstäckande medierna i Sverige som har egna nät av utrikesjournalister, medan lokaltidningarna nästan helt förlitar sig på nyhetsbyråerna.<sup>314</sup> Även de stora rikstäckande medierna förlitar sig dock i stor utsträckning på de utrikesnyheter som förmedlas av nyhetsbyråerna.<sup>315</sup>

Den tredje faktorn som har betydelse för om mångfalden i nyhetsförmedlingen minskar trots att informationsmängden har ökat dramatiskt, handlar om hur nyheter värderas.

### Att värdera vad som ska bli nyheter

Påståendet att det varje dag händer en fullständigt oräknelig mängd händelser skulle knappast kvalificera som en nyhet i något medium. Det är en självklarhet, och sådana är aldrig intressanta som nyheter. »Hund bet man« är inte någon nyhet, medan »man bet hund« är det.

Av den oräkneliga mängd händelser som sker runt om i världen varje dag, kan medierna bara uppmärksamma en mycket liten del. Skälet är enkelt: Verkligheten är obegränsad, mediernas format är begränsade. Detta grundläggande faktum visar att metaforen om journalistiken som en »spegelbild« av verkligheten är och alltid har varit missvisande.

En följd av detta är att journalistik alltid handlar om att göra val. Journalistiken måste hela tiden välja bland annt vilka händelser som ska uppmärksammas, vilka personer som ska få komma till tals, vilka citat som sak väljas, vilka ord som sak användas, vilka fakta som ska inkluderas och vilket utrymme nyheterna ska få. De möjliga nyheterna måste värderas, informationsmängden reduceras, och av alla möjliga nyheter blir bara en bråkdel faktiska nyheter.

Med tanke på att nyhetsvärderingarna ytterst görs av enskilda personer, som journalister eller nyhetschefer, skulle man kunna förvänta sig att nyhetsutbudet skiljer sig mycket mellan olika medier i ett land och mellan olika länder. Så är dock inte fallet. Tvärtom visar en mängd undersökningar att det finns tydliga mönster i mediernas nyhetsvärderingar. Det handlar då om värderingarna av *vad* som ska uppmärksammas av journalistiken.

Enligt sociologen Herbert J. Gans är det huvudsakligen fyra överväganden som görs redaktionellt vid bedömningar av de möjliga nyheter-

na. *För det första*, hur högt upp i makthierarkierna befinner sig personer eller institutioner som är inblandade i en möjlig nyhet? *För det andra*, vilken betydelse har möjliga nyheter för nationen och det nationella intresset? *För det tredje*, hur många personer är berörda av en möjlig nyhet? *För det fjärde*, vilken betydelse har möjliga nyheter för framtiden och/eller det förgångna?<sup>316</sup> Utifrån detta betyder graden av viktighet och relevans mest för vad som blir journalistiska nyheter. Nyheterna ska förmedla sådan information som människor *behöver* få.

Den uppfattningen ter sig dock väl idealistisk, och aktuell forskning visar att även andra faktorer har betydelse vid nyhetsvärderingarna. Inte minst viktigt är det att också ge människor sådan information som de *vill* få.<sup>317</sup> Medierna måste också ta hänsyn till hur kostsamma olika nyheter är att bevaka, producera och förmedla. Sammantaget betyder det att ytterligare två överväganden bör läggas till de fyra som Gans har fört fram: *För det femte*, hur intresserade är människor av den möjliga nyheten? *För det sjätte*, hur kostsam är den möjliga nyheten att bevaka, producera och förmedla?

En annan »checklista« för vad som passar som nyheter har sammanställts av McManus.<sup>318</sup>

1. Tidsmässig närhet – hur ny eller aktuell är en fråga eller händelse?
2. Geografisk närhet – hur nära till de platser publiken befinner sig är en fråga eller händelse?
3. Konsekvens – hur viktig är en fråga eller händelse?
4. Human interest – hur mycket känslor väcker frågan eller händelsen?
5. Elitorientering – hur välkända är människorna inblandade i en fråga eller händelse?
6. Ovanlighet – hur osannolik eller förvånande är frågan eller händelsen?
7. Konflikt – hur mycket oenighet och konflikt råder det mellan människor, organisationer, nationer, eller mellan människan och naturen?
8. Visuell kvalitet – hur gripande är de bilder som kan illustrera en fråga eller händelse?
9. Underhållning – hur stor är den omedelbara belöningen, i form av exempelvis leenden, skratt, ironi eller nyfikenhet, av en fråga eller händelse?
10. Aktualitet – hur mycket publikintresse finns det redan för frågan eller händelsen?

Denna lista över faktorer som har betydelse vid nyhetsvärderingen är amerikansk, men trots det är likheterna slående om man jämför med en svensk motsvarighet av medieforskaren Håkan Hvitfelt. Enligt honom

ökar sannolikheten för att en nyhetsartikel ska produceras, publiceras, placeras på förstasidan och där bli huvudartikel ju mer den behandlar:

- 1) Politik, ekonomi samt brott och olyckor,
- 2) och om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd,
- 3) till händelser och förhållanden
- 4) som är sensationella eller överraskande,
- 5) handlar om enskilda elitpersoner
- 6) och beskrivs tillräckligt enkelt
- 7) men är viktiga och relevanta,
- 8) utspelas under kort tid men som del av ett tema,
- 9) har negativa inslag
- 10) och elitpersoner som källor.<sup>319</sup>

Likheterna mellan den amerikanska och den svenska listan är talande.<sup>320</sup> För *det första* illustrerar det att nyhetsvärderingarna tenderar att vara globalt eller åtminstone västerländskt gemensamma. Det illustrerar, för *det andra*, de journalistiska nyhetsvärderingarnas relativa oberoende av politiskt-institutionella faktorer såsom partisystem och välfärdsstatens storlek. För *det tredje* tycks nyhetsvärderingarna vara förhållandevis oberoende av att konkurrenssituationen på den amerikanska och den svenska mediemarknaden skiljer sig åt, både genom att medieutbudet är mycket större i USA och att de amerikanska medieföretagen i regel är börsnoterade. Det leder, för *det fjärde*, till slutsatsen att när journalistiken professionaliseras blir den samtidigt mer likformig.

Den ökade mångfalden av medier och av medieutbudet tycks inte leda till en ökad mångfald av vad journalistiken uppmärksammar. Istället för fler medier som uppmärksammar fler saker, tycks vi i hög grad ha fått fler medier som uppmärksammar samma saker. Professionaliseringen frigjorde journalistiken från dess tidigare så starka partipolitiska band, men den har inte frigjort journalistiken från sina egna normer och värderingar.

Har då inte enskilda redaktioner och journalister något inflytande över journalistikens innehåll? Hittills tycks svaret på en övergripande och generell nivå vara nekande.<sup>321</sup> Värderingen av *vad* som ska bli nyheter sker rutiniserat – det sitter i väggarna på redaktionerna (väst)världen över att känna igen en nyhet när man ser den. Det behöver inte betyda att enskilda redaktioner saknar makt över journalistikens innehåll – det kan också betyda att de väljer att inte använda den makt de faktiskt har. Det kan bero på starka traditioner, rädsla för att utmana etablerade nyhetsnormer, att den existerande nyhetsvärderingen upplevs som ändamålsenlig eller brist på alternativa publicistiska visioner. Inte minst public journalism-rörelsen har visat att om viljan finns, går det att värdera nyheter annorlunda.<sup>322</sup>

Men oavsett detta säger frågan om redaktionernas makt över vad som ska uppmärksammas ingenting om hur olika nyheter utformas. Det är därför möjligt att redaktionerna och journalisterna har större påverkan på det journalistiska innehållet när det gäller *hur* journalistiken är utformad än när det gäller *vad* den uppmärksammar.

### Påverkan på journalistikens utformning

Efter varje val brukar det följa en debatt om vem som gynnades och vem som missgynnades av medierna. Medan förlorarna gärna skyller på medierna för att det gick som det gick, brukar dock vinnarna hävda att de vann av helt andra orsaker. Detta är exempel på vad psykologerna brukar kalla *självttjänande bias* (*bias* kan översättas till snedvridning eller partiskhet).

Innebörden av självttjänande bias är att människor som har lyckats med något gärna tar åt sig äran och förklarar det med faktorer som man själv har kontroll över, medan människor som har misslyckats med något gärna skyller det på yttre faktorer bortom den egna kontrollen.<sup>323</sup> Därför är det inte förvånande att förlorarna i samband med val gärna skyller på medierna – de befinner sig bortom partiernas kontroll och de har utan tvekan en stor betydelse och makt.

Diskussionen om mediernas partiskhet handlar dock om två olika frågor. Den ena är om journalistikens innehåll på ett konsekvent sätt gynnar eller missgynnar någon eller några specifika aktörer. Den andra är om journalisternas egna åsikter avspeglar sig i det journalistiska innehållet.

Frågan om mediernas partiskhet i samband med riksdagsval har undersökts av Asp sedan 1979.<sup>324</sup> Utifrån 1) antalet gånger ett parti får komma till tals som agerande aktör, 2) antalet gånger det som omtalad aktör får beröm respektive 3) kritik samt 4) antalet gånger ett parti blir omtalat utan att någon värdering görs har Asp skapat »aktörsbehandlingsindex«. Det gör det möjligt att jämföra behandlingen av olika partier i olika val.

Utifrån Asps undersökningar kan man konstatera att något eller några partier alltid gynnas eller missgynnas i varje enskild valrörelse. Samtidigt tycks det inte finnas någon systematik i vilka som gynnas eller missgynnas: »Olika partier gynnas eller missgynnas i olika val«, med Asps egna ord.<sup>325</sup> Det finns dock ett undantag om man tittar på nyhetsprogrammen i Sveriges Television och Sveriges Radio, och det gäller moderaterna och socialdemokraterna. Båda dessa partier har generellt sett fått en mer ogynnsam bevakning i dessa medier.

Enligt Asp behöver det dock inte bero på att journalisterna är avogt inställda mot dessa partier. Eftersom indexet bygger både på hur ofta partierna får komma till tals och hur de blir omtalade, beror resultatet snarare på att socialdemokraterna och moderaterna som de största partierna ofta-

re får kritik från andra partier. De är dessutom varandras huvudmotståndare. Ansvaret ligger därför hos partierna snarare än hos journalisterna.<sup>326</sup>

Samtidigt visar undersökningar att journalisternas partisympatier skiljer sig från allmänhetens.<sup>327</sup> Generellt står journalister betydligt längre åt vänster än vad allmänheten gör; enligt den senaste så kallade journalistundersökningen vid Göteborgs universitet (år 2000) var vänsterpartiet det största partiet bland journalister.<sup>328</sup> Vid sidan av vänsterpartier brukar miljöpartiet och folkpartiet också vara överrepresenterade bland journalister, medan socialdemokraterna och framförallt moderaterna brukar vara underrepresenterade. I så måtto är journalisterna inte åsiktsmässigt representativa för allmänheten.

Undersökningarna av journalistikens faktiska partiskhet ger dock inget stöd för tanken på att journalisternas politiska åsikter skulle avspeglade sig i journalistikens innehåll. Journalisterna må stå till vänster om allmänheten, men det betyder inte automatiskt att journalistikens innehåll är vänstervridet. I analogi med detta är det ett faktum att de flesta svenska medieföretagen är privatägda och att de flesta tidningarna är borgerliga, men det betyder inte automatiskt att journalistiken är högervriden.

Precis som när det gäller värderingen av vad som ska bli nyheter beror detta huvudsakligen på professionaliseringen av journalistiken. För en journalist är det oprofessionellt att låta de egna politiska åsikterna prägla rapporteringen, och därför undviker man det.<sup>329</sup>

Däremot kan journalisternas egna åsikter och värderingar ha betydelse i andra dimensioner än den partipolitiska. Vad som framförallt kan vara av betydelse är hur journalisterna ser på sina egna uppgifter. En journalist som anser att det är mycket viktigt att ge en verklighetsnära bild av politiken producerar sannolikt en annan journalistik än en journalist som anser att det är oviktigt. Likaså kan journalisternas uppfattningar om sina publikationer och källor ha betydelse. En journalist som anser att politiker går att lita på framställer dem sannolikt annorlunda än en journalist som anser motsatsen, på samma sätt som en journalist som anser att människor är politiskt intresserade troligen utformar journalistiken annorlunda än den journalist som tror motsatsen.

Allt detta är dock spekulationer: att bevisa i vilken grad och på vilket sätt enskilda journalisters verklighetsuppfattningar och värderingar påverkar deras artiklar och inslag är oerhört svårt. För att göra det måste man inte bara undersöka individuella journalisters perceptioner och värderingar, utan också ett stort antal artiklar eller inslag av samma journalister. Och även då kan det vara svårt att generalisera resultaten.

Sambandet mellan journalisternas värderingar och journalistikens innehåll kan dock undersökas på en mer övergripande nivå. Vad det då handlar om är dock inte partipolitiska åsikter, utan om de kulturella och

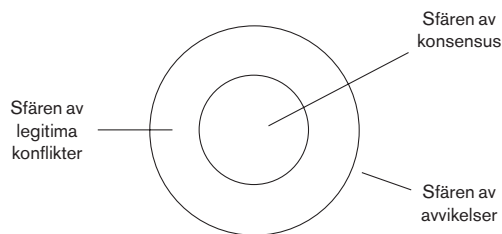
sociala normer som råder i ett samhälle.<sup>330</sup> Sverige brukar exempelvis betraktas som ett land med en kollektivistisk politisk kultur med stor tilltro till välfärdsstatens förmåga att organisera välfärden. I motsats till detta är USA ett land som präglas av en individualistisk politisk kultur, med en stark skepsis mot exempelvis statliga engagemang i välfärden.<sup>331</sup>

Att detta påverkar journalistiken har visats i en undersökning av hur svenska respektive amerikanska medier rapporterade kring förslag om sjukvårdsreformer i respektive länder i början av 1990-talet. Den svenska rapporteringen utgick från att »det normala« är att staten och landstingen ansvarar för såväl finansiering som produktion av sjukvårdstjänster, medan den amerikanska rapporteringen utgick från att »det normala« är att staten engagerar sig så lite som möjligt i den typen av välfärdstjänster.<sup>332</sup>

Detta kan ses som ett konkret uttryck för hur journalister tenderar att dela de allmänt spridda kulturella och sociala normer som råder i ett givet samhälle vid en given tidpunkt. Journalister är sällan extremister. Istället befinner de sig i hög grad i de kulturella och sociala normernas mittfåra, och genom sitt arbete bidrar de till att befästa de existerande normerna. Genom journalistiken definierar medierna och journalister-na gränserna för normaliteten; gränserna mellan det acceptabla och det oacceptabla och mellan de frågor och åsikter som är legitima och de som är extrema och illegitima.<sup>333</sup>

En bra belysning av detta har gjorts av den amerikanske medieforskaren Daniel Hallin, som menar att man förenklat kan dela in frågor, företeelser och problem i tre olika sfärer (figur 5.2).

Frågor som befinner sig i sfären av konsensus är frågor där det finns en grundläggande enighet i samhället; åsikter, värderingar och företeelser som ingen egentligen ifrågasätter. När journalister rapporterar om frågor i den sfären känner de inget behov av att låta olika sidor komma till tals eller att vara ifrågasättande. Tvärtom reproducerar de den konsensus



**Figur 5.2.** Sfärer av konsensus, legitima konflikter och av avvikelser.<sup>334</sup>

och hegemoni som råder genom att låta dessa frågor eller värderingar genomsyra journalistiken som självklarheter. Att få till stånd en debatt om frågor inom sfären av konsensus är därför mycket svårt.

Journalistiken reproducerar den rådande hegemonin också när det gäller sfären av avvikelser, om än på motsatt sätt. Frågor, värderingar eller personer i sfären av avvikelser ligger bortom sådant som det är legitimt att rapportera om; de får ingen plats i journalistiken, just därför att de är definierade som allt för avvikande och extrema. Detta brukar bli tydligt när frågor som rör högerextremisters möjligheter att komma till tals diskuteras. De tillhör sfären för det avvikande och bör enligt många därför inte få den legitimitet som publiciteten kan ge dem.

Detta illustrerar hur det finns gränser för det acceptabla och hur journalistiken bidrar till att upprätthålla gränserna, men också att de kan förskjuta dem genom sin rapportering. Annorlunda uttryckt kan man säga att journalistiken fungerar som moralens väktare i samhället.<sup>335</sup> Det gäller inte bara i fråga om högerextrema partier, utan också på mer subtila sätt. Bara det faktum att det är en nyhet när politiker får höga arvodshöjningar medan det inte är en nyhet om politiker är otrogna, är ett uttryck för detta. I Sverige är pengar »fult«, medan det sexuella hör till den privata sfären. I Storbritannien eller USA förhåller det sig tvärtom.

Den sfär där medierapporteringen framförallt rör sig är sfären av legitima konflikter. Det är också inom denna sfär som journalister känner ett behov av att låta olika röster komma till tals, att vara kritiskt ifrågasättande mot källorna och att ge människor möjlighet att informera sig.

Journalisternas egna åsikter och värderingar kan sålunda påverka journalistikens innehåll, men inte om det leder till att de anses agera oprofessionellt. Därför är misstankarna om att journalister gynnar partier eller personer de sympatiserar oftast ogrundade. Däremot finns det andra områden, både inom sfären för konsensus och sfären av avvikelser, där det inte råder någon motsatsställning mellan subjektivitet och journalistisk professionalitet. På dessa områden kan man förvänta sig en större medveten eller omedveten påverkan på det journalistiska innehållet från mediernas och journalisternas sida.

Vid sidan av denna övergripande nivå har journalisterna också en självklar påverkan på journalistikens innehåll genom val av ord, val av källor, val av vinkel och val av gestaltningar. Denna påverkan kan också antas ha ökat över tid, i takt med att journalistiken har blivit mindre refererande och mer tolkande.<sup>336</sup> Däremot är det svårt att avgöra hur stor den påverkan är.

### Källornas makt över journalistiken

En av de klassiska frågorna inom forskningen om makten över journalistiken handlar om källorna och deras makt. Förhållandet har liknats vid en dans, men frågan är vem som egentligen för dansen.<sup>337</sup> Är det journalisterna eller källorna?

För att kunna besvara den frågan måste man först ringa in vad en journalistisk källa är. Till att börja med bör man skilja mellan muntliga och icke-muntliga källor. De muntliga kan utgöras av exempelvis politiker, företagsledare eller vanligt folk. De icke-muntliga utgörs av dokument av olika slag, exempelvis utredningar, arkivmaterial eller protokoll.<sup>338</sup>

I relation till frågan om källornas makt över journalistiken, är icke-muntliga källor av mindre intresse. De är per definition passiva. När det gäller muntliga källor kan de delas in i två övergripande kategorier: elitkällor eller icke-elitkällor. Gränsen mellan dessa kategorier är dock inte självklar, eftersom det inte existerar någon entydig definition av vilka som hör till eliten.

Allmänt kan man i det här sammanhanget ändå säga att eliten omfattar personer som agerar som företrädare för organisationer, myndigheter, företag och andra institutioner som har en social position, status och någon form av makt i samhället. Det kan handla om politiker, företagsledare eller experter av olika slag. När Hvitfelt skriver om att händelser bör handla om enskilda elitpersoner och ha elitpersoner som källor för att vara bra nyheter, handlar det därför om personer som antingen i sig själva eller i sina positioner har makt och auktoritet.

Frågan om källornas makt över journalistiken handlar i första hand om de muntliga elitkällornas makt över journalistiken. Vilken makt utövar politiker, myndighetsföreträdare, företagsledare eller så kallade experter över journalistikens innehåll, själva eller med hjälp av informatörer, pr-konsulter eller professionella kommunikatörer av andra slag?

Det enkla svaret är att det varierar. Karaktäristiskt för relationen mellan medierna och journalistiken å ena sidan och källorna å den andra är att det råder en bytesrelation.<sup>339</sup> Det medierna och journalistiken kan erbjuda källorna är uppmärksamhet från läsare, lyssnare och tittare, samtidigt som medierna och journalistiken alltid har ett intresse av att med heta nyheter fånga ännu mer av människors uppmärksamhet. Det källorna kan erbjuda medierna och journalistiken är fakta, information eller uttalanden. Detta leder till en första slutsats:

Ju större publik ett medium har desto attraktivare är det för källorna, och ju attraktivare ett medium är för källorna, desto mindre möjligheter har källorna att utöva makt över journalistiken. Omvänt betyder det att ju exklusivare information en källa har eller ju exklusivare en källa är, desto attraktivare är källan för journalistiken, och desto större möjlighe-

ter har källan att utöva makt över journalistikens innehåll.

Följdaktligen kan förhållandet mellan journalistiken och källorna ses som ständigt pågående förhandlingar om nyhetsvärdet (*negotiations of newsworthiness*), där förhandlingsstyrkan är beroende av parternas positioner i samhällshierarkierna och den politiska kommunikationen.<sup>340</sup> För att ta ett exempel: Om centerledaren Maud Olofsson håller en presskonferens i Stockholm, med syfte att vinna uppmärksamhet i exempelvis Dagens Nyheter eller Rapport, är hon utan tvekan en muntlig elitkälla. Men i det sammanhanget har hon troligen ganska liten makt över journalistikens innehåll, eftersom a) det i Stockholm finns så många andra källor med mer makt och auktoritet än hon, och b) sannolikheten för att hon ska ha tillgång till exklusiv information inte är särskilt hög. Men om hon däremot har presskonferens i Härnösand, med syfte att vinna uppmärksamhet i Tidningen Ångermanland, har hon troligen större makt över journalistikens innehåll. I förhållande till den tidningen och deras vanliga utbud av källor har hon både mer makt och auktoritet och större tillgång till förhållandevis exklusiv information.

Källornas makt över journalistiken är alltid villkorad av konkurrensen med andra källor, omfattningen av den egna makten och auktoriteten samt av tillgången till sådan information som passar journalistikens nyhetsvärderingar. Det gör det svårt att generellt uttala sig om källornas makt i förhållande till mediernas och journalistikens makt över journalistikens innehåll. Frågan kompliceras dessutom av att förhandlingarna om nyhetsvärdet pågår på olika nivåer och av att det finns en tidsaspekt att ta hänsyn till. En sak är nämligen vilken makt över journalistikens innehåll källor av något slag kan utöva i nuet; en annan sak är vilken makt de kan utöva i den nära framtiden genom att anpassa sig till medierna.

### Medialisering och medielogik

För en full förståelse av källornas möjligheter att utöva makt över journalistikens innehåll måste utgångspunkten tas i medialiseringen av samhället. Vi har redan sett att medierna har en avsevärd makt över både människors dagordningar och människors tankar, och att nyckeln till den makten är tillgången till människors uppmärksamhet.

I och med mediernas stora betydelse som informationskälla tenderar de medierade bilderna av verkligheten att upplevas som verkligare än verkligheten som sådan. Därmed måste den som vill påverka opinionsbildningen också påverka medierna och deras bilder av verkligheten. Medierna som kollektiv blir det centrum kring vilken nästan all opinionsbildande verksamhet cirkulerar.

Det som gäller medierna som kollektiv behöver dock inte gälla medi-

erna som enskilda företag och enskilda medieprodukter. Samtidigt som medierna som kollektiv har en hög grad av kontroll över människors uppmärksamhet pågår nämligen en daglig kamp på alla enskilda företag vars mål i hög grad är att lyckas fånga människors uppmärksamhet. Ju mer nyhetssystemet har expanderat, ju fler medier och mediekanaler det finns tillgång till, desto hårdare har den kampen blivit.

Detta har resultaterat i ett ökat överskott av information och ett ökat underskott av uppmärksamhet. Det i sin tur har ökat trycket på medierna att tillhandahålla ett medieinnehåll som är konkurrenskraftigt i kampen om uppmärksamhet. För medier med begränsade publicistiska ambitioner har det lett till ett samlat utbud präglat av långfilmer, dokusåpor, tv-serier, pratshower och annan underhållning. Journalistiken har trängts undan.

För medier som har starkare publicistiska ambitioner, av historiska, ideella eller publikmässiga skäl, erbjuder den strategin ingen utväg. Istället har det enligt ett flertal forskare vuxit fram en specifik form av medielogik.

Ursprungligen formulerades teorin om medielogiken av de amerikanska forskarna David Altheide och Robert Snow för drygt 20 år sedan. Enligt den teorin beror ett mediums innehåll ytterst på vilket medieinnehåll som passar ett mediums format, dess organisation, interna arbetsvillkor, normer och behov av uppmärksamhet. Medierna själva och deras behov, snarare än verkligheten, ska ha blivit det bestämmande för ett mediums innehåll.<sup>341</sup>

Enligt Altheide och Snow har detta en mer vidsträckt betydelse än vad som ofta inses. I korthet är deras resonemang följande: För att kunna fånga människors uppmärksamhet måste man först fånga mediernas uppmärksamhet, men för att kunna fånga mediernas uppmärksamhet måste man först anpassa sig till medierna och deras logik.

Detta leder till en *medialisering* av samhället. Uttrycket har formulerats av Kent Asp, som med medialisering avser »ett politiskt system som i hög grad påverkas av och är anpassat till de krav som massmedierna ställer i sin bevakning av den politiska världen«. <sup>342</sup> I takt med mediernas ökade betydelse, i allt från politik till ekonomi och identitetsskapande, har allt mer av ett samhälles aktiviteter blivit präglade av en anpassning till medierna – deras nyhetsvärderingar, innehåll och makt.<sup>343</sup> Det är ett uttryck för mediernas »karismatiska makt«, för att citera den norske medieforskaren Odd Raaum.<sup>344</sup> Utifrån det kan medialiseringen definieras på följande sätt: *Medialiseringen är den process varigenom mediernas urval, presentation, form, rytm, tempo och innehåll präglar hela samhällslivet.* Sålunda kan den medialiserade politiken definieras som en politik vars urval, presentation, form, rytm, tempo och kanske även innehåll är an-

passad efter strävan att vinna så stort och gynnsamt massmedialt utrymme som möjligt.<sup>345</sup>

I och med denna medialisering menar Altheide och Snow att alla sociala och kulturella institutioner bör ses som medieinstitutioner, eftersom deras verksamheter reflekterar medierna och deras logik. Som en konsekvens av det hävdar de vidare att »den organiserade journalistiken är död».<sup>346</sup> Skälet är tvådelat. För det första handlar journalistik inte längre om att gå ut i verkligheten, undersöka vad som sker där, och att rapportera det viktiga. Istället handlar det om att försöka hitta sådant som passar det egna medieformatet, den egna tidsrytmen och de egna produktionsvillkoren, och att göra journalistik av det. För det andra är den sociala verklighet som journalistiken handlar om, inte minst den politiska, redan anpassad till mediernas logik. Därför kan journalistiken inte längre rapportera om en verklighet oberoende av medierna själva.<sup>347</sup>

I detta vänds den klassiska spegelmetaforen till sin motsats. Istället för att medierna och journalistiken speglar verkligheten, speglar verkligheten medierna och journalistiken.

Att detta är en starkt mediecentrerad syn på samhället behöver knappast sägas. Mot det kan man ställa statsvetaren Timothy E. Cooks uppfattning att medierna bör ses som delar av det politiska systemet, i likhet med de lagstiftande, verkställande och dömande institutionerna.<sup>348</sup>

Mellan dessa båda positioner finns en teori kring medielogiken vars ursprung kan spåras till den norske sociologen Gudmund Hernes. Utifrån obalansen mellan mängden information och uppmärksamhet menar han att medierna har utvecklat vissa specifika berättartekniker, vars syfte är både att reducera information och att fånga uppmärksamhet. I hans teori ingår sex berättartekniker, men när teorin har utvecklats har ytterligare en lagts till. I dagsläget innebär den nordiska teorin om medielogiken därför att medierna, i sin strävan efter att reducera information och väcka uppmärksamhet, använder sig av berättarteknikerna tillspetsning, förenkling, polarisering, intensifiering, konkretisering, personifiering och stereotypisering.<sup>349</sup>

Om man skapar en syntes mellan de olika teorierna om medielogiken innebär det följande: Medielogiken handlar om det medieinnehåll som följer av ett mediums format, organisation, interna arbetsvillkor, normer samt behov av uppmärksamhet. Tillspetsning, förenkling, polarisering, intensifiering, konkretisering, personifiering och stereotypisering är de konkreta uttryck som medielogiken tar sig. Ju större behovet av uppmärksamhet, ju mer ett medium riktar sig till en masspublik, desto starkare kan medielogikens genomslag förväntas vara.

Men vad har då detta med källornas makt över journalistiken att göra?

### Åter till källornas makt över journalistiken

Inom forskningen kring journalistikens källor råder det enighet om att journalistikens källor är viktiga. De tillhandahåller det råmaterial som sedan omvandlas till artiklar och inslag. Kvaliteten på källorna och den information de kan ge påverkar därmed journalistikens kvalitet.<sup>350</sup> Det råder också enighet om det symbiotiska förhållandet mellan journalisterna och deras källor. Båda parter behöver varandra, om än för olika syften och på olika sätt. Däremot råder det inte någon enighet i frågan om källornas respektive journalisternas makt, om vem som för i den dans som båda parterna är delaktiga i. Delvis beror det på att frågan är svår att undersöka, eftersom samspelet mellan journalisterna och källorna sker utanför offentligheten. Tittar man på innehållsanalyser av vilka typer av källor som förekommer i journalistiken visar resultaten i regel att elitkällor dominerar över icke-elitkällor,<sup>351</sup> men frågan är vad det egentligen säger om elitkällornas makt. Dels utgör elitkällor ingen enhetlig kategori – att Göran Persson ofta förekommer som källa betyder inte att Alf Svensson har makt över journalistiken, även om de hör till samma kategori källor. Dels säger medieinnehållet i sig ingenting om nyhetens ursprung eller om det var källan eller journalisten som tog kontakt och formade den vinkel eller gestaltning som dominerar i artikeln eller inslaget.

För Herbert Gans är svaret ändå klart, nämligen att det är källorna som har mest makt: »nyhetsmedierna fungerar huvudsakligen som budbärare för människor och händelser som skapar nyheterna».<sup>352</sup> I liknande anda skriver medieforskaren Göran Palm att »den ökade ekonomiska styrningen och marknadsdisciplineringen gör journalisterna allt mer beroende av källorganisationerna och deras professionella kommunikationer för att snabbt och till låg kostnad få fram nyhetsmässig information. [...] Journalisterna pressas allt hårdare av de redaktionella prioriteringarna och blir därmed allt mer beroende av källorganisationerna».<sup>353</sup>

Frågan fördunklas dock av att de som anser att det är källorna som har makten tenderar att se källorna, särskilt elitkällorna, som ett kollektiv, medan de ser medierna som enskilda företag eller redaktioner. Gör man det bygger man in slutsatsen redan från början. Det blir effekten också om man vänder på det och ser medierna som ett kollektiv och källorna som individuella aktörer.

Sett utifrån tesen om samhällets och politikens medialisering har medierna och journalistiken den största makten både över journalistikens innehåll och över källorna. Det enda sättet källorna kan vinna makt över journalistikens innehåll är genom anpassning till medielogiken, men genom en sådan anpassning bekräftar man samtidigt mediernas makt över innehållet. Man spelar på mediernas planhalva. Sett utifrån journalistikens produktionsvillkor, de begränsade redaktionella resurserna och det

höga tempot har journalistiken inte mycket att sätta upp mot mäktiga elitkällor, varför det inte är förvånande att elitkällor dominerar i journalistikens innehåll. Samtidigt behöver det inte vara ett uttryck för elitkällornas makt över journalistikens innehåll – det kan också vara ett uttryck för att nyheter per definition ska handla om sådant som är viktigt, relevant och som påverkar många människor, och att det i regel är elitkällors handlingar och uttalanden som lever upp till det kravet.

Ytterligare en komplikation är att frågan om makten över journalistikens innehåll inte är endimensionell. Det är exempelvis troligt att mediernas dagordning i hög grad speglar den politiska dagordningen. I den meningen kan vissa av de politiska elitkällorna ha makt – vill regeringen få upp en fråga på dagordningen kan de i regel få det. Men det betyder inte att det är samma källor som har makten över *hur* den aktuella frågan beskrivs i artiklarna och inslagen.

Den slutsats som kan dras av detta resonemang är att journalistikens innehåll alltid påverkas av vilka källor som är aktiva och har tillgång till information som enligt rådande nyhetsvärderingar bedöms som intressant för medierna och journalistiken. Det favoriserar källor som har positioner som ger dem makt, auktoritet och tillgång till exklusiv information. Källor som har denna typ av information kan därför utöva makt över journalistikens innehåll, men dessa källor utgör undantag. För de allra flesta med intresse av att få uppmärksamhet av medierna och att via medierna fånga uppmärksamhet krävs det att de anpassar sig till medierna och deras logik. Ju skickligare de är på att förutsäga vad medierna är intresserade av och på att anpassa sig till medielogiken, desto större makt kan de utöva över journalistikens innehåll.

När det gäller förmågan hos olika aktörer att anpassa sig till medielogiken för att vinna deras uppmärksamhet, talar allt för att den har ökat. Det är i dag en självklarhet för såväl politiska partier som företag, myndigheter och andra organisationer att ha informatörer, pressekreterare, pr-konsulter eller andra professionella kommunikatörer som kan hjälpa till med relationerna till medierna.<sup>354</sup> Det handlar då om att ha en institutionell beredskap för att svara på frågor och tillhandahålla information när det efterfrågas av journalister, men också att planera framåt så att man kan få genomslag för sina idéer. Det handlar om att vara skicklig på *news management*.<sup>355</sup>

Ett viktigt begrepp i det sammanhanget är »pseudohändelse«, som myntades av den amerikanske sociologen Daniel J. Boorstin på 1960-talet. Det illustrerar hur medianpassning har blivit allt viktigare och hur svårt det kan vara att skilja mellan vad som är oberoende av medierna och vad som är fabricerat, skapat och konstruerat.

För att förstå begreppets innebörd kan det vara värt att påminna om

vad »händelse« egentligen betyder, nämligen »avgränsat, iakttagbart skeende som inte är möjligt att (helt) förutse eller kontrollera«. Händelser sker med andra ord spontant och utan avsikter, vilket skiljer dem från pseudohändelser. Dessa är enligt Boorstin planerade och skapade med det huvudsakliga syftet att bli uppmärksammade av och i medierna. Den centrala frågan när det gäller pseudohändelser är därför inte om de är »verkliga«, utan om de har nyhetsvärde. Därför är frågan när det gäller pseudohändelser och rapporteringen om dem i medierna inte så mycket vad som egentligen har hänt, utan hur de ska tolkas. Till detta hör att ytterligare ett karaktärsdrag för pseudohändelser är att de är självuppfyllande – de har hänt och har betydelse först i den stund som någon säger att de har hänt och har betydelse.<sup>356</sup>

Genom att lära sig hur medierna fungerar och att arrangera pseudohändelser av olika slag kan källor vinna makt över journalistikens innehåll. Priset är dock anpassning till medielogiken. I och med det, de många och starka konflikterna mellan olika elitkällor, och att det ytterst är journalister och redaktörer som bestämmer vad som ska med i tidningen eller sändningen, blir den samlade bedömningen att makten över journalistikens innehåll *huvudsakligen* ligger hos medierna snarare än hos källorna. Källor erbjuder ett smörgåsbord av möjliga nyheter varje dag, men det är i slutändan medierna och journalisterna som väljer vad de ska ta från detta smörgåsbord.

Att makten ligger hos medierna betyder samtidigt inte att den nödvändigtvis ligger hos journalisterna. Journalistiken har det rörelseutrymme som ges av medieföretagen, som i sin tur ständigt påverkas direkt eller indirekt av politiska och juridiska villkor, av ekonomiska villkor, av sociala och kulturella värderingar, av teknologiska villkor, av konkurrensen och av mediepublikernas intressen, smak och val. Frågan för det här kapitlet var dock om mediernas makt är *tillräckligt* stor för att det ska vara rimligt att ställa dem till svars för den journalistik som erbjuds. På den frågan måste svaret på en generell nivå bli jakande.

Det går här att dra en parallell till det politiska systemet. Alla journalister har inte makt, precis som alla politiker inte har det. Alla medier har inte makt, precis som alla partier inte har det. Men medierna som system och kollektiv har makt, precis som de politiska partierna som system och kollektiv har det. Därför är det rimligt att se både politiker och journalister, politiska partier och medier, som delar av det offentliga maktutövandets kärna i moderna medialiserade demokratier som den svenska.<sup>357</sup>

Därför kan inte medierna och journalisterna frånsvara sig ansvar för journalistikens innehåll eller dess konsekvenser, lika lite som de politiska partierna och politikerna på olika nivåer kan frånsvara sig ansvar för politikens innehåll eller dess konsekvenser. Makten över journalistikens

innehåll ligger slutligen hos medierna och, om än i lägre utsträckning, hos journalisterna, på samma sätt som makten över politikens innehåll slutligen ligger hos partierna och, i lägre utsträckning, hos politikerna.

Att båda parter sedan påverkas av och tar hänsyn till varandra och den omkringliggande verkligheten visar bara att ingen makt är suverän. All makt och all maktutövning i demokratier är villkorad; det är en del av demokratins väsen.

## 6. Politisk kommunikation som samspel

De tre viktigaste aktörsgrupperna i den politiska kommunikationen är medborgare, medieaktörer och politiker. Medborgarna är den yttersta källan till legitimitet och till makt i demokratin; politiker är de av folket valda makthavarna med ansvar för den politik som förs; journalister och andra medieaktörer är de som är ansvariga för de medierade bilderna av verkligheten.

Samtliga tre grupper har också makt, om än av olika slag. Politiker har makten över det politiska beslutsfattandet. De beslut som de fattar är tvingande och något som alla måste följa, om de inte vill bli straffade. Någon sådan makt har inte medier och journalister, men de har en avsevärd makt över mediernas dagordning, den politiska dagordningen och framförallt medborgarnas dagordning. De kan också utöva en avsevärd makt över hur verkligheten beskrivs och uppfattas. Dessa former av makt är dock förhandlad – ingen kan utöva den makten utan samtycke från dem som är föremål för maktens utövande.

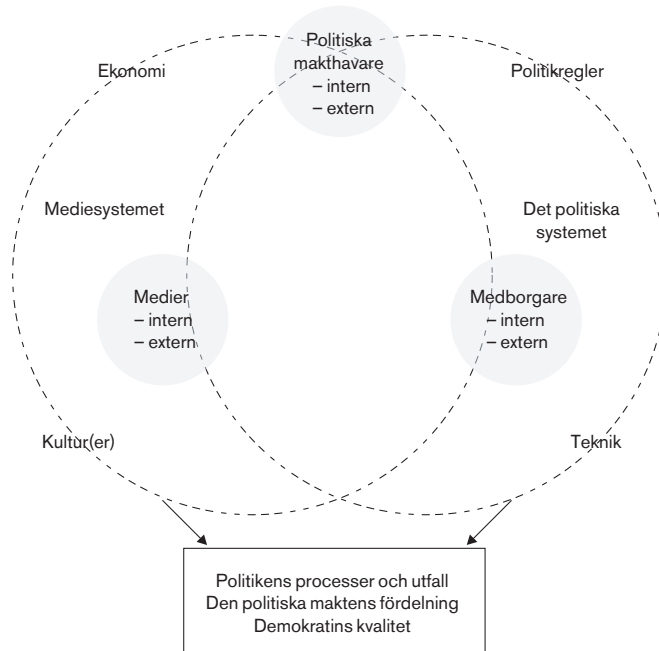
Den grupp som samtidigt har både störst och minst makt är måhända medborgarna. I och med att både det politiska systemet och medierna är beroende av att uppfattas som legitima av folket, kan medborgarna som kollektiv sätta ett hårt tryck på både politiska aktörer och medieaktörer. Om stora grupper av medborgarna protesterar (*voice*) mot politiska beslut, röstar bort de politiska makthavarna eller protesterar mot mediernas sätt att beskriva verkligheten, tvingas politiker och medier att lyssna och anpassa sig. Detsamma gäller om stora grupper av medborgarna lämnar det politiska systemet eller medierna (*exit*), exempelvis genom att sluta rösta eller konsumera medier.<sup>358</sup> Om medborgarna ställer sig utanför alla former av kollektiva engagemang väntar däremot i huvudsak maktlöshet. Som individ är det svårt att vinna makt; makten vinnas i huvudsak genom kollektiva engagemang.

Själva samspelet mellan politiker, medier och journalister samt medborgare formar och omformar därmed ständigt villkoren för makten över beslutsfattandet, makten över dagordningen och makten över hur verk-

ligheten ska beskrivas och tolkas. Samspelet påverkar och formar också den fria åsiktsbildningen, politikens processer och utfall samt, inte minst, demokratins kvalitet.

Exakt hur den politiska kommunikationens samspel fungerar går inte att fånga med några korta rader. Det är ett ständigt pågående och dynamiskt samspel, som påverkas av bland annat politiska och juridiska villkor, ekonomiska faktorer, teknologiska villkor och kulturella normer och värderingar. Resonemanget kan sammanfattas i en modell som beskriver den politiska kommunikationens ekologi.<sup>359</sup>

Modellen illustrerar flera väsentliga aspekter av den politiska kommunikationen. *För det första* att de tre centrala aktörsgrupperna är politiska aktörer, medieaktörer och medborgare. *För det andra* att samspelet påverkas av strukturella förhållanden relaterade till ekonomi, politik, teknik och kultur. *För det tredje* att det politiska systemet och mediasystemet är formellt fristående men samtidigt tydligt överlappande. *För det fjärde* att det finns utrymme för kommunikation både mellan politiska aktörer, medieaktörer och medborgare, och inom respektive grupper. Båda formerna av kommunikation har, *för det femte*, betydelse för den fria åsiktsbildningen, politikens processer och utfall, den politiska maktens fördelning och demokratins kvalitet.



**Figur 6.1.** Den politiska kommunikationens ekologi.

Modellen täcker in de frågor som har diskuterats hittills, om mediernas makt och makten över medierna, om faktorer med betydelse för journalistikens innehåll, om demokratins innebörd och om de olika demokratimodellernas normativa krav. Den övergripande innebörden är att vi får den demokrati vi alla bidrar till genom våra handlingar eller uteblivna handlingar – oavsett om vi framträder i egenskap av politiker, journalist eller medborgare.

### De mentala bildernas betydelse

Våra handlingar kan emellertid inte ses helt fristående från våra tankar och perceptioner. Våra uppfattningar om hur verkligheten i någon eller några delar är beskaffad påverkar och strukturerar alltid våra handlingar, om än ofta på ett omedvetet och subtilt sätt. Exempelvis beter vi oss på ett annat sätt om vi tror att människor i allmänhet går att lita på än om vi tror att människor i allmänhet inte går att lita på. Vi är mer likaledes mer redo att lyssna på någon som vi uppfattar som trovärdig än någon som vi tror ljuger. Vi är också mer motiverade att själva prata om viktiga frågor om vi tror att andra lyssnar än om vi tror att andra slår dövörat till. För att citera Walter Lippman: »Hur vi föreställer oss världen bestämmer vid varje enskilt ögonblick hur människan kommer att handla»<sup>360</sup>

Det är detta som är kärnan i påståendet att våra bilder av verkligheten är viktigare än verkligheten i sig: Eftersom vi inte alltid har tillgång till verkligheten som sådan väljer vi mer eller mindre medvetet att likställa våra bilder av verkligheten med verkligheten, vilket leder till att bilderna av verkligheten upplevs som verkligare än verkligheten som sådan och att det är de som strukturerar såväl tänkande som handlande.

Dessa bilder av verkligheten kan med ett psykologiskt språkbruk kallas perceptioner, vilket ordagrant betyder »upptagning i medvetandet av sinnesintryck». <sup>361</sup> I den utsträckning som bilderna av verkligheten är strukturerade kan de också kallas kognitiva scheman. Själva ordet schema betyder bland annat »översiktlig bild av något», och som tidigare nämnades kan de liknas vid mentala kartbilder av någon eller något. Med Doris Grabers ord: »I ett nötskal är ett schema en kognitiv struktur som består av organiserad kunskap om situationer och individer, och som har hämtats från tidigare erfarenheter». <sup>362</sup>

Utan kognitiva scheman kan en människa inte existera. Vi bär alla på kognitiva scheman som strukturerar det vi tidigare har lärt oss, vårt sätt och vår förmåga att ta in och tolka ny information, och som vägleder oss när vi behöver aktivera gammal information för att kunna hantera den situation vi befinner oss i. <sup>363</sup> För att ta ett exempel: Det är tack vare våra kognitiva scheman som ett ord som »häst» ger upphov till mentala bilder

av hur en häst ser ut och betar sig och till positiva eller negativa känslor inför hästar. Utan kognitiva scheman av hästar skulle ordet förbli ett ord med fyra bokstäver men utan mening.

Det finns kognitiva scheman av många olika slag och med olika innehåll från person till person, men i grund och botten kan man urskilja fyra huvudtyper:<sup>364</sup>

1) Personschema. Dessa organiserar vår kunskap om personer och personligheter, om hur människor betar sig i olika situationer och om den mänskliga psykologin.

2) Rollschema. Dessa organiserar vår kunskap om människor i specifika roller. Det kan exempelvis handla om hur en expedit, en frisör eller en journalist betar eller bör bete sig.

3) Händelseschema. Dessa organiserar vår kunskap om olika händelser och händelseskeenden. Det kan exempelvis handla om hur det går till att rösta, hur tv-nyheterna är upplagda eller vad som händer när man trycker på bankomatens olika knappar.

4) Jagschema. Dessa organiserar vår kunskap om oss själva, hur vi uppfattar att vi är och vilka styrkor och svagheter vi har.

Avstånden mellan våra kognitiva scheman och verkligheten kan vara mer eller mindre stora. Vi kan ha god kunskap om hur vi själva är, om olika händelseförlopp, om olika roller och olika typer av personer och personligheten – eller dåliga kunskaper. I båda fallen påverkar våra kognitiva scheman hur vi tänker och handlar. Man kan dock anta att ju närmare den verklighet vi dagligen lever i som schemat avser, desto större är sannolikheten att våra kognitiva scheman inte avviker alltför mycket från verkligheten. Och vice versa.

Precis som alla andra modeller innebär våra kognitiva scheman, med psykologen Lars-Gunnar Lundhs ord, »alltid en generalisering, en kategorisering av verkligheten, och de innebär också förväntningar om vad som följer på vad i olika situationer». <sup>365</sup> De påverkar därför vilken information vi exponerar oss för (*selective exposure*), vilken information vi uppfattar (*selective perception*), vilken information vi riktar uppmärksamheten mot (*selective attention*) och vilken information vi kommer ihåg (*selective retention*). De påverkar också hur vi tolkar den information vi har exponerat oss för, uppfattat och uppmärksammat.

Vi söker alltid sätt att förstå och strukturera världen, och är därför mer mottagliga för information som a) stämmer överens med redan existerande åsikter och uppfattningar, b) är lätt tillgänglig, c) bibehåller eller skapar kognitiv konsonans, och d) stämmer överens med våra aktuella intressen och behov. <sup>366</sup> Vilka perceptioner och kognitiva scheman människor bär på har med andra ord en fundamental betydelse för såväl beteende som opinionsbildning. Det gäller oss alla, både i privatlivet och i våra

yrkesroller. Exempelvis har det visat sig att det sätt på vilket journalister rapporterar om en händelse kan vara starkt påverkat av deras förväntningar på händelsens karaktär. Det vill säga: de vet hur händelsen bör beskrivas innan de har bevittnat den.<sup>367</sup> I detta är journalister inte unika. För att citera Lippman: »För det mesta ser vi inte något först och definierar det sedan, vi definierar något först och ser det sedan«.<sup>368</sup>

Det innebär dock inte att våra kognitiva scheman och perceptioner är oföränderliga. Tvärtom lär vi oss hela tiden. När ny information blir tillgänglig fogas den till den tidigare samlade kunskapen och de kognitiva schemana uppdateras. Ibland är uppdateringarna knappast märkbara, i andra fall dramatiska. Avgörande är hur öppen personen är för ny information, om den nya informationen strider mot existerande åsikter och om den utmanar existerande kognitiva scheman eller inte.

Av det skälet finns det anledning att studera hur medborgare, journalister och politiker uppfattar den egna och de andra grupperna. Det ger en viktig grund för förståelsen av den politiska kommunikationens samspel och kan bidra till analysen av journalistikens specifika betydelse för den politiska kommunikationen och demokratin.

## En fråga om intresse

Vad som intresserar en människa är av avgörande betydelse för hennes handlingar. Det en människa är intresserad av har hon ett helt annat förhållningssätt till än det hon är ointresserad av, och det gäller oavsett om det handlar om intresse för sport, litteratur, musik eller politik. Skillnaden är att det politiska intressets omfattning har betydelse för samhället i dess helhet och demokratin på ett annat sätt än intresset för mer nöjesinriktade aktiviteter.

Att det politiska intressets omfattning har stor betydelse visar sig tydligt om man studerar valdeltagandet bland dem som uppger sig vara mycket, ganska, inte särskilt eller inte alls intresserade av politik.

**Tabell 6.1.** Valdeltagande och politiskt intresse.<sup>1</sup>

| Valdeltagande i riksdagsvalet 1998 (procent) |      |
|----------------------------------------------|------|
| Mycket intresserade av politik               | 93,6 |
| Ganska intresserade av politik               | 89,1 |
| Inte särskilt intresserade av politik        | 77,7 |
| Inte alls intresserade av politik            | 51,7 |

Medan över 90 procent av de mycket politiskt intresserade röstade i riksdagsvalet 1998, var det knappt hälften av de inte alls politiskt intresserade som gjorde det. Samtidigt som det inte är förvånande, understryker detta hur viktigt det politiska intresset är. Med statsvetarna Martin Bennulf och Per Hedbergs ord: »Politiskt intresse är ett sammanfattande mått på hur väljarna ser på politiken».<sup>370</sup> Tidigare forskning visar också att det finns ett positivt samband mellan exempelvis graden av politiskt intresse och förtroende för politiker,<sup>371</sup> politisk kunskap<sup>372</sup> och dagstidningsläsning.<sup>373</sup> Ju mer människor uppger sig vara intresserade av politik i allmänhet, desto mer röstar man, desto större är förtroendet för politiker, desto större är de politiska kunskaperna och desto mer följer man nyhetsrapporteringen i allmänhet och i dagstidningarna i synnerhet.

Ju mer politiskt intresserade människor är, desto bättre för demokratin. Det gäller i synnerhet om man utgår från samtalsdemokratin, deltagardemokratin eller mandatmodellen. Därför är det positivt att andelen svenskar som uppger sig vara mycket eller ganska intresserade av politik har ökat under de senaste 40 åren.<sup>374</sup>

Samtidigt har det under senare år förts en diskussion om vad som egentligen menas med politiskt intresse, en diskussion som hämtar näring från forskningen kring unga och politik. Å ena sidan visar enkätundersökningar att unga i regel uppger sig vara mindre intresserade av politik än äldre.<sup>375</sup> Å andra sidan visar intervjuundersökningar att unga kan säga sig vara ointresserade av politik, samtidigt som de är engagerade i ungdomsråd eller andra mer eller mindre löst organiserade aktiviteter som från ett statsvetenskapligt perspektiv faller inom ramen för vad som är politik.<sup>376</sup> Möjligen underskattar därför de enkätundersökningar som ställer frågan »Hur pass intresserad är Du i allmänhet av politik» människors egentliga politiska intresse.

För att pröva den tesen innehöll Demokratibarometern 2002 två frågor om människors politiska intresse. Den ena hade en formulering som i allt väsentligt är densamma som i andra former av enkätundersökningar, nämligen: »Hur pass intresserad är Du i allmänhet av politik?». I den andra frågan har ordet »politik» strukits, och istället löd den: »Hur pass intresserad är Du av samhällsfrågor i allmänhet?». Resultatet redovisas i tabell 6.2 nedan.

Resultaten visar flera intressanta mönster. För det första är det tydligt att det politiska intresset, oavsett hur det mäts, är högre bland politiker och journalister än bland medborgare. För det andra är det tydligt att det självuppgivna intresset för samhällsfrågor är betydligt högre än det självuppgivna intresset för politik. Bland medborgarna är skillnaden över 20 procentenheter. Liknande mönster återfinns även för journalisterna, men skillnaden är för dem mycket mindre.

**Tabell 6.2.** Människors intresse av politik respektive samhällsfrågor (procent).

|                              | Medborgare –<br>intresse<br>av politik | Medborgare –<br>intresse<br>av samhällsfrågor | Journalister –<br>intresse<br>av politik | Journalister –<br>intresse<br>av samhällsfrågor | Politiker –<br>intresse<br>av politik | Politiker –<br>intresse<br>av samhällsfrågor |
|------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------|
| Mycket<br>intresserad        | 12                                     | 25                                            | 40                                       | 61                                              | 94                                    | 96                                           |
| Ganska<br>intresserad        | 50                                     | 58                                            | 49                                       | 36                                              | 6                                     | 4                                            |
| Inte särskilt<br>intresserad | 32                                     | 15                                            | 11                                       | 3                                               | 0                                     | 0                                            |
| Inte alls<br>intresserad     | 6                                      | 2                                             | 0                                        | 0                                               | 0                                     | 0                                            |
| Procent                      | 100                                    | 100                                           | 100                                      | 100                                             | 100                                   | 100                                          |
| Antal svar                   | 1138                                   | 1140                                          | 566                                      | 566                                             | 901                                   | 897                                          |

Kommentar: Skillnaderna mellan grupperna är signifikanta på 0,01-nivån. Cramer's V = 0,46. Procent avrundade till hela procent.

Ur ett demokratiskt perspektiv kan dessa resultat tolkas positivt – människor är mer intresserade än vad enkätundersökningar brukar visa att de är. De kan också tolkas negativt – själva ordet »politik« har hos många medborgare fått en så pass negativ innebörd att de tar avstånd från allt som de förknippar med politik, även om de i grund och botten kanske är intresserade. Möjligen associerar de som säger sig vara intresserade av samhällsfrågor men inte av politik till *partipolitik* när de hör ordet »politik«. Men även om så skulle vara fallet är det problematiskt. Att byta ut ordet »politik« mot något mindre belastat ord är knappast någon långsiktig lösning.

Vid sidan av detta uppger ändå 62 procent av medborgarna att de är mycket eller ganska intresserade av politik. Det är tio procent mer än i den SOM-undersökning som Göteborgs universitet genomförde vid samma tidpunkt som Demokratibarometern,<sup>377</sup> vilket troligen beror på att högutbildade är överrepresenterade i Demokratibarometern. Om detta sägs representera människors verkliga intresse för politik i allmänhet – vilken bild av människors politiska intresse har medborgare, journalister och politiker? Svaret ges av tabell 6.3.

Resultaten visar att såväl journalisterna som medborgarna underskattar människors politiska intresse, medan politikernas bedömning är mer överensstämmande med verkligheten – åtminstone om man jämför perceptionerna av människors politiska intresse med hur intresserade av *politik* människor säger sig vara. Jämför vi med hur intresserade av *sam-*

**Tabell 6.3.** Inställning till påståendet »folk är politiskt intresserade« (procent).

|              | Instämmer<br>helt | Instämmer<br>delvis | Instämmer<br>knappast | Instämmer<br>inte alls | Procent | Antal svar |
|--------------|-------------------|---------------------|-----------------------|------------------------|---------|------------|
| Medborgare   | 2                 | 35                  | 53                    | 11                     | 101     | 1072       |
| Journalister | 2                 | 38                  | 52                    | 8                      | 100     | 560        |
| Politiker    | 6                 | 50                  | 38                    | 7                      | 101     | 899        |

Kommentar: De som svarat »Vet ej« ingår inte i procentbasen. Procent avrundade till hela procent. Skillnaderna mellan grupperna är signifikanta på 0,01-nivån. Cramer's V = 0,18.

*hållsfrågor* människor säger sig vara, underskattas medborgarnas politiska intresse ännu mer.

Till detta kommer att få människor är lika intresserade av alla politiska och samhälleliga frågor. Istället finns det vid varje tidpunkt ett flertal olika grupper (*issue publics*) intresserade av sina specifika frågor.<sup>378</sup> Vissa är intresserade av skolfrågor, andra av miljöfrågor, ytterligare andra av skattefrågor och så vidare. Istället för att generalisera och hävda att människor är intresserade eller ointresserade av politik och samhällsfrågor bör man därför i varje fråga skilja mellan åtminstone tre grupper av människor. Den första gruppen utgörs av *den engagerade publiken*. Människor i den gruppen har ett starkt eget engagemang i frågan, troligen som en följd av egna erfarenheter med relevans för det frågan gäller. Den andra gruppen utgörs av *den intresserade publiken*. Människor i den gruppen är inte lika starkt engagerade och personligt berörda som i den engagerade publiken, men de följer ändå frågan med ett intresse. Den tredje gruppen är *den ointresserade publiken*. Människor i den gruppen har som namnet säger inget intresse av frågan, och därför inte heller av att följa hur frågan utvecklas i medierna eller i politiken.<sup>379</sup>

Var och en av oss tillhör alla dessa grupper, beroende på vilken fråga som står på dagordningen. Därför ligger det en fara i att generalisera om människors politiska intresse och, framförallt, att underskatta det. Det gäller inte minst för journalister, eftersom det kan leda till att utrymmet för den politiska journalistiken minskar och till att innehållet dramatiseras och populariseras på ett sätt som inte är motiverat av vare sig demokratiska skäl eller av hänsyn till publikmarknaden.

## En fråga om förtroende

Till demokratins nödvändiga förutsättningar hör inte bara en viss grundläggande nivå av politiskt intresse hos befolkningen i stort. Dit hör också en viss grundläggande nivå av förtroende i samhället. Det förtroendet

bör dessutom vara *generaliserat*, det vill säga att det bör omfatta fler individer eller grupper av individer än dem man har personlig erfarenhet av. Ju mer komplext ett samhälle är, desto mer beroende är människor av att kunna lita på att andra fyller de funktioner som det är tänkt att de ska fylla. I ett tätt sammanhållet samhälle är det teoretiskt möjligt för var och en att utifrån egna erfarenheter bedöma vilka som går att lita på eller inte. I moderna demokratier som den svenska är det omöjligt. Det val som måste göras är därför mellan olika förhållningssätt som präglas av, i varierande grad, förtroende eller misstro.<sup>380</sup>

I det perspektivet är en grundläggande nivå av generaliserat förtroende att föredra, därför att a) det möjliggör samarbete och kollektivt handlande, b) minskar behovet av och kostnaderna för kontroll och skydd samtidigt som det c) bidrar till ett mer tolerant och öppet samhälle.<sup>381</sup> Förtroende utgör också en viktig del av det sociala kapitalet i ett samhälle, och tillgången till detta har i sin tur samband med hur väl demokratin och marknadsekonomin fungerar i praktiken.<sup>382</sup>

Tre av de tidigare diskuterade demokratimodellerna förutsätter också en viss nivå av förtroende hos människor. Det gäller mandatmodellen, som bygger på att människor litar på de vallöften som ges i samband med val. Den förmåga till kollektivt handlande som deltagardemokratin förutsätter bygger också på att människor vågar lita på varandra. På likartat sätt finns det ingenting som är lika förödande för möjligheterna till dialog som misstro mellan dialogens parter.<sup>383</sup> Samtalsdemokratin förutsätter därför att människor känner förtroende för och vågar lita på varandra. Det gäller både horisontellt (inom olika grupper) och vertikalt (mellan olika grupper).

Förtroende är dock liksom dess motsats misstro ett mångdimensionellt begrepp. Dels kan de vara av olika karaktär, dels kan de avse olika grupper i samhället. Till att börja med kan man skilja mellan *auktoritetsbunden tillit* och *skeptisk tillit*. Den förra utmärks av att de som hyser tilliten till auktoriteter gör just därför att de utgör auktoriteter, inte på grund av vad de faktiskt gör eller säger. De som hyser skeptisk tillit utgår från att man i regel kan lita på människor eller specifika grupper av människor, men att man samtidigt måste vara beredd att ompröva sin uppfattning om det skulle dyka upp information som ger anledning till det. Vidare skiljer sig *skeptisk misstro* och *cynisk misstro* från varandra. Skeptisk misstro utmärks av att de som hyser den utgår från att människor eller specifika grupper av människor i regel inte går att lita på, men de är samtidigt beredda att ompröva sina uppfattningar om det finns skäl till det. De som hyser cynisk misstro utmärks i kontrast till det av människor som är fast cementerade i sin misstro. De har inte samma beredskap som skeptikerna att ompröva sin misstro eller att öppna sig för information vars

innebörd är att misstron är obefogad eller överdriven.<sup>384</sup>

Förtroendet och tilliten alternativt misstron kan också avse olika grupper i samhället. Om man väljer att bortse från institutioner för att fokusera på människor bör man i ett politiskt-kommunikativt perspektiv skilja mellan a) interpersonellt förtroende, som avser människor i allmänhet, b) förtroende för politiker, samt c) förtroende för journalister. Ett rimligt antagande är att demokratin fungerar bättre om samtliga grupper hyser en grundläggande nivå av förtroende både för de egna grupperna och för varandra.

Vad som menas med »en grundläggande nivå av förtroende« är dock inte självklart – några absoluta måttstockar existerar inte. För att kunna göra välgrundade bedömningar krävs systematiska jämförelser mellan hur grupper av människor faktiskt beter sig, och hur väl perceptionerna av grupperna förhåller sig till verkligheten. I brist på den typen av studier är det dock ett rimligt antagande, givet att Sverige tillhör ett av världens minst korrumperade länder, att svenska politiker i regel håller sina valloften, att de flesta människor antingen är hederliga eller att de »brott« som begås är av förhållandevis lindrig art (obetalda tv-licenser, tveksamma skatteavdrag och liknande), att det sällan är befogat att generellt misstro vare sig människor i allmänhet, politiker eller journalister.<sup>385</sup>

Tidigare forskning visar dock att förtroendet för politiker i Sverige är lågt, och att det har sjunkit successivt sedan det började mätas i slutet av 1960-talet.<sup>386</sup> En viss ökning har emellertid skett de senaste åren, troligen en konsekvens av den osäkerhet som spred sig efter terrorattackerna mot USA i september 2001.<sup>387</sup> Hur stort förtroendet för journalister är finns det mindre forskning om, men den som finns visar att människor tycks ha lägre förtroende för journalister som yrkesgrupp än för medierna som institutioner. Enligt SOM-undersökningen 2002 uppgav 46 procent att de hade mycket eller ganska stort förtroende för radio/tv, medan motsvarande andel för journalister i radio/tv var 29 procent. Samtidigt uppgav 26 procent mycket eller ganska stort förtroende för dagspressen, medan motsvarande andel för journalister inom dagspress var 22 procent.<sup>388</sup>

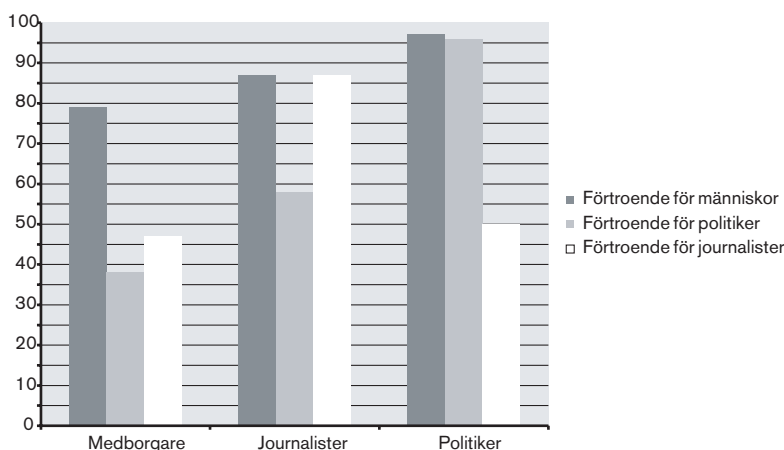
Förtroendet för människor i allmänhet bland människor i allmänhet är dock ganska högt och stabilt i Sverige. Utifrån SOM-undersökningen 2002 kunde 56 procent av svenskarna karaktäriseras som »höglitare« medan 28 procent kunde klassificeras som »medellitare«. Endast 11 procent kunde karaktäriseras som »låglitare«.<sup>389</sup>

Hittills har dock aldrig förtroendet för politiker, journalister respektive människor i allmänhet undersökts med hjälp av samma frågeformulering och vid samma tillfälle. Det har därför varit svårt att jämföra förtroendenivåerna för dessa grupper, och det har inte heller varit möjligt att samtidigt undersöka de tre gruppernas förtroende för både de egna grupperna och för de andra.

Demokratibarometern 2002 möjliggör mot den bakgrunden en ny förståelse för den svenska demokratins förtroendedimensioner. Den inkluderar såväl medborgare som journalister och politiker, och samtliga grupper har fått besvara följande tre i princip likalydande frågor: »Hur stort förtroende har Du för journalister/politiker/människor i allmänhet?«. I figur 6.2 redovisas andelen som uppger sig ha mycket eller ganska stort förtroende för respektive grupper.

Resultaten visar att förtroendet för politiker är lägst bland medborgarna och högst bland politikerna själva. Att politikerna är de som har högst förtroende för sig själva är måhända inte särskilt förvånande, men de har också störst förtroende för människor i allmänhet. 97 procent av politikerna säger sig ha mycket eller ganska stort förtroende för människor i allmänhet, vilket är tio procentenheter fler än bland journalisterna och 18 procentenheter fler än bland medborgarna.

Generellt visar sig medborgarna vara de minst förtroendefulla medan politikerna är de mest förtroendefulla. Det enda undantaget handlar om förtroendet för journalister, där journalisterna säger sig ha större förtroende än såväl medborgarna som politikerna. Någon »eliternas misstro« mot folket går inte att spåra. I den mån förtroendedimensionerna avspeglar ett avstånd mellan »dom där uppe« och »dom där nere« är det framförallt »dom där nere« som känner ett avstånd till »dom där uppe« – inte tvärtom.



**Figur 6.2.** Den politiska kommunikationens förtroendedimensioner (andel mycket eller ganska stort förtroende).

Anm. Källa: Demokratibarometern 2002. Procent avrundade till hela tal. Skillnaderna mellan grupperna är signifikanta på 0,01-nivån. Sambandet styrka (Cramer's V) är 0,42 (förtroende för politiker), 0,27 (förtroende för journalister) respektive 0,23 (förtroende för människor i allmänhet).

### En fråga om intresse för det allmänna bästa

Ett grundläggande argument för demokratin i förhållande till andra styrelseskick, är den normativa uppfattningen att politiken ska förverkliga det allmänna bästa och inte bara någon eller några gruppers privata intressen. Demokrati ska inte bara vara styre *av* och *med* folket, utan också *för* folket.

Detta avspeglar sig också i de etiska spelreglerna för press, radio och tv, där det bland annat står att man ska undvika publicitet »om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning». <sup>390</sup> Allmänintresse snarare än särintresse ska sålunda vara vägledande för både det politiska och det publicistiska handlandet, vilket understryker att både politik och journalistik är tänkta att stå i demokratins tjänst.

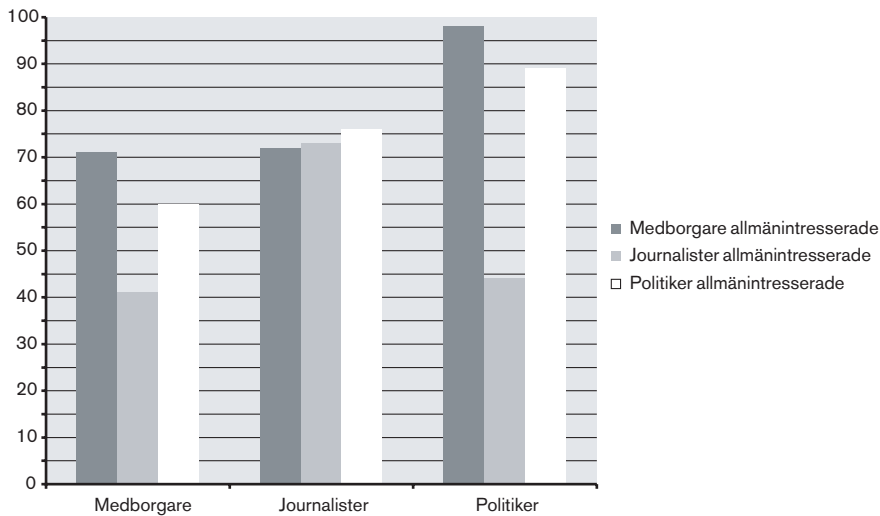
Vad som ligger i det allmänna bästa är dock inte självklart, utan en fråga för debatt. För att en sådan debatt ska vara meningsfull förutsätts dock att man inte på förhand misstror varandras motiv och ser allt tal om det »allmänna bästa» som försök att maskera någon form av snävt egenintresse. Därför är perceptionerna av de olika gruppernas intresse för det allmänna bästa viktiga att undersöka.

För att möjliggöra det innehåller Demokratibarometern 2002 ett i princip likalydande påstående som samtliga grupper fick ta ställning till, nämligen »Politiker/journalister/medborgare är ärligt intresserade av vårt allmänna bästa».

På samma sätt som politiker var de som hade störst förtroende för människor i allmänhet och för sig själva, är det de som i störst utsträckning instämmer i att människor i allmänhet och politiker är ärligt intresserade av det allmänna bästa. Samtidigt tar en majoritet av såväl politiker som medborgare avstånd från att journalister är ärligt intresserade av det allmänna bästa. Medborgarna anser framförallt att människor i allmänhet är allmänintresserade, medan de misstror journalisternas allmänintresse mer än politikernas. Journalisterna å sin sida visar sig tro att alla grupper generellt sett är ärligt intresserade av det allmänna bästa, men också att det gäller politikerna mer än övriga grupper. Någon misstro mot intresset för det allmänna bästa hos politiker eller människor i allmänhet tycks inte finnas bland journalister, medan politiker och medborgare i det avseendet tycks misstro journalister. Återigen går det inte att spåra någon »eliternas misstro» mot folket.

### En fråga om kunskaper

Om en viss grad av förtroende och politiskt intresse är nödvändiga förutsättningar för att demokratin ska vara vital, gäller detsamma de politiska kunskaperna. Ju mer informerade och kunniga om politik och samhäl-



**Figur 6.3.** Perceptioner av det ärliga intresset för det allmänna bästa (andel som instämmer helt eller delvis).

Anm. Källa: Demokratibarometern 2002. Procent avrundade till hela tal. Skillnaderna mellan grupperna är signifikanta på 0,01-nivån. Samband mellan kategori och journalisternas intresse för det allmänna bästa (Cramer's V) = 0,24, med politikernas intresse för det allmänna bästa = 0,39, och med medborgarnas intresse för det allmänna bästa = 0,18.

le människor är, desto bättre. Det gäller ur samtliga demokratimodellers perspektiv utom den proceduriella, även om arten av de kunskaper som demokratimodellerna betonar skiljer sig åt.

Kunskaper underlättar möjligheterna att påverka politiken och samhället, och de möjliggör för människor att utkräva ansvar. Ytterst är kunskaper också en fråga om makt – utan (relevanta) kunskaper blir människor utelämnade till dem som har kunskaper och förmågan att nyttja dessa på ett för dem rationellt sätt. Centrala aspekter av demokratiteorin, exempelvis att folket bör ha kontroll över dagordningen och att den demokratiska debatten bör präglas av upplyst förståelse, förutsätter sålunda att människor har nått en viss kunskapsnivå.<sup>391</sup>

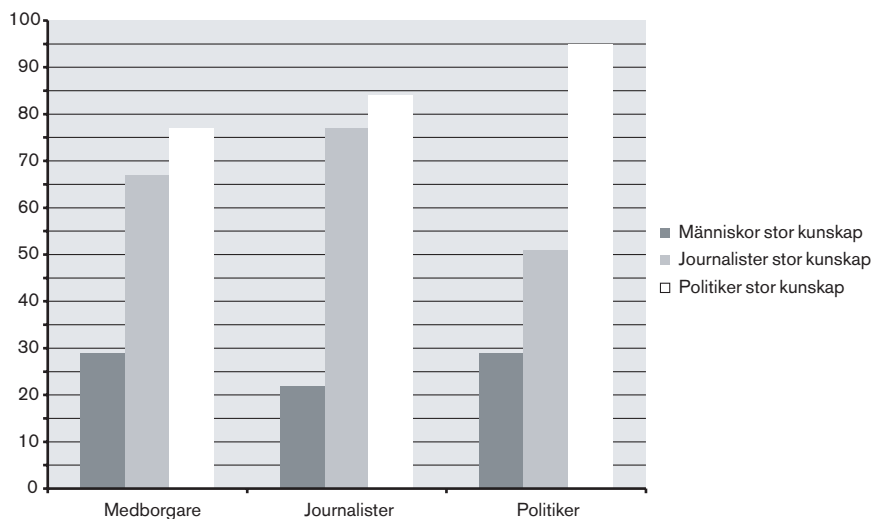
Det är därför informations- och granskningsuppbiften brukar föras till mediernas demokratiska uppgifter. Medierna bör granska makthavare och tillhandahålla information som möjliggör för människor att fritt och självständigt ta ställning i samhällsfrågor, för utan information som kan omvandlas till kunskap väntar politisk maktlöshet. Sedan är det en omdebatterad fråga hur omfattande kunskaperna bör vara. Vissa hävdar att människor mycket väl kan bilda sig opinioner utifrån en miniminivå av

kunskap, medan andra ställer högre krav på kunskapernas omfattning.<sup>392</sup> Att det är önskvärt att människor har goda politiska kunskaper ifrågasätts knappast någon; vad diskussionen handlar om är nödvändigheten av goda kunskaper och vilken typ av kunskap som behövs.

Men även politiker och journalister bör ha goda politiska kunskaper. Annars kan politiker inte fatta kloka och genomtänkta beslut, lika lite som journalister kan rapportera om politik och samhälle på ett rättvisande sätt utan goda kunskaper. Goda kunskaper är nyckeln till såväl en god journalistik som en genomtänkt politik. Att det sedan diskuteras vilken typ av kunskap som är viktigast förändrar inte det.

Frågan här är dock inte vilken typ av kunskaper som är viktigast eller hur omfattande den är, även om forskning visar att medborgarnas kunskaper generellt sett inte är särskilt höga i vare sig Sverige eller USA.<sup>393</sup> Frågan är istället i vilken utsträckning medborgarna, journalisterna och politikerna instämmer helt eller delvis i att de tre grupperna har »stor kunskap om politik och samhälle«.

Politiker är den grupp som flest instämmer i har stora kunskaper om politik och samhälle, medan människor i allmänhet är den grupp som flest anser saknar kunskaper om politik och samhälle. Journalister formar



**Figur 6.4.** Perceptioner av de politiska kunskaperna hos olika grupper (andel som instämmer helt eller delvis).

Anm. Källa: Demokratibarometern 2002. Procent avrundade till hela tal. Skillnaden i synen på de olika gruppernas kunskaper är signifikant på 0,01-nivån. Samband mellan kategori och synen på journalisternas kunskaper (Cramer's V) = 0,26, synen på politikernas kunskaper = 0,20, och synen på människors kunskaper = 0,12.

en mellangrupp – bland medborgarna och journalisterna själva är det över två tredjedelar som instämmer helt eller delvis i att de har stora kunskaper. Bland politiker finns det dock en skepsis inför påståendet att journalister har stor kunskap om politik och samhälle. När det gäller kunskaperna om politik och samhälle bland människor i allmänhet kan man notera att lika stora andelar bland medborgarna som bland politikerna instämmer helt eller delvis att de har stora kunskaper, medan journalisterna utgör den grupp som ställer sig mest tvivlande. Inte i någon grupp överstiger dock andelen som anser att människor i allmänhet har stora kunskaper om politik och samhälle 30 procent.

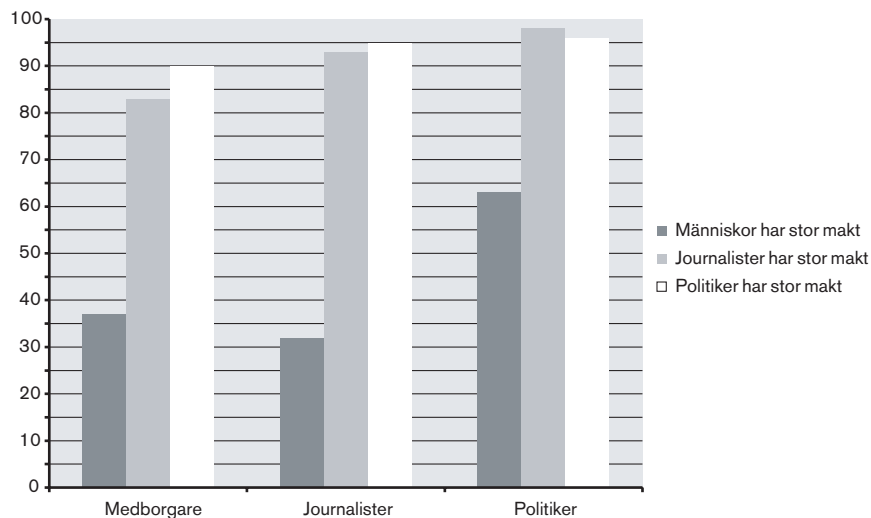
### En fråga om makt

Tidigare har vi diskuterat olika dimensioner av maktbegreppet och skiljt mellan makten över beslutsfattandet, över dagordningen och över tanken. Vi har kunnat konstatera att samtliga grupper har makt, om än av olika slag, i olika omfattning och i olika sammanhang. Vi har också sett att synen på medborgarnas plats i demokratin skiljer sig åt mellan olika demokratimodeller. Enligt samtliga måste politiken vila på medborgarnas samtycke, men medan procedurdemokratin inte kräver särskilt mycket mer är det enligt deltagar- och samtalsdemokratin viktigt att medborgarna har möjlighet att delta direkt i de politiska processerna och samtalen. Enligt procedur- och konkurrensdemokratin är medborgarnas roll reaktiv, medan den enligt deltagar- och samtalsdemokratin är aktiv.

Frågan om makt och maktinnehav har dock inte bara en objektiv utan också en subjektiv sida. En person som tror att han eller hon har makt att påverka försöker med all sannolikhet att påverka i större utsträckning än en person som tror sig sakna förmåga att påverka. På likartat sätt beter sig människor sannolikt annorlunda mot personer som de uppfattar som mäktiga än de gör mot personer som de uppfattar som maktlösa. Också här kan bilden av verkligheten vara viktigare än verkligheten som sådan – bilden styr handlandet, både det egna och i relation till andra individer, grupper eller institutioner. Den makt en individ, grupp eller institution har beror inte bara på objektiva faktorer utan också på om de ses som innehavare av makt att påverka.<sup>394</sup>

Det gäller människor i allmänhet likväl som journalister och politiker. Frågan är därför i vilken utsträckning de tre grupperna instämmer i påståendet att »människor/journalister/politiker har stor makt att påverka politik och samhälle«?

Resultaten visar några tydliga mönster. För det första är tydligt att de främsta makthavarna enligt samtliga grupper är politiker och journalister, medan folk i allmänhet generellt sett inte anses ha stor makt att på-



**Figur 6.5.** Perceptionerna av makten att påverka politik och samhälle (andel som instämmer helt eller delvis).

Anm. Källa: Demokratibarometern 2002. Procent avrundade till hela tal. Skillnaden i synen på de olika gruppernas kunskaper är signifikant på 0,01-nivån. Samband mellan kategori och synen på journalisternas makt (Cramer's V) = 0,25, synen på politikernas makt = 0,13, och synen på människors makt = 0,22.

verka politik och samhälle. Den grupp som framförallt instämmer i att människor i allmänhet har stor makt att påverka utgörs av politiker. En klar majoritet av dem, 63 procent, instämmer i att människor har stor makt att påverka politik och samhälle. Motsvarande andel bland medborgarna är 37 procent och bland journalisterna 32 procent. Ingen grupp tvivlar lika mycket på medborgarnas makt att påverka som journalisterna, vilket är intressant. Det legitimerar nämligen deras egen roll som medborgarnas företrädare mot politikerna.

För det andra är det uppenbart att journalister och politiker anses spela på samma planhalva. Bland journalister är det en något större andel som instämmer i att politiker har stor makt än i att journalister har det, men skillnaden är liten. Bland politiker är det till och med en större andel som instämmer i att journalister har stor makt än i att politiker har det. Det är anmärkningsvärt och tyder på en viss vanmakt hos politikerna. Samtidigt understryker resultaten att modern politik inte bara är medierad – den är också medialiserad. Politiken inte bara utspelar sig i och via medierna, den påverkas också av medierna och deras sätt att fungera.

### Perceptioner i samspel

Resultaten så här långt visar att medborgare, journalister och politiker genomgående gör olika bedömningar av de egna och andra gruppernas politiska intresse, politiska kunskaper, intresse för det allmänna bästa och makt att påverka politik och samhälle. Samma sak gäller förtroendet för den egna respektive de andra grupperna. Vetskapen om ifall någon är verksam som politiker eller journalist hjälper oss därför att förutse vilka perceptioner de bär på. Det är en betydligt starkare indikator än andra bakgrundsvariabler såsom kön, ålder, utbildning, boende och politisk intresse. Av dessa bakgrundsvariabler är det bara det politiska intresset som, för medborgarnas del, genomgående visar sig ha samband med de frågor som har undersökts. Sambandets styrka är dock svagare än sambandet mellan gruppstillhörighet och åsikter.<sup>395</sup>

Ska man karaktärisera medborgarnas perceptioner, utmärks de av att de är förhållandevis politiskt intresserade om de själva får komma till tals, samtidigt som de underskattar varandras politiska intresse. Man har generellt sett stort förtroende för människor i allmänhet, men ett lågt förtroende för i synnerhet politiker. Förtroendet för journalister är något högre, men det är ändå mindre än 50 procent som säger sig ha mycket eller ganska stort förtroende för journalister. Medborgarna ställer sig också tvivlande till journalisternas intresse för det allmänna bästa, vilket indikerar att det finns en misstro bland medborgarna mot både politiker och journalister. Dock ser man både politiker och journalister som kunniga om politik och samhälle. Det är också uppenbart att ur medborgarnas perspektiv utgör både journalister och politiker en maktelit.

Att politiker och journalister utgör en maktelit instämmer de själva i. Det är till och med fler politiker som instämmer helt i att journalister har stor makt, än i att politiker har det. Samtidigt är det en minoritet journalister som instämmer i att människor i allmänhet har makt; det är till och med en större andel medborgare än journalister som anser att folk har makt att påverka. Journalisterna underskattar också människors politiska intresse, samtidigt som bara drygt en femtedel anser att människor har stor kunskap om politik och samhälle.

Dock är det värt att notera att journalisternas förtroende för människor i allmänhet är högt, vilket också gäller politikernas förtroende för människor i allmänhet. Generellt går det inte att spåra någon »eliternas misstro« mot folket bland politiker och journalister.

Journalisterna har också ett förhållandevis stort förtroende för politiker. 58 procent av dem säger sig ha mycket eller ganska stort förtroende för politiker. Det är intressant dels därför att tidigare forskning visar att journalistiken aktiverar och förstärker människors misstro mot politiker,<sup>396</sup> dels därför att journalisternas förtroende för politiker är större än

politikernas förtroende för journalister.

Att det bland politiker finns en misstro mot journalister visar sig också av att de ställer sig mycket skeptiska till påståendet att journalister är ärligt intresserade av det allmänna bästa. Ska man tro politikerna, har både de själva och folk i allmänhet ett betydligt större ärligt intresse för det allmänna bästa än vad journalister har. Politiker ställer sig också mer tvivlande till journalisternas kunskaper om politik och samhälle än vad journalister och medborgare gör. Däremot är det uppenbart att politiker ser journalister som mäktiga, ja mäktigare än de uppfattar sig själva.

Till skillnad mot journalisterna utmärks politikerna av förhållandevis positiva uppfattningar om människor i allmänhet. Politikerna gör den mest realistiska bedömningen av människors politiska intresse, de har störst förtroende för människor i allmänhet, de är mest benägna att instämma i att människor är ärligt intresserade av det allmänna bästa och att de har stor makt att påverka politik och samhälle, och de är lika benägna som medborgarna i att instämma i att människor har stora kunskaper om politik och samhälle.

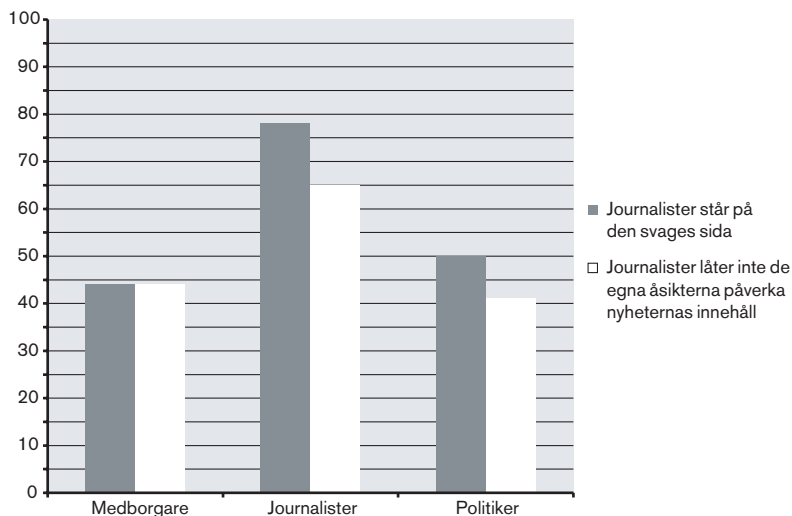
Den misstro bland den politiska kommunikationens centrala aktörsgrupper som finns, riktar sig med andra ord huvudsakligen mot politiker från medborgarnas sida, mot människor i allmänhet från journalisternas sida, och mot journalister från politikernas sida.<sup>397</sup>

### En fråga om legitimering av journalistiken

Det kan finnas särskilda skäl att reflektera något över journalisternas uppfattningar om människor i allmänhet. Även om de har ett stort förtroende för människor i allmänhet tenderar journalister att se dem som förhållandevis okunniga och maktlösa. Därmed legitimerar de sin egen roll som företrädare för folket. Om nu människor är så okunniga och maktlösa som journalisterna tenderar att tycka, blir journalistikens uppgift som informationsinsamlare, informationsspridare och som granskare av makt avgörande för demokratins förmåga att fungera. Utan journalister klarar sig medborgarna inte på egen hand; journalisterna inte bara informerar och ger medborgarna den kunskap som behövs, utan de som också företräder medborgarna mot makthavarna.

Detta är precis vad journalismen som ideologi handlar om, enligt Olof Petersson.<sup>398</sup> Resultaten kan därför ses som ett stöd för hans teori. Samtidigt förutsätter journalismen att journalistiken har förtroende från åtminstone allmänhetens sida. Det förutsätter också att journalister ses som om de står på allmänhetens sida och inte som en del av eliten.

Tidigare undersökningar indikerar dock att journalister och politiker av medborgarna ses som om de sitter i samma båt.<sup>399</sup> Att medborgarna in-



**Figur 6.6.** Perceptioner av journalister (andel som instämmer helt eller delvis).

Anm. Källa: Demokratibarometern 2002. Procent avrundade till hela tal. Skillnaderna i synen på journalisterna är signifikanta på 0,01-nivån. Samband mellan kategori och synen på journalisterna som ståendes på den svages sida är (Cramer's V) = 0,22, och med synen på om journalister låter de egna åsikterna påverka nyheternas innehåll = 0,21.

stämmer nästan lika mycket i att journalister har stor makt som att politiker har det ger en indikation på samma sak. Det är också inställningarna till två andra påståenden i Demokratibarometern 2002: »Journalister låter inte de egna åsikterna påverka nyheternas innehåll« och »Journalister står på den svages sida«.

Resultaten visar att journalisternas självuppfattning skiljer sig från hur de uppfattas av medborgare och politiker. Enligt en stor majoritet bland journalister står de på den svages sida; nästan 80 procent instämmer helt eller delvis i det påståendet. Samtidigt instämmer 65 procent i att de inte låter de egna åsikterna påverka nyheternas innehåll. Det är en majoritet, men den innebär samtidigt att 35 procent av journalisterna trots all anser att deras åsikter påverkar journalistikens innehåll. Detta kan tolkas som ett betydande kollektivt avståndstagande från normen om journalistisk objektivitet. Samtidigt säger resultaten ingenting om huruvida journalisterna anser att deras egna åsikter påverkar nyheternas innehåll, eller om de anser att det är andra journalister än de själva som låter åsikterna påverka journalistikens innehåll.

Jämfört med journalisterna ställer sig medborgarna mest skeptiska till påståendet att journalister står på den svages sida; 44 procent av dem in-

stämmer helt eller delvis. Bland politiker är andelen något högre. Förhållandet är omvänt när det gäller påståendet att journalisterna inte låter de egna åsikterna påverka nyheternas innehåll. Här har medborgarna en marginellt större tilltro till journalisterna än vad politikerna har. Inte i någon av grupperna instämmer en majoritet. Tvärtom tar en majoritet av medborgarna och politikerna – till skillnad från journalisterna – avstånd från påståendena att journalister står på den svaga sida och att de inte låter de egna åsikterna påverka nyheternas innehåll.

Sammantaget tyder detta på ett avstånd mellan hur journalisterna ser sig själva – och vill bli sedda – och hur politikerna och framförallt medborgarna ser dem. De har inte den legitimitet som de borde ha och behöver för att med trovärdighet och kraft kunna fungera som allmänhetens företrädare mot den politiska eliten. Tvärtom utgör journalister, enligt många medborgare, en del av samma elit som politikerna. Politiker och journalister sitter i samma båt; en båt där medborgarna antingen inte får plats eller inte känner sig välkomna.

### **Opinioner med betydelse för journalistikens innehåll**

Utifrån den syn på människor i allmänhet som framkommer i undersökningen vore det logiskt ifall journalister värnade om den politiska journalistikens utrymme och om en politisk journalistik som är så verklighetsnära och samtidigt politiskt mobiliserande som möjligt. En sådan journalistik skulle kunna ge människor den information de behöver för att bli mer kunniga och öka sin förmåga att påverka politik och samhälle. Möjligen skulle en sådan journalistik också leda till att fler medborgare anser att journalister står på de svaga sida och att de inte låter de egna åsikterna påverka nyheternas innehåll, och därmed till en legitimering av journalistiken.

Samtidigt underskattar journalister människors politiska intresse, vilket skulle kunna leda till att den politiska journalistiken får ett mindre utrymme än vad som är befogat med hänsyn till publikmarknaden. I kombination med konkurrens som råder mellan medierna skulle det också kunna leda till en politisk journalistik som är än mera anpassad till medielogikens berättartekniker tillspetsning, förenkling, polarisering, intensifiering, personifiering, konkretisering och stereotypisering – allt för att fånga uppmärksamheten hos människor man *tror* måste lockas genom en dramatisering av innehållet och vars uppmärksamhet man är beroende av för att nå framgång på publikmarknaden.

Något förenklat handlar detta val om man ska vända sig till och tilltala människor som medborgare i en demokrati eller som kunder på en marknad.

Detta finns det skäl att återkomma till efter att vi har granskat journalistikens innehåll i samband med valen 1998 och 2002. Det finns då också skäl att sätta valjournalistikens innehåll i relation till frågan om mediernas och journalisternas makt. Kombinationen av att den tidigare forskningen visar att medierna har avsevärd makt över dagordningen och över tanken, att medierna är de som framförallt har makten över journalistikens innehåll, och att såväl journalister själva som politiker och medborgare anser att journalister har nästan lika stor makt att påverka politik och samhälle som politiker har, gör att det finns all anledning att granska journalistikens innehåll. Det gör också att det är rimligt att kräva av medierna och journalistiken att de tar ett ansvar som står i proportion till maktens omfattning.

## 7. Valen och valjournalistiken 1998 och 2002 – en översikt

Vart fjärde år bränner det till. Under några korta intensiva sensommarveckor utspelar sig då de valkampanjer som ska avgöra vilka som ska ha makten att styra landet, landstingen eller kommunerna under de kommande fyra åren.

Mycket står på spel, inte minst för partierna. Valkampanjen är avgörande för vilket inflytande de kommer att ha över politikens innehåll under den kommande mandatperioden, men också för vilken ekonomi de kommer att ha. Detta eftersom partistödet från stat, landsting och kommuner är den viktigaste inkomstkällan för samtliga partier.<sup>400</sup> I dag är det bara socialdemokraterna som har en betydande del av sin finansiering från annat håll än från det offentliga, där inte minst det årliga bidraget från LO på cirka 20 miljoner har en stor betydelse.<sup>401</sup> Valkampanjerna har också en mycket stor betydelse för partiernas möjligheter att rekrytera medlemmar och för att få ut sitt budskap via medierna, och därmed för de långsiktiga möjligheterna att påverka både opinionen och den faktiska politiken. Ett parti som når en valframgång får ökade möjligheter att värva medlemmar, att få uppmärksamhet i medierna och att fortsätta växa. Ett parti som drabbas av ett valnederlag riskerar en ökenvandring sakpolitiskt, opinionsmässigt och organisatoriskt.

Till detta kommer att valkampanjerna har en mycket stor betydelse för partiernas inre liv. En partiledning som leder sitt parti till framgång kan räkna med fortsatt internt stöd och ökad frihet att agera; en partiledning som leder sitt parti till bakslag kan räkna med att bli ifrågasatt internt, både personellt och sakpolitiskt. Möjligen väcks det krav på avgångar, och möjligen kommer fraktioner inom partiet att kräva en sakpolitisk kursändring. Allt beror på hur valnederlaget tolkas – var det ett resultat av att partiet förde fram fel frågor eller att det har åsikter som strider mot opinionen, var det ett resultat av en för skarp eller utsuddad profil, eller var det ett resultat av att partiledaren inte lyckades föra ut budskapet på ett riktigt sätt?<sup>402</sup>

### Valkampanjernas ökade betydelse

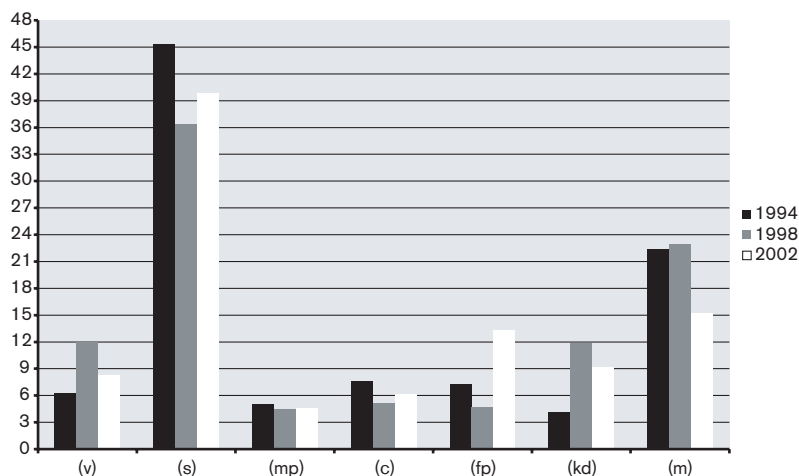
Valkampanjens betydelse kan sålunda knappast överskattas. Den har dessutom blivit mycket viktigare under de senare decennierna, i takt med att partierna har tappat mycket av sin tidigare förankring hos väljarna. Det yttrar sig i bland annat sjunkande medlemsantal, ökad misstro, sjunkande partiidentifikation och ökad väljarrörlighet.

När det gäller partiernas samlade medlemsantal har detta sjunkit med en tredjedel mellan 1991 – efter det att kollektivanslutningen till socialdemokraterna hade avskaffats – och 1999.<sup>403</sup> Studerar man i vilken utsträckning människor säger sig vara anhängare eller starkt övertygade anhängare av något parti, visar valundersökningarna att andelen svenskar som säger sig vara anhängare av något parti har minskat från 65 procent 1968 till 42 procent 1998. Andelen starkt övertygade anhängare har under samma tid sjunkit från 39 procent till 19 procent.<sup>404</sup> Partiidentifikationen ökar dock i samband med val, i form av vad Sören Holmberg och Lenart Weibull kallar en »elektoral valcykel«. Under mellanvalsperioderna är andelen partianhängare ännu lägre.<sup>405</sup>

Att den politiska misstron har ökat är också väl dokumenterat, även om trenden tycks ha vänt de senaste åren. Ett exempel på utvecklingen över tid är att andelen svenskar som instämmer helt eller delvis i att »De som sitter i riksdagen och beslutar tar inte mycket hänsyn till vad vanligt folk tycker och tänker« mellan 1968 och 1998 har ökat från 46 till 75 procent. Under samma period har andelen svenskar som instämmer helt eller delvis i att »Partierna är bara intresserade av folks röster, men inte av deras åsikter« ökat från 37 till 75 procent.<sup>406</sup>

Mot bakgrund av partiernas sjunkande medlemsantal, sjunkande partiidentifikation och den ökade misstron är det inte förvånande att väljarrörligheten har ökat. Den långsiktiga trenden är tydlig: allt fler bestämmer sig allt senare för hur de ska rösta, allt fler röstar på olika partier i olika val, och allt fler är öppna för att byta parti under själva valrörelsen. I valet 1964 var det bara 18 procent som uppgav att de bestämde vilket parti de skulle rösta på under själva valrörelsen; i valet 1998 var motsvarande andel 57 procent. Andelen som bestämmer sig under den sista veckan har under samma tidsperiod ökat från 10 till 36 procent. Samtidigt har andelen som byter parti under valrörelsen ökat från cirka sex procent 1964 till cirka 18 procent 1998. Om man till sist studerar hur många det är som röstar på olika partier i riksdags- respektive kommunvalen, har andelen ökat från sex procent 1970 till 24 procent 1998.<sup>407</sup>

Sammantaget betyder detta att mycket mer står på spel för partierna när det börjar närma sig val, än vad det gjorde tidigare. Förr i tiden brukade man kalla väljare som inte hade bestämt sig, och som partierna hade möjlighet att övertyga under valkampanjen, för marginalvälja-



Figur 7.1. Valresultat 1994, 1998 och 2002.

re. Numera är situationen närmast omvänd. Om gårdagens marginalväljare var de som inte hade valt parti när en valkampanj inleddes är dagens marginalväljare de som har bestämt sig.

Mot den bakgrunden är det inte förvånande att de senaste valen har givit flera exempel på så kallade »effekter« – att något eller några partier går starkt framåt eller starkt bakåt i ett val. 1998 talades det om en »Svensson-effekt« och en »Schyman-effekt«. Då kunde man också läsa ett antal artiklar som gick ut på att folkpartiet och Leijonborg var förlorare. I kontrast till det talades det 2002 om en »Leijonborg-effekt«. Den fula ankungen hade blivit en svan; förloraren hade blivit vinnare. Istället var det moderaterna som 2002 fick stämpeln som den stora förloraren.

Valrörelserna innebär sålunda en osäker, nervös men allt viktigare kamp för de politiska partierna. Det är därför inte förvånande att det har blivit allt viktigare för dem att bedriva professionella politiska kampanjer – även om svenska undersökningar visar att de har mycket kvar att lära innan de kan jämföra sig med exempelvis sina brittiska och amerikanska kollegor.<sup>408</sup>

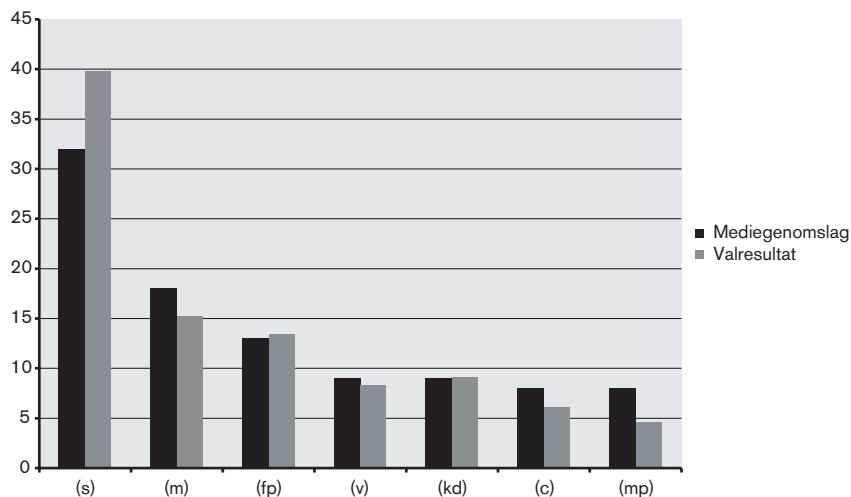
En mycket väsentlig del av professionella politiska kampanjer handlar om förmågan att nå framgång på mediearenan. Samtliga processer före, under och efter ett val filteras genom och påverkas av medierna och deras rapportering. Medierapporteringen har betydelse för valkampanjens utgång, men också för hur framgångarna och bakslagen tolkas. I det medialiserade samhället kan samhällets opinionsprocesser aldrig för-

stås utan att hänsyn tas till medierna och deras rapportering, och det gäller lika mycket före som under och efter en valkampanj.

Under själva valkampanjen är dock mediernas betydelse extra stor. Då ökar det politiska intresset och därmed intresset för medierapporteringen om politik och politiska frågor. När det närmar sig val och allvar känner människor både ett större intresse för och ett större behov av att sätta sig in i politiken, och då vänder de sig i första hand till medierna för att söka information. Detta utgör en första nödvändig förutsättning för att medierna ska kunna utöva makt över medborgarna – makt över dagordningen och makt över hur verkligheten beskrivs och uppfattas.

En andra nödvändig förutsättning är att människor är öppna för påverkan. I det sammanhanget spelar den ökade rörligheten och den sjunkande partiidentifikationen en central roll, och utvecklingen de senaste decennierna talar därför för att mediernas makt har ökat. Men oavsett om mediernas makt har ökat eller inte, är det tämligen oomtvistat att medierapporteringen under valrörelsen kan ha en mycket stor betydelse för valutgången.

En mycket enkel illustration över detta har gjorts av omvärdsanalysföretaget *Observer*, genom en jämförelse mellan hur stort utrymme de politiska partierna fick i de ledande mediernas toppnyheter under valrörelsens slutskede 2002 och deras valresultat.<sup>409</sup>



Figur 7.2. Mediegenomslag kontra valresultat 2002.

Trots att *Observer* i den här analysen endast har undersökt hur mycket som rapporterades om partierna, och inte om rapporteringen var positiv eller negativ, är det slående hur nära valresultatet följer medierapporteringen. De enda partier som avviker mer än marginellt är socialdemokraterna, som fick ett bättre valresultat än vad medierapporteringens omfattning indikerar, och miljöpartiet, som fick ett sämre valresultat.

Detta samband mellan medierapportering och valutslag var dock inte unikt för 2002 års valrörelse, vilket Kent Asps undersökningar av valrörelserna sedan 1979 visar. I sin analys av 2002 års val konstaterar han sålunda att »[d]et finns ett klart samband mellan mediernas bild av partierna och valrörelsen och partiernas valresultat. Det är inget unikt för 2002 års val. Liknande samband har även kunnat konstateras i de sju tidigare undersökta valrörelserna«.<sup>410</sup>

Det finns alltså gott om anledningar att ta journalistiken i samband med val på allvar och att undersöka dess innehåll. Fokus kommer att ligga på frågeställningar med relevans för den medierade bilden av politik, människors möjligheter att utifrån journalistiken självständigt bilda sig välinformerade uppfattningar, och vilken typ av demokrati som journalistiken bidrar till.

### Undersökningens uppläggning

De resultat som kommer att redovisas i detta och följande kapitel är i huvudsak hämtade från egna innehållsanalyser av journalistiken i samband med valen 1998 och 2002. Eftersom resultaten för 1998 har redovisats i ett tidigare sammanhang<sup>411</sup> kommer uppmärksamheten huvudsakligen att riktas mot journalistiken i samband med valet 2002. Resultaten för 1998 kommer emellertid också att redovisas när det är möjligt att göra direkta jämförelser och att studera utvecklingen över tid. Två valrörelser är förvisso en allt för kort period för att man säkert ska kunna uttala sig om förändringar över tid, men jämförelserna kan ändå ge en indikation på förändringar.

De medier som ingår i innehållsanalyserna är Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Expressen, Aftonbladet, TV4 Nyheterna, Rapport och Aktuellt under de tre sista veckorna före valen 1998 och 2002. Undersökningsperioden 1998 sträcker sig från och med den 31 augusti till och med den 20 september, medan undersökningsperioden 2002 sträcker sig från och med den 26 augusti till och med den 15 september. För tidningarnas del ingår samtliga nyhetsjournalistiskt bearbetade och av journalister (ej nyhetsbyråer) signerade artiklar publicerade i huvudtidningen (ej bilagor), som i bild, rubrik eller ingress explicit refererar till inrikespolitiska aktörer eller institutioner. Artiklar med färre än tio rader har dock ex-

kluderats. För tv-nyheternas del ingår samtliga inslag i huvudsändningen som i ord, bild eller grafik refererar till inrikespolitiska aktörer eller institutioner. Med huvudsändning avses för Rapport deras sändning klockan 19.30 och för Aktuellt deras sändning klockan 21.00. För TV4 har huvudsändningen ansetts vara klockan 22.00 under 1998 och klockan 18.30 under 2002. På samma sätt som bilagorna inte ingår i undersökningen av tidningsjournalistiken har ekonomi- och sportnyheter exkluderats från undersökningen av tv-journalistiken.

Vid sidan av detta kommer jag också att referera till en undersökning som jag och Lars Nord gjorde hösten 2002, då vi intervjuade samtliga partiernas partisekreterare samt ledande journalister inom samma medier som omfattas av innehållsanalysen. De resultaten finns redovisade i en annan bok,<sup>412</sup> men det finns skäl att i det här sammanhanget koppla samman intervjuerna med den journalistik som faktiskt producerades under valrörelsen 2002.

### **Valet – en god nyhet**

Valrörelser är viktiga inte bara för de politiska partierna, utan också för människor i allmänhet. De ger människor möjlighet att informera sig och att, genom att rösta, påverka politiken under de kommande åren.

Valrörelserna är också viktiga för medierna och för de redaktioner som värnar om en journalistik i det allmännas tjänst. I och med att intresset för politik är större under valrörelser än annars får redaktionerna ökade resurser och ökat utrymme. Det ger dem särskilda möjligheter att utveckla och väcka intresse för den politiska journalistiken; nya grepp kan prövas och nya frågor kan lyftas. Dessutom erbjuder valrörelsen mycket spänning och dramatik, vilket gör den journalistiskt tacksam att bevaka.

Att det är känt långt i förväg när valet kommer att hållas ger dessutom redaktionerna särskilda möjligheter att avsätta vad som bedöms vara nödvändiga resurser, att planera och att disponera de egna insatserna. Valrörelser är också de tillfällen när medierna möjligen känner ett extra ansvar för att bidra till demokratin, även om det i intervjuer uttrycks mer pragmatiskt. Man vill ge konsumentupplysning och informera, och detta upplevs som angeläget.

Att valrörelsen är prioriterad också ekonomiskt visar sig av intervjuer med ledande journalister inom de svenska riksmidierna. Den samlade bedömningen för såväl Sveriges Television som TV4, Ekot, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Expressen och Aftonbladet är att dessa redaktioner hade de resurser de ansåg sig behöva för valbevakningen. De enda undantagen från det mönstret är Svenska Dagbladet och TV4 Nyheter, som båda säger sig ha satsat lite mindre på valjournalistiken 2002 än

1998. Övriga medier satsade mer. Chefen för Dagens Nyheters politiska redaktion, Henrik Brors, säger sålunda att »Jag kan inte säga att vi borde haft mer«. I samma anda säger Lena Mellin, chef på Aftonbladet för samhällsredaktionen och valbevakningen, att:

Pengar är inget hinder över huvud taget. Jag fick den personal jag ville ha, antalet sidor vi ville ha och gjorde Sifo-mätningar som inte heller är billiga. När det gäller tilldelningen av pengar har jag absolut inget att klaga på.

Valrörelsen upplevs med andra ord som viktig och den prioriteras ekonomiskt av de svenska riksmidierna. Men hur omfattande var valbevakningen 2002, i sig och jämfört med 1998?

Det mest slående i jämförelsen av antalet artiklar och inslag 1998 respektive 2002 är likheterna. Med undantag för Dagens Nyheter, som publicerade avsevärt många fler artiklar 2002 än 1998, är skillnaderna marginella. Sett utifrån antalet artiklar finns det därför inget fog för tanken att medierna, av kommersiella hänsyn, skulle nedrusta den politiska journalistiken. Åtminstone inte under valrörelserna.

Antalet artiklar och inslag berättar emellertid inte hela historien om valbevakningens omfattning, eftersom tidningarna och tv-nyheterna kan redigeras på olika sätt. Det finns därför skäl att studera valbevakningens omfattning mätt i antalet spaltcentimeter och minuter. Här finns emellertid inga resultat från 1998 att jämföra med.

Resultatet visar att Expressen är den tidning som utrymmesmässigt satsade mest på valjournalistiken medan Svenska Dagbladet satsade minst. Av tidningarna är det framförallt Svenska Dagbladet som avviker genom att ha ägnat relativt sett litet utrymme åt valet. Bland tv:s nyhetsprogram är Aktuellt det nyhetsprogram som ägnade mest tid åt valjournalistiken medan TV4 Nyheterna ägnade minst tid.

**Tabell 7.1.** Antalet artiklar och inslag i valjournalistiken 1998 och 2002.

|                   | 1998 | 2002 |
|-------------------|------|------|
| Aftonbladet       | 179  | 170  |
| Expressen         | 174  | 161  |
| Dagens Nyheter    | 201  | 325  |
| Svenska Dagbladet | 189  | 214  |
| tv4 Nyheterna     | 72   | 73   |
| Rapport           | 107  | 103  |
| Aktuellt          | 101  | 108  |
| Totalt            | 1022 | 1154 |

**Tabell 7.2.** Valjournalistikens utrymme 2002.

|                                                      | Afton-<br>bladet | Expres-<br>sen | Dagens<br>Nyheter | Svenska<br>Dag-<br>bladet | tv4<br>Nyheter-<br>na | Rapport | Aktuellt |
|------------------------------------------------------|------------------|----------------|-------------------|---------------------------|-----------------------|---------|----------|
| Antal spalt-<br>centimeter/<br>sändnings-<br>minuter | 104 787          | 111 241        | 107 391           | 69 179                    | 158                   | 212     | 254      |

På en övergripande nivå kan man ändå konstatera att alla medier sat-  
sade ett avsevärt utrymme åt valjournalistiken, och tillsammans erbjöd  
de ett innehåll som kvantitativt sett är betydande. Sett ur det perspektivet  
var valet 2002 en god journalistisk nyhet.<sup>413</sup> När jag i fortsättningen skri-  
ver om eller refererar till journalistikens innehåll, syftar det om ingen-  
ting annat sägs på de artiklar och inslag som fångas in i tabellerna ovan.  
Det är också antalet artiklar i tabell 7.1 som kommer att fungera som pro-  
centbas fortsättningsvis, om inget annat sägs i anslutning till redovisning-  
arna av resultaten.

Ett annat sätt att se på hur valet värderades som nyhet är genom att stu-  
dera förstasidorna i tidningarna och hur vanligt det var att artiklarna inne  
i tidningarna hade så kallade »puffar« på förstasidan. Man kan då kon-  
statera att 25 procent av artiklarna i Aftonbladet och Dagens Nyheter,  
35 procent av artiklarna i Expressen och 21 procent av artiklarna i Svens-  
ka Dagbladet hade puffar på förstasidan. Detta ger en indikation på hur  
bra och viktiga de olika redaktionerna bedömde att deras valjournalistis-  
ka nyheter var. När det gäller kvällstidningarna, som är mer beroende än  
de prenumererade morgontidningarna av sina förstasidor för att sälja tid-  
ningar, indikerar det att Expressen oftare ansåg sig ha bra och säljande  
politiska nyheter än vad Aftonbladet ansåg.

En naturlig följdfråga är vad de artiklar som tidningarna puffade för  
på förstasidan under valrörelsen 2002 handlade om. En snabb överblick  
ges i tabell 7.3, som visar den förstasidesrubrik i tidningarna som under  
de två sista veckorna före valet var mest framträdande. Med det menas att  
den var störst, och/eller låg högst upp och så nära det så kallade »vänster-  
krysset« som möjligt. I den utsträckning som flera rubriker i någon av tid-  
ningarna någon av dagarna är likvärdiga, visar tabellen den rubrik som  
har tydligast koppling till valet.

Ett tydligt mönster om man studerar förstasidesrubrikerna under de  
två sista veckorna före valet är att många av dem handlar om det politis-  
ka spelet eller om politikens personer, snarare än om politikens sakinne-

**Tabell 7.3.** Förstasidesrubriker de två sista veckorna före valet 2002.

|         | Expressen                                                | Aftonbladet                                     | Dagens Nyheter                                     | Sv Dagbladet                                    |
|---------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 2 sept  | Avslöjande rapport inifrån skolan                        | Persson fick godkänt av tv-tittarna             | Väljarna saknar flera besked                       | Notan för ohälsan ökar med 50 mrd på fem år     |
| 3 sept  | Persson flyr valrörelsen                                 | Så mycket tjänar du på valet – parti för parti  | Schyman kräver att s slutar vela                   | Borgerliga vill släppa hyrorna fria efter valet |
| 4 sept  | Perssons nya regering                                    | Miljö-Peter kan bli mäktigast i Sverige         | Mp Perssons stora problem                          | Svårt att rubba nye, trygga Leijonborg          |
| 5 sept  | Så blir du lurad av el-jättarna                          | Så blev Lars Leijonborg en vinnare              | Leijonborg surfar på vågen                         | Hemliga flyktplaner ska rädda statsfinanser     |
| 6 sept  | Leijonborg rekordstor i natt                             | Ändra våldtäktslagen                            | Rosengrens prognos får inget stöd                  | M och v prutar inte på sina miljardlöften       |
| 7 sept  | Dödshot mot Leijonborg                                   | -                                               | Persson dömer ut fn-listor                         | Mp kräver ministerposter                        |
| 8 sept  | -                                                        | -                                               | Analytiker varnar för högerseger                   | Mp under spärren i SvD/Sifo                     |
| 9 sept  | -                                                        | Tungviktsduellen                                | Leijonborg i medvind får borgerliga att byta parti | Rädsla för muslimer bekymrar Anna Lindh         |
| 10 sept | -                                                        | Matchen hårdnar. Läsarna: Persson vann          | Hel, ren och mätt – men själen förtvinar sakta     | Borgerliga vill sälja ut Vin & Sprit            |
| 11 sept | Riksdagskvinnans sexkupp – erbjuder väljarna nakenbilder | -                                               | Valspurt med två alternativ                        | Hot mot vittnen växande problem                 |
| 12 sept | Han kan bli statsminister                                | Så ska dina privata mobil-samtal beskattas      | Fp pekar ut statsminister                          | Dold kamera fick politiker att hoppa av         |
| 13 sept | Bosse Ringholms son dömd för klotter                     | -                                               | Fp-utspel öppnade för träta                        | Borgerligt bråk om statsminister                |
| 14 sept | Rekordjämnt i valdebatten                                | Tittarnas egna betyg på partiledardebatten i tv | Idel glada miner i spurten                         | 25 000 röster skiljer i valspurten              |
| 15 sept | Allt inför valrysaren                                    | 101 kändisar: Så går det i valet                | Mp ser ut att få en nyckelroll effekt alls         | Jobbgaranti för unga hade ingen                 |

håll eller om förhållanden i verkligheten med relevans för politikens sakinnehåll. Av *Expressens* elva förstasidesrubriker handlar sju om det politiska spelet, en om en »skandal« (Ringholms son dömd för klotter) och en om att Leijonborg utsatts för »dödshot«. Av *Aftonbladets* tio förstasidesrubriker handlar på samma sätt sju om det politiska spelet och tre om politikens sakfrågor. Samtidigt visar översikten att både *Expressen* och *Aftonbladet* flera dagar inte ansåg sig ha någon politisk nyhet som platsade på förstasidan. Dessa dagar var ämnen som »Zlatan utkastad från kändiskrog« (*Expressen* 9/9), »Programledaren Hannah Widell berättar: Jag ville ta mitt liv. Så enkelt blev hon fri från PMS« (*Expressen* 10/9), »Världsberömd artist lät mörda popstjärna – hyrde pistolman för 10 miljoner« (*Aftonbladet* 7/9) uppenbarligen viktigare. Eller åtminstone tidningsekonomiskt mer lönsamma.

I morgontidningarna handlar fler förstasidesrubriker om politikens sakinnehåll, men också på dessa tidningars förstasidor är det politiska spelet ett återkommande tema. I *Svenska Dagbladet* handlar fem rubriker tydligt om det politiska spelet, medan motsvarande antal i *Dagens Nyheter* är tio.

Den bild som en läsare av förstasidornas rubriker kan få av politik är sålunda att politik och val handlar om vem eller vilka som vinner respektive förlorar – inte om hur verkligheten är beskaffad eller om hur landet ska styras. Det leder oss in på frågan om valjournalistikens gestaltningar av politik – ämnet för nästa kapitel.

## 8. Valjournalistikens gestaltningar av politik

Förstasidan i Aftonbladet den 26 augusti 2002 dominerades av rubriken »Rekordbetyget«, en bild av Alf Svensson som ser ut att hoppa från en scen, och underrubriken »Lena Mellin om Alf Svenssons succé i tv«. Inne i tidningen följs detta upp av ett uppslag med den gemensamma rubriken »Det här kan bli lyftet«. En analys skriven av Lena Mellin har rubriken »Tittarna ger Svensson ett rekordhøgt betyg«. Vid sidan av den återfinns en artikel av reportern Elisabeth Lindham med rubriken »Den gammalmodiga stilen gick hem«, en redovisning av en opinionsundersökning av tittarnas betyg på Alf Svenssons framträdande i partiledarutfrågningen i SVT kvällen innan, samt en mindre artikel där miljöpartiets Eva Goes får fem frågor apropå att partiet har drabbats av ett »valse-delskaos«.

Hela anslaget ger en bild av politik som om det handlar om sport, spel och strategi. Visserligen innehåller artiklarna också referenser till politikens sakinnehåll, men den röda tråden är det politiska spelet. I sin analys skriver Lena Mellin exempelvis:

Och trots redan goda siffror i opinionsmätningarna ser möjligheten att öka ytterligare ut att finnas. I gårdagens utfrågning klarade sig Alf Svensson ännu bättre än för fyra år sedan. Betyget blev rekordhøgt, och svårslaget – 3,8. Det finns många som vill »att det ska vara som det alltid har varit«. Möjligen är det denna grupp som ligger bakom Svenssons høga betyg. I Alf Svenssons värld ska pojkarna inte ha mössor på lektionerna, flickorna kan däremot få ha hatt. Man ska inte prata om att kvinnor missgynnas på arbetsmarknaden om de är hemma med små barn, »snacket om kvinnofälla är förlegat«.

Läsaren av artikeln får information om att Alf Svensson – enligt Lena Mellin – är konservativ och att han står för en traditionell syn på familjeliv och barnuppfostran. Det är information som kan vara bra att ha för den som funderar över vilket parti han eller hon ska välja. Samtidigt är det tydligt att redovisningen av åsikterna i sakfrågan genomgående relateras till det politiska spelet.

### Fyra alternativa gestaltningar av politik

Annorlunda uttryckt är Mellins artikel ett exempel på journalistikens *spelgestaltningar* av politik. Med politiskt spel avses i det här sammanhanget att journalistiken fokuserar på politik som spel, strategi, relationer mellan politiska aktörer och *hur* politik bedrivs. Viktiga indikatorer på att journalistiken gestaltar politik som spel är ord som »vinnare«, »förlorare«, spel-, sport- och krigsmetaforer. Också när journalistiken fokuserar på politiker som personer snarare än som företrädare för en viss politik, ses det som en gestaltning av politik som spel.

Motsatsen utgörs av *sakgestaltningar* av politik. Med sakgestaltad journalistik avses en journalistik som fokuserar på *vad* som har hänt, sakliga förhållanden i verkligheten, vad någon har föreslagit eller vad någon har sagt i den mån som det syftar på eller har relevans för politikens sakinnehåll.

Vid sidan av att gestalta politik som spel eller som sak, kan journalistiken gestalta politik som skandal. Med *skandalgestaltningar* menas att journalistiken fokuserar på skandaler – moraliskt eller juridiskt klandervärda beteenden – hos politiker. Det kan också handla om mindre klandervärda beteenden, exempelvis felsägningar, om journalistiken framställer det som har sagts som en skandal. Därutöver kan journalistiken också gestalta politik som trivia. *Triviagestaltningar* av politik handlar om något trivialt som inte alls har med politik att göra eller har sakpolitisk relevans, men som samtidigt handlar om eller inbegriper politiker.

Ett exempel på triviagestaltad journalistik kunde man läsa i Expressen den 14 september 2002, när stylisten Camilla Thulin betygsatte partiledarnas klädstil. Ett annat exempel kunde man läsa i en artikel av Annika Johansson i Expressen den 11 september 2002. Rubriken var »De vet vem som vinner«. Den var tydligt spelgestaltad – politikens sakinnehåll lyste med sin frånvaro. Detsamma gällde ingressen, vars inledning lød: »Valet ser ut att bli en rysare och vem som vinner får vi veta först på söndag«. Därefter övergår artikeln dock till att bli triviagestaltad, eftersom resten handlar om vad en astrolog, en spåkvinna och en fjärrskåderska svarar på frågorna »vem vinner valet«, »varför« samt »hur blir de fyra åren för den nya regeringen«.

Artikelns brödtext skulle kunna karaktäriseras som spelgestaltad, men kombinationen av att det framställs som om astrologen, spåkvinnan och fjärrskåderskan »vet« vem som vinner och att vare sig astrologi, spådom eller fjärrskåderi är att betrakta som vetenskap gör att artikeln brödtext har klassificerats som triviagestaltad.

Exemplet visar två saker. Det första är att gestaltningarna av politik kan skilja sig mellan rubriker, ingresser, brödtexter och avslutningar. Det andra är att gränserna mellan olika gestaltningar ibland kan vara tunn. Det gäller

särskilt mellan trivia- och spelgestaltningar å ena sidan, och mellan skandal- och sakgestaltningar å den andra. Därför kommer en reservkategori – »annan« – att användas för de fall när artiklarna och inslagen inte tydligt går att klassificera som vare sig sak-, spel-, skandal- eller triviagestaltade.<sup>414</sup>

### Gestaltningar med konsekvenser

Den kommande undersökningen av journalistikens gestaltningar av politik bygger på gestaltningsteorin (*framing theory*) som presenterades i kapitel två. Värt att påminna om är därför att gestaltningsteorin bland annat är en teori om mediernas makt, även om det är gestaltningarnas förekomst och inte deras effekter som kommer att undersökas här. Med andra ord: Hur journalistiken gestaltar politiken har betydelse för hur människor uppfattar politik.

Det gäller inte minst gestaltningarna av politik som spel respektive sak, vilket Cappella och Jamieson har visat genom kontrollerade experiment. Enligt deras resultat bidrar gestaltningar av politik som spel till att stärka och aktivera misstro och cynism gentemot politiker, och det oavsett om gestaltningarna av politik som spel förekommer i tidnings- eller tv-journalistiken:

En enda strategiskt gestaltad nyhet kan aktivera cyniska attributioner. Stora doser är inte nödvändiga. En veckas konsumtion av strategiskt gestaltade nyheter, i tv-sänd eller tryckt form, i samband med valkampanjer eller sakfrågedebatter, bidrar konsekvent till att aktivera cyniska reaktioner.<sup>415</sup>

Mot den bakgrunden är det inte förvånande att kritiken mot journalistiken för att den ofta gestaltar politik som sport, spel och strategi har varit hård under de tio åren. Det gäller i USA,<sup>416</sup> men också i länder som Tyskland,<sup>417</sup> Finland,<sup>418</sup> Storbritannien,<sup>419</sup> Nederländerna<sup>420</sup> och Sverige.<sup>421</sup> Med tanke på att förtroendet för politiker och för politiska institutioner har sjunkit västvärlden över under de senaste decennierna,<sup>422</sup> under samma tidsperiod som mediernas betydelse i den politiska kommunikationen har ökat, är det inte förvånande att de båda trenderna har länkats till varandra. Samtidigt har det varit svårt att *bevisa* vilken betydelse medierna har för den politiska misstron, inte nödvändigtvis för att medierna skulle sakna betydelse utan snarare därför att det är notoriskt svårt att isolera medieeffekter av det här slaget.<sup>423</sup>

För svensk del visar undersökningar att även om det inte går att bevisa hur journalistiken påverkar människors förtroende för politiker, så finns det en parallellitet mellan journalistikens bild av politiker och människors uppfattningar om dem. Kort sagt: människors uppfattningar om politiker har mer gemensamt med hur politiker framställs i journalistiken

än med hur politiker är i verkligheten.<sup>424</sup> De medierade bilderna av verkligheten blir viktigare än verkligheten som sådan, eftersom de upplevs som verkliga. Journalistiken skapar inte misstron, men journalistiken aktiverar, förstärker och kultiverar människors misstro mot politiker. Det sker genom att i oproportionerligt hög grad framställa dem som om de inte går att lita på och som fifflare, men också genom gestaltningarna av politik som sport, spel och strategi.

En näraliggande fråga är dock om man verkligen bör kritisera medierna i den utsträckning som journalistiken gestaltar politik som sport, spel och strategi. Är inte det att skjuta budbäraren? Val handlar ju trots allt om en kamp där vissa kommer att vinna och andra att förlora; ska inte journalistiken beskriva det?

Vad den frågan i grunden handlar om är de politiska partiernas och de politiska aktörernas drivkrafter. Innan vi går in på hur den svenska journalistiken i samband med val gestaltar politik kan det därför vara på sin plats med en liten utvikning om politikens drivkrafter.

### Politikens mångdimensionella drivkrafter

I Vilhelm Mobergs satir *Det gamla riket* är regeringspartiet i fantasilandet *Idyllien* ett idéparti som har två grundläggande idéer. Den första idén är att partiet skall komma till makten, den andra idén är att partiet ska hålla sig kvar vid makten.<sup>425</sup>

Cynikern i dag skulle mycket väl kunna hävda att alla partier i princip har samma mål som i Mobergs satir, och att det därför är fullt rimligt att journalistiken gestaltar politik som sport, spel och strategi. Riktigt så enkelt är det emellertid inte.

Till att börja med är de politiska partierna mångdimensionella till sin karaktär, och det präglar även deras drivkrafter. De politiska partierna vill vinna väljare, men inte till vilket pris som helst. I så fall skulle det inte finnas några ideologier eller tydliga skillnader mellan partierna. I så fall skulle alla partier orientera sig mot den politikens mittfåra där de flesta väljarna står att vinna.

Detta var det argument som Anthony Downs förde fram i sin klassiska analys från 1950-talet, utifrån antagandet att partiernas mål var röstmaximering.<sup>426</sup> Det var också Otto Kirchheimers argument i hans teori att partierna har utvecklats från att företräda vissa grupper till att bli *catch all-parties*.<sup>427</sup> Det finns också visst stöd för tanken att partierna inom olika länder har blivit mer lika varandra, även om det skiljer sig mellan olika länder och även om det inte tycks gälla Sverige.<sup>428</sup> Samtidigt tycks det övergripande mönstret inte vara ökad likriktning, utan snarare att perioder av samförstånd och perioder av polarisering följer varandra i histo-

riskt, kulturellt och socialt bundna kontexter. Så var 1970-talet en period av polarisering inom svensk politik, medan den svenska politiken under slutet av 1990-talet präglades av ökat samförstånd. På omvänt sätt var 1980-talet en period av polarisering inom amerikansk politik, en polarisering som förstärktes under mitten av 1990-talet när republikanerna under ledning av Newt Gingrich lanserade sitt »kontrakt med Amerika«. Under de senaste åren har den amerikanska politiken, som en följd av terrorrattackerna i september 2001 och kriget mot Irak, präglats av ökat samförstånd. Samtidigt har polariseringen i Storbritannien varit stark delvis beroende på samma Irakkrieg som bidrog till ökat samförstånd i den amerikanska politiken och opinionen.

Alltså går det inte att hävda att det är en historisk lag att partierna blir allt mer lika varandra. Vad det snarare handlar om är att drivkrafterna ständigt påverkas av förändringar i det omgivande samhället och av partiernas relativa positioner i politiken. Ett parti som är regeringsbärande behöver därför inte ha samma drivkrafter som ett parti i opposition, lika lite som två partier i opposition behöver ha samma drivkrafter.

Vad som är generellt giltigt är att alla partier är verksamma på olika arenor, där målen för agerandet varierar mellan de olika arenorna. Här kan man identifiera åtminstone fyra olika arenor – en *väljararena*, där målet är att maximera antalet röster; en *intern arena*, där målet är att maximera den interna enigheten; en *mediearena*, där målet är att maximera den positiva uppmärksamheten; samt en *parlamentarisk arena*, där målet är att maximera det egna inflytandet.<sup>429</sup>

Det övergripande och långsiktiga målet är att de politiska beslut som fattas ska följa det egna partiets politik så nära som möjligt. I sin strävan att uppnå det försöker partierna balansera sina ageranden på de olika arenorna så rationellt som möjligt och att hantera de målkonflikter som kan finnas. För ett parti som socialdemokraterna, som är stort och har regeringsmakten, kan det kortsiktiga målet inför och i samband med en valrörelse därför vara att maximera det egna parlamentariska inflytandet och den interna enigheten. Detta medan ett litet parti i opposition som riskerar att falla ur riksdagen kan ha som kortsiktigt mål att maximera antalet röster, inom ramen för en politik som accepteras på den interna arenan.

Exakt hur de svenska partierna resonerade strategiskt inför valen 1998 och 2002 vet vi inte. Av intervjuer med partisekreterarna kan man ändå urskilja ett par mönster. För det första råder det enighet om att mediearenan blivit allt viktigare över tid. För det andra är det uppenbart att den interna arenan fortfarande är basen för samtliga partier.<sup>430</sup> Målet att maximera antalet röster kan och får därför aldrig bli så viktigt att kärnan i det egna partiets budskap offras för vad som är populärt bland väljarna i stort.

Teoretiskt och utifrån partiernas självsyn finns det därför föga stöd för

tanken att partierna enbart vill maximera antalet röster och vinna makten för dess egen skull. Man vill vinna makt och inflytande, men inte som ett självändamål utan som ett medel att förverkliga sin politik. Det bedömer jag är det generella mönstret för partierna som organisationer, särskilt i demokratier som likt den svenska bygger på starka politiska partier. Det förhindrar naturligtvis inte att enskilda politiker kan göra andra prioriteringar.

### En fråga om relevans

Resonemanget att det är fel att kritisera medierna i den utsträckning som deras journalistik gestaltar politik som sport, spel och strategi bygger inte bara på antagandet att politik de facto är sport, spel och strategi. Det bygger också på tanken att journalistiken ska spegla verkligheten som den är, oavsett vilka konsekvenser det får. Mot det står dock att journalistiken aldrig kan spegla verkligheten utan att omforma den. Mot det står också tanken att journalistiken ska tillhandahålla »sådan information som människor behöver för att fritt och självständigt ta ställning i samhällsfrågor«, för att citera den av de uppgifter som pressutredningen 1994 formulerade som har starkast stöd bland såväl journalister som bland medborgare och politiker.

Om journalistiken gör anspråk på att tillhandahålla information som människor behöver för att på valdagen kunna göra genomtänkta val, då handlar frågan om journalistikens gestaltningar av politik inte bara om rätt och fel i förhållande till den verklighet som beskrivs. Då handlar frågan också om relevans.

Politik i sig handlar om alla de beteenden, idéer och institutioner som är relaterade till det offentliga, till den bestämmande fördelningen av värden och till utövandet av makt i samhället. Politik handlar därmed om såväl förhållanden i verklighet med relevans för politikens innehåll, som politikens sakinnehåll och det politiska spelet. Inför valdagen, när människor ska hitta ett parti som man vill stödja, har de dock mindre användning för en journalistik som gestaltar politik som spel än en journalistik som gestaltar politik som sak. Spelgestaltad journalistik, exempelvis om hur partiledarna klarar sig i de tv-sända utfrågningarna, må vara spännande, men den är mindre användbar för dem som ska bilda sig självständiga åsikter i samhällsfrågor.

Hur journalistiken i olika medier gestaltar politik ger därmed en indikation på hur man ser på människor – som medborgare eller som kunder. Det ger också en indikation på i vilken utsträckning journalistiken i olika medier ser som sin främsta uppgift att informera.

### **Tidningsjournalistikens gestaltningar i rubriker, ingresser och avslutningar**

Måndagen den 26 augusti 2002 var det tre veckor kvar till valet. Under de kommande tre veckorna skulle hundratusentals väljare bestämma sig för vilket parti de skulle rösta på, och ett stort antal skulle komma att byta parti. Den dagen kunde man i Svenska Dagbladet läsa ett uppslag under vinjetten »Val 2002«, där fem artiklar fanns publicerade.

Den största artikeln hade rubriken »Tummen ned för sänkt skatt«, med underrubriken »SvD/Sifo-undersökning tankeställare för moderaterna anser statsvetarprofessor«. Under den artikeln skrev Cecilia Axelson en artikel med vinjetten »perspektiv« och rubriken »De stora partierna går i otakt med sina väljare«. En tredje artikel, av Ola Billger och Lars Hillås, hade rubriken »Delad föräldraförsäkring kan bli framtidens modell«. Därutöver fanns det plats för två notiser, båda av Ola Billger, med rubrikerna »Här vann socialdemokraterna« och »Aningslös integrationsdebatt«.

En analys av dessa rubriker visar att den första gestaltar politik som sak. Visserligen hänvisas det till opinioner som är »en tankeställare« för moderaterna, men fokus ligger på skatterna som sådana. Det skiljer den från den andra rubriken, som tydligt relaterar skattefrågan till partiernas ställning i opinionen. Partierna går i otakt, som det sägs. Vissa partier är vinnare – deras politik ligger i linje med skatteopinionen – medan andra är förlorare. Den tredje rubriken, om föräldraförsäkringen, är sakgestaltad, liksom rubriken om integrationsdebatten. Detta allt medan den fjärde rubriken, »Här vann socialdemokraterna«, gestaltar politik som spel.

Samma dag innehöll Dagens Nyheter också ett uppslag med vinjetten »Val 2002«, där elva artiklar publicerades. Vänstersidan dominerades av tre artiklar om landstingsvalet i Stockholm. »S vill regera med mitten« är rubriken på en artikel av Gunnar Sörbring och som toppar sidan. Den är tydligt spelgestaltad. Den säger ingenting om politikens sakinnehåll, utan fokuserar istället på det politiska spelet i form av relationerna mellan de politiska aktörerna. Under den finns en artikel i form av en sakpolitisk guide där alla partiers politik på några landstingskommunala områden redovisas. Den har dock ingen rubrik. Vid sidan av den ligger en artikel med den sakgestaltade rubriken »Inget mål att göra fler sjukhus privata«. På samma sida kunde man också läsa den spelgestaltade rubriken »Folkpartiets ökning håller i sig« och de sakgestaltade rubrikerna »Sverige får konsulat i Kaliningrad« och »Persson vill ha fler pappa-månader«.

I de båda morgontidningarna denna dag varvades på detta sätt sak- och spelgestaltade rubriker. Det skiljer dem från Expressen, vars rubriker

samma dag genomgående var spel- eller triviagestaltade: »7-kampen. Expressens Per Wendel betygsätter Göran Persson«, »Kända svenskar väljer Gudrun«, »Sluta sura, Svensson«, »Gott humör viktigt för tittarpanelen«, »Snabbisarna var kvällens roligaste« samt »Hur länge till? Det vet bara Alf själv«.

Men hur vanligt är det att valjournalistiken i Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter tidningarna gestaltar politik som sak, spel, skandal och trivia? Finns det några skillnader mellan valjournalistiken 1998 och 2002, och finns det några skillnader mellan artiklarnas rubriker, ingresser, brödtexter och avslutningar?

När det gäller rubrikerna visar resultaten att sak- och spelgestaltningar dominerar, men att sakgestaltningarna var något vanligare 2002 än 1998 och att de 2002, till skillnad från 1998, var vanligare än spelgestaltningarna. En annan skillnad mellan är att skandalgestaltningarna var mindre vanliga 2002 än 1998. Till detta finns det två möjliga förklaringar som hänger samman med varandra. Den första är att det inte fanns någon riktigt stor skandal 2002 på samma sätt som 1998, när medierna ägnade visst utrymme åt den så kallade »tvättskandalen« vid landstingstväten i Alingsås. Då visade det sig att politiker, enligt journalistiken, hade tagit hand om kvarglömda värdeföremål som hittades vid landstingstväten, och att de sedan använt pengarna som frigjorts genom försäljning av dessa värdeföremål till att resa och köpa sprit. Även avslöjandet att dåvarande vänsterpartiledaren Gudrun Schyman betalat en kompis till hen-

**Tabell 8.1.** Tidningsjournalistikens gestaltningar i rubriker 1998 och 2002 (procent).

|      | Sak | Spel | Skandal | Trivia | Annan | Summa | Antal |
|------|-----|------|---------|--------|-------|-------|-------|
| 1998 | 40  | 41   | 9       | 2      | 7     | 99    | 731   |
| 2002 | 47  | 36   | 4       | 3      | 10    | 100   | 855   |

Anm. Alla artiklar har inte egna rubriker, varför antalet rubriker understiger antalet artiklar. Procent avrundade till hela tal.

**Tabell 8.2.** Tidningsjournalistikens gestaltningar i ingresser 1998 och 2002 (procent).

|      | Sak | Spel | Skandal | Trivia | Annan | Summa | Antal |
|------|-----|------|---------|--------|-------|-------|-------|
| 1998 | 45  | 41   | 8       | 2      | 3     | 99    | 740   |
| 2002 | 47  | 42   | 5       | 1      | 4     | 99    | 695   |

Anm. Alla artiklar har inte självständiga ingresser/inledningar, varför antalet ingresser understiger antalet artiklar. Procent avrundade till hela tal.

nes dotter svart för att städa hos henne framställdes 1998 ut som en skandal. Den andra förklaringen är att 2002 års stora skandal i valrörelsen handlade om det så kallade valstugereportaget som sändes i *Uppdrag Granskning* några dagar före valet, och att den skandalen hade direkt bäring på politikens sakinnehåll. Beroende av hur journalistiken berättade om detta kunde rubrikerna klassificeras antingen som skandal eller som sak, där den avgörande faktorn var tonen i rubrikerna (och övriga delar av artiklarna och inslagen).

1998 var sakgestaltningarna vanligare i ingresserna än i rubrikerna medan spelgestaltningarna var lika vanliga; 2002 var mönstret det omvända. I övrigt är skillnaderna små, och att andelen ingresser i »annan«-kategorin är vanligare i ingresser än i rubriker beror huvudsakligen på att ingresserna är tydligare än vad rubrikerna är. Därmed är de också lättare att klassificera inom någon av de fyra huvudsakliga gestaltningarna.

Efter rubrik och ingress följer vid vanlig läsning en artikels brödtext, som utrymmesmässigt också utgör huvudparten av en artikel. I det här sammanhanget ska dock gestaltningarna av politik i artiklarnas avslutningar granskas först. Därefter ska journalistikens gestaltningar av politik i brödtexterna studeras i samband med att tv-journalistikens gestaltningar granskas.

I artiklarnas avslutningar är sakgestaltningarna båda åren vanligare än i ingresserna och rubrikerna, medan spelgestaltningarna är mindre vanligt förekommande. Däremot ökar andelen trivia något jämfört med ingresserna, vilket är ett uttryck för att artiklar ibland avslutas med någon lite mer lättsam vinkel. Det gäller särskilt i kvällstidningarna, som när Per Wendel i sin kommentar den 26 augusti till utfrågningen av Alf Svensson i SVT avslutade med följande ord: »Snabbfrågorna var kul. I går kväll fick vi bland annat veta att Alf Svenssons migrän inte blivit bättre och att han drar på sig myskläderna när han kommer hem«.

**Tabell 8.3.** Tidningsjournalistikens gestaltningar i avslutningar 1998 och 2002 (procent).

|      | Sak | Spel | Skandal | Trivia | Annan | Summa | Antal |
|------|-----|------|---------|--------|-------|-------|-------|
| 1998 | 48  | 33   | 7       | 4      | 8     | 100   | 650   |
| 2002 | 51  | 36   | 5       | 2      | 6     | 100   | 667   |

Anm. Alla artiklar har inte självständiga avslutningar, varför antalet avslutningar understiger antalet artiklar. Procent avrundade till hela tal.

### Valjournalistikens gestaltningar av politik i artiklarnas brödtexter och i tv

En snabb karaktäristik av resultaten så här långt är att sak- och spelgestaltningar dominerar, att sakgestaltningarna av politik är något vanligare än spelgestaltningarna, och att journalistiken var något mer sakgestaltad 2002 jämfört med 1998. Mest intressant är emellertid hur politik gestaltas i artiklarnas brödtexter, ty även om rubrikerna och ingresserna liksom bilder och andra illustrationer är viktiga för att locka människor till läsning, är det brödtexterna som utgör artiklarnas huvuddelar.

När det gäller tv-inslagen har det inte varit möjligt att göra en tydlig åtskillnad mellan olika delar på samma sätt som man kan göra det mellan rubriker, ingresser, brödtexter och avslutningar. Inslagen har därför analyserats i sina helheter. I allt väsentligt kan de emellertid jämföras med artiklarnas brödtexter och vice versa.

Frågan närmast är mot den bakgrunden hur journalistiken gestaltade politik i tv-inslagen och i artiklarnas brödtexter 1998 respektive 2002. Med tanke på att brödtexterna och inslagen är mer omfattande än såväl rubriker som ingresser och avslutningar, är de emellertid också mer mångtydiga. I de fall som en brödtext eller ett tv-inslag har innehållit olika gestaltningar, har därför den dominerande gestaltningen kodats.

I tabell 8.4 redovisas de tre vanligaste gestaltningarna i de olika medierna, nämligen sak-, spel- och skandalgestaltningarna. Triviagestaltningarna och kategorin »annan« har slagits ihop till en övrigt-kategori, för att göra tabellen mer överskådlig.

**Tabell 8.4.** Valjournalistikens gestaltningar av politik i artiklarnas brödtexter och i tv (procent).

|                | Sak-gestaltningar |      | Spel-gestaltningar |      | Skandal-gestaltningar |      | Övrigt |      |
|----------------|-------------------|------|--------------------|------|-----------------------|------|--------|------|
|                | 1998              | 2002 | 1998               | 2002 | 1998                  | 2002 | 1998   | 2002 |
| Aftonbladet    | 39                | 56   | 45                 | 36   | 10                    | 3    | 6      | 5    |
| Expressen      | 33                | 33   | 48                 | 50   | 11                    | 9    | 8      | 8    |
| Dagens Nyheter | 62                | 68   | 28                 | 26   | 6                     | 2    | 4      | 4    |
| Svenska        |                   |      |                    |      |                       |      |        |      |
| Dagbladet      | 45                | 54   | 45                 | 37   | 8                     | 5    | 1      | 3    |
| Rapport        | 51                | 66   | 33                 | 21   | 10                    | 8    | 6      | 5    |
| Aktuellt       | 56                | 64   | 29                 | 28   | 9                     | 3    | 6      | 5    |
| tv4 Nyheterna  | 32                | 44   | 39                 | 48   | 18                    | 6    | 11     | 3    |
| Genomsnitt     | 45                | 55   | 38                 | 35   | 10                    | 5    | 6      | 5    |

Procent avrundade till hela tal. Procentandelarna för tidningarnas del avser artiklarnas brödtexter. Procentbasen framgår av tabell 7.1.

Resultaten visar att det finns tydliga skillnader både mellan medierna och mellan 1998 respektive 2002. För det första var spelgestaltningar 1998 vanligare än sakgestaltningar i Aftonbladet, Expressen och TV4 Nyheterna, medan de var exakt lika vanliga i Svenska Dagbladet. 2002 har det förändrats, så att spelgestaltningar var vanligare än sakgestaltningar i Expressen och TV4 Nyheterna men inte i Aftonbladet.

För det andra var journalistiken generellt sett mer sakgestaltad 2002 än 1998 – det enda medium vars journalistik inte följer det mönstret är Expressen. Den genomsnittliga andelen sakgestaltade brödtexter och tv-inslag ökade från 45 till 55 procent. Samtidigt innebär inte ökad andel sakgestaltad journalistik per definition lägre andelar spelgestaltad journalistik. Det visar resultaten för framförallt TV4 Nyheterna. 1998 gestaltade 39 procent av deras inslag politik som spel, en andel som fyra år senare var 48 procent. Också i Expressen ökade andelen brödtexter som gestaltade politik som spel, men mindre. Genomsnittligt minskade emellertid andelen spelgestaltade brödtexter och tv-inslag från 38 till 35 procent.

För det tredje har andelen skandalgestaltade brödtexter och inslag sjunkit kraftigt i samtliga medier, vilket understryker att valrörelsen 2002 var förhållandevis fri från skandaler. För det fjärde är skillnaderna mellan de olika medierna avsevärda.<sup>431</sup> Det medium vars journalistik var mest sakgestaltad var Dagens Nyheter både 1998 och 2002. På motsatt sätt är det medium vars journalistik var mest spelgestaltad Expressen, och det gällde både 1998 och 2002. Journalistiken i de övriga medierna faller däremellan.

Vad dessa resultat visar är att om man vill ta del av en journalistik som gestaltar politik som sak, bör man i första hand vända sig till Dagens Nyheter, Aktuellt och Rapport. Man bör samtidigt undvika Expressen och

**Tabell 8.5.** Mest sak- respektive spelgestaltade journalistiken 1998 och 2002.

| Mest sakgestaltande journalistiken 1998 | Mest sakgestaltande journalistiken 2002 | Mest spelgestaltande journalistiken 1998       | Mest spelgestaltande journalistiken 2002 |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------------|
| Dagens Nyheter<br>Aktuellt              | Dagens Nyheter<br>Rapport               | Expressen<br>Aftonbladet/<br>Svenska Dagbladet | Expressen<br>tv4 Nyheterna               |
| Rapport<br>Svenska Dagbladet            | Aktuellt<br>Aftonbladet                 | tv4 Nyheterna<br>Rapport                       | Svenska Dagbladet<br>Aftonbladet         |
| Aftonbladet<br>Expressen                | Svenska Dagbladet<br>tv4 Nyheterna      | Aktuellt<br>Dagens Nyheter                     | Aktuellt<br>Dagens Nyheter               |
| tv4 Nyheterna                           | Expressen                               |                                                | Rapport                                  |

TV4 Nyheterna. Vill man å andra sidan ta del av en journalistik som gestaltar politik som spel, är Expressen förstahandsalternativet. Man kan också med fördel ta del av TV4 Nyheterna eller kanske till och med Svenska Dagbladet eller Aftonbladet.

Om man sätter resultaten i relation till medietyp (tv vs tidningar), ägandesituation (public service vs privatägt), mediekategori (kvällstidningar vs morgontidningar) eller strukturell position på publikmarknaden (prenumererade tidningar vs om man varje dag på nytt måste fånga publiken), visar det sig att förklaringskraften i dessa strukturella faktorer är begränsad. Om medietyp vore en viktig förklaringsfaktor skulle tidningarna vara mer lika varandra sinsemellan och mer olika tv-nyheterna. Om ägandesituation vore en viktig förklaringsfaktor skulle skillnaderna mellan public service-nyheterna och övriga medier vara större, och då skulle likheterna mellan Bonnierägda Dagens Nyheter och Expressen samt mellan Schibsted-ägda Aftonbladet och Svenska Dagbladet vara större. Om mediekategori vore en viktig förklaringsfaktor skulle likheterna mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet å ena sidan och mellan Aftonbladet och Expressen å andra sidan vara större. Till sist: om strukturell position på publikmarknaden vore avgörande skulle likheterna mellan Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet vara större, på samma sätt som likheterna mellan de övriga medierna skulle vara det.

Vad detta pekar på är att det är andra faktorer vid sidan av de strukturella som är centrala för hur olika mediers journalistik gestaltar politik. Följer man uteslutningsmetoden innebär det att journalistikens gestaltningar av politik huvudsakligen formas på redaktionell nivå – i samspel mellan de enskilda redaktionernas nyhetsvärderingar och de journalister som utgör redaktionerna och utformar de faktiska inslagen och nyhetsartiklarna.

### **Demokratimodellerna och valjournalistikens gestaltningar av politik**

Sett utifrån de olika demokratimodellernas perspektiv kan resultaten så här långt betraktas som både goda och dåliga nyheter. Till de dåliga nyheterna hör att en mycket betydande andel av valjournalistiken – i genomsnitt drygt vart tredje nyhetsinslag och artikel – gestaltar politik som spel snarare än som sak.<sup>432</sup> Därmed finns det en påtaglig risk att journalistiken bidrar till misstron mot politiker, till att människor upplever politik som en angelägenhet för de redan engagerade, och till vad som ibland brukar kallas åskådardemokrati. För att nu använda samma typ av metaforer som inom den spelgestaltade journalistiken: På planen finns spelarna, politikerna, tillsammans med domarna, journalisterna, allt med-

an medborgarna är hänvisade till läktarplats. Där kan de heja eller bua, men de är inte inbjudna att delta eller själva ta ansvar för politikens utformning.

En sådan slutsats är dock lite väl tillspetsad. Samtidigt överstiger andelen spelgestaltad journalistik vad som kan anses vara rimligt ur såväl ett konkurrensdemokratiskt som ett deltagar- eller samtalsdemokratiskt perspektiv. Med ett undantag, och det gäller den del av speljournalistiken som fokuserar på relationerna mellan de politiska aktörerna och, framförallt, hur de ställer sig till olika möjliga regeringsalternativ. Den typen av speljournalistik välkomnas av mandatmodellen.

Tyvärr går det dock inte att särskilja hur stor del av den spelgestaltande journalistiken som fokuserar på regeringsfrågan, även om en kvalitativ observation är att regeringsfrågan spelade en mer undanskymd roll 2002 än 1998. Möjligen förklarar det också varför spelgestaltningarna var mindre vanliga 2002.

Om den förhållandevis höga andelen spelgestaltad journalistik generellt sett är en dålig nyhet utifrån demokratimodellernas perspektiv, är det samtidigt en god nyhet att andelen sakgestaltad journalistik var högre 2002 än 1998. Det gjorde rimligen att människor hade bättre möjligheter i den senaste valrörelsen att hitta information som de kunde använda sig av för att informera sig. Samtidigt innebär en ökad andel sakgestaltad journalistik en ökad *sannolikhet* att människor blev tilltalade som medborgare och inte blott konsumenter eller passiva åskådare, vilket är viktigt inte minst ur ett deltagar- och samtalsdemokratiskt perspektiv.

Detta kan relateras till de olika artikeltyper som återfinns i tidningsjournalistiken. Det finns nämligen en artikeltyp som utan undantag gestaltar politik som sak. Det är så kallade »sakpolitiska guider« eller »rutscheman« som de också kallas – artiklar i vilka partiernas politik i ett urval frågor redovisas. Det kan handla om jämställdheten, som i Aftonbladet den 4 september 2002, om skolan, som i Expressen den 10 september, om Stockholms landstingspolitik, som i Svenska Dagbladet den 30 augusti, eller om en blandning aktuella frågor, som i Dagens Nyheter den 14 september. Gemensamt för de sakpolitiska guiderna är att de handlar om vad partierna tycker i valda sakfrågor, att alla partier får komma till tals på likvärdiga villkor, och att de antingen får svara med sina egna ord eller att journalisten redovisar partiernas politik så rakt som möjligt. De tillhandahåller sålunda rak information om de politiska partiernas sakåsikter, något som journalistiken bör göra enligt såväl mandatmodellen som enligt deltagardemokratien och samtalsdemokratien.

Ursprungligen var det kvällstidningarna som utvecklade den typen av artiklar, men jämfört med valet 1998 har de blivit vanligare också i morgontidningarna.<sup>433</sup> 1998 publicerades sammanlagt 22 sakpolitiska guider

under de tre sista veckorna före valet, ett antal som ökat till 31 fyra år senare. 1998 publicerades elva guider i Aftonbladet, åtta guider i Expressen, en guide i Dagens Nyheter och 2 guider i Svenska Dagbladet. 2002 var motsvarande antal tretton, tre, åtta respektive sju sakpolitiska guider.

Att andelen sakgestaltad journalistik har ökat samtidigt som andelen spelgestaltad journalistik har minskat är särskilt intressant med tanke på diskussionen om att journalistiken har blivit allt mer »marknadsdriven«. Teoretiskt sett hänger nämligen ökad kommersialism och spelgestaltningen av politik samman, enligt bland annat den amerikanske statsvetaren Thomas Patterson: »Av kommersialismens alla effekter på nyhetsjournalistikens innehåll finns det ingen som har större konsekvenser än tendensen att rapportera om politik inte som sakfrågor, utan som ett spel i vilket individuella politiker kämpar om makten«. <sup>434</sup> Om man utgår från detta och resultaten så här långt, betyder det antingen a) att förekomsten av spelgestaltningar och graden av kommersialism och marknadsdrivning är två åtskilda fenomen, eller b) att den svenska journalistiken har blivit mindre kommersiell och marknadsdriven sedan 1998.

I vilket fall som helst visar resultaten att det inte finns något ödesbestämt i utvecklingen av journalistikens gestaltningar av politik. Redaktionerna och journalisterna väljer hur de ska gestalta politiken, det vill säga att makten över de journalistiska gestaltningarna ligger på redaktionsnivå. Och därmed också det moraliska ansvaret.

Det gäller även en fråga som hänger nära samman med spelgestaltningarna av politik, frågan om i vilken omfattning och på vilka sätt medierna försöker tolka och undersöka den allmänna opinionen.

## 9. Valjournalistikens opinionsmätningar

I en demokrati har medborgarnas åsikter och värderingar – deras opinioner – en mycket stor faktiskt och principiell betydelse. På det principiella planet är demokrati ett styre av, med och för folket, och de demokratiskt fattade besluten ska därför förverkliga den så kallade folkviljan. Detta är ett viktigt argument för den allmänna och lika rösträtten; genom den har folket möjlighet att göra sin röst, sin vilja, hörd.

För den som inte anser att det är tillräckligt att människor får göra sin vilja hörd i samband med valen vart fjärde år, erbjuder alternativa sätt att undersöka människors åsikter en attraktiv möjlighet. När tekniken för att genomföra opinionsundersökningar utvecklades var sålunda ett av de starkaste argumenten för dessa att de möjliggjorde en starkare och mer genuin form av demokrati.<sup>435</sup> Till sist hade det blivit möjligt att undersöka folkets vilja, och därmed också att styra landet efter denna vilja. Till sist hade det också blivit möjligt att avslöja de som låtsades att de talade för folket.<sup>436</sup>

För att folkets vilja ska kunna ligga till grund för politiken, måste folkets vilja kunna undersökas. Genom att opinionsmätningar möjliggör undersökningar av människors åsikter och värderingar, är de ett av demokratins viktigaste redskap. Det är argumentationen för opinionsmätningar.

På det praktiska planet har medborgarnas opinioner också en mycket stor betydelse. Det visar sig inte minst av de enorma resurser som läggs ner av företag, myndigheter och organisationer på att undersöka opinionen och opinionsutvecklingen. Globalt omsatte opinionsmättningsbranschen över 130 miljarder kronor 2002, vilket är ett tydligt uttryck för den vikt som fästs vid människors opinioner. Huvudsakligen handlar det om kommersiella marknadsundersökningar; mätningar av människors partisympatier inför val står inte för mer än cirka tre procent av den totala omsättningen.<sup>437</sup> Ändå motsvarar det globalt sett runt fyra miljarder kronor årligen, och i dag är det en självklarhet internationellt att man genomför opinionsmätningar både inför, under och efter en valkampanj. Bland

forskare och konsulter som ägnar sig åt valkampanjer anses det per definition oprofessionellt att bedriva valkampanjer utan att genomföra olika typer av opinionsmätningar.<sup>438</sup> I Sverige är det förvisso inte lika vanligt att partierna opinionsmätningar, men det beror det framförallt på bristande resurser. De partier som 2002 satsade mest pengar på att genomföra opinionsmätningar var moderaterna och socialdemokraterna, följda av centerpartiet och kristdemokraterna.<sup>439</sup>

Mätningar av människors åsikter, värderingar och uppfattningar har kommit att bli en industri; en industri framförallt inriktad mot mätningar som har kommersiellt värde men som samtidigt bär med sig anspråk på att fungera i demokratins tjänst. Vilka syften de som initierar opinionsmätningar har må variera, men alla är intresserade av att hitta folkets vilja.

Att också medierna är intresserade av att mäta människors opinioner är därför inte förvånande. För en tidning eller ett nyhetsprogram erbjuder opinionsmätningar tvärtom flera fördelar.<sup>440</sup> Egna opinionsmätningar ger egna exklusiva nyheter. Resultaten är konkreta och lätta att göra nyheter av. Resultaten kan också vara uppseendeväckande och gå att göra spännande nyheter av. Opinionsmätningar kan också användas som en symbol för att visa att man står på folkets sida, och som ett redskap för att frigöra sig från de politiska partierna och deras tolkningar av folkviljan. De möjliggör för journalisterna att vara mer aktiva och självständiga i sin rapportering om politiken, utan att riskera att anklagas för att vara subjektiva. Kan man luta sig mot en opinionsmätning uppfattas det man säger som mer legitimt och objektivt än om man skriver samma saker utan stöd från en opinionsmätning.<sup>441</sup> Resultaten av opinionsundersökningar ger också nästan oändliga möjligheter till analyser, tolkningar och spekulationer. Till sist, inte minst viktigt, kan opinionsmätningarna också användas för att påverka opinionen.

Det finns dock nackdelar. På det praktiska planet är nackdelen att det är kostsamt och att det krävs kunskaper för att kunna beställa och genomföra opinionsmätningar. På det principiella planet finns det tre viktiga invändningar mot opinionsmätningar. För det första att det är oklart vad de mäter. För det andra att de på ett *medvetet* och *avsikligt* sätt kan användas för att påverka samma opinion som man säger sig undersöka. För det tredje att de på ett *omedvetet* och *oavsikligt* sätt kan användas för att påverka samma opinion som man säger sig undersöka.

### Opinioner av olika kvalitet

Alla former av ärligt genomförda opinionsmätningar bygger på tre centrala men ofta outtalade antaganden.<sup>442</sup> För det första att människor har åsikter; för det andra att åsikterna kan mätas; för det tredje att åsikterna

är likvärdiga. Antagandena att människor har åsikter och att de går att mäta är själva grunden för att det överhuvudtaget ska vara intressant att genomföra opinionsmätningar. Antagandet att åsikterna är likvärdiga är grunden för att man ska kunna slå ihop 500, 1000 eller 5000 personers svar i tabeller där allas åsikter jämföras med varandra.

Samtliga dessa antaganden är emellertid problematiska.<sup>443</sup> För det första är det långtifrån säkert att människor har åsikter i de frågor som ställs. Visserligen har de flesta svenskar sannolikt en åsikt i frågan om vilket parti som är bäst, men det betyder inte att de flesta också har en åsikt i frågan om hur EU kan demokratiseras eller om reklamskatten för tidningar ska avskaffas.

För det andra kan de åsikter vi har vara mer eller mindre informerade. I vissa frågor har vi skaffat oss mycket information och tänkt igenom våra åsikter, i andra frågor vet vi kanske inte ens de mest grundläggande fakta samtidigt som vi inte har funderat igenom vad vi tycker.

För det tredje kan de åsikter vi har vara mer eller mindre systematiserade och logiskt sammanhängande. I vissa frågor har människor tänkt igenom inte bara åsikterna i sig, utan också hur de hänger samman med andra åsikter. I de fallen kan man tala om systematiserade och logiskt sammanhängande opinioner. I andra fall hänger människors åsikter inte samman – de är inte möjliga att samtidigt omsätta till praktisk politik. I de fallen brister det i systematik och logisk konsistens. Ett exempel på det är om en och samma person samtidigt anser att skatterna bör sänkas radikalt och att välfärdsstaten bör byggas ut. Till detta kommer en fjärde problematik, som handlar om åsikternas intensitet. I vissa fall brinner vi verkligen för den åsikt vi har, i andra fall är vi ganska ligkiltiga. För en person kan frågan om ökad invandring eller höjda skatter vara oerhört viktig; för en annan person med exakt samma åsikt kan frågan vara mindre viktig.

Trots alla dessa problem och skillnader mellan människor och deras åsikter, tenderar människor som accepterar att delta i en opinionsundersökning att svara på de flesta frågor som ställs. Svaren ställs sedan i tabeller där alla åsikter behandlas som likvärdiga, trots att så egentligen inte är fallet. Då är frågan om vad som egentligen mäts i högsta grad befogad.

Konkret tar sig problemen uttryck på flera sätt, bland annat genom att två eller flera undersökningar genomförda vid ungefär samma tidpunkt visar kraftig avvikande resultat, eller genom att opinionen svänger väldigt mycket över tid. För att citera Zaller:

När människor får frågor om sina åsikter i opinionsmätningar, tenderar de att svara utifrån de tankar som finns mest tillgängliga för dem. Förklaringen till varför svaren i opinionsmätningar är instabila från en intervju till en annan är att det varierar kraftigt över tid vilka tankar som finns närmast tillgängliga i en människas huvud.<sup>444</sup>

Ur ett demokratiskt perspektiv är detta problematiskt, för om opinionen är instabil och opålitlig säger den heller ingenting om den folkvilja som de valda politikerna ska förverkliga. Med Peter Esaiassons ord: »Om det stämmer att medborgarna saknar genomtänkta majoritetsuppfattningar som kan ligga till grund för beslutsfattandet är tanken på folkviljans förverkligande en chimär».<sup>445</sup>

Situationen är dock inte helt hopplös, för det finns trots allt åsikter som människor har tänkt igenom, som är systematiserade och logiskt sammanhängande. Problemet är att skilja de genomtänkta från de ogenomtänkta opinionerna.

Annorlunda uttryck handlar det om att det finns opinioner av olika karaktär och av olika slag. Enligt opinionsforskaren Vincent Price kan man skilja mellan tre former av opinioner. Med *öppna opinioner* syftar han på opinioner som är medvetna, som är formulerade och uttryckta och som avser specifika frågor. Med *dolda opinioner* syftar han på opinioner som avser specifika frågor, men de behöver inte vara formulerade, uttryckta eller medvetna för den enskilde individen. De kan dock förvandlas till öppna opinioner om och när nya frågor blir aktuella. Med *attityder* syftar Price på mer generella och varaktiga värderingar som människor bär på. De behöver därför inte vara relaterade till någon specifik fråga.

Ett annat sätt att skilja mellan olika former av opinioner har föreslagits av opinionsforskaren Daniel Yankelovich, som skiljer mellan *den allmänna opinionen* (public opinion) och *det allmänna omdömet* (public judgment). Skillnaden ligger i hur genomtänkta de åsikter som uttrycks är. Med det allmänna omdömet syftar han på opinioner som är mer genomtänkta, mer systematiserade, mer relaterade till värdeorienterade och etiska dimensioner och tar mer hänsyn till konsekvenserna av olika åsikter, än vad den allmänna opinionen så som den i regel uttrycks i opinionsmätningar gör.<sup>446</sup>

Man kan alltså skilja mellan opinioner och högre och lägre kvalitet, där kvaliteten inte syftar på åsikternas innehåll utan på hur genomtänkta de är.<sup>447</sup> Opinioner av högre kvalitet kännetecknas av att de är genomtänkta, systematiserade, logiskt sammanhängande och relaterade till såväl fakta som värderingar och konsekvenser. Opinioner av lägre kvalitet kännetecknas av motsatsen.

### Att skilja mellan opinioner av olika kvalitet

Problemet är att hitta sätt att skilja mellan opinioner av högre och lägre kvalitet, både om man själv ska genomföra en undersökning och om man tar del av en redan genomförd undersökning. Om man själv ska genomföra en undersökning som man vill ska mäta den »genuina« folkviljan ska man därför, för det första, välja så neutrala frågeformuleringar som möjligt, och helst frågeformuleringar som är etablerade i andra undersökningar och i den allmänna debatten. Genom detta minskar risken att svaren påverkas av hur frågorna är ställda, samtidigt som man kan jämföra resultaten med andra undersökningar. I detta ligger att frågorna helst ska vara så enkla att förstå som möjligt. För det andra ska man försöka välja så neutrala svarsalternativ som möjligt och säkerställa att det finns balans mellan positiva och negativa svarsalternativ. För det tredje bör man vara medveten om att människor har lättare att svara på frågor som rör dem själva snarare än andra. De svar man får på frågan »vilka frågor är viktigast för dig i årets val« avspeglar därför sannolikt opinioner av högre kvalitet än de svar man får på frågan »vilka samhällsfrågor är viktigast i årets val«. Ett fjärde sätt att kontrollera kvaliteten på de opinioner som mäts är att ta med olika frågor som avser att mäta samma opinion men som är formulerade på olika sätt. Om svaren är förhållandevis lika är de mer pålitliga än om de avviker markant.

Man kan dock vilja genomföra opinionsundersökningar inte för att mäta utan att få ett redskap att påverka opinionen. Opinionsundersökningar kan nämligen vara ett utmärkt redskap för att påverka, både därför att det är lätt att göra nyheter av resultaten och därför att det är svårt att argumentera mot någon som åtminstone ytligt har stöd av folkviljan. Argumentet »sänkta skatter« eller »nej till EMU« väger onekligen tyngre om man säger sig tala för folket, än om man bara uttrycker sin personliga uppfattning.

Att manipulera de svar som ges i en undersökning är förhållandevis lätt och något som kan göras på flera sätt. Det kan göras exempelvis genom frågeformuleringar eller svarsalternativ som styr tankarna i en specifik riktning, genom urvalet personer man frågar, genom den ordning frågorna ställs i eller genom att frågorna föregås av vinklad bakgrundsinformation.

Ju mindre etablerade de frågor som ställs är på den offentliga dagordningen, ju nyare frågan är, desto enklare är det att medvetet manipulera opinionen. Ett klassiskt exempel på detta, som också illustrerar den makt över tanken som olika sätt att gestalta problem kan ha, kommer från ett experiment av Daniel Kahneman och Amos Tversky. I det fick ett urval studenter följande fråga:

Föreställ dig att USA förbereder sig inför utbrottet av en ovanlig sjukdom, som förväntas leda till 600 döda personer. Två alternativa handlingsprogram har föreslagits. Antag att de exakta vetenskapliga bedömningarna av de båda handlingsprogrammens konsekvenser är följande:

Om program A antas kommer 200 människor kunna räddas. Om program B antas är sannolikheten att 600 personer ska kunna räddas  $1/3$ , medan sannolikheten att ingen kan räddas är  $2/3$ .

Vilket av dessa handlingsprogram anser du bör användas?

När undersökningsdeltagarna gjorde sina val, valde 72 procent program A medan 28 procent valde program B. Sedan fick en annan, likadant sammansatt grupp, samma fråga men med följande två svarsalternativ:

Om program A antas kommer 400 personer att dö.

Om program B antas är sannolikheten att ingen kommer att dö  $1/3$ , medan sannolikheten att 600 personer kommer att dö är  $2/3$ .

När svarsalternativen var formulerade på det sättet valde bara 22 procent program A, medan resterande 78 procent valde program B – trots att det sakliga innehållet i svarsalternativen var exakt detsamma för båda undersökningsgrupperna.<sup>448</sup> Det enda som skiljde sig var hur alternativen var formulerade, men ändå visade sig svaren vara nästan exakt spegelvända.

Detta visar vilken makt över tanken fråge- och svarsformuleringarna kan ha, hur lätt det kan vara att manipulera svaren, och hur svårt det kan vara att genomföra bra opinionsundersökningar. Med andra ord: Det svåra är inte att genom opinionsundersökningar producera icke-existerande opinioner som man sedan kan hävda är verkliga opinioner. Det svåra är genomföra opinionsmätningar som ger så ärliga och rättvisande bilder av människors åsikter som möjligt.

För alla som tar del av en opinionsundersökning – oavsett om det är en journalist som serveras en opinionsundersökning som något parti eller någon organisation har gjort, eller en läsare, tittare och lyssnare – gäller det att vara mycket vaksam på hur undersökningen har genomförts.

När det gäller de journalistiska redovisningarna av opinionsmätningar finns det vissa riktlinjer utformade gemensamt av *World Association for Public Opinion Research* (WAPOR) och *The European Society for Opinion and Marketing Research* (ESOMAR), som handlar om vilken statistisk basinformation som ska ingå. De krav som ställs är att följande information alltid ska redovisas: 1) organisationen som är ansvarig för själva undersökningen, 2) vilka som ingår i undersökningen, det vill säga undersökningens population, 3) antal tillfrågade, 4) under vilken tidsperiod undersökningen genomfördes, 5) vilken urvals- och 6) insamlingsmetod som använts, samt 7) de exakta frågeformuleringarna.<sup>449</sup>

Om journalistiken alltid redovisade den här basinformationen – både

när artiklarna handlar om egna undersökningar och om andras undersökningar – skulle risken minska både för att journalisterna utnyttjas av källor med tvivelaktiga undersökningar, och för att läsare, tittare och lyssnare blir vilseledda. Alla borde sålunda tjäna på en öppen redovisning.

### **Oavsiktlig opinionspåverkan – fyra former av effekter**

Även om journalistikens syfte med att redovisa opinionsmätningar är att spegla opinionerna, finns det alltid en risk att journalistiken ändå blir opinionsdrivande istället för opinionsspeglade. Detta följer av att själva kännedomen om andras opinioner kan bidra till att förändra de egna åsikterna.

En viktig teori kring detta är teorin om de opersonliga opinionernas påverkan på opinionerna, formulerad av den amerikanske forskaren Diana Mutz. Enligt henne kan kännedom om opinionsläget på kollektiv nivå leda till fyra olika effekter.<sup>450</sup>

1) Den första formen av effekt är av strategisk natur (*strategic influence*). Utgångspunkten är att människor är rationella varelser som vill maximera sitt inflytande, och konkret kan den strategiska effekten ta sig olika uttryck beroende på situationella faktorer. Om opinionsmätningar exempelvis visar att ett parti troligen inte kommer att komma in i riksdagen kan det få till följd att människor väljer att rösta på ett annat parti. På så vis blir rösten inte »bortkastad«. Den här formen av påverkan har bland annat använts för att förklara varför val där kampen är jämn och utgången är osäker leder till högre valdeltagande: Ju osäkrare valutgången är, desto större sannolikhet är det att varje enskild röst spelar en viktig roll.

2) En andra effekt är den som kallas bandwagon. Den brukar även räknas som ett av de klassiska propagandaknepen, där man genom hänvisningar till att »alla gör det« försöker få fler anhängare. Implicit säger man då: »Eftersom alla gör det, borde du också göra det«. Man vädjar till människors vilja att tillhöra den vinnande sidan och ovlja att tillhöra den förlorande sidan. Det är dock oklart hur omfattande bandwagon-effekten är och om den överhuvudtaget existerar.<sup>451</sup> Det behöver dock inte bero på att effekten är svag, utan det kan lika gärna bero på att den är svår att isolera. Det kan ju finnas många skäl till varför exempelvis ett parti går starkt framåt. Samtidigt visar kristdemokraternas och vänsterpartiets framgångar 1998 och folkpartiets framgång 2002 hur något eller några partier under mycket kort tid kan gå starkt framåt, i form av en positiv opinionsspiral. Sådana stora och snabba kast är svåra att förklara på annat sätt än att opinionsframgångar föder opinionsframgångar, eller att opinionsbakslag föder opinionsbakslag, i form av bandwagon-effekter.

3) Den tredje effekt kan få kallas majoritetseffekten (consensus heuristic). Den är till förväxling lik bandwagon när det gäller dess slutresultat, men de psykologiska mekanismerna är helt andra. Medan bandwagon handlar om att människor vill tillhöra den sida som vinner eller går framåt, handlar majoritetseffekten om att människor ställer sig på majoritetens sida därför att de associerar det starka eller majoriteten med det rätta:

...information om vilka åsikter det råder konsensus om aktiverar en socialiserad tendens hos människor att associera det populära med det goda eller intelligent valet. Information om att det råder konsensus om en kandidat eller i en fråga fungerar som en enkel ledtråd som indikerar vilken åsikt som är tungt vägande. När medierna betonar vem eller vilken sida av en fråga eller konflikt som leder eller ligger bakom, kan de oavsiktligt aktivera en majoritetseffekt, och genom det förändra attityderna till en kandidat eller fråga.<sup>452</sup>

I vissa fall kan den här formen av tänkande vara rationellt. Om en restaurang är mycket populär medan en annan ständigt står tom, finns det onekligen skäl att misstänka att maten är godare på den ena restaurangen än den andra. Annorlunda förhåller det sig med politiska val, men det är inte säkert att alla människor gör någon sådan åtskillnad. Avgörande är hur mycket människor tänker igenom sina val, vilket knyter an till resonemangen om opinioner av olika kvalitet. Hur omfattande majoritetseffekten är, är omtvistat. De undersökningar som har gjorts visar dock att den existerar, och att den mest troligt uppstår hos dem vars intresse och engagemang i den fråga det gäller är lågt och vars upplevda behov av att tänka igenom frågan är litet.

4) Den fjärde formen av effekt som kännedom av opinionsläget kan få, är en tankeväckareffekt (cognitive response mechanism). Den innebär att kännedom om de åsikter och opinioner som andra har, kan få människor att börja fundera över vilka argument som talar för dessa. I den tankeprocess som då startar finns grogrunden till åsiktsförändring. Men det kan också vara så att man samtidigt börjar tänka igenom de argument som ursprungligen fanns för att motsätta sig åsikten i fråga, och att opinionsförändringar uteblir. I stället sker en opinionsförstärkning och en polarisering. Båda utfallen är möjliga.

Perceptionerna av massopinionen och mediernas redovisningar av opinionsundersökningar kan således leda till olika effekter. Det som avgör är bland annat vad opinionerna avser, egenskaper i den politiska miljön, individuella egenskaper och vilka psykologiska processer som är verksamma. Strategieffekten uppstår mest troligt hos politiskt insatta och engagerade medborgare. Majoritetseffekten uppstår mest troligt hos medborgare med låga kunskaper och lågt intresse. Tankeväckareffekten

är beroende av egenskaper både hos individen (grad av övertygelse, engagemang och intresse) och av egenskaper i den politiska och mediala miljön (tillgången till information, närvaro av starka argument från båda sidor och grad av polarisering i en debatt). Tankeväckareffekten kan leda både till opinionsförändringar och opinionsförstärkningar.<sup>453</sup>

Även om den här forskningen är amerikansk och det är osäkert hur långt resultaten går att generalisera till svenska förhållanden,<sup>454</sup> visar de att journalistikens redovisningar av olika opinionsundersökningar inte a priori kan antas vara neutrala och utan konsekvenser. Även om journalisterna strävar efter att endast spegla befintliga opinioner i frågor där människors opinioner kan antas vara av högre kvalitet, är sannolikheten stor att journalistiken blir opinionsdrivande istället för opinionsspieglande.

### Valjournalistiken och opinionsmätningarna

Resonemangen visar att det finns många förklaringar till varför medierna och journalistiken intresserar sig för opinionsmätningar, men att det samtidigt finns skäl till försiktighet. Att undersöka människors åsikter är alltid legitimt i en demokrati, men samtidigt riskerar mätningar som gäller sakfrågor att vara missvisande på grund av att de gäller opinioner av lägre kvalitet eller därför att fråge- och svarsformuleringarna påverkar svaren. Om mätningarna är gjorda av intresseorganisationer löper journalistiken dessutom risk att bli ett redskap för källorna. Om mätningarna gäller partisympati bidrar dessa i sig själva till gestaltningarna av politik som spel, med de negativa konsekvenser det kan få, samtidigt som medierna kan ge upphov till strategi-, bandwagon-, majoritets- och tankeväckareffekter.

Till detta kommer risken att partisympatiundersökningarna helt enkelt misslyckas med att fånga opinionsläget. Det aktualiserades inte minst i samband med 2002 års val, där resultaten från samtliga opinionsinstitut avvek mer eller mindre kraftigt från det slutliga valresultatet (tabell 9.1).

Det opinionsinstitut som var träffsäkrast 2002 var Ruab, medan det opinionsinstitut som misslyckades mest med att fånga väljaropinionen var Demoskop. De övriga institutet missade med i genomsnitt cirka 1,5 procent. Det kan tyckas vara lite, men för ett enskilt parti kan det vara viktiga procent och procentdelar. Det är dessutom överlag ett sämre resultat än i exempelvis riksdagsvalet 1998, då samtliga opinionsinstitut utom Skop och Demoskop hade genomsnittliga procentavvikelser under en procent.<sup>455</sup>

I sig är detta emellertid inte förvånande. Ju mer väljarrörligheten ökar, desto svårare är det att fånga opinionsströmmarna. Det gäller särskilt ef-

**Tabell 9.1.** Opinionsmätningarna och valresultatet 2002.

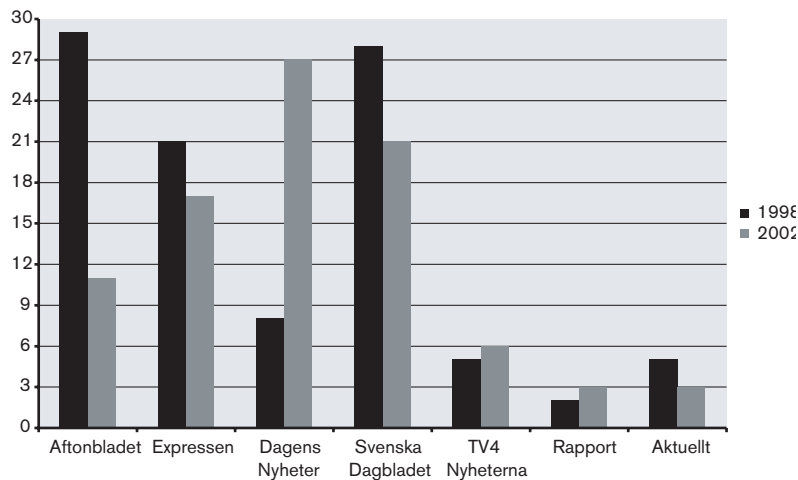
|                                              | (m)  | (fp) | (c) | (kd) | (s)  | (v)  | (mp) | Genomsnittlig<br>avvikelse/parti |
|----------------------------------------------|------|------|-----|------|------|------|------|----------------------------------|
| Ruab*<br>(4–11/9)                            | 17,1 | 14,3 | 5,9 | 8,3  | 39,5 | 8,9  | 4,2  | 0,7                              |
| Ruab**<br>(4–11/9)                           | 17,1 | 15,1 | 6,8 | 8,5  | 37,3 | 9,1  | 4,5  | 1,2                              |
| Demoskop<br>(6–11/9)                         | 20,4 | 12,0 | 4,0 | 10,3 | 36,3 | 9,3  | 4,2  | 2,1                              |
| Gallup<br>(10–12/9)                          | 16,7 | 12,6 | 5,7 | 9,8  | 36,2 | 10,9 | 4,9  | 1,4                              |
| Skop<br>(9–13/9)                             | 17,7 | 12,6 | 5,2 | 11,5 | 37,5 | 10,0 | 4,3  | 1,5                              |
| Sifo<br>(11–12/9)                            | 18,2 | 12,6 | 5,3 | 10,2 | 37,1 | 9,7  | 4,6  | 1,4                              |
| Temo<br>(11–12/9)                            | 18,2 | 13,8 | 4,9 | 9,2  | 36,5 | 9,8  | 5,3  | 1,5                              |
| Valresultat<br>2002                          | 15,2 | 13,3 | 6,1 | 9,1  | 39,8 | 8,3  | 4,6  | -                                |
| Genom-<br>snittlig<br>avvikelse/<br>institut | 2,7  | 0,9  | 0,9 | 1,0  | 2,6  | 1,4  | 0,3  | -                                |

Anm. Uppgifterna om de olika institutets resultat kommer från Dagens Nyheter 15 september 2002, och avser respektive instituts sista mätning före valet. \*utan osäkra väljare, \*\*med osäkra väljare.

tersom väljarrörligheten är mer omfattande bland de som har lågt politiskt intresse, lågt förtroende för politiker och bristande politiska kunskaper<sup>456</sup> – det vill säga samma grupper som är minst benägna att delta i opinionsundersökningar.

Mot den här bakgrunden är tre frågor av stor vikt att undersöka. För det första, i vilken omfattning publicerade medierna opinionsmätningar 1998 och 2002? För det andra, vad avsåg mätningarna? För det tredje, i vilken utsträckning publicerade medierna 1998 och 2002 den statistiska basinformation som är nödvändig för att man ska kunna bedöma mätningarnas tillförlitlighet?

Figuren redovisar antalet publicerade opinionsundersökningar i de olika medierna 1998 och 2002. För att en artikel eller ett inslag ska anses innehålla en opinionsredovisning krävs det att redovisningen är förhållandevis specifik och/eller någorlunda heltäckande. Det kan vara att man redovisar opinionssiffrorna för samtliga partier i en specifik mätning, eller bara något enstaka parti men också då i en specifik mätning. Däremot krävs det inte att undersökningarna är unika, så om exempel-



**Figur 9.1.** Förekomsten av opinionsredovisningar i medierna 1998 och 2002.

vis Dagens Nyheter rapporterar om en mätning som också är publicerad i Aftonbladet, räknas det som en opinionsredovisning i båda medierna. Om ett enskilt medium samma dag publicerar flera artiklar som syftar till en och samma mätning räknas som opinionsredovisning i en av artiklarna.

Resultaten visar att det sammantaget publicerades det 98 opinionsredovisningar 1998 och 88 redovisningar 2002. Samtidigt var skillnaderna mellan medierna och mellan de båda valrörelserna stora. Sålunda publicerade Aftonbladet 29 opinionsredovisningar 1998 och elva 2002, medan antalet opinionsredovisningar ökade kraftigt i Dagens Nyheter. Förklaringen till detta är enkel. I valrörelsen 1998 var Svenska Dagbladet den första svenska tidningen som publicerade dagliga opinionsmätningar under valrörelsens slutskede, medan de fick sällskap av Dagens Nyheter 2002. Båda dessa tidningarna publicerade dagliga redovisningar under de sista veckorna före valet 2002, vilket förklarar varför de ligger i topp. Samtidigt minskade antalet opinionsredovisningar även i Expressen och Svenska Dagbladet, om än inte lika mycket som i Aftonbladet. Nyhetsprogrammen publicerade i princip lika många opinionsmätningar 1998 och 2002.

I vissa fall redovisar medierna resultat från opinionsmätningar som gjorts av andra organisationer eller andra medier. Vanligast tycks dock vara att man redovisar sina egna mätningar – åtminstone var det så under valrörelsen 2002 (se tabell 9.2).

**Tabell 9.2.** Antal opinionsundersökningar som medierna var uppdragsgivare till 2002.

| Afton-<br>bladet | Expressen | Dagens<br>Nyheter | Svenska<br>Dagbladet | tv4<br>Nyheter | Rapport | Aktuellt |
|------------------|-----------|-------------------|----------------------|----------------|---------|----------|
| 10               | 8         | 20                | 20                   | 4              | 2       | 1        |

Tyvärr finns inte samma uppgifter när det gäller opinionsredovisningarna för 1998, men med all säkerhet speglar resultaten för Expressen en reell minskning i antalet fullständiga och egna opinionsredovisningar. I valet 2002 introducerade Expressen nämligen en nymodighet vad gäller försöken att fånga människors åsikter och uppfattningar. Istället för att göra traditionella opinionsmätningar av hur partiledarna lyckades i tv:s utfrågningar använde sig Expressen 2002 av en så kallad dialmeter, genom vilken de löpande kunde mäta tittarnas reaktioner under utfrågningarna. Tekniken förklarades för läsarna på följande sätt:

I Expressens dialmeter kan du för första gången i Sverige se tittarnas reaktioner sekund för sekund. En panel om 15–30 personer får representera väljarkåren. Varje person får en mätare och anger sina reaktioner i realtid. Skalan går från bottenläget 0 till toppenläget 100. Testpersonernas individuella kurvor slås ihop till en gemensam medelkurva. Kurvorna för mäns och kvinnors genomsnitt skiljs också ut.<sup>457</sup>

I undersökningen har dessa dialmeter-redovisningar inte räknats som opinionsundersökningar, eftersom de avviker såpass kraftigt från traditionella opinionsmätningar att det inte går att undersöka om redovisningen innehåller den nödvändiga statistiska basinformationen. Dialmetern påminner mer om kvalitativa fokusgruppsmetoder än om opinionsmätningar, med dess lägre krav på representativitet. Om dialmeter-undersökningen skulle ha klassificerats som en opinionsundersökning skulle antalet opinionsredovisningar i Expressen vara sammanlagt sju fler under de tre sista veckorna före valet 2002, det vill säga sammanlagt 24 totalt sett varav 15 egna.

### Opinionsundersökningarnas objekt

Opinionsundersökningar kan handla om partisympatier, men de kan också handla om sympati för enskilda politiker, hur partiledarna lyckas i tv:s utfrågningar, inställningen i olika sakfrågor och så vidare. Det absolut vanligaste är emellertid mätningar av partisympatierna.

Sammanlagt 66 av 98 opinionsredovisningar 1998 och 53 av 88 opini-

**Tabell 9.3.** Opinionsundersökningarnas objekt 1998 och 2002 (antal).

|                          | Afton-<br>bladet<br>1998/<br>2002 | Expres-<br>sen<br>1998/<br>2002 | Dagens<br>Nyheter<br>1998/<br>2002 | Svenska<br>Dagbladet<br>1998/<br>2002 | tv4<br>Nyheter<br>1998/<br>2002 | Rapport<br>1998/<br>2002 | Aktuellt<br>1998/<br>2002 |
|--------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Partisynpat              | 16/1                              | 15/6                            | 4/21                               | 25/19                                 | 1/4                             | 2/0                      | 3/2                       |
| Politikersynpat          | 12/9                              | 5/3                             | 1/0                                | 1/1                                   | 1/1                             | 0/0                      | 0/0                       |
| Sakfrågor                | 1/1                               | 1/8                             | 2/5                                | 1/1                                   | 1/1                             | 0/1                      | 1/0                       |
| Regerings-<br>alternativ | 0/0                               | 0/0                             | 0/0                                | 1/0                                   | 2/0                             | 0/0                      | 0/0                       |
| Annat                    | 0/0                               | 0/0                             | 1/1                                | 0/0                                   | 0/0                             | 0/2                      | 1/1                       |
| Totalt                   | 29/11                             | 21/17                           | 8/27                               | 28/21                                 | 5/6                             | 2/3                      | 5/3                       |

onsredovisningar 2002 handlade om människors partisynpatier. Läger man till de 20 respektive 14 opinionsredovisningar som 1998 respektive 2002 handlade om synpat för enskilda politiker (vem vann, vilket betyg får xxx) innebär det att 90 procent av opinionsredovisningarna 1998 och 80 procent av opinionsredovisningarna 2002 direkt bidrog till gestaltandet av politik som spel.

Studerar man det totala antalet opinionsredovisningar de båda valrörelserna som handlade om människors inställningar i sakfrågor, ökade antalet från sex 1998 till 17 fyra år senare. Procentuellt sett är det en kraftig ökning, men det förändrar inte helhetsbilden: Mediernas intresse för opinionsmätningar bidrar starkt till bilden av politik som ett spel och en tävling om människors synpatier snarare än om hur viktiga samhällsproblem skulle kunna lösas.

### Opinionsredovisningarnas kvalitet

När Olof Petersson och Sören Holmberg gav ut boken *Opinionsmätningarna och demokratin*, var deras slutsats angående opinionsjournalistiken att »[k]valiteten på bevakningen är problemet, inte kvantiteten». <sup>458</sup> Vad de då syftade på var journalistikens slarv med att redovisa den basinformation som är nödvändig för att man ska kunna förhålla sig till och kritiskt granska de mätningar som redovisas; en brist som har visat sig i åtskilliga länders opinionsjournalistik. I en undersökning som statsvetaren Johan Olsson gjorde för några år sedan av opinionsjournalistiken 1994 visade det sig bland annat att det fanns stora brister vad gäller redovisningen av frågeformuleringarna, av felmarginalerna och av intervjumetoden. Sämst var Expressen och Svenska Dagbladet. <sup>459</sup>

Sedan dess bör medierna ha blivit bättre på att redovisa den statistiska basinformationen. Åtminstone finns det kunskap på redaktionerna om vilken typ av information som bör redovisas. Det visar intervjuer med Henrik Brors på Dagens Nyheter, Lena Hennel och Tobias Brandel på Svenska Dagbladet, Lena Mellin och Elisabeth Lindham på Aftonbladet, samt Per Wendel på Expressen.<sup>460</sup> Det visar sig också av artiklar som Tobias Brandel under valrörelsen 2002 skrev i Svenska Dagbladet och som handlade om riskerna med opinionsmätningar. Rubriken för artikeln den 27 augusti var »Flera fallor i mätning av åsikter«, och i samma tidning den 2 september var rubriken »Flera risker med åsiktsmätningar«. Till den första av dessa hörde bland annat en faktaruta i vilken man kunde läsa följande:

- Vilka har tillfrågats? Oftast är det ett tvärsnitt av befolkningen, men ibland kan det vara en viss grupp.
- Hur många har tillfrågats? Felmarginalen blir större ju färre som är med. Om 1000 personer tillfrågats kan slumpen göra att resultatet varierar med ett par procentenheter åt båda hållen.
- Hur stort är bortfallet? Ju fler som inte velat svara, desto osäkrare är resultatet. Är svarsfrekvensen under 60 procent är undersökningen av låg kvalitet.
- Hur är undersökningen gjord? Hembesök är bäst, telefonintervjuer ger hög svarsfrekvens.
- Hur är frågan formulerad? Frågor kan vara vinklade.
- Vad jämförs siffrorna med? Det går inte att jämföra siffror från olika opinionsinstitut.

Artiklarna gav läsarna information om sådant de bör tänka på när de tar del av opinionsredovisningar. På likartat sätt har Lena Mellin skrivit att:

Vi ska berätta hur frågan är ställd. Och det ska vara hela frågan, inte en förkortad version. Vi ska tala om hur många som svarat och på vilket sätt frågan ställts. Om det är på telefon eller vid hembesök. Vi ska berätta om förändringarna, i de fall det är fråga om en serie av mätningar, är statistiskt säkerställda eller inte. Vi ska tala om när folk fått frågan, alltså under vilken period mätningen utförts. Vi ska berätta vilka som fått frågan. Alltså exempelvis hur gamla de tillfrågade är. Och vi ska alltid redovisa hur många som svarat vet ej.<sup>461</sup>

Om nu detta är vad Aftonbladet ska göra och vad alla medier som publicerar opinionsmätningar borde göra, är frågan om hur mycket av den statistiska basinformationen som faktiskt redovisades under valrörelsen 1998 och 2002. Är teorin omsatt i praktik? I tabell 9.4 redovisas svaret i form av andelen artiklar som uppfyller respektive krav.

**Tabell 9.4.** Redovisning av statistisk basinformation 1998 och 2002 (procent).

|                                  | Aftonbladet<br>1998/2002 | Expressen<br>1998/2002 | Dagens<br>Nyheter<br>1998/2002 | Svenska<br>Dagbladet<br>1998/2002 |
|----------------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| Exakt frågeformulering redovisad | 3/36                     | 24/47                  | 12/82                          | 12/19                             |
| Antal tillfrågade redovisat      | 34/91                    | 81/47                  | 75/85                          | 86/95                             |
| Population redovisad             | 21/91                    | 5/24                   | 38/74                          | 4/10                              |
| Osäkerhets/felmarginal redovisad | 0/0                      | 0/16                   | 38/74                          | 8/48                              |
| Insamlingsmetod redovisad        | 7/91                     | 31/24                  | 50/11                          | 0/10                              |
| Uppdragsgivare redovisad         | 90/100                   | 71/65                  | 75/93                          | 89/100                            |
| Genomsnitt ja                    | 26/68                    | 35/37                  | 48/70                          | 33/47                             |
| Procentbas                       | 29/11                    | 21/17                  | 8/27                           | 28/21                             |

Resultaten visar att medierna generellt sett brister i sina redovisningar av opinionsmätningarna. Jämfört med 1998 var dock samtliga tidningar bättre på att redovisa basinformationen 2002, även om det finns stora skillnader mellan medierna. Aftonbladet redovisade i de flesta fallen 2002 antalet tillfrågade, populationen, insamlingsmetoden och uppdragsgivaren, men inte en enda gång osäkerhets/felmarginalen. De brast också i redovisningen av den exakta frågeformuleringen. Expressen var generellt sett sämre än Aftonbladet på att redovisa flertalet uppgifter, med undantag för osäkerhets/felmarginalen och den exakta frågeformuleringen. Dagens Nyheter var generellt sett bättre 2002 än 1998, och bättre än framförallt Expressen men i vissa fall även Aftonbladet.

Något förvånande med tanke på de informativa artiklar Tobias Brandel skrev i Svenska Dagbladet visar resultaten att de brast i redovisningen av såväl den exakta frågeformuleringen som populationen och insamlingsmetoden. De enda uppgifter de i nästan samtliga fall redovisade var antalet tillfrågade och uppdragsgivaren.

Det övergripande resultatet gör att det finns skäl att instämma i Peterssons och Holmbergs slutsats, att det största problemet när det gäller opinionsjournalistiken handlar om kvaliteten i opinionsredovisningarna. Möjligen beror det på att redaktionerna anser att vissa uppgifter är självklara och inte behöver skrivas ut. Med tanke på att mätningarna i regel handlar om partisympati anser redaktionerna möjligen att det är självklart att populationen omfattar alla svenskar, att intervjuerna har gjorts per telefon och att frågeformuleringen handlar om vilket parti man tänker att rösta på. Ett annat skäl kan handla om utrymme, eller att informationen stryks i den slutliga redigeringen. Bland annat säger Tobias Brandel att »Jag brukar göra en faktaruta men då är det inte alltid den kom-

mer med, och det vet man inte vad det beror på. [...] Saker tenderar att försvinna».<sup>462</sup>

Men även om det skulle vara förklaringen, är det inget gott försvar. I kraven från WAPOR och ESOMAR ingår att basinformationen ska redovisas varje gång. Dessutom kan små skillnader i frågeformuleringen och populationen (omfattar den alla svenskar, alla röstberättigade eller alla inom ett visst åldersintervall?) leda till olika resultat. Jämförelsen mellan opinionsinstitutens sista offentliga mätningar och valresultatet visar också att tillförlitligheten inte är hundra procentig. Det är ytterligare ett skäl för medierna att varje gång förklara hur mätningen har gått till.

När det gäller tv-nyheterna redovisade de färre opinionsmätningar än tidningarna, men också där brast kvaliteten i redovisningarna. 1998 redovisade Rapport två undersökningar, men inte i något av fallen redovisades de exakta frågeformuleringarna, antalet tillfrågade, populationen, osäkerhets/felmarginalen eller insamlingsmetoden. I ett av fallen redovisades uppdragsgivaren. 2002 redovisade Rapport tre undersökningar; den exakta frågeformuleringen, och antalet tillfrågade redovisades i ett inslag, populationen, osäkerhets/felmarginalen och insamlingsmetoden redovisades inte någon gång. Uppdragsgivaren redovisades vid samtliga tillfällen.

Aktuellt presenterade opinionsmätningar i fem inslag 1998. Osäkerhets/felmarginalen, antalet tillfrågade och insamlingsmetoden redovisades inte i någon av dessa. Populationen och den exakta frågeformuleringen redovisades i ett inslag, medan uppdragsgivaren redovisades i två inslag. Av Aktuells tre opinionsredovisningar 2002 framgick antalet tillfrågade, populationen och uppdragsgivaren i ett inslag vardera. Insamlingsmetoden redovisades i två inslag. Den exakta frågeformuleringen redovisades inte vid något tillfälle, och detsamma gällde osäkerhets- och felmarginalen. När det gäller TV4 Nyheterna sände de liksom Aktuellt fem inslag med opinionsredovisningar 1998. Den exakta frågeformuleringen, populationen och antalet tillfrågade redovisades i ett inslag vardera, medan osäkerhets/felmarginalen och insamlingsmetoden inte redovisades i något. Uppdragsgivaren redovisades i tre av de fem möjliga fallen. 2002 redovisades inte den exakta frågeformuleringen i något av de sex inslag som innehöll opinionsredovisningar, och detsamma gäller antalet tillfrågade, insamlingsmetoden samt osäkerhets/felmarginalen. Populationen redovisades i ett inslag, medan uppdragsgivaren redovisades i fem inslag.

Generellt sett brast således även tv-nyheterna i sina redovisningar av olika former av opinionsmätningar. För en journalistik med ambitionen att informera och möjliggöra för människor att vara källkritiska finns det sålunda utrymme för förbättringar.

### Den opinionsfixerade valjournalistiken?

Ett av de bästa sätten för dem som vill fånga mediernas uppmärksamhet är att presentera en undersökning av något slag. Det kan handla om egentligen vad som helst; fördelen med undersökningar är att de lätt uppfattas som »nya« och därför som nyheter. Inom politiken är det därför vanligt att partierna producerar nya rapporter som i grunden mest innehåller gamla förslag; därigenom ger de medierna en krok som de kan haka tag i. Att moderaterna vill öka antalet poliser är exempelvis ingen nyhet, men om de kan presentera en rapport som ger nya fakta om hur många poliser som är i tjänst en vanlig kväll eller om brottslighetens utveckling, då kan dessa fakta uppfattas som nya och spännande. Till dessa kan moderaterna sedan foga sina sakpolitiska krav, i hopp om att medierna ska uppmärksamma dem. Undersökningen blir lockbetet.<sup>463</sup>

Opinionsundersökningar är bara en form av undersökning, men att dessa är journalistiskt intressanta är uppenbart. 98 opinionsredovisningar under valrörelsen 1998 och 88 redovisningar under valrörelsen 2002 visar det, liksom det faktum att Dagens Nyheter under 2001 skrev 227 artiklar om olika typer av opinionsmätningar. Utifrån detta har Ewa Stenberg, journalist på Dagens Nyheter, hävdat att journalister »älskar« opinionsmätningar.<sup>464</sup>

Samtidigt ger antalet publicerade opinionsmätningar ingen heltäckande bild av journalistikens förhållande till den svärfångade fantom som »opinionen« utgör. Vid sidan av redovisningar av opinionsmätningar är det nämligen vanligt att journalistiken *refererar* till »opinionen« i allmänhet eller till mer eller mindre specificerade opinionsmätningar och resultat från dessa.

Under båda valrörelserna 1998 och 2002 refererades det till opinionsmätningar eller resultat av opinionsmätningar i nästan var tredje artikel. Det inkluderar de artiklar och inslag som också innehåller opinionsredovisningar. 1998 var det framförallt Aftonbladet och Svenska Dagbladet som refererade till opinionsmätningar av olika slag, medan Rapport och Aktuellt var de medier som i minst utsträckning gjorde det. 2002 var det

**Tabell 9.5.** Andel artiklar och inslag som refererar till opinionsmätningar, opinionsresultat eller »opinionen« 1998 och 2002 (procent).

|      | Afton-<br>bladet | Expres-<br>sen | Dagens<br>Nyheter | Svenska<br>Dagbl. | tv4<br>Nyheterna | Rapport | Aktuellt | Genom-<br>snitt |
|------|------------------|----------------|-------------------|-------------------|------------------|---------|----------|-----------------|
| 1998 | 41               | 31             | 33                | 39                | 28               | 24      | 29       | 32              |
| 2002 | 38               | 42             | 22                | 28                | 35               | 18      | 30       | 30              |

Anm. Procentbasen framgår av tabell 7.1.

framförallt Expressen, följt av TV4 Nyheterna och Aktuellt, som refererade till opinionsmätningar. Procentuellt sett gjorde Rapport det i minst utsträckning, följt av Dagens Nyheter. Det sistnämnda kan verka konstigt med tanke på att Dagens Nyheter var det medium som publicerade flest opinionsredovisningar 2002. Förklaringen är dock enkel: i och med att Dagens Nyheter var den tidning som publicerade flest artiklar, blir andelen låg trots att antalet var högt.

Om man utifrån resultaten kan hävda att medierna är opinionsfixerade eller att de älskar opinionsmätningar är svårt att säga. Klart är dock att det finns ett stort journalistiskt intresse för såväl konkreta opinionsmätningar som abstrakta opinioner. Låt oss titta på några exempel.

Ett exempel kan hämtas från Svenska Dagbladet, i vilken den politiske reportern Anders Jonsson skrev en artikel med vinjetten »analys« den 30 augusti 2002. Rubriken var: »Tiden är på väg att rinna ut för Persson«. I artikeln skriver han:

Torsdagen var en ganska dyster dag för regeringen. Opinionsmässigt kan visserligen statsministern trösta sig med att han hade rätt. Göran Persson har ju ända sedan i vintras varnat för att socialdemokraternas siffror kommer att gå ner och att valet blir jämnt. Visserligen har regeringen och dess samarbetspartier fortfarande övertag i samtliga opinionsmätningar, men det ser ut att ha minskat ordentligt. Med tanke på att allt fler väljare bestämmer sig i sista stund kan det gå hur som helst, särskilt som miljöpartiet har skakiga siffror nära fyraprocentsspärren och kan åka ur riksdagen.

Detta är ett exempel på när journalisten refererar till opinionsmätningar utan att samtidigt redovisa några resultat. Det är också ett exempel på hur opinionsmätningarna kan ligga till grund för journalistiska spekulationer om både nutid och framtid: stödet för regeringen och dess samarbetspartier *ser ut* att ha minskat, miljöpartiet har skakiga siffror och *kan* åka ur riksdagen.

Ett liknande exempel kan hämtas från Dagens Nyheter den 1 september 2002, när Henrik Brors skrev en artikel under vinjetten »analys« med rubriken »LO-folket sviker Persson«:

Göran Persson såg för ett halvår sedan ut att sitta säker på statsministertaburetten och få en lätt match i valet mot en svag opposition. Men nu har det gått troll i det socialdemokratiska valmaskineriet. Partiet tappar stort bland kärnväljarna, LO-medlemmarna, och i de viktiga storstäderna. Valstrategin har misslyckats på flera områden och det är inte ens säkert att s-regeringen kan sitta kvar efter valet.

Också i den artikeln refereras det till opinionsmätningar, och resultaten används som en grund för spekulationer om »troll i valmaskineriet«, att

»valstrategin har misslyckats« och om att s-regeringen riskerar att förlora makten. Resultaten används som om de gav objektiva fakta, och som sådana får de ligga till grund för långtgående slutledningar om orsaker. Samtidigt kan opinionsmätningar i sig inte ge några svar om *varför* ett parti går upp eller ner. Alla sådana slutledningar är subjektiva, även om de kan ge intryck av att vara objektiva. Artiklarna ovan är därför exempel på hur opinionsmätningar kan erbjuda journalister vad som har kallats »en kvasi-objektiv och aktivistisk roll« i nyhetsförmedlingen.<sup>465</sup>

Den typ av attributioner och kausala orsaksförklaringar som återfinns i Brors artikel är vanliga. Bland annat visar amerikanska undersökningar att de förekommer i 85 procent av artiklarna som handlar om opinionsmätningar, och att det i genomsnitt fanns 4,5 orsaksuttalanden per artikel.<sup>466</sup> Några svenska resultat som möjliggör direkta jämförelser finns tyvärr inte, men Bengt Johansson har visat att de är vanliga också i svensk journalistik. I valrörelsen 1998 handlade 43 procent av förklaringarna till partiernas framgångar eller motgångar om partiledarna, 16 procent om andra partiers eller partiledares misstag, 28 procent av partiernas politik eller ideologi, och 13 procent om kampanjerna.<sup>467</sup>

Man behöver dock inte gå till artiklar med »analys«-vinjetter för att hitta exempel på hur opinionsmätningar kan ligga till grund för spekulationer, tolkningar och orsaksförklaringar. I exempelvis Expressen den 6 september rapporterade Per Wendel om en Gallupmätning som visade att folkpartiet ökat med 2,9 procent. Utifrån det skrev han:

Glöm Westerbergeffekten. Nu är det Leijonbergeffekten som gäller. På en månad har folkpartiets raket stigit från 4,0 till 11,6 procent. När folkpartiledaren intervjuades i SVT i går kväll märktes det hur framgångarna i opinionsmätningarna fått Leijonborg att tro på sig själv. Partiledaren som var känd för att aldrig kunna ge ett rakt svar ger nu kristallklara och raka svar. Han till och med skojar.

I den artikeln förklaras folkpartiets opinionsframgångar med Lars Leijonborg; det är han som har skapat folkpartiets framgång, och den har i sig orsakat en förändring i Leijonborgs agerande. Nu, till skillnad från förr, ger han raka svar. Nu, till skillnad från förr, skojar han.

Vad journalisten bortser från här är att det finns väldigt lite forskningsmässigt stöd för tanken att partiledarna är avgörande för partiernas framgångar respektive bakslag. Visserligen har vissa partier partiledare som är mer populära än sitt parti medan andra partier har partiledare som är mer impopulära än sitt parti. Det är dock inte samma sak som att partiledarna är avgörande för hur folk lägger sina röster. Tvärtom visar såväl svensk<sup>468</sup> som amerikansk, brittisk, fransk, tysk och kanadensisk forskning att partiledarna, presidentkandidaterna eller premiärministerkandida-

terna i regel betyder mycket mindre än vilka partier de representerar.<sup>469</sup> Med andra ord: Folk röstar generellt sett fortfarande på partier, inte på personer. För att citera Sören Holmberg:

Resultaten av effektanalysen är tämligen entydig. Partiledarnas popularitet eller brist på popularitet spelade inte någon större roll för väljarnas röstning 1998. Uppskattningen av partiledarna ökade eller minskade inte sannolikheten för att rösta på ett parti på något systematiskt sätt efter det att vi tagit hänsyn till partifaktorn.<sup>470</sup>

Bilden av verkligheten och verkligheten skiljer sig med andra ord åt. Många tror att partiledarnas betydelse är stor, men faktum är att den tycks vara betydligt överdriven. Ändå kan journalister med opinionsmätningar som grund göra påståenden som om de vore fakta; opinionsmätningarna ger därmed journalisterna en kvasiobjektiv och aktivistisk roll. Det gör dem till aktörer.

### **Demokratimodellerna och valjournalistikens opinionsmätningar**

När journalister förklarar varför deras medier använder sig av opinionsmätningar och vilken funktion de fyller i valrapporteringen kan man urskilja fyra huvudargument.<sup>471</sup> Det första är att det ger journalisterna en möjlighet att skaffa sig en självständig men samtidigt någorlunda säker uppfattning om opinionsläget. Istället för att gissa eller förlita sig på undersökningar av andra samhällsaktörer, kan journalister skaffa sig ett eget underlag. Det andra är att ge läsarna ett beslutsunderlag, som på gott och ont kan användas för taktikröstning och som ger människor en god bild av opinionsläget och en möjlighet att ta hänsyn till det när man röstar. Det tredje är att opinionsmätningarna kan öka tempot och spänningen i valrörelsen: »Man ser att nu är det match«, för att citera Per Wendel.<sup>472</sup> Det kan också bidra till att öka intresset för valet, särskilt bland dem som inte är särskilt intresserade av politik och politikens sakfrågor. Därmed kan opinionsmätningarna bidra till ökat valdeltagande. Det fjärde argumentet är att opinionsmätningar möjliggör en snabb och effektiv journalistik, som det går att göra olika typer av uppföljningar av. Det kan handla om uppföljande nyhetsartiklar, analyser eller kommentarer.

Samtidigt är flera journalister själva kritiska mot mediernas sätt att använda opinionsmätningar, och bland andra Lena Hennel och Tobias Brandel på Svenska Dagbladet ser en risk i att de bidrar till gestaltningarna av politik som spel. Med Hennels ord: »Det stora problemet egentligen är ju att det blir fokus på opinionsundersökningar istället för på sakpolitiken. Det är ju otroligt farligt för demokratin«.<sup>473</sup>

Globalt sett återspeglas det argumentet i att flera länder har begränsat mediernas frihet att publicera resultat av opinionsmätningar. I den senaste kartläggningen från 2002, som omfattade 66 länder, visade det sig att den fanns någon form av begränsningar i 30 av länderna. I regel handlar det om att medierna är förbjudna att publicera resultaten mellan 1 och 30 dagar före ett val. Det förekommer också regleringar i ett flertal länder som gör medierna juridiskt skyldiga att publicera delar av den statistiska basinformation som har diskuterats här, även om den vanligaste modellen bygger på självreglering.<sup>474</sup>

Hur bör man då se på medierna och opinionsmätningarna ur de olika demokratimodellernas perspektiv? Frågan är komplicerad, eftersom opinionsmätningarna både kan ge folkets röst ökad styrka samtidigt som de kan skada den politiska processen genom att förskjuta fokus från sak till spel. Den enda demokratimodell för vilken frågan är okomplicerad är procedurdemokratin.

Det som ur samtliga andra demokratimodeller är ett problem är när kvaliteten i redovisningarna brister. Samtliga modeller är också kritiska till opinionsmätningarna i den utsträckning som de för uppmärksamheten bort från politikens sakinnehåll. Det gör att ingen av demokratimodellerna är kritiska mot opinionsmätningarna som sådana, utan mot vissa typer av dem och om användandet av dem går till överdrift. Opinionsmätningar av typen »hur klarade sig partiledaren x i utfrågningen« bidrar knappast till att stärka demokratin. Tvärtom. Deras underhållningsvärde är eventuellt stort men deras informationsvärde är lågt, samtidigt som de för uppmärksamheten bort från politikens innehåll. Detta skiljer dem från mätningar om hur människor ställer sig i sakfrågor eller om vilka frågor människor tycker är viktiga. Den sortens mätningar välkomnas av framförallt den deltagardemokratiska modellen. Partisynpatiuundersökningar som publiceras varje dag ökar risken att fokus förskjuts från sak till spel, varför den deltagardemokratiska modellen, mandatmodellen och den samtalsdemokratiska modellen är kritiska mot dessa. Enda fördelen är om de bidrar till att öka intresset för politik, men så länge det inte finns någon empiri som visar att så är fallet kvarstår kritiken.

Med andra ord: Opinionsmätningar är verktyg som kan användas på många olika sätt, både bra och dåliga, och det är därför hur de används som avgör hur de bedöms av demokratimodellerna. Det visar sig bland annat av experimenterandet med så kallade »deliberative polls«, som har gjorts i länder som USA, Storbritannien, Danmark och Australien.

Själva idén kommer från den amerikanske statsvetaren James Fishkin. Kärnan i deliberativa opinionsmätningar är att mäta inte bara vad människor har för åsikter, utan vilka åsikter människor skulle ha om de först satt sig in i och diskuterat frågorna.<sup>475</sup> Förenklat och i korthet går det till

på följande sätt: Först görs ett urval människor som inbjuds delta. Efter att ha tackat ja får de ett informationsmaterial som handlar om de frågor som den deliberativa opinionsmätningen handlar om. Sedan bjuds alla in till en helg där de har möjlighet att diskutera frågorna i både mindre och större grupper samt lyssna på och ställa frågor till experter och politiker. I samband med att de anländer får de svara på ett antal frågor i en opinionsmätning, och efter att helgens övningar är klara får de svara en andra gång på samma frågor. Därmed kan man mäta vad folket skulle tycka om de först hade läst in sig på och diskuterat frågorna, och hur opinioner förändras genom ökad kunskap och deliberation. Resultaten visar att ökade kunskaper och diskussioner gör skillnad, både för åsikternas innehåll och för känslan av delaktighet och intresse av politik.

Denna typ av opinionsmätningar välkomnas av såväl deltagardemokrater som samtalsdemokrater, vilket illustrerar att opinionsmätningar inte behöver vara negativa i sig. Med tanke på att en överväldigande majoritet av de mätningar som medierna redovisade 1998 och 2002 handlade om partisympati eller hur partiledarna klarade sig i utfrågningar och debatter, och på bristerna i hur opinionsmätningarna redovisades, blir den övergripande slutsatsen ändå att medierna i det här avseendet får underkänt av samtliga demokratimodeller utom procedurdemokratin.

Deltagardemokraterna hoppas dock att ökningen av antalet opinionsmätningar som handlar om sakfrågor kommer att fortsätta, för genom dem kan medborgarnas röster höras tydligare i det offentliga samtalet. Det för oss samtidigt vidare till frågan om valjournalistikens aktörer.

## 10. Valjournalistikens aktörer

I den journalistiska gestaltningen av politik som spel ingår synen på valrörelser att de handlar om en kamp inom den politiska eliten om den politiska makten. Politikerna är de som agerar, medan medborgarnas roll i allt väsentligt är reaktiv.

Ur konkurrensdemokratins perspektiv är detta både naturligt och önskvärt. I dess sanktionsmodell anser den att journalistiken bör fokusera på de politiska aktörerna och hur de har hanterat och tagit ansvar för den makt de har haft under den gångna mandatperioden. Det innebär samtidigt att sanktionsmodellen anser att journalistiska granskningar av det eller de partier som haft ansvar för regeringsmakten är centrala. Journalistiken bör således fokusera mer på de politiska aktörer som haft makten än de som varit i opposition.

Enligt mandatmodellen bör journalistiken också fokusera sin uppmärksamhet på de politiska aktörerna, men mer på framtiden än det förflutna. Journalistiken ska granska hur makten sköts, tillhandahålla information om de politiska partiernas sakåsikter, visa på samband mellan deras ideologier och sakpolitiken samt kräva svar av politikerna när det gäller vilka de kan tänkas samarbeta med i regeringsställning. Samtidigt bör journalistiken överlåta åt politikerna att sätta dagordningen.

Sätter man detta i relation till vilka som bör få komma till tals som källor i journalistiken, innebär det att konkurrensdemokratien anser att framförallt de politiska aktörerna bör få komma till tals. Detta skiljer den från deltagardemokratien. Enligt deltagardemokratien ska journalistiken tillhandahålla information om såväl de politiska partiernas som andra medborgarorganisationers sakåsikter, men det är också mycket viktigt att medborgarna själva får framträda i journalistiken. De bör dessutom få komma till tals som aktiva subjekt och inte bara som passiva och reaktiva offer. Först genom en sådan journalistik kan medierna bidra till att mobilisera det politiska deltagandet och gestalta politik som en angelägenhet för alla. Med andra ord anser deltagardemokratien att det är viktigt att medborgarna själva får framträda i journalistiken, och att de medborgare som får komma till tals är någorlunda socialt representativa.

I detta instämmer samtalsdemokratin, men den ställer dessutom kravet att den politiska diskussionen ska präglas av saklighet och en rationell argumentation. Att enbart låta medborgarna komma till tals räcker inte; medborgarna ska helst få komma till tals som människor med kloka och rationella åsikter. De ska få komma till tals på jämlika villkor. Med Petter Beckmans ord:

[D]emokratin klarar sig inte utan ett sammanhållet offentligt samtal. Information kan man skaffa sig på många sätt, men inte tillgången till ett gemensamt torg. Det är här massmedierna har sin centrala uppgift – att organisera samtalet. Räckvidden finns, liksom resurserna. Och samhället behöver torg där människor med olika bakgrund och erfarenheter kan mötas, lyssna på varandra och hantera gemensamma problem.<sup>476</sup>

Frågan om vilka som får komma till tals i journalistiken och på vilka sätt de får framträda är central av flera skäl. För det första påverkar journalistikens tillgång till källor på ett avgörande sätt dess kvalitet. Ju mer informerade källor journalister har tillgång till, desto bättre förutsättningar har journalistiken att ge en sanningsenlig bild av verkligheten. För det andra påverkar källorna vilken bild av politik och samhälle som människor får, både när det gäller vilken information och vilka aktörer som är väsentliga och viktiga. Det gör frågan om vilka som får komma till tals till en fråga om makt. Att synas är att vara – genom att låta vissa synas medan andra osynliggörs påverkar journalistiken vilka som får möjlighet att utöva makt över dagordningen och över tanken. För det tredje är journalistikens användande av källor en nyckel till ökad kunskap om vilken demokratimodell som journalistiken i praktiken befrämjar.

Ur ett allmänt kvalitetsperspektiv är idealet att journalistiken låter många komma till tals, att den tillämpar principen om två av varandra oberoende källor, att den öppet redovisar vilka källor den har använt sig av och att den möjliggör för människor att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor. Därför bör journalistiken vara försiktig med tolkningar och spekulationer, och i den mån de förekommer, på ett tydligt sätt skilja mellan beskrivande och tolkande journalistik.

### **Hur många får komma till tals?**

En första fråga handlar om hur många som överhuvudtaget får komma till tals i enskilda artiklar och inslag. Om syftet är att ge så sanningsenliga bilder av verkligheten som möjligt och att låta människor själva ta ställning, bör minst två källor få komma till tals i varje artikel eller inslag. Om det handlar om är en fråga med fler än två direkt berörda parter räcker det dock inte med minst två av varandra oberoende källor; då bör anta-

let vara ännu större. Åtminstone om de pressetiska reglerna ska tas på allvar: »Sträva efter att ge personer som kritiseras i faktaredovisande material tillfälle att bemöta kritiken *samtidigt*. Sträva också efter att återge *alla* parter *så* ståndpunkter«. <sup>477</sup>

På ett grundläggande plan kan man skilja mellan två typer av källor så som de kommer till tals i journalistiken: de kan antingen vara citerade eller omnämnda. I idealfallet bör de vara namngivna, eftersom det är en förutsättning för att människor ska kunna förhålla sig till vad de säger. Frågan är därför hur stort det genomsnittliga antalet citerade respektive omnämnda och namngivna källor var i journalistiken inför valet 2002. I båda fallen räknas endast individer som källor.

Resultaten visar att det genomsnittliga antalet citerade källor per artikel och inslag var högst i TV4 Nyheterna och lägst i Svenska Dagbladet, och att de citerade källorna dominerar över de omnämnda och namngivna källorna. Kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen hade i genomsnitt ett högre antal citerade källor än morgontidningarna, men något lägre än TV4 Nyheterna och Rapport. <sup>478</sup> Att morgontidningarna hade det lägsta antalet citerade källor är måhända förvånande, med tanke på att de brukar betraktas som kvalitetstidningar och att många källor är ett uttryck för kvalitet. Möjligen beror det på att de publicerar fler korta artiklar, men det kan samtidigt konstateras att det vanligaste antalet citerade källor per artikel eller inslag var en i samtliga medier utom Expressen, Rapport och TV4 Nyheterna.

Någon jämförelse med valjournalistiken 1998 är inte möjlig att göra, men däremot går det att jämföra resultaten med mediernas rapportering kring Irakkriget 2003 samt Afghanistankriget och terrorattackerna mot USA 2001.

**Tabell 10.1.** Genomsnittligt antal citerade respektive omnämnda och namngivna källor per artikel/inslag 2002.

|                                                  | Afton-<br>bladet | Expres-<br>sen | Dagens<br>Nyheter | Svenska<br>Dagbl. | tv4<br>Nyh. | Rapport | Aktuellt |
|--------------------------------------------------|------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------|---------|----------|
| Antal citerade källor i genomsnitt               | 2,2              | 2,3            | 1,9               | 1,7               | 2,7         | 2,6     | 2,1      |
| Antal omnämnda och namngivna källor i genomsnitt | 0,3              | 0,4            | 0,5               | 0,5               | 0,4         | 0,4     | 0,4      |

Anm. De genomsnittliga antalet avrundade till en decimal.

**Tabell 10.2.** Genomsnittligt antal citerade källor per artikel/inslag vid fyra händelseförlopp.<sup>479</sup>

|                                                         | Afton-<br>bladet | Expres-<br>sen | Dagens<br>Nyheter | Svenska<br>Dagbl. | tv4<br>Nyh. | Rapport | Aktuellt |
|---------------------------------------------------------|------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------|---------|----------|
| Antal citerade källor i genomsnitt – valet 2002         | 2,2              | 2,3            | 1,9               | 1,7               | 2,7         | 2,6     | 2,1      |
| Antal citerade källor i genomsnitt – Irakkriget         | 1,6              | 1,7            | 1,4               | 1,3               | 1,4         | 1,5     | 1,1      |
| Antal citerade källor i genomsnitt – Afghanistan-kriget | 1,5              | 1,5            | 1,3               | 1,2               | 1,9         | 2,2     | 1,6      |
| Antal citerade källor i genomsnitt – terror-attackerna  | 1,6              | 2,4            | 1,3               | 1,5               | 1,5         | 1,6     | 1,6      |
| Genomsnitt                                              | 1,7              | 2,0            | 1,5               | 1,4               | 1,9         | 2,0     | 1,6      |

Anm. Alla tal har avrundats till en decimal.

Jämförelsen visar att det genomsnittliga antalet citerade källor generellt var högre i samband med valet 2002 än i samband med de övriga händelseförloppen, men också att Expressen, Rapport och tv4 Nyheter tenderar att ha fler källor i sina inslag och artiklar än de övriga medierna. Av någon anledning utmärker sig morgontidningarna genom att deras artiklar innehåller ett relativt sett lågt antal citerade källor.

Ett annat mått på mediernas källanvändning är andelen artiklar och inslag med färre än två källor.

Resultaten visar att Expressen och Aktuellt är de medier vars artiklar och inslag oftast har färre än två källor, medan Rapport och tv4 Nyheter oftast har minst två källor. Vad det betyder är att i vissa medier, exempelvis Expressen med ett högt genomsnittligt antal citerade källor och med en stor andel artiklar med färre än två källor, skiljer sig antalet källor i artiklarna kraftigare än i andra medier. Om en artikel har en källa och en annan har tio, dras ju genomsnittet upp.

Ytterligare en viktig aspekt handlar om hur vanligt förekommande

**Tabell 10.3.** Förekomst av minst två källor i valjournalistiken 2002 (procent).

|                                                      | Afton-<br>bladet | Expres-<br>sen | Dagens<br>Nyheter | Svenska<br>Dagbl. | tv4<br>Nyh. | Rapport | Aktuellt |
|------------------------------------------------------|------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------|---------|----------|
| Andel artiklar/<br>inslag med färre<br>än två källor | 38               | 43             | 36                | 38                | 31          | 27      | 42       |

Anm. Procent avrundade till hela tal. Procentbas framgår av tabell 7.1.

anonyma källor är. En förutsättning för att människor ska kunna förhålla sig till den information som medierna förmedlar är att källorna är öppna, varför anonyma källor generellt sett bör ses som ett problem. Det förhindrar inte att det ibland kan vara nödvändigt att använda sig av dem, om de har information som inte går att få tag på via öppna källor. Anonyma källor bör dock generellt sett undvikas. Dels är det en fråga om ärlighet och öppenhet gentemot läsare och tittare, dels handlar det om att minska risken att journalistiken blir utnyttjad av källor med dolda motiv.

I tabell 10.4 redovisas därför hur vanligt det var att anonyma källor förekom i valjournalistiken 2002. Med anonyma källor avses antingen att journalistiken hänvisar till individer som inte namnges eller till organisationer utan att namnge någon individ inom organisationen.

Resultaten visar att andelen artiklar eller inslag i vilka minst en anonym källa förekom varierade väsentligt mellan medierna. Vanligast var de i tv-nyheterna medan morgontidningarna och Aftonbladet var försiktigare med att hänvisa till anonyma källor. Om man jämför det med samma mediers rapportering kring exempelvis Irakkriget, visar sig två resultat. Det första är att anonyma källor var mycket vanligare i rapportering-

**Tabell 10.4.** Artiklar/inslag med minst en anonym källa i valjournalistiken 2002 (procent).

|                                                                  | Afton-<br>bladet | Expres-<br>sen | Dagens<br>Nyheter | Svenska<br>Dagbl. | tv4<br>Nyh. | Rapport | Aktuellt |
|------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------|---------|----------|
| Andel artiklar i<br>vilka minst en<br>anonym källa<br>förekommer | 11               | 20             | 9                 | 11                | 26          | 21      | 23       |

Anm. Procent avrundade till hela tal. Procentbas framgår av tabell 7.1.

en om Irakkriget; det medium som då använde sig minst av anonyma källor var Expressen, och ändå förekom anonyma källor i 49 procent av deras artiklar. Det andra är att den skillnad mellan tv- och tidningsjournalistikens nyttjande av anonyma källor som fanns i valjournalistiken 2002, inte fanns i bevakningen av Irakkriget.<sup>480</sup>

Resultaten så här långt ger en övergripande bild av mediernas källanvändning. Däremot säger de ingenting om vilka som får komma till tals.

### **Förekomsten av politiker, medborgare och journalister som källor**

Den politiska kommunikationens centrala aktörsgrupper är medborgare, politiker och journalister. Det finns därför skäl att specialstudera i vilken utsträckning just de grupperna förekommer som källor i journalistiken. Som källa räknas personer som framträder med citerat och/eller tillskrivet uttalande.

Det finns starka skäl att misstänka att politiker är mycket vanligare som källor än medborgare och journalister, eftersom tidigare forskning visar att elitkällor dominerar i journalistiken.<sup>481</sup> Att elitpersoner är inblandade är till och med, enligt rådande nyhetsvärderingar, ett av kriterierna för om någonting ska räknas som en nyhet.<sup>482</sup> Ett skäl är att de redan är kända. Det gör dels att det finns ett antaget publikintresse för dem, och dels att journalisterna vet att elitkällorna kan erbjuda den typ av information som de söker. Med Anders Sahlstrands ord:

Det är vanligt att journalisten redan vet innehållet i den information som han söker. Vad som behövs i sådana fall är egentligen inte information utan yttranden, det vill säga journalisten vill ha någon som säger det som journalisten vill att någon källa ska säga. [...] Källorna kan med andra ord ibland agera buktalardockor.<sup>483</sup>

Nu är det förvisso inte bara elitkällor som kan fungera som journalistikens buktalardockor, utan detsamma gäller vanligt folk. Fördelen är att det oftast är lättare att förutsäga vad elitkällor kommer att säga. Herbert Gans har även visat att det finns sex faktorer som har betydelse för hur väl olika källor passar in i nyheterna: tidigare visad lämplighet, produktivitet, tillförlitlighet, auktorativitet, trovärdighet och mediemässighet.<sup>484</sup> Till detta kommer att elitkällor ofta har ett eget intresse av att framträda i journalistiken, och att de är bättre på att anpassa sina budskap till medierna och deras behov. Det gör det ännu enklare för journalister att vända sig till elitkällor framför källor som inte tillhör eliten.

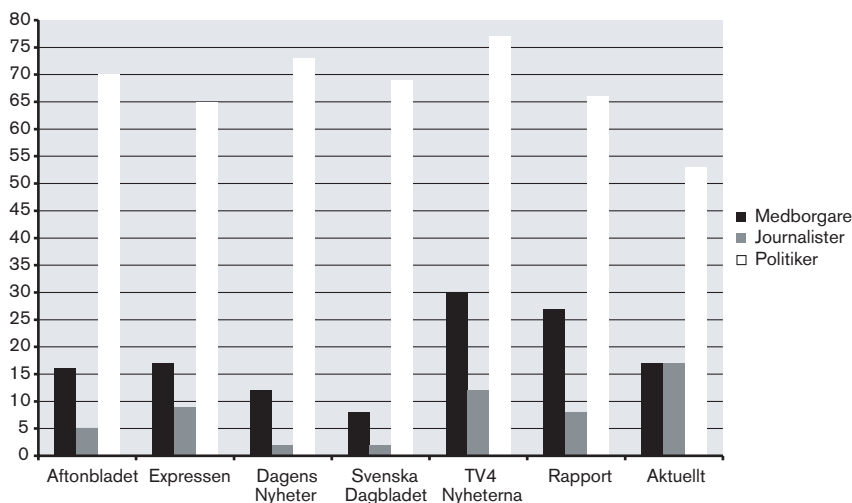
Om en källa lever upp till de krav journalistiken har är lättare att avgöra om han eller hon är känd, och känd är han eller hon oftare om han el-

ler hon tillhör eliten. Journalistikens användande av källor präglas därför mer av återvinningens evangelium än av förnyelsens.

Ett exempel på det är Sahlstrands avhandling, som visar att 18 procent av de muntliga källorna hör till den ekonomiska eliten, samtidigt som 33 procent hör till den politiska och administrativa eliten och 13 procent till den kulturella eliten. 36 procent definierar Sahlstrand som icke-elit.<sup>485</sup>

Om man ska undersöka hur vanligt det är att medborgare förekommer som källa finns det dock ett problem, och det är att avgöra vem som ska räknas som medborgare. Juridiskt är ju alla medborgare. Man måste därför skilja mellan vad människor är och vilken egenskap de uppträder i journalistiken. Här betyder det att en källa räknas som medborgare om han eller hon framträder som representant för sig själv eller för så kallade vanliga människor. Om exempelvis en sjuksköterska framträder som officiell representant för alla sjuksköterskor, till exempel som facklig företrädare, räknas hon inte som medborgare. Om hon däremot framträder som individ och utan officiell status räknas hon som medborgare. Mot den bakgrunden är frågan: Hur vanligt förekommande var medborgare, journalister och politiker som källor i valjournalistiken 2002?

Resultaten visar att politiker dominerar kraftigt över såväl medborgare som journalister. Delvis är det en effekt av undersökningens urval av



**Figur 10.1.** Andel artiklar/inslag i vilka medborgare, politiker och journalister förekom som källor i valjournalistiken 2002 (procent).

Anm. Procent avrundade till hela tal. Procentbas framgår av tabell 7.1.

artiklar och inslag; undersökningen omfattar ju samtliga artiklar och inslag som refererar till inrikespolitiska aktörer eller institutioner, eller som har vinjetten »val 2002« eller motsvarande. Ändå finns det föga tvivel på att medborgarnas plats är undanskymd, medan politikernas plats är mitt i ljuset från journalistikens strålkastare.

Mest politikercentrerad var valjournalistiken i tv4 Nyheterna, Dagens Nyheter och Aftonbladet; minst i Aktuellt. Medborgare var vanligast förekommande som källa i tv4 Nyheterna och Rapport; minst i Svenska Dagbladet. Journalisterna var vanligast förekommande som källa i Aktuellt; minst i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet.

På grund av olika undersökningsmetod kan de här resultaten inte jämföras direkt med valjournalistiken 1998. Det grundläggande mönstret är dock detsamma. Också då dominerade politiker som källor, medan medborgarna hade en betydligt mer undanskymd plats. Den grupp som i minst utsträckning förekom som källa var journalisterna.<sup>486</sup>

När det gäller journalisterna underskattar dock resultaten hur vanligt förekommande de är som källor. Resultaten visar bara hur ofta journalister explicit hänvisar till eller citerar andra journalister, men vid sidan av de artiklarna och inslagen förekommer det artiklar och inslag som helt saknar källor. I dessa kan journalisten sägas vara ensam källa. De är intressanta också därför att andelen artiklar och inslag utan extern källa ger en fingervisning om journalistikens relativa frihet från externa aktörers medverkan.

I nästan samtliga medier utgör andelen artiklar eller inslag som saknar citerad källa runt 20 procent, medan andelen artiklar och inslag som saknar omnämnd och namngiven källa utgör mellan 70 och 80 procent. Ett

**Tabell 10.5.** Andel artiklar/inslag utan explicita källor i valjournalistiken 2002.

|                                                                    | Afton-<br>bladet | Expres-<br>sen | Dagens<br>Nyheter | Svenska<br>Dagbl. | tv4<br>Nyh. | Rapport | Aktuellt |
|--------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------|---------|----------|
| Andel artiklar/<br>inslag utan<br>citerade källor                  | 19               | 16             | 20                | 21                | 6           | 20      | 20       |
| Andel artiklar/<br>inslag utan<br>omnämnda/<br>namngivna<br>källor | 81               | 77             | 70                | 72                | 82          | 78      | 74       |

Anm. Procent avrundade till hela tal. Procentbas framgår av tabell 7.1.

tydligt undantag finns dock, och det gäller TV4 Nyheterna. Endast sex procent av deras inslag saknade citerad källa.

Vad det beror på är svårt att säga, men en förklaring skulle kunna vara en kombination av att nyheterna i TV4 innehåller färre telegramnyheter och att de är mer personifierade än nyheterna i Rapport och Aktuellt. Om det är så går inte säkert att säga; vad som dock är tydligt är att graden av personifiering skiljer sig åt mellan medierna. Det visar sig av tabell 10.6, som redovisar hur stor andel av artiklarna och inslagen som är personifierade på fyra olika nivåer.

Gränsdragningen mellan de fyra olika nivåerna av personifiering är bitvis flytande och svår att fastställa. Om man räknar artiklar och inslag i vilka journalistiken antingen helt fokuserar på personer eller i vilka personer står i förgrunden som uttryck för personifierad journalistik, står man dock på säkrare grund.

Resultaten visar att journalistiken är mer personifierad i tv än i tidningar, vilket möjligen beror på tv-mediets beroende av bilder. Samtidigt är

**Tabell 10.6.** Nyheternas grad av personifiering i valjournalistiken 2002 (procent).

|                                                        | Afton-<br>bladet | Expres-<br>sen | Dagens<br>Nyheter | Svenska<br>Dagbl. | tv4<br>Nyh. | Rapport | Aktuellt |
|--------------------------------------------------------|------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------|---------|----------|
| 1. Helt oper-<br>sonlig och<br>strukturell             | 11               | 6              | 9                 | 13                | 1           | 9       | 7        |
| 2. Opersonlig<br>men personer<br>deltar                | 18               | 17             | 32                | 30                | 7           | 10      | 19       |
| 3. Delvis<br>abstrakt<br>personer står i<br>förgrunden | 33               | 28             | 40                | 39                | 41          | 36      | 18       |
| 4. Personer<br>står i centrum                          | 38               | 50             | 19                | 18                | 51          | 46      | 56       |
| Summa                                                  | 100              | 101            | 100               | 100               | 100         | 101     | 100      |
| Andel personi-<br>ferade artiklar<br>och inslag**      | 71               | 78             | 59                | 57                | 92          | 82      | 74       |

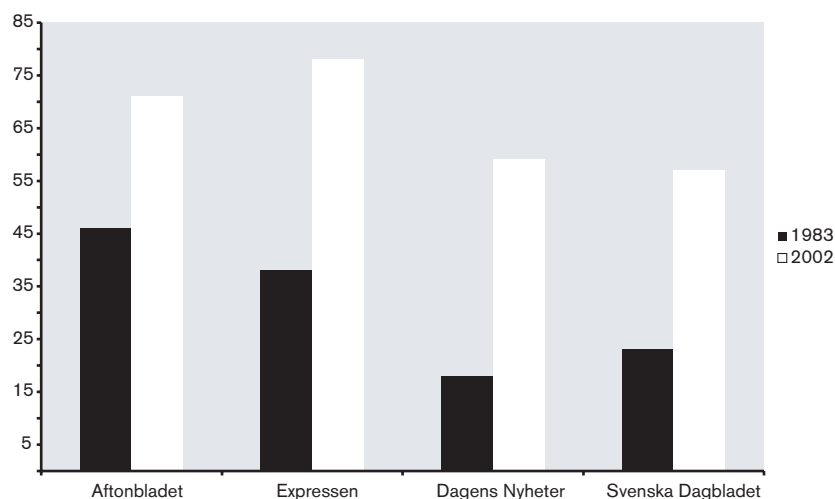
Anm. Procent avrundade till hela tal. Procentbas framgår av tabell 7.1. \*\* syftar på nivå 3 och 4.

journalistiken i kvällstidningarna mer personifierad än i såväl morgontidningarna som i Aktuellt. Det illustrerar att journalistikens grad av personifiering inte behöver vara teknikbunden. Den är också ett uttryck för redaktionella prioriteringar. Det hänger i sin tur troligen samman med graden av kommersialisering och behovet av att dagligen fånga publikens uppmärksamhet. Att journalistiken är mest personifierad i de lösnummersålda kvällstidningarna och i kommersiella TV4 Nyheterna talar för den tolkningen.

De här resultaten kan jämföras med en undersökning som Håkan Hvitfelt gjorde 1985 av förstasidesartiklarna i ett antal tidningar 1983. I den använde han samma fyra nivåer av personifiering som här, och även om inte exakt samma kodschema har använts visar jämförelsen att det har skett stora förändringar av journalistiken under dessa 19 år.<sup>487</sup>

Jämförelsen visar att journalistiken har blivit mycket mer personifierad under de två senaste decennierna. 1983 var journalistiken inte personifierad i mer än 50 procent av artiklarna i någon av tidningarna, medan det omvända gäller 2002. Numera är journalistiken personifierad i mer än hälften av artiklarna i alla medier, och i kvällstidningarna i runt tre fjärdedelar av artiklarna.

Därmed är det dags att gå djupare in på hur politiker, medborgare och journalister framträder i journalistiken.



**Figur 10.2.** Journalistikens grad av personifiering 1983 och 2002 (procent).

Anm. Figuren visar procentuell andel artiklar som är personifierade på nivå 3 och 4. Procent avrundade till hela tal. Procentbas för 2002 framgår av tabell 7.1.

### Politiker som källor

Under en valrörelse handlar journalistiken till väldigt stor del om politikernas göranden och låtanden. Att de förekommer som källor i mellan 53 och 77 procent av artiklarna och inslagen är ett uttryck för det. Politiker anstränger sig också med alla upptänkliga medel för att vinna så stort och gynnsamt medieutrymme som möjligt. Vägen till framgång i valet går via framgång i medierna; det är genom att få ett så stort och gynnsamt medieutrymme som möjligt som man kan nå ut till och vinna väljare. I takt med att partiidentifikationen och antalet partimedlemmar har sjunkit samtidigt som väljarrörligheten har ökat har mediearenan blivit ännu viktigare. Och även om partierna i viss utsträckning kan styra vilket medieutrymme de får, via köpta annonser, är direkta kommunikationskanaler såsom annonser och reklamutskick av liten betydelse jämfört med indirekta kommunikationskanaler såsom nyhetsjournalistiken.<sup>488</sup> Det framgår av intervjuer med partisekreterarna. Exempelvis säger moderaternas förre partisekreterare Johnny Magnusson:

Vi hade ungefär femtio miljoner som vi använde för direktkommunikation det här valet. Jag tror inte att valrörelsen blivit nämnvärt annorlunda om vi haft det tiodubbla beloppet. Så nio tiondelar sitter i den indirekta kommunikationen [via nyhetsjournalistiken, partiledarutfrågningar och debatter i tv och radio].<sup>489</sup>

Beroendet av journalistiken för att nå ut till människor gör att det finns ett starkt tryck på partierna att anpassa sig till journalistikens nyhetsvärderingar. Det är ett uttryck för politikens medialisering, eller vad Thomas Meyer kallar mediernas »kolonisering« av politiken:

Kolonisering i den här bemärkelsen betyder den närmast fullständiga kapitulationen av politisk verksamhet – åtminstone i alla synliga, publikt tillgängliga aspekter av kommunikationen – inför mediernas logik. Det är bara i väldigt sällsynta och exceptionella fall som det politiska systemet kräver av medierna att de ska framställa politiken på ett sätt som ligger i det allmänna bästa.<sup>490</sup>

Att politiker är vanligt förekommande som källor i journalistiken behöver sålunda inte betyda att politikerna har makten över journalistiken. Avgörande är två faktorer. För det första vilka politiker som kommer till tals i journalistiken. Att Göran Persson lyckas vinna medialt utrymme glädjer ju knappast Lars Leijonborg eller Maud Olofsson. För det andra hur politiker kommer till tals i journalistiken; vilket faktiskt utrymme de får och vilka roller de tilldelas.

När det gäller vilka politiker som får komma till tals kan man konstatera att det nästan uteslutande handlar om professionella heltidspolitiker.

Det är mycket ovanligt att någon som identifieras som fritidspolitiker förekommer i valjournalistiken. Vanligast 2002 var det i Rapport, tv4 Nyheterna och Dagens Nyheter, där fritidspolitiker förekom som källa i fyra respektive tre inslag och i tre artiklar. Trots att runt 98 procent av Sveriges alla politiker är fritidspolitiker dominerar sålunda heltidspolitikerna i valjournalistiken.<sup>491</sup> I den meningen ger journalistiken en mycket missvisande bild av verklighetens politiker. Samtidigt är också detta ett uttryck för journalistikens orientering mot dem som har makt och inflytande, samma mekanism som gör att medborgare oftast spelar en undanskymd roll.

Av heltidspolitikerna är det framförallt partiledarna som är journalistiskt intressanta, även om ministrar och vissa talespersoner för partierna också får komma till tals då och då. Av partiledarna var det Göran Persson som dominerade 2002.

Göran Persson förekom som källa i genomsnitt i 18 procent av artiklarna och inslagen. På andra plats kom Bo Lundgren, följd av Lars Leijonborg. De partiledare som lyckades sämst med att nå ut via nyhetsjournalistiken var Gudrun Schyman och Alf Svensson.

Samtidigt var skillnaderna mellan medierna stora, och kvällstidningarnas högre grad av personifiering jämfört med morgontidningarna visar sig också av tabell 10.7. Partiledarna förekom i betydligt större andel artiklar i framförallt Aftonbladet men också Expressen, än i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Intressanta är också skillnaderna mellan tv:s nyhetsprogram. Exempelvis uppmärksammade Rapport Gudrun Schyman betydligt mer än vad Aktuellt och tv4 Nyheterna gjorde, medan Rapport uppmärksammade Lars Leijonborg betydligt mindre än vad tv4 Nyheterna och Aktuellt gjorde. Och så vidare. Även om den övergripande an-

**Tabell 10.7.** Andel artiklar/inslag med partiledarna som källa i valet 2002 (procent).

|                                       | Afton-<br>bladet | Expr. | Dagens<br>Nyheter | Sv.<br>Dagbl. | tv4<br>Nyh. | Rapport | Aktuellt | Gen.-<br>snitt |
|---------------------------------------|------------------|-------|-------------------|---------------|-------------|---------|----------|----------------|
| Gudrun Schyman                        | 14               | 8     | 3                 | 3             | 3           | 11      | 6        | 6              |
| Göran Persson                         | 26               | 20    | 9                 | 12            | 19          | 17      | 25       | 18             |
| Peter Eriksson/<br>Maria Wetterstrand | 15               | 12    | 3                 | 5             | 7           | 7       | 6        | 8              |
| Maud Olofsson                         | 14               | 8     | 5                 | 5             | 10          | 11      | 4        | 8              |
| Lars Leijonborg                       | 17               | 9     | 3                 | 6             | 15          | 7       | 13       | 10             |
| Bo Lundgren                           | 20               | 17    | 3                 | 6             | 15          | 11      | 12       | 12             |
| Alf Svensson                          | 14               | 10    | 3                 | 5             | 8           | 6       | 4        | 7              |

Anm. Procent avrundade till hela tal. Procentbas framgår av tabell 7.1

delen artiklar och inslag som de enskilda partiledarna förekom i som källor avspeglar partiernas valresultat väl, fanns det en stor grad av variation mellan medierna.

Frågan är dock inte bara vilka politiker som får komma till tals och hur ofta. Frågan är också vilket utrymme de får i de enskilda artiklarna och inslagen. Det är ju viss skillnad om ett inslag består av en så kallad »soundbite« där politikern ifråga endast får säga en mening, eller om han eller hon får möjlighet att utveckla sin argumentation. Det har betydelse inte bara för politikerna, utan också för människors möjligheter att utan journalistiskt filter bedöma vad politikerna säger. Dessutom visar amerikansk forskning att det finns ett samband mellan hur mycket politiker får komma till tals och tonen i journalistiken: Ju mer journalister kommer till tals, desto mer cynisk är tonen i journalistiken, och ju mer de politiska kandidaterna kommer till tals, desto mer positiv är tonen.<sup>492</sup>

Enligt amerikansk forskning har den genomsnittliga tiden (*soundbite*) som politiska kandidater får komma till tals i tv-nyheterna sjunkit dramatiskt från slutet av 1960-talet till 1990-talet. 1968 var den genomsnittliga längden på en soundbite drygt 40 sekunder, medan den i samband med presidentvalet 1996 var 10,3 sekunder.<sup>493</sup> För svensk del finns inte samma mängd forskning, men undersökningar av Kent Asp har visat att den genomsnittliga längden på en soundbite i Rapport sjönk från 33 sekunder 1982 till 16 sekunder 1993, för att därefter stiga till 22 sekunder 1995. I TV4 Nyheterna var den genomsnittliga längden 16 sekunder 1991 och 15 sekunder 1995.<sup>494</sup>

Problemet med att mäta hur politiker får komma till tals i tid är att det är svårt att jämföra tv-journalistiken med tidningsjournalistiken. Därför mäts här istället det genomsnittliga antalet meningar politiker får säga i de inslag och artiklar där de överhuvudtaget får komma till tals. Artiklar och inslag där de inte förekommer som källor har sålunda strukits från analysen.

Resultatet visar att när politiker förekom som källor, fick de 2002 säga i genomsnitt 11,7 meningar i tidningsartiklarna och 10 meningar i tv-inslagen. Det är en minskning jämfört med 1998, då politiker i genomsnitt

**Tabell 10.8.** Antal meningar politiker får komma till tals i valjournalistiken 1998 och 2002.

|                                                  | 1998 | 2002 |
|--------------------------------------------------|------|------|
| Genomsnittligt antal meningar i tidningsartiklar | 13,7 | 11,7 |
| Genomsnittligt antal meningar i tv-inslag        | 11,1 | 10,0 |

Anm. Endast artiklar/inslag med politiker som källa ingår i analysen. Tal avrundade till en decimal.

fick säga 13,7 meningar i artiklarna och 11,1 meningar i inslagen. Skillnaderna mellan medierna är dock stora. 2002 var Aftonbladet det medium i vilket politiker fick säga i genomsnitt flest meningar, 20,3. Motpolen utgjordes av Dagens Nyheter, i vilken politiker fick säga i genomsnitt 7,9 meningar. Denna skillnad beror i stor utsträckning sannolikt på att Aftonbladet var den tidning som publicerade flest sakpolitiska guider, medan Dagens Nyheter var den tidning som publicerade minst antal. Om man istället studerar medianen visar resultaten att den för tidningarnas del ligger mellan 6 (Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter) och 9 (Aftonbladet), medan den för tv-nyheternas del ligger mellan 7 (Rapport) och 12 (Aktuellt).

Med andra ord: När politiker förekommer som källor får de i regel säga mellan sex och tolv meningar. Det är inte mycket, även om man ibland inte behöver mer än någon enstaka mening för att framföra meningsfulla budskap.<sup>495</sup> Politik handlar dock inte bara om vilka åsikter man har, utan också om varför man har dem. Politik kan inte reduceras till budskap som får plats på en valaffisch; politik handlar också om argumentation.

När politiker i regel inte får säga mer än mellan sex till tolv meningar i inslag och artiklar finns det inte mycket utrymme för politiker att själva utveckla sin argumentation. Konsekvensen är att politikernas ord blir helt beroende av hur journalister återger argumentationen och i vilket sammanhang journalisterna sätter meningarna. Det understryker att makten över journalistiken ytterst ligger hos journalisterna.

### Medborgare som källor

Jämfört med politiker förekommer medborgare sällan som källor. I artiklarna förekommer de i genomsnitt i tretton procent, och i inslagen i genomsnitt i 24 procent. Samtidigt är skillnaderna mellan medierna betydande. Medborgare förekommer oftare som källor i tv-nyheterna och i kvällstidningarna än i morgontidningarna, ett följd av att journalistiken i dessa medier är mer personifierad.

Frågan är dock inte bara hur ofta medborgare förekommer som källor. Lika viktigt eller viktigare är på vilket sätt de framträder i journalistiken, det vill säga vilka roller de tilldelas. Är det som aktiva subjekt eller passiva objekt?

Enligt tidigare forskning framträder medborgarna framförallt i någon av följande fyra roller: som *statistik*, som *fall*, som *påtryckare* och som *ut-  
anförstående och misstroende*.<sup>496</sup> Till dessa roller kan läggas artiklar och inslag i vilka medborgarna endast fungerar som illustration; de får komma till tals huvudsakligen för att det ska finnas en »vanlig« människas röst i journalistiken, mer eller mindre som utfyllnad.

När medborgare framträder som statistik sker det i form av opinionsmätningar och andra undersökningar. I dessa är medborgarna inte journalistiskt intressanta som individer med unika uppsättningar egenskaper, utan som en ansiktslös massa. Det är en väsentlig skillnad jämfört med när medborgarna framträder som fall. När så sker fokuserar journalistiken på någon eller några individer, som uttalat eller outtalat får representera en större grupp. Ett exempel på detta var när flera medier under valrörelsen 2002 uppmärksammade den synskadade 6-åriga bosniska flickan Nadina Imamovic och hennes kamp för uppehållstillstånd i Sverige. Artiklarna och inslagen handlade om Nadina, men inte bara – de handlade också om svensk asylpolitik och om vilka krav som ska uppfyllas för att någon ska få stanna av så kallade »humanitära skäl«. Detsamma gällde den 9-åriga Svetlana Kovac, som också hon kämpade för uppehållstillstånd vilket Dagens Nyheter berättade om den 30-augusti 2002. Det framstår mycket tydligt i »överingressen«, i vilken man kan läsa: »FN:s barnkonvention, som ska ge barn en harmonisk uppväxt, gäller inte flyktingbarnen. Svetlana Kovac, 9 år, har skickats fram och tillbaka mellan länder. De svenska myndigheterna menar att hon inte kan få asyl här eftersom hon flydde till Norge först«.

När medborgare framträder som påtryckare är deras roll ännu mer aktiv; i de fallen framställs medborgare som om de vill åstadkomma någon form av förändring i mer eller mindre uttalad konflikt med politiker eller myndigheter. Det kan handla om demonstrationer eller insamlingar av namnunderskrifter för att låta asylsökande stanna, för att sänka eller avskaffa fastighetsskatten eller om att rädda någon hotad skola.

När medborgarna framträder som utanförstående och misstroende är deras roll ofta raka motsatsen till aktiv. Istället framställs medborgare i de fallen som om de inte har möjlighet att påverka politiken eller som om de misstror politiker. I vissa fall flyter dock rollen som påtryckare och utanförstående och misstroende ihop, exempelvis i en artikel i Dagens Nyheter den 26 augusti 2002. I den säger Ulf Jederlund, aktiv i föräldranätverket »Barnverket« som kämpar för en bra skola och förskola, bland annat följande: »Våra krav har mötts av kompakt och konsekvent motstånd från politikerna, säger Ulf Jederlund. Det som har hänt nu är att föräldraopinionen varit så stark och aktiv att politikerna måste krypa till korset«.

Vanligare är dock att medborgarrollen som utanförstående och misstroende står för sig själv eller flyter ihop med rollen som fall. Ett exempel på det senare kan hämtas från Expressen, som publicerade en artikelserie kallad »Sjukskrivningsbomben«. I varje artikel beskrevs något fall, och i artikeln den 29 augusti 2002 kunde man läsa om Jonas Ahlstrand, 39 år och sjukskriven mot sin vilja. I den säger hand bland annat att »Man gör sig en bild av trygga säkra Sverige. Men jag har upptäckt att det bara är ett

skal. Det är dags för politikerna att sluta prata och utreda och göra något istället, säger Jonas».

I genomsnitt framställdes människor som utanförstående och misstroende i fyra procent av artiklarna och inslagen 2002. Vanligast var det i Expressen (sex procent) och Aktuellt (fem procent). I sig är det inte mycket, men om man tar hänsyn till hur sällan medborgarna förekommer som källor förändras bilden något. Ty även om människor kan framställas som utanförstående och misstroende utan att de samtidigt framträder som källa, visar det att rollen som utanförstående och misstroende är återkommande i journalistiken.

Att medborgarna i journalistiken tenderar att reduceras till statistik, fall, påtryckare samt utanförstående och misstroende innebär dock inte att de aldrig framträder som just medborgare – människor med mer eller mindre kloka och genomtänkta åsikter och med ett ansvar i och för samhället. Till att börja med behöver det inte finnas någon motsatsställning mellan att framträda som fall eller påtryckare och som medborgare i ordets normativa mening. Dessutom händer det att journalister går ut »på gatan« och frågar människor om vad de anser i någon aktuell fråga, och i de fallen får människor komma till tals i egen rätt. Ibland kan det leda till att människor framställs som utanförstående och misstroende, men det behöver inte vara så. När exempelvis Expressen i anslutning till artikeln ovan frågade fem personer om vad de tycker om att »41 procent av arbetstagarna anser att man kan sjukskriva sig för att det är för stressigt på jobbet«, då tilltalas människor i huvudsak som medborgare i ordets normativa mening. I och för sig mest som illustration, men ändå som medborgare.

Vad som emellertid är sällsynt är artiklar och inslag i vilka människor möts och diskuterar som jämlikar om gemensamma problem. Medborgarna kan få reagera på och tycka till om politiska förslag och om olika undersökningar, men mer än så får de mycket sällan komma till tals.

Det finns dock några få undantag, artiklar i vilka människor tas på allvar som medborgare och får komma till tals på i princip samma villkor som politiker och andra organiserade aktörer. Under valrörelsen 2002 förekom det framförallt i Dagens Nyheter, som hade samlat en läsarpanel som en gång i veckan träffades och diskuterade aktuella frågor. Delar av deras diskussioner publicerades sedan i tidningen. I Dagens Nyheter exempelvis den 27 augusti 2002 diskuterades frågan om bostadssegregationen i Stockholm under rubriken »Är ökad segregation ett problem?«:

Lena Ekvall: Bostadssegregation finns väl i alla städer. Och folk måste väl få bestämma själva var och hur de ska bo. För mig finns det värre problem än att folk bor åtskilt, vården av de gamla till exempel.

Åke Lönnkvist: Omvandlingen i innerstan behöver inte ha några konsekvenser alls, så länge de som väljer att vara hyresgäster får bo kvar med samma hyra och har rätt att byta med andra hyreskontrakt. Men om den möjligheten försvinner, då släpper man bromsarna mot segregationen och man får ett högre-ståndssamhälle inne i stan.

Abdi Dorre: Jag tror också att det får sociala konsekvenser som sprider sig till förorterna. När man sedan börjar omvandla i närförorterna måste de som inte har råd att flytta längre och längre ut.

De artiklar som kunde läsas i Dagens Nyheter och som var baserade på läsarpanelen är intressanta av flera skäl. Arbetet med dem gjordes av deras mobila redaktion under ledning av Petter Beckman, som genom dessa har visat att det går att bedriva en journalistik som tar människor på allvar och kan fungera som ett gemensamt torg för människor av olika ursprung och åsikter. Det visar att public journalism kan fungera utmärkt också i svensk journalistik.<sup>497</sup> Att artiklarna utgör undantag och att de kraftigt avviker från den dominerande formen av politisk journalistik visar också hur långt den dominerande formen av politisk journalistik är från att låta medborgarna framträda som aktiva subjekt och som medborgare i ordets normativa mening.

Sammanfattningsvis visar detta att medborgarna generellt spelar en undanskymd roll i journalistiken, särskilt jämfört med hur ofta politiker förekommer som källor. Journalistikens innehåll har en klar och tydlig tendens att fokusera på samhällets eliter och deras åsikter och handlingar. När medborgarna väl förekommer är det i huvudsak som statistik, som fall, som påtryckare, som utanförstående och misstroende eller som illustration. Det är mycket sällan medborgarna framträder som aktiva subjekt, med ett ansvar i och för samhället.

Samtidigt finns det en gemensam nämnare för såväl politiker som medborgare i deras relation till journalistikens innehåll, vid sidan av alla de skillnader i synlighet, resurser och makt som också finns. Vare sig medborgarna eller politikerna kan nämligen *styra* över hur de framställs i journalistiken och vilka roller de tilldelas. Genom vad de säger och vad de gör kan de *påverka* den redaktionella bilden av dem, men i slutändan är det på redaktionell nivå det avgörs vilka som ska få komma till tals och på vilket sätt det ska ske.

Med andra ord: Såväl politiker som medborgare och andra samhällsaktörer spelar ytterst på mediernas och journalisternas villkor när det gäller hur de framställs och vilka roller de tilldelas i det journalistiska innehållet.

Därmed är det missvisande att se medierna och journalistiken bara som arenor för olika grupper av samhällsintressen och samhällsaktörer. Journalisterna själva är också aktörer.

## 11. Journalister som aktörer i valjournalistiken

Medierna och journalistiken har en unik position i den politiska kommunikationen som härrör från dess centrala position som källa till information om politik och samhälle och från den dubbla funktionen som arena och som aktör. Medierna och journalistiken fungerar som en arena för olika samhällsgrupper och samhällsintressen, som tack vare medierna kan nå ut till stora grupper med sina budskap. Men medierna själva, inklusive redaktionerna och journalisterna, kan också fungera som självständiga aktörer.

På sitt sätt är det självklart. Så länge nyheter måste väljas och utformas är det ofrånkomligt att medierna på olika nivåer påverkar bilden av verkligheten. Schematiskt, med reservation för att olika medier är organiserade på olika sätt, sker det på åtminstone tre olika nivåer.

I förenklad form visar figuren att den slutliga journalistiska produkten är ett resultat av en kedjeprocess påverkad av medieinterna beslut och val gjorda på flera nivåer. För att ta ett exempel: På företagsnivå beslutas



**Figur 11.1.** Medier och redaktionell personal som aktörer – tre nivåer.

om företagets övergripande policys och den redaktionella budgeten. De besluten påverkar den redaktionella nivån, där beslut fattas om redaktionella policys (om inte det ligger på företagsnivå), vilka händelser som ska prioriteras och bevakas och om vilka journalister som ska bevaka vilka uppdrag. Här fattas också beslut, i samspel med företagsnivån, om hur stor den redaktionella bemanningen ska vara. När enskilda journalister får sina uppdrag kan de vara mer eller mindre låsta av besluten på den redaktionella nivån och mer eller mindre styrda av nyhetscheferna, men i slutändan är det i regel journalisten som väljer vilka källor som ska användas, vilka ord som ska användas och hur nyheterna ska gestaltas.

Detta är exempel på *medieinterna* beslut och val som påverkar journalistikens innehåll, och som verkar i samspel med *medieexterna* påverkansfaktorer. Inte i något fall verkar medieföretaget, redaktionen eller journalisterna isolerade från det omgivande samhället, men inte heller kan den slutliga journalistiska produkten förklaras enbart eller ens huvudsakligen med medieexterna faktorer.<sup>498</sup>

När det gäller public service-bolagen samt TV4 råder dock speciella förhållanden, i och med att deras verksamhet regleras i avtal med staten. När det gäller nyhetsförmedlingen är dock villkoren ganska lösligt hållna, varför avtalen inte på något avgörande sätt begränsar den redaktionella friheten.<sup>499</sup> I det nuvarande sändningsavtalet för Sveriges Television sägs det i paragraf 10:

SVT ska meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor. Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska utgå från olika perspektiv, så att händelserna inte ensidigt värderas utifrån Stockholms utgångspunkter.

När det gäller TV4 och deras sändningstillstånd från staten sägs det på liknande sätt att »TV4 skall meddela nyheter samt kommentera eller på annat sätt belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhällsfrågor«.

Ser man på frågan om medierna och journalistiken som arena respektive aktör i ett längre tidsperspektiv, är en av det största förändringarna journalistikens gradvisa frigörelse från partierna och journalistikens professionalisering. Medan det förr var naturligt även i nyhetsjournalistiken att ta ställning för sitt parti och att inte stöta sig med politiska makthavare, är det i dag lika naturligt att inte ta ställning för något parti. Medierna och journalistiken har allt mer gått från att fungera som arenor till att bli självständiga aktörer.<sup>500</sup>

När det gäller de svenska etermedierna har Monika Djerf-Pierre och Lennart Weibull fångat den utvecklingen i fyra faser, som de kallar: *upplysning i samhällets tjänst* (1925–1945), *spegling i allmänhetens tjänst* (1945–1965), *granskning i medborgarnas tjänst* (1965–1985) samt *tolkning i kundernas tjänst* (1985–).<sup>501</sup> Även om den periodindelningen och karaktärstiken primärt avser de svenska etermedierna, kan den i stora drag anses vara giltig också för tidningsjournalistiken.

Skillnaden ligger i det starka inflytande som partipolitiken hade under partipressens tid, varför de två första perioderna för tidningarnas del måhända borde kallas *partipolitiskt präglad spegling i partiets tjänst*. I och med partipressens successiva försvagning sedan mitten av 60-talet är det dock mer som förenar än skiljer dagspressjournalistiken från etermediejournalistiken, åtminstone när det gäller övergripande nyhetsvärderingar och normer.<sup>502</sup> Margareta Melin-Higgins konstaterar också i sin undersökning av svenska journalisters yrkesideal att: »den svenska journalistkåren är [...] värderingsmässigt homogen, och den dominerande uppfattningen är att journalister bör granska, förklara, stimulera, kritisera och ge upplevelser». <sup>503</sup> Ett uttryck för att det finns en hög grad av konsensus bland svenska journalister är att 78 procent av dem anser att det är mycket viktigt att ge en verklighetsnära bild av politiken och att 88 procent tycker att det är mycket viktigt att ge människor sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor (se tabell 4.2).

Journalistikens förändring från att huvudsakligen fungera som arena för andra till att bli alltmer självständig har skett parallellt med och som en konsekvens av journalistikens förändring från spegling till granskning och tolkning. Samtidigt har viljan att påverka samhället ökat över tid. För att citera Djerf-Pierre & Weibull:

När det gäller viljan att påverka samhället är det dock tydligt att denna ökat med tiden: sedan mitten av 1960-talet är samhällspåverkan en accepterad norm i journalistiken. Aktualitetsjournalistiken som institution har successivt ökat sin självständighet i förhållande till de politiska institutionerna, men också till andra samhällsinstitutioner.<sup>504</sup>

Frågan i det här sammanhanget är mot bakgrund av detta hur journalister själva framträder i journalistiken. Att journalister är framträdande i journalistikens innehåll är självklart. Däremot är det inte självklart *hur* journalister framträder eller *hur* de *bör* framträda. I fokus för det här kapitlet står därför frågan: I vilken utsträckning är valjournalistiken granskande, beskrivande respektive tolkande samt spekulativ? Ju mer journalistiken är granskande, tolkande respektive spekulerande, desto mer kan journalister ses som självständiga aktörer.

### Den granskande journalistiken

Ett av de mest omhuldade journalistiska yrkesidealen är den journalistiska granskningen. I Demokratibarometern uppger 80 procent av journalisterna att det är mycket viktigt att granska »de inflytelserika i samhället«. Det kan jämföras med att 78 procent i journalistundersökningen 2000 instämmer helt i att en journalist bör se sig som »granskare av samhällets makthavare«.<sup>505</sup>

Exakt vad som ligger i begreppet granskande journalistik är dock oklart, och det gäller även gränsdragningen till begrepp så som »undersökande« och »grävande« journalistik. Analytiskt kan man dock skilja mellan tre former av granskande journalistik: 1) självständigt granskande journalistik, 2) tolkande granskande journalistik samt 3) rapporterande granskande journalistik.<sup>506</sup> Gemensamt för samtliga former är att de är baserade på undersökningar, utförda av journalister eller av andra, att den journalistiska rapporteringen är självständig, och att granskningarna har relevans för makten och maktutövandet i samhället. Gemensamt är också att redovisningarna av undersökningarna inom rimliga gränser ska vara öppna, så att människor har möjlighet att värdera granskningarnas innehåll. Skillnaderna mellan de olika granskningsformerna ligger i om de undersökningar som granskningarna är baserade på är utförda av journalister eller av medieexterna aktörer, samt graden av journalistiska tolkningar.

Därutöver finns också vad man kan kalla *pseudogranskande journalistik*. Den är kritisk till formen och präglas av ett misstroget och ifrågasättande förhållningssätt, men utan att vara baserad på någon undersökning av hur saker och ting faktiskt förhåller sig. Det är en journalistik som påstår saker som strider mot vad makthavare av olika slag påstår eller gör, utan att basera det på eller redovisa något annat än eget tyckande eller anekdotiska exempel.<sup>507</sup> Det handlar då inte om kritisk granskning, utan snarare om kritik utan granskning.<sup>508</sup>

Samtidigt som den granskande journalistiken hålls högt som ideal, visar undersökningar att verklighet är en annan. Den mest aktuella studien är gjord av Gunnar Nygren, och den omfattar lokaljournalistiken i fyra kommuner under sex veckor. Enligt den uppfyllde 36 procent av artiklarna de grundläggande kraven att vara baserade på minst två förstahandskällor och ha ett informationsinnehåll med fakta, bakgrunder eller åsikter utöver enstaka uttalanden. Räknar man bort artiklar baserade på andras granskningar kvarstår 23 procent. Sammanlagt är det bara nio procent av artiklarna som dessutom granskar beslutsmakten i kommunen. I den bemärkelsen var alltså bara nio procent av artiklarna uttryck för självständigt granskande journalistik.<sup>509</sup>

I fråga om valjournalistiken har en annan definition av granskning

gjorts, som fokuserar på den typ av granskning som sanktionsmodellen anser är central: granskning av regeringspolitiken under den gångna mandatperioden. Det är en form av granskning som kan anses vara nödvändig för att människor ska få information om hur de politiska makthavarna har skött sig och om de är värda förnyat förtroende. Även om partierna förvisso kan redovisa vilken politik de vill genomföra om de får förnyat förtroende, kan de knappast på ett trovärdigt sätt recensera sin egen historia. Här spelar oppositionspartierna också en betydande roll som granskare av regeringen, men eftersom deras granskningar kan anklagas för att vara partiska behövs även journalistiska granskningar.

Med granskning avses i det här sammanhanget att journalisten gör någon form av genomgång av vilken politik som har förts under den gångna mandatperioden, om tidigare vallöften har hållits eller av effekterna av den förda politiken. För att det ska räknas som en granskning av effekterna av den förda politiken krävs dock att de politiska besluten av journalisten kopplas samman med den verklighet som journalistiken avser. Vidare krävs att journalisten hänvisar till fakta oberoende av sig själv. Om en journalist exempelvis rapporterar att »regeringen Persson har inte hållit löftet att införa maxtaxa i barnomsorgen« räcker det inte för att anses vara granskning. Det krävs även att journalisten redovisar vilka fakta en sådan slutsats grundar sig på eller hänvisar till någon undersökning som styrker den.

Frågan är därför: Hur ofta förekom journalistiska granskningar av den gångna mandatperiodens regeringspolitik i valjournalistiken 2002? Resultatet är, med alla mått mätt, nedslående. Sammantaget innehöll bara tolv artiklar och fyra tv-inslag sådana granskningar. Det motsvarar cirka en procent av samtliga artiklar och inslag. Fyra artiklar var publicerade i Expressen, sex artiklar i Dagens Nyheter och två artiklar i Svenska Dagbladet. Ett inslag sändes i Rapport respektive Aktuellt, medan TV4 Nyheterna sände två granskande inslag. I Aftonbladet levde inte någon artikel upp till kraven för att vara granskande.

Detta förhindrar inte att medierna eventuellt genomfört och publicerat granskningar av den gångna mandatperiodens regeringspolitik under något tidigare skede. Av intervjuer med journalister att döma upplever de att utrymmet för egna initiativ minskar ju mer man närmar sig valet. »Valet snurrar igång och det blir karusell av det hela«, som Henrik Brors uttrycker det.<sup>510</sup> Till helhetsbilden hör också journalistiska granskningar vid sidan av nyhetsprogrammen, som Uppdrag Gransknings reportage i SVT om rasism och främlingsfientlighet i moderata och socialdemokratiska valstugor. Dessutom förekom det under valrörelsen journalistiska granskningar som handlade om annat än den gångna mandatperiodens regeringspolitik.

Med hänsyn till detta var journalistiska granskningar troligen vanligare än resultaten av den här undersökningen visar, men samtidigt kvarstår faktum: Journalistiska granskningar av den gångna mandatperiodens regeringspolitik var ytterligt sällsynta i valjournalistiken 2002. Vad det beror på kan diskuteras, men en viktig förklaring är troligen journalistikens inneboende fixering vid a) konkreta händelser och b) nutid.

Kombinationen av fixeringen vid konkreta händelser och nutid leder till ett journalistiskt ointresse för sådant som redan har hänt. Då är man mer intresserad av det som händer eller sägs här och nu, eller av sådant som kan komma att hända. Det visar sig inte bara i den här undersökningen, utan också i Esaiassons och Håkanssons undersökningar av valprogrammen i TV mellan 1956 och 1994. Enligt dem var andelen journalistiska frågor som blickade bakåt endast sju procent 1994, att jämföra med de framåtblickande frågorna som utgjorde 79 procent. Utvecklingen över tid pekar också mot att andelen bakåtblickande frågor har minskat medan andelen framåtblickande frågor har ökat. Med Esaiassons och Håkanssons ord:

Journalisternas intåg har lett till att partiledarutfrågningarna har fått en tydlig slagsida åt framtiden. Dagens utfrågningar ger mindre information som kan ligga till grund för en välinformerad utvärdering av gärningarna under den gångna mandatperioden än vad de partistyrda programmen gjorde. För den som tror att ansvarsutkrävande är en väsentlig del av en väl fungerande demokrati är en sådan utveckling olycklig.<sup>511</sup>

Sett ur det perspektivet var det troligen ingen slump att endast cirka en procent av valjournalistiken 2002 granskade den gångna mandatperiodens regeringspolitik. Det är snarare ett uttryck för journalistikens etablerade nyhetsvärderingar.

### **Tolkande eller beskrivande journalistik**

Av centralt intresse för frågan om journalistikens självständighet är i vilken utsträckning den är tolkande i motsats till beskrivande. Allt annat lika: ju mer tolkande journalistiken är, desto mer självständighet ger journalister uttryck för. Med Thomas Pattersons ord:

Den tolkande stilen ger journalister mer makt genom att ge dem mer kontroll över nyheternas innehåll. Medan beskrivande journalistik drivs framåt av fakta, drivs den tolkande journalistiken av det tema som formar den journalistiska berättelsen. Fakta blir det material som illustrerar det valda temat [...]. Den beskrivande stilen placerar journalisten i observatörens roll. Den tolkande stilen kräver att journalisten också agerar som analyti-

ker. Journalisten får därmed en roll som möjliggör för dem att forma nyheterna på ett sätt som den beskrivande stilen inte tillåter.<sup>512</sup>

Samtidigt ligger det i sakens natur att en undersökning som utgår från medieinnehållet bara kan fånga de tolkningar som är synliga. Bakom de journalistiska tolkningar som kommer till uttryck i journalistikens innehåll döljer sig en rad processer där journalisten har möjlighet eller tvingas att tolka samhällsprocesserna. En konsekvens av det är att innehållsanalyser alltid kommer att underskatta snarare än överskatta hur tolkande journalistiken är.

Graden av tolkande journalistik hänger samtidigt samman med journalistikens anspråk på att berätta hur saker och ting verkligen förhåller sig, bortom det som framkommer av utredningar, undersökningar, tal eller källor. Det är en sak att journalistiskt berätta *vad* riksdagen har beslutat i en given fråga – det är en annan sak att berätta *varför* riksdagens partier ställde sig som de gjorde i den aktuella frågan. Ju mer journalistiken gör anspråk på att dess berättelser har större tyngd och vikt än vad exempelvis politikernas eller experternas berättelser har, desto mer tvingar journalistiken sig själv till att bli tolkande.

Ur ett demokratiskt perspektiv kan man hävda att det behövs både tolkande och beskrivande journalistik, både aktivt berättande och passivt refererande. Lika illa som det är ifall journalister okritiskt refererar vad politiker eller andra samhällsaktörer gör och säger, lika illa är det om journalistikens tolkande tränger ut politikernas eller andra samhällsaktörers egna ord. Om journalistiken ska kunna tillhandahålla sådan information som människor behöver för att självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor, behövs både beskrivande och tolkande journalistik. Men då behöver människor också markörer som gör det möjligt även för ett otränat och morgontrött öga att se när journalistiken är tolkande.

Frågan om journalistikens grad av tolkning faller sålunda isär i tre frågor. Den första är i vilken grad journalistiken är beskrivande respektive tolkande. Den andra är i vilken grad journalistiken tydligt markerar för människor när journalistiken är tolkande. Den tredje är om journalistiken är *för* tolkande eller inte.

Det enklaste sättet för tidningar att tydligt markera när journalistiken är tolkande, är genom att publicera så kallade nyhetsanalyser. Det är mer eller mindre analytiska artiklar på nyhetsplats med vinjetter i stil med »analys« eller »perspektiv«. Genom dessa vinjetter signalerar tidningarna att läsarna av dessa kan förvänta sig något annat än rak nyhetsjournalistik; de kan förvänta sig ett ökat utrymme för journalistiskt subjektivitet. När det gäller tv är den funktionella motsvarigheten när journalister intervjuar journalister. En första fråga är därför: Hur vanligt förekom-

**Tabell 11.1.** Förekomst av explicita nyhetsanalyser eller motsvarande 1998 och 2002.

|              | Afton-<br>bladet | Expr-<br>essen | Dagens<br>Nyheter | Sv.<br>Dagbl. | tv4<br>Nyh. | Rapport | Aktuellt | Summa/<br>genom-<br>snitt |
|--------------|------------------|----------------|-------------------|---------------|-------------|---------|----------|---------------------------|
| Antal 1998   | 1                | 11             | 20                | 24            | 7           | 0       | 11       | 74                        |
| Antal 2002   | 20               | 22             | 10                | 20            | 7           | 3       | 13       | 95                        |
| Procent 1998 | 1                | 6              | 10                | 13            | 10          | 0       | 11       | 7                         |
| Procent 2002 | 12               | 14             | 3                 | 9             | 10          | 3       | 12       | 9                         |

Anm. Procent avrundade till hela tal. Procentbas framgår av tabell 7.1

mande var explicita nyhetsanalyser och deras funktionella motsvarigheter i valjournalistiken 1998 och 2002?

Resultaten visar att explicita nyhetsanalyser och deras motsvarigheter har blivit vanligare mellan 1998 och 2002. 1998 publicerades sammanlagt 74 nyhetsanalyser, 2002 var antalet 95. Ökningen är inte bara absolut, utan också procentuell. 1998 utgjordes sju procent av artiklarna och inslagen av nyhetsanalyser, 2002 var motsvarande andel nio procent. Samtidigt finns det stora skillnader mellan medierna. Ökningen mellan 1998 och 2002 har nästan helt skett i kvällstidningarna, medan framförallt Dagens Nyheter men också Svenska Dagbladet har minskat antalet publicerade nyhetsanalyser. I övrigt är förändringarna små.

Att enbart utgå från hur många artiklar eller inslag som givits markörer som talar om för läsare och tittare att en tolkande journalistik väntar dem, ger dock en missvisande bild. Även artiklar och inslag som i förstone ger intryck av att innehålla »raka nyheter« kan vid en närmare granskning visa sig innehålla tolkningar från journalistens sida.

Vad innebär då en tolkande respektive beskrivande journalistik? Enkelt uttryckt kan man säga att en beskrivande journalistik strävar efter att ge svar på fem inom journalistiken klassiska frågor: *Vem, Vad, När, Var* och *Varför*. Betoningen ligger samtidigt på de fyra första frågorna.<sup>513</sup> En beskrivande journalistik fokuserar huvudsakligen på vad som har hänt, vad någon har sagt eller gjort eller vad någon har föreslagit. En tolkande journalistik fokuserar istället på varför någon har sagt eller gjort något, vad det betyder i ett vidare sammanhang, och på händelsernas eller uttalandenas vidare innebörd.

Mot den bakgrunden är frågan: Ger artiklarna och inslagen uttryck för ett beskrivande eller tolkande journalistiskt förhållningssätt? Vid bedömningen har jag utgått från artiklarnas och inslagens helheter. Kraven för att det journalistiska förhållningssättet ska bedömas som tolkande har dock varit lägre än för att det ska bedömas som beskrivande: *För*

*att den empiriska frågan ska besvaras med tolkande har det räckt med att journalisten i fråga i viktiga avseenden har gjort sina egna tolkningar.* Att det journalistiska förhållningssättet bedömts som tolkande betyder därför inte att artikeln eller inslaget enbart innehåller tolkningar – det betyder att journalistens tolkningar och val av attributioner (orsaksförklaringar) spelar en framträdande och avgörande roll.

Låt mig ta två exempel. I Dagens Nyheter den 29 augusti 2002 publicerades en helsida om skattefrågorna, som ingick i en serie artiklar motiverade av vilka frågor väljarna i en undersökning sagt vara de viktigaste för dem när de ska rösta i valet. Skatterna kom på tolfte plats och var ämnet denna dag. Helsidan toppades med en artikel av Dan Olsson med rubriken »Fastighetsskatten tvingar oss att flytta«. Den var satt inom citationstecken, och även om citatet inte går att hitta i artikeln framgår det av den att pensionärsparet Gustaf och Inger Taube på grund av fastighetsskatten inte har råd att bo kvar i sitt hus. De framträder i rollen som fall. Artikeln är i huvudsak beskrivande och journalistens ord följs upp av citat av de intervjuade.

Under huvudartikeln följer två andra artiklar. Den ena är en sakpolitisk guide där partierna får svara på tre skattepolitiska frågor. Den ger uttryck för ett beskrivande journalistiskt förhållningssätt. Den andra är skriven av Dan Olsson med rubriken »Taxeringsvärdena en black om regeringens fot«. Den rubriken anger tonen för hela artikeln; fastighetsskatten sätts av journalisten i ett sammanhang som handlar om partipolitiska problem för regeringen och det är den tolkningen som utgör artikelns röda tråd. Det framgår av journalistiska formuleringar som exempelvis följande: »De stigande taxeringsvärdena har blivit en black om foten för regeringen. Det är *därför* (min kursivering) socialdemokraten Jan Bergqvist, tidigare ordförande i riksdagens finansutskott, har fått uppdraget att leda en utredning med medlemmar från alla riksdagspartier«. Med andra ord: Bergqvist har inte fått uppdraget *därför* att det är ett problem för många människor att taxeringsvärdena har stigit så mycket att de inte har råd att bo kvar. Vidare skriver journalisten att »Förmögenhetsbeskattningen kommer att dominera skattedebatten den närmaste tiden, eftersom den har börjat slå mot människor med högst vanliga inkomster«. Detta är ett exempel på två tolkningar: för det första att förmögenhetsbeskattningen kommer att dominera skattedebatten (hur kan man uttala sig om framtiden utan att tolka?), och för det andra, att orsaken är att den har börjat slå mot människor med vanliga inkomster (kan det inte finnas andra orsaker?). Samtidigt saknade artikeln en vinjett som markerade att den innehöll tolkningar.

Ett annat exempel kan hämtas från Aftonbladet den 14 september 2002. Den dagen dominerades deras bevakning av uppföljningar av den

debatt som hade sänts i SVT kvällen före. Rubriken på ett av uppslagen var »Jättegrälet i tv-debatten«, och den syftade på den dåvarande moderatledaren Bo Lundgrens och folkpartiledaren Lars Leijonborgs olika åsikter om hur stora skattesänkningar som är möjliga. Om det meningsutbyte som var mellan dem i debatten ska räknas som ett »jättegräl« eller inte är i sig en tolkningsfråga där Aftonbladet tar tydlig ställning både på förstasidan och inne i tidningen. Ställning tar journalisten Elisabeth Lindham också i en artikel med rubriken »'Leijonkungen' attackerade Lundgrens löften om sänkta skatter«:

Det var statsmannen Lars Leijonborg, 52, som tog plats vid sina borgerliga kollegor i tv-studion i går. Den uppknäppta skjortan och manchesterkavajen hade bytts ut mot en folkpartistiskt blå kavaj och blåprickig slips. Och som nykläckt statsministerkandidat försökte han genast visa att han tar ansvar för landet. Minst lika mycket som den nuvarande statsministern. Och betydligt mer än ledaren för det största borgerliga partiet – Bo Lundgren.

– Det får inte bli sådana skattesänkningar att välfärden eller statsfinanserna hotas. Jag sätter mig inte i en sådan regering, säger han.

I artikeln, som också är ett exempel på gestaltandet av politik som spel, är utgångspunkten att det är Leijonborgs vilja att framstå som statsman som styr hans åsikter och uttalanden – inte att han anser att det är viktigt att värna välfärden och statsfinanserna. Åsikterna reduceras till ett taktiskt utanpåverk, uttalade för att passa den nya profilen som statsman. Att det är en journalistisk tolkning är uppenbart; däremot markerade inte tidningen med vinjett att artikeln innehöll tolkningar. Till formen gav artikeln bilden av att vara en »rak nyhetsartikel«.

**Tabell 11.2.** Beskrivande och tolkande journalistik 1998 och 2002 (procent).

|                   | Beskrivande<br>förhållningssätt |      | Tolkande<br>förhållningssätt |      | Antal artiklar |      |
|-------------------|---------------------------------|------|------------------------------|------|----------------|------|
|                   | 1998                            | 2002 | 1998                         | 2002 | 1998           | 2002 |
| Aftonbladet       | 67                              | 65   | 33                           | 35   | 177            | 170  |
| Expressen         | 70                              | 48   | 30                           | 52   | 166            | 161  |
| Dagens Nyheter    | 62                              | 66   | 38                           | 34   | 200            | 325  |
| Svenska Dagbladet | 66                              | 56   | 34                           | 44   | 189            | 214  |
| Rapport           | 52                              | 59   | 48                           | 41   | 106            | 101  |
| Aktuellt          | 63                              | 48   | 37                           | 52   | 100            | 108  |
| tv4 Nyheterna     | 55                              | 56   | 45                           | 44   | 71             | 72   |
| Genomsnitt        | 62                              | 57   | 38                           | 43   |                |      |

Anm. De få artiklar och inslag som inte har kunnat bedömas ingår ej i procentbasen. Procent avrundade till hela tal.

De här exemplen skulle kunna mångfaldigas; vilket visar sig av tabell 11.2.

Resultaten visar att journalistiska tolkningar är ett framträdande drag i nutida journalistik och att det är missvisande att se journalistik som neutrala beskrivningar av verkligheten. Det är snarare beskrivningar och tolkningar blandade på ett sätt som gör det svårt att dra gränsen mellan objektiva fakta och subjektiva tolkningar och mellan fakta och fiktion. Resultaten visar också att journalistiska tolkningar återfinns i alla former av artiklar och inslag, inte enbart i de som har vinjetten »analys» eller motsvarande. Resultaten visar även att journalistiken har blivit mer tolkande mellan 1998 och 2002.

Samtidigt är skillnaderna mellan medierna betydande. Mest tolkande 1998 var journalistiken i Rapport och TV4, medan den var minst tolkande i Expressen och Aftonbladet. 2002 var journalistiken mest tolkande i Expressen och Aktuellt. I framförallt Rapport och Dagens Nyheter har journalistiken blivit mer beskrivande, medan den har blivit mer tolkande i framförallt Expressen, Svenska Dagbladet och Aktuellt. I övriga medier är skillnaderna förhållandevis små.

Sammantaget kan man konstatera att en betydande andel av journalistiken ger uttryck för ett tolkande istället för ett beskrivande journalistiskt förhållningssätt. Det gäller i princip alla medier, om än i varierande grad. Samtidigt går det inte att förklara med strukturella faktorer såsom medietyp (tv vs tidningar), ägandesituation (public service vs privatägt), mediekategori (kvällstidningar vs morgontidningar) eller position på publikmarknaden (prenumererade tidningar vs om man varje dag på nytt måste fånga publiken). Hur tolkande journalistiken är tycks därför bero på redaktionella värderingar och journalisterna som individer inom respektive redaktionell miljö snarare än på strukturella faktorer. Detta stärker bilden av medierna och journalisterna som i huvudsak självständiga aktörer i den politiska kommunikationen.

### Journalistikens spekulationer

Resultaten så här långt visar att journalistiken har ett tämligen fritt förhållningssätt inte bara till andra aktörer utan också till den verklighet som journalistiken handlar om. De frågor som journalistiken ska besvara enligt den klassiska doktrinen för objektiv journalistik är uppenbarligen inget hinder för en journalistik som tolkar snarare än beskriver verkligheten. Därmed inte sagt att verkligheten är journalistiskt ointressant, men det är en journalistik sett ur mediernas, journalistikens och journalisternas egna specifika och valda perspektiv. Det visar sig av hur politik gestaltas, vilka som får komma till tals och hur mycket politiker får säga i artik-

lar och inslag, och av att journalistiken ofta är tolkande snarare än beskrivande.

Ytterligare ett uttryck för detta är att journalistiken har en tendens att spekulera, att döma av tidigare forskning.<sup>514</sup> I exempelvis de första fem dagarnas rapportering i svenska riksmidier om terrorattackerna mot USA förekom spekulationer om USA:s svar på attackerna i genomsnitt i 19 procent av artiklarna och inslagen.<sup>515</sup>

Att spekulationer förekommer också i valjournalistiken är uppenbart – det har vi kunnat se i några av de exempel som har diskuterats. Ytterligare ett exempel kan hämtas från Expressen den 4 september 2002, då Per Wendel skrev en artikel med rubriken »Perssons mardröm« och underrubriken »Här är regeringen han kan tvingas till«. Artikeln, utan vinjetten »analys«, handlade om regeringsfrågan och miljöpartiets och vänsterpartiets krav att få ingå i regeringen om det skulle bli fortsatt majoritet för de tre partierna. Utifrån det skrev Wendel följande ingress: »Välkommen hem från Sydafrika Göran Persson – här har du din koalitionsregering. Du gillar den inte. Men kanske du måste finna dig i ödet, om du vill behålla jobbet«. Sedan gick han vidare med att dela ut ministerposter till olika socialdemokrater, miljöpartister och vänsterpartiser.

Den artikeln är ett exempel på spelgestaltad journalistik, på ett tolkande förhållningssätt i en artikel som saknar markörer som varnar läsaren för subjektivitet – och på en spekulativ och spekulerande journalistik. Detsamma gäller en artikel i samma tidning, samma dag, som låg i direkt anslutning till Wendels artikel. Artikeln var skriven av Torbjörn Selander, på plats i Sydafrika där Göran Persson deltog vid en FN-konferens. Rubriken var »...men här skiner solen fortfarande över statsministern«. Vid en ytlig anblick ser den ut att handla om FN-konferensen, men redan i ingressen och det inledande stycket visar det sig vara missvisande:

Ingress: Göran Persson får stöd i valstriden – av en fredsmäklare. Nelson Mandela.

Brödtext: Göran Persson gjorde ingen min av att det kan vara hans sista stora framträdande som regeringschef, när han äntrade talarstolen inför världens alla ledare i går morse. Sedan fortsatte möten och tal i rasan de fart. Innan skymningen skulle planet lyfta tillbaka till det svenska valet. Redan i dag får Persson draghjälp av Tony Blair som besöker Stockholm. Statsministern fick också i går stöd av världens mest populära person, Nelson Mandela.

– Har ni önskat Göran Persson lycka till i valet?

– Självklart, vi är gamla kamrater och har känt varandra länge, sa Nelson Mandela.

Expressen hade skickat en av sina reportrar till FN-konferensen i Sydafrika, men ändå handlar ingenting i artikeln om konferensen eller om vad Persson sade där. Istället fokuserar den helt på det politiska spelet och på att det kan vara Perssons sista konferens som regeringschef. Den är med andra ord ett uttryck för en spelgestaltad, tolkande och spekulativ journalistik.

Spekulationer förekommer i samtliga mediers journalistik. Det visar tabell 11.3, som redovisar hur stor andel av artiklarna och inslagen 2002 i vilka det *förekommer* spekulationer om sådant som kan komma att hända (prospektiva spekulationer), och i hur stor andel av dessa som journalisten explicit bidrar till spekulationerna genom att själv spekulera eller genom att ställa frågor till andra som tvingar dem att spekulera.

Resultaten visar att spekulationer var mycket vanligt förekommande i journalistiken veckorna före valet 2002. I genomsnitt förekommer de i 54 procent av artiklarna och inslagen. Vanligast är spekulationer i tv-nyheterna, medan skillnaderna mellan de fyra tidningarna är förhållandevis små. Åtminstone när det gäller förekomsten av spekulationer. När det gäller hur ofta journalisterna *öppet* bidrar till spekulationerna förhåller det sig något annorlunda. Återigen är det vanligare i tv-nyheterna än i tidningsjournalistiken, men mellan medierna är skillnaderna större. Vanligast är det i Aktuellt och Rapport, följt av TV4 Nyheterna och Expressen. Det hör dock till bilden att undersökningen endast mäter hur

**Tabell 11.3.** Andel artiklar och inslag 2002 i vilka spekulationer om sådant som kan komma att hända förekommer, och andel av dessa i vilka journalisten öppet bidrar till spekulationerna (procent).<sup>516</sup>

|                                                                                        | Afton-<br>bladet | Expres-<br>sen | Dagens<br>Nyheter | Sv.<br>Dagbl. | TV4<br>Nyh. | Rapport | Aktuellt |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|-------------------|---------------|-------------|---------|----------|
| Andel artiklar/<br>inslag i vilka<br>prospektiva<br>spekulationer<br>förekommer        | 42               | 44             | 48                | 48            | 59          | 67      | 71       |
| Andel av<br>dessa i vilka<br>journalisten<br>öppet bidrar<br>till spekulat-<br>ionerna | 24               | 35             | 25                | 28            | 41          | 52      | 55       |

Anm. Procent avrundade till hela tal. Procentbas framgår av tabell 7.1.

ofta journalisterna *öppet* bidrar till spekulationer, varför resultaten underskattar hur ofta det faktiskt sker.

Med tanke på hur vanliga spekulationer om sådant som kan komma att hända är, är det svårt att hävda att journalistiska nyheter handlar om sådant som har hänt, nytt eller inte. Snarare lever journalistiken i skuggan av framtiden, i en strävan att förutse vad som kommer att hända.

Möjligen är spekulationer ett utslag av viljan att vara först med nyheterna, oavsett om de handlar om sådant som har hänt eller inte. Samtidigt bidrar de till att journalistiken frigörs från den verklighet som den gör anspråk på att rapportera om. Gränsen mellan vad som har hänt och vad som kan komma att hända, gränsen mellan fakta och fiktion, blir otydlig. För människor som tar del av journalistiken innebär det att det blir svårare att lita på den. Det i sin tur riskerar leda till minskad legitimitet hos och minskat förtroende för medierna och journalistiken, vilket i så fall långsiktigt kan underminera journalistikens förmåga att fungera.

### **Demokratimodellerna och valjournalistikens aktörer**

Medierna och journalistiken är inte bara en passiv arena för olika samhällsaktörer som vill använda sig av medierna i olika syften. De är tvärtom aktiva och självständiga aktörer i den politiska kommunikationen. Medierna, deras redaktioner och enskilda journalister väljer vilka ämnen som ska uppmärksammas, vilka aktörer som ska få komma till tals, hur mycket och på vilket sätt medborgare och politiker får framträda i journalistiken, hur politiken ska gestaltas och därmed också hur verkligheten ska beskrivas. Att journalistiska tolkningar och spekulationer är vanligt förekommande tydliggör den aktiva roll som medierna, deras redaktioner och enskilda journalister spelar i den politiska kommunikationen.

Kombinationen av mediernas makt över sina publikationer och över det egna innehållet och de bilder av verkligheten som förmedlas via journalistiken, gör det rimligt att ställa medierna till ansvar för den journalistik som tillhandahålls.

Sett ur demokratimodellernas perspektiv finns det skäl för både kritik och beröm. Enligt procedurdemokratien finns det dock inte särskilt mycket att anmärka på. Medierna och journalistiken gör det de ska, det vill säga tillhandahåller ett innehåll som mer eller mindre väl stämmer överens med vad folk efterfrågar. Om något tar medierna och journalistiken ett större ansvar än vad som är marknadsmässigt befogat. Om medierna vore strikt marknadsdrivna skulle journalistiken med all sannolikhet vara mycket ytligare än vad den är nu.

Därmed inte sagt att billig journalistik är detsamma som dålig journalistik. Ett bra exempel på det är de sakpolitiska guider som tidningarna i varierande och ökande utsträckning publicerar. Att producera dem är inte särskilt kostsamt, eftersom partierna gärna svarar på frågor om sin politik i sakfrågor. De är samtidigt informationstäta och användarvänliga; även om åsikterna redovisas lösryckt från argumentationen bakom dem, ger de läsarna en hyfsat god bild av partiernas politik. De kan därför ligga till grund för jämförelser av partiernas politik och mellan den och de egna åsikterna. De är måhända inte spännande, men de möjliggör för människor att självständigt ta ställning till partiernas åsikter.

Detta välkomnas av mandatmodellen, den deltagardemokratiska modellen och den samtalsdemokratiska modellen. Att antalet sakpolitiska guider har ökat mellan 1998 och 2002 är därför ett positivt tecken.

Däremot ställer sig samtliga demokratimodeller utom procedurdemokratien kritiska till tendensen att gestalta politik som spel. Särskilt allvarligt är det enligt deltagar- och samtalsdemokratien, eftersom gestaltandet av politik som spel ger bilden av att medborgarna inte har någon plats i de demokratiska processerna. Politik handlar om makt och om ett spel om makt bland redan engagerade, inte om ett gemensamt arbete och diskuterande kring gemensamma problem – det är budskapet som den spelgestaltande journalistiken bär med sig. Dessutom är sannolikheten stor att spelgestaltandet av politik ökar misstron mot politiker, vilket underminerar människors vilja att engagera sig själva.

Den positiva nyheten är samtidigt att spelgestaltandet av politik har blivit mindre vanligt mellan 1998 och 2002. Någon utveckling i riktning mot sämre journalistik i den här meningen går generellt sett inte att se, även om enskilda medier avviker.

Ur mandatmodellens perspektiv är det förvisso motiverat att gestalta politik som spel, i den utsträckning som det sammanfaller med försök att få partierna att berätta vilka de kan tänka sig att regera tillsammans med. En kvalitativ bedömning är dock att spelgestaltandet oftare handlar om opinioner och opinionsutveckling än om regeringsfrågan, särskilt under valrörelsen 2002.

Något som är oroväckande, särskilt för sanktionsmodellen, är att valjournalistiken är nästan kemiskt befriad från journalistiska granskningar av hur makthavarna har skött sig under den gångna mandatperioden. Det försvårar allvarligt människors möjligheter att utkräva ansvar av de politiska makthavarna, även om den typen av granskningar kan återfinnas i annat medieutbud och även om valjournalistiken granskar politiker i andra avseenden. Betänkligt är också att journalistiken i regel inte tydliggör sambanden mellan makt och ansvar, vilka som har makt på olika nivåer och hur den makten hanteras.

Att journalistiken fokuserar på politiker medan medborgare befinner sig i medieskugga är ett allvarligt problem i ett deltagar- och samtalsdemokratiskt synsätt. Medan mandat- och sanktionsmodellen snarast anser att politiker bör få ökat utrymme – särskilt genom att de får komma till tals i fler meningar än vad som nu är fallet – anser deltagar- och samtalsdemokrater att medborgarna måste få ökat utrymme. Det enda som glädjer förespråkare för deltagar- eller samtalsdemokratin är att det har blivit vanligare att undersöka vilka som är »väljarnas viktigaste frågor«, och att basera delar av journalistiken på detta. Till det kommer de artiklar som publicerades av Dagens Nyheters mobila redaktion. I dessa fick medborgare framträda just som medborgare, med ett ansvar i och för samhället. Annars reduceras medborgarna oftast till statistik, fall, påtryckare, illustrationer eller utanförstående och misstroende. Ur sådan jord växer föga folkligt deltagande fram.

Något som är betänkligt ur samtliga demokratimodellers perspektiv utom procedurdemokratin, är den förhållandevis rikliga förekomsten av tolkande och spekulerande journalistik. I och för sig har ingen av demokratimodellerna något emot att det förekommer tolkande journalistik, även om det är svårt att se på vilket sätt journalistiska spekulationer gör människor klokare. Vad de framförallt vänder sig emot är att de journalistiska tolkningarna förekommer i alla typer av artiklar och inslag, och inte bara i de som tydligt markerar en högre grad av subjektivitet än i raka nyhetsartiklar- och inslag. När tolkningarna förekommer i alla typer av artiklar och inslag bidrar det dels till att försvåra för människor att fritt och självständigt ta ställning, dels till att sudda ut gränsen mellan beskrivningar och tolkningar och mellan fakta och fiktion.

Särskilt allvarligt är det i kombination med att över en tredjedel av artiklarna och inslagen inte lever upp till det grundläggande kravet att innehålla minst två källor, och att anonyma källor i vissa medier förekommer i runt 20–25 procent av artiklarna och inslagen. Det gör det svårt för människor att värdera vad som sägs och påstås.

De demokratimodeller som har minst att vara nöjda med är deltagardemokratin och samtalsdemokratin. Det finns få exempel på journalistik som låter medborgarna få en framträdande plats som aktiva subjekt, som kan mobilisera människor politiskt genom att visa hur de själva kan engagera sig och påverka, eller hur partipolitiken hänger samman med politiken utanför partierna och med människors vardagsliv. Det är också sällan som politik gestaltas som en angelägenhet för alla. Allt detta är skäl för kritik ur ett deltagardemokratiskt perspektiv.

På samma sätt finns det få exempel på en journalistik som låter många olika grupper av aktörer komma till tals på jämlika villkor, som motive-  
rar människor att delta i den politiska debatten genom att låta männis-

kor själva komma till tals, och som värnar om och aktivt bidrar till en politisk debatt som präglas av saklig och rationell argumentation och information, intellektuell öppenhet samt strävan efter kompromisser och gemensam förståelse. Därmed finns det få exempel på en valjournalistik som bidrar till att göra Sverige mer samtalsdemokratiskt.

Vilken typ av demokrati bidrar då valjournalistiken till? Det finns det skäl att återkomma till i det avslutande kapitlet. Innan dess finns det dock skäl att närmare studera något som valjournalistiken definitivt bidrar till, nämligen vinnare och förlorare.

## 12. Valjournalistikens vinnare och förlorare

Den 19 september 1998. Det är dagen före valdagen, näst sista dagen för partierna att vinna medborgarnas sympatier och röster. Det är också dagen efter den avslutande partiledardebatten i Sveriges Television. I *Expressen* skrev Jan Lindström en betraktande artikel:

Det finns en Svensson-effekt. Det finns en Schyman-effekt. Men det verkar inte vilja bli en Leijonborg-effekt. Han stretar i Lejonbacken med sitt folkparti, de ädla och ursprungliga liberalerna, som lyckats nå rekordlåga enkätsiffror. Efter båda partiledardebatterna röstade tv-tittarna fram honom som den sämste. Jag såg honom i Åhléns hörna vid Sergels torg, och det var en ring av tomhet mellan honom och åhörarna.

Fyra år senare, den 14 september 2002. Återigen är det dagen före valdagen, näst sista dagen för partierna att vinna medborgarnas sympatier och röster. Återigen är det dagen efter den avslutande partiledardebatten i Sveriges Television. I *Expressens* opinionsundersökning får Lars Leijonborg medelbetyget 3,6, slagen endast av Alf Svensson och Göran Persson. I *Aftonbladets* opinionsundersökning samma dag fick Leijonborg medelbetyget 3,1, återigen slagen endast av Persson och Svensson. 1998 fick Leijonborg bottenbetyg tillsammans med miljöpartiets förre språkrör Birger Schlaug.

När rösterna räknades på valdagen 1998 visade resultatet att folkpartiet gjort sitt sämsta riksdagsval någonsin. Inte ens vid katastrofvalet 1982 gick det lika dåligt. Då fick folkpartiet 5,9 procent; 1998 fick partiet 4,7 procent. När rösterna räknades på valdagen 2002 visade resultatet att folkpartiet gjort sitt bästa riksdagsval sedan 1985. Räknar man bort det valet får man gå tillbaka till 1970 för att hitta ett riksdagsval där folkpartiet lyckades lika bra som 2002.

Förändringen kom inte förrän precis i valrörelsens början 2002. Så sent som den 4 augusti visade en Sifo-mätning att folkpartiet fick 4,9 procent. På en och en halv månad förändrades situationen fullständigt. Förlorarpartiet blev vinnarpartiet. Bottenbetyg blev toppenbetyg. Den tråkige, velige träbocken blev den självsäkre, kristallklare Leijonkungen.

De avgörande förändringarna skedde först i medierna och journalistiken – sedan i väljaropinionen och valresultatet. Det är därför ett bra fall att studera om vill förstå hur valjournalistiken bidrar till att skapa både vinnare och förlorare.

### **Förutsättningar för valjournalistikens makt**

Det här kapitlet handlar om hur valjournalistiken bidrar till att skapa vinnare och förlorare. Valjournalistiken är sålunda forskningsobjektet. Kapitlet handlar däremot inte annat än indirekt om den bakomliggande verkligheten. Det första skälet är att jag vid sidan av intervjuer i efterhand inte har gjort någon forskning om hur partierna agerade gentemot medierna under valrörelsen 2002. För att fullt ut kunna uttala sig om partiernas faktiska agerande skulle man behöva komplettera intervjuerna med deltagande observationer av något slag. Det andra skälet är att verkligheten i ett avseende är tämligen ointressant för valresultatet: I och med att det är via medierna människor huvudsakligen hämtar information om politik och samhälle, är den bakomliggande verklighetens betydelse för valutgången indirekt snarare än direkt. Den är betydelsefull i den utsträckning som den påverkar mediebilden, men inte annars.

Det hänger samman med mediernas ökade betydelse och partiernas svagare förankring hos människor. Om partiidentifikationen var stark, om förtroendet för politiker och politiska partier var högt och partierna hade många medlemmar som gjorde aktiva försök att övertyga och övertala vänner och bekanta, ja då skulle valjournalistikens betydelse vara begränsad. Så är dock inte fallet. Sett över tid har partiidentifikationen sjunkit, misstron ökat, medlemsantalen i de politiska partierna sjunkit och väljarnas benägenhet att byta partier ökat. Därmed föreligger de nödvändiga förutsättningarna för att valjournalistiken ska kunna bidra till att forma vinnare och förlorare. Omvänt betyder det att valjournalistikens makt är beroende av hur människor förhåller sig till de politiska partierna och av partiernas självständiga förmåga att vinna förankring hos människor.

Det illustrerar att den politiska kommunikationen fungerar som ett samspel. Politiker påverkas av medierna och journalistiken och av medborgarna; medierna och journalistiken påverkas av politikerna och av medborgarna, och medborgarna påverkas av politikerna och av medierna och journalistiken. Ju mindre egna erfarenheter människor har av det journalistiken handlar om, desto större är mediernas möjligheter att påverka.<sup>517</sup> När det handlar om partipolitik betyder mediebilden därför ofta mer än verkligheten.

### Journalistikens behov av berättelser

För att förstå hur och varför valjournalistiken bidrar till vinnare och förlorare, måste vi för en stund lägga alla normativa krav åt sidan. Journalistik handlar förvisso om att informera, granska och fungera som ett forum för debatt, men inte bara. Journalistik handlar också om berättelser. Vid sidan av plikten att informera lever lusten att berätta goda och spännande historier; historier som är intresseväckande för såväl redaktionerna som för publiken; historier som kan fånga människors uppmärksamhet och tillfredsställa både de marknadsmässiga kraven på framgång på publikmarknaden och det mänskliga intresset för det dramatiska, avvikande och sensationella.<sup>518</sup>

Det är intresset för goda berättelser som ligger till grund för underhållningsbranschen, från skönlitteratur till teater och film, och som påverkar journalistiken. I slutändan kan resultatet bli att journalistiken ersätts av pseudojournalistik: ett medieinnehåll som på ytan liknar journalistik, men utan att leva upp till de journalistiska dygderna att beskriva verkligheten så sanningsenligt som möjligt med hjälp av flera källor, ordentlig research och faktakontroll, bedömningar av nyheternas relevans och en självständig rapportering. Med Marina Ghersettis ord:

I jakten på publiken får klassiska och beprövade dramaturgiska grepp allt större genomslag, också i nyhetsjournalistiken. Dessa grepp syftar till att fånga publikens uppmärksamhet, och till att beröra och underhålla. Underhållande nyheter och underhållande aspekter i nyheterna lyfts fram medan traditionella nyhetskriterier som saklighet och relevans riskerar att tonas ned. Det handlar inte om att information varvas med underhållning utan om att göra underhållning av verkligheten. Och vad är mer underhållande än dramatiska och sensationella berättelser?<sup>519</sup>

Om journalistikens behov av goda berättelser kan spåras till det mänskliga intresset för historier och kravet att vinna uppmärksamhet, finns det samtidigt motkrafter. De journalistiska normerna om vikten av att informera och granska, behovet av källkontroll och research samt strävan efter att beskriva verkligheten så sanningsenligt som möjligt är exempel på sådana motkrafter.

Mycket tyder dock på att dessa har försvagats, som en följd av mediernas ökade marknadsorientering, en från postmodernism och kulturellevism härstammande skepsis mot tron att det går att beskriva verkligheten sanningsenligt och, även det är viktigt, mediernas frigörelse från partierna. Ty även om partipressen knappast stod i samklang med en professionell journalistisk hållning av i dag, fanns det under partipressens dagar en motvikt till kraven på lönsamhet och att fånga så många människors uppmärksamhet som möjligt. Man hade någonting att säga vid si-

dan av att man ville sälja. I och med partipressens död saknas någon sådan motvikt, även om publicistiska ideal skulle kunna fungera som det. I och med svårigheterna att definiera vari den goda journalistiken består, har dock pennan än så länge inte förmått bjuda penningen och kraven på ett snabbt producerat och starkt intresseväckande innehåll ett idealistiskt motstånd av kraft. Om man inte kan definiera journalistikens innebörd och särart, hur kan man då försvara den mot krafter som underminerar den och riskerar ersätta den med pseudojournalistik?<sup>520</sup>

Konkreta uttryck för att motkrafterna till en sensationaliserad och marknadsorienterad pseudojournalistik är svaga, har den här och andra undersökningar visat prov på.<sup>521</sup> Förekomsten av journalistiska tolkningar, av spekulationer, av långtgående personifieringar och av spelgestaltningarna av politik är några exempel, liksom bristerna i källanvändning och källredovisning. De är samtidigt förutsättningar för ett journalistiskt berättande som kan tänja på sanningen och röra sig i gråzonen mellan sant och falsk, vad som har hänt och vad som inte har hänt, utan att därför bli direkt lögnaktig. Det är förutsättningar för ett medieinnehåll där gränsen mellan fakta och fiktion är otydlig, alltid rörlig och alltid svår att fånga. Precis som i romanen, dokusåpan eller den massproducerade filmen.

### Valrörelsen 2002: en prolog

I början av augusti 2002 hade valrörelsen ännu inte börjat på riktigt. Den årliga politikerveckan i Almedalen på Gotland hade erbjudit ett förspel, men än så länge befann sig valrörelsen i sin linda. På redaktionerna fanns det en oro för att valrörelsen skulle bli händelsefattig och tråkig. Ända sedan Göran Persson diskuterade sport i tv i samband med OS i Sydney och det svenska ordförandeskapet för EU, hade socialdemokraterna med Göran Persson i spetsen uppnått goda opinionssiffror. Det fanns därför en känsla av att valet redan var avgjort. Visserligen hade socialdemokraternas opinionssiffror sjunkit från rekordresultaten kring 45–46 procent i februari 2002, men de låg fortfarande högt. I en Sifo-undersökning som publicerades i Svenska Dagbladet den 4 augusti såg opinionsläget ut så här:

**Tabell 12.1.** Opinionsläget 4 augusti 2002 enligt Svd/Sifo (procent).

|          | (v)  | (s)  | (mp) | (c) | (fp) | (kd) | (m)  |
|----------|------|------|------|-----|------|------|------|
| Svd/Sifo | 10,2 | 40,9 | 4,2  | 5,6 | 4,9  | 10,8 | 21,9 |

Tillsammans med stödpartierna miljöpartiet och vänsterpartiet hade socialdemokraterna 55,3 procent, medan det borgerliga blocket endast hade 43,2 procent. Det upplevdes som ett nästan ointagligt försprång, även om de borgerliga partierna försökte ge sken av att matchen inte var avgjord. Det mål som folkpartiet hade satt upp vid sitt partiråd i Göteborg i mars 2001, att partiet skulle nå 10 procent, framstod för de flesta som verklighetsfrämmande.

Vid samma tid fasade många på redaktionerna för en valrörelse i samma spår som 1998, när frågorna om vård, omsorg och utbildning upprepades intill leda. Någon upprepning av det mantrat ville man inte ha. Samtidigt visade bland annat Dagens Nyheters undersökning av vilka frågor väljarna tyckte var viktigast att dessa frågor fortfarande var prioriterade. I topp låg sjukvård, följt av skola, äldreomsorg, brottslighet och sysselsättning.<sup>522</sup> De frågorna var framträdande också i partiernas valmanifest, om än inte lika entydigt som hos väljarna.<sup>523</sup> Det mesta pekade därför på att valrörelsen i mångt och mycket skulle bli en upprepning av valrörelsen 1998.

Något utrymme för spännande berättelser fanns inte i sikte. Istället fanns det en önskan om något oväntat, något avvikande, något som kunde ge nerv åt valrörelsen och skapa dramatik inför valutgången. Det fanns ett vakuum som väntade på att fyllas med innehåll. Frågan var med vad.

### Den tredje augusti 2002

Lördagen den tredje augusti var det dags för tre borgerliga partiledare att hålla var sitt tal. Alf Svensson talade i Blekinge, Lars Leijonborg i Gränsö och Maud Olofsson i Vaxholm. Hos Leijonborg var det emellertid ganska få journalister på plats. Exempelvis skickade vare sig Dagens Nyheter eller Svenska Dagbladet någon reporter för att bevaka hans tal.

I efterhand ångrade många journalister det valet, eftersom Leijonborgs Gränsötal och det integrationspolitiska program som lades fram där blev den gnista som tände valrörelsen och som satte agendan för de kommande veckorna. Det var då folkpartiet bland annat lade fram kravet att invandrare måste klara ett språktest för att få bli svenska medborgare.

Vid intervjuer med journalister och partisekreterare går meningarna i sår i frågan om folkpartiet var medvetet om den sprängkraft frågan hade. Enligt Dagens Nyheters Henrik Brors hade företrädare för folkpartiet i förväg ringt och tjatat och utlovat »häftiga utspel«, men det är en bild som andra journalister inte känner igen. Klart är dock att kravet på språktest uppfyllde kraven på att vara något avvikande och något oväntat. För det första var det ett oväntat krav från folkpartiet, som annars är känt för

sin generösa flyktingpolitik och sin kamp mot främlingsfientlighet. Så sent som under våren 2002 tog Leijonborg debatter med företrädare för främlingsfientliga Sverigedemokraterna och Dansk Folkeparti, något som han då kritiserades för. För det andra var det oväntat att Leijonborg, som så sent som ett halvår tidigare överlevt interna stridigheter, skulle våga sticka ut hakan på ett sätt som kunde förväntas utmana den interna partiopinionen. För det tredje var det oväntat med ett utspel inom ett sakpolitiskt område vid sidan av vården, skolan och omsorgen. Samtidigt är integrationspolitiken en viktig fråga, så utspelet fyllde både det normativa kravet att journalistiken ska ägnas åt sådant som är viktigt och relevant, och det marknadsrelaterade kravet att nyheterna ska vara oväntade och avvikande. Dessutom var förslaget kontroversiellt, och det dröjde inte lång stund förrän det kritiserades av bland annat socialdemokrater, miljöpartister och vänsterpartister.

Detta kan sättas i relation till teorin om medielogiken. Nyheten att folkpartiet ville införa språktest för invandrare och de efterföljande diskussionerna levde upp till medielogikens samtliga berättartekniker. Förslaget var *konkret*; det var en *förenkling* av den mycket mer omfattande samhällsfrågan om integration; det skapade konflikter och möjliggjorde därför både *polarisering* och *intensifiering*, samtidigt som det förekom många *tillspetsningar* i debatten som medierna kunde ta fasta på; och det gick att koppla förslaget till Leijonborg själv, vilket öppnade för en *personifiering* av frågan som inte hade varit möjlig om förslaget lagts fram av någon anonym arbetsgrupp. Till sist stred förslaget mot den stereotypa bilden av folkpartiet och Leijonborg, vilket gjorde nyheten avvikande, oväntad och tacksam.

Sammantaget innebar detta att folkpartiet, av tur eller skicklighet, hade lyckats hitta ett spänningsfält som kunde fylla det vakuum som fanns i valrörelsens inledning. Resultatet lät inte vänta på sig. Redan efter en vecka hade folkpartiet ökat till 6,1 procent i Sifo. I Temo den 16 augusti fick folkpartiet 6,8 procent, en siffra som ökade till 7,1 procent i Sifo-mätningen den 25 augusti.<sup>524</sup> Därmed är vi framme vid den tid där den här undersökningen tar sin början.

### Den 26 augusti till 1 september 2002

Den första veckan var folkpartiet inte särskilt framträdande på tidningarnas förstasidor. Jan Stenbecks okända son och kapardramat i Västerås var andra stora nyheter som delvis trängde undan valjournalistiken. På *Expressens* förstasida den 28 augusti kunde man dock se en bild av Leijonborg tillsammans med texten »Succé Leijonborg«. Inne i tidningen kunde man bland annat läsa en betygsbedömning av hur Leijonborg klarat

sig i TV4:s utfrågning, och flera artiklar om hur Gudrun Schyman klarat sig i SVT:s utfrågning. Rubriken på Per Wendels kommentar om Schyman var »Hon tycks redan ha lämnat politiken«, medan en artikel av Cecilia Garne hade rubriken »Männen skyr Schymans feminism« och en artikel av Eva Kallersand hade rubriken »Efter grillningen: Jag fick fel frågor«. Det övergripande intrycket är att Schyman är en förlorare.

Det kan jämföras med Wendels artikel med rubriken »Lars Leijonborg vann getingligan«. Bland annat fick han fem getingar för »formen«, fyra getingar för »begripligheten«, tre getingar för »attack«, två getingar för »ärlighet« och »balans« samt en geting för »nytt«. Både ris och ros, men summan blev nitton getingar och vinst. I artikeln – som har vinjetten »kommentar« och därför signalerar tolkningar – skriver Wendel:

Sju partiledare har ställts till svars i TV4:s utfrågningar. Den politiska sju-kampen är avgjord. Valrörelsens utropstecken – folkpartiledaren Lars Leijonborg – segrade i Expressens getingliga. [...]

Lars Leijonborg är valrörelsens hulk. Han visar temperament. Tar av sig kavajen. Kavlar upp skjortärmarna. Skrattar. Avbryter programledarna. Säger att han är stolt över att för första gången tagit in den stora gruppen invandrare – det glömda Sverige – i valrörelsen.

Att det är en vinnare på gång råder det ingen tvekan om. Lars Leijonborg är en »hulk«, Gudrun Schyman »tycks redan ha lämnat politiken«. I Aftonbladet samma dag skriver Lena Mellin också om utfrågningen av Schyman, och då är budskapet också negativt. Rubriken är »Orden kväver budskapet«, och i ingressen går det att läsa att: »Gudrun Schyman har problem. Förr kunde hon framgångsrikt attackera socialdemokraterna från vänster. Nu tvingas hon gång på gång försvara sig. 12 procent räckte inte för att förändra Sverige«. Om utfrågningen av Leijonborg är det ganska tyst. I en liten artikel av Jessica Ritzén kan man läsa att Leijonborg inte klarade av Alexandra Pascalidou's frågor om vad förortssvenska ord som »parra«, »shuno« och »mangas« betyder. Den artikeln är dock liten jämfört med en artikel av Mellin med rubriken »Sluta mobba Bo Lundgren. Leijonborg försvarar borgerliga kollegan«.

Dagen efter, den 29 augusti, presenterar Expressen tillsammans med TV4 Nyheterna en opinionsmätning. Artikeln i Expressen tar upp en hel-sida och pryds med en bild av Leijonborg och en grafisk redovisning av opinionsmätningen. Rubrikerna är: »Borgarna är störst. Leijonborgs raketform gör valet till ett drama« respektive »Tråkmånsen blev vinnare«. I den mätningen får folkpartiet 8,4 procent. Vinnarstämpelein sitter allt fastare på Leijonborg och folkpartiet, samtidigt som Bo Lundgren och moderaterna får en allt starkare förlorarstämpel. Om honom skriver Expressen samma dag att »Bo Lundgren kör allt mer ett eget lopp på den poli-

tiska högerkanten, vilket får väljarna att överge honom«. Ännu tydligare blev förlorarstämpeln efter partiledarutfrågningen i SVT den 29 augusti, i vilken Bo Lundgren hamnade i direkt polemik med utfrågaren Stina Lundberg. De två rubrikerna till artiklarna om utfrågningen som publicerades i Expressen den 30 augusti gör inte saken bättre: »Här blir Lundgren en förlorare«, respektive »Moderatledaren har en framtid som testbild«.

I morgontidningarna är folkpartiet ganska osynliga på förstasidorna, bortsett från rubriken »Bara v och fp bra på feminism« i Dagens Nyheter den 28 augusti. Samma dag börjar både Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet publicera sina dagliga opinionsmätningar. I Svenska Dagbladet får folkpartiet 7,5 procent och i Dagens Nyheter 7,3 procent. Rubriken i Dagens Nyheter är positiv för folkpartiet: »Kd och fp på frammarsch«. I ingressen skriver Henrik Brors att »Kristdemokraterna, folkpartiet och miljöpartiet är vinnarna hittills i valrörelsen«. Folkpartiet har sålunda, än så länge, konkurrens om att vara vinnare.

Mot slutet av veckan börjar det dock hända saker. I Svenska Dagbladet den 1 september kan man läsa en rubrik på förstasidan som lyder »C nära spärr i SvD/Sifo«. Enligt undersökningen får centern bara 4,1 procent, medan folkpartiet fortsätter öka och nu ligger på 8,8 procent. Samma dag skriver Leijonborg en artikel på DN Debatt. Utgångspunkten är nya prognoser från bland annat Konjunkturinstitutet om sämre ekonomiskt läge för Sverige. Därför har folkpartiet besluta att skjuta upp valloften för 11 miljarder, i väntan på att det ekonomiska läget tillåter expansiva reformer. Rubriken på förstasidespuffen är: »Leijonborg tar tillbaka vallöften«. Bredvid den puffen ligger en annan puff med rubriken »Person kan få svårt att sitta kvar«. Den hänvisar till en nyhetsanalys av Henrik Brors. I Dagens Nyheter kan man också läsa en artikel med rubriken »Negativ mediespiral för moderaterna«. Artikeln är baserad på en undersökning av Observer, och bidrar i sig själv till ökad negativ publicitet för moderaterna.

## Den 2 till 8 september 2002

Artikeln att folkpartiet tar tillbaka eller skjuter upp delar av sina vallöften framstod vid tillfället som en risktagning, men under veckan som följer får deras agerande hjälp av flera händelser. Dit hör en rapport från Riksrevisionsverket som visar att notan för ohälsan kan komma att öka med 50 miljarder på fem år, och en budgetpromemoria som läcker ut och som visar att statsfinanserna är svagare än regeringen vill medge. Det bidrar till att Leijonborgs debattartikel i Dagens Nyheter inte ses som om de sviker sina löften, utan som om de tar ansvar för landets ekonomi. I Svenska

Dagbladet kan man den 5 september läsa förstasidesrubriken »Hemliga flyktingplaner ska rädda statsfinanserna«. Det följs den 6 september upp av en förstasidesrubrik som lyder »M och V prutar inte på sina miljardlöften«. I ingressen till den vidhängande artikeln i tidningen skriver journalisterna Ola Billger, Tobias Brandel och Lina Kalmtæg att »Trots alarmerande prognoser från flera myndigheter om risk för spräckta budgettak står partierna fast vid merparten av sina löften. Moderaterna och vänsterpartiet ser ingen anledning att backa alls«. I artikeln står också: »Folkpartiet var först ut i debatten med att ta tillbaka vallöften«.

Återigen lyckades folkpartiet haka tag i en fråga som låg i luften och sätta dagordningen för de andra partierna. Istället för att de tvingades försvara varför de tog tillbaka vallöften, tvingades de andra partierna att försvara varför de *inte* gjorde det. Särskilt för moderaterna var det antagligen besvärande; jämfört med vänsterpartiet har de väljare för vilka sunda statsfinanser är prioriterade. Några förstasidesrubriker kan illustrera hur folkpartiets vinnarstämpel hänger kvar och förstärks:

Svårt att rubba nya, trygge Leijonborg (Svenska Dagbladet 4/9)

Leijonborg surfar på vägen. Det växande väljarstödet har gett folkpartiledaren nytt självförtroende (Dagens Nyheter 5/9)

Så blev Lars Leijonborg en vinnare (Aftonbladet 5/9)

Succé i tv-utfrågningen. Leijonkungen rekordstor i natt visar nya Gallupmätningen (Expressen 6/9)

Inte minst publiciteten kring partiledarutfrågningen av Leijonborg i SVT är intressant. I Expressen den 6 september är rubrikerna »Inget kan stoppa fp«, »Vi säger som det är i viktiga vardagsfrågor« och »Panelen gillade Leijonborg – nästan hela tiden«. I Aftonbladet samma dag är rubrikerna »Nån där uppe gillar dig, Lars«, »Folkpartiledaren stjal idéer – och blir hyllad« samt »Leijonborg efter tv-succén: Jag ska hålla andan – i nio dagar till«. Enligt tidningens Sifo-mätning fick Leijonborg medelbetyget 3,7, slagen endast av Alf Svensson som tidigare fick 3,8.

Samma dag redovisar Expressen en Gallupmätning där folkpartiet får 11,6 procent. Samtidigt har partiet intagit positionen som det enda vinnarpartiet av rang, i och med att kristdemokraterna har börjat tappa i mätningarna parallellt med att moderaterna fortsätter minska. I den nämnda mätningen tappar moderaterna 3,9 procent medan kristdemokraterna tappar 1,5 procent. I Dagens Nyheters undersökning den 5 september får folkpartiet 11,3 procent, men viktigare än den absoluta nivån är innebörden som uttrycks i rubriken: »Fp nu tredje största partiet«.

Artiklar som *Aftonbladets* »kartläggning« av Leijonborgeffekten den 5 september bidrar ytterligare till vinnarstämpeln. I den skriver Elisa-

beth Lindham: »För ett år sedan var han mobbad av de egna och höll på att förlora jobbet. Nu har den jamande kissen blivit en tiger som lärt sig ryta. Folkpartiets Lars Leijonborg, 52, har blivit borgerlighetens otippade trumfkort«.

Vad som är tydligt i den och andra formuleringar är journalistikens karaktär av klassiskt drama, där den lille blir stor, den fule ankungen blir en vacker svan, där David slår Goliat. Möjligheten att dramatisera verkligheten på det sättet är närmast oemotståndlig för en journalistik som söker berättelser som kan fånga människors uppmärksamhet.

Samtidigt ligger kraften i berättelsen i överraskningsmomentet, varför det blir allt svårare för folkpartiet att fortsätta överraska. Att växa till att bli det tredje största partiet i opinionsmätningarna för ett parti som nyligen riskerat åka ut ur riksdagen är en upplevelse fylld av glädje, men det innebär samtidigt att en hårdare behandling är att vänta. Alla smekmånader har sina slut, varför det gäller att toppa i rätt tid.

Och det lyckades folkpartiet med 2002; den inneboende dynamiken i en valrörelse är så pass stark att när en vinnar- respektive förlorarstämpel väl har satt sig, då är det svårt att vända utvecklingen om inget dramatiskt sker. Vilket det förvisso gjorde 2002 – men på ett sätt som stärkte snarare än försvagade de redan rådande trenderna.

### Den 9 till 15 september 2002

Den sista valveckan inleddes utan några stora händelser, om man bortser från att Zlatan blivit utslängd från en kändiskrog. Den nyheten toppade förstasidorna den 9 september i båda kvällstidningarna, medan Dagens Nyheter toppade med att »unga ofta rädda att bli nedslagna« och Svenska Dagbladet med att »al-Qaida ville krascha i kärnkraftverk i USA«. Rapporteringen i början av veckan präglades också av att det var ett år sedan terrorattackerna mot USA.

I Dagens Nyheter den 9 september rapporterades det emellertid att »Leijonborg i medvind får borgerliga att byta parti«. I den dagens mätning fick folkpartiet 13,5 procent. Samma dag förberedde sig kvällstidningarna inför kvällens debatt mellan Göran Persson och Bo Lundgren genom att på sedvanligt sätt betygsätta de båda kandidaterna till statsministerposten. Båda tidningarna illustrerade artiklarna med boxarhandskar – ett talande uttryck för hur politik kan gestaltas som spel. Båda tidningarna gav Persson bättre förhandsbetyg än Lundgren. I Expressen skrev Per Wendel att det inte var säkert att kvällens möte var ett tungviktarmöte: »Bo Lundgrens status som utmanare till mästartiteln är inte helt given. Svängningarna har varit snabba under valrörelsen. Kanske är Lars Leijonborg (fp) och Alf Svensson (kd) lika självklara som Bo Lund-

gren som borgerlig statsministerkandidat«. Och i Aftonbladet skrev Lena Mellin i en artikel med vinjetten »analys« att:

Göran Persson kan bli nedlåtande. När han och Lundgren möttes i en minidebatt i Aktuellt häromveckan stod det ohyggligt klart att Persson inte hade några högre tankar om motståndaren. Bo Lundgren däremot blir gärna mekanisk. Han upprepar samma argument, pratar för mycket om skatter och är alltför mångordig. Det mekaniska intrycket understryks av att munnen ler även när ögonen inte gör det.

Att få läsa den typen av artiklar är knappast vad man önskar sig inför en avgörande slutdebatt. I det läge som uppkommit var Bo Lundgren dock förlorad. Han var förlorare i journalisternas ögon och i mediebilden; en mediebild som förstärktes av de nedåtgående opinionssiffrorna som i sin tur tillsammans med mediebilden bidrog till att ytterligare försämra moderaternas opinionsläge.

Dagen efter kunde sålunda båda kvällstidningarna rapportera att Persson vunnit. Samma dag, den 10 september, rapporterade Dagens Nyheter på förstasidan att »M på ny bottennivå«. I den mätningen var moderaterna nere på 18 procent, medan folkpartiet låg på 13,1 procent.

Tisdagkvällen den 10 september var en dramatisk kväll i TV, och det som hände då var det som slutligen satte spiken i kistan för moderaterna och som i princip garanterade att folkpartiets framgång skulle befästas på valdagen.

Till att börja med hölls en partiledardebatt i TV4, en debatt som fick Expressen att dagen efter sätta rubriken: »Tittarnas val – Lars och Alf«. I ingressen skrev journalisterna Olle Eriksson och Christian Carrwalk att »Veteranen Alf Svensson håller greppet om tv-tittarna. Men i årets valrörelse har han fått en utmaning i Lars Leijonborg. De båda partiledarna fick toppbetyg av tittarna i Expressens Gallupmätning«. Studerar man resultaten visar de att 65 procent ansåg att Svensson gjorde en bra insats, medan motsvarande andelar för Leijonborg och Persson var 63 respektive 60 procent. Med tanke på att vara 29 procent av de 1 084 uppringda väljarna hade sett debatten låg dessa skillnader inom felmarginalen, men för Expressen hade det mindre betydelse. Det passade dramaturgin att lyfta fram Leijonborg som vinnare. Samtidigt visade *Aftonbladets* Sifomätning att Göran Persson fick högst medelbetyg, följd av Svensson och Leijonborg. Ändå hade en av artiklarna rubriken »Kvällens två vinnare tog poäng på grälen« och ingressen:

Alf Svensson blev debattens Silvermedaljör. Den ende vid sidan om statsministern som fick godkänt av väljarna. Det höga betyget fick kd-ledaren trots att han rök ihop med kollegan Lars Leijonborg om både barnkonto och dagis.

Läser man rubriken och ingressen tillsammans framstår Svensson och Leijonborg som »kvällens två vinnare«, trots att Persson fick högre betyg än båda. Den på förhand upplagda dramaturgins styrka var så stark att det inte betraktades som särskilt intressant att Persson var den som vann. Det enda som i rubrikform sägs om Persson är: »Persson: Jag kände att det var för hetsigt«.

Det andra som hände i TV på tisdagkvällen var att Sveriges Television sände det beryktade reportaget av Janne Josefsson och kollegor i Uppdrag Granskning. I detta valstugereportage visade journalisterna med hjälp av dold kamera att ett flertal socialdemokratiska och moderata politiker hyste uppenbart främlingsfientliga åsikter. Det var åtminstone den dominerande tolkningen, även om de utpekade politikerna hävdade att de blivit provocerade att säga som de hade gjort.<sup>525</sup> De hade dock svårt att övertyga, efter att inför den dolda kameran ha sagt saker som exempelvis:

Hur skiljer man en apa från en svart? Sträcker man fram en banan tar apan den med foten (Ulf Björkman, m)

De är duktiga på att föda många barn och utnyttja vårt system (Christer Ewe, m)

Släpper vi in fler såna får vi bara problem i samhället. Muslimerna är ett hot (Ingmar Hulting, s)

Religionen får de hålla för sig själva. Det är religionsfrihet här (Bo Edie Rossbol, s)

Trots att både socialdemokrater och moderater uttryckte sig främlingsfientlig eller rasistiskt, var det främst mot moderaterna som fokus riktades. Anledningen var att Uppdrag Granskning fokuserade mest på moderaterna, men också att fler moderater än socialdemokrater uttryckte sig främlingsfientligt och att moderater som Christer Ewe vägrade att avgå. Till en början var moderaterna nationellt också ovilliga att kräva hans avgång, vilket gjorde att de upplevdes som opålitliga och att nyheten förlängdes över flera dagar. Att de tidigare moderatledarna Carl Bildt och Ulf Adelsohn gick till motangrepp på Janne Josefsson var ett försök att avleda uppmärksamheten, men det misslyckades. Det hade möjligen kunnat lyckas om moderaterna i övrigt uppfattades som vinnare, men nu bidrog det bara ytterligare till att sänka dem. De var inte bara förlorare, de var hycklare också.

Den 12 september kom nästa händelse som sänkte Bo Lundgren och moderaterna samtidigt som den lyfte folkpartiet och Lars Leijonborg. Då skrev folkpartiets båda vice ordföranden Jan Björklund och Marit Paulsen en artikel på DN debatt där de lyfte fram Leijonborg som statsministerkandidat om de borgerliga partierna skulle få majoritet. Om det vann några röster åt dem är oklart, men att frågan blivit aktuell och att den togs

på allvar visar hur långt folkpartiet hade kommit.

De sista dagarna handlade det mest om att inte göra något som kunde motverka framgången. Tack vare att moderaterna gjorde bort sig i och efter Uppdrag Granskning fick de gratishjälp. På förstasidan den 13 september, två dagar före valet, rapporterade Dagens Nyheter att »Fp-utspel öppnade för träta« och att »Fp mildrar krav på språktest«. Också Svenska Dagbladet rapportade på förstasidan om »Borgerligt bråk om statsminister«. Expressen rapporterade om en ny mätning som visade att folkpartiet ökade med en procent medan moderaterna tappade lika mycket.

På kvällen den 13 september var det dags för slutdebatten i Sveriges Television. I Aftonbladet dagen efter redovisades vem som vunnit enligt deras Sifo-mätning, och enligt de resultaten vann Göran Persson följd av Alf Svensson och Lars Leijonborg. Den dominerande vinkeln var det påstådda »jättegrälet« mellan Lundgren och Leijonborg om hur stora skattesänkningar som var möjliga och realistiska. Expressen rapporterade på förstasidan att det varit »Rekordjämnt i valdebatten«. I deras opinionsundersökning hade Svensson vunnit, följd av Persson och Leijonborg. Rubriken som täckte de två första sidorna om debatten var »Bu Lundgren«. På nästa uppslag var rubriken »Här är seger-herrarna«, vilken syftade på Alf Svensson och Göran Persson. Artikeln om Lars Leijonborg hade rubriken »Det gick vägen. En mittenplacering i debatten – det kan räcka för Leijonborg«.

Och det gjorde det. Men inte bara tack vare folkpartiet och Lars Leijonborg självt. På samma sätt som kristdemokraterna och vänsterpartiet 1998 fick folkpartiet 2002 en mycket aktiv draghjälp från medierna och journalistiken. Och på samma sätt som medierna och journalistiken bidrog till att göra folkpartiet till förlorare 1998, bidrog de till att göra moderaterna till förlorare 2002.

### **Folkpartiet 1998 och 2002 – en jämförelse**

En ytterligare beskrivning av hur medierna kan bidra till att forma vinnare och förlorare är genom att studera hur många gånger Leijonborg 1998 respektive 2002 framställdes som vinnare respektive förlorare.<sup>526</sup>

Sammanlagt förekom Lars Leijonborg i 276 artiklar 1998, jämfört med 370 artiklar 2002. Det är en ökning med 34 procent. I majoriteten av artiklarna framställs han varken som vinnare eller förlorare och det gäller båda valrörelserna, men i övrigt är skillnaderna stora. 1998 framställdes han som vinnare i knappt två procent av artiklarna och som förlorare i knappt sex procent. 2002 framställdes han som vinnare i 19 procent av artiklarna och som förlorare i endast tre artiklar. Det motsvarar mindre än en procent.

**Tabell 12.2.** Journalistiska beskrivningar av Lars Leijonborg i valjournalistiken 1998.

|                                                                                   |          |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Nyborjare, ovan, grön, färsk som partiledare,<br>springer monotont och orutinerat | 5 gånger |
| Svårt att komma till tals, smyger, tyst                                           | 5 gånger |
| Tråkig, velig, träbock                                                            | 4 gånger |
| Förlorare, förlöjligad, uträknad, töntig                                          | 3 gånger |
| Besviken                                                                          | 3 gånger |
| Noggrant förberedd, på hugget                                                     | 3 gånger |
| Sämst i debatten, sist igen                                                       | 2 gånger |
| Bortglömd partiledare, ingen fängslande personlighet                              | 2 gånger |
| Bestämd i samarbetsvalet, högersamverkan                                          | 2 gånger |
| Synd om                                                                           | 2 gånger |

Systematiseras de uttalade beskrivningarna av Leijonborg 1998 respektive 2002 blir resultatet följande:

1998 dominerade negativa beskrivningar av och formuleringar om Lars Leijonborg. Det ska jämföras med valjournalistiken 2002, som vi redan sett många prov på:

I valrörelsen 2002 var beskrivningarna av Leijonborg inte bara fler, de var också mycket mer positiva än 1998. De beskrivningar som kan betecknas som negativa lyser med sin frånvaro, även om man kan diskutera beskrivningar som »ser ut som en ledsen hund« och »ilsknast«.

De positiva beskrivningarna av Leijonborg följdes upp av positiva beskrivningar av folkpartiet, som delvis speglade opinionsmätningarna och delvis bidrog till att påverka opinionen. 1998 framställdes folkpartiet som

**Tabell 12.3.** Journalistiska beskrivningar av Lars Leijonborg i valjournalistiken 2002.

|                                                                                                                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Vinnare, framgångsrik, raket i valrörelsen, valets komet, dominerar<br>i valrörelsen, toppbetyg, kung av väljarredovisningarna, otippat<br>triumfkort, tiger | 23 gånger |
| Blivande statsminister, kandidat, värdig utmanare                                                                                                            | 14 gånger |
| Leijonkungen, kung                                                                                                                                           | 9 gånger  |
| Ger raka besked, kristallklara svar, sällan svarslös, begriplig                                                                                              | 9 gånger  |
| Har lärt sig ryta, mindre mesig, självsäker, bröstat upp sig,<br>bestämd, sätter ned foten                                                                   | 7 gånger  |
| Uppretad, kolossalt rivig, har temperament, ilsknast, offensiv, högljudd                                                                                     | 6 gånger  |
| Optimist, på gränsen till överlycklig, strålade humör, positiv,<br>entusiastisk, hurtigast                                                                   | 6 gånger  |
| Snäll, blid man, ödmjuk, lugn, ser ut som ledsen hund                                                                                                        | 5 gånger  |
| En helt annan person idag, helt förändrad, »nye« Lars                                                                                                        | 5 gånger  |
| Trendig, lyckad, välklädd karl, ser bra ut                                                                                                                   | 5 gånger  |
| Liberal                                                                                                                                                      | 4 gånger  |

vinnare i opinionen i endast en artikel och som förlorare i 30 artiklar. 2002 framställdes folkpartiet som vinnare i 75 artiklar och aldrig som förlorare.

Parallellt med detta var folkpartiet huvudsaklig aktör i 10 procent av artiklarna 1998 och i 14 procent av artiklarna 2002. Folkpartister fick också komma till tals i större utsträckning 2002 än 1998. I det senaste valet fick folkpartister totalt sett säga 787 meningar i de undersökta artiklarna, medan motsvarande antal 1998 var 509. Det var en ökning med 55 procent. Till sist byggde bara 16 artiklar 1998 på förslag som folkpartiet lagt, medan 48 artiklar byggde på fp-förslag 2002. Det motsvarar sex respektive tretton procent – mer än en fördubbling.

### Partiska medier?

Både kvantitativt och kvalitativt visar en granskning av journalistiken hur den griper in i valrörelserna på ett sätt som är långt ifrån neutralt. Tvärtom bidrar journalistiken aktivt till att forma vinnarna och förlorarna. Det sker dock inte isolerat från omvärlden, utan vad det handlar om är att journalistiken spårar trender och tendenser som de sedan förstärker. Möjliga vinnare och förlorare blir faktiska vinnare och förlorare.

Förutsättningen för att så ska ske är den numera allt lägre partiidentifikationen och den omfattande väljarrörligheten. Det är dessa faktorer som gör att vissa grupper av människor är mottagliga för signaler om vinnare och förlorare, signaler som i okänd utsträckning påverkar hur människor svarar i opinionsmätningar. I och med att så mycket av journalistiken gestaltar politik som spel och att redovisningarna av opinionsmätningar är såpass frekventa, kan små förändringar fortplanta sig förhållandevis snabbt och bli stora förändringar. Både positiva och negativa spiraler sätts i rörelse, och de hålls i rörelse tills rösterna är räknade på valdagen.

Detta är konkreta uttryck för hur mediernas gestaltande av politik som spel och fixeringen vid opinionsmätningar aktivt bidrar till att skapa bandwagon-effekter. Även om det är empiriskt svårt att undersöka och bevisa exakt vad det är som bidrar till att människor röstar som de gör, visar en tankelek att någon annan tolkning knappast är rimlig. Om mediernas rapportering, gestaltandet av politik som spel och opinionsmätningar var betydelselösa, skulle det nämligen betyda att människor helt fria och oberoende av medierna upptäckte att just folkpartiets politik 2002 eller kristdemokraternas och vänsterpartiets politik 1998 var den bästa. Det skulle också betyda att en mycket stor grupp väljare helt fria och oberoende av medierna under några septemberveckor 2002 upptäckte att moderaternas politik inte var den bästa. Det skulle också betyda att all forskning om mediernas makt över dagordningen och över hur människor uppfattar verkligheten visar fel.

En sådan tolkning är knappast sannolik. Slutsatsen kan därför inte bli någon annan än att journalistiken aktivt formar både vinnare och förlorare. Medierna och journalisterna är aktiva aktörer och medaktörer, inte blott passiva arenor.

Däremot sker det knappast av någon särskild vilja att gynna vissa partier och missgynna andra. Forskningen kring mediernas partiskhet visar som tidigare nämnts att det inte finns någon systematik i vilka som gynnas respektive missgynnas.<sup>527</sup> Det enda som är säkert är att något eller några partier gynnas vid varje enskilt val, och att något eller några andra partier missgynnas.

Det är därför inte journalisternas eller medieägarnas egna politiska sympatier och antipatier som är avgörande. Istället är det mediernas och (pseudo)journalistikens behov av spännande, dramatiska och sensationella berättelser som avgör vart strålkastarna riktas.

### **Tur eller skicklighet**

En fråga som hänger kvar i luften är om folkpartiets framgång 2002 var ett resultat av tur eller av skicklighet. Frågan kan också formuleras mer generellt: Vilka möjligheter har ett enskilt parti att styra eller påverka valjournalistiken och i förlängningen valrörelsens förlopp och valresultatet?

När det gäller folkpartiet 2002 finns det inget givet svar. Uppfattningarna om hur genomtänkt utspelet om språktest var, och om folkpartiet väntade sig de reaktioner som blev efter att de lagt fram sitt integrationspolitiska program, går i sär. Inte ens genom att läsa partiets egen valanalys blir man särskilt mycket klokare i den frågan. Istället pekar folkpartiet på det förnyelsearbete som inleddes efter katastrofvalet 1998:

Vi har försökt skapa oss en bild av de strategiska avgöranden som partistyrrelse och partiledning träffat under förra mandatperioden. Ett centralt beslut fattades i början av 1999 med anledning av rapporten från den arbetsgrupp under ledning av Cecilia Malmström som analyserade utgången av valet 1998. Bärande inslag var att hålla fast vid den tydligt icke-socialistiska linjen i regeringsfrågan, att så mycket som möjligt »ideologisera» partiets budskap och att fullfölja arbetet i partiets viktigaste profilfrågor, inte minst skolan. Alla dessa tre element har återkommit i de strategiska diskussionerna under mandatperioderna och också lämnat tydliga avtryck i partiets uppträdande.

Möjligen får vi vänta tills memoarerna är skrivna innan vi med större säkerhet får veta hur genomtänkt och planerad folkpartiets valrörelse var. Samtidigt tror jag, utifrån den analys som har gjorts här, att det var en

kombination av tur och skicklighet som gjorde att folkpartiet i valrörelsens inledning lyckades hamna i fokus i debatten.

Skickligheten låg i att folkpartiet under de senaste åren, precis som analysgruppen beskriver, systematiskt försökt profilera sig i ett urval frågor och därmed bli tydligare. När jag själv tillsammans med Michael Carlsson gjorde en analys av bilden av folkpartiet i valet 1998 satte vi titeln »Ett parti som alla andra«. Skälet var att det var så folkpartiet framstod i journalistiken. Det var allt för anonymt, profillöst och litet för att vara journalistiskt intressant, men också och i kombination med det för att vara intressant för människor i allmänhet.<sup>528</sup>

Genom ett långsiktigt profilarbete har folkpartiet lyckats bli känt som ett parti som kämpar för en generösare flyktingpolitik, högre bistånd, jämställdhet och mot främlingsfientlighet. Under de senaste åren har man också blivit mer känt som ett parti som arbetar för en skola som ställer krav och för en federalistiskt orienterad Europapolitik. Samtidigt har folkpartiet lyckats tvätta bort den osäkerhet som funnits om partiets förhållande till borgerligheten visavi socialdemokraterna. Därför slipper folkpartiet nu frågor om vilken regering de kan tänka sig att stödja.

Genom detta långsiktigt betonade arbete krattade folkpartiet manegen. Det i sig är dock inte tillräckligt för att förklara valframgången 2002. Det långsiktiga profilarbetet var en nödvändig men inte en tillräcklig förutsättning.

Detta leder oss tillbaka till det vakuum som rådde i början av augusti 2002, före Gränsötalet. Om situationen varit en annan, genom att det inte funnits något vakuum eller genom att något annat parti erbjudit en dramatisk och sensationell berättelse, då skulle Gränsötalet och förslaget om språktest med all sannolikhet förblivit ett tal och ett förslag bland alla andra. I den meningen hade folkpartiet tur: Det erbjöd en avvikande och oväntad nyhet som kunde formas till en spännande berättelse just när det fanns en stor efterfrågan på en sådan. Men, och det är det som är det viktiga, det hade lika gärna kunnat bli något annat parti som hade lyckats med detta. Tajningen var och är alltid central, men också notorisk svår att kontrollera.

Detta har sin bäring på frågan om partiernas möjligheter att påverka valjournalistiken, valrörelsen och valresultatet. När en valrörelse väl har inletts och den specifika dynamik som är kännetecknande för just den valrörelsen har börjat utvecklas, då är det mycket svårt för ett parti att vända utvecklingen. Valrörelser är så pass hektiska, okontrollerade och intensiva att alla – såväl partier och politiker som medier och journalister – fångas av den specifika valrörelsedynamiken. När valfebern och nyhetsfrossan sätter in påverkas alla.

Det betyder inte att partiernas ageranden under valrörelserna är betydelselösa. Skickligt lagda förslag, lysande utfrågningar och debatter eller en förmåga att nyttja aktuella händelser i omvärlden har givetvis betydelse. Men de har betydelse inom den ram som är satt av de dominerande berättelserna och av den aktuella valrörelsedynamiken. De kan göra att ett parti ökar eller minskar något, men de kan inte förklara varför ett parti sjunker med över sju procent (som moderaterna 2002) eller ökar med över åtta procent (som folkpartiet 2002).

Avgörande är därför det långsiktiga arbetet med att mejsla ut en profil som har starkt stöd internt, som är tydlig och som har potential att attrahera väljargrupper som är större än vad partierna hittills lyckats fånga. Partierna måste, när valrörelsen drar igång, vara starkt på den interna arenan för att kunna nå framgång på i tur och ordning mediearenan, väljararenan och den parlamentariska arenan. Det betyder att partierna behöver utveckla en förmåga och en kompetens i att ständigt lyssna av både den interna partiopinionen och väljaropinionen i olika grupper bortom de egna medlemmarna, att bevaka omvärlden för att hitta de frågor som kan bränna till och bli aktuella, och att lära hur medierna och journalistiken fungerar. Utmärkande för professionella politiska kampanjer är därför att kampanjerna är i princip ständigt pågående, om än med olika intensitet.<sup>529</sup>

Än så länge är de svenska partierna emellertid inte särskilt professionella i sin politiska kommunikation, av tillgänglig forskning att döma.<sup>530</sup> Fortfarande är idealet om folkrörelsepartiet starkt levande, och fortfarande är partierna som medlemsorganisationer såpass starka och finansiellt såpass svaga att inget parti fullt ut vågar eller kan bli lika marknadsorienterade och professionella som deras motsvarigheter i länder som USA och Storbritannien.

Frågan är hur länge det kommer vara på det sättet.

## 13. Demokratin och valjournalistikens ideal och verklighet

Vi börjar nu närma oss slutet på denna bok, som inleddes med den hypotetiska och omöjliga tanken om en valrörelse där medierna och journalistiken nonchalerar allt som har med politik, samhälle och val att göra. Det har blivit dags att summera och, inte minst, att värdera. Hur förhåller sig journalistikens verklighet till dess demokratiska ideal?

Svaret beror i stor utsträckning på vilken demokratimodell man föredrar. Låt oss därför lyssna på en diskussion mellan fem hypotetiska personer, var och en förespråkare för varsin demokratimodell. Deltagarna (se figur 3.3 och 4.2) är: procedurdemokraten, ansvarsdemokraten, mandatdemokraten, deltagardemokraten och samtalsdemokraten.

### En gemensam grund

När vi möter våra fem demokrater har de precis inlett sin diskussion, och i samtalsdemokratisk anda börjar de med att försöka hitta former för samtalet som de kan vara eniga om.

*Procedurdemokraten:* Låt oss enas om två saker. Det första är att vi alla är lika goda demokrater, och att vi därför inte ska slå varandra i huvudet med argument om att den ena är mer demokratisk än den andra. Det andra är att vårt mål inte bör vara att vinna eller övertala varandra, utan att försöka förstå varandra och då både vad vi är eniga och vad vi är oeniga om.

*Samtalsdemokraten:* Det låter väldigt demokratiskt i mina öron, nästan så att man kan tro att du också är samtalsdemokrat. Nejdå, jag skämtar bara. Jag håller med dig om båda de saker du säger.

*Deltagardemokraten:* Det gör jag också. Som vi alla vet finns det inte en demokrati utan flera olika former av och modeller för demokrati. Vilken som är bäst kan och ska vi diskutera, men vi får inte falla i fällan att använda oss av ordet »demokrati« som ett slagträ. Även om vi värderar olika egenskaper hos demokratin, är vi ändå överens om grunden.

*Procedurdemokraten:* Den grunden är att demokrati ytterst handlar om en uppsättning institutioner och procedurer. Om ett land är demokratisk

eller inte beror på om dessa procedurer och institutioner finns på plats och respekteras av alla.

*Ansvarsdemokraten:* Det stämmer. Ett land är demokratiskt om de politiska makthavarna är valda i fria, rättvisa och återkommande val, om det råder yttrande-, informations-, religions- och föreningsfrihet, om medborgarskapet omfattar i princip alla och det råder rättssäkerhet.

*Mandatdemokraten:* Helt rätt. Däremot är det andra saker som har betydelse för demokratins kvalitet. Och det är detta vi nu ska diskutera, och som alla egentligen borde diskutera.

*Deltagardemokraten:* Jag håller helt med, men låt oss ändå koncentrera oss på frågan om mediernas och journalistikens betydelse i och för demokratin och vilka krav man kan ställa på medierna och journalistiken. Den frågan kan i och för sig inte ses isolerad från andra demokratifrågor, men någonstans måste man börja. Dessutom har vi inte hur mycket tid som helst på oss att diskutera, så det är nog bra om vi koncentrerar oss på en fråga.

*Procedurdemokraten:* Jag håller med. Samtidigt är det lustigt att du motiverar det med tidsbrist. Det är ju faktiskt ett av argumenten mot både deltagar- och samtalsdemokratin att det skulle ta för mycket tid om fler engagerade sig, både för människor i allmänhet och för våra valda politiker. Ta bara Sundsvall som exempel. I valet 2002 fanns det drygt 74 000 röstberättigade i den kommunen. Om var och en av dem skulle få bara fem minuter på sig att delta i en diskussion, eller om var och en av dem ville diskutera fem minuter med en ledamot i kommunfullmäktige, skulle det ta sammanlagt 6 167 timmar. Det motsvarar 257 dagars diskussion. Det säger sig självt att det är orimligt. Och även om man tar hänsyn till att fullmäktige i Sundsvall har 81 ledamöter, skulle det ta 76 timmar av varje politiker. Det är sådana fakta som gör att jag inte kan förstå hur ni samtals- och deltagardemokrater resonerar. Ideal måste väl ändå gå att förverkliga, eller?

*Samtalsdemokraten:* Nu tycker jag att du är orättvis och att du går händelserna i förväg. Är det inte bättre om vi börjar med att förklara hur vi ser på demokratins kvalitet?

*Procedurdemokraten:* Orättvis tycker jag inte att jag är, men jag håller med om att det kan vara bra att börja med att vi alla förklarar var vi står i diskussionen.

## Demokratikartan ritas upp

*Procedurdemokraten:* Min utgångspunkt är att idén att folk går samman och gemensamt utformar institutioner och procedurer som garanterar att makten inte kan hanteras utan hänsyn till folkviljan är en fantastisk idé.

Det är otroligt att så många länder har infört dessa demokratiska procedurer och institutioner. Samtidigt visar både historien och nutiden att demokratin som procedur aldrig kan tas för given. Fortfarande lider många människor av bristen på demokrati och demokratins friheter, och historiskt vet vi att demokratier kan gå under. Därför tycker jag det är oerhört viktigt att inte glömma bort att demokrati som procedur inte är självklar. Demokrati som procedur är inte bara en beskrivning, utan också en norm.

Därför är det också viktigt att vi inte överlastar demokratin och kräver allt för mycket av den. Om vi gör det är risken stor att ett missnöje med politiker, välfärdsstaten eller landets ekonomi spiller över på och underminerar demokratin. Det var det som hände i Tyskland på 1920-talet och som bäddade för nazisternas maktövertagande.

*Ansvarsdemokraten:* Jag håller med om det mesta du säger, men anser samtidigt att ditt sätt att se på demokratin saknar svar på hur folkviljan ska förverkligas. Vi ska inte överlasta demokratin, men vi måste på något sätt hitta former för att förverkliga folkviljan. Vi måste finna mekanismer som garanterar att de politiska besluten fattas i folkets intresse.

Det bästa sättet att göra det är att se valen som en möjlighet för folket att utkräva ansvar av makthavarna. Det löser två problem. Det första problemet är att människor i regel varken har tid, kunskaper eller intresse nog att själva sätta sig in i alla politiska frågor, och att de åsikter de råkar ha vid en viss tidpunkt därför inte är ett genuint uttryck för deras egentliga intresse. För att bedriva politik i moderna komplexa samhällen krävs stora kunskaper och mycket tid, och därför bör det vara de valdas ansvar att bedriva politiken. Inte folkets. Det andra problemet är att ändå säkerställa att besluten fattas i folkets intresse. Det kan bara folket avgöra, men först i efterhand. Även om folk inte har tid, kunskaper och intresse nog att sätta sig in i alla politiska frågor, kan de avgöra om effekterna av politiken är önskvärda eller inte. Samtidigt kommer politiker som vet att de kommer ställas till svars att vara noga med att inte fatta beslut som strider mot folkviljan. Konkurrensen mellan politiker om folks röster kommer också bidra till att politikerna anstränger maximalt sig för att politiken ska tillfredsställa folket. Det är som på marknaden och som filosofen Jeremy Bentham en gång sade:

Om varje man vore sin egen lagstiftare så skulle lagarna bli lika dåliga som kläderna skulle bli om var och en skulle vara sin egen skräddare. Det är inte varje man som kan göra en sko, men när en sko har gjorts kan var och en utan stor svårighet avgöra om den passar honom. Envar kan inte vara skomakare, men vem som helst kan välja sin egen skomakare.<sup>531</sup>

*Mandatdemokraten:* Jag håller med om att det måste finnas mekanismer som kan säkerställa att besluten fattas i folkets intresse och att män-

niskor ofta inte har tid, kunskaper och intresse nog att ta ansvar för beslutsfattandet. Däremot menar jag att det inte räcker att människor bara kan utkräva ansvar i efterhand. Då kan det vara för sent att påverka – vissa beslut går inte att ändra även om folket skulle rösta bort de ansvariga makthavarna. Människor måste också få möjlighet att på förhand säga åt makthavarna vilken politik de vill se förverkligad. Det kanske inte kan ske i detalj, men politikens framtida inriktning måste folk kunna påverka. Därför är det viktigt att partierna inför ett val är tydliga med vilken politik de vill driva om de får makten. Om de sedan blir valda och inte håller sina löften, ja då är det självklart att människor ska kunna utkräva ansvar genom att rösta bort dem. Samtidigt är det ett problem att det i efterhand kan vara svårt att avgöra vem eller vilka som är ansvariga för vad. Om människor reagerar på ett samhällsproblem behöver det ju inte bero på att politikerna har fattat fel beslut: det kan lika gärna bero på att tjänstemännen inte har förverkligat de beslut som har fattats eller på att politiker inte har makt att åtgärda de problem som finns. Då spelar det ju ingen roll om folk röstar bort dem som har haft makten – de nya makthavarna kommer inte heller kunna lösa problemen.

*Deltagardemokraten:* Problemet med er ansvarsdemokrater och mandatdemokrater är att ni fäster allt för stor vikt vid valen. Valen är viktiga och självklara i en demokrati – om det är vi överens – men demokrati är så mycket mer än bara val. Demokrati är också en anda, en känsla av gemenskap, ett förhållningssätt. Demokrati handlar om ett gemensamt »vi« – inte bara en massa isolerade »jag« eller olika »vi och dom«.

Demokratin kan aldrig bli starkare än summan av alla människors gemensamma tankar, handlingar och förhållningssätt. Om människor inte känner sig delaktiga kommer det att leda till vanmakt, och det kan bidra till att underminera demokratin på samma sätt som överdrivna förväntningar kan göra det. Att människor inte har tid, kunskaper och intresse nog för att delta i politiken är inte heller något argument. Alla människor har kanske inte förmågan eller delta aktivt i politiken, men de som har det ska både känna sig välkomna och kunna påverka. Dessutom består ju folket av en massa olika grupper, så det krävs inte att alla är lika intresserade av allt. Men låt de som är intresserade av och har kunskaper om miljöfrågor och som har tid engagera sig i dessa, på samma sätt som de som är intresserade och har kunskaper om skolfrågor kan engagera sig i dem. Om människor börjar engagera sig i vissa frågor bidrar det också till att öka kunskaperna, och kanske till att man börjar intressera sig för nya och andra frågor.

Samtidigt vet jag att politiker har ett stort ansvar för det politiska beslutsfattandet och att det i vissa fall behövs stora kunskaper för att bedriva politik. Kunskaper skapas dock inte från ingenstans: de växer fram när

människor är motiverade att engagera sig, och det blir människor när de känner att de kan göra skillnad. Det är också först när många människor engagerar sig i olika delar av det politiska och samhällsliga livet som de får träning i hur samhället och politiken fungerar. Var ska framtidens politiker rekryteras om det inte finns en stor grupp människor i samhället som på olika sätt själva deltar i politiken och andra samhällsorienterade aktiviteter?

*Samtalsdemokraten:* Jag håller med om nästan allt som deltagardemokraten säger. Det räcker inte med politiska val, att folk kan ge mandat åt en viss politik eller utkräva ansvar i efterhand. Det behövs också ett aktivt folkligt deltagande i politiken för att demokratin ska kunna förverkliga folkviljan, för att demokratin ska finna förankring i människors tankar och handling och för att människor ska få träning och skolning i hur demokrati faktiskt utövas.

Samtidigt menar jag att frågan inte bara handlar om *hur många* som deltar, utan också om *hur* människor deltar. Låt mig ta ett exempel: Om 10 000 människor samlas för att demonstrera, eller 500 ungdomar möts i en »Reclaim the Streets«-aktion, då är det förvisso ett uttryck för folkligt deltagande. Men det behöver inte vara ett folkligt deltagande som stärker demokratin – det kan också vara ett folkligt deltagande som försvagar eller attackerar demokratin. Om de 10 000 demonstranterna exempelvis protesterar mot religionsfrihet i form av moskéer i svenska städer är det ett uttryck för deltagande, men definitivt inte för ett demokratiskt positivt deltagande.

Därför är det viktigt att deltagandet sker i diskussioner, samtal och dialoger präglade av en gemensam strävan efter svar på frågor och problem som är gemensamma. Bara deltagande som bygger på respekt för varandra och för grundläggande och relevanta fakta, på lyssnande och strävan efter ökad förståelse, bidrar till att stärka demokratin.

Dessutom kan ingen människa veta och förstå allt. Några säkra och slutgiltiga svar om hur vårt samhälle fungerar och bör förändras finns inte. Varken hos politiker eller vanligt folk. Därför är det oerhört viktigt att alla frågor diskuteras, både före och efter beslut. I bästa fall kan diskussionerna leda till enighet, men även om det inte sker bidrar diskussionerna till ökade kunskaper och att man åtminstone vet varför man är oeniga.

Med andra ord: Ju mer människor deltar i diskussioner präglade av öppenhet, respekt, lyssnande och sökande efter svar på gemensamma frågor och problem, desto bättre. Dessa diskussioner bör föras både mellan politiker och politiker, mellan politiker och folket, och mellan människor i allmänhet.

### Realism och idealism

*Procedurdemokraten:* Nu när alla har förklarat hur de ser på demokratin och dess djupare innebörd är det tydligt att vi har olika åsikter, även om gränserna mellan våra demokratisyner är flytande. För egen del kan jag också hålla med om mycket av det ni säger. Jag har till exempel ingenting emot att människor deltar i politiken eller i politiska diskussioner. Vad jag är rädd för är bara att våra förväntningar på demokratin blir så höga att vi oundvikligen kommer att bli besvikna. Ideal i all ära, men de får inte vara allt för verklighetsfrämmande.

*Deltagardemokraten:* Jag håller med om att idealen inte får vara allt för verklighetsfrämmande, men samtidigt är verkligheten inte statisk och oföränderlig. Bara för att den svenska demokratin i dag inte lever upp till idealen behöver det inte betyda att det alltid kommer vara så. Demokratin blir vad vi gör den till, tillsammans. Vi har alla ett ansvar i och för demokratin.

*Procedurdemokraten:* Vi har alla ett ansvar för att respektera demokratins grundläggande spelregler, men har vi verkligen ett ansvar utöver det? Kan vi kräva av människor att de antingen ska engagera sig eller skämmas för att de prioriterar andra saker här i livet?

*Ansvarsdemokraten:* Bra fråga.

*Deltagardemokraten:* Skämmas är ett starkt ord, men i grund och botten tycker jag nog att vi kan det. Vi får den demokrati vi förtjänar: om vi inte engagerar oss får vi en sämre demokrati och indirekt drabbar det oss alla.

*Mandatdemokraten:* Innan den här diskussionen spårar ut, skulle vi inte koncentrera oss på frågan om mediernas och journalistikens betydelse i och för demokratin?

*Procedurdemokraten:* Det är sant, det skulle vi göra. Samtidigt förstår jag faktiskt inte riktigt vad de frågorna har med demokratin att göra.

*Deltagardemokraten:* Vad menar du?

*Procedurdemokraten:* Vad jag menar är att jag personligen tycker att frågor om medierna och journalistiken är intressanta och att det säkert vore bra om fler intresserade sig för de frågorna, men att det är en sak. Vilka krav man kan ställa på medierna och journalistiken är en annan. Vi får inte glömma bort att medierna i regel är kommersiella företag med en strävan att gå med vinst. De har ett ansvar gentemot sina ägare, men knappast mot folket annat än som konsumenterna av medierna.

*Ansvarsdemokraten:* Du menar alltså att man inte kan ställa några som helst krav på medierna och journalistiken?

*Procedurdemokraten:* Ja, det menar jag. Visserligen tycker jag att det är önskvärt att medierna tillhandahåller en riklig mängd högkvalitativ journalistik som människor kan använda sig av för att informera sig, men jag

kan inte se hur man kan kräva det av dem. Det enda som egentligen är grundläggande är att det finns en stor valfrihet och ett stort utbud av medier. Om det finns kommer det inom mediasystemet som helhet att finnas tillräckligt mycket god och relevant information för de som är intresserade. Om det är tillräckligt viktiga nyheter, nyheter som alla behöver känna till, är jag övertygad om att de kommer att sprida sig i mediasystemet så att alla får tillgång till den informationen. Medierna kan liknas vid ett inbrottsalarm: Det finns ingen poäng med att det larmar hela tiden, men däremot är det viktigt att det fungerar när ett inbrott väl sker. På samma sätt finns det ingen demokratisk poäng i att medierna ständigt rapporterar om allt som sker i samhället eller i politiken, så länge de ställer till med ett ordentligt liv om det är någon nyhet som alla behöver känna till. Om det sedan sker i namn av att vara »journalistik« eller inte, spelar mindre roll.

*Ansvarsdemokraten:* Menar du att demokratin inte påverkas av hur medierna och journalistiken fungerar, eller inte fungerar?

*Procedurdemokraten:* Nej, det gör jag inte. Forskning visar tydligt att medierna har makt, och därför påverkar de oavsett om de vill eller inte hur demokratin fungerar. Min poäng är den att det inte går att ställa krav på medierna och journalistiken, annat än att de ska följa gällande lagar och regler.

*Ansvarsdemokraten:* Då kan jag inte hålla med dig. Tvärtom. För att människor ska kunna kräva ansvar av de politiska makthavarna är det oerhört viktigt att medierna ständigt granskar makten, och att de tillhandahåller så sanningsenlig information som möjligt. Därför är det väldigt allvarligt att valjournalistiken nästan helt nonchalerar frågan om hur de politiska makthavarna under den gångna mandatperioden har skött sig.

*Procedurdemokraten:* Men på vilket sätt har du, jag, medieforskare eller samhället rätt att ställa krav på medierna vid sidan av att de liksom alla andra människor och företag ska följa gällande lagar och regler?

*Ansvarsdemokraten:* Jag vet inte i vilken utsträckning det är rimligt att ställa juridiska krav på medierna och journalistiken, men moraliska krav måste man ändå kunna ställa.

*Mandatdemokraten:* Jag håller helt med. Vi vet alla och forskningen visar tydligt att medierna har makt över både dagordningen och över hur människor uppfattar verkligheten. Därmed påverkar medierna hela tiden hur demokratin fungerar, och då måste man kunna ställa moraliska och demokratiska krav på dem.

*Deltagardemokraten:* Vi får inte glömma bort att förutsättningen för att medierna i allmänhet och journalistiken i synnerhet ska kunna fungera är att de har den frihet som endast demokratin garanterar dem. Utan demokrati – ingen journalistik. Så enkelt är det.

*Samtalsdemokraten:* Och utan en väl fungerande journalistik – ingen väl fungerande demokrati.

*Ansvarsdemokraten:* Precis. Av medierna som företag kan man därför kräva att de ska fungera som forum för debatt och diskussion, att de ska värna och tillhandahålla en rik mängd journalistik som ger så sanningsenliga bilder av verkligheten som möjligt, och att de ansvarar för att den informerande journalistiken inte trängs undan av det mer underhållningsorienterade medieinnehållet.

*Mandatdemokraten:* Jag håller helt med.

*Deltagardemokraten:* Jag med.

*Samtalsdemokraten:* Jag med.

*Procedurdemokraten:* Nej, jag håller inte alls med.

*Ansvarsdemokraten:* Ok, då är vi oeniga på den punkten. Du ser medierna mer som en del av marknaden än som en del av det politiska systemet, och därmed kan man inte ställa politiskt och demokratiskt betingade krav på medierna som man inte kan ställa på andra företag.

*Procedurdemokraten:* Exakt. Det är precis vad jag menar. Men jag vill samtidigt också säga att jag inte har något emot medier som gör mer än så, men det ska vara upp till dem och deras publik.

*Mandatdemokraten:* På ett sätt kan jag förstå parallellen till marknaden, för i viss utsträckning kan politiska val liknas vid att agera som säljare respektive kund på vilken marknad som helst. När det är val erbjuder partierna sina produkter i form av handlingsprogram, och dessa ska människor välja mellan. För att människor ska kunna välja på ett genomtänkt sätt krävs det dock att de får information som de kan använda sig av för att självständigt bilda sig egna uppfattningar, och den informationen bör journalistiken tillhandahålla. Endast journalistiken kan vara oberoende nog av partierna för att den ska gå att lita på, och det är bara journalistiken som kan göra informationen känd för en bredare allmänhet. Däremot kan jag tycka att det är rimligt att partierna får sätta dagordningen – det är trots allt de som är de främsta aktörerna.

*Ansvarsdemokraten:* Jag kan också förstå parallellen till marknaden, men jag tycker att det är ännu viktigare än du att medierna är fristående från politiken. Det är viktigt att journalistiken innehåller information som människor kan använda sig av för att fritt och självständigt ta ställning i samhällsfrågor, men viktigast av allt är att informationen är av sådan art att människor kan utkräva ansvar av makthavarna. Det förutsätter att medierna alltid håller ett vakande öga på makthavarna – att de fungerar som en fjärde statsmakt – och att de tydliggör vilka som har haft makten på olika nivåer. Medierna och journalistiken bör inte överlåta åt politikerna att sätta dagordningen – det bör medierna själva och deras redaktioner göra.

*Deltagardemokraten:* Återigen är det tydligt hur mycket gemensamt ni ansvars- och mandatdemokrater ändå har. Ni fokuserar nästan helt på politikerna och glömmar bort folket. Jag håller med om att det är viktigt att journalistiken granskar och att den innehåller information om de politiska partiernas åsikter. Men det får inte stanna där. Journalistiken bör också tillhandahålla information om andra organisationers åsikter, men framförallt: Journalistiken bör utgå från medborgarna själva och deras dagordningar. Journalistiken bör underlätta för människor på alla sätt som går att fungera som medborgare i moralisk mening, med ett ansvar i och för samhället. Därför borde journalistiken försöka mobilisera människor politiskt, bland annat genom att visa hur människor kan engagera sig själva och genom att gestalta politik som en angelägenhet för alla – inte bara politiker. Om journalistiken inte bidrar till att mobilisera människor politiskt, då kommer det deltagardemokratiska idealet aldrig att uppnås.

*Samtalsdemokraten:* Jag håller med om det mesta som deltagardemokraten säger; det känns som om vi har mer gemensamt med varandra än med er ansvars- och mandatdemokrater. Samtidigt menar jag att det journalistiken framförallt bör fokusera på, är att aktivt värna om och bidra till en politisk diskussion präglad av saklig och rationell argumentation, saklig information, intellektuell öppenhet, strävan efter kompromisser och gemensam förståelse. Journalistiken bör också låta många olika grupper av människor komma till tals på jämlika villkor, och försöka motivera människor att ta del av och själva delta i den politiska debatten. Eller dialogen, som jag hellre vill kalla det.

*Procedurdemokraten:* Det är ingen måtta på vilka krav ni ställer. Jag är nästan glad att jag inte ansvarar för någon redaktion. Men låt mig då fråga: Hur ser ni på den faktiska journalistiken? Hur skulle ni vilja recensera den svenska valjournalistiken de senaste valen?

### **Ideal och verklighet**

*Ansvarsdemokraten:* Av mig får valjournalistiken både ris och ros. Om man tar nyhetsutbudet i sin helhet så erbjuder medierna en riklig mängd valjournalistik, och det är positivt. Jag tycker inte det finns skäl att anklaga medierna för att låta journalistiken trängas undan av mer underhållningsorienterat medieutbud. Det är också glädjande att journalistiken har blivit mer sakgestaltande jämfört med 1998. Det tyder på att utvecklingen inte ständigt går mot det sämre. Det finns också många exempel på en journalistik som verkligen ger människor information som de kan använda sig av för att självständigt ta ställning i samhällsfrågor. Jag tycker också att det är bra att journalistiken huvudsakligen fokuserar på de politiska aktörerna.

På det hela taget tycker jag därför att medierna sköter sig ganska bra – med ett mycket viktigt undantag. Det är oerhört allvarligt för demokratin att journalistiken är nästan kemiskt befriad från granskningar av hur de politiska makthavarna har skött sig under den gångna mandatperioden. Journalistiken är allt för fixerad vad som händer här och nu, och vad politikerna lovar, än på hur de som faktiskt har haft makten har skött sig. I den meningen får valjournalistiken klart underkänt. Verkligheten lever inte upp till mitt ideal.

Det gäller också mediernas hanterande av källor. Medierna är ju också makthavare, och därför borde de både granska sig själva och underlätta för människor att granska dem. Att många artiklar och inslag har färre än två källor, att de har anonyma källor, och att det förekommer tolkningar och spekulationer också i raka nyhetsartiklar är därför ett demokratiskt problem. Det får gärna vara tolkningar och spekulationer om journalistiken varnar läsarna och tittarna, men man bör vara väldigt försiktig med dem i den vanliga nyhetsjournalistiken.

*Mandatdemokraten:* Jag tycker också att det är anmärkningsvärt att journalistiken inte granskar den gångna mandatperiodens maktutövande mer, även om jag tycker att det är viktigare att fokusera på här och nu. Till det positiva hör att journalistiken har blivit mer sakgestaltad än 1998 och att tidningarna publicerar fler sakpolitiska guider. Det gör det lättare för människor att jämföra sina egna åsikter med partiernas. När det gäller speljournalistiken behöver den inte vara negativ, inte om den handlar om vilka som kan tänkas regera med vilka. I valet 2002 tycker jag nog att miljöpartisterna kom lite väl lätt undan, även om nog de flesta förstod att de till sist skulle stödja socialdemokraterna. På det hela taget är jag annars skeptisk mot gestaltandet av politik som spel. Jag tycker också att det var bra att journalistiken fokuserade på de politiska aktörerna, även om det är anmärkningsvärt att de i regel inte fick säga mer än mellan sex och tolv meningar per artikel och inslag. Jag tycker att politikererna bör få ännu större utrymme. Därför är jag också kritisk mot att journalistiken är såpass tolkande och spekulativ som den är. Journalistiken bör i huvudsak vara beskrivande, inte tolkande. Annars är det svårt för människor att dra gränsen mellan fakta och fiktion. Här håller jag med ansvarsdemokraten.

På det hela taget tycker jag nog ändå att medierna sköter sig ganska bra. Av mig får de därför godkänt. Även om journalistiken skulle kunna vara ännu bättre än vad den är i dag, bidrar den iallafall inte till att försvåra förverkligandet av mitt ideal.

*Deltagardemokraten:* Av mig får medierna och journalistiken klart underkänt. Visserligen är det bra att journalistiken får ett betydande utrymme, att den har blivit mer sakgestaltad och att de tillhandahåller informa-

tion om de politiska partiernas sikter. Det är också mycket positivt att medierna allt mer verkar utgå från medborgarnas dagordningar när de bestämmer vilka frågor de ska specialbevaka. Ändå förbleknar dessa positiva drag vid sidan av faktumet att medborgarna är så pass frånvarande i journalistikens innehåll, och att de ständigt reduceras till något annat än medborgare i moralisk mening när de väl får framträda. Visst förekommer människor i allmänhet då och då i journalistiken, men för det första sker det förhållandevis sällan.

För det andra är det sorgligt att se att medborgarna nästan alltid reduceras till statistik, fall, illustrationer samt utanförstående och misstroende. Jag vill se fler medborgare i journalistiken som får framträda som påtryckare och som vanliga kloka människor som också är engagerade. Av all den journalistik som publicerades 1998 och 2002 var det en mycket liten andel som man kan säga lät människor få framträda som aktiva subjekt. Och utan att veta säkert tror jag inte att journalistiken bidrog särskilt mycket till att mobilisera människor politiskt, vid sidan av att rösta. Hur många artiklar skrevs och hur många inslag sändes som visade hur människor kan engagera sig, att människor själva kan påverka, eller hur partipolitiken hänger samman med politiken utanför partier och med människors vardagsliv? Hur många artiklar och inslag gestaltade politik som en angelägenhet för alla, inte bara för den politiska eliten? Det var inte många.

När det gäller detta med tolkande och beskrivande journalistik, tycker jag precis som mandatdemokraten att journalistiken generellt sett bör vara beskrivande – inte tolkande. Men om nu journalistiken i dag tar sig friheten att gestalta politik på specifika sätt och att tolka verkligheten, varför då inte använda den makten för att gestalta politik och tolka verkligheten på ett sätt som mobiliserar människors engagemang?

*Ansvarsdemokraten:* Menar du att journalistiken bör beskriva politiken som om människor kan påverka även om de inte kan det?

*Deltagardemokraten:* Jag menar att människor faktiskt kan påverka politiken om de engagerar sig, och om journalistiken beskrev verkligheten sanningsenligt skulle det framgå. Men även om så inte vore fallet, är det bättre att journalistiken överskattar människors möjlighet att påverka än att den underskattar möjligheterna.

Nej, som jag ser det bidrar valjournalistiken av i dag inte till att förverkliga mitt ideal. Avståndet mellan ideal och verklighet känns riktigt stort, om jag ska vara ärlig.

*Samtalsdemokraten:* Jag håller helt med deltagardemokraten i nästan allt. Det är bra att valjournalistiken får ett stort utrymme, att den har blivit mer sakgestaltande, att väljarnas dagordning har fått en mer framträdande plats och att den tillhandahåller information om de politiska par-

tiernas sakåsikter i form av bland annat de sakpolitiska guiderna. Samtidigt ser jag väldigt få spår av en politisk debatt som präglas av saklig och rationell argumentation, intellektuell öppenhet, strävan efter kompromisser och gemensam förståelse. Istället liknar den politiska debatten i journalistiken mest en pingis-match.

*Procedurdemokraten:* Vad menar du med det?

*Samtalsdemokraten:* Vad jag menar är att en utvecklande och deliberativ politisk diskussion inte kan begränsas till att åsikter studsas mot varandra. Socialdemokraterna tycker si, moderaterna tycker så, folkpartiet tycker då... Det intressanta är inte bara vad olika partier eller människor anser, utan *varför* de tycker som de gör. Argumentationen är lika viktig som åsikterna i sig själva, för det är först när argumenten redovisas som det är möjligt att förstå varandra och att få en politisk diskussion som utvecklar både kunskapen och åsikterna. Det är också först då som människor kan bli motiverade att ta del av och själva engagera sig i debatten, eftersom det bara är en diskussion där argumenten redovisas som lämnar öppningar för människor att själva bidra.

Istället verkar journalistiken uppmuntra en debatt som är så konfliktinriktad, förenklad och polariserad som möjligt. Ju hårdare någon attackerar någon annan, desto större chans har de att få uppmärksamhet i medierna. Det är sjukt. Det gör att den ökade andelen sakgestaltad journalistik inte är ett så positivt tecken som det kan verka, eftersom den ofta fokuserar på konflikterna och på åsikterna i sig själva – inte argumenten för dem.

I det sammanhanget tycker jag också att det är allvarligt att medborgarna inte får komma till tals på mer jämlika villkor. Därmed inte sagt att all journalistik får underkännas, för det finns undantag. Inte minst tycker jag att de public journalism-inspirerade artiklarna i Dagens Nyheter som utgick från deras läsarpanel var uppfriskande exempel på god journalistik. Mer public journalism skulle bidra till att journalistikens verklighet närmade sig mitt demokratiideal.

*Deltagardemokraten:* Det håller jag helt med om.

*Mandatdemokraten:* Inte jag. Tvärtom borde journalistiken fokusera mer på de politiska aktörerna. Gärna deras argumentation och inte bara åsikterna i sig själva, men medborgarna tycker jag inte har någon given plats i journalistiken. På vilket sätt blir jag klokare av att läsa vad min granne tycker? Nej, då är det bättre att jag får läsa vad Persson eller Olofsson tycker.

*Deltagardemokraten:* Om du får läsa vad din granne tycker kanske du känner att din röst och dina åsikter också räknas, vilket kan motivera dig att engagera dig själv.

*Mandatdemokraten:* Men det är inte journalistikens uppgift att moti-

vera mig. Det är mitt eget ansvar. Journalistikens uppgift är att tillhandahålla information som gör att jag kan rösta genomtänkt och upplyst.

*Samtalsdemokraten:* Varför då? Om nu journalistiken kan ha till uppgift att »upplysa dig«, varför kan den inte ha till uppgift att »motivera dig«?

*Procedurdemokraten:* Vänta nu, meningen var inte att vi skulle diskutera våra respektive demokratiideal, utan hur medierna och journalistiken lever upp till dem. Och om jag då tolkar diskussionen rätt och bortser från skillnader mellan medierna, verkar jag vara den ende som ger medierna och journalistiken godkänt. Ja, jag skulle till och med vilja ge dem VG; de gör mer för demokratin än vad man kan kräva av dem. Detta medan ansvarsdemokraten ger dem knappt godkänt, mandatdemokraten ger dem godkänt, samtidigt som deltagar- och samtalsdemokraten ger medierna och journalistiken underkänt. Har jag tolkat er rätt?

*Ansvarsdemokraten:* Ja, det har du nog. Jag vill dock understryka att det är ett problem att så mycket av journalistiken är tolkande och innehåller spekulationer, och att många artiklar innehåller förhållandevis få källor. Det gör det svårt för människor att själva vara källkritiska och ta ställning till om den ger så sanningsenliga bilder av verkligheten som möjligt. Jag har också svårt att se på vilket sätt det stora intresset för partisympatimätningar bidrar till demokratin.

*Mandatdemokraten:* Det håller jag helt med om. På det stora hela får valjournalistiken godkänt, men de brister som ansvarsdemokraten nu pekar på drar ner omdömet. Det finns helt klart utrymme för förbättringar, och avståndet till VG känns stort. Men inte omöjligt att överbrygga.

*Deltagardemokraten:* Ja, nog är avståndet till VG långt. Som valjournalistiken ser ut nu vore jag glad om jag kunde ge godkänt. I det ligger också de brister som ansvarsdemokraten pekar på, som vi alla nog är överens om. Här har ju verkligheten faktiskt förändrats på ett sätt som borde få konsekvenser för hur journalistiken uppfattar sin uppgift. Förr präglades samhället av informationsbrist. Då var journalistikens viktigaste uppgift att gräva fram och förmedla information. I dag präglas samhället av informationsöverskott. Då är journalistikens viktigaste uppgift att sälla i informationsflödet och hjälpa oss att skilja information från desinformation.

*Mandatdemokraten:* Där har du en mycket viktig poäng.

*Ansvarsdemokraten:* Det tycker jag med, även om det fortfarande finns mycket information som är mer eller mindre medvetet dold och som journalistiken därför har ett ansvar att gräva fram.

*Samtalsdemokraten:* Jag håller också med, både i procedurdemokraterns tolkning av vår diskussion och i ansvarsdemokraterns kritik mot tolkningarna, spekulationerna och sättet att använda och redovisa källor i

journalistiken. Av mig får journalistiken utan tvekan underkänt. Jag håller också med om analysen av hur den förändrade tillgången till information har förändrat journalistikens förutsättningar, och att den borde ha förändrat journalistikens sätt att uppfatta och utföra sina uppgifter. Vad som behövs är vare sig konfliktinriktad sakpolitisk debatt eller gestaltningar av politik som sport och spel. Vad som behövs är en dialog som är utvecklande, som bygger på fakta, rationell argumentation och intellektuell öppenhet, och som strävar efter att hitta gemensamma lösningar på gemensamma problem. Mindre boxningsmatch, mer vetenskapliga seminarier. Det skulle utveckla den svenska demokratin i samtalsdemokratisk riktning.

*Procedurdemokraten:* Det låter elitistiskt i mina öron. Hur många tror du är intresserade av en sådan politisk diskussion, och hur ska vanliga människor, ovana vid att uttrycka sig i tal och skrift, kunna delta i sådana politiska diskussioner?

*Deltagardemokraten:* Delvis har procedurdemokraten rätt i det. Det är därför jag tycker att ökat folkligt deltagande i politiken och i journalistiken är positivt i sig, även om inte alla har lika genomtänkta åsikter och kan uttrycka dem lika väl.

*Samtalsdemokraten:* Nej, jag håller inte med om att jag är elitistisk. Alla kanske inte kan eller vill delta i deliberativa politiska diskussioner i dag, vare sig i eller utanför journalistiken, men det kan ju förändras. Alla behöver träning i att diskutera och föra dialog, precis som man behöver träning för att kunna spela fotboll. Då måste man få den träningen, men det får man inte om journalistiken framställer politik som en boxningsmatch. Om journalistiken däremot bidrog till och uppmuntrade en utvecklande dialog, då skulle fler lära sig att uppskatta och att delta i dem.

*Procedurdemokraten:* Jag tycker fortfarande att det låter elitistiskt. Du ger ju journalistiken i uppdrag att uppifrån lära både folket och politiker hur man bör diskutera. På samma sätt tycker jag att ni deltagardemokrater är elitistiska, fast där handlar det om att folk ska lära sig att delta. Eller att skämmas.

*Deltagardemokraten:* Nu tycker jag att du går för långt. Du gör elitism till ett skällsord och en etikett som du fäster på oss, samtidigt som du bortser från att din typ av demokrati i praktiken leder till att politiken sköts av mer eller mindre professionella politiker.

*Ansvarsdemokraten:* Elitism eller inte elitism; jag ser inget problem i att politiken sköts av de bäst lämpade, och det är politiker. Folket har ju all möjlighet att i efterhand utkräva ansvar om politikerna inte sköter sig.

*Mandatdemokraten:* Det håller jag med om: de bäst lämpade bör styra politiken. Det är bäst för alla, för folket självt. Men folket måste också ha makt att styra politikerna, och det sker genom att ge mandat för en

viss politisk inriktning. Om politikerna sedan inte håller sina löften, ja då kan vi sparka ut dem. Men mellan valen bör politiken skötas av de bäst lämpade. Det är ju därför vi har representativ demokrati.

*Samtalsdemokraten:* Nu är vi tillbaka igen vid våra olika demokratisyner istället för att diskutera hur medierna och journalistiken lever upp till dem. Kanske är det ett uttryck för något som vi alla, med undantag för procedurdemokraten, är eniga om.

*Procedurdemokraten:* Och det skulle vara?

*Samtalsdemokraten:* Medierna och journalistiken kan aldrig ses fristående från demokratin. Hur man ser på medierna och journalistiken botten ytterst i vilken demokratisyn man har. Det går därför inte att säga att demokratin är bra för eller dålig för demokratin i största allmänhet. Journalistiken bidrar till en viss typ av demokrati, men inte till en annan. Om man ska döma av vår diskussion:

I dag bidrar medierna och valjournalistiken i första hand till att demokratins spelregler upprätthålls och respekteras. I andra hand bidrar den till mandatdemokratin. Möjligen bidrar den också till sanktions- eller ansvarsdemokratin, fast det är tveksamt. Däremot bidrar medierna och valjournalistiken av i dag inte till deltagardemokratin eller samtalsdemokratin. Tvärtom bidrar medierna och journalistiken till att underminera både deltagar- och samtalsdemokratin.

*Deltagardemokraten:* Den sammanfattningen håller jag i stora drag med om.

*Ansvarsdemokraten:* Ja, det gör jag också. Med mer granskande journalistik skulle medierna och journalistiken kunna bidra till att uppfylla mitt demokratiideal, men i dag är det tveksamt.

*Mandatdemokraten:* På det stora hela håller jag också med om vad du säger. Med undantag av procedurdemokraten har jag nog mest skäl att vara nöjd.

*Procedurdemokraten:* Är det inte typiskt samtalsdemokrater att försöka avsluta en debatt med enighet?

*Samtalsdemokraten:* Kanske det, men viktigare är att vi nu vet mer om varför vi är oeniga. För det är vi, och det kommer vi nog alltid vara. Vissa frågor är helt enkelt eviga.

### **Maktlösa eller mäktiga redaktioner?**

Med detta är det dags att lämna diskussionen mellan procedurdemokraten, deltagardemokraten, ansvarsdemokraten, mandatdemokraten och samtalsdemokraten. Som vi har sett kan journalistikens innehåll värderas olika beroende av vilken demokratimodell och vilka krav man har som utgångspunkt. Mest skäl att vara nöjda har de som omfattar den pro-

ceduriella demokratimodellen och konkurrensdemokratien med betoning på mandatmodellen. Minst skäl har de som förespråkar den samtalsdemokratiska eller den deltagardemokratiska modellen.

Avstånden mellan ideal och verklighet kan tolkas och förklaras på olika sätt. Den vanligast förekommande förklaringen är att ett hårdnande ekonomiskt tryck i kombination med ett allt högre tempo i nyhetsproduktionen och nyhetspubliceringen bidrar till att det finns mindre resurser och tid för källkontroll, för granskningar, för research. Journalistiken har blivit marknadsdriven hävdar vissa, medan andra föredrar att använda de något mildare uttrycken marknadsanpassning eller marknadsorientering.

En annan vanligt förekommande förklaring är att den allt hårdare konkurrensen om människors uppmärksamhet leder till en journalistik alltmer anpassad efter medielogikens berättartekniker tillspetsning, förenkling, polarisering, konkretion, personifiering, stereotypisering och intensifiering. De sensationella berättelserna tränger ut de informativa nyheterna; de intuitivt intressanta nyheterna tränger ut de viktiga nyheterna; pseudojournalistiken tränger ut journalistiken. Åtminstone i de breda medierna. I nyhetssystemet som helhet finns det fortfarande mycket högklassig, upplysande och informativ journalistik, men i enskilda medier riktade mot en bred publik blir den typen av journalistik allt ovanligare. Konsekvensen blir ökade klyftor mellan de informerade och de oinformerade, de intresserade och de ointresserade, de kunniga och de okunniga. En förhållandevis liten elit tar del av den krävande men givande journalistiken, medan det stora flertalet tar del av den lättsamma men samtidigt lättviktiga journalistiken.

En tredje förklaring är att medierna och journalistiken är fångade av den makt som utövas av externa krafter: politiska partier, spin-doctors, lobbyister och professionella kommunikatörer. Medierna och journalistiken är för svaga för att stå emot dessa externa krafter, och resultatet blir en journalistik som passar källorna. Journalisterna vill, men kan inte, producera en journalistik som i olika avseenden är mer genomarbetad, kontrollerad och informativ.

En fjärde förklaring är att medierna och journalistiken ingår i en marknadsekonomisk och konsumtionsfixerad maktsfär som inte har något intresse av en journalistik som mobiliserar människor politiskt och samhälleligt. Medierna och därmed journalistiken är en del av en propagandaapparat styrd av mäktiga ekonomiska intressen, som också har makt över politiken. Dessa krafter har inte något intresse av en demokrati i vilken folk deltar aktivt och ifrågasätter; det enda de har intresse av är att människor fortsätter vara goda konsument. Som konsumenter får människor gärna vara aktiva, som medborgare är det bara bra om de är passi-

va. Numera är medier inte bara journalistiskt och publicistiskt motiverade företag; de är attraktiva investeringsobjekt för kapitalägare som ständigt är på jakt efter investeringar som ger största möjliga avkastning.

Samtliga dessa strukturellt betingade förklaringar är värda att ta på allvar, om än i olika grad. Samtidigt är det slående hur svårt det är att använda sig av strukturella faktorer när man ska förklara resultaten av såväl den här och andra undersökningar.

Vare sig medietyp (tv vs. tidningar), ägandesituation (public service vs. privatägt), mediekategori (kvällstidningar vs. morgontidningar) eller strukturell position på publikmarknaden (om man varje dag måste fånga människors uppmärksamhet eller inte) kan förklara förekomsten av spelgestaltningar, anonyma källor, artiklar och inslag med färre än två källor, hur många opinionsmätningar man publicerar och med vilken typ av statistisk basinformation, graden av tolkande journalistik, förekomsten av spekulationer eller i vilken utsträckning politiker respektive medborgare förekommer som källor. Det finns många skillnader mellan medierna, men det är mycket svårt att hitta strukturellt betingade mönster i skillnaderna. Det talar för att förklaringsmodeller som starkt betonar strukturella faktorer är mindre trovärdiga än eller otillräckliga utan förklaringsmodeller som betonar situations- och aktörsrelaterade faktorer.

Resultaten visar att det finns en mycket hög grad av handlingsutrymme för de enskilda redaktionerna och deras journalister. Det är inte ödesbundet att spelgestaltningar ska utgöra över en tredjedel av artiklarna och inslagen. Det är inte ödesbundet att över en tredjedel av artiklarna och inslagen ska sakna minst två källor, eller att anonyma källor ska förekomma i mellan nio och 26 procent av artiklarna och inslagen. Det är inte ödesbundet att runt fyra av tio artiklar och inslag ger uttryck för ett tolkande förhållningssätt eller att spekulationer ska förekomma i runt eller mer än hälften av artiklarna och inslagen. Det är inte ödesbundet att journalistiken vid varje val ska söka efter dominerande berättelser som aktivt bidrar till att forma vinnare och förlorare. Och så vidare.

Makten över journalistikens innehåll ligger i huvudsak hos i första hand medierna och i andra hand redaktionerna och deras journalister. De strukturella faktorerna, den omgivande världen och källorna sätter ramar, men inom de ramarna finns det ett betydande handlingsutrymme för såväl medierna som deras redaktioner och journalister. Medierna behöver inte fungera som industrialiserade tjänsteföretag, som nyhetsfabriker; de kan också fungera som kunskapsföretag. Redaktionerna behöver inte producera en serietillverkad och rutiniserad standardjournalistik eller pseudojournalistik; de kan också producera nytänkande journalistik som syftar till att finna och vidareförmedla så kontrollerade och sanningenliga bilder av verkligheten som möjligt.

Detta är den goda nyheten. Det finns dock två förutsättningar: att det finns en medvetenhet hos och en vilja från redaktionernas och journalisternas sida, och att det finns en efterfrågan från medborgarnas sida.

I vilken utsträckning dessa förutsättningar existerar i dag är en öppen fråga. Det finns många medvetna och ambitiösa journalister som vill producera en annan och bättre journalistik än i dag, men det finns också de som har gett upp eller som tycker att den journalistik som produceras i dag är bra nog. Det finns också många som ser sig som mer maktlösa än vad de egentligen är, och som därför avstår från att försöka genomdriva förändringar som skulle kunna leda till framgång. På samma sätt finns det medieägare som har publicistiska ambitioner och som vill tillhandahålla en välunderbyggd, informerande och granskande journalistik. Men det finns också medieägare vars intressen är ekonomiska och inte publicistiska, och som är fullt nöjda med att tillhandahålla pseudo-journalistik och annat icke-journalistiskt medieinnehåll så länge det är lönsamt.

När det gäller mediepublikerna är det svårt att veta hur utbredd, genomtänkt och djupt liggande den kritik som finns mot medierna är. Paradoxen när det gäller människors förhållande till journalistiken och dess kvalitet är att de är utlämnade till den journalistik som erbjuds. Det är svårt att veta vad man inte får veta och det är svårt att efterfråga något man inte erbjuds. En förutsättning för väl fungerande marknader är att människor kan göra informerade val, men i det här fallet behöver människor hjälp av redaktionerna och journalisterna för att kunna göra sådana informerade val. Vad det betyder är att efterfrågan på en god journalistik, oavsett hur stor den är i dag, kan skapas eller åtminstone ökas.

Att göra det borde vara av högsta prioritet för alla som värnar journalistikens integritet och särart.

### **Till sist**

I och med att det inte råder någon enighet om vad som utmärker den goda demokratin, kommer det sannolikt aldrig råda enighet om vilka demokratiska krav man kan ställa på medierna och journalistiken. Procedurdemokrater, ansvarsdemokrater, mandatdemokrater, deltagardemokrater och samtalsdemokrater kommer alltid att ställa olika krav på medierna och journalistiken, eftersom de har olika uppfattningar om den goda demokratis kännetecken.

Det behöver dock inte vara något problem, utan tvärtom. Det ligger i demokratis natur att aldrig vara fullständig, aldrig färdigbyggd, aldrig perfekt. Därför är det viktigt att det ständigt förs en offentlig debatt och diskussion om såväl demokratin och politiken som om medierna och

journalistiken. Det är tack vare sådana debatter och diskussioner som demokratin har visat sig ha en förmåga att förnya sig själv som inga andra styrelseskick har.

En grundläggande förutsättning för en väl fungerande och utvecklande diskussion är dock att medierna själva medverkar till en sådan. Utan en aktiv medverkan från mediernas, redaktionernas och journalisternas sida kommer det aldrig gå att få till stånd vare sig en utvecklande politisk diskussion, ett kraftfullt försvar för demokratins principer och procedurer, eller en mer levande demokrati. Mediernas och journalistikens medverkan är lika viktig som politikernas och medborgarnas.

Det är konsekvensen av att vi lever i en medialiserad demokrati: En demokrati i vilken hela samhällslivet och de politiska processerna ständigt genomsyras och påverkas av mediernas makt och mediernas urval, presentation, form, rytm, tempo och innehåll.

Om det är en god eller en dålig nyhet beror på hur medierna hanterar sin makt – och det ansvar som moraliskt alltid följer med makt.

Det gäller i slutändan oss alla, oavsett vilka roller vi intar i samhället. Vi har alla makt och ett ansvar. Vi bidrar alla till att forma den demokrati som vi har i dag, och vi kan alla vara med och forma den demokrati vi vill ha i morgon.

## Metodbilaga: Demokratibarometern 2002

Demokratibarometern 2002 bygger på postenkäter. De enkäter som skickades ut till medborgare, journalister och politiker är exakt likalydande, så samtliga tre grupper har fått svara på exakt samma frågor. Totalt sett består enkäten av 38 huvudfrågor, varav 21 består av mer än en fråga. Sammanlagt består enkäten av 150 frågor.

De flesta frågorna har kunnat besvaras genom att den svarande sätter ett kryss för det svarsalternativ som stämmer bäst överens med den egna uppfattningen. Nästan samtliga frågor har haft fördefinierade svarsalternativ, av karaktären »Instämmer helt«, »Instämmer delvis«, »Instämmer knappast« och »Instämmer inte alls«. De flesta frågorna har även haft »Vet ej« som ett separat svarsalternativ, för att minska risken att människor ger uttryck för en åsikt som de egentligen inte har. Två frågor har saknat fördefinierade svarsalternativ. Den ena består av tre kunskapsfrågor, medan den andra handlar om vilka frågor de svarande tycker är viktigast i rikspolitiken vid svarandetillfället.

### Undersökningens genomförande

Undersökningen har administrerats av Demokratiinstitutet. Urvalet av medborgare är obundet slumpmässigt (osU) inom åldersgrupperna 16–80 år, och det gjordes av SPAR. Bruttourvalet bestod av 2500 medborgare. Urvalet av journalister gjordes av Journalistförbundet, som också administrerade utskicket av enkäter. Svarskuverten var emellertid adresserade till Demokratiinstitutet. Sammanlagt bestod bruttourvalet av 1000 slumpmässigt valda journalister anslutna till Journalistförbundet.

När det gäller urvalet av politiker har ett problem varit att det saknas centrala register över samtliga landets politiker, vilket omöjliggör ett slumpmässigt urval. Vad som finns är register över specifika kategorier politiker, exempelvis nämndsordföranden, riksdagsledamöter och kommunalråd. Vid urvalet fick Demokratiinstitutet hjälp av Svenska Kommunförbundet, som ur sitt register av landets samtliga kommunalråd, oppositionsråd, nämndsordföranden och fullmäktigeordföranden gjorde ett urval av 1228 politiker. Det urvalet består av kommunfullmäktigeordföranden, kommunalråd, oppositionsråd samt ordföranden i de nämnder som ansvarar för barn- och utbildningsfrågor.

De första enkäterna skickades ut i början av augusti 2002. Efter det fick samtliga grupper två påminnelser. 56 procent av samtliga enkäter fylldes i före eller under valdagen den 15 september 2002, resterande enkäter fylldes i efter valdagen. Undersökningen avslutades i november 2002, även om de drygt 10 enkäter som inkom efter det också inkluderades i undersökningen.

### Svarsfrekvenser och bortfall

Ett återkommande problem med enkätundersökningar är svårigheterna att uppnå acceptabla svarsfrekvenser. Hur hög svarsfrekvensen bör vara är en fråga utan givet svar, vilket framförallt beror på om bortfallet är systematiskt eller slumpmässigt. En svarsprocent på mellan 50 och 75 procent brukar dock i de flesta fall betraktas som tillräcklig.<sup>532</sup> Den samlade svarsfrekvensen i Demokratibarometern 2002 framgår av tabell 1 nedan.

En svarsfrekvens på 58 procent kan anses acceptabel om bortfallet i huvudsak är slumpmässigt, men knappast om det är systematiskt. Därför har en jämförelse gjorts mellan de medborgare som deltagit i undersökningen och befolkningen i stort vad gäller kön, ålder och utbildningsnivå (se tabell 2). När det gäller journalister och politiker har motsvarande analys inte varit möjligt att göra eftersom det saknas exakta uppgifter om den totala populationen. Samtidigt är medborgargruppen särskilt viktig att analysera eftersom svarsfrekvensen bland medborgarna är lägre än svarsfrekvensen bland journalister och politiker.

Som framgår av tabellen har Demokratibarometern 2002 en mycket hög representativitet i förhållande till hela befolkningen vad gäller kön och ålder. När det gäller utbildningsnivå är representativiteten något sämre; det finns bland de svarande en underrepresentation av personer vars högsta avslutade utbildning är grundskola eller gymnasium, och en överrepresentation av framförallt svarande vars högsta avslutade utbildning är högskola eller universitet. Sammantaget är skillnaderna emeller-

**Tabell 1.** Svarsfrekvenser och bortfall i Demokratibarometern 2002.

|               | Medborgare | Journalister | Politiker | Totalt |
|---------------|------------|--------------|-----------|--------|
| Bruttourval   | 2500       | 1000         | 1228      | 4728   |
| Bortfall      | 214        | 11           | 18        | 243    |
| Nettourval    | 2286       | 989          | 1210      | 4485   |
| Antal svar    | 1147       | 570          | 907       | 2624   |
| Svarsfrekvens | 50%        | 58%          | 75%       | 58%    |

**Tabell 2.** Medborgarnas representativitet avseende kön, ålder och utbildning (procent).

|                                                             | Medborgarsvar i<br>Demokratibarometer<br>2002 | Befolkningen<br>i dess helhet |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------|
| Man                                                         | 48                                            | 50                            |
| Kvinna                                                      | 52                                            | 50                            |
| Högsta avslutade utbildning grundskola<br>eller motsvarande | 22                                            | 27                            |
| Högsta avslutade utbildning gymnasium                       | 42                                            | 45                            |
| Högsta avslutade utbildning högskola<br>eller universitet   | 36                                            | 26                            |
| 16–24 år                                                    | 13                                            | 14                            |
| 25–34 år                                                    | 16                                            | 18                            |
| 35–44 år                                                    | 17                                            | 18                            |
| 45–54 år                                                    | 18                                            | 18                            |
| 55–64 år                                                    | 18                                            | 16                            |
| 65–74 år                                                    | 13                                            | 11                            |
| 75–80 år                                                    | 6                                             | 6                             |

Anmärkning. Procentbasen för befolkningen i dess helhet när det gäller kön och ålder är 6 778 071, den totala befolkningen mellan 16 och 80 år den sista december 2001. Procentandelar utbildningsnivå avser åldrarna 16–74 år. Källa: Statistisk Årsbok för Sverige 2003, sid. 62–64, sid. 502. Procent avrundade till närmast jämna heltal.

tid förhållandevis små varför undersökningen kan sägas vara representativ för medborgare mellan 16 och 80 år.

Två faktorer förtjänar dock att tas hänsyn till. För det första är sannolikt medborgare med annat modersmål än svenska underrepresenterade i undersökningen. För det andra är sannolikt personer med ett förhållandevis stort intresse för politik och samhällsfrågor överrepresenterade, eftersom deras motivation att delta i en enkätundersökning av det här slaget troligen är högre än bland personer som är förhållandevis ointresserade av politik och samhällsfrågor. Båda dessa problem, underrepresentationen av invandrare och personer med ett relativt sett lägre politiskt intresse, torde vara generella för de flesta enkätundersökningar som genomförs numera.

## Litteratur

- Abramsson, Erika & Sundberg, Patrik (2003): *Vägledning eller vilseledning. En studie om opinionsundersökningar i tidningsmedier inför valet 2002*. C-uppsats. Sundsvall: MKV/Mitthögskolan.
- Ackerman, Bruce & Fishkin, James S. (2003): Deliberation Day. I Fishkin, James S. & Laslett, Peter (red): *Debating Deliberative Democracy*. Oxford: Blackwell.
- Allern, Sigurd (2001): Kildene og mediemakten. I Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Alström, Börje & Nord, Lars (2000): *Två små ger mer än en stor*. Stockholm: Kunskapsförlaget.
- Alström, Börje & Nord, Lars (2002): *Expedition Mångfald. Båda tidningarna kvar på ön*. Stockholm: Carlssons.
- Alström, Börje & Nord, Lars (2003): *Den skånska modellen. En vd, två kulturer, tre tidningar och fyra bröder*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Altenberg, Per & Kleen, Peter (2001): *Globalisering under attack*. Stockholm: SNS Förlag.
- Altheide, David L. & Snow, Robert P. (1979): *Media Logic*. Beverly Hills: Sage.
- Altheide, David L. & Snow, Robert P. (1991): *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine de Gruyter.
- Amnå, Erik (2003): Deltagardemokratin – Önskvärd, nödvändig – men möjlig? I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Andén-Papadopoulos, Kari (2003): *Dold kamera. I sanningens tjänst*. Stockholm: Sellin & Partner.
- Andersson, Staffan (1999): *Hederlighetens pris – en ESO-Rapport om korruption*. Ds 1999:62. Stockholm: Finansdepartementet.
- Andersson, Anna & Andersson, Mikael (2002): *Orden eller pengarna? En studie av svenska chefredaktörers syn på kampen mellan pennan och penningen*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Andersson Odén, Tomas (2003): *2001 års publicistiska bokslut. En Rapport om 36 tidningars bokstäver – i siffror*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Asp, Kent (1986): *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Asp, Kent (1990): *Medierna och valrörelsen*. I Hadenius, Stig (red): *Journalistik och politik*. Stockholm: JMK/Stockholms universitet.
- Asp, Kent (1991): *Journalisternas åsikter – en jämförelse med politiker och allmänhet*. I Weibull, Lennart (red): *Svenska journalister. Ett grupporträtt*. Stockholm: Tiden.
- Asp, Kent (1995): *Kommersialiserade tv-nyheter på gott och ont. Jämförande undersökning av Rapport tv2 och Nyheterna tv4*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Asp, Kent (1996): *Röd-gröna journalister. Politiska åsikter och yrkesideologi i samverkan*. I Carlsson, Ulla (red): *Medierna i samhället. Igår idag imorgon*. Göteborg: Nordicom.

- Asp, Kent (1999): Mäktiga eller maktlösa? Medierna inför 2000-talet. I Carlsson, Ulla (red): *Medierna i samhället. Kontinuitet och förändring*. Göteborg: Nordicom.
- Asp, Kent (2001): Journalisternas politiska åsikter. I Ghersetti, Marina (red): *Journalist 2000*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Asp, Kent (2003): *Medieval 2002. Partiskheten och valutgången. En studie av valrörelsens medialisering*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Asp, Kent & Esaiasson, Peter (1996): The Modernization of Swedish Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization. I Swanson, David L. & Mancini, Paolo (red): *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport: Praeger.
- Babbie, Earl (1992): *Methodology in Social Sciences*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bagdikian, Ben H. (2000): *The Media Monopoly*. 6:e upplagan. Boston: Beacon Press.
- Baker, Edwin C. (2002): *Media, Markets, and Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Bartle, John & Crewe, Ivor (2002): The Impact of Party Leaders in Britain: Strong Assumptions, Weak Evidence. I King, Anthony (red): *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*. New York: Oxford University Press.
- Bartels, Larry M. (2002): The Impact of Candidate Traits in American Presidential Elections. I King, Anthony (red): *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*. New York: Oxford University Press.
- Bauman, Sandra L. & Lavrakas, Paul J. (2000): Reporters' Use of Casual Explanation in Interpreting Election Polls. I Lavrakas, Paul J. & Traugott, Michael W. (red): *Election Polls, the News Media, and Democracy*. New York: Chatham House.
- Beckman, Petter (2000): Tidningen som torg. Erfarenheter från DN:s mobila redaktion. I Strömbäck, Jesper (red): *Public journalism på svenska*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Beckman, Petter (2003): *Riv stängslan! Medierna som mötesplats: public journalism i svensk tappning*. Stockholm: Sellin & Partner.
- Becksmo, Björn & Stjernfeldt, Daniel (2001): *Public journalism på svenska dagstidningar – medvetet grepp eller obekant begrepp?* Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Bengtsson, Jesper (2001): *Mäktiga medier, mager demokrati*. Stockholm: Bilda förlag.
- Bennulf, Martin & Hedberg, Per (1999): Utanför demokratin. Om det minskade valdeltagandets sociala och politiska röster. I SOU 1999:132. Stockholm: Fakta Info Direkt.
- Benton, Marc & Frazier, P. Jean (1976/1991): The Agenda-Setting Function of the Mass Media at Three Levels of »Information Holding«. I Protess, David L. & McCombs, Maxwell (red): *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*. Hillsdale, Nj: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bergh, Andreas & Rubenson, Daniel (2001): Tennis och politik – är deltagande en dygd? I Strömbäck, Jesper (red): *En uthållig demokrati? Sju debattinlägg*

- om demokratiutredningen och demokratins framtid. Uppsala: Uppsala Publishing House.
- Bernays, Edward L. (1923): *Crystallizing Public Opinion*. New York: Boni and Liveright.
- Bernays, Edward L. (1928): *Propaganda*. New York: Horace Liveright.
- Bettag, Tom (2000): Evolving Definitions of News. I *The Harvard International Journal of Press/Politics* vol. 4, no. 2.
- Black, Jay (red, 1997): *Mixed News. The Public/Civic/Communitarian Journalism Debate*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Blumler, Jay G. & Gurevitch, Michael (1995): *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.
- Bobbio, Norberto (1993): *Liberalism och demokrati*. Göteborg: Daidalos.
- Boethius, Maria-Pia (2001): *Mediernas svarta bok. En kriminografi*. Stockholm: Ordfront.
- Boorstin, Daniel J. (1964): *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper Colophon.
- Boström, Bengt-Ove (1988): *Samtal om demokrati*. Lund: Doxa.
- Bourdieu, Pierre (1991): *Kultur och kritik*. Göteborg: Daidalos.
- Bourdieu, Pierre (1998): *Om televisionen*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings bokförlag Symposion.
- Brandelius, Pia & Hanson, Håkan (2002): Motiverat att undersöka folksjälen – men hur? I Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och opinionsmätningarna*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Brandenburg, Heinz (2003): »Security at the Source«. *Military Doctrine, Practice and Consequences of Embedded Reporting During the Iraq War*. Paper presenterat vid den 16:e
- Nordiska medieforskarkonferensen, 15–17 augusti 2003.
- Brettschneider, Frank & Gabriel, Oscar W. (2002): The Nonpersonalization of Voting Behavior in Germany. I King, Anthony (red): *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*. New York: Oxford University Press.
- Brewer, Paul, Aday, Sean & Gross, Kimberly (2003): Rallies All Around: The Dynamics of System Support. I Norris, Pippa, Kern, Montague & Just, Marion (red): *Framing Terrorism. The News Media, the Government, and the Public*. New York: Routledge.
- Bryntesson, Bodil, Hammarlind, Folke & Sammeli, Carl Fredrik (2001): *PR i nytt medielandskap*. Malmö: Liber.
- Bäck, Hanna (2003): Vad krävs för en fungerande valdemokrati? I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Bäck, Mats & Möller, Tommy (2001): *Partier och organisationer*. Femte upplagan. Stockholm: Norstedts juridik.
- Cappella, Joseph N. & Jamieson, Kathleen Hall (1997): *Spiral of Cynicism. The Press and the Public Good*. New York: Oxford University Press.
- Carey, James W. (1999): In Defense of Public Journalism. I Glasser, Theodore L. (red). *The Idea of Public Journalism*. New York: The Guilford Press.

- Carlsson, Michael (2002): Nätet och medborgare i globaliseringsperspektiv. I Dahlgren, Peter (red): *Internet, medier och kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.
- Carlsson, Michael & Strömbäck, Jesper (1999): *Ett parti som alla andra. En granskning av pressen och bilden av folkpartiet under valrörelsen 1998*. Opublicerad rapport.
- Carlsson, Ulla (red, 2003): *Mediebarometer 2002*. Göteborg: Nordicom.
- Carruthers, Susan L. (2000): *The Media at War*. New York: Palgrave.
- Castells, Manuel (2000a): *Identitetens makt*. Göteborg: Daidalos.
- Castells, Manuel (2000b): *Milleniets slut*. Göteborg: Daidalos.
- Castells, Manuel (2001): *Nätverkssamhällets framväxt*. Andra upplagan. Göteborg: Daidalos.
- Caul, Miki L. & Gray, Mark M. (2000): From Platform Declarations to Policy Outcomes: Changing Party Profiles and Partisan Influence over Policy. I Dalton, Russel J. & Wattenberg, Martin P. (red): *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Charity, Arthur (1995): *Doing Public Journalism*. New York: The Guilford Press.
- Chomsky, Noam (1997): *Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda*. New York: Seven Stories Press.
- Cook, Timothy E. (1998): *Governing with the News. The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press.
- Dahl, Robert A. (1994): Demokrati som procedur. I Hansson, Sven Ove & Hermansson, Jörgen (red): *Idéer om demokrati*. Stockholm: Tidens förlag.
- Dahl, Robert A. (1998): *On democracy*. New Haven: Yale University Press.
- Dahl, Robert A. (1999): *Demokratin och dess antagonister*. Stockholm: Ordfront.
- Dahlgren, Peter (2001): The Public Sphere and the Net: Structure, Space, and Communication. I Bennett, W. Lance & Entman, Robert M. (red): *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Dalton, Russel J. & Wattenberg, Martin P. (2000): Unthinkable Democracy: Political Change in Advanced Industrial Democracies. I Dalton, Russel J. & Wattenberg, Martin P. (red): *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Dearing, James W. & Rogers, Everett M. (1996): *Agenda-Setting*. Thousand Oaks: Sage.
- de Burgh, Hugo (2000a): Introduction: a higher kind of loyalty? I de Burgh, Hugo (red): *Investigative Journalism. Context and Practice*. London: Routledge.
- de Burgh, Hugo (2000b): The emergence of investigative journalism. I de Burgh, Hugo (red): *Investigative Journalism. Context and Practice*. London: Routledge.
- Delli Carpini, Michael X. & Keeter, Scott (1996): *What Americans Know about Politics and Why It Matters*. New Haven: Yale University Press.
- Demers, David (1999): *Global Media: Menace or Messiah?* Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Djerf-Pierre, Monika (2001): Skjutjärn, pedagog eller hantverkare? I Gherseti, Marina (red):

- Journalist* 2000. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Djerf-Pierre, Monika & Weibull, Lennart (2001): *Spegla, granska, tolka. Aktuallitetsjournalistik i svensk radio och tv under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.
- Djupsund, Göran (2003): *Tidningen – ett snabbköp för olika gestaltningar av politik? Skådespel för massorna och analys för eliterna*. En studie av politisk kommunikation i tider mellan val. Paper presenterat vid den 16:e Nordiska medieforskarkonferensen, 15–17 augusti 2003.
- Downs, Anthony (1957): *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.
- Dworkin, Ronald (1996): *Freedom's Law. The Moral Reading of the American Constitution*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Easton, David (1965/1979): *A Systems Analysis of Political Life*. Chicago: University of Chicago Press.
- Eide, Martin (2001): Journalistisk makt. Et oppslag. I Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Eide, Martin (red.) (2001): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Eijk, Cees van der (2000): The Netherlands: Media and Politics between Segmented Pluralism and Market Forces. I Gunther, Richard & Mughan, Anthony (red): *Democracy and the Media. A Comparative Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Ekercrantz, Jan & Olsson, Tom (1994): *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnufts historia*. Stockholm: Carlssons.
- Eksterowicz, Anthony J. & Roberts, Robert N. (red, 2000): *Public Journalism and Political Knowledge*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Ekström, Mats (1999): TV-tittarna och demokratin. I SOU 1999:126. *Politikens medialisering*. Stockholm: Fakta Info Direkt.
- Ekström, Mats & Nohrstedt, Stig Arne (1996): *Journalistikens etiska problem*. Stockholm: Rabén Prisma/Svenska Journalistförbundet.
- Ekström, Mats & Andersson, Cathrin (1999): När väljarna skall mobiliseras. Valrörelsen 1998 i ett jämförande perspektiv. I SOU 1999:132. *Valdeltagande i förändring*. Stockholm: Fakta Info Direkt.
- Ekström, Mats & Eriksson, Göran (1998): *Avslöjande journalistik och underhållande dramatik. En fallstudie av programmet Striptease*. Örebro: Högskolan i Örebro.
- Elliot, Maria (1997): *Förtroendet för medierna*. Göteborg: JMG, Göteborgs Universitet.
- Elster, Jon (1998): Introduction. I *Deliberative Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Elster, Jon (red): *Deliberative Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Engberg, Peppe (2001): Berneraffären visar att nätet ändrar mediedramaturgin. I *Vision* 2001:823.
- Entman, Robert M. (1989): *Democracy Without Citizens. Media and the Decay of American Politics*. New York: Oxford University Press.
- Entman, Robert M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. I *Journal of Communication* vol. 43, no. 4.

- Eriksson, Göran (2002): *Den televiserade politiken. Studier av debatt- och nyhetsjournalistik*. Örebro: Örebro universitet.
- Esaiasson, Peter (1990): *Svenska valkampanjer 1866–1988*. Stockholm: Allmänna Förlaget.
- Esaiasson, Peter (2003): Vad menas med folkviljans förverkligande? I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratis mekanismer*. Malmö: Liber.
- Esaiasson, Peter & Håkansson, Nicklas (2002): *Besked ikväll! Valprogrammen i svensk radio och tv*. Stockholm: Stiftelsen Etermedierna i Sverige.
- Ettema, James S. & Glasser, Theodore L. (1998): *Custodians of Conscience. Investigative Journalism and Public Virtue*. New York: Columbia University Press.
- Ewan, Stuart (1996): *PR! A Social History of Spin*. New York: Basic Books.
- Falkheimer, Jesper (2004): När särintresse blir allmänintresse – om news management. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Fallows, James (1996): *Breaking the News. How the Media Undermine American Democracy*. New York: Pantheon Books.
- Farrell, David M. (1996): Campaign Strategies and Tactics. I LeDuc, Lawrence, Niemi, Richard G. & Norris, Pippa (red): *Comparing Democracies. Elections and Voting in Global Perspective*. Thousand Oaks: Sage.
- Farrell, David M. & Webb, Paul (2000): Political Parties as Campaign Organisations. I Dalton, Russel J. & Wattenberg, Martin P. (red): *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. New York: Oxford University Press.
- Fearon, James D. (1998): Deliberation as Discussion. I Elster, Jon (red): *Deliberative Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Fishkin, James S. (1997): *The Voice of the People*. New Haven: Yale University Press.
- Fishkin, James S. & Laslett, Peter (2003): Introduction. I Fishkin, James S. & Laslett, Peter (red): *Debating Deliberative Democracy*. Oxford: Blackwell.
- Fishkin, James S. & Laslett, Peter (red, 2003): *Debating Deliberative Democracy*. Oxford: Blackwell.
- Fiske, John (1997): *Kommunikationsteorier. En introduktion*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Fiske, Susan T. & Taylor, Shelley E. (1991): *Social Cognition*. New York: McGraw-Hill.
- Folkpartiet (2003): *Valet 2002. »Succeskommissionens« valanalys*. Stockholm: Folkpartiet.
- Franklin, Bob (1997): *Newszak & News Media*. London: Arnold.
- Fuchs, Dieter; Guidorossi, Giovanna; Svensson, Palle (1998): Support for the Democratic System. I Klingemann, Hans-Dieter & Fuchs, Dieter (red): *Citizens and the State*. Oxford: Oxford University Press.
- Fukuyama, Francis (1992): *Historiens slut och den sista människan*. Stockholm: Norstedts.
- Galtung, Johan & Ruge, Mari Holmboe (1965/1999): The Structure of Foreign News. I Tumber, Howard (red): *News: A Reader*. Oxford: Oxford University Press.

- Gambetta, Diego (1998): »Claro!«: An Essay on Discursive Machismo. I Elster, Jon (red): *Deliberative Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Gamson, William A. (1992): *Talking Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Gans, Herbert J. (1980): *Deciding what's news. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage.
- Gans, Herbert J. (2003): *Democracy and the News*. New York: Oxford University Press.
- Geer, John G. (1996): *From Tea Leaves to Opinion Polls. A Theory of Democratic Leadership*. New York: Columbia University Press.
- Ghanem, Salma (1997): Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting. I McCombs, Maxwell; Shaw, Donald L; Weaver, David (red): *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ghersetti, Marina (2001): Nyhetsvärdering – ideal och verklighet. I Ghersetti, Marina (red): *Journalist 2000*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Ghersetti, Marina (2004): Sensationsjournalistikens mekanismer. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Ghersetti, Marina & Hvitfelt, Håkan (2000): *Slutet på sagan. Prinsessan Dianas död i press, radio och tv*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.
- Giddens, Anthony (2003): *En skenande värld. Hur globaliseringen är på väg att förändra våra liv*. Stockholm: SNS Förlag.
- Gilljam, Mikael (2003): Deltagardemokrati med förhinder. I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Gilljam, Mikael & Holmberg, Sören (1995): *Väljarnas val*. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red, 2003): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Glasser, Theodore L. (red, 1999): *The Idea of Public Journalism*. New York: The Guilford Press.
- Glynn, Carroll J.; Herbst, Susan; O'Keefe, Garrett J. & Shapiro, Robert Y. (1999): *Public Opinion*. Boulder: Westview Press.
- Golan, Guy & Wanta, Wayne (2001): Second-Level Agenda Setting in the New Hampshire Primary: A Comparison of Coverage in Three Newspapers and Public Perceptions of Candidates. I *Journalism & Mass Communication Quarterly* vol. 78, no. 2.
- Gonzenbach, William J. & McGavin, Lee (1997): A Brief History of Time: A Methodological Analysis of Agenda Setting. I McCombs, Maxwell; Shaw, Donald L; Weaver, David (red): *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Goodin, Robert E. (2003): Democratic Deliberation Within. I Fishkin, James S. & Laslett, Peter (red): *Debating Deliberative Democracy*. Oxford: Blackwell.
- Graber, Doris (1988): *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. 2:a upplagan. Lanham: University Press of America.
- Gunther, Richard & Mughan, Anthony (red, 2000): *Democracy and the Media. A Comparative Perspective*. New York: Cambridge University Press.

- Gunther, Richard & Diamond, Larry (2001): Types and Functions of Parties. I Diamond, Larry & Gunther, Richard (red): *Political Parties and Democracy*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Gunther, Richard, Montero, José Ramón & Linz, Juan J. (red, 2002): *Political Parties. Old Concepts and New Challenges*. New York: Oxford University Press.
- Gustafsson, Karl Erik & Rydén, Per (red, 2000): *Den svenska pressens historia I. I begynnelsen (tiden före 1830)*. Stockholm: Ekerlids förlag.
- Gustafsson, Karl Erik & Rydén, Per (red, 2001): *Den svenska pressens historia II. Åren då allting hände (1830–1897)*. Stockholm: Ekerlids förlag.
- Gutmann, Amy & Thompson, Dennis (1996): *Democracy and Disagreement. Why moral conflict cannot be avoided in politics, and what should be done about it*. Harvard: Belknap.
- Habermas, Jürgen (1984): *Borgerlig offentlighet*. Lund: Arkiv Förlag.
- Habermas, Jürgen (1995): Kampen för ömsesidigt erkännande i den demokratiska rättsstaten. I Taylor, Charles: *Det mångkulturella samhället och erkännandets politik*. Göteborg: Daidalos.
- Hadenius, Axel (2001): *Demokrati. En jämförande analys*. Malmö: Liber.
- Hadenius, Stig (1996): *Svensk politik under 1900-talet. Konflikt och samförstånd*. Fjärde upplagan. Stockholm: Tiden.
- Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (1997): *Massmedier*. 6:e upplagan. Stockholm: Bonnier Alba.
- Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (1999): *Massmedier*. 7:e upplagan. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (2003): *Massmedier*. 8:e upplagan. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Hagevi, Magnus (1999): *Kommunala förtroendeuppdrag 1999*. Stockholm: Svenska Kommunförbundet.
- Hallin, Daniel C. (1986): *The »Uncensored War«. The Media and Vietnam*. Berkeley: University of California Press.
- Hallin, Daniel C. (1992): Sound Bite News: Television Coverage of Elections, 1968–1988. I *Journal of Communication* vol. 42, no. 2.
- Hansson, Sven Ove & Hermansson, Jörgen (red, 1994): *Idéer om demokrati*. Stockholm: Tiden.
- Hargreaves, Ian (2003): *Journalism. Truth or dare?* Oxford: Oxford University Press.
- Hart, Roderick P. (1999): *Seducing America. How Television Charms the Modern Voter*. Revised Edition. Thousand Oaks: Sage.
- Hayek, Friedrich A. (1996): *Vägen till trälldom. Till socialister i alla partier*. Stockholm: Timbro.
- Hedman, Lowe & Bergström, Annika (2003): Internet – en berg- och dalbana. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet.
- Held, David (1996): *Demokratimodeller. Från klassisk demokrati till demokratisk autonomi*. Göteborg: Daidalos.
- Held, David & McGrew, Anthony (2003): *Den omstridda globaliseringen*. Göteborg: Daidalos.

- Helland, Knut (2001): TV-nyhetenes eksponeringsmakt. I Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Hermansson, Jörgen (2003): *Politik på upplysningens grund. Om den demokratiska reformismens möjligheter och problem*. Malmö: Liber.
- Hernes, Gudmund (1978): Det mediavridde samfunn. I Hernes, Gudmund (red): *Forhandlingsøkonomi og blandningsadministrasjon*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hertog, James K. & McLeod, Douglas M. (2001): A Multiperspectival Approach to Framing Analysis: A Field Guide. I Reese, Stephen D., Gandy Jr, Oscar H. & Grant, August E. (red): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hester, Joe Bob & Gibson, Rhonda (2003): The Economy and Second-Level Agenda Setting: A Time-Series Analysis of Economic News and Public Opinion about the Economy. I *Journalism & Mass Communication Quarterly* vol. 80, no. 1.
- Hill, David B. (1985): Viewer Characteristics and Agenda-Setting by Television News. I *Public Opinion Quarterly* vol. 49, pp. 340–350.
- Hirschman, Albert O. (1970): *Exit, Voice, and Loyalty. Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Hjarvard, Stig (2001): News Media and the Globalization of the Public Sphere. I Hjarvard, Stig (red): *News in a Globalized Society*. Göteborg: Nordicom.
- Holmberg, Sören (1999): *Representativ demokrati*. SOU 1999:64. Stockholm: Fakta Info Direkt.
- Holmberg, Sören (2000): *Välja parti*. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2002): Institutionsförtroende. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Det våras för politiken*. Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2003a): Fåfångans marknad. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2003): *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2003b): Förgängligt förtroende. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2003): *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet.
- Hovland, Carl I., Janis, Irving L. & Kelley, Harold H. (1953): *Communication and Persuasion. Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale University Press.
- Hultén, Lars J. (1999): *Orden och pengarna. Om kamp och kapitulation inom journalistiken*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Hvitfelt, Håkan (1985): *På första sidan. En studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Beredskapsnämnden för Psykologiskt Försvar.
- Hvitfelt, Håkan (1989): *Nyheter och verkligheten – byggstenar till en teori*. Göteborg: JMC/Göteborgs universitet.
- Hvitfelt, Håkan (1996): Skurkar, kapplöpningar och sensationer – om marknadsstyrd journalistik och politisk populism. I Carlsson, Ulla (red): *Medierna i samhället – Igår idag imorgon*. Göteborg: Nordicom.

- Hvitfelt, Håkan (1999): Politik som såpopera. I Hvitfelt, Håkan & Karvonen, Lauri (red): *Den svala demokratin*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Hvitfelt, Håkan (2001): Konsten att dra en bra historia. I Hvitfelt, Håkan & Karvonen, Lauri (red): *Demokratins konflikter*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Hvitfelt, Håkan (2002): En ny medievärld. I Hvitfelt, Håkan & Nygren, Gunnar (red): *På väg mot medievärlden 2020. Journalistik, teknik, marknad*. Andra upplagan. Lund: Studentlitteratur.
- Hvitfelt, Håkan & Mattsson, Karin (1992): *Gulfkriget – ett mediedrama i två akter*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.
- Hylland Eriksen, Thomas (1998): Ett storverk om hur nätverket tar makten. I *Moderna Tider* nr. 96.
- Inglehart, Ronald (2003): How Solid is Mass Support for Democracy – And How Can We Measure It? I *PS: Political Science and Politics* vol. 36, no. 1.
- Iyengar, Shanto (1991): *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, Shanto & Kinder, Donald R. (1987): *News that Matters. Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jacobsson, Kerstin (1997): *Så gott som demokrati. Om demokratifrågan i EU-debatten*. Umeå: Boréa.
- Jamieson, Kathleen Hall (1992): *Dirty Politics. Deception, Distraction, and Democracy*. New York: Oxford University Press.
- Jamieson, Kathleen Hall (2001): *Everything You Think You Know About Politics... And Why You're Wrong*. New York: Basic Books.
- Jamieson, Kathleen Hall & Waldman, Paul (2003): *The Press Effect. Politicians, Journalists, and the Stories That Shape the Political World*. New York: Oxford University Press.
- Jansson, André (2002): *Mediekultur och samhälle*. Lund: Studentlitteratur.
- Jansson, André (2004): Motståndets mångfald – om medianvändningens politiska dimensioner. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Jarl, Maria (2003): Deltagardemokraterna och den representativa demokratin. I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Jodal, Ola (2003): Fem frågetecken för den deliberativa demokratin. I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Johansen, Anders (2001): Enkelpersoner og kollektivpersoner. Journalistikk som bidrag til politisk kultur. I Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Johansson, Bengt (1998): *Nyheter mitt ibland oss. Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Johansson, Bengt (2001): *När opinionen ska förklaras. Valutgång och väljaropinion i svensk dagspress under valrörelsen 1998*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Johansson, Bengt (2003): *Journalisterna och mediernas makt. Föreställningar om mediernas påverkan inom politisk kommunikation*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.

- Johansson, Bengt (2004): Journalistikens nyhetsvärderingar. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, Bengt & Strömbäck, Jesper (2003): *Mångfald men likriktning – mediekonsumtion och medborgarnas dagordningar 1986–2001*. I Oscarsson, Henrik (red): *Demokratitrender*. Göteborg: SOM-institutet.
- Johnson, Anders (1998): *Vi står i vägen. Om LO, pengarna och politiken*. Stockholm: Timbro.
- Johnson, Dennis W. (2001): *No Place for Amateurs. How Political Consultants are Reshaping American Democracy*. New York: Routledge.
- Johnston, Richard (2002): Prime Ministerial Contenders in Canada. I King, Anthony (red): *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*. New York: Oxford University Press.
- Jones, Nicholas (1996): *Soundbites & Spin Doctors. How Politicians Manipulate the Media – And Vice Versa*. London: Indigo.
- Josefsson, Dan (red, 2002): *Välkommen till dramafabriken. En avslöjande granskning av nyhetsindustrin*. Stockholm: Ordfront.
- Just, Marion; Crigler, Ann; Buhr, Tami (1999): Voice, Substance, and Cynicism in Presidential Campaign Media. I *Political Communication* vol. 16, no. 1.
- Jönsson, Anna Maria (2001): Mediemångfald i ett journalistperspektiv. I Gherse, Marina (red): *Journalist 2000*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Jönsson, Anna Maria (2004): Public service som ideologi och praktik. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Kaase, Max (2000): Germany: A Society and a Media System in Transition. I Gunther, Richard & Mughan, Anthony (red): *Democracy and the Media. A Comparative Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Kahneman, Daniel & Tversky, Amos (2000): *Choices, Values, and Frames*. New York: Cambridge University Press.
- Kalb, Marvin (2001): *One Scandalous Story. Clinton, Lewinsky, & 13 Days that Tarnished American Journalism*. New York: Free Press.
- Karlsson, Christer (2003): Den deliberativa drömmen och praktisk politik – samtalsdemokrati eller elitdiskussion? I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Karvonen, Lauri (1997): *Demokratisering*. Lund: Studentlitteratur.
- Karvonen, Lauri (2003): *Statsskick. Att bygga demokrati*. Stockholm: SNS Förlag.
- Kemdal, Anna Blom (2003): Attributioner och demokratiska dygder. I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Kerbel, Matthew R.; Apee, Sumaiya & Ross, Marc Howard (2000): PBS Ain't So Different: Public Broadcasting, Election Frames, and Democratic Empowerment. I *The Harvard International Journal of Press/Politics* vol. 5, no. 4.
- Key, V. O. jr. (1964a): *Politics, Parties & Pressure Groups*. 5:e upplagan. New York: Thomas Y. Crowell.
- Key, V. O. jr. (1964b): *Public Opinion and American Democracy*. New York: Alfred A. Knopf.
- Kieren, Matthew (2000): The regulatory and ethical framework for investigative journalism. I de Burgh, Hugo (red): *Investigative Journalism. Context and Practice*. London: Routledge.

- Kim, Sei-Hill, Scheufele, Dietram A. & Shanahan, James (2002): Think about It This Way: Attribute Agenda-Setting Function of the Press and the Public's Evaluation of a Local Issue. I *Journalism & Mass Communication Quarterly* vol. 79, no. 1.
- King, Anthony (2002a): Do Leaders' Personalities Really Matter? I King, Anthony (red): *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*. New York: Oxford University Press.
- King, Anthony (2002b): Conclusions and Implications. I King, Anthony (red): *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*. New York: Oxford University Press.
- King, Pu-tsung (1997): The Press, Candidate Images, and Voter Perceptions. I McCombs, Maxwell; Shaw, Donald L; Weaver, David (red): *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kirchheimer, Otto (1966): The Transformation of the Western European Party Systems. I LaPalombara, Joseph & Weiner, Myron (red): *Political Parties and Political Development*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Klapper, Joseph T. (1965): *The Effects of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Klingemann, Hans-Dieter (1999): Mapping Political Support in the 1990s: A Global Analysis. I Norris, Pippa (red): *Critical Citizens. Global Support for Democratic Governance*. New York: Oxford University Press.
- Klingemann, Hans-Dieter, Hofferbert, Richard I. & Budge, Ian (1994): *Parties, Policies, and Democracy*. Boulder: Westview Press.
- Knapkog, Karl (2001): Journalistikk og deliberativt demokrati. I Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom (1999): *Warp Speed. America in the Age of Mixed Media*. New York: The Century Foundation Press.
- Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom (2001): *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Crown Publishers.
- Kuhn, Thomas S. (1962/1997): *De vetenskapliga revolutionernas struktur*. Falun: Thales.
- Kumlin, Staffan (2003a): Finns det någon ansvarig? I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Kumlin, Staffan (2003b): *The Personal and the Political. How Personal Welfare State Experiences Affect Political Trust and Ideology*. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Lambeth, Edmund B.; Meyer, Philip E. & Thorson, Esther (red. 1999): *Assessing Public Journalism*. Columbia: University of Missouri Press.
- Lang, Gladys Engel & Lang, Kurt (1981): Watergate: An Exploration of the Agenda-Building Process. I *Mass Communication Review Yearbook* vol. 2.
- Larsson, Larsåke (1998): *Nyheter i samspel. Studier i kommunjournalistik*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Larsson, Larsåke (red, 2002): *på svenska. Teori, strategi och kritisk analys*. Lund: Studentlitteratur.
- Lasswell, Harold D. (1950): *Politics. Who Gets What, When, How*. New York: Peter Smith.

- Lavrakas, Paul J. & Traugott, Michael W. (2000): Why Election Polls Are Important to a Democracy: An American Perspective. I Lavrakas, Paul J. & Traugott, Michael W. (red): *Election Polls, the News Media, and Democracy*. New York: Chatham House.
- Lazarsfeld, Paul F; Berelson, Bernard; Gaudet, Hazel (1965): *The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. 2:a upplagan. New York: Columbia University Press.
- LeBon, Gustave (1896/1982): *The Crowd. A Study of the Popular Mind*. Atlanta: Cherokee Publishing Company.
- Lees-Marshment, Jennifer (2001): *Political marketing and British political parties. The party's just begun*. Manchester: Manchester University Press.
- Leonard, Thomas C. (1986): *The Power of the Press. The Birth of American Political Reporting*. New York: Oxford University Press.
- Leth, Göran (1996): *Braständaren och iakttagaren. Engelsk press och journalistik 1695–1825*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings bokförlag Symposion.
- Leth, Göran & Thurén, Torsten (2000): *Källkritik för Internet*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.
- Leth, Göran & Thurén, Torsten (2002): *11 september. Mediernas bevakning av terrorattackerna*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- Lewin, Leif (1998): *Bråka inte! Om vår tids demokratisyn*. Stockholm: SNS Förlag.
- Lindensjö, Bo (1999): Demokrati. I SOU 1999:77. Stockholm: Fakta Info Direkt.
- Lippman, Walter (1922/1997): *Public Opinion*. New York: The Free Press.
- Listhaug, Ola (1998): The Dynamic of Trust in Politicians. I Klingemann, Hans-Dieter & Fuchs, Dieter (red): *Citizens and the State*. New York: Oxford University Press.
- Listhaug, Ola & Wiberg, Matti (1998): Confidence in Political and Private Institutions. I Klingemann, Hans-Dieter & Fuchs, Dieter (red): *Citizens and the state*. Oxford: Oxford University Press.
- Lipset, Seymour Martin (1996): *American Exceptionalism. A Double-Edged Sword*. New York: W. W. Norton & Company.
- Ljungberg, Elisabet (2000a): Politiskt aktiva ungdomar vill ha friare former. I Linde, Leif (red): *Allt eller inget – om ungas syn på engagemang och partipolitik*. Stockholm: Ungdomsstyrelsen.
- Ljungberg, Elisabet (2000b): Myter om ungas politiska intresse. I Hvitfelt, Håkan & Karvonen, Lauri (red): *Nygamla opinioner*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Ljunggren, Stig-Björn (2003): *När medierna tar makten. Ett demokratiskt omställningsprogram i upplevelseindustrins skugga*. Stockholm: Hjalmarson & Högberg.
- Locke, John (1690/1998): *Andra avhandlingen om styrelseskicket. En essä angående den civila styrelsens sanna ursprung, räckvidd och mål*. Göteborg: Daidalos.
- Lopez-Escobar, Esteban; Llamas, Juan Pablo; McCombs, Maxwell; Rey Lennon, Federico (1998): Two Levels of Agenda Setting Among Advertising and News in the 1995 Spanish Elections. I *Political Communication* vol. 15, no. 2.
- Lowery, Shearon A. & DeFleur, Melvin L. (1995): *Milestones in Mass Communication Research. Media Effects*. 3:e upplagan. New York: Longman.

- Lowry, Dennis T. & Shidler, Jon A. (1999): The Sound Bites, the Biters, and the Bitten: A Two-Campaign Test of the Anti-Incumbent Bias Hypothesis in Network TV News. I *Journalism & Mass Communication Quarterly* vol. 75, no. 4.
- Lowry, Dennis T., Nio, Tam Ching Josephine & Leitner, Dennis W. (2003): Setting the Public Fear Agenda: A Longitudinal Analysis of Network TV Crime Reporting, Public Perceptions of Crime, and FBI Crime Statistics. I *Journal of Communication* vol. 53, no. 1.
- Lundh, Lars-Gunnar (1992a): Perception, uppmärksamhet och kognitiva strukturer. I Lundh, Lars-Gunnar, Montgomery, Henry & Waern, Yvonne: *Kognitiv psykologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Lundh, Lars-Gunnar (1992b): Minnet. I Lundh, Lars-Gunnar, Montgomery, Henry & Waern, Yvonne: *Kognitiv psykologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Lundh, Lars-Gunnar, Montgomery, Henry & Waern, Yvonne (1992): *Kognitiv psykologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Lundquist, Lennart (1993): *Det vetenskapliga studiet av politik*. Lund: Studentlitteratur.
- Lupia, Arthur & McCubbins, Mathew D. (1998): *The Democratic Dilemma. Can Citizens Learn What They Need To Know?* New York: Cambridge University Press.
- Löwenberg, Anders (1995): *Undersökande journalistik*. Stockholm: Ordfront.
- Mair, Peter (1994): Party Organizations: From Civil Society to the State. I Katz, Richard S. & Mair, Peter (red): *How Parties Organize. Change and Adaptation in Party Organizations in Western Democracies*. London: Sage.
- Maher, Michael T. (2001): Framing: An Emerging Paradigm or a Phase of Agenda Setting? I Reese, Stephen D., Gandy Jr, Oscar H. & Grant, August E. (red): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Malmsten, Peter (2002): *Mediebilden i verkligheten. Strategiskt publicitetsarbete för moderna organisationer*. Malmö: Liber.
- Manin, Bernard (2002): *Den representativa demokratins principer*. Stockholm: SNS Förlag.
- Manning, Paul (2001): *News and News Sources. A Critical Introduction*. London: Sage.
- Maurer, Marcus (2003): *Mobilization or Media Malaise? How political media coverage changes German recipients' satisfaction with democracy*. Paper presenterat vid ICA-konferensen i San Diego, maj 2003.
- McChesney, Robert W. (2001): *All makt åt medierna eller Ge folk vad folk vill ha?* Stockholm: Bokförlaget DN.
- McCombs, Maxwell E. & Shaw, Donald L. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* vol. 36, no. 1.
- McCombs, Maxwell E. (1994): News Influence on Our Pictures of the World. I Bryant, Jennings & Zillman, Dolf (red): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, Maxwell; Shaw, Donald L; Weaver, David (red. 1997): *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- McCombs, Maxwell; Llamas, Juan Pablo; Lopez-Escobar, Esteban; Rey, Federico (1998): Candidate Images in Spaning Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects. I *Journalism & Mass Communication Quarterly* vol. 74, no. 4.
- McCombs, Maxwell & Ghanem, Salma I. (2001): The Convergence of Agenda Setting and Framing. I Reese, Stephen D., Gandy Jr, Oscar H. & Grant, August E. (red): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McDevitt, Michael (2003): In Defense of Autonomy: A Critique of the Public Journalism Critique. I *Journal of Communication* vol. 53, no. 1.
- McLeod, Jack, Becker, Lee B. & Byrnes, James E. (1974): Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press. I *Communication Research* vol. 1, no 2.
- McLeod, Jack; Daily, Katie; Guo, Zhonshi; Eveland Jr, William P; Bayer, Jan; Yang, Seungechan & Wang, Hsu (1996): Community Integration, Local Media Use, and Democratic Processes. I *Communication Research* vol. 23, no. 2.
- McLeod, Jack M., Scheufele, Dietram A. & Moy, Patricia (1999): Community, Communication, and Participation: The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation. I *Political Communication* vol. 16, no. 3.
- McManus, John H. (1994): *Market-Driven Journalism. Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks: Sage.
- McNair, Brian (2000): *Journalism and Democracy. An evaluation of the political public sphere*. London: Routledge.
- McQuail, Denis (1992): *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
- McQuail, Denis (1994): *Mass Communication Theory. An Introduction*. 2:a upplagan. London: Sage.
- McQuail, Denis (2000): *McQuail's Mass Communication Theory*. 4:e upplagan London: Sage.
- Melesko, Stefan (2003): Dags för nya minnesförluster? I *Pressens Tidning* nr. 13.
- Melin-Higgins, Margareta (1996): *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Mellin, Lena (2002): Aftonbladet och opinionsmätningarna. I Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och opinionsmätningarna*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Merritt, Davis (1998): *Public Journalism and Public Life. Why Telling the News Is Not Enough*. 2:a upplagan. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Meyer, Thomas (2002): *Media Democracy. How the Media Colonize Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Micheletti, Michele (1994): *Det civila samhället och staten. Medborgarsammanslutningarnas roll i svensk politik*. Stockholm: Publica.
- Mill, John Stuart (1859/1991): *Om friheten*. Lund: Natur och Kultur.
- Mitchell, Pama & Daves, Rob (1999): Media Polls, Candidates, and Campaigns. I Newman, Bruce I. (red): *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks: Sage.
- Moberg, Vilhelm (1973): *Det gamla riket*. Stockholm: Författarförlaget.
- Montero, José Ramón & Gunther, Richard (2002): Introduction: Reviewing and Reassessing Parties. I Gunther, Richard, Montero, José Ramón & Linz, Juan

- J. (red): *Political Parties. Old Concepts and New Challenges*. Oxford: Oxford University Press.
- Morge, Sara & Modh, Malin (2002): *Terrorns dag i medierna. Nyhetsförmedlingen dygnet efter attackerna den 11 september 2001*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.
- Mughan, Anthony (2000): *Media and the Presidentialization of Parliamentary Elections*. Hampshire: Palgrave.
- Mutz, Diana C. (1998): *Impersonal Influence. How perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*. New York: Cambridge University Press.
- Möller, Tommy (1998): *Politikerförakt eller mogen misstro? En översikt*. Stockholm: Kommentus Förlag.
- Möller, Tommy (2000): *Politikens meningslöshet. Om misstro, cynism och utanförskap*. Malmö: Liber.
- Naurin, Daniel (2003): Offentlighet – renar, försenar och väcker känslor. I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Naurin, Elin (1999): *De lovar runt, men håller tunt? En studie av i vilken mån partier uppfyller sina vallöften*. Göteborg: Statsvetenskapliga Institutionen/ Göteborgs Universitet.
- Naurin, Elin (2001a): Partiet som samtalets arena. Ett bidrag till verklighetsanpassning av den deliberativa demokratiteorin. I Strömbäck, Jesper (red): *En uthållig demokrati? Sju debattinlägg om demokratiutredningen och demokratins framtid*. Uppsala: Uppsala Publishing House.
- Naurin, Elin (2001b): »Dom lovar guld och gröna skogar, men sen?» I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Land, Du välsignade?* Göteborg: SOM-institutet.
- Naurin, Elin (2003): Mandatmodellen – om löften och förhoppningar bland partier och väljare. I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Nelson, Thomas E. & Willey, Elaine A. (2001): Issue Frames That Strike a Value Balance: A Political Psychology Perspective. I Reese, Stephen D., Gandy Jr, Oscar H. & Grant, August E. (red): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Nerman, Bengt (1997): *Den offentliga lögnen*. Stockholm: Atlas.
- Neuman, W. Russell; Just, Marion R; Crigler, Ann N. (1992): *Common Knowledge. News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
- Newman, Bruce I. (1994): *The Marketing of the President. Political Marketing as Campaign Strategy*. Thousand Oaks: Sage.
- Newman, Bruce I. (red. 1999): *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks: Sage.
- Nilsson, Malin (2001): Politikens medialisering. Massmedier som aktör och arena för politisk kommunikation. I Bengtsson, Hans (red): *Politisk kommunikation och demokrati*. Lund: Studentlitteratur.
- Nilsson, Malin (2004): Mediernas makt över tanken. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.

- Nohrstedt, Stig Arne (1999a): Besök på en kurdisk pizzeria i Dalarna. Några reflektioner om medieforskningen och globaliseringen. I Carlsson, Ulla (red): *Medierna i samhället. Kontinuitet och förändring*. Göteborg: Nordicom.
- Nohrstedt, Stig Arne (1999b): Demokratin och globaliseringen. Om transnationell journalistik och politisk opinionsbildning. I SOU 1999:126. Stockholm: Fakta Info Direkt.
- Nohrstedt, Stig Arne & Ekström, Mats (1994): *Ideal och verklighet. Nyhetsjournalistikens etik i praktiken*. Örebro: Högskolan i Örebro.
- Nord, Lars (1997): *Spelet om opinionen. Möten mellan makthavare, medier och medborgare*. Lund: Studentlitteratur.
- Nord, Lars (2001a): *Vår tids ledare. En studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning*. Stockholm: Carlssons.
- Nord, Lars (2002): *IT och demokrati*. Lund: Studentlitteratur.
- Nord, Lars (2003): *Dagstidningarna och demokratin*. Stockholm: Tidningsutgivarna.
- Nord, Lars & Nygren, Gunnar (2002): *Medieskugga*. Stockholm: Atlas.
- Nord, Lars, Norling, Anna, Ohlsson, Jonas & Strömbäck, Jesper (2001): *Statsråden och dreven. Rainer-affären 1983 och Freivalds-affären 2000*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (2002): *Tio dagar som skakade världen. En studie av mediernas beskrivningar av terrorattackerna i USA och kriget i Afghanistan hösten 2001*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.
- Nord & Strömbäck (2003a): *Valfeber och nyhetsfrossa. Politisk kommunikation i valrörelsen 2002*. Stockholm: Sellin & Partner.
- Nord & Strömbäck (2003b): Making Sense of Different Types of Crises: A Study of the Swedish Media Coverage of the Terror Attacks against the United States and the U.S Attacks in Afghanistan. I *The Harvard International Journal of Press/Politics* vol. 8, no. 4.
- Nord, Lars, Shehata, Adam & Strömbäck, Jesper (2003): *Från osäker källa. Bevakningen av Irakkriget i svenska medier*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.
- Nordmark, Dag (2001): Liberalernas segertåg (1830–1858). I Gustafsson, Karl Erik & Rydén, Per (red): *Den svenska pressens historia II. Åren då allting hände (1830–1897)*. Stockholm: Ekerlids förlag.
- Norris, Pippa (red. 1999): *Critical Citizens. Global Support for Democratic Governance*. New York: Oxford University Press.
- Norris, Pippa (2000): *The Virtuos Circle – Political Communication in Postindustrial Societies*. New York: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa (2001): *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. New York: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa (2002): *Democratic Phoenix. Reinventing Political Activism*. New York: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa; Curtice, John; Sanders, David; Scammell, Margaret; Semetko, Holli A. (1999): *On Message. Communicating the Campaign*. London: Sage.
- Norris, Pippa, Kern, Montague & Just, Marion (red. 2003): *Framing Terrorism. The News Media, the Government, and the Public*. New York: Routledge.

- Nygren, Gunnar (2003a): *Belönad granskning. Kommunalt grävande belönat med Guldspade* 1991–2001. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Nygren, Gunnar (2003b): *Granskning med förhinder. Lokaltidningarnas granskning i fyra kommuner*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Oreskes, Michael (2000): News: A Bit Hard to Define. I *The Harvard International Journal of Press/Politics* vol. 4, no. 2.
- Ornstein, Norman & Mann, Thomas (red. 2000): *The Permanent Campaign and Its Future*. Washington, DC: The Brookings Institution/American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Oscarsson, Henrik (2003): Demokratitrender. I Oscarsson, Henrik (red): *Demokratitrender*. Göteborg: SOM-institutet.
- Page, Benjamin I. (1996): *Who Deliberates? Mass Media in Modern Democracy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Palm, Göran (2002): *I nationens och marknadens intresse. Journalister, nyhetskällor och EU-journalistik*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Palmgreen, Philip & Clarke, Peter (1977): Agenda-Setting With Local and National Issues. I *Communication Research* vol. 4, no. 4.
- Pan, Zhongdang & Kosicki, Gerald M. (2001): Framing as a Strategic Action in Public Deliberation. I Reese, Stephen D., Gandy Jr, Oscar H. & Grant, August E. (red): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Patterson, Thomas E. (1993): *Out of order*. New York: Vintage Books.
- Patterson, Thomas E. (1998): Political Roles of the Journalist. I Graber, Doris; McQuail, Denis; Norris, Pippa (red): *The Politics of News: The News of Politics*. Washington DC: Congressional Quarterly Press.
- Patterson, Thomas E. (2000): The United States: News in a Free-Market Society. I Gunther, Richard & Mughan, Anthony (red): *Democracy and the Media. A Comparative Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Persson, Ingela & Tellström, Christina (2002): *Från Träbäck till Lejonkung. En undersökning av hur Folkpartiet och Lars Leijonborg framställdes i medierna under två valrörelser*. C-uppsats. Sundsvall: mkv/Mitthögskolan.
- Petersson, Olof (1993): *Makt. En sammanfattning av Maktutredningen*. Stockholm: Publica.
- Petersson, Olof (1996): *Politikens möjligheter. Har folkstyrelsen någon framtid?* Stockholm: SNS Förlag.
- Petersson, Olof & Carlberg, Ingrid (1990): *Makten över tanken*. Stockholm: Carlssons.
- Petersson, Olof & Holmberg, Sören (1998): *Opinionsmätningarna och demokratin*. Stockholm: SNS Förlag.
- Petersson, Olof; Hermansson, Jörgen; Micheletti, Michele & Westholm, Anders (1996): *Demokrati och ledarskap*. Stockholm: SNS Förlag.
- Petersson, Olof; Hermansson, Jörgen; Micheletti, Michele; Teorell, Jan & Westholm, Anders (1998): *Demokrati och medborgarskap*. Stockholm: SNS Förlag.
- Petersson, Olof; Hernes, Gudmund; Holmberg, Sören; Togeby, Lise & Wängnerud, Lena (2000): *Demokrati utan partier*. Stockholm: SNS Förlag.
- Petersson, Olof; Holmberg, Sören; Lewin, Leif & Narud, Hanne Marthe (2002): *Demokrati utan ansvar*. Stockholm: SNS Förlag.

- Pierce, Roy (2002): Candidate Evaluations and Presidential Electoral Choices in France. I King, Anthony (red): *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*. New York: Oxford University Press.
- Pollack, Ester (2001): *En studie i Medier och Brott*. Stockholm: JMK/Stockholms Universitet.
- Popkin, Samuel L. (1994): *The Reasoning Voter. Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. 2:a upplagan. Chicago: University of Chicago Press.
- Postman, Neil (1987): *Underhållning till döds*. Stockholm: Prisma.
- Powell, Larry & Cowart, Joseph (2003): *Political Campaign Communication. Inside and Out*. Boston: Allyn & Bacon.
- Premfors, Rune (2000): *Den starka demokratin*. Stockholm: Atlas.
- Price, Vincent (1992): *Public Opinion*. Newbury Park: Sage.
- Price, Vincent; Tewksbury, David & Powers, Elizabeth (1997): Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses. I *Communication Research* vol. 24.
- Protest, David L. & McCombs, Maxwell (red, 1991): *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*. Hillsdale, Nj: Lawrence Erlbaum Associates.
- Putnam, Robert D. (1993): *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Putnam, Robert D. (2000): *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Putnam, Robert D. (red, 2002): *Democracies in Flux. The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. New York: Oxford University Press.
- Putnam, Robert D. & Goss, Kristin A (2002): Introduction. I Putnam, Robert D. (red): *Democracies in Flux. The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. New York: Oxford University Press.
- Raaum, Odd (2001): Se opp for etterligninger. Journalistikk som merkevare. I Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Rademacher, Eric W. & Tuchfarber, Alfred J. (1999): Preelection Polling and Political Campaigns. I Newman, Bruce I. (red): *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks: Sage.
- Reese, Stephen D. (2001): Prologue – Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. I Reese, Stephen D., Gandy Jr, Oscar H. & Grant, August E. (red): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reese, Stephen D., Gandy Jr, Oscar H. & Grant, August E. (red, 2001): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reeves, Byron & Nass, Clifford (1996): *The Media Equation. How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places*. New York: Cambridge University Press.
- Reporters without borders (2003): *Second World Press Freedom Ranking*.
- Reporters without borders (2004): *2003 Round-Up*.

- Ribbighagen, Christina (2003): Partiernas och väljarnas dagordning vid valet 2002. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet.
- Ribbighagen, Christina & Petersson, Maria (2003): Förutsättningar för ett brett medborgerligt deltagande. I Oscarsson, Henrik (red): *Demokratitrender*. Göteborg: SOM-institutet.
- Rosen, Jay (1996): *Getting the Connections Right. Public Journalism and the Troubles in the Press*. New York: Twentieth Century Fund.
- Rosen, Jay (1999): *What Are Journalists For?* New Haven: Yale University Press.
- Rosen, Jay (2000): The Essence of Public Journalism. Thoughts of an Intruder. I Strömbäck, Jesper (red): *Public journalism på svenska*. Sundsvall: Demokratititutet.
- Rosenberg, Göran (2000): Tankar om journalistik. Stockholm: Prisma.
- Rothstein, Bo; Esaiasson, Peter; Hermansson, Jörgen; Micheletti, Michele & Petersson, Olof (1995): *Demokrati som dialog*. Stockholm: SNS Förlag.
- Rothstein, Bo (2002): Sweden. Social Capital in the Social Democratic State. I Putnam, Robert D. (red): *Democracies in Flux. The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. New York: Oxford University Press.
- Rothstein, Bo (2003a): *Sociala fällor och tillitens problem*. Stockholm: SNS Förlag.
- Rothstein, Bo (2003b): Socialt kapital och Sierra Madres skatt. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2003): *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet.
- Sabato, Larry J. (1991): *Feeding Frenzy. How Attack Journalism Has Transformed American Politics*. New York: The Free Press.
- Sabato, Larry J.; Stencel, Mark & Lichter, S. Robert (2000): *Peepshow. Media and Politics in an Age of Scandal*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Sahlin, Mona (1996): *Med mina ord*. Falun: Rabén Prisma.
- Sahlstrand, Anders (2000): *De synliga. Nyhetskällor i svensk storstadsmorgonpress*. Stockholm: JMK/Stockholms universitet.
- Sanford, Bruce W. (1999): *Don't Shoot the Messenger. How Our Growing Hatred of the Media Threatens Free Speech for All of Us*. New York: Free Press.
- Sannerstedt, Anders & Sjölin, Mats (1994): Folkstyrets problem. I Sannerstedt, Anders & Jerneck, Magnus (red): *Den moderna demokratins problem*. Lund: Studentlitteratur.
- Sartori, Giovanni (1987): *The Theory of Democracy Revisited. Part One: The Contemporary Debate*. Chatham, NJ: Chatham House.
- Scheufele, Dietram (1999): Framing as a Theory of Media Effects. I *Journal of Communication* vol 49, no. 1.
- Schoenbach, Klaus (1982): *Agenda-Setting Effects of Print and Television in West Germany*. Paper presenterat vid International Communication Association in 1982.
- Schudson, Michael (1978): *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- Schudson, Michael (1995): *The Power of News*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

- Schumpeter, Joseph A. (1942/1994): *Om skapande förstörelse och entreprenörskap*. Stockholm: Ratio.
- Seib, Philip (2001): *Going Live. Getting the News Right in a Real-Time Online World*. New York: Rowman & Littlefield.
- Severin, Werner J. & Tankard, James W. Jr. (1997): *Communication Theories. Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. 4:e upplagan. New York: Longman.
- Shah, Dhavan V. (2001): The Collision of Convictions: Value Framing and Value Judgments. I Hart, Roderick P. & Shaw, Daron R. (red): *Communication in U.S. Elections. New Agendas*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Shah, Dhavan V., Domke, David & Wackman, Daniel B. (2001): The Effects of Value-Framing on Political Judgement and Reasoning. I Reese, Stephen D., Gandy Jr, Oscar H. & Grant, August E. (red): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Shah, Dhavan V. & Scheufele, Dietram A. (2003): *Opinion Leaders as Information Seekers: Communication Pathways to Civic Participation*. Paper presenterat vid ICA-konferensen San Diego, maj 2003.
- Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D. (1996): *Mediating the message. Theories of Influences on Mass Media Content*. 2:a upplagan. New York: Longman.
- Shoemaker, Pamela J., Eichholz, Martin, Kim, Eunyi & Wrigley, Brenda (2001): Individual and Routine Forces in Gatekeeping. I *Journalism & Mass-Communication Quarterly* vol. 78, no. 2.
- Simon, Adam F. (2001): A Unified Method for Analyzing Media Framing. I Hart, Roderick P. & Shaw, Daron R. (red): *Communication in U.S. Elections. New Agendas*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Singer, Jerome L. (1980): The Power and Limitations of Television: A Cognitive-Affective Analysis. I Tannenbaum, Percy H. (red): *The Entertainment Functions of Television*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sjöblom, Gunnar (1968): *Party Strategies in a Multiparty System*. Lund: Studentlitteratur.
- Slaatta, Tore (2001): Journalistikkens makt i den globale tidsalder. I Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- SOU 1990:44. *Demokrati och Makt i Sverige*. Stockholm: Allmänna Förlaget.
- SOU 1995:37. *Vårt dagliga blad – stöd till svensk dagspress*. Stockholm: Fritzes.
- SOU 1999:126. *Politikens medialisering*. Stockholm: Fakta Info Direkt.
- SOU 1999:132. *Valdeltagande i förändring*. Stockholm: Fakta Info Direkt.
- SOU 2000:1. *En uthållig demokrati. Politik för folkstyrelse på 2000-talet*. Stockholm: Fritzes.
- Spangenberg, Fritz (2003): *The Freedom to Publish Opinion Poll Results. Report on a Worldwide Update*. Amsterdam: Esomar/Wapor.
- Spelregler för Press TV Radio*. Stockholm: Pressens Samarbetsnämnd 2001.
- Stenberg, Ewa (2002): »Som man frågar får man svar« gäller också opinionsmätningar. I Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och opinionsmätningarna*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Strömbäck, Jesper (1997): *Medielogik, demokratilogik och det öppna samhällets villkor*. Sundsvall: Mitthögskolan.

- Strömbäck, Jesper (1998): *Medielogik och medialiserad politik*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Strömbäck, Jesper (2000): *Makt och medier. Om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Lund: Studentlitteratur.
- Strömbäck, Jesper (red, 2000): *Public Journalism på svenska*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Strömbäck, Jesper (2001a): *Gäster hos verkligheten. En studie av journalistik, demokrati och politisk misstro*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings bokförlag Symposion.
- Strömbäck, Jesper (2001b): I skuggornas värld. Om demokrati och journalistik i andrahandsinformationssamhället. I Strömbäck, Jesper (red): *En uthållig demokrati? Sju debattinlägg om demokratiutredningen och demokratins framtid*. Uppsala: Uppsala Publishing House.
- Strömbäck, Jesper (2001c): Samarbets- eller majoritetsdemokrati? I Hvitfelt, Håkan & Karvonen, Lauri (red): *Demokratins konflikter*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Strömbäck, Jesper (2002): *Medialiserat politiskt ledarskap. En kunskapsöversikt*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.
- Strömbäck, Jesper (2003): *Medierna som fjärde statsmakt. En studie av innebörden av begreppet granskande journalistik*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Stúr, Elisabeth (2004): Den globaliserade medievärlden. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Sundberg, Jan (2002): The Scandinavian Party Model at the Crossroads. I Webb, Paul, Farrell, David & Holliday, Ian (red): *Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Sundin, Staffan (2003): *Den svenska mediemarknaden 2003*. Göteborg: Nordicom.
- Tankard Jr., James W. (2001): The Empirical Approach to the Study of Media Framing. I Reese, Stephen D., Gandy Jr, Oscar H. & Grant, August E. (red): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Teorell, Jan (2003): Demokrati och deltagande. Tre ideal i teorin och praktiken. I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratins mekanismer*. Malmö: Liber.
- Tewksbury, David; Jones, Jennifer; Peske, Matthew W.; Raymond, Ashlea & Vig, William (2000): The Interaction of News and Advocate Frames: Manipulating Audience Perceptions of a Local Public Policy Issue. I *Journalism & Mass Communication Quarterly* vol. 77, no. 4.
- Theander, Stefan (1998): *Hitta vinklar. Verktyg för skribenter*. Lund: Studentlitteratur.
- Thompson, John B. (1995): *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Stanford: Stanford University Press.
- Thurén, Torsten (1997): *Medier i blåsväder. Den svenska radion och televisionen som samhällsbevarare och samhällskritiker*. Stockholm: Stiftelsen Etermedierna i Sverige.
- Trost, Jan (2001): *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

- Tuchman, Gaye (1972/1999): Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. I Tumber, Howard (red): *News. A Reader*. Oxford: Oxford University Press.
- Tuchman, Gaye (1978): *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Tulis, Jeffrey K. (2003): Deliberation Between Institutions. I Fishkin, James S. & Laslett, Peter (red): *Debating Deliberative Democracy*. Oxford: Blackwell.
- Underwood, Doug (1995): *When MBAs Rule the Newsroom*. New York: Columbia University Press.
- Uslaner, Eric M. (1999): Democracy and social capital. I Warren, Mark E. (red): *Democracy and Trust*. New York: Cambridge University Press.
- Wadbring, Ingela, Weibull, Lennart & Bergström, Annika (red, 2002): *Efter Arbetet. Synen på nedläggningen och dess konsekvenser*. Göteborg: JMG/SOM-institutet.
- Waisbord, Silvio (2000): *Watchdog Journalism in South America. News Accountability, and Democracy*. New York: Columbia University Press.
- Waldahl, Ragnar (1998): A Cognitive Perspective on Media Effects. I Höijer, Birgitta & Werner, Anita (red): *Cultural Cognition. New perspectives in audience theory*. Göteborg: Nordicom.
- Valentino, Nicholas A., Buhr, Thomas A. & Beckmann, Matthew N. (2001): When the Frame is the Game: Revisiting the Impact of »Strategic Campaign Coverage on Citizens' Information Retention. I *Journalism & Mass Communication Quarterly* vol. 78, no. 1.
- Wallin, Ulf (2003): *Utlandsbilden i landsortspressen. Före, under och efter kampen mellan TT och FLT*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Wanta, Wayne (1997): The Messenger and the Message: Differences Across News Media. I McCombs, Maxwell; Shaw, Donald L; Weaver, David (red): *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Warren, Mark E. (1999a): Introduction. I Warren, Mark E. (red): *Democracy & Trust*. New York: Cambridge University Press.
- Warren, Mark E. (1999b): Democratic theory and trust. I Warren, Mark E. (red): *Democracy & Trust*. New York: Cambridge University Press.
- Warren, Mark E. (red, 1999): *Democracy & Trust*. New York: Cambridge University Press.
- Wartella, Ellen & Reeves, Byron (1985): Historical Trends in Research on Children and the Media: 1900–1960. I *Journal of Communication* vol. 35, no. 2.
- Weaver, David H. (1977): Political Issues and Voter Need for Orientation. I Prosser, David L. & McCombs, Maxwell (red, 1991): *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Webb, Paul (2002): Conclusion: Political Parties and Democratic Control in Advanced Industrial Societies. I Webb, Paul, Farrell, David & Holliday, Ian (red): *Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Weibull, Lennart (1999): Publik och teknik. Tankar kring medietveckling och medieanvändning. I Carlsson, Ulla (red): *Medierna i samhället. Kontinuitet och förändring*. Göteborg: Nordicom.

- Westergren, Håkan (2003): Ekonomin, presstödet och mångfalden. Flerdagars-tidningarnas utveckling 1990–2001. I Carlsson, Ulla (red): *Pennan, Penningen & Politiken. Medier och medieföretag förr och nu*. Göteborg: Nordicom.
- Westerståhl, Jörgen & Johansson, Folke (1985): *Bilden av Sverige. Studier av nyheter och nyhetsideologier i tv, radio och dagspress*. Stockholm: SNS Förlag.
- Vikström, Katarina & Wänckö, Ulrika (2001): *Public journalism enligt Dagens Nyheter*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Willnat, Lars (1997): Agenda Setting and Priming: Conceptual Links and Differences. I McCombs, Maxwell; Shaw, Donald L; Weaver, David (red): *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Winter, James P. & Eyal, Chaim H. (1981/1991): Agenda-Setting for the Civil Rights Issue. I Proress, David L. & McCombs, Maxwell (red): *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*. Hillsdale, Nj: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wolgemuth, Daniel (2003): Aktiva medborgare – hur går det med representativiteten? I Gilljam, Mikael & Hermansson, Jörgen (red): *Demokratis mekanismer*. Malmö: Liber.
- Wuthnow, Robert (2002): United States. Bridging the Privileged and the Marginalized. I Putnam, Robert D. (red): *Democracies in Flux. The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. New York: Oxford University Press.
- Yankelovich, Daniel (1991): Coming to Public Judgment. Making Democracy Work in a Complex World. New York: Syracuse University Press.
- Yankelovich, Daniel (2001): *The Magic of Dialogue. Transforming Conflict into Cooperation*. New York: Touchstone.
- Zaller, John R. (1992): *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press.
- Zaller, John R. (2003): A New Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen. I *Political Communication* vol. 20, no. 2.
- Zhu, Jian-Hua & Boroson, William (1997): Susceptibility to Agenda Setting: A Cross-Sectional and Longitudinal Analysis of Individual Differences. I McCombs, Maxwell; Shaw, Donald L; Weaver, David (red): *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Åsard, Erik & Bennett, W. Lance (1997): *Democracy and the Marketplace of Ideas. Communication and Government in Sweden and the United States*. New York: Cambridge University Press.
- Östlund, Ingrid (2000): *Journalistikens roll i de »nya« massmedieföretagen*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.

# Noter

1. Holmberg 2000, s. 33. Se även Gustafsson & Rydén red. 2000 och 2001 samt S. Hadenius & Weibull 1997.
2. Nordmark 2001, s. 18.
3. Nordmark 2001, s. 42.
4. Nordmark 2001, s. 48–55.
5. Jfr Gustafsson & Rydén red. 2000; Gustafsson & Rydén red. 2001; Leonard 1986; Schudson 1978.
6. Carey 1999, s. 51.
7. Lasswell 1950.
8. Key 1964a, s. 2–4.
9. Lundquist 1993, s. 27–28.
10. Petersson et al 2000, s. 26.
11. Norris 2002, s. 107. Jfr Key 1964a; Gunther, Montero & Linz red. 2002; Petersson et al 2000.
12. Key 1964a, s. 205.
13. Jfr Petersson et al 2000; Dalton & Wattenberg 2000; Gunther & Diamond 2001; Webb 2000; Mair 1994; Sannerstedt & Sjölin 1994; Montero & Gunther 2002.
14. Jfr Webb 2002, s. 458.
15. Cook 1998, s. 85.
16. Jfr Boethius 2001; Chomsky 1997; Josefsson red. 2002. För forskning om journalistikens partiskhet, se Asp 2003.
17. Se exempelvis Dahl 1998; Held 1995.
18. Jfr Strömbäck 2001a; Strömbäck 2001b; Nord 2001a; McNair 2000; Norris 2000; Carey 1999; Rosen 1999.
19. Asp 1986, s. 64.
20. Se även Strömbäck 2001a; Gilljam & Holmberg 1995.
21. Strömbäck 2001a.
22. Key 1964a, s. 2–3. Jfr SOU 1990:44, s. 19; Eide 2001.
23. Jfr Petersson 1993, s. 7.
24. Easton 1965/1979, s. 279–280.
25. Se bland annat Strömbäck 2001a; Holmberg 2000; Möller 1998; Möller 2000; Norris red. 1999.
26. Jfr Easton 1965/1979, s. 289–343 för en vidare diskussion om olika källor och objekt för legitimiteten.
27. Petersson 1993, s. 7. Jfr diskussion i Heland 2001.
28. Petersson et al 1998, s. 33.
29. Hirschman 1970, s. 21–40.
30. Graber 1988, s. 119–147. Jfr Jansson 2002.
31. Jfr Fiske 1997; Jansson 2004.
32. U. Carlsson red. 2003.
33. Jfr Gunther & Mughan red. 2000; Thompson 1995; Pollack 2001.
34. Asp 1986, s. 32; Severin & Tankard 1997, s. 297; Strömbäck 2000a, s. 64.
35. Le Bon 1896/1982 och Bernays 1923 är två uttryck för synen på folk som en »massa». Se Ewan 1996 för en analys av hur synen på propaganda och PR förändrats över tid i samspel med föreställningar om människa och samhälle.
36. Asp 1986, s. 32–33; Wartella & Reeves 1985.
37. Lazarsfeld, Berelson & Gaudet 1965; Hovland, Janis & Kelley 1953. För översikter, se Asp 1986; Strömbäck 2000; Lowery & DeFleur 1995; Severin & Tankard 1997; Klapper 1965; McQuail 1994.
38. Lazarsfeld, Berelson & Gaudet 1965, s. 75–76.
39. Citerad i Klapper 1965, s. 4.
40. Severin & Tankard 1997, s. 317.
41. Asp 1986, s. 44–45.
42. Se bland annat McQuail 1994, s. 331.
43. Severin & Tankard 1997, s. 73–74, 172–173.
44. Fiske & Taylor 1991, s. 13. Jfr. Popkin 1994; Page 1996.
45. Lippman 1922/1997, s. 18.
46. Jfr Shoemaker & Reese 1996, s. 105–106, 117–119; Shoemaker, Eichholz, Kim & Wrigley 2001.
47. Jfr Severin & Tankard 1997, s. 329–340; Graber 1988; McQuail 1994; Jansson 2004.
48. Ekecrantz & Olsson 1994, s. 27.
49. Jfr McLeod, Becker & Byrnes 1974; Protess & McCombs red. 1991; Dearing & Rogers 1996 m.fl.
50. Citerad i Dearing & Rogers 1996, s. 12.
51. McCombs & Shaw 1972.
52. För läsning om mediernas dagordningsmakt, se bland annat Protess & McCombs red. 1991; McCombs & Shaw 1972; McCombs 1994; Iyengar & Kinder 1987; Dearing & Rogers 1996; McCombs, Shaw & Weaver red. 1997; Strömbäck 2000; Johansson 1998; Jo-

- hansson & Strömbäck 2003; Asp 1986; Asp 2003; Lowry, Nio & Leitner 2003.
53. Dearing & Rogers 1996, s. 51; Nord 1997, s. 135; Nilsson 2004.
  54. Schoenbach 1982; Benton & Frazier 1976/1991; McCombs 1994, s. 6.
  55. Postman 1987; Singer 1980. Jfr Jones 1996, sid 14.
  56. Asp 1986, s. 200–210.
  57. Wanta 1997.
  58. Dearing & Rogers 1996, s. 66.
  59. Jfr Lang & Lang 1981.
  60. Zhu & Boroson 1997, s. 70.
  61. Zaller 1992, s. 123.
  62. Zaller 1992, s. 122–150.
  63. Jfr Hill 1985.
  64. Jfr Weaver 1977/1991.
  65. Zhu & Boroson 1997; Iyengar & Kinder 1987, s. 60; McLeod, Becker & Byrnes 1974.
  66. Palmgreen & Clarke 1977; Dearing & Rogers 1996, s. 52–53; Zhu & Boroson 1997.
  67. Johansson 1998, sid 167.
  68. Gonzenbach & McGavin 1997, s. 123; Dearing & Rogers 1996, s. 64–65; Hill 1985; McCombs 1994.
  69. Jfr Winter & Eyal 1981/1991.
  70. Benton & Frazier 1976/1991, s. 67.
  71. McCombs, Shaw & Weaver red. 1997; Ghanem 1997; McCombs et al 1998; Lopez-Escobar et al 1998; McCombs & Ghanem 2001.
  72. Lopez-Escobar et al 1998; McCombs et al 1998; King 1997; Golan & Wanta 2001. Jfr McCombs & Ghanem 2001; Hester & Gibson 2003. Se även Kim, Scheufele & Shanahan 2002.
  73. McCombs et al 1998, s. 716.
  74. Se Strömbäck 2000; Strömbäck 2001a.
  75. McCombs & Ghanem 2001. Jfr Ghanem 1997; Willnat 1997.
  76. Jfr Maher 2001.
  77. Lundh 1992a; Fiske & Taylor 1991; Walldahl 1998; Graber 1988.
  78. För en vidare diskussion, se Maher 2001.
  79. Dearing & Rogers 1996, s. 5.
  80. Iyengar & Kinder 1987, s. 63; Dearing & Rogers 1996, s. 63; Ghanem 1997, s. 9; Zaller 1992.
  81. Iyengar & Kinder 1987, s. 82.
  82. Iyengar & Kinder 1987; Price 1996; Ghanem 1997; Johansson 1998; Willnat 1997.
  83. Jfr Esaiasson & Håkansson 2002; Petersson et al 2002.
  84. Jfr Entman 1993; Maher 2001. Jfr Kuhn 1962/1997.
  85. Reese, Gandy Jr. & Grant red. 2001; Simon 2001; Entman 1993; Scheufele 1999; Norris, Kern & Just red. 2003.
  86. För en vidare svensk diskussion om gestaltningsteorin, se Strömbäck 2001a.
  87. Jfr Tuchman 1978; McQuail 1992; Ekecrantz & Olsson 1994; Nohrstedt & Ekström 1994.
  88. Jfr Bettag 2000; Oreskes 2000.
  89. Westerstahl & Johansson 1985.
  90. Hvitfelt 1989; Ekecrantz & Olsson 1994; Tuchman 1978; Westerstahl & Johansson 1985.
  91. jfr Norris, Kern & Just red. 2003.
  92. Scheufele 1999, s. 115.
  93. Reese 2001, s. 11.
  94. Entman 1993, s. 52.
  95. Price, Tewksbury & Powers 1997, s. 483, 485.
  96. Jfr Iyengar 1991; Gamson 1992; Kerbel, Apee & Ross 2000; Tewksbury et al 2000; Price, Tewksbury & Powers 1997; Tuchman 1978; Strömbäck 2001a; Cappella & Jamieson 1997; Reese, Gandy Jr. & Grant red. 2001.
  97. Fiske 1997, s. 149–150; Jansson 2002; McQuail 2000.
  98. Exemplet är hämtat från Stenberg 2002, s. 24–25.
  99. Jfr Cappella & Jamieson 1997; Iyengar 1991; Tankard 2001; Reese 2001; Hertog & McLeod 2001 m.fl.
  100. Pan & Kosicki 2001, s. 48.
  101. Cappella & Jamieson 1997, s. 47.
  102. Jfr Strömbäck 2001a, s. 182.
  103. Iyengar 1991, s. 11–16.
  104. Iyengar 1991, s. 136–137.
  105. Jfr SOU 1990:44; Lipset 1996; Åsard & Bennet 1997; Holmberg 1999.
  106. Shah, Domke & Wackman 2001, s. 239.
  107. Jfr Strömbäck 2001a.
  108. Cappella & Jamieson 1997, s. 33, sid 34. Jfr Jamieson 1992, s. 189–199; Jamieson & Waldman 2003, s. 165–172; Patterson 1993, s. 53–94; Valentino, Buhr & Beckmann 2001.
  109. Cappella & Jamieson 1997, s. 111.
  110. Cappella & Jamieson 1997, s. 158–160.
  111. Se till exempel Neuman, Just & Crigler 1992; Price, Tewksbury & Powers 1997; Shah 2001; Tewksbury et al 2000; Valentino, Buhr & Beckmann 2001; Nelson & Willey 2001.

112. Jansson 2004.
113. Zaller 1992; Price 1996.
114. Inglehart 2003, s. 51–59. Jfr Klingemann 1999; Fuchs, Guidorossi & Svensson 1998.
115. A. Hadenius 2001; Dahl 1998.
116. Inglehart 2003, s. 51–59.
117. Fukuyama 1992.
118. Klingemann 1999.
119. Inglehart 2003, s. 52–53.
120. Holmberg & Weibull 2003a, s. 13–14.
121. Hansson 1994.
122. Hermansson 2003.
123. S. Hadenius 1996, s. 47–48.
124. Karvonen 1997.
125. För en djupare analys av den demokratidebatten, se Boström 1988.
126. A. Hadenius 2001; Karvonen 1997; Dahl 1994; Dahl 1998; Dahl 1999; Boström 1988; Held 1996; Hermansson 2003; Petersson 1996; Rothstein et al 1995; Sartori 1987.
127. Denna lista bygger på en sammanvägd läsning av bland annat Dahl 1998; Dahl 1999; Rothstein et al 1995; Petersson et al 1996; [www.freedomhouse.org](http://www.freedomhouse.org); A. Hadenius 2001; Dworkin 1996; Karvonen 2003.
128. Rothstein et al 1995, s. 92.
129. A. Hadenius 2001, s. 30–31.
130. Jfr Petersson et al 1998, s. 127–144.
131. Petersson et al 1998, s. 111.
132. Jfr Delli Carpini & Keeter 1996.
133. Se exempelvis SOU 2000:1; Nord 2001a; Strömbäck 2001a; Oscarsson 2003; Held 1996; A. Hadenius 2001; Lindensjö 1999; Premfors 2000; Elster red. 1998; Gilljam & Hermansson red. 2003 m.fl.
134. Kriterierna kan jämföras med Manin 2002, s. 208–253.
135. För en mer problematiserande diskussion, se »Demokratins mekanismer« (2003) av Gilljam & Hermansson (red).
136. Jfr Schumpeter 1994.
137. Jfr Helds beskrivning (1996) av den »lagstyrda demokratin«. Jfr Hayek 1996; Bobbio 1993.
138. Jfr Graber 1988; Lupia & McCubbins 1998; Page 1996; Popkin 1994.
139. Jfr beskrivning av den lagstyrda (Held 1996) eller libertära (Lindensjö 1999) demokratin.
140. Schumpeter 1994, s. 163–164.
141. Jfr Oscarsson 2003; Held 1996; Strömbäck 2001a; Holmberg 1999; Gilljam & Hermansson red. 2003.
142. Sartori 1987, s. 108.
143. Jfr Esaïasson & Håkansson 2002.
144. Manin 2002, s. 143.
145. Oscarsson 2003, s. 13–14. Jfr Amnå 2003; Wolgemuth 2003; Gilljam 2003; Teorell 2003.
146. För en vidare diskussion, se Oscarsson 2003; E. Naurin 2003; Bäck 2003; Kumlin 2003a.
147. Bäck 2003.
148. Oscarsson 2003, s. 22; Kumlin 2003a, s. 89–91.
149. Jfr Strömbäck 2001a, s. 52–58.
150. Jfr Lewin 1998; Petersson et al 2002.
151. E. Naurin 2003, s. 55.
152. Jfr Oscarsson 2003; Petersson et al 2002; Holmberg 2000; Delli Carpini & Keeter 1996.
153. Petersson et al 2002, s. 53.
154. SOU 2000:1, s. 23.
155. Bergh & Rubenson 2001, s. 34.
156. SOU 2000:1, s. 22.
157. Jfr Amnå 2003.
158. Jfr SOU 2000:1; SOU 1999:132; Rothstein et al 1995; Petersson et al 1998; Petersson et al 2000; Jacobsson 1997.
159. SOU 1990:44; Micheletti 1994; SOU 2000:1; Bäck & Möller 2001; Rothstein 2002.
160. Jfr. Petersson et al 1996; Wuthnow 2002.
161. Jfr Putnam 1993; Putnam 2000; Putnam & Goss 2002; Rothstein 2002; Rothstein 2003a; Uslaner 1999; Norris 2002; Petersson et al 1998; Jarl 2003.
162. För litteratur kring samt kritik mot teorin om de sociala kapitalet och dess innebörd och betydelse, se Putnam & Goss 2002; Putnam 1994; Putnam 2000; Putnam red. 2002; Warren red. 1999; Rothstein 2003a; Norris 2002.
163. Inglehart 2003, s. 54.
164. Jfr Nord 2002; Norris 2001.
165. Se Fishkin 1997; Habermas 1995; Fishkin & Laslett red. 2003; E. Naurin 2001a; Elster red. 1998; Gutmann & Thompson 1995; Yankelovich 1991; Rothstein et al 1995; SOU 2000:1; A. Hadenius 2001; Oscarsson 2003; Knapskog 2001 m.fl.
166. Elster 1998, s. 3.
167. Habermas 1984.
168. SOU 2000:1, s. 33.

169. Rothstein et al 1995, s. 22. För kritik av det synsättet, se D. Naurin 2003; Jodal 2003, s. 274–278.
170. Karlsson 2003.
171. Gutmann & Thompson 1996, s. 3. Jfr Strömbäck 2001c; E. Naurin 2001a.
172. Jfr Mill 1859/1991, s. 59–60.
173. Jfr Zaller 1992, Price 1996; Strömbäck 2001a.
174. Fishkin 1997; E. Naurin 2001a.
175. Yankelovich 1991; Strömbäck 2001a.
176. Fishkin 1997; Ackerman & Fishkin 2003. Jfr E. Naurin 2001a.
177. Se Elster 1998; Elster red. 1998; Gambetta 1998; Fearon 1998; Oscarsson 2003; Gutmann & Thompson 1996; Fishkin 1997; Rothstein et al 1995; E. Naurin 2001a; Lindensjö 1999.
178. Fishkin & Laslett 2003, s. 2.
179. D. Naurin 2003, s. 246.
180. Jfr Elster red. 1998; Oscarsson 2003; E. Naurin 2001a; Tulis 2003.
181. Goodin 2003. Se även Karlsson 2003.
182. Jfr Jodal 2003.
183. Jfr Oscarsson 2003, s. 22.
184. Reporters without borders 2003.
185. Strömbäck 2003; Kieran 2000.
186. Locke 1690/1998.
187. Locke 1690/1998, s. 125.
188. Severin & Tankard 1997, s. 345–353; McQuail 2000; McQuail 1992, s. 65–80; Hadenius & Weibull 2003.
189. McQuail 1992, s. 11.
190. Dahl 1998; Dahl 1999; Rothstein et al 1995.
191. Jfr. Strömbäck 2003; Raaum 2001; Kovach & Rosenstiel 2001.
192. Andersson Odén 2003, s. 27.
193. Jfr Hadenius & Weibull 1997, s. 15; Carlsson 2002, s. 298–300. Se även Thompson 1995, s. 27–31.
194. Weibull 1999.
195. Newsweek May 26, 2003.
196. Rosenberg 2000, s. 62–72.
197. Kovach & Rosenstiel 2001, s. 42.
198. Hargreaves 2003, s. 225. Jfr Rosenberg 2000, s. 62–71.
199. Spelregler för Press TV Radio 2001, s. 7.
200. Ekecrantz & Olsson 1994, s. 27.
201. Jfr McQuail 1992, s. 187, som talar om ett »oskrivet kontrakt«.
202. McQuail 1992, s. 187–189.
203. Jfr Gans 1980; Shoemaker & Reese 1996; Tuchman 1978.
204. Ettema & Glasser 1998; Merritt 1998; Rosen 1999; Beckman 2003; McQuail 1992.
205. Det finns flera varianter av synen på medieinnehåll som konstruktioner, mellan vilka skillnaderna kan vara avsevärda. Jfr Tuchman 1978; Tuchman 1972/1999; Pollack 2001; Eriksson 2002; Ekecrantz & Olsson 1994.
206. Jfr Kovach & Rosenstiel 2001, s. 72.
207. För en vidare diskussion, se McQuail 1992, s. 183–237.
208. Schudson 1978, s. 5–6.
209. Kovach & Rosenstiel 2001, s. 71.
210. Spelregler för Press Radio TV 2001, s. 7.
211. Resonemangen är hämtade från Kovach & Rosenstiel 2001, s. 78–86.
212. Se vidare Strömbäck 2001a, s. 18–21; Hvitfelt 1989.
213. Patterson 1998. Se även McQuail 1992.
214. Strömbäck 2000, s. 257–258.
215. Hvitfelt 1989, s. 40; McQuail 1994, s. 146–148; McQuail 1992, s. 196–204.
216. Jfr McQuail 1992, s. 64, som om än på en annan nivå konstaterar samma fenomen.
217. SOU 1995:37, s. 156.
218. Kovach & Rosenstiel 2001, s. 17.
219. Jfr exempelvis Meyer 2002, s. 9; Eide red. 2001.
220. Leth 1996, s. 63.
221. Reporters without borders 2003.
222. Petersson 1996, s. 14.
223. Strömbäck 2003.
224. McQuail 1992, s. 99–141.
225. Jfr Nord 1997; Kovach & Rosenstiel 2001; McQuail 1992; Westerstähl & Johansson 1985; Raaum 2001.
226. Jfr McDevitt 2003, s. 155–165; McQuail 1992.
227. Sambandet är statistiskt signifikant på 0,001-nivån. Cramer's V = 0.14.
228. För litteratur som kritiserar medier och journalistiken för dess inverkan på demokratin, se exempelvis Patterson 1993; Cappella & Jamieson 1997; Franklin 1997; Blumler & Gurevitch 1995; Jamieson & Waldman 2001; Sabato 1991; Sabato, Stencel & Lichter 2000; Strömbäck 2001a; SOU 1990:44; Eriksson 2002; Ekström 1999; Ekström & Eriksson 1998; Hvitfelt 1996; Nord 1997; Ekström & Andersson 1999; Bengtsson 2001; Eide red. 2001.
229. Jfr Boethius 2001; Nerman 1997.

230. Fallows 1996.
231. Sanford 1999, s. 10.
232. Jfr Mill 1859/1991; Leth 1996; Gustafsson & Rydén red. 2000; Gustafsson & Rydén red. 2001.
233. Zaller 2003, s. 122.
234. Se Rosen 1996; Rosen 1999; Rosen 2000; Merritt 1998; Lambeth, Meyer & Thorson red. 1998; Glasser red. 1999; Eksterowicz & Roberts red. 2000; Black red. 1997; Charity 1995; Strömbäck red. 2000; Strömbäck 2001b; Beckman 2003. Ibland används även beteckningen »civic journalism«.
235. Rosen 1999, s. 22.
236. Beckman 2000, s. 31.
237. Habermas 1984; Habermas 1995; Dahlgren 2001; McNair 2000; Fishkin & Laslett red. 2003.
238. Rothstein et al 1995, s. 39. Se Strömbäck 1997 för en diskussion om demokratilogik kontra medielogik.
239. Merritt 1998, s. 96–97.
240. Jfr Merritt 1998, s. 103.
241. Shah & Scheufele 2003; McLeod m.fl 1996; McLeod, Scheufele & Moy 1999.
242. Jfr Rosen 1996; Rosen 1999; Rosen 2000.
243. Reeves & Nass 1996, s. 119–131.
244. Beckman 2003.
245. Jfr Strömbäck 2001a; E. Naurin 1999; E. Naurin 2001a; E. Naurin 2003.
246. Jfr Holmberg 2000, s. 117; Esaiasson & Håkansson 2002, s. 41–49; Keeter & Delli Carpini 1996.
247. Asp 1986; Asp 1999.
248. För andra översikter av faktorer som påverkar mediernas innehåll, se Shoemaker & Reese 1996; McQuail 1992.
249. Hadenius & Weibull 1997, s. 116.
250. Hadenius & Weibull 1997, s. 51–55; Nord 2001a, s. 80–86.
251. Hadenius & Weibull 1997, s. 107.
252. Nord 2001a, s. 8.
253. Nord 2001a, s. 86–92.
254. Rosenberg 2000, s. 244–249.
255. Djerf-Pierre & Weibull 2001, s. 264–268; Esaiasson & Håkansson 2002, s. 95 och framåt.
256. Esaiasson & Håkansson 2002, s. 100.
257. Esaiasson & Håkansson 2002, s. 15.
258. Wadbring, Weibull & Bergström red. 2002.
259. Alström & Nord 2000; Alström & Nord 2002; Alström & Nord 2003. Se även Sundin 2003.
260. Hvitfelt 1996; Hvitfelt 1999; Hultén 1999; Boethius 2001; Ljunggren 2003.
261. Fallows 1996; Bourdieu 1998; Baker 2002; McManus 1994; Underwood 1995; Kovach & Rosenstiel 2001; Franklin 1997; Meyer 2002.
262. McManus 1994.
263. McManus 1994, s. 85.
264. Östlund 2000.
265. Djerf-Pierre & Weibull 2001, s. 325.
266. Melesko 2003.
267. Sundin 2003, s. 14. Jfr Westergren 2003.
268. Nord & Strömbäck 2003a, s. 52–57. Jfr McManus 1994; Underwood 1995; Hvitfelt 2002; Östlund 2000; Palm 2002.
269. Andersson & Andersson 2002, s. 13.
270. Nord & Strömbäck 2003a, s. 116–119.
271. Jfr Östlund 2000.
272. Jfr Palm 2002, s. 60–70.
273. Djerf-Pierre & Weibull 2001, s. 307–324.
274. Hedman & Bergström 2003, s. 190.
275. Castells 2001; Nord 2002.
276. Morge & Modh 2002, s. 40.
277. Se Kovach & Rosenstiel 1999, sid 11–12; Kalb 2001.
278. Dagens Nyheter 18 september 2003.
279. Se Leth & Thuren 2000, s. 70–92; Carlsson 2002.
280. Nord & Strömbäck 2003b; Nord, Strömbäck & Shehata 2003.
281. Nord & Strömbäck 2002, s. 101–102; Leth & Thuren 2002, s. 21–23.
282. Pressens Tidning nr 16 2003.
283. Brandenburg 2003.
284. Postman 1987, s. 114.
285. Seib 2001, s. 44.
286. Engberg 2001.
287. Gans 1980, s. 160–167.
288. McLuhan 1964/1998, s. 7.
289. Postman 1987, s. 57.
290. Jfr McLuhan 1964/1998, s. 81–89; Postman 1987, s. 51–71.
291. Postman 1987, s. 57–58; Castells 2001, s. 377–385.
292. Strömbäck 1998.
293. Altheide & Snow 1979, 1991; Singer 1980; Postman 1987; Hart 1999.
294. Castells 2001, s. 40.
295. Se vidare Norris 2001; Nord 2002; Castells 2001.
296. Held & McGrew 2003, s. 69. Jfr Castells 2001; Altenberg & Kleen 2001.
297. Held & McGrew 2003, s. 31–32.
298. Castells 2000a, s. 352. Jfr Giddens 2003.

299. Slaata 2001; Hjarvard red. 2001; Wallin 2003; Stur 2004; Demers 1999.
300. McChesney 2001, s. 131–133; Hadenius & Weibull 2003, s. 273–274; Demers 1999.
301. Hadenius & Weibull 2003, s. 278–279; Jfr Sundin 2003.
302. Hadenius & Weibull 1999, s. 296–297; Jfr Sundin 2003.
303. Sundin 2003.
304. Tabellen bygger på uppgifter från Hadenius & Weibull 2003, s. 280–281, Demers 1999, s. 25–41; McChesney 2001, s. 143–151. Med tanke på den globala mediemarknadens snabba förändringar kan exemplen på de medier som respektive konglomerat har ägarintressen i mycket väl ha förändrats när denna bok är tryckt.
305. McChesney 2001, s. 59, s. 139–151; Bagdikian 2000, s. viii–xlv.
306. Bagdikian 2000, s. xii.
307. McChesney 2001, s. 56–60; Hjarvard 2001, s. 26.
308. Wallin 2003. Jfr Slaata 2001.
309. Hadenius & Weibull 2003, s. 328.
310. Hadenius & Weibull 2003, s. 326–331. Se även Wallin 2003.
311. Hjarvard 2001, s. 28.
312. Jfr Hjarvard 2001, s. 33. Se även Nohrstedt 1999a; Nohrstedt 1999b; Wallin 2003.
313. Demers 1999.
314. Wallin 2003.
315. Hadenius & Weibull 2003, s. 337–340.
316. Gans 1980, s. 147–152.
317. Johansson 2004.
318. Jfr Galtung & Ruge 1965/1999; Hvitfelt 1989, s. 65–54; Shoemaker & Reese 1996, s. 41–65.
319. Hvitfelt 1985, s. 216.
320. Se även Galtung & Ruge 1965/1999; Johansson 2004.
321. Shoemaker *et al.* 2001.
322. Jfr Beckman 2003; Merritt 1998; Rosen 1999 m.fl.
323. Kemdal 2003, s. 313.
324. Se bland annat Asp 1990; Asp 1996; Asp 2003.
325. Asp 2003, s. 41.
326. Asp 2003, s. 42–43.
327. Asp 2001; Asp 1996; Asp 1991.
328. Asp 2001, s. 59.
329. Jfr. Eide 2001; Raaum 2001; Hadenius & Weibull 2003; Asp 2003.
330. Jfr Gans 1980, s. 42–52; Shoemaker & Reese 1996, s. 82–83; McQuail 1992; Johansen 2001.
331. Jfr Lipset 1996.
332. S. Holmberg 1999.
333. Jfr Schudson 1989, s. 117; Ettema & Glasser 1998; Gans 1980; Jansson 2002; McQuail 1992; Thurén 1997.
334. Hallin 1986, s. 117. Jfr Thurén 1997, s. 23–25.
335. Ettema & Glasser 1998.
336. Strömbäck 2001a; Djerf-Pierre & Weibull 2001; Eide 2001.
337. Gans 1980, s. 116; Allern 2001.
338. Sahlstrand 2000, s. 11–12.
339. McManus 1994; Gans 1980; Sahlstrand 2000; Larsson 1998; Ekström & Nohrstedt 1996; Palm 2002; Asp 1999; Allern 1997; Manning 2001.
340. Cook 1998, s. 102–109.
341. Altheide & Snow 1980; Altheide & Snow 1991.
342. Asp 1986, s. 359. Jfr Asp 1999, s. 19–21.
343. Altheide & Snow 1980; Altheide & Snow 1991; Strömbäck 2001a; Carruthers 2000; Thompson 1995; Nord & Strömbäck 2003; Jansson 2002; Castells 2000a; Meyer 2002; SOU 1999:126; Asp 1986; Asp 1999; Eide 2001.
344. Raaum 2001, s. 75.
345. Jfr Strömbäck 2001a, s. 136; Ekström 1999, s. 161; Nilsson 2001, s. 151.
346. Altheide & Snow 1991, s. 51.
347. Altheide & Snow 1991, s. 51–81.
348. Cook 1998.
349. Jfr Hernes 1978; Asp 1986; Petersson & Carlberg 1990; Strömbäck 2000; Strömbäck 2001a. I Strömbäck 1998 och 2000 har jag utvecklat innebörden av dessa berättartekniker mer.
350. Jfr Gans 1980; Sahlstrand 2000; Cook 1998; Palm 2002. Se även Beckman 2003 för en kritik av detta.
351. Sahlstrand 2000; Wallin 2003; Andersson Odén 2003; Nord, Shehata & Strömbäck 2003; Allern 2001.
352. Gans 2003, s. 69. Jfr Gans 1980.
353. Palm 2002, s. 245–246.
354. För svensk och nordisk litteratur kring detta, se bland annat Nord & Strömbäck 2003; Strömbäck 2002; Larsson red. 2002; Malmsten 2002; Bryntesson, Hammarlind & Sammeli 2001; Allern 2001; Falkheimer 2004.
355. Falkheimer 2004.

356. Boorstin 1964, s. 11–12. Jfr Bernays 1923; Bernays 1928.
357. Jfr Nord & Strömbäck 2003, s. 164.
358. Jfr Hirschman 1970; SOU 1990:44.
359. Modellen har använts tidigare, se exempelvis Strömbäck 2000; Strömbäck 2001a.
360. Lippman 1922/1997, s. 16.
361. Nationalencyklopedins ordbok.
362. Graber 1988, s. 28. Jfr Lundh 1992a.
363. Jfr Lundh 1992a; Fiske & Taylor 1991; Graber 1988; Waldahl 1998.
364. Fiske & Taylor 1991, s. 119–122; Waldahl 1998, s. 45–48.
365. Lundh 1992b, s. 101.
366. Jfr Fiske & Taylor 1991; Severin & Tankard 1997; Graber 1988; Lundh, Montgomery & Waern 1992.
367. Jfr McQuail 1992, s. 231; Sahlstrand 2000; Eriksson 2002; Tuchman 1972; Ekström & Eriksson 1998.
368. Lippman 1922/1997, s. 54–55.
369. Bennulf & Hedberg 1999, s. 104.
370. Bennulf & Hedberg 1999, s. 105.
371. Strömbäck 2001a; Holmberg 2000.
372. Delli Carpini & Keeter 1996.
373. Bennulf & Hedberg 1999, s. 115; Nord 2003.
374. Holmberg 2000, s. 54.
375. Petersson & Ribbighagen 2003.
376. Ljungberg 2000a; Ljungberg 2000b.
377. Holmberg & Weibull 2003a, s. 13.
378. Jfr Popkin 1994, s. 28–30.
379. Kovach & Rosenstiel 2001, s. 28.
380. Jfr Warren 1999a; Warren 1999b.
381. Jfr Warren 1999a; Warren 1999b; Rothstein 2003a.
382. Putnam 1993; Putnam 2000; Uslaner 1999; Rothstein 2003a.
383. Yankelovich 2001, s. 106.
384. Strömbäck 2001, s. 52–58; Möller 2000, s. 167–185; Cappella & Jamieson 1997, s. 25–29.
385. Strömbäck 2001; Andersson 1999; Klingemann, Hofferbert & Budge 1994; E. Naurin 1999; E. Naurin 2001b.
386. Holmberg 2000; Strömbäck 2001; Möller 1998.
387. Holmberg & Weibull 2002; Holmberg & Weibull 2003b; Brewer, Aday & Gross 2003.
388. Holmberg & Weibull 2003b, s. 44–57. Jfr Elliot 1997, s. 221–222.
389. Rothstein 2003b, s. 240.
390. Spelregler för press TV radio 2001, s. 7.
391. Jfr Dahl 1998; Petersson red. 1998; SOU 2000:1; Manin 2002.
392. Jfr Popkin 1994; Lupia & McCubbins 1998; Delli Carpini & Keeter 1996; Petersson et al 1998; Page 1996; Graber 1988.
393. Delli Carpini & Keeter 1996; Petersson et al 1998; Nord 2003.
394. Jfr Schudson 1995, s. 121; Petersson et al 1998; B. Johansson 2003.
395. Det starkaste intresset (Cramer's  $V=0,20$ ) finns mellan medborgarnas politiska intresse och uppfattningen att journalister har stor makt att påverka politik och samhälle.
396. Cappella & Jamieson 1997; Strömbäck 2001a; Patterson 1993.
397. Med misstro avses här en sammanvägd bedömning av de olika gruppernas perceptioner av varandra.
398. Petersson 1996, s. 14.
399. Strömbäck 2001a.
400. Jfr Sundberg 2002; Petersson et al 2000.
401. Johnson 1998. På sin partistämman i oktober 2003 beslutade dock moderaterna att de ska börja ta emot bidrag också från juridiska personer som företag (Dagens Nyheter 2003-10-26).
402. För svenska analyser och undersökningar kring dessa frågor se Strömbäck 2002; Nord & Strömbäck 2003.
403. Petersson et al 2000, s. 67.
404. Holmberg 2000, s. 41.
405. Holmberg & Weibull 2003a, s. 13.
406. Holmberg 2000, s. 34. För svenska översikter av den politiska misstron, se Strömbäck 2001a; Möller 1998.
407. Holmberg 2000, s. 17–29.
408. För internationell litteratur kring professionella politiska kampanjer, se exempelvis Newman red. 1999; Newman 1994; Farrell 1996; Farrell & Webb 2000; Johnson 2000; Powell & Cowart 2003. För svensk litteratur, se Nord & Strömbäck 2003; Esaiasson 1990; Asp & Esaiasson 1996; Sjöblom 1968.
409. Figuren hämtad från Folkpartiet 2003, vars källa är Observer. Undersökningsperioden är 5–13 september 2002.
410. Asp 2003, s. 34.
411. Strömbäck 2001a.
412. När det refereras till intervjuerna bygger det, om inget annat sägs, på Nord & Strömbäck 2003.

413. Det kan dock tilläggas att i jämförelse med hur mycket samma medier rapporterade kring de första fem dagarna efter terrorattackerna mot USA, kriget i Afghanistan hösten 2001 och kriget i Irak våren 2003, framstår valet 2002 inte som en lika god nyhet – särskilt inte för kvällstidningarna. Jfr Nord, Shehata & Strömbäck 2003.
414. För en mer ingående diskussion om de olika gestaltningarna, se Strömbäck 2001a, s. 240–249.
415. Cappella & Jamieson 1997, s. 230–231.
416. Jamieson 1992; Jamieson 2001; Just, Crigler & Buhr 1997; Cappella & Jamieson 1997; Fallows 1996; Patterson 1993; Patterson 2000.
417. Kaase 2000. Se även Maurer 2003.
418. Djupsund 2003.
419. Blumler & Gurevitch 1995; Norris et al 1999; McNair 2000.
420. Van der Eijk 2000.
421. Strömbäck 2001a.
422. Norris red. 1999; Listhaug 1998; Listhaug & Wiberg 1998. För översikter, se Strömbäck 2001a; Möller 1998.
423. Jfr Holmberg 1999.
424. Strömbäck 2001a.
425. Moberg 1973.
426. Downs 1957.
427. Kirchheimer 1966.
428. Cail & Gray 2000, s. 214–215.
429. Jfr Sjöblom 1968; Strömbäck 2002; Nord & Strömbäck 2003; Nord 1997.
430. Nord & Strömbäck 2003.
431. Skillnaderna mellan hur tidningarna respektive nyhetsprogrammen gestaltade politik 1998 respektive 2002 är signifikanta på 0,01-nivån. Sambandets styrka (Cramer's V) mellan tidning och gestaltning 1998 och 2002 var 0,15 båda åren. Sambandets styrka mellan nyhetsprogram och gestaltning 1998 och 2002 var 0,16 respektive 0,20.
432. Här syftar jag på artiklarnas brödtexter.
433. Nord & Strömbäck 2003, s. 130.
434. Patterson 2000, s. 253–254.
435. Petersson & Holmberg 1998; Lavrakas & Traugott 2000, s. 3–23; Fishkin 1997, s. 76–80; Geer 1996.
436. Glynn, Herbst, O'Keefe & Shapiro 1999, s. 33; Geer 1996.
437. www.esomar.org.
438. Jfr Johnson 2001; Mitchell & Daves 1999; Rademacher & Tuchfarber 1999; Powell & Cowart 2003.
439. Nord & Strömbäck 2003. Jfr Petersson & Holmberg 1998.
440. För journalisters egna reflektioner kring detta, se Mellin 2002; Stenberg 2002; Brandelius & Hanson 2002.
441. Jfr Lavrakas & Traugott 2000, s. 4.
442. Jfr Bourdieu 1991, s. 241–255.
443. Jfr Yankelovich 1991; Fishkin 1997; Zaller 1992; Key 1964b; Price 1992 m.fl.
444. Zaller 1992, s. 266.
445. Esaiasson 2003, s. 36.
446. Yankelovich 1991, s. 5. Se även Yankelovich 2001, s. 177–185.
447. Jfr Strömbäck 2001a, s. 47–52.
448. Kahneman & Tversky 2000, s. 4–5.
449. Se www.esomar.org. Jfr Petersson & Holmberg 1998, s. 120.
450. Mutz 1998, s. 206–217.
451. Mutz 1998, s. 208; Severin & Tankard 1997, s. 126; Petersson & Holmberg 1998, s. 145–151.
452. Mutz 1998, s. 210.
453. Mutz 1998, s. 216, s. 262–263.
454. Andra delar av Mutz teori, som handlar om de personliga erfarenheternas betydelse för människors politiska attityder, har kritiserats av Staffan Kumlin (2003). Där Mutz kommer fram till att personliga erfarenheter spelar liten roll i förhållande till den massmedierade informationen, visar Kumlin att de personliga erfarenheterna har stor betydelse. Troiligen beror skillnaden på att Mutz undersökningar utgår från frågor relaterade till ekonomi och arbetslöshet, medan Kumlins handlar om välfärdsfrågor och erfarenheter av välfärdsstjänster.
455. Petersson & Holmberg 1998, s. 138.
456. Holmberg 2000, s. 26–27.
457. Se Expressen de dagar resultaten presenterades, exempelvis 2 september 2002.
458. Petersson & Holmberg 1998, s. 116.
459. Petersson & Holmberg 1998, s. 119–120.
460. Abramsson & Sundberg 2003.
461. Mellin 2002. Se även Abramsson & Sundberg 2003.
462. Abramsson & Sundberg 2003, s. 29.
463. Nord & Strömbäck 2003, s. 103–106.
464. Stenberg 2002, s. 24.
465. Lavrakas & Traugott 2000, s. 4.
466. Bauman & Lavrakas 2000, s. 168.

467. Johansson 2001, s. 10.
468. Holmberg 2000, s. 176–191.
469. King 2002a; King 2002b; Bartels 2002; Holmberg 2000; Bartle & Crewe 2002; Pierce 2002; Brettschneider & Gabriel 2002; Johnston 2002. Jfr Mughan 2000.
470. Holmberg 2000, s. 184.
471. Detta bygger på intervjuer med journalister, där vissa svar finns redovisade i Nord & Strömbäck 2003 samt Abramsson & Sundberg 2003, och informella samtal med journalister. Se även Strömbäck red. 2002.
472. Citerad i Abramsson & Sundberg 2003.
473. Citerad i Abramsson & Sundberg 2003.
474. Spangenberg 2003.
475. Fishkin 1997; Ackerman & Fishkin 2003; E. Naurin 2001a m.fl.
476. Beckman 2003, s. 23.
477. Spelregler för press tv radio 2001, s. 8. Kursiveringen återfinns inte i original.
478. En artikel från Aftonbladet inte ingår i den analysen, eftersom den skulle snedvrida resultaten. Den innehåll 101 källor, publicerades på valdagen och hade förstasidesrubriken »101 kändisar: Så går det i valet«.
479. Nord & Strömbäck 2002; Nord, Shehata & Strömbäck 2003.
480. Jfr Nord, Shehata & Strömbäck 2003, s. 62–63.
481. Jfr Sahlstrand 2000; Nord & Strömbäck 2002; Nord & Nygren 2002; Wallin 2003; Petersson & Carlberg 1990; Manning 2001.
482. Jfr Gans 1980; Hvitfelt 1985; Galtung & Ruge 1965/1999; Shoemaker & Reese 1996; Manning 2001.
483. Sahlstrand 2000, s. 80.
484. Gans 1980, s. 128–131.
485. Sahlstrand 2000, s. 137.
486. Jfr Strömbäck 2001a, s. 304.
487. Hvitfelt 1985, s. 165.
488. Nord & Strömbäck 2003, s. 79–115.
489. Citerad i Nord & Strömbäck 2003, s. 95.
490. Meyer 2002, s. 57.
491. Hagevi 1999, s. 14–16.
492. Just, Crigler & Buhr 1999, s. 39.
493. Hallin 1992, s. 5–24; Lowry & Shidler 1998, s. 719–730.
494. Asp 1995, s. 10.
495. Jfr Jamieson 2001, s. xxi för en kritik av kritiken av korta soundbites.
496. Petersson & Carlberg 1990, s. 213–226; Strömbäck 2001a, s. 307–311.
497. Jfr Beckman 2000; Beckman 2003; Vikström & Wänkkö 2001; Becksmo & Stjernfeldt 2001.
498. Jfr Shoemaker & Reese 1996; McQuail 1992; Cook 1998; McManus 1994.
499. Jfr Jönsson 2004.
500. Se vidare Hadenius & Weibull 2003; Nord 2001a; Djerf-Pierre & Weibull 2001; Esaiasson & Håkansson 2002.
501. Djerf-Pierre & Weibull 2001, s. 359–361.
502. Se även Djerf-Pierre 2001; Ghersetti 2001; Jönsson 2001.
503. Melin-Higgins 1996, s. 57.
504. Djerf-Pierre & Weibull 2001, s. 367.
505. Djerf-Pierre 2001, s. 24. Journalistundersökningen är gjord vid JMG, Göteborgs universitet.
506. Strömbäck 2003. Jfr de Burgh 2000; de Burgh 2000b; Ekström & Nohrstedt 1996; Ettema & Glasser 1998; Löwenberg 1995; Nygren 2003a; Nygren 2003b; Waisbord 2000; Kovach & Rosenstiel 2001.
507. Strömbäck 2003, s. 29–30.
508. Jfr Hvitfelt 1999, s. 125.
509. Nygren 2003b.
510. Citerad i Nord & Strömbäck 2003, s. 127.
511. Esaiasson & Håkansson 2002, s. 196–197.
512. Patterson 2000, s. 250.
513. Patterson 2000, s. 249; Leth 1996, s. 128; Theander 1998, s. 61.
514. Jfr Nord & Strömbäck 2002; Nord, Shehata & Strömbäck 2003; Hvitfelt 1996; Strömbäck 2001a; Kovach & Rosenstiel 1999; Ekecrantz & Olsson 1994.
515. Nord & Strömbäck 2002, s. 95.
516. Tyvärr kan resultaten av metodologiska skäl inte jämföras med valjournalistiken 1998. Min bedömning är dock att förekomsten av spekulationer inte har förändrats på något dramatiskt sätt. Se Strömbäck 2001a, s. 328.
517. Jfr Mutz 1998; Kumlin 2003b; Johanson 1998.
518. Jfr Ghersetti 2004; Ghersetti & Hvitfelt 2000; Hvitfelt 2001.
519. Ghersetti 2004, s. 261.
520. Jfr Raauum 2001.
521. Se bland annat Ghersetti & Hvitfelt 2000; Hvitfelt 2001; Nord & Strömbäck 2002; Nord, Shehata & Strömbäck 2003; Nord et. al 2001; Hvitfelt & Matt-

- son 1992; Eriksson 2002; Leth & Thurén 2002. Se även Sahlin 1996.
522. Själva undersökningen gjordes i slutet av maj. Se Dagens Nyheter exempelvis den 29 augusti 2002.
523. Ribbhagen 2003.
524. Temo.se: [http://www.temo.se/dok/proj/valjarbarometern/valjbsamtlig2000\\_Sep2002.htm](http://www.temo.se/dok/proj/valjarbarometern/valjbsamtlig2000_Sep2002.htm)
525. För en analys av programmet och dess dramaturgi, se Andén-Papadopoulos 2003.
526. Avsnittet bygger på en C-uppsats som jag var handledare för, skriven av Ingela Persson & Christina Tellström med titeln: »Från Träbäck till Leijonkung – en undersökning av hur Folkpartiet och Lars Leijonborg framställdes i medierna under två valrörelser«. Jag vill därför rikta ett stort tack till båda.
527. Jfr Asp 2003.
528. Carlsson & Strömbäck 1999.
529. För litteratur om strategisk politisk kommunikation, se bland annat Nord & Strömbäck 2003; Lees-Marshment 2001; Ornstein & Mann red. 2000; Newman red. 1999; Johnson 2001; Powell & Cowart 2001; Newman 1994.
530. Nord & Strömbäck 2003.
531. Ur Hansson & Hermansson red. 1994, s. 26.
532. Jfr Trost 2001; Babbie 1992.

# Register