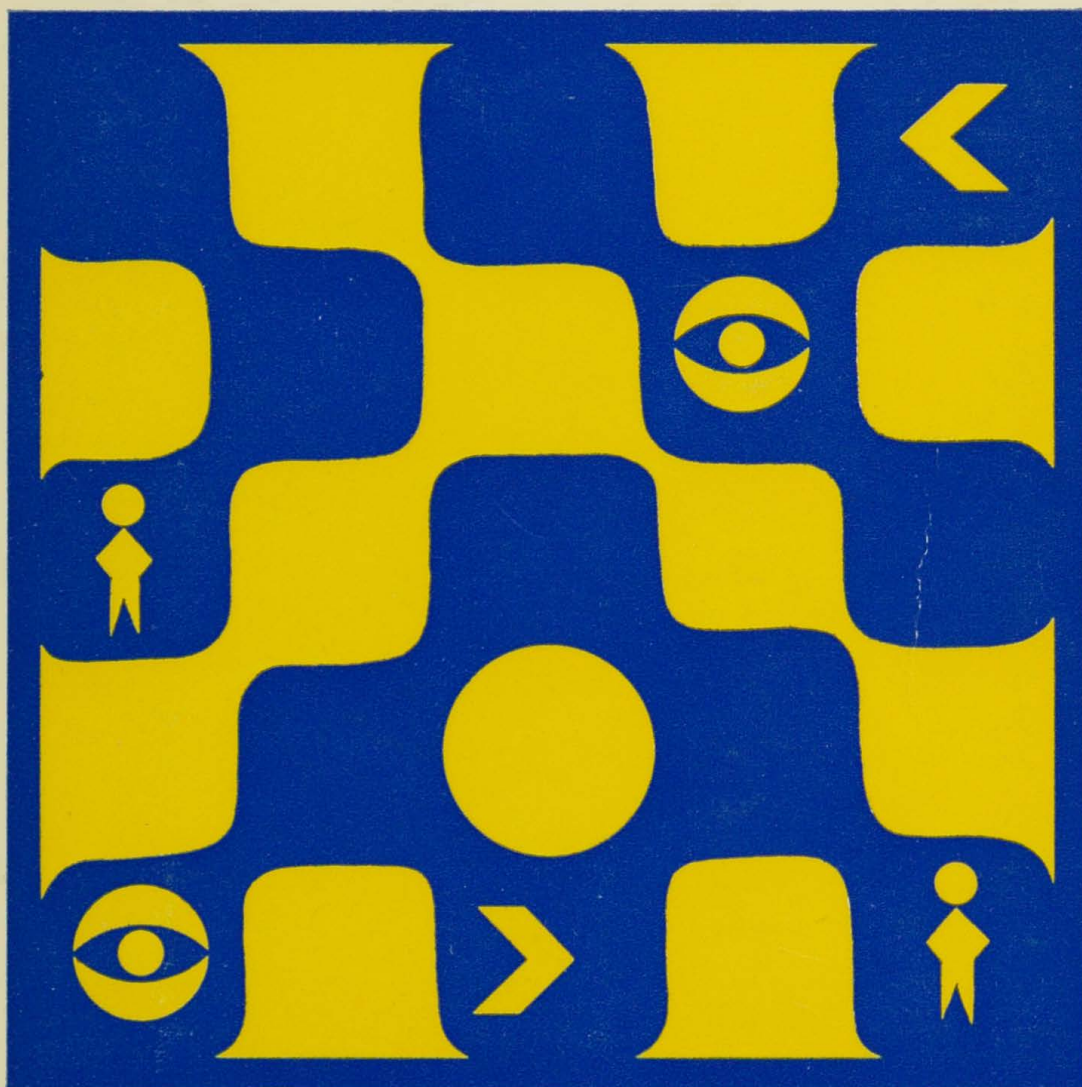


folke johansson

vridet och vinklat i massmedier



STUDIEFÖRBUNDET NÄRINGS LIV OCH SAMHÄLLE

Vridet och vinklat i massmedier

Vridet och vinklat i massmedier

Av FOLKE JOHANSSON



Studieförbundet Näringsliv och Samhälle

Studier och debatt

utges av Studieförbundet Näringsliv och Samhälle
Sköldungagatan 2 · 114 27 Stockholm · Telefon 08-23 25 20
Postgiro 35 62 60-0

Nr 4 1972 · 20:e årg.

© Studieförbundet Näringsliv och Samhälle

Layout Margareta Eklöf

Tryckt hos Nermans Trycksaker, Karlstad 1972

Omslag av Allan Mabon

ISBN 91-7150-131-2 (hft.)

ISBN 91-7150-132-0 (inb.)

SNS — STUDIEFÖRBUNDET NÄRINGSLIV OCH SAMHÄLLE

är en ideell sammanslutning av enskilda personer inom svenskt näringsliv, fristående från politiska partier och intresseorganisationer. Genom vetenskaplig forskning, konferenser samt studier och debatt i lokala grupper vill SNS sprida kunskap om ekonomiska och sociala förhållanden, stimulera till positiva insatser i arbets- och samhällsliv och till individuella ställningstaganden i den allmänna debatten.

Innehåll

FÖRORD	6
FALLET ÖSTERKÖPING	8
Österköping	9
Y-bolaget	11
Massmedierna	14
Sanningen om fallet Österköping	14
Massmedierna om fallet Österköping	18
Fallet i fullmäktige	27
Kommentarer	28
Vinklingen	31
MASSMEDIERNA	37
Redaktionerna	38
Journalisterna	48
MAKTEN ÖVER MEDIERNA	53
Journalisterna	55
Ägarna	72
Direktörerna	83
Staten	86
Partierna	90
Organisationerna	100
Företagen	112
Konsumenterna	117
DEN DELADE MAKTEN	123
Yttrandefrihet och tryckfrihet	127
Opinionsbildningens resurser	129
Objektiviteten	140
Nyheten	146
Vinklingen	154
Attityder	162
PERSPEKTIV	168

Förord

I en mindre svensk stad sker en företagsetablering. Informationen kring denna övervägande positiva händelse går emellertid ”snett”. Nyheten vrids och vinklas av massmedierna. Personer som väntat sig uppskattning för goda initiativ finner sig porträtterade som maktfullkomliga pampar. — Denna boks upptakt är ett fylligt och realistiskt praktikfall. Med utgångspunkt från detta analyserar och diskuterar författaren — *Folke Johansson*, politisk redaktör i *Upsala Nya Tidning* — problemet med massmediernas rapportering. Så snart det gäller mer komplicerade händelser är det nästan ofrånkomligt med någon form av vridning och vinkling. Men måste detta leda till systematisk snedvridning av informationen?

Det genomgående problemet är vad som bestämmer massmediernas arbetssätt, vilka värderingar och principer som är vägledande. Vilken roll spelar ägarna? Vad betyder annonsörerna? Hur viktiga är journalisterna? Vilket inflytande har politikerna?

Boken kan ses som tredje delen i en SNS-trilogi om svenska massmedier. Tidigare har publicerats *Lag och etik för massmedier* och *Massmedia och företagen*. Den förra, som också författats av Folke Johansson, innehåller en genomgång av de formella och informella regler som gäller för massmedierna. Det gäller allt från lagar och publiceringsregler till okodifierad praxis. Den senare boken redovisar en omfattande undersökning av de attityder som bl a journalister och företagsledare har till varandra. Projektet har genomförts i samarbete med sektionen för ekonomisk psykologi vid Ekonomiska Forskningsinstitutet, Handelshögskolan i Stockholm. Författare är civilekonom *Björn Fjæstad* och ekon. lic. *Kjell Nowak*.

Huvudskälet att SNS i så stor utsträckning intresserat sig för massmedierna är givetvis de förändringar som skett under senare år i fråga om dessas bevakning av näringslivet. En hårdare reportagestil har vuxit fram med en stark inriktning på det kontroversiella. Kvälls-

pressen och etermedierna har expanderat starkt. Syftet med SNS insatser är som vanligt att bidra med fakta och synpunkter i en vital samhällsdebatt.

Denna bok bygger på litteraturstudier, diskussioner inom journalist- och SNS-grupper och samtal med bl a företrädare för näringsliv och massmedier. Å egna och författarens vägnar ber SNS att få tacka alla dem som beredvilligt ställt tid och sakkunskap till förfogande. Författaren svarar, som alltid när det gäller SNS böcker, ensam för innehållet. Skulle någon läsare anse sig finna tendenser till vridning och vinkling illustrerar de bara en del av författarens teser.

Stockholm i november 1972

Göran Albinsson
Verkställande direktör i SNS

Fallet Österköping

Det är inte sant, som en del företagsledare gärna gör gällande, att massmedierna bara intresserar sig för händelser som är negativa för företagen. Tag t ex invigningen av Y-bolagets nya fabrik i Österköping. Tidningarna refererade invigningstalen av landshövdingen, Y-bolagets chef och kommunstyrelsens ordförande. De hade stora reportage från den nya anläggningen med allehanda lovord över dess tekniska kapacitet och finesser. TV-tittarna fick se både i TV 1 och TV 2 hur hjulen rullade igång sedan landshövdingen tryckt på startknappen. Det var idel solsken vid invigningen. En fotograf från Åstads Allehanda tog till och med en bild av Y-bolagets verkställande direktör Ivar Vede när han skakade hand med Folkbladets (s) chefredaktör Bengt Runström. Bilden kom dock aldrig i tidningen.

Men om nu hela sanningen skall fram är väl varken Ivar Vede eller kommunstyrelsens ordförande i Österköping kommunalrådet Manfred Lundholm (s) särskilt tillfreds med massmediernas sätt att informera om den nya fabriks tillkomst. För en uppmärksam iakttagare tedde sig nog hjärtligheten vid mötet mellan direktör Vede och Folkbladets chefredaktör en smula ansträngd. Den förre hade inte glömt rubrikerna den gång när nyheten om etableringsplanerna i Österköping slapp loss.

Kommunalrådet Lundholm anser att det var tidningarna som gav upphov också till den negativa publicitet som historien fick i radio och TV. När Österköping för en gångs skull uppmärksammades på riksplanet i nyhetssammanhang, skedde det på ett närmast fientligt sätt. Alltsammans framställdes snedvridet som om de kommunala förtroendemännens högsta åstundan var att ställa till skada och förtret för kommuninvånarna.

Kommun och företag har lärt sig en del av vad som inträffade i samband med att planerna på fabriksbygget i Österköping blev offentliga. Y-bolaget har förstärkt sin informationsavdelning och ändrat

sina rutiner när det gäller kontakterna med massmedierna. I Österköping inbjuder kommunstyrelsens ordförande då och då till presskonferenser, där företrädare för de olika partierna och berörda tjänstemän får vara med och informera journalisterna.

Under ytan har bråket om Y-bolagets fabriksbygge i Österköping emellertid lämnat kvar en bitterhet, som trots det ökade informationsintresset har gjort alla parter ytterligare försiktiga och misstänksamma. Praktiskt taget all viktig information föregås av taktiska överläggningar om hur "utspelet" skall läggas upp, hur mycket man skall lämna ut och hur mycket man möjligen kan hålla inne med. Det har blivit allt svårare för massmedierna att få direkta upplysningar vid sidan av de officiella kanalerna. Även om det inte finns något formellt förbud mot att ge sådana upplysningar, hänvisar olika funktionärer i bolaget och i kommunen oftast till informationsavdelningen eller kommunalrådet. Y-bolaget och Österköping har med andra ord anpassat sig till massmediesamhället. Relationerna till press, radio och TV är de allra bästa. Men innerst inne misstror man massmedierna och noterar med tillfredsställelse olika opinionsundersökningar eller påståenden i något av medierna om att denna misstro är mycket utbredd.

Österköping

Det är ingenting märkvärdigt med Österköping. Om det vore det skulle dessa händelser ha förlagts till någon annan ort. Det mest karaktäristiska för Österköping är att det inte finns någonting som egentligen är karaktäristiskt. Om det påstods, att Österköpings invånare en gång i tiden hade ägnat sig åt gurk- eller pepparrotsodling i särskilt stor omfattning, bakat sockerkringlor eller kokat polkagrisar skulle läsaren lätt ledas på villospår. Österköpingsborna har endast gjort sig kända som idoga och sparsamma i största allmänhet. Handel och småföretagsamhet har satt sin prägel på staden.

På senare år har emellertid småföretagsamheten i Österköping fått betydande bekymmer. Konkurrensen har skärpts och många av företagen har dukat under på grund av avsättningssvårigheter, för höga

produktionskostnader och brist på kapital. Samtidigt har handeln slutat expandera, eftersom underlaget i räjongen sviktat. Tillsammans har detta gjort att Österköpings näringsliv hotas av stagnation och att den yngre generationen alltmer fått söka sig till andra, mera expansiva orter för att få arbete.

Naturligtvis har denna utveckling vållat de kommunalt ansvariga stora bekymmer. I utredningar, i motioner till kommunfullmäktige och i diskussioner kring mer och mer nedslående prognoser har allehanda idéer vädrats om hur man skulle kunna få ekonomi och handel att blomstra och skatteunderlaget att stiga igen. Problemen har stötts och blötts i en särskild industrikommitté med stadens ”starke man” Manfred Lundholm som ordförande och med representanter för samtliga i fullmäktige företrädde partier utom vänsterpartiet kommunisterna. Om behovet av nya sysselsättningstillfällen i Österköping har rått en fullständig enighet över partigränserna.

Kommunalmännen i Österköping har aldrig gett upp hoppet om en industriell utveckling. Så långt kommunallagen medgivit har man stött och uppmuntrat de företag som vuxit upp i staden. Det har skett bl a genom borgensåtaganden i några fall och genom att billig tomtmark har ställts till förfogande. I generalplanen har ett betydande område avsatts för industribebyggelse, den s k Österängen. Här har ett par av Österköpings mest framgångsrika företag slagit sig ned och kunnat utvidga sin verksamhet i moderna och ändamålsenliga lokaler, så att de numera kan räkna sig till gruppen medelstora. I valtalen vill alla partier tillskriva sig förtjänsten av den politik som möjliggjort detta.

Numera rör vi ju oss officiellt bara med kommuner här i landet. Åtskilliga av invånarna i Österköping torde emellertid även i fortsättningen tala om ”staden”. Om man frågar någon av dem varför han eller hon bor just i Österköping, blir svaret i sju fall av tio att vederbörande är född där eller i närheten. Råkar man på någon av de andra tre, är det troligaste beskedet man får att det är arbetet och bostaden — eventuellt enbart den senare. — som är det avgörande. Ett par hundra av Österköpings invånare har nämligen sin arbetsplats i Norrstad, som ligger cirka tre mil från Österköping. Närmare hälften av dessa arbetar på Y-bolaget.

Man kunde av detta lätt få intrycket att endast lokalpatriotismen eller den nödvändiga försörjningen kan ge tillvaron i Österköping något försonande drag och att det i övrigt är en plats helt utan alla behag. Men det vore helt orättvist att dra sådana slutsatser. Visserligen har det unga Österköping mycket att anmärka på i fråga om de nöjen som bjuds och på det kommunala intresset för ungdomens behov av fritidsaktiviteter. Men Österköping är i det fallet inte sämre rustat än många andra, betydligt större samhällen.

Vad Österköping har på sitt pluskonto är framför allt en idyllisk småstadsmiljö och vackra orörda omgivningar. Genom samhället slingrar sig den en gång av en inte alldeles okänd skald besjungna Österån. Uppströms är dess vatten så klart och rent som svenskt åvatten numera kan vara. Ett och annat avloppsdike får den förstås ta emot också i sitt övre lopp. Men det är först nedanför Österköping som man har haft anledning att klaga på vattenföroreningar. Den saken skall vi återkomma till längre fram.

I nordöstra kanten av Österköping börjar ett stort skogsområde, Österskogen, som erbjuder rika tillfällen till promenader och rekreation. Här plockar Österköpings husmödrar bär och svamp på höstarna och stadens idrottande invånare har en utomordentlig terräng för träningslöpning, orientering och skidsport. Även de som klankar på kommunens fäder för deras påstådda brist på intresse för idrotten måste medge att den anläggning med raststuga, bastu och hoppbacke som man låtit uppföra någon mil från staden i Österskogen uppfyller ganska högt ställda krav.

Y-bolaget

Norrstad är en medelstor landsortsstad. Den är alltså ett avsevärt större samhälle och av en annan typ än Österköping, som ligger inom Norrstads "influensområde". Så småningom kan de båda samhällena antas växa ihop till en stor tätortsbildning. Men det sker kanske inte i detta århundrade.

Det som gör att Norrstad kommer in i den här historien är att Y-bolaget har sitt säte där. Y-bolaget med sina 3 500 anställda är

FALLET ÖSTERKÖPING

Norrstads största industri och bidrar med en högst betydande del av kommunens skatteunderlag. Som framgår av namnet producerar Y-bolaget den viktiga exportartikeln Y. Produktionen lämnar en del föroreningar i vatten, vilket ju inte är någonting ovanligt för industrier.

Y-bolaget administreras som de flesta andra företag i samma storleksklass. Det finns säkert en organisationsplan för företaget, där alla olika funktioner är inritade i rektangulära rutor med streck kors och tvärs som visar hur beslutsfattandet sker och kommunikationerna går inom företaget. I rutan högst upp står i så fall styrelse och verkställande direktör. I styrelsen sitter ett antal kloka personer med anknytning till bankvärlden och andra grenar av svenskt näringsliv. Styrelsen är en av de kanaler genom vilka verkställande direktören kan hålla sig underrättad om långsiktiga rörelser och bedömningar i den egna branschen och i industrin överhuvudtaget, nationellt och internationellt. Han kan få råd i stora och viktiga planerings- och finansieringsfrågor. Men styrelsen kan också beröva honom hans post i företaget, om den inte finner utvecklingen tillfredsställande. Styrelsen bär det yttersta ansvaret inför aktieägarna för hur det går med företaget och saknar ingalunda maktbefogenheter, om den vill och behöver utnyttja dem.

Ivar Vede, bolagets verkställande direktör, har personligen ett stort inflytande. Han åtnjuter anseende som en skicklig företagsledare, god administratör, affärsbegåvning och tekniskt kunnig inom Y-bolagets verksamhetsområde. De flesta väntar sig förmodligen att han skall spela golf på sin fritid. Det gör han inte. Inte heller är han någon särskilt skicklig seglare. Men han får alltid igång aktersnurrar på den båt som familjen har liggande vid sin brygga i Norrsjön. Detta nämns därför att motorbåten spelar en viss roll i fallet Österköping.

Förmodligen röstar Ivar Vede på något av de borgerliga partierna. Men sådant kan man ju inte vara alldeles säker på. Han är inte politiskt aktiv och uttrycker sig gärna kritiskt om partipolitiken och alla politiska partier, när han någon gång kommer in på ämnet. Vad som gör att man har visst fog för att gissa på en borgerlig grundsyn är att han gärna talar om behovet av en "näringsvänlig politik". Men det bevisar kanske ingenting.

Innan den här historien med etableringen i Österköping dök upp hade direktör Vede en inställning till massmedierna, som man skulle kunna kalla "emotionellt sval". Han läser den dagliga lokala tidningen Norrstads-Posten och följer handel och ekonomi i riks- och regionpress. Som radio- och TV-konsument är han som de flesta, han tar del av nyhetsprogram i mån av tid och ser på det som roar honom i TV. Y-bolaget hade före fallet Österköping inte haft några kontroverser med massmedierna. Vid de tillfällen direktör Vede i sin egenskap av företagsledare har haft med massmedierna att göra — och det har bara förekommit i den egenskapen — har relationerna från hans sida präglats av en viss återhållsamhet. Han har i dessa som i andra sammanhang alltid bemödat sig om att visa en vänlig korrekthet.

Ibland har direktör Vede reagerat mot massmediernas sätt att behandla frågor som rör näringsliv och företag. Men han har aldrig funnit tid eller anledning att fördjupa sig i ämnet. Det har legat utanför hans uppgifter som tekniker och administratör, har han tyckt. Det betyder inte att han betraktat informationen från Y-bolaget till allmänheten som oviktig. För åtskilliga år sedan inrättades en särskild befattning med anknytning till marknadsavdelningen för detta syfte. Efterhand har den fått växa ut till en särskild informationsavdelning med en civilekonom, Per Exberg, som chef.

Informationsavdelningen har fått ett allt mer vidsträckt arbetsområde. Den skall se till att de interna kommunikationerna fungerar väl, att föredragningar i företagsnämnden förbereds effektivt, att meddelanden går ut till olika avdelningar och alla berörda i produktionsfrågor, om förändringar som vidtas etc. Företagets personaltidning sorterar under informationschefen. Hans avdelning skall också producera externt material till kunder i Sverige och utomlands. Till informationschefens uppgifter hör vidare att svara för en inte oväsentlig kontaktverksamhet med kommunala myndigheter och med massmedierna.

Massmedierna

De massmedier som har uppmärksammat Y-bolagets etablering i Österköping är radio och TV, rikspress och region- eller lokalpress. De stora rikstidningarna, Morgonpressen och Aftonpressen, spelar i den här historien en ganska liten roll.

Lokal- och regiontidningarna är följande tre: Norrstads-Posten, som kommer ut i Norrstad och betecknar sig som opolitisk. Den har tidigare varit moderat. Upplagan ligger över 30 000 exemplar. Norrstads-Posten är den enda i Norrstad utkommande tidningen. Den har också i Österköping, som saknar egen lokaltidning, den största spridningen av samtliga tidningar. Norrstads-Posten har en lokalredaktör placerad i Österköping.

I Åstad, cirka 6 mil från Österköping och 9 mil från Norrstad, utkommer två tidningar, den liberala Åstads Allehanda och den socialdemokratiska Åstads Folkblad, som kort och gott kallar sig Folkbladet. Båda dessa tidningar har en upplaga på omkring 30 000 exemplar. Folkbladet har ett ganska vidsträckt spridningsområde och är i Österköping närmaste konkurrenten till Norrstads-Posten. Tidningen har en lokalredaktion med två heltidsanställda och en deltidanställd medarbetare i Österköping.

Åstads Allehanda har sitt spridningsområde starkt koncentrerat till Åstad med omnejd. Den har dock vissa intressen att bevaka i Österköping, eftersom några orter, där tidningen har ett större antal prenumeranter, ligger inom Österköpings kommun. Åstads Allehanda har en lokalmeddelare i Österköping, som arbetar för tidningen på fritid vid sidan av sin ordinarie tjänst som lärare.

Sanningen om fallet Österköping

För att kunna bedöma massmediernas sätt att behandla fallet Österköping behöver man känna till några fakta om överenskommelsen mellan kommunens företrädare och Y-bolaget samt vad som föregick den.

Marknadsundersökningar och andra överväganden har lett till att

Y-bolaget funnit behov av att utvidga sin verksamhet. Eftersom det råder överfull sysselsättning i Norrstad och dessutom är svårt att få tomtmark för tillbyggnader och för bostäder åt ytterligare anställda, börjar man på ett tidigt stadium i planeringsprocessen överväga en lokalisering till annan plats av en ny fabrik. Utvidgningen eller ny-etableringen beräknas ge sysselsättning åt cirka 200 nyanställda.

Som tidigare nämnts medför Y-bolagets produktion i Norrstad en del vattenföroreningar. Nya produktionsmetoder har emellertid experimenterats ut, som beräknas bringa ned dessa föroreningar "till ett minimum". Resultaten av experimenten har redovisats för naturvårdsmyndigheterna, som visat stort intresse. Y-bolagets ledning har emellertid påvisat att det skulle innebära mycket stora kostnader och att dessa ombyggnader måste läggas några år fram i tiden. Man har även framhållit att det skulle vara av värde att först få pröva metoderna i den nya fabrik som ändå måste byggas för att Y-bolaget skall klara den stigande efterfrågan på företagets produkter och hävda sig i konkurrensen på exportmarknaden. Naturvårdsmyndigheterna har funnit dessa motiveringar för ett uppskov med förändringar i Norrstad välgrundade.

Vid valet av lokaliseringsort för den nya fabriken har Y-bolaget haft två alternativ. Nybyggnaden bör ligga på ett inte alltför långt avstånd från Norrstad. Både i Österköping och i den avsevärt större staden Åstad, cirka 6 mil längre bort från Norrstad räknat, är tillgången på arbetskraft förhållandevis god. Det kan också uttryckas i negativa termer. Österköping hotas ju av stagnation. Det råder en viss arbetslöshet, även om flertalet av dem som friställts i samband med de senaste årens nedläggningar av småföretag och strukturrationaliseringar inom handeln kunnat placeras. Genom att det i betydande utsträckning varit kvinnlig arbetskraft som drabbats av friställningarna finns emellertid en ganska stor "dold" arbetslöshet.

Åstad, som är handels- och servicecentrum för ett betydligt större område i norra länsdelen, har liknande problem. Bl a med hänsyn till den större betydelse Åstad har som servicecentrum för en stor jordbruksbygd har staden i länsplaneringen givits prioritet när det gäller lokaliseringspolitiska åtgärder.

Från Y-bolagets sida har dock intresset från början koncentrerat

sig till Österköping. Bolagets planeringschef civilingenjör Oskar Yström har vid ett par tillfällen haft kontakter med företrädare för Åstad och bl a begärt in upplysningar om marktillgång och utvecklingsprognoser. Vid dessa tillfällen har dock inga informationer lämnats till kommunen om Y-bolagets planer och överväganden. Det material företaget fått har inte visat på några direkta nackdelar med en lokalisering till Åstad. I stället har ett par speciella fördelar med Österköpingsalternativet fått bli avgörande.

Av dessa fördelar är närheten till Norrstad en av de viktigaste. Etableringen förutsätter att ett antal tekniker och arbetsledare flyttar över från de gamla fabrikerna i Norrstad. Några av dessa råkar på grund av bostadsläget och av andra orsaker redan bo i Österköping. Man kan också räkna med att de som eventuellt önskar bo kvar i Norrstad kan "pendla", eftersom avståndet inte är mer än tre mil. Överhuvudtaget ger en förläggning av nybygget till Österköping goda kommunikationsmöjligheter och medger även omflyttningar av arbetskraft vid behov.

Under diskussioner som inleds med företrädare för Österköpings kommun visar det sig också att vissa gemensamma fördelar kan vinnas om avloppsfrågan löses. Österköping är i stort behov av ett nytt reningsverk. Det kommunala avloppet åstadkommer besvärande föroreningar i Österån. En gemensam reningsanläggning för kommunen och för en fabrik av den typ Y-bolaget planerat skulle enligt teknikerna kunna medföra betydande kostnadsbesparingar för båda parter.

Enligt de besked Y-bolagets representanter lämnar till Österköpings industrikommitté kommer den planerade nyanläggningen att ge arbete åt cirka 200 personer. En betydande del kvinnlig arbetskraft kan tas in. De av Y-bolagets anställda som redan bor i Österköping skall beredas plats i första hand. Genom vissa rationaliseringar i Norrstadfabrikerna och genom att bolaget fått förhandslöfte om ett antal lägenheter i stadens nybyggen räknar man med att personalproblemen vid de äldre anläggningarna skall kunna lösas. För Österköping skulle den nya fabriken innebära ett nettotillskott av 100—150 arbetstillfällen utöver den personal som redan är anställd hos Y-bolaget och bor i Österköping. På längre sikt kunde man emellertid räkna med betydligt mer, eftersom det planerade bygget endast

skulle vara en första etapp i en långsiktig utbyggnad.

Förhandlingarna förs mellan Österköpings industrikommitté och Y-bolaget. De praktiska detaljerna sköts av kommunstyrelsens ordförande Manfred Lundholm och vice ordföranden i industrikommittén Anders Nilsson (fp) som är disponent i ett mindre företag i Österköping. De agerar dock på uppdrag av och i samråd med kommitténs övriga ledamöter.

Från bolagets sida handläggs ärendet av planeringschefen Yström med biträde av företagets juridiska ombud samt informationschefen Exberg.

Diskussionerna inleds under hösten och pågår över årsskiftet och under våren. Ärendet försenas genom att det visar sig att grundförhållandena inte är lämpliga på Österköpings industriområde för en industri av det slag det gäller. Provbörningar företas i Österskogen, där markförhållandena är i det närmaste idealiska.

Före det avgörande sammanträdet med industrikommittén och Y-bolaget träffas kommunalrådet Manfred Lundholm, direktör Vede, planeringschef Yström och informationschef Exberg vid en lunch för att gå igenom affärens detaljer. Efter lunchen företar man en färd i Vedes motorbåt för att slita en tvist i all vänskaplighet mellan Vede och Lundholm om vattnets beskaffenhet i Norrsjön. Lundholm medger efter färden att vattnet inte förefaller vara fullt så förorenat som han trott.

Lunchen och båtfärden skall sedermera sysselsätta en kvällstidningsreporters fantasi. Här kan emellertid försäkras att det var en enkel måltid i Y-bolagets representationsmatsal, där den starkaste drycken var pilsner klass II A, och att den glädje och tillfredsställelse Lundholm erfor när han efter båtfärden for hem till ett sammanträde med gatunämnden i Österköping enbart berodde på att allt syntes ordna sig till kommunens bästa.

Förhandlingarna mellan Y-bolaget och Österköpings industrikommitté utmynnar i ett preliminärt köpekontrakt enligt vilket Österköping under förutsättning av fullmäktiges godkännande till bolaget försäljer ett markområde om 100 000 kvadratmeter i Österskogen till ett pris av 4 kr per kvm. Priset är lågt räknat efter de tomtpriser som tillämpas i Österköping. Det är emellertid högre än vad man tagit ut

i fråga om Österängen, där industrin fått köpa mark för 2: 50 kr per kvm. Industrikommittén tvekar i det längsta att låta bolaget köpa ett så stort område. Y-bolaget anser dock att man behöver den ytan för att kunna skapa en tilltalande industriell miljö och ha tillräcklig markreserv för eventuell utbyggnad. Tveksamheten i industrikommittén försvinner när ledamöterna får del av en skiss av hur bolaget tänkt planera området med planteringar och bibehålla en stor del av den ursprungliga vegetationen.

Ända fram till tecknandet av det preliminära köpekontraktet är det bara en liten krets av människor som känner till Y-bolagets etableringsplaner. Förutom de nämnda, direkt inblandade är det endast länsarbetsnämnden och länets naturvårdsmyndigheter som har underrettats om delar av projektet.

Hur tidningen Folkbladet i Åstad får kännedom om affären har inte gått att utröna. Tidningen är för sin del förpliktad att inte röja källan. I industrikommittén svär sig alla fria. Ingen av de anställda tjänstemännen i Österköping medger sig heller ha skvallrat för Folkbladet. Vem den ”skyldige” är kan också göra detsamma. Varken han eller tidningen har begått någon oegentlighet genom att låta uppgörelsen komma till offentlighet.

Massmedierna om fallet Österköping

Det skulle kräva för stort utrymme att återge vartenda ord som skrivits och sagts i den offentliga debatten om fallet Österköping. Här skall alltså endast kortfattat refereras de nyhetsmeddelanden och kommentarer som massmedierna ägnat historien.

Det preliminära kontraktet mellan Österköping och Y-bolaget om markköpet är färdigt i slutet av juli. Den 28 juli publicerar Folkbladet i Åstad en uppseendeväckande nyhetsartikel på sin första sida med den fyrspaltiga rubriken:

ÖSTERKÖPING SÄLJER UPPSKATTAT
FRITIDSOMRÅDE TILL Y-BOLAGET

I artikeln heter det att Österköping "enligt vad Folkbladet har erfarit" träffat avtal med Y-bolaget om försäljning av ett större markområde i Österskogen nordost om Österköping. Det uppges vidare att bolaget fått markområdet till ett mycket fördelaktigt pris och att avsikten lär vara att uppföra en filial till fabriken i Norrstad. Österskogen är ett mycket uppskattat strövområde, framhåller tidningen, som också uppges att bolaget inte varit intresserat av det i generalplanen avsatta industriområdet Österängen. Kommunalrådet Manfred Lundholm bekräftar för tidningen att underhandlingar har förekommit men hänvisar i övrigt till Y-bolaget. Verkställande direktören i Y-bolaget, Ivar Vede, har inte varit anträffbar för tidningen.

Påföljande dag, den 29 juli, har Norrstads-Posten fått utförligare besked. Tidningen rubricerar sin nyhetsartikel, som också står på första sidan:

Y-BOLAGET GER ARBETE ÅT 200 I ÖSTERKÖPING

Norrstads-Posten har fått en intervju med direktör Vede. Han redovisar bl a några siffror om Y-bolagets utveckling. De expansionsplaner som är konsekvenserna av denna utveckling kan inte förverkligas i Norrstad för närvarande. Därför har man funnit det naturligt att ta upp diskussioner med Österköping. Den fabrik som bolaget har för avsikt att uppföra där om markaffären vinner fullmäktiges gillande kommer att ge sysselsättning åt cirka 200 personer. Det är troligt att fabriken kommer att byggas ut ytterligare.

Beträffande markaffären framhåller Vede, att undersökningar i industriområdet Österängen visat att grundförhållandena är besvärliga. Han påpekar också att bolaget och kommunen avser att tillsammans uppföra ett reningsverk som samtidigt löser kommunens avloppsproblem.

Åstads Allehanda har fått ungefär samma uppgifter som Norrstads-Posten från företaget och från Österköping. Tidningen rubricerar sin nyhetsartikel samma dag:

FABRIKBYGGE I ÖSTERSKOGEN EFTER HEMLIGA FÖRHANDLINGAR

Artikeln återger de upplysningar som lämnats. Liksom Norrstads-Posten uppger man att cirka 200 skall få sysselsättning, att Österköpings industriområde visat sig ha olämpliga grundförhållanden och att bolaget och kommunen samtidigt löser sina renings- och avloppsfrågor. Men presentationen skiljer sig från Norrstads-Postens därigenom att det i rubrik och ingress framhålls att markköpet kommit till stånd "efter hemliga förhandlingar" mellan ett par kommunalmän och bolagsledningen. Mot slutet av artikeln frågar sig skribenten hur kommunens invånare skall komma att reagera inför utsikten att få sitt omtyckta strövområde förvandlat till fabriksområde och upplagsplats för råvaror.

I rikstidningen Morgonpressen uppmärksammas etableringen samma dag på handelssidan. Det förekommer en intervju med direktör Vede. Tidningen redogör för projektet och lämnar även en del upplysningar om Y-bolaget och dess ställning på marknaden. Själva markaffären berörs endast i förbigående.

I radions regionalkvart intervjuas företagschefen Vede och kommunalrådet Lundholm och får redogöra för projektet. Dessutom kommer orienteringsklubbens ordförande i Österköping, Mats Andersson, till tals. Han finner det "mycket märkligt att kommunens styresmän i hemlighet går och säljer ett område som är det finaste Österköping har att bjuda idrottsfolket".

Tredje dagen, den 30 juli, innehåller Folkbladet en kommentar på ledarplats, där man kritiserar Y-bolaget och kommunalmännen i Österköping för "hemlighetsmakeri", vilket också är rubriken över ledaren. Folkbladet finner det anmärkningsvärt att kommunen snabbt överger sin egen planering när Y-bolaget "vinkar med ett lillfinger". Men man har ändå en viss förståelse för kommunalmännens ställningstagande, eftersom det ju gäller arbete för kanske ett hundratal av stadens egna invånare, som nu är arbetslösa eller sysselsatta i dåligt lönande arbete. Ansvarvaret ligger i realiteten på bolagsledningen som "handlagt den här affären utan att ge någon chans till medinflytande för de människor, på vilkas produktionsinsats näringslivets verksamhet ytterst beror". Folkbladet framhåller också att Åstad behöver industri och att läns- och arbetsmarknadsmyndigheterna sedan länge velat prioritera Åstadsbygden i lokaliseringshänseende. Om det

skall vara någon mening med länsplaneringen får det inte gå till som i det här fallet, slår tidningen fast.

Fallet Österköping har nu fått sådana nyhetsproportioner att det tas upp på kvällen i Dagens eko, i TV 2:s Rapport och TV 1:s nyhetssändning. Dagens eko intervjuar företagschefen Vede, den här gången med en annan utfrågningsmetod än den regionalradion tillämpade:

Intervjuaren: Hur länge har den här etableringen diskuterats inom företaget?

Vede: Behovet av en utvidgning av Y-bolagets kapacitet har förelegat sedan i slutet av förra året.

Intervjuaren: När började ni förhandlingarna med industrikommittén i Österköping?

Vede: De första kontakterna tog vi förra hösten.

Intervjuaren: Hur kommer det sig då att allmänheten först nu får veta någonting om planerna?

Vede: Ja, det har inte varit någonting klart tidigare. Undersökningarna av markförhållandena har tagit sin tid. Sedan har det ju varit underhandlingar . . .

Intervjuaren: Men tycker ni inte att folk som bor i Österköping hade bort få reda på någonting om dom underhandlingarna? Dom är ju direkt berörda så att säga.

Vede: Vi har varit inställda på att lämna fullständiga informationer, så snart det förelåg något så när klara riktlinjer.

Intervjuaren: Men nu är ju saken praktiskt taget avgjord. Om Österköpings fullmäktige tar det här förslaget, har ju allmänheten alltså inte haft en chans att påverka ärendet.

Vede: Ja, för det första är det väl inte så självklart att fullmäktige utan vidare godtar uppgörelsen, fastän jag naturligtvis hoppas att man skall finna den fördelaktig för staden. Och för det andra har vi verkligen försökt att på allt sätt ta hänsyn till allmänhetens intressen, när det gäller miljö och på andra sätt . . .

Intervjuaren: Men allmänheten har alltså inte fått någon ordentlig chans att diskutera den här frågan förutsättningslöst. Anser ni att dom inte har någon rätt att få ett ord med i laget?

Vede: Förhandlingar kan ju inte gå till på det sättet. Vi har haft överläggningar med företrädare för Österköping och vi har diskuterat oss fram till en lösning, som vi på ömse håll finner acceptabel. Dessutom brådskar det ju med det nya projektet, eftersom vår kapacitet nu är utnyttjad till det yttersta.

Intervjun är nedklippt. I fortsättningen går Vede in på bolagets exportutsikter och berättar om den produktutveckling som skett. Han framför också synpunkter på industriellt miljötänkande och framhåller att projektet Österköping kommer att innebära ett viktigt framsteg på det området. Man har velat ha stora ytor för att kunna skapa en behagligare arbetsmiljö. Man eftersträvar också en låg föroreningsgrad. Arbetet med den senare delen av projektet har skett i nära samråd med länets naturvårdsmyndigheter.

Denna del av intervjun, som utgör ett långt uttalande av Vede, sammanfattas i stället av intervjuaren:

”Enligt direktör Vede är den planerade fabriken i Österköping ett viktigt framsteg i fråga om industriellt miljötänkande. Alla som bor i Österköping är inte av samma åsikt. Till dom som inte är glada över det planerade miljöingreppet hör Mats Andersson, som är ordförande i Österköpings orienteringsklubb.”

Här följer en variant av den intervju som förekommit tidigare i regionalradion. Andersson upprepar att han finner det märkligt att kommunens styresmän ”i hemlighet säljer ett ovärderligt strövområde”. För idrotts- och friluftsfolket i Österköping är detta ”ett slag i ansiktet”, säger han.

TV 2:s Rapport talar om en företagsetablering, som väckt stark kritik bland allmänheten. Man redogör kort för ärendet och nämner att Folkbladet ”gått till angrepp” mot företaget och kommunen i en ledare. En TV-medarbetare intervjuar kommunalrådet Manfred Lundholm.

Intervjuaren: Vad säger ni om kritiken mot att stan och bolaget har förhandlat i hemlighet om markaffären?

Lundholm: Det är en obefogad kritik. Vi har diskuterat med Y-bolaget och försökt att finna en lämplig lösning. Den tänker vi i vanlig ordning förelägga fullmäktige. Sen står det fullmäktige fritt att i demokratisk ordning godkänna eller förkasta förslaget.

Intervjuaren: Menar ni att det är en lämplig lösning för kommunen eller för Y-bolaget?

Lundholm: Den är enligt vår mening lämplig både för kommunen och för Y-bolaget.

Intervjuaren: Men är det inte Y-bolaget, som fått diktera villkoren i det här fallet? Kommunen har ju gett efter för bolagets krav på att få köpa mark, som inte är avsedd för industri enligt generalplanen.

Lundholm: Man måste ju skaffa fram mark, som är användbar för ändamålet. Vi har gjort undersökningar på Österängen. De visar att den marken inte är lämplig. När vi gjorde Österängen till industriområde hade vi inte utfört sådana här markundersökningar. Vi räknade inte heller med den typ av industri som det är fråga om här. Österängen tänkte vi oss som ett lämpligt område för mindre industri.

Intervjuaren: Men Österskogen är ju inget industriområde. Anser ni att miljöintressena inte har någon betydelse, när ett stort företag kommer med i spelet?

Lundholm: Tvärtom. Vi anser att det är oerhört viktigt att man tar hänsyn till miljöintressena, när man lokaliserar företag. Och det har skett i det här fallet.

Intervjuaren: Är det alltså för att tillvarata miljöintressena som ni säljer ett skogsområde på 100 000 kvadratmeter för att det skall exploateras av ett industriföretag?

Lundholm: Vi har diskuterat planerna för exploateringen, som ni kallar det, och funnit att den kommer att på ett utomordentligt sätt ta till vara de möjligheter som finns att samtidigt skapa en fin industriell miljö och spara det mesta av de tillgångar, som Österskogen utgör för stans idrotts- och friluftsentusiaster. Det är ju bara en mindre del av Österskogen, som man tänker sälja och en ännu mindre del, som blir fabriksområde i egentlig mening.

Intervjuaren: Men hade det inte varit lämpligt att idrottsfolket och andra människor i stan hade fått en reell chans att uttala sig om hur dom vill ha det? Det är ju ändå dom saken gäller. Och det är ju inte säkert att dom vill ha en fabrik i Österskogen.

Lundholm: Jag är övertygad om att flertalet av människorna i Österköping håller med oss i industrikommittén om att vi måste skaffa hit industri för att vi skall få sysselsättning åt de människor som bor här.

Intervjuaren: Men om dom inte skulle vara beredda att utan vidare offra Österskogen, har dom ju ingen chans att påverka era beslut.

Lundholm: Det är fullmäktige som beslutar. Och fullmäktige har valts av invånarna i Österköping.

Intervjuaren: Men dom kunde ju inte veta, när dom valde fullmäktigeledamöter, att stan skulle gå och sälja ett stort fritidsområde till en industri.

Lundholm: Jag är övertygad om att fullmäktige är beredda att ta ansvaret för ett beslut, som innebär tvåhundra nya arbetstillfällen i Österköping.

Efter intervjun med Lundholm följer ett antal uttalanden av personer "på gatan" i Österköping. En ung man uttrycker sig kritiskt mot "hemlighetsmakeriet" och mot att Österskogen skall "skövlas av bolaget". Orienteringsklubbens ordförande uppträder också här och säger ungefär detsamma som i regionalradion. Två damer bekräftar att de brukar plocka bär och svamp i Österskogen. En äldre arbetare förklarar sig inte veta någonting närmare om saken. Men blir det arbete för fler i samhället, är det ju en god sak, anser han.

I TV 1:s nyhetssändning ägnas fallet Österköping ett ganska kort inslag. Man redovisar de faktiska uppgifterna och tillägger att etableringsplanerna har väckt kritik i lokalpressen och i staden.

På fjärde dagen, den 31 juli, tar också Norrstads-Posten och Åstads Allehanda upp frågan om fabriken i Österköping på ledarplats. Norrstads-Posten anser att Folkbladet, radion och TV 2 har givit en skev bild av markaffären. Y-bolaget har efterfrågat lämplig tomtmark för en fabriksanläggning i Österköping. Österängens industriområde har inte fyllt de krav en sådan anläggning ställer. Främst gäller det grundförhållandena.

Hela Österskogen har inte avsatts som fritidsområde, vilket man kunde tro av den tidigare publiciteten, framhåller Norrstads-Posten. Det område som kommunen erbjudit Y-bolaget har utgjort en del av kommunens markreserv för framtida behov. Affären gäller också bara omkring en sjättedel av skogsområdet i fråga. Och hela det område som Y-bolaget skall köpa enligt det preliminära avtalet kommer heller inte att bli fabriksområde.

Den anläggning som nu projekteras kommer alltså inte att ta i anspråk så stort markområde, att fritidsfolket därigenom drabbas av någon väsentlig inskränkning av möjligheterna att utnyttja Österskogen för terränglöpning och promenader, skriver Norrstads-Posten. "Genom vissa massmediers osakliga och oansvariga sätt att presentera nyheten om markaffären har den väsentliga frågan för Österköping på ett olyckligt sätt skjutits i bakgrunden. Det helt avgörande

är naturligtvis att Österköping och hela Norrstad/Österköpingsområdet får en injektion i form av industriell expansion.” I första hand är det fråga om 200 nya arbetstillfällen, understryker tidningen. På längre sikt anser den att Y-bolagets satsning otvivelaktigt också förbättrar utvecklingsmöjligheterna för dess anläggning i Norrstad, där nästa stora utbyggnad ”torde vara att förvänta”.

Åstads Allehanda är i sin ledarkommentar kritisk mot kommunalmännen i Österköping, som visat ”prov på dålig känsla för medborgarnas rätt till information och möjligheter att diskutera och påverka en fråga, som i så hög grad berör kommunens framtid”. Tidningen frågar sig också, om man genom detta sätt att utreda och besluta bakom lyckta dörrar verkligen kan antas ha fått den allsidiga prövning av lokaliseringsbeslutet som är befogad. Det borde ha varit av intresse, inte minst för Y-bolagets egen del, att ha fått olika tänkbara alternativ ordentligt utredda.

Man kan ifrågasätta, menar Åstads Allehanda, om alternativet Åstad för lokalisering av den nya fabriken verkligen har blivit förutsättningslöst prövat. Efter några synpunkter på Åstads allmänna lämplighet som lokaliseringsort för industri kommer tidningen slutligen in på ”den utan tvivel viktiga miljöpolitiska fråga, som ingreppet i Österskogen utgör”. Även från den synpunkten borde det ha varit angeläget att mera grundligt överväga även andra möjligheter, anser Åstads Allehanda.

Folkbladet inför denna dag en insändare av Y-bolagets informationschef Per Exberg, där han bemöter kritiken i ledaren den 30 juli mot bolagsledningen för dess sätt att sköta förhandlingarna med Österköping. Han framhåller bl a att det inte varit möjligt att informera tidigare om affären i detta speciella fall med tanke på företagets konkurrenter men att det hela tiden var avsikten att visa full öppenhet när uppgörelsen väl är träffad. Från bolagets sida har man också varit angelägen om att ta all tänkbar hänsyn till miljöintressena. Han noterar till sist med tillfredsställelse att Folkbladet i sin kommentar också uppmärksammat att etableringen skulle komma att innebära ett värdefullt tillskott av sysselsättningstillfällen för invånarna i Österköping — ett viktigt faktum som hade förbigåtts i den första nyhetsartikeln som tidningen publicerade.

Folkbladet konstaterar i en kort kommentar under insändaren att hr Exbergs uppgifter i huvudsak bekräftar vad tidningen tidigare skrivit. Varken de anställda i företaget eller invånarna i Österköping hade fått någon reell chans att inverka på beslutet om etableringen.

Nästa dag, den 1 augusti, redovisar en reporter i Aftonpressen sina intryck från Österköping och Norrstad. Som rubrik över artikeln har tidningen satt:

Y-BOLAGET HADE LÄTT MATCH
EFTER OMVÄNT "HARPSUNDSMÖTE"
MED ÖSTERKÖPINGS KOMMUNALRÅD

Det är en närmast kåserande beskrivning med små insprängda intervjuer. "Y-bolaget expanderar kraftigt", säger direktör Vede till Aftonpressen. "Kommunalmännen i Österköping har varit lätta att förhandla med", framhåller han också. "Vi har ingenting att dölja", förklarar kommunalrådet Manfred Lundholm.

Artikeln i Aftonpressen illustreras med en bild av Vedes motorbåt. "Y-bolagets harpsundseka" kallas den. Reportern berättar också i sin kåserande artikel att affären mellan Y-bolaget och kommunen gjordes upp vid ett "sjöslag", i vilket Vede, Exberg, Yström och Lundholm deltog. Herrarna hade alltså blivit sedda tillsammans i motorbåten en dag i våras. Det sägs ingenting om sprit i samband med sjöslaget, men läsaren hindras ju inte på något sätt att dra sina egna slutsatser.

Aftonpressens artikel väcker stor indignation bland de närmast berörda. Lundholm skriver ett argt genmäle, som han får publicerat i Aftonpressen efter någon vecka utan några kommentarer från tidningens sida. Men långt efteråt blir Lundholm då och då pikad för sjöslaget. Hans uppgift i genmälet i Aftonpressen, att han körde bil hem på eftermiddagen och alltså inte kunde misstänkas för några utsvävningar i sitt umgänge med Y-bolagets ledning, föranleder till och med ett rykte om att han dessutom skulle ha gjort sig skyldig till rattfylleri. Men det ryktet återges självfallet inte i något massmedium.

Fallet i fullmäktige

I Österköpings kommunfullmäktige skulle markaffären förmodligen ha blivit ett rent rutinärende, om inte massmedierna hade skapat dramatik kring ärendet. Kommunstyrelsen förordar nu enhälligt att upp-görelsen skall godkännas. Det reses inte heller i fullmäktige något krav på att förslaget skall avslås, men flera ledamöter kritiserar starkt handläggningen av affären. Två centerpartister och en folkpartist ifrågasätter om industrikommittén har haft befogenheter att agera på det sätt som skett och en socialdemokrat begär ”papperen på bordet”, dvs en utförlig redogörelse för hela förhandlingsförloppet. Den ena av de två vpk-representanterna menar att industrikommittén arbetat odemokratiskt och understryker att hans parti inte varit företrätt i kommittén. Ledamöterna från de andra partierna syns ha varit ”anmärkningsvärt mjuka i ryggen vid sitt umgänge med storkapitalismen”, anser han. Ärendet borde återvisas till industrikommittén för att få fler alternativ till lokalisering av den nya fabriken undersökta. Vpk-representanten framlägger dock inget formellt yrkande.

Kommunalrådet Lundholm bemöter kritiken i ett långt anförande. Tidningarna och radio/TV har gett en tendentiös och felaktig bild av vad som förekommit, hävdar han. Industrikommittén har arbetat enbart med sikte på kommunens bästa. Det har inte varit möjligt att informera om förhandlingarna på ett tidigare stadium, eftersom man från Y-bolaget satt sig emot detta med hänsyn till konkurrenter inom branschen. Centerns och folkpartiets representanter i kommittén har inte redovisat någon avvikande mening. Därför finner Lundholm det egendomligt att företrädare för dessa partier i fullmäktigedebatten syns ha en annan uppfattning. Att återremittera ärendet till industrikommittén för ytterligare utredning vore liktydigt med att upplösa det preliminära kontraktet med Y-bolaget. Resultatet kan bli att Åstad på nytt kommer att dyka upp som ett alternativ för bolagets del, hävdar Lundholm och frågar om vpk-ledamöterna i fullmäktige är beredda att ta detta på sitt ansvar.

Efter Lundholm yttrar sig vice ordföranden i industrikommittén Anders Nilsson (fp). Han bekräftar att industrikommittén varit enig

om att biträda uppgörelsen, liksom också kommunstyrelsen. Att förhandlingarna inte kunnat föras för öppen ridå är beklagligt, anser han. Men det har inte förekommit någonting som inte nu i efterhand öppet kan redovisas. Industrikommittén har varit angelägen om att tillgodose miljö- och naturvårdsintressena och Y-bolaget har i det sammanhanget intagit en mycket positiv hållning. Den lösning man har kommit fram till anser han från alla synpunkter tillfredsställande.

Efter några replikskiften mellan Lundholm och ett par av kritikerna går fullmäktige till beslut. Ordföranden har inte uppfattat vpk-representantens tal om återremiss som ett yrkande och möter inga protester när han ställer proposition på godkännande av uppgörelsen eller ej. Han finner att fullmäktige har beslutat i enlighet med kommunstyrelsens förslag. Ingen votering begärs.

De tre tidningarna i regionen har utförliga referat av fullmäktigedebatten. Även Lundholms kritik av massmediernas behandling av fallet återges. Regionalradion har en kort sammanfattning av debatten, medan riksmidierna inte alls uppmärksammar den.

Folkbladet anser i en kommentar till fullmäktigebeslutet att fallet Österköping visar på behovet av en starkare och mer konkret länsplanering. Åstads Allehanda tycker att det illustrerar behovet av en öppnare attityd både hos företagen och från statliga och kommunala myndigheters sida. Norrstads-Posten slår fast att etableringen i Österköping utgör en händelse av stor betydelse för staden och att den samtidigt utgör ett viktigt steg i Y-bolagets expansiva utveckling.

Därmed är också massmediedebatten om fallet Österköping avslutad, om man undantar en eftersläng i en kulturartikel i Morgonpressen, där en författare anför "hemlighetsmakeriet mellan Y-bolaget och kommunalmännen i Österköping" som ett exempel på "det intima samarbetet mellan de etablerade politikerna och storfinanserna".

Kommentarer

Om man vill skildra hur massmedierna fungerar eller kan fungera i det moderna samhället och hur konfliktsituationer kan uppstå mellan medierna och företrädare för olika grupper och intressen kan det sy-

nas ske enklast genom att redogöra för och analysera ett eller flera autentiska fall. Det kan ligga så mycket närmare till hands som det finns ett betydande antal sådana fall behandlade av pressens opinionsnämnd och radionämnden.

Att här har valts ett helt konstruerat fall utan förebild i verkligheten beror alltså inte på att det saknas sådana åskådningsexempel. Den främsta anledningen att göra ett rent modellfall är att det tillåter författaren att självsvåldigt bestämma vad som är "sanningen". När det gäller verkligen inträffade händelser måste man alltid räkna med att det kan finnas de som har andra informationer och minnesbilder. En diskussion om principer för nyhetsförmedlingen skulle därmed lätt kunna stanna i gräl om detaljer i händelseförloppet. Ett annat skäl som talar för det konstruerade fallet är att det gör det möjligt att schematisera och avgränsa till just de problem man önskar diskutera.

Avgörande för valet av "händelse" har varit att en företagsetablering kan innehålla olika positiva och negativa komponenter som kan varieras och tillmätas större eller mindre betydelse, beroende på utifrån vilka kunskaper och värderingar den ses. En fråga som därvid kan ställas är naturligtvis hur själva fallet Österköping är vridet och vinklat, dvs i vilken mån det eventuellt ger en snedvriden bild av massmediers eller andra parters agerande i liknande verkliga situationer. Bedömningen därvidlag överlämnas åt läsaren — gärna med tillämpning av den beskrivning som ges i den fortsatta framställningen av massmedierna och av journalisternas sätt att arbeta.

Massmedierna i fallet Österköping är naturligtvis också modell-exempel. Intervjuerna i radio och TV har alltså inte förekommit i verkligheten. Verkliga exempel av liknande slag finns dock. En viss tendens förekommer i intervjuerna. "Utfrågningarna" av företagschefen Vede och kommunalrådet Lundholm behöver emellertid inte uttrycka intervjuarnas politiska åsikter eller deras ställningstaganden i detta speciella fall. Det kan alltid göras gällande att etermedierna uppträder i enlighet med en av radioledningen av allt att döma accepterad praxis, som formulerades på följande sätt av 1960 års radioutredning i betänkandet Radions och televisionens framtid i Sverige (SOU 1965:20): "På områden som berör ekonomi, förvaltning, nä-

ringsliv och arbetsmarknad kan radio- eller TV-reportern framträda såsom företrädde han närmast den vanlige medborgaren, konsumenten, medlemmen gentemot myndigheten, producenten, ledningen för den stora organisationen.”

Att rikstidningarna i det här fallet spelar en relativt liten roll får kanske förklaras som en rent journalistisk tillfällighet. Det kan ha haft en viss betydelse att en regiontidning kom en dag före med nyheten och att den sedan kom att hamna på Morgonpressens handelssida och inte togs om hand av en distriktsredaktion eller allmän reporter. Men detta skall nog i så fall inte göras till en förklaring med alltför generell betydelse. Inte heller Aftonpressens behandling av fallet bör generaliseras alltför mycket.

De i fallet förekommande lokal- eller regiontidningarna arbetar på ett sätt som landsortstidningar kan göra. Det föreligger inga speciella förebilder. Partibeteckningarna på de tre tidningarna skall inte heller uppfattas på det sättet att socialdemokratiska tidningar uppträder si och borgerliga tidningar så. Rollerna kan mycket väl tänkas vara ombytta i ett annat fall, även om vissa uttryck och värderingar kan vara specifika för den ena eller den andra gruppen av tidningar.

Allmänt kan alltså sägas att skildringarna av massmedierna bygger på generaliserade erfarenheter av hur de brukar uppträda i debatten.

Etableringen som sådan skulle normalt knappast ha föranlett mer än en mycket kort och neutral rapport i riksmidierna. Genom att radio och TV fångade upp den kritik som förekom i Folkbladets första artikel förstärktes den av tidningen gjorda ”vinklingen” mycket kraftigt. Det sätt Folkbladet fick sina uppgifter på bidrog kanske till att de negativa komponenterna övervägde i reportaget. Man kan kanske också tänka sig att både Folkbladet och Åstads Allehanda i viss mån påverkades av lokalpatriotisk rivalitet mellan Österköping och den alternativa lokaliseringssorten Åstad. Detta antyds ju i reportaget och kommentarer. Men de lokalpatriotiska motiven spelar på sin höjd en sekundär roll. Möjligen gör de att de båda Åstadstidningarna inte har samma skäl som en i Österköping utkommande tidning skulle ha att basunera ut etableringen som en stor lycka för kommunens invånare. För Norrstads-Posten som har Y-bolaget på

sin utgivningsort finns däremot ett eget lokalpatriotiskt motiv för att se händelsen i mer positiv dager.

En liknande aspekt kan vara betydelsefull även för etermediernas behandling av fallet Österköping. För radions och televisionens reportrar har själva konflikten ett nyhetsintresse. I den mån de uppfattar sig som "företrädde de närmast den vanlige medborgaren" är det emellertid inte i första hand som invånare i Österköping. Miljövårdsintressena kontra sysselsättning och kommunal expansion blir naturligen ett i huvudsak principiellt problem för den som inte är hänvisad till att bo på platsen. Detta kan slå i båda riktningarna, beroende på vilka informationer reportern får och vilka personliga värderingar han har.

Vad man vidare kan lägga märke till är att etermedierna i det här fallet lämnar den ensidigaste bilden av affären. Tidningarna återkommer flera gånger med nyhetsmeddelanden och kommentarer, som i viss mån nyanserar tidigare kritik. I Folkbladet kommer informationschefen Exberg till tals och får bemöta och komplettera de uppgifter tidningen har lämnat. Det är svårare att tänka sig att radio och TV skulle kunna bereda direktör Vede eller kommunalrådet Lundholm liknande möjligheter att lägga de tidigare intervjuerna tillrätta. Dels torde det vara svårt att påvisa att intervjuerna skulle ha skett på något otillbörligt sätt, dels är händelsen knappast tillräckligt stor för att motivera ytterligare nyhetsinslag i riksmedierna.

Avsikten är inte att göra gällande att Sveriges Radio, som till skillnad från tidningarna har skyldighet att iaktta opartiskhet, generellt skulle arbeta mer ensidigt. Men genom sin karaktär av riksmedier och med hänsyn till det begränsade programutrymme radio och TV kan ägna enstaka händelser är risken stor att ett inslag, som av en eller annan orsak råkat bli ensidigt eller missvisande, kan bli den enda information som lämnas av dessa medier om händelsen.

Vinklingen

Ur Y-bolagets och de ansvariga kommunalmännens synvinkel blev publiciteten kring fallet Österköping ganska misslyckad. Man hade

en mycket positiv nyhet att komma med. Utbyggnadsplanerna var ett uttryck för företagets framgångar på exportmarknaden. Man hade lyckats lösa en rad tekniska problem på ett sådant sätt att produktionen skulle bli miljövänligare. Företagsledningen var också beredd att satsa på den yttre miljön för att göra arbetsplatsen tilltalande för de anställda. Lokaliseringen hade stora fördelar administrativt, från kommunikationssynpunkt och med hänsyn till arbetskraftstillgången i jämförelse med alla tänkbara alternativ.

Även för kommunen innebar lokaliseringen stora fördelar, framför allt naturligtvis med avseende på sysselsättningen, men också med tanke på att man kunde få det kommunala avloppsproblemet löst på ett ekonomiskt rationellt och tekniskt effektivt sätt. De miljöingrepp som måste göras kunde anses rimliga, särskilt med hänsyn till företagets eget intresse av att så långt som möjligt eliminera skadeverkningar. Att uppgörelsen i markfrågan var fördelaktig för företaget behöver inte betyda att den var ofördelaktig för kommunen. En exploatering i motsvarande omfattning med betydande delar orörd natur kunde kanske till och med tänkas ha blivit mindre lönsam, om kommunen hade behållit marken.

Fallet Österköping har avsiktligt gjorts ”måttligt” kontroversiellt. Man bör alltså kunna anta att det övervägande flertalet av invånarna i Österköping gärna vill ha den nya fabriken. Den oro för att skador på miljön skall uppstå och för att möjligheterna till sport och promenader skall försämrats, som kommer fram i intervjuer med några invånare, är fullt naturlig och behöver inte innebära att de oroliga ställer sig negativa till projektet som sådant. Att olika grupper i samhället anser sig ha speciella intressen att bevaka kan man ofta iaktta i den allmänna debatten. Men den som anser att han måste se till att t ex en företagsetablering inte åstadkommer skador i naturen kan samtidigt också vara angelägen om att nya sysselsättningsmöjligheter skapas.

Men vad var det då som gjorde att publiciteten blev så övervägande negativ? En jämförelse mellan de uppgifter som lämnas i avsnittet Sanningen om fallet Österköping och de som förekommer i Massmedierna om fallet Österköping ger vid handen att det inte beror på att massmedierna lämnade felaktiga sakupplysningar. Det

förekommer inga osanningar i reportage, TV-intervjuer och kommentarer. Tendensen i artiklarna åstadkoms genom urvalet av i och för sig riktiga sakuppgifter och genom betoning av vissa aspekter på etableringen. Uttrycket sjöslag i en kåserande artikel kan naturligtvis diskuteras. Men det finns inga påståenden i artikeln som kan sägas vara helt gripna ur luften. Ingenting i publiciteten kring fallet Österköping är av den karaktären att det skulle kunna läggas till grund för ett tryckfrihetsmål. Det är knappast heller troligt att man skulle kunna få ett fällande utlåtande av radionämnden eller pressens opinionsnämnd.

Att nyheten om etableringen i Österköping blev dålig PR både för Y-bolaget och kommunen skulle naturligtvis till en del kunna skyllas på oskicklighet. Varken företagsledningen eller de agerande kommunalmännen funderade t ex i förväg över de miljöaspekter som sedan kom att få en framträdande plats i massmediernas nyhetsrapportering. Om de inte hade låtit sig överraskas på det sätt som skedde genom Folkbladets avslöjande av nyheten utan istället själva hade tagit initiativet, kan det också mycket väl tänkas att publiciteten redan från början hade fått en annan och mer positiv karaktär. Det är inte för inte som man i kanslihuset, inom företag, kommuner och organisationer håller sig med särskilda informationsexperter, ofta hämtade från massmedierna.

Men inte ens den skickligaste informationsexpert kan alltid förhindra oförmånlig publicitet. En gång kan han kanske åstadkomma att en för uppdragsgivaren dålig nyhet vinklas på ett positivt sätt så att den får en vänligare publicitet än den förtjänar. En annan gång kan han trots alla ansträngningar råka ut för att en bra nyhet vinklas negativt av massmedierna och föranleder en orättvist oförmånlig publicitet.

Begreppet vinkling används här och i de följande kapitlen om alla slags avvikelser från den raka, neutrala faktaåtergivningen. Det behöver alltså inte vara fråga om en avsiktlig snedvridning i något speciellt syfte. Vinklingen kan vara såväl välvillig som illvillig. Den kan också vara neutral i den meningen att journalisten enbart syftar till att göra ämnet begripligt och intressant för läsaren, lyssnaren eller tittaren utan avsikt att ge framställningen någon bestämd åsikts-

eller värderingsmässig inriktning. Vinklingen behöver inte bestå i att felaktiga sakuppgifter lämnas eller i förvrängningar av fakta. Ibland kan den, som i fallet Österköping, ske genom att större vikt läggs vid vissa sakförhållanden, medan andra kanske avsiktligt utelämnas eller inte är kända av massmedierna.

Vinklingen i den vidsträckta betydelse som här läggs i begreppet är en företeelse med gamla anor i pressen. Syftet med den tryckfrihetslagstiftning vi har i Sverige är inte att tillse att människor får korrekta meddelanden utan att meddelarna och de som trycker meddelandena tillförsäkras frihet att uttrycka åsikter och ge de versioner av t ex händelser som de önskar ge. Det finns således i tryckfrihetsförordningen inget krav på att uppgifter som publiceras skall vara sanna. Ingen kan straffas för att ha lämnat felaktiga eller missvisande uppgifter, såvida de inte är förbundna med brott mot TF, t ex ärekränkning. På liknande sätt innebär även i andra demokratiska länder tryckfriheten författares, meddelares eller utgivares rätt att sprida tryckta skrifter, inte läsarens rätt till saklig information.

Under 1900-talet har emellertid i Sverige växt fram ett utomrättsligt system med vissa regler för massmediernas beteende. Det rör sig för pressens del om frivilliga åtaganden men är numera också förenat med ekonomiska sanktioner vid brott mot reglerna. Reglerna har utarbetats inom Publicistklubben i samråd med Svenska Journalistförbundet och Svenska Tidningsutgivareföreningen. Dessa regler, PK-reglerna, kompletteras av SJF:s yrkeskodex, utarbetad och antagen av Journalistförbundet.

I PK:s publiceringsregler uppmanas pressen bl a att ge korrekta nyheter. Pressens roll i samhället kräver saklighet och opartiskhet i nyhetsförmedlingen, framhålls det. Tidningarna uppmanas att vara kritiska mot nyhetskällorna och att inte återge en uppgift utan kritisk granskning och kontroll även om den redan varit publicerad på annat håll.

Saklighet och opartiskhet är också nyckelord i radiolagen, som fastställer etermediernas ensamrätt att avgöra vilka program som skall förekomma i rundradiosändning, och i det avtal som finns mellan staten och Sveriges Radio med riktlinjer för hur ensamrätten skall utövas.

Till skillnad från pressen är således etermedierna i lag och till följd av sin ensamrätt ålagda att vara sakliga och iaktta opartiskhet i sin nyhetsrapportering, och givetvis även i andra sammanhang. Men delvis som en följd av strukturförändringarna inom pressen har otvivelaktigt tidningarna också fått ett ökat moraliskt tryck på sig både inifrån och utifrån att beakta motsvarande krav i de utomrättsliga reglerna.

Den allmänna debatten koncentreras gärna till de enskilda journalisternas vinklingar av informationen i massmedierna. Detta kan kanske försvaras med att det är den enskilde journalisten, eller ibland hans överordnade i massmedieföretaget, som bestämmer informationens slutliga utformning. Men det är samtidigt en förenkling av problemet och en fråga om vilken utgångspunkt man har för diskussionen.

En journalist som beskylls för att återge uppgifter på ett skevt sätt kan t ex hävda att han nödgats korrigera en vinkling i själva informationsgivningen. Källan, som kan vara ett företag, en myndighet, en organisation osv, kan ha velat lägga sina värderingar i meddelandet. När så journalisten, kanske i samråd med redaktionsledningen, försöker motväga uppgiftslämnarens partiskhet kan han bli kritiserad för att själv vara partisk.

Men naturligtvis är det inte självklart att journalisten eller det medieföretag han arbetar för kan avgöra var den riktiga balanspunkten ligger i en kontroversiell fråga där det finns flera parter. Till en viss del kan man gå runt problemet genom att låta de olika parterna komma till tals. Men det är inte alltid möjligt och det är inte heller säkert att man på det sättet ger en riktigare information. En part kan ha bättre förutsättningar att föra sin talan, en annan part kan komma i underläge t ex genom att inte kunna uttrycka sig så väl eller genom att inte göra ett tillräckligt förtroendegivande intryck i TV-rutan.

Hur viktig partsrepresentation än är i massmedierna kan den alltså inte ersätta den journalistiska informationsbehandlingen. Det är därför av avgörande betydelse efter vilka principer denna sker, hur inflytande utövas på utformningen, vilka det är som styr informationen. Dessa frågor skall diskuteras i de följande kapitlen.

FALLET ÖSTERKÖPING

I den allmänna debatten koncentreras ofta intresset till olika gruppers krav på att få komma till tals och att få en rättvis behandling i massmedierna. Syftet är här att försöka diskutera massmediernas verksamhet i första hand med utgång från TV-tittarnas, radiolyssnarnas och tidningsläsarnas krav på att bli korrekt informerade.

Massmedierna

I fallet Österköping har endast figurerat tre kategorier av massmedier — press, radio och TV. Det skulle emellertid ha varit möjligt att föra in betydligt fler medier. Man bör kunna förutsätta att Y-bolagets personaltidning innehöll någonting om etableringen. Planerna på den nya fabriken i Österköping kunde ha gjorts till föremål för reportage, kommentarer och debattinlägg i någon facklig tidning, utgiven av t ex det LO-förbund som organiserar de flesta anställda vid Y-bolagets fabrik i Norrstad. Fotografen på Åstads Allehanda kanske sålde fotografiet av Y-bolagets chef Ivar Vede och Folkbladets redaktör Bengt Runström till någon veckotidning, som lät det illustrera ett kändisreportage från invigningsfestligheterna — naturligtvis vid sidan av bilden på landshövdingen, kommunalrådet Lundholm och några paranta damer bland festdeltagarna.

Det är inte heller orimligt att tänka sig att informationschefen Exberg lät ta några bildsvep från den nya fabriken och från invigningsfestligheterna till en film som han kunde använda för att informera om Y-bolaget. I varje fall borde han ha passat på att skaffa sig en del fotografier till en stillfilm att visa för besökande skolklasser på företaget. Dessa bilder kunde han samtidigt även haft användning för i en tryckt broschyr om Y-bolaget.

Om fallet Österköping hade varit ännu mer kontroversiellt och politiskt laddat kunde också en miljögrupp i Österköping, Norrstad eller Åstad kommit på idén att göra en film kring händelserna. Det kunde då också ha förekommit protestdemonstrationer med plakat och banderoller. Målade eller tryckta affischer hade kanske satts upp på olika ställen med protester mot ”miljöhotet från Y-bolaget”, tryckta eller stencilerade flygblad kunde ha delats ut på gatorna och i husen. En sk fri teatergrupp kunde rent av ha gjort en politisk pjäs, kanske med insprängda protestsånger i handlingen. Sångerna hade sedan kunnat spelas in på grammofonskiva för vidare spridning.

Till sist hade kanske fallet Österköping — även om det hade varit verklighet — kunnat hamna i en bok. Sådant har hänt förut.

Det finns alltså betydligt fler medier för massspridning av budskap och åsikter än de tre som skall diskuteras i denna bok. Informationsvägarna är ännu fler. Allmänheten har tillträde till kommunfullmäktigemötena. Österköpings invånare kunde alltså den vägen orientera sig om vad saken gällde. Sådana möten är dock i allmänhet inga publikdragande tillställningar. Kommunen, Y-bolaget eller de som önskade protestera mot etableringen kunde också ha ordnat offentliga informations- eller diskussionsmöten.

En mycket viktig roll i informationsprocessen spelar den direkta kommunikationen mellan enskilda och inom olika grupper — samtal på arbetsplatser, i föreningslivet, i familjen osv. I fallet Österköping måste det betytt mycket hur arbetarnas och tjänstemännens fackklubbar vid Y-bolaget i Norrstad reagerade på nyheten om etableringsplanerna. De farhågor som framkom från idrottsfolket i Österköping kunde också ha påverkat opinionen mer eller mindre kraftigt. Många forskare har visat på hur en del personer fungerar som ”opinionsledare”, andra som ”opinionsförmedlare” i en sådan kommunikationsprocess.

Press, radio och TV representerar bara delar av ett större massmedieutbud. De kommer i framtiden att få konkurrera med och kanske efterträdas av andra medietekniker. Samhällsinformation och opinionsbildning sker också på flera andra vägar.

Den här boken handlar alltså huvudsakligen om press, radio och TV — hur dessa medier fungerar, hur de behandlar information och varför det blir som det blir. Men skall man kunna analysera och förstå detta, krävs det också att mediernas roller i samhällsinformationen och opinionsbildningen och deras relationer till olika grupper i samhället studeras och diskuteras.

Redaktionerna

Hittills har talats omväxlande om nyheter och information samt om budskap och opinionsbildning. Även om det kanske är en styggelse

för massmedieforskare kommer dessa begrepp även i fortsättningen att användas på detta slarviga sätt. Ordet nyhet kommer i vissa sammanhang att användas i en mycket vid bemärkelse, i andra för att beteckna sådana meddelanden som väl de flesta tänker på när det talas om nyheter i massmedierna. Skarpa gränsdragningar är snarare ägnade att förvillia än klargöra, eftersom korrekta nyheter är informerande och även — liksom felaktiga nyheter — kan användas i opinionsbildande syften, budskap kan vara nyheter och samtidigt opinionsbildande osv. Det förutsätts att läsaren i varje särskilt fall kan associera ungefärligen riktigt till de företeelser som närmast avses när uttrycken används. Vi skall dock längre fram återkomma till nyhetsbegreppet.

Nyheter samlas in till och behandlas i massmediernas redaktioner. Nyhetsvägarna till massmedierna är i stort sett desamma för press, radio och TV. En betydelsefull nyhetsleverantör är Tidningarnas Telegrambyrå (TT). Byrån ägs av den svenska dagspressen och är i sin tur liksom pressens organisationer och många dagstidningar aktieägare i Sveriges Radio. TT-chefen Jan-Otto Modig representerar dagspressen i Sveriges Radios styrelse. Sveriges Radio har ett närmast symboliskt delägarskap i TT genom en aktie och företräds av radiochefen Otto Nordenskiöld i TT:s styrelse.

TT har alltså en central position i svensk nyhetsförmedling. Byråns tradition, dess halvofficiella prägel och den omständigheten att den torde vara mycket påpassad av de massmedier som är både dess ägare och kunder har säkert bidragit till att den klarat sig förhållandevis väl från att drabbas av sådan kritik, som brukar riktas mot de publicerande medierna. Enligt en undersökning, utförd vid statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet och presenterad av docent Stig Hadenius i boken *Nyheter från TT* i samband med TT:s 50-årsjubileum 1972, syns TT också ha lyckats ganska väl med att balansera sitt telegramutbud till abonnenterna.

Genom TT får tidningarnas och Sveriges Radios nyhetsredaktioner varje dygn ett mycket omfattande "råmaterial" till sina egna nyhetspresentationer. Dels vidarebefordrar TT ett urval av telegram från en rad utländska byråer, som företaget samarbetar med, dels har byrån egna korrespondenter i utlandet samt egna redaktioner och

korrespondenter inom Sverige för inrikesnyheter. Byrån har också en särskild riksdagsredaktion och en verksredaktion, som bevakar departement och statliga verk och myndigheter.

TT har dock formellt ingen monopolställning. När det gäller utrikesnyheter förekommer det konkurrens från utländska nyhetsbyråer, som vid sidan av samarbetet med TT även levererar nyheter direkt till svenska massmedier. Sveriges Radio och en del större tidningar, framför allt storstadspressen, har också egna medarbetare och korrespondenter utomlands. Många tidningar abonnerar på utrikesöversikter genom svenska eller utländska byråer och använder utländska tidningar som källor för nyheter och kommentarer. En del länders ambassader förser också Sveriges Radio och de svenska tidningarna med nyhetsbulletiner och annan information.

För inrikesnyheter finns självfallet ännu fler vägar till massmedierna. Vid sidan av TT verkar Förenade Landsortstidningar (FLT) som förser ett antal, huvudsakligen borgerliga, tidningar med bl a nyhetsmaterial. De politiska partierna har en omfattande informationsverksamhet, bl a genom egna nyhetsbyråer, till vilka vi skall återkomma längre fram. Statsminister Palmes kansli liksom flera departement, verk och myndigheter bedriver en betydande informationsverksamhet med utsändning av releaser till tidningar och radio/TV, personliga kontakter, presskonferenser, speciella kurser för journalister etc. Många organisationer och företag håller sig också med egna informationsavdelningar och förser massmedierna med material både för information och för direkt publicering.

Även myndigheter, grupper, institutioner och enskilda som inte förfogar över egna informationsorgan kan naturligtvis lämna meddelanden till massmedierna eller på andra sätt verka för att händelser och förhållanden skall bli kända och föremål för publicitet.

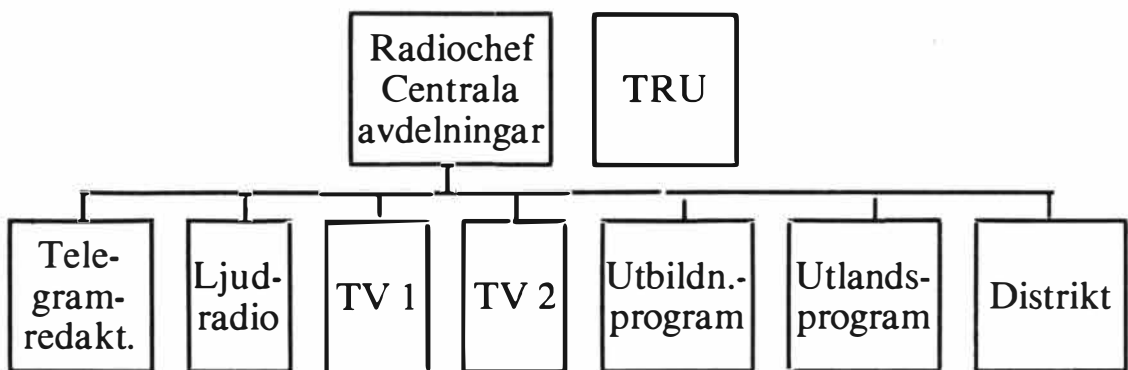
Behandlingen av de meddelanden av olika slag som kommer in till massmediernas redaktioner består i att man dels väljer ut vilka nyheter som skall vidarebefordras, dels bestämmer den form i vilken det skall ske. Redan av tekniska kapacitetsskäl måste det ske ett begränsat urval ur det omfattande nyhetsmaterial som står till buds varje dygn. Andra faktorer i urvalsprocessen är redaktionernas uppfattningar om vad som kan intressera läsekretsen, radiolyssnarna eller

TV-tittarna, vad som kan lämpa sig för det ifrågavarande mediet med hänsyn till de tekniska förutsättningarna och till medieföretagets allmänna nyhetspolicy. Nyhetsurvalet kan givetvis även påverkas av personliga åsikter och värderingar hos dem som fattar de direkta avgörandena.

Bestämningen av i vilken form nyheterna skall vidarebefordras måste naturligtvis också ske med hänsyn till mediernas tekniska kapacitet och särskilda förutsättningar. Vissa nyheter kan vara mer TV-mässiga än andra, en del nyheter kan illustreras, en del kräver en utförlig behandling om de skall förstås, andra kan uttryckas i några få ord. Men även formen för presentationen kan naturligtvis väljas under inverkan av personliga åsikter och värderingar hos beslutsfattare och dem som arbetar med nyhetsbehandlingen.

Långt ifrån alla inslag av nyhetskaraktär i massmedierna bygger dock på behandling och förmedling av inkomna meddelanden. Nyheter initieras ofta mer eller mindre av massmedierna själva. Man skulle här kunna tala om en aktiv nyhetsverksamhet till skillnad från den som består i att huvudsakligen förmedla nyheter. Det kan t ex ske genom att man i intervjuer och reportage aktualiserar olika frågor och förhållanden i samhället. Massmedierna både skapar och är dessutom många gånger sina egna nyheter. En stor del av den skändisjournalistiken bygger egentligen på att kändisarna är kända i och genom massmedierna. I extrema fall syns kändisskapet bestå nästan uteslutande i att vederbörande förekommer i massmedierna. Medierna producerar också händelser för varandra. Särskilt kvällstidningarna ägnar sig i hög grad åt att producera nyheter om TV. I vissa sammanhang, speciellt på sportens område, skapar tidningar sina egna händelser genom att arrangera tävlingar, dela ut utmärkelser osv.

Massmediernas redaktioner är alltså av central betydelse för nyhetsförmedlingen och samhällsinformationen. En ingående beskrivning av hur de är organiserade och arbetar skulle kräva en särskild bok. Här kan endast tecknas några grova och ytliga drag för att ge den fortsatta framställningen någon liten konkretion.



Vid Sveriges Radio finns en telegramredaktion för korta nyhets-sändningar med faktainnehåll som är gemensam för ljudradion och de båda TV-kanalerna. Vid sidan härav har ljudradion, TV 1 och TV 2 skilda nyhetsredaktioner, som huvudsakligen ägnar sig åt sk kommenterande nyhetsmaterial. Detta material presenteras i programmen Dagens eko, Aktuellt och Rapport. Såväl den gemensamma telegramredaktionen som de kommenterande nyhetsredaktionerna har tillgång till bl a TT:s telegramtjänst, distriktens nyhetsmedarbetare och Sveriges Radios utlandskorrespondenter.

Det förekommer emellertid också en rad mer eller mindre nyhetsbetonade återkommande program eller magasin, t ex radions Familjespeglén, OBS! och Sesam samt TV:s Panorama, Dokument utifrån, Direkt onsdag, Insyn och Moment. Nyheter kan vidare förekomma och diskuteras i underhållningsbetonade program av typen Kvällsöppet i TV. Vart och ett av dessa program har sin redaktion som väljer vad som skall tas upp, vilka reportage och förberedelser man skall göra, vilka man skall intervjua och bjuda in att medverka osv.

En ofta förbisedd sektor när det gäller radions och televisionens utbud av samhällsinformation är de sk utbildningsprogrammen. För dessa svarar inom Sveriges Radio en särskild utbildningsenhet, som organisatoriskt är jämställd med enheterna för ljudradion, TV 1, TV 2 och distrikten. Utbildningsenheten har sina egna sändningstider för skolradio. Men den producerar också program som sänds under kvällstid och ofta endast genom sitt ursprung skiljer sig från andra informerande och underhållande program i radio/TV.

Utbildningsprogram produceras också utanför Sveriges Radio av TRU — kommittén för Television och Radio i Utbildningen — som sorterar direkt under utbildningsdepartementet. TRU startades som

en försöksverksamhet och det är alltså oklart vilken form den slutligen skall få. Än så länge ansvarar Sveriges Radio även för TRU-programmen, som placeras in i ljudradioprogrammens och TV-kanalernas programscheman på samma sätt som produktionen från den egna utbildningsenheten. Det är alltså Sveriges Radios skyldighet att också se till att radiolagens och radioavtalets regler om bl a opartiskhet och saklighet iakttas i utbildningsprogrammen.

Liksom utbildningsenheten inom Sveriges Radio producerar TRU såväl för skolradio och skol-TV som för vuxenutbildning. Det är då inte bara fråga om ämnesundervisning i traditionell mening. En avsevärd del av utbildningsverksamheten tar upp aktuella samhällsfrågor, varvid man ofta använder sig av i princip samma intervju- och reportageteknik som ljudradions och televisionens nyhetsprogram arbetar med. Det uppkommer naturligtvis därvid i många fall samma värderingsproblem som i fråga om nyhetsprogram och magasin. Detta gäller också utlandsprogrammen.

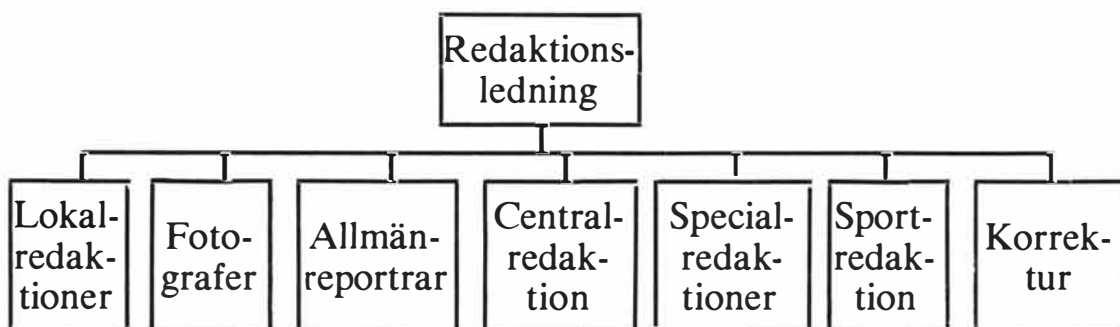
Arbetet kan vara mycket olika organiserat inom redaktionerna. Ljudradion, TV 1, TV 2 och de tio distrikten är i dessa avseenden mycket självständiga och har valt skilda organisatoriska lösningar. I TV 1 arbetar man t ex med olika projektgrupper, som dock är starkt styrda av TV 1-ledningen. TV 2 har valt en linje som mer präglas av decentralisering och delegering av beslut inom en större ledningsgrupp. Till synes oberoende av den organisatoriska uppläggningsgruppen kan emellertid enskilda medarbetare i de olika redaktionerna ha mycket växlande villkor när det gäller självständighet och inflytande. Graden av självständighet för redaktionerna och de enskilda medarbetarna kan naturligtvis ha särskilt stor betydelse när det gäller den aktiva nyhetsverksamheten.

En nyckelposition intar i många fall producenterna, särskilt om de samtidigt är programutgivare. Men förhållandena är så växlande mellan olika enheter och redaktioner inom Sveriges Radio att det är omöjligt i varje fall för en utomstående att finna något generellt mönster för programinflytandet.

Redaktionerna i dagspressen har en enhetligare organisation. Men också inom dessa finns i allmänhet specialredaktioner med större eller mindre självständighet i förhållande till redaktionsledningen.

Eftersom varje tidning enligt tryckfrihetsförordningen bara kan ha en fungerande utgivare med ansvar för allt som står i samma nummer av tidningen, är beslutanderätten i varje fall formellt starkare koncentrerad inom pressen än i Sveriges Radio. Till utgivarsystemet och till de personella förhållandena i press, radio och TV skall vi återkomma.

Det vanligaste mönstret för en tidningsredaktion kan beskrivas med en mycket enkel figur:



Inom detta schema förekommer dock en mängd variationer, beroende bl a på tidningens och redaktionens storlek. Redaktionsledningen kan bestå av en chefredaktör och en redaktionschef eller redaktionssekreterare. På de större tidningarna finns i allmänhet både redaktionschef och en eller flera redaktionssekreterare.

I allmänhet sorterar avdelningarna eller delredaktionerna direkt under redaktionsledningen så som figuren visar. En specialredaktion, den politiska eller ledarredaktionen, är dock ofta fristående eller knuten endast till chefredaktören eller motsvarande och sidoordnad med redaktionschefen och den allmänna redaktionen. Övriga specialredaktioner för kultur, familjenyheter, handel och ekonomi, kommunal bevakning, konsument sida, kåserier etc kan vara mer eller mindre självständiga och fristående från den allmänna redaktionen. Ofta arbetar de emellertid med egna budgetramar för honorar till utomstående och andra liknande kostnader för materialet. Antalet specialredaktioner kan växla från tidning till tidning liksom antalet medarbetare — på mindre och medelstora tidningar består ofta en sådan specialredaktion av en enda medarbetare, ibland kan en medarbetare t o m ha flera specialiteter samtidigt.

Centralredaktionen består i allmänhet av en dagredaktion, ledd

av en redaktionssekreterare eller notischef, och en nattredaktion med en nattredaktör som chef. För kvällstidningen skiljer sig organisationen givetvis från morgontidningarnas med bl a en kraftigare koncentration av arbetsinsatserna under morgon- och förmiddagstimmarna. Personalen i övrigt brukar i huvudsak bestå av redigerare för in- och utrikestelegram, för lokala nyheter producerade av den egna redaktionen och lokalredaktionerna. Redigerarnas uppgifter är att välja ut och bearbeta material, sätta rubriker, skriva ingresser och välja illustrationer. Detta sker oftast i samråd med redaktionssekreterare och nattredaktör och med andra kolleger inom redaktionen. Centralredaktionen kan vara hårt styrd av redaktionsledningen men den kan också ha mycket stora befogenheter att välja material och utforma tidningen.

Allmänreportrarna får ofta sina uppdrag direkt av redaktionschefen eller en redaktionssekreterare. Men många reportrar arbetar också självständigt med egna uppslag och egna personliga kontakter utanför tidningen. Detta gäller särskilt sådana medarbetare som är mer eller mindre specialiserade även om de inte tillhör någon specialredaktion. Fotograferna får oftast sina uppdrag från redaktionsledningen eller centralredaktionen.

Lokalredaktionerna kan arbeta mycket självständigt, föra egen bevakningsliggare, ha egna fotografer eller fotograferande journalister och själva besluta om sina arbetsuppgifter. Men oftast sker det i samråd med redaktionsledningen eller med en särskild länschef vid den centrala redaktionen. Den riksspridda storstadspressen arbetar även med regionredaktörer med uppgift att bevaka större områden.

Sportredaktionerna intar ofta en särställning i förhållande till andra specialredaktioner. De är formellt och i budgetfrågor underställda redaktionsledningarna. I många avseenden för de emellertid mer än andra specialredaktioner en egen tillvaro inom de uppdragna ramarna och på det utrymme som de tilldelas i tidningarna. Förhållandena syns vara likartade i radio och TV.

Korrekturavdelningarna räknas i allmänhet in i redaktionerna men det förekommer också att de är knutna till tidningarnas tekniska administration. Deras uppgift är huvudsakligen att se till att texten i tidningsspalten överensstämmer med vad som står i manuskriptet.

Det kan emellertid även förekomma att korrekturavdelningarna uppmärksammar och påpekar för skribenter eller ansvariga i redaktionen sakliga och språkliga felaktigheter.

Vad denna beskrivning av massmediernas redaktioner trots sin ofullständighet och sina bristfälligheter bör kunna ge en uppfattning om är de många olika möjligheter till inflytande på programmen och materialet i de färdiga tidningarna som finns under nyheternas väg genom massmedierna. Ännu mer gäller naturligtvis detta i fråga om det material som egenproduceras inom redaktionerna.

Nyhetens väg kan beskrivas med ett par enkla typfall med några varianter för Sveriges Radio och för en dagstidning.

1. *Regeringen ämnar tillsätta en utredning om västkustfisket.*

Nyheten om detta kan komma till Sveriges Radio och tidningarna i form av ett TT-telegram eller ett meddelande direkt från kanslihuset.

Den centrala telegramredaktionen kan ta med meddelandet i sina korta nyhetsuppläsningar i radio och TV. En förutsättning är att det befinns vara tillräckligt intressant för att komma med vid urvalet av nyheter, som skall vidarebefordras. Mer eller mindre slumpartade faktorer kan därvid spela en betydande roll, t ex hur många och hur intressanta nyheter man råkar ha just den dagen. Det kan också spela en roll om en beslutsfattare i redaktionen råkar vara från västkusten och personligt intresserad av ämnet. Nyheten bör ha en särskild förutsättning att bli uppmärksammas om frågan om västkustfisket råkar vara politiskt kontroversiell eller om det bakom meddelandet ligger en mycket svår situation för berörda fiskare och samhällen.

Faktorer av detta slag kan på samma sätt få avgörande betydelse för om ett meddelande vidarebefordras i en tidning. Både i Sveriges Radio och i en dagstidningsredaktion är det i detta fall få beslutsfattare, i allmänhet på sin höjd ett par tre personer, som deltar i processen.

Om nyheten kommer till Sveriges Radios eller en tidnings kännedom på annat sätt än den officiella vägen genom TT eller ett meddelande från kanslihuset — t ex genom att en medarbetare har fått

höra förtroligt eller genom en slump av någon departementstjänsteman eller berörd intressent om regeringens planer — är sannolikheten i allmänhet större för att den skall komma med i nyhetsuppläsningen eller tidningen. Den omständigheten att andra medier och redaktioner kan tänkas inte känna till samma sak ökar regelmässigt benägenheten att publicera nyheten.

Uppgiften om den planerade utredningen beträffande västkustfisket kan också föranleda någon av Sveriges Radios kommenterande redaktioner att göra ett längre inslag om västkustfisket, t ex intervju jordbruksministern om utredningens uppläggning och regeringens syn på fiskefrågan och beställa ett reportage med intervjuer och film från göteborgsdistriktet.

En tidning kan på liknande sätt finna det motiverat att skaffa fram bakgrund till meddelandet om utredningen, särskilt naturligtvis om tidningen råkar komma ut i Västsverige.

Om de frågor som utredningen om västkustfisket skall behandla anses vara av stor betydelse kan det också tänkas att de tas upp till behandling i ett längre program av något av ljudradions eller televisionens speciella magasin och i tidningarnas ledarspalter.

Ställningstaganden kan ske oberoende av varandra i olika redaktioner och en nyhet kan på det sättet återkomma i flera program i radio och TV och på flera avdelningar i tidningarna, kanske också skildrad ur vitt skilda synvinklar.

2. *Reportage om hyresstegringen.*

Reportaget initieras av Sveriges Radios eller en tidnings egna medarbetare. Det kan ha förekommit uppgifter eller förts en debatt om de höga hyrorna, men reportageidén knyts inte till något meddelande eller någon särskild nyhet. Däremot kan naturligtvis den som kommer med uppslaget ha fått det i samtal med t ex någon politiker, en hyresgästombudsman eller med medlemmar i ett byalag.

I detta fall berörs inte Sveriges Radios centrala telegramredaktion eller telegramredaktörerna i dagstidningens centralredaktion. Uppslaget kan inom massmedieföretaget komma antingen från redaktionsledningen eller från någon reporter. I det första fallet blir det som

regel fråga om ett uppdrag till en producent, allmänreporter eller specialist att göra ett program eller en artikel enligt vissa anvisningar. Om det är producenten eller reportern som tar initiativet måste han i allmänhet ha redaktionsledningens godkännande för att få sätta igång med arbetet. En del producenter och reportrar har en sådan ställning att detta godkännande är praktiskt taget givet på förhand och att de har fria händer att utforma programmet eller artikeln som de själva finner lämpligast.

Båda dessa fall illustrerar med sina variationer möjligheter och begränsningar i fråga om inflytande på det färdiga programmet eller den färdiga tidningsartikeln för dem som är verksamma i massmedierna.

Journalisterna

Den svenske ”medeljournalisten” beskrivs i ett examensarbete av 26 elever vid journalisthögskolan i Stockholm i boken *Journalistkåren i Sverige* (1970) med utgång från en statistisk undersökning, grundad på ett slumpmässigt urval omfattande 400 av Svenska Journalistförbundets 5 754 medlemmar (1968). Författarna sammanfattar:

”Den svenske journalisten är en man på 37 år. Han är gift och hans hustru förvärvsarbetar. Han kommer ur socialgrupp II och är född på den svenska landsbygden eller i en syd- eller mellansvensk stad. Han har gått igenom real- eller yrkesskola men saknar journalistisk yrkesutbildning. Han har gjort volontärtjänst.

Han började sin karriär på en landsortstidning med en upplaga på 15.000—20.000 ex. Han startade på allmänna nyhetsredaktionen, där han arbetar än i dag, fast på ett annat företag. Under sin yrkesverksamma tid har han hunnit byta både företag och arbetsort minst en gång.

Han arbetar på en borgerlig tidning men röstar socialdemokratiskt. Han är varken specialist eller arbetsledare utan arbetar som allmänreporter sina 42 timmar i veckan. För detta lyfter han en lön på 2.750 kronor i månaden. Han kan tänka sig att byta företag, om han får bättre betalt.

Han har inte varit borta från yrket mer än tre månader i sträck,

och han har inte något journalistiskt extraknäck. Han är varken politiskt eller fackligt aktiv.

Han har i dag varit i yrket 14 år och har cirka sex år på sig att bli arbetsledare. Sedan är den chansen minimal.”

Några mer specificerade data kan vara av intresse att återge ur undersökningen. Av de 377 journalister som ingår i undersökningsmaterialet (efter ett bortfall på 23 personer eller 5,8 procent) har 14 procent enbart folkskola som grundutbildning, medan knappt hälften har fortsatt till studentexamen och 19 procent till universitet. Den senast rekryterade gruppen är bättre utbildad än genomsnittet. Till detta har bidragit att studentexamen, fack- eller folkhögskola har varit behörighetskrav för att få tillträde till journalistinstitut. Av de journalister som har studentexamen arbetar 40 procent på liberala tidningar. Det största antalet journalister utan någon examen finns i den socialdemokratiska pressen.

Den lägsta lönegruppen ligger (vid undersökningstillfället våren 1969) mellan 1 000 och 1 500 kr i månaden. Endast 5 procent av journalistkåren tjänar över 5 000 kr i månaden. Drygt 60 procent av journalisterna tjänar mer än de avtalslöner (minimilöner) som Svenska Journalistförbundet förhandlat sig till. Journalister med studentexamen har genomsnittligt högre lön — nästan hälften av dem som tjänar över 3 500 kr har studentexamen och däröver. De som yrkesdebuterade i storstäderna har högre löner än de som började på landsortstidningar. Dels är de bättre utbildade, dels ligger lönerna generellt högre i storstäderna.

De kvinnliga journalisterna skiljer sig enligt en intensivundersökning som samma elever vid journalisthögskolan i Stockholm utfört vid Dagens Nyheter, TT och fem landsortstidningar i fråga om bakgrund och utbildning från de manliga. 26 procent kommer från socialgrupp I mot 23 procent av de manliga. Kvinnorna har i allmänhet utbildning på gymnasienivå. Akademisk examen har 12 procent mot 8 procent för männen. Även när det gäller journalistisk yrkesutbildning ligger kvinnorna några steg före männen. Medianåldern för kvinnliga journalister är 33 år mot 39 för de manliga. Hälften av kvinnorna fick sin första anställning efter 1961. Under den perioden började 29 procent av de manliga journalisterna i yrket. Kvinnorna

har i genomsnitt lägre löner än männen. Löner under 2 000 kr i månaden har 20 procent av kvinnorna mot 7 procent av männen.

Det finns också en sociologisk undersökning, utförd 1970 som underlag till en trebetygsuppsats av Anders Almér, Leif Andersson och Kristina Zamore om journalisterna i Stockholm. Den gjordes i samarbete med en utredningsgrupp, tillsatt av Stockholms Journalistförning för att utreda frågan om företagsdemokrati i massmedierna, och finns återgiven i gruppens rapport *Stockholmsjournalister* (1971).

Som ofta är fallet med sociologiska undersökningar bygger denna på ett betydligt ”smalare” underlag än statistiker brukar begagna sig av. Sammanlagt har man intervjuat 101 personer, därav 16 i morgonpress, 17 i kvällspress och 11 i radio/TV. Övriga intervjuade representerar nyhetsbyråer, facklig press, fack- och idépress, PR/information och personaltidningar. Tio intervjuade förs inte till någon kategori och består bl a av frilansjournalister, medarbetare på serietidningsförlag och förortstidningar. Det framhålls i undersökningen att främst gruppen specialtidningsjournalister blivit överrepresenterad.

Beträffande sådana uppgifter som åldersfördelning, utbildning och löner stämmer emellertid den sociologiska undersökningen ganska väl med journalisthögskoleelevernas, om man tar hänsyn till att den förra endast gäller journalister i Stockholm. Genom den uppdelning på olika medier som sociologerna har gjort framgår emellertid också att anställda vid Sveriges Radio i genomsnitt har lägre ålder men något högre utbildning och löner än journalister i dagspressen.

Med tanke på de redaktionella förhållanden som skisserats i det föregående kapitlet kan det vara av intresse att återge några uppgifter ur den sociologiska undersökningen om hur de intervjuade journalisterna uppfattar sin ställning. I detta sammanhang har det knappast någon avgörande betydelse om svaren procentuellt är giltiga för hela yrkeskåren. Det bör räcka med att man kan konstatera att de förefaller ganska väl spegla de skilda förhållanden och uppfattningar som råder på arbetsplatserna bland journalisterna.

Av de intervjuade anger en fjärdedel att de själva oftast väljer sina arbetsuppgifter. Ungefär lika många svarar att uppgifterna fördelas av redaktionsledningen och drygt en femtedel att de fördelas vid sammanträden med redaktionsledningen. Kvällspressjournalisternas

uppfattningar motsvarar ganska väl genomsnittet, medan hälften av medarbetarna på morgontidningarna anger redaktionsledningen som fördelare av arbetsuppgifterna. Inom radio/TV uppger fyra av elva att fördelningen sker vid sammanträden, tre anger redaktionsledningen och två säger sig välja sina arbetsuppgifter själva.

På frågan om vilka som oftast tar initiativ till arbetsuppgifterna svarar mer än hälften av kvällstidningsjournalisterna "jag själv". I morgontidningarna tycks det oftare vara redaktionsledningen som tar initiativ, medan det i radio/TV fördelar sig mera jämnt. Det kan kanske nämnas i detta sammanhang, att det i morgonpressen finns vissa bevakningsrutiner som förutsätter en uppdragsfördelning från redaktionsledningen. Bl a väntar sig läsarna rapporter i morgontidningarna från en rad tilldragelser i större omfattning än när det gäller kvällstidningarna. Den gemensamma telegramredaktionen vid Sveriges Radio torde i viss mån ha samma krav på sig.

De avvikelser som förekommer mellan frågorna om vilka som fördelar arbetsuppgifterna och vilka som tar initiativet förklaras av undersökarna med att det sannolikt förhåller sig så att idéer och uppslag måste passera "filtrerande" och beslutande instanser innan de kan omsättas i handling. Att en högre andel vid radio/TV anger att arbetsuppgifterna fördelas vid sammanträden med redaktionspersonalen anses kunna sammanhånga med att man på Sveriges Radio oftare än inom andra redaktioner arbetar i mindre grupper.

På frågan om hur stor "risken" är att någon ändrar i det material journalisten lämnar ifrån sig, svarar hälften av medarbetarna i morgontidningar att den är mycket liten, medan endast två tillfrågade anser att den är mycket stor. I kvällstidningarna är det bara en av sju som anser risken stor, medan tio betraktar den som mycket liten. Av de elva tillfrågade medarbetarna i radio/TV anser en att risken är stor för att någon skall ändra i materialet, medan de övriga tio bedömer risken som mycket liten.

Vilka anser Du skall ha det avgörande inflytandet vid chefstillsättning? lyder en fråga i den sociologiska undersökningen. Inemot hälften av dagspressjournalisterna och mer än hälften av medarbetarna i radio/TV anser att redaktionens medarbetare bör ha det avgörande inflytandet. Större delen av de övriga uttalar sig för att det bör ske

i samråd mellan styrelse och redaktion. Ett fåtal anser att styrelsen bör ha det avgörande inflytandet.

Journalisterna tillfrågas också om de anser sig ha påverkats politiskt genom sitt yrke. Av dagspressjournalisterna anser sig majoriteten inte ha påverkats. Två har dock påverkats ”åt vänster”, en ”åt höger” och fem har blivit ”mer medvetna, mer skeptiska”. Det sistnämnda svarsalternativet anger också fem av de elva radio/TV-journalisterna. Tre anser sig inte ha påverkats, medan de resterande tre anger att de påverkats ”åt vänster”.

Detta utgör endast axplock ur ett par undersökningar som säkert bör tolkas och användas med ganska stor reservation, vilket naturligtvis i samma mån gäller själva det urval av uppgifter som gjorts här. Man bör nog också vara försiktig med att försöka sätta upp speciella egenskaper för en viss yrkesgrupp, särskilt om den är så heterogen som journalistkåren. De båda undersökningarna förefaller snarare understryka detta än ge en bild av någon sorts ”genomsnittsjournalist”.

Men det finns tendenser och attityder som avspeglas i undersökningarna och som det kan vara anledning att peka på och återkomma till längre fram i olika sammanhang. Till dessa hör det ökande inslaget av journalister med yrkesmässig utbildning vid journalisthögskolorna, kraven på avgörande inflytande vid chefstillsättningar, journalisternas uppfattning om sin egen ställning, deras politiska sympatier och den påverkan de anser sig ha varit med om i sitt yrke.

Makten över medierna

Det skulle naturligtvis vara angenämt att kunna presentera en klar och enkel redogörelse för vilka det är som bestämmer i massmedierna press, radio och TV och vilka man således skall ställa i centrum när man diskuterar mediernas sätt att arbeta och den information de lämnar. Men redan av den tidigare skildringen av redaktionerna och journalisterna bör det framgå att maktförhållandena inte låter sig infångas i någon enkel formel.

Någon inträngande studie av maktförhållandena i massmedierna finns inte att tillgå. På maktlitteraturens område tycks det ligga närmast till hands för radio/TV-medarbetare att skriva om pressen och för tidningsjournalister att skriva om radio/TV. I Åke Ortmarks bok *De okända makthavarna* (1969) finns med ett kapitel på drygt 100 sidor om journalisterna. Det handlar om de fyra stockholmstidningarna Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Om Sveriges Radio har Expressen-journalisten Åge Ramsby skrivit en bok, *Maktens moduler* (1972). Både Ortmark och Ramsby arbetar med intervjuer som underlag men utan att ange vilka intervjupersoner som har berättat vad.

Ortmark intresserar sig mer för om pressen har makt än för vilka som har makt över pressen, även om den senare frågan också berörs i hans bok. Ramsby ägnar sig huvudsakligen åt maktspelet ”bakom företagets murar”, intrigerna och de personliga motsättningarna mellan företagets anställda. Båda böckerna är rika på synpunkter och åsikter, men de är knappast i någon större utsträckning användbara som källor när det gäller faktiska förhållanden.

Det finns undersökningar av vissa delområden, t ex beträffande ”påtryckarna” kring Sveriges Radio och om de politiska partiernas inflytande i pressen. Men det går inte att ur befintlig litteratur på massmedieområdet plocka ihop olika delar till en helhetsbild. Därtill fattas alltför många oundgängliga bitar i pusslet.

Med de utgångspunkter som här har valts är det naturligt att diskutera maktförhållandena i massmedierna med hänsyn till i första hand hur de påverkar själva publiciteten. Det ligger då närmast till hands att i anslutning till det föregående avsnittet börja med journalisterna. Andra maktgrupper med nära anknytning till mediernas redaktioner är ägarna och beslutsfattarna på den ekonomiska sidan i massmedieföretagen. Därefter behandlas maktgrupper med placering utanför massmedieföretagen — politiker, organisationer och intressegrupper av olika slag, företag och massmediernas konsumenter, radiolyssnare, TV-tittare och tidningsläsare.

Den indelning i huvudgrupper som här företas kan naturligtvis diskuteras. En ägare till en tidning kan samtidigt vara chefredaktör, utgivare och verkställande direktör och alltså tillhöra tre av huvudgrupperna. Om han dessutom är politiker och nära lierad med en av de stora intresseorganisationerna kan han bli ännu mer svårplacerad från maktsynpunkt. En organisation kan också vara delägare i Sveriges Radio och intressent i en tidning. Samtidigt kan den anse sig företräda vissa företags eller konsumenters intressen. Gränsdragningsproblem av det här slaget illustrerar de komplicerade mönster för inflytande i och över massmedierna som den här framställningen möjligen kan ge någon föreställning om.

I det föregående har omväxlande använts uttrycken makt och inflytande. Några stränga definitioner behövs kanske inte för den resonerande framställning som förekommer här. Allmänt kan väl dock sägas att en maktställning kan användas för att öva inflytande. Om den är förenad med beslutanderätt i eller över massmedierna kan inflytandet ta sig formen av *styrning*. Utövas inflytandet från vad man kan uppfatta som en allmän maktposition i samhället ligger det närmare till hands att använda det numera vedertagna begreppet *påtryckning*. Massmedierna påverkas också på andra sätt än genom styrning och påtryckning — t ex av de värderingar som förekommer i samhällsdebatten och kanske vetenskapen om att dessa omfattas av den ena eller andra intressegruppen. Det förefaller då naturligast — när inte styrning eller påtryckning föreligger — att helt enkelt använda uttrycken *inflytande* och *påverkan*.

I några sammanhang förekommer uttrycket ”otillbörliga” påtryck-

ningar. Det används i en undersökning som gjorts vid Sveriges Radio. Någon klar definition ges inte i undersökningen, men det kan antas att det som främst avses är sådana påtryckningar som är förenade med hot eller mutor. Så skall det i varje fall uppfattas när det används här utan direkt anknytning till frågor och svar i den refererade undersökningen.

De upplagesiffror för tidningar och tidskrifter som förekommer i fortsättningen är i allmänhet ungefärliga men grundar sig på tillgängliga TS-uppgifter och kontroller 1972.

Journalisterna

Massmediernas redaktioner styrs och påverkas av olika grupper och intressen. Men inom redaktionerna verkar också krafter som kan ta egna riktningar eller som kan förstärka eller försvaga påverkan från utanförstående intressen. Därför är redaktionernas sammansättning och de principer och värderingar som bestämmer deras agerande avgörande för hur dessa grupper och intressen balanseras mot varandra i massmedierna.

Maktstrukturen inom massmedierna är mycket skiftande. Inflytande och värderingar är också underkastade förändringar. I allmänhet är massmedieföretagen hierarkiskt uppbyggda med en i varje fall formellt mycket stark koncentration av inflytande över den publicistiska verksamheten till en eller ett fåtal personer. Till detta bidrar massmedielagstiftningens placering av den juridiska ansvarigheten för yttrandefrihets- och tryckfrihetsbrott hos särskilda personer (utgivare) i massmedieföretagen varvid dessa också ges oinskränkt befogenhet att avgöra vad som skall publiceras.

Yttrande- och tryckfriheten åberopas emellertid ofta i konflikt med detta system av såväl anställda i massmedieföretagen som av utanförstående som skäl för att begränsa utgivarnas befogenheter.

Konflikten skärps av kraven på medinflytande för de anställda i företagen.

Sveriges Radio

Programansvaret ligger ytterst hos Sveriges Radios styrelse och radiochefen. I avtalet mellan staten och Sveriges Radio heter det emellertid att det för den direkta programverksamheten inom bolaget under företagsledningen skall finnas särskilda programenheter, en för var och en av televisionens programkanaler, en för utbildningsprogram och en för utlandsprogram samt distrikt till det antal bolaget bestämmer. Längre fram i texten (4 §) talas det om ”de ansvariga programenheterna”. Dessa skall också äga en viss självständighet i enlighet med riksdagens beslut 1966 (proposition nr 136, statsutskottets utlåtande nr 163, riksdagens skrivelse nr 388).

Radiochefen äger enligt radioansvarighetslagen att förordna programutgivare. En sådan skall finnas för varje radio- och TV-program utom direktsända program i vissa fall. Programutgivarens uppgift är att förebygga yttrandefrihetsbrott, och ingenting får sändas mot utgivarens vilja. I de regler ”angående tillsyn och ansvar rörande program för Sveriges Radio” som regeringen har utfärdat sägs det att radiochefen till programutgivare företrädesvis skall förordna avdelningschef, distriktschef, redaktionschef, sektionschef eller deras ställföreträdare. Radiochefen kan också bemyndiga programdirektör eller ställföreträdare för programdirektör att förordna programutgivare, men denne måste då välja någon som tidigare har varit förordnad av radiochefen och alltså uppfyller vederbörliga kvalifikationskrav.

Formellt är alltså makten över programverksamheten i Sveriges Radio starkt koncentrerad till radioledningen. Det är heller inget tvivel om att radioledningen och programutgivarna är i sin fulla rätt att använda sina befogenheter. En programutgivare kan således stoppa ett radio- eller TV-program med motiveringen att det strider mot radioansvarighetslagen. Han kan sätta som villkor att vissa ändringar görs eller — om radiochefen delar hans uppfattning och inte flyttar över ansvaret till en annan utgivare — förhindra att programmet överhuvudtaget sänds.

Även om ett program inte står i strid med radioansvarighetslagen kan det stoppas eller ändras om radioledningen anser att det bryter mot radiolagen, avtalet med staten eller företagets interna program-

regler. Det kan gälla om t ex programmet anses vara osakligt eller partiskt.

Radioledningens och programutgivarnas befogenheter begränsas emellertid i realiteten av att verksamheten är beroende av den programproducerande personalen och av att Sveriges Radio är starkt utsatt för offentligt intresse. Ingripanden från radioledningen föranleder således emellanåt protester från företagets egna medarbetare och offentlig kritik och debatt.

Radiolagarna ger liksom tryckfrihetsförordningen vida ramar för den journalistiska verksamheten. Den enskilde producenten och reportern i radio och TV har således ett betydande utrymme där de egna uppfattningarna och det egna omdömet spelar en avgörande roll. Men också de producerande medarbetarnas arbete och beslut kan givetvis påverkas av att företaget är utsatt för offentlig kritik och debatt.

När det talas om journalister i radio och TV tänker väl de flesta i första hand på nyhetsreportrar. I det här sammanhanget innefattas under yrkesbeteckningen emellertid alla anställda i Sveriges Radio som deltar i och kan påverka utformningen av programmen och programverksamheten. Det kan naturligtvis diskuteras om radiochefen skall betraktas som journalist med hänsyn till att några publicistiska meriter knappast har varit avgörande vid tillsättningen av denna post. Men det är inget tvivel om att många direkt för programverksamheten viktiga beslut fattas av eller under medverkan av radiochefen. På andra nivåer inom företaget är det vanligt att programtjänstemän har erfarenhet från journalistisk verksamhet i press, radio och TV.

Det går knappast att generellt undanta några väsentliga delar av radions och televisionens programverksamhet som "icke journalistisk" i den vida mening som begreppet används här. Underhållning kan ha en mer eller mindre stark journalistisk prägel som i program av typen Kvällsöppet, Halvsju, I kväll osv. Även val av spelfilmer kan ha aktualitetsaspekt. Teater i radio och TV kan vara samhällsdebatterande. Det gör att ingen kategori av programmedarbetare inom Sveriges Radio kan betraktas som ointressant från inflytandesynpunkt.

Medarbetare som arbetar med nyhetsprogram och samhällsbevak-

ning har i betydande omfattning rekryterats från pressen. Även på chefsposter sitter personer med erfarenhet från dagspressen. Det gäller t ex cheferna för TV 1, Håkan Unsgaard, och TV 2, Örjan Wallqvist. Detta bidrar naturligtvis till den betydande konformitet som kan iakttas mellan tidningarna och Sveriges Radio i fråga om nyhetsvärdering.

En annan kategori av medarbetare är den som kan sägas ha gjort ”programtjänstemannakarriär”. Det är ofta medarbetare med betydande specialkunskaper på något område som kanske har börjat att medverka i program på dessa områden och så småningom blivit allt mer allround. Denna rekryteringsväg var ganska vanlig före televisionens genombrott.

En tredje kategori har tillkommit under den utvecklingsperiod som Sveriges Radio genomgått i samband med introduktionen av TV och framför allt den stora personalökning som skedde när den andra TV-kanalen inrättades. Denna kategori består av personer med liten eller ingen tidigare journalistisk erfarenhet från dagspress eller radio/TV men ofta med någon akademisk utbildning. I många fall torde de ha dragits till just TV-mediet, inte som ett alternativ till andra medier utan av intresse för TV:s speciella karaktär och förutsättningar.

Nu är denna kategoriindelning grovt generaliserande och täcker ingalunda en så heterogen grupp som Sveriges Radios programadministrerande, -producerande och -medverkande personal. Meningen är också bara att den skall visa på och möjligen bidra till att förklara några drag i programverksamheten och i debatten om etermedierna som är särskilt intressanta i detta sammanhang.

De tre kategorierna representerar — med samma grova generalisering — tre skilda synsätt på etermediernas verksamhet och förutsättningarna för denna. Man skulle kunna tala om tre ”skolor” — den institutionella, den journalistiska och den subjektivistiska — även om uppfattningarna sällan är så renodlade och medvetna som de framställs här.

Den institutionella skolan utgår från Sveriges Radios ställning som förvaltare av ett av statsmakterna givet monopol. Därav följer att den sätter radiolagarna och avtalet med staten i första rummet. Pro-

gramverksamheten skall bedrivas i enlighet med de regler och riktlinjer som har givits. De avgöranden som framför allt radioledningen måste ta skall vara konsekvensen av en tolkning av vad reglerna säger i det aktuella fallet.

Den journalistiska skolan skiljer sig inte från den institutionella genom att förneka radiolagarnas och radioavtalets riktgivande och bindande karaktär. Men den lägger tonvikten mer på den professionella aspekten vid tolkningen av radioavtalet, skyldigheten att upplysa om "nuets händelser", "stimulera till debatt" och tillgodose olika gruppers intressen. Det räcker för den journalistiska skolan inte med att radiolagens och avtalets krav på opartiskhet och saklighet är uppfyllda. Det gäller också att på ett aktivt sätt se till att programverksamheten täcker händelser och samhällsfrågor så fullständigt som möjligt.

I det praktiska arbetet kan det uppstå konflikter mellan olika sådana mål, som vart för sig kan ha stöd i radioavtalets formuleringar. Företrädare för den institutionella och den journalistiska skolan kan därvid hamna på skilda ståndpunkter, när det gäller avvägningen mellan målen.

Den subjektivistiska skolan är framför allt företrädd bland dem som rekryterats direkt till TV från universitet och journalisthögskolor men också bland sådana medarbetare i radio/TV som betraktar sig själva mera som kulturarbetare — för att använda en i politiska sammanhang ofta begagnad term — än som journalister. För anhängare av den subjektivistiska skolan kan andra mål vara viktigare än de som finns angivna i radiolagarna och avtalet med staten — t ex att verka för en förändring av samhället, oftast då i socialistisk riktning.

På chefsnivå inom Sveriges Radio syns det försiggå en dragkamp mellan vad som här kallas den institutionella och den journalistiska skolan. Radiochefen Otto Nordenskiöld framstår liksom än mer hans företrädare Olof Rydbeck som en representant för den institutionella skolan, medan de båda kanalcheferna på TV-sidan Håkan Unsgaard och Örjan Wallqvist tillhör den journalistiska eller professionella. Ljudradiochefen Nils-Olof Franzén förefaller befinna sig någonstans mittemellan.

Det rör sig så långt dock mer om nyanser än meningsskiljaktigheter. Radiochefen saknar, att döma av offentliga uttalanden, inte förståelse för de journalistiska värderingarna och det professionella synsättet. Kanalcheferna ifrågasätter inte radiolagarnas och radioavtalets centrala betydelse som riktlinjer för programverksamheten. Skiljaktigheterna i synsätt yttrar sig mer i det praktiska programarbetet än i uttalanden och beslut.

Den oklarhet som råder i fråga om policy bland personer på ledande poster inom Sveriges Radio tycks emellertid bidra till att skapa förutsättningar för "subjektivisterna" att öva ett betydande inflytande på programverksamheten. En helt naturlig önskan att slå vakt om den journalistiska integriteten kan samtidigt utgöra ett hinder för radioledningen att ingripa mot ett medvetet utnyttjande av etermedierna i strid med radiolagens och avtalets anda.

Därmed försvåras givetvis också den styrning av programverksamheten som förutsätts ske från radioledningens sida och som förre radiochefen Olof Rydbeck i olika sammanhang deklarerade att han betraktade som helt ofrånkomlig för att kunna skapa balans i utbudet av radio- och TV-program. Med eller mot sin vilja kan personer som omfattar det journalistiska synsättet fungera som stöd för kolleger som har en subjektivistisk syn på sin verksamhet och som åberopar sin journalistiska integritet i kontroverser med radioledningen.

Andra faktorer som bidrar till en förskjutning av makt och inflytande i fråga om programverksamheten vid Sveriges Radio är kraven på yttrandefrihet och företagsdemokrati. Begreppet yttrandefrihet används i radio- och TV-sammanhang i tre delvis skilda betydelser. Det kan innebära dels medieföretagets rätt att bedriva programverksamhet utan censur eller andra hinder från statsmakterna och andra utanförstående intressen, dels olika medborgargrupper och enskildas möjligheter att komma till tals i radio och TV och dels rätt för de anställda i Sveriges Radio att producera och sända program utan andra restriktioner än sådana som de eventuellt själva ålägger sig.

Yttrandefriheten i den förstnämnda betydelsen finns klart fastställd i radiolagens censurförbud (RL 8 §). Den andra äger ett visst stöd i ett påbud i radioavtalet, där det heter att bestämmelserna i radio-

lagen om opartiskhet och saklighet skall tillämpas med beaktande av att en vidsträckt yttrande- och informationsfrihet skall råda i rundradion. Samma påbud innebär emellertid också en klar begränsning av den anställda medarbetarens rätt att låta sina egna personliga åsikter komma till uttryck i programmen.

Diskussionen om företagsdemokrati rör sig också med definitions- mässiga oklarheter. Kraven på medinflytande är inte begränsade till frågor som rör arbetsplatsen utan omfattar också programverksamheten och de avvägningar som där måste ske. I diskussionen framträder två alternativ till styrningen av programverksamheten från radioledningen. Det ena alternativet uppfattas av förespråkarna som en "demokratisk" styrning. Den skulle bestå i att personalen övade inflytande genom beslut direkt vid stormöten eller indirekt genom valda representanter. Det andra alternativet innebär en långtgående delegering av beslut och ansvar i programfrågor till producenterna.

Båda alternativen faller på att Sveriges Radios medarbetarkår på intet sätt är politiskt representativ. Lars Ag och Herbert Söderström hävdade på grundval av egna undersökningar i början på 1960-talet i boken *Samhällskritik i radio och TV* (1962) att samhällsbevakarna i Sveriges Radio politiskt sett motsvarade ett ungefärligt storstads- genomsnitt. Det är ett förhållande som uppenbart inte råder idag. Och även om det inte skulle ha förelegat en mycket kraftig politisk snedfördelning måste föreställningen om medarbetarstyrning av Sveriges Radio falla på att de anställda inte har något som helst mandat från sin publik eller från väljarna.

Den förre radiochefen Olof Rydbeck polemiserade i Sveriges Radios årsbok 1969 mycket skarpt mot krav på borttagande av den centrala styrningen. Mot dem som hävdade att producentskarans storlek skulle garantera en tillfredsställande partsbalansering och sak- behandling deklarerade han att företagsledningen skulle se sig tvingad att mycket hårt styra anställningen av producenter i syfte att skaffa sig garantier för att de uppgivna målen skulle bli uppnådda. Den skulle bli tvungen att avkräva de anställningssökande deklARATIONER om deras politiska ståndpunkter, betonade han. Den skulle också bedöma det som nödvändigt att på något sätt skaffa sig fortlöpande kontroll över förändringar av medarbetarnas politiska inställning för

att genom t ex nyanställningar återställa en rubbad balans. På samma sätt måste den sätta in kontrollåtgärder på en rad andra områden, ansåg Rydbeck.

De inre slitningar som avtecknade sig i Rydbecks artikel i Sveriges Radios årsbok 1969 syns ha permanentats under efterträdaren Otto Nordenskiölds tid som radiochef. Meningsskiljaktigheter framträder endast i mycket begränsad omfattning inför offentligheten, delvis beroende på den diskretion som Sveriges Radios medarbetare är ålagda att iaktta utåt om interna förhållanden. Denna diskretionsplikt, ”munkavleparagrafen”, ifrågasätts för övrigt av anställda som känner sig hämmade i sin strävan att begränsa eller eliminera styrningen av programverksamheten från radioledningens sida.

Var balanspunkten i fråga om reellt inflytande över de enskilda programmen och programverksamheten som helhet ligger mellan de olika krafter som verkar inom Sveriges Radio är knappast möjligt att avgöra för en utomstående. Det råder också delade meningar om detta bland personer som är verksamma inom företaget. Den formella makten ligger hos radioledningen och styrelsen för Sveriges Radio. Men radioledningen måste av både praktiska och principiella skäl begränsa sina direkta ingripanden i programverksamheten, och styrelsen är i stort sett hänvisad till att söka påverka de anställda genom allmänna deklARATIONER av den typ som har förekommit och som vi skall återvända till längre fram.

Några konsekvenser i fråga om anställningspolitiken i den riktning som Rydbeck antydde i sin artikel i Sveriges Radios årsbok 1969 har den nuvarande radioledningen av allt att döma inte dragit.

Pressen

I dagspressen har utgivaren oftast en formellt och reellt starkare ställning än programutgivarna i Sveriges Radio. Tryckfrihetsförordningen stadgar att det endast kan finnas en utgivare för en utgåva av en periodisk skrift. Denne skall utses av ägaren och registreras i justitiedepartementet. Utgivaren kan i sin tur utse en eller flera ställföreträdare. Men det är utgivaren själv som avgör om och när ställ-

företrädare skall inträda. En ägare eller företagsledare i pressen som inte själv är utgivare kan alltså inte bolla ansvaret mellan olika utgivare. Om utgivarens uppdrag upphör förfaller också automatiskt uppdraget som ställföreträdare och en ny utgivare måste utses av ägaren.

Utgivarskapets placering varierar från tidning till tidning och avgörs av praktiska, organisatoriska och personella förhållanden. I Dagens Nyheter är redaktionschefen ansvarig utgivare, i Svenska Dagbladet är det den politiske huvudredaktören, utgivare för Expressen är chefredaktören, Aftonbladet har numera en särskild administrativ chefredaktör som också är utgivare. I region- och lokalpressen är det vanligast att chefredaktören är ansvarig utgivare, men det förekommer också att utgivarskapet innehas av någon annan inom redaktionen eller av en verkställande direktör som samtidigt är ägare.

Detta gör kanske att maktförhållandena i pressen kan te sig lätt kaotiska. I allmänhet är dock inflytandet i redaktionella och publicistiska frågor starkt koncentrerat till redaktionsledningen. Detta gäller i det helt övervägande antalet region- och lokaltidningar. Hos rikstidningarna, framför allt Dagens Nyheter och Aftonbladet, finns dock tendenser till rivalitet om det redaktionella inflytandet, liknande den som förekommer inom Sveriges Radio.

En speciell ställning med ett inflytande av mer praktisk än formell art har ofta den redigerande personalen inom redaktionerna. Redigeringen kan bestå i att de sätter eller ändrar rubriker på artiklar, skriver sammanfattande ingresser och ibland även "tvättar" och stryker i artiklarna. Det förekommer även t ex att artiklar av olika journalister redigeras samman till större reportage. Telegramredigerare gör på liknande sätt med meddelanden från olika källor.

Rubricering, sammanfattning och sammanställningar på detta sätt kan helt bestämma de intryck flertalet läsare får i fråga om nyhetens innebörd och vikt. I redigeringen kan framhävas t ex det överraskande och sensationella, det känslöbetonade och personorienterade eller det politiskt betydelsefulla i meddelandet.

Redigerarnas möjligheter att sätta en personlig prägel på nyhetsmaterialet varierar i likhet med de skrivande journalisternas kraftigt från tidning till tidning.

När det gäller tidningarna är det emellertid att märka att det inte föreligger samma ovillkorliga krav på att iaktta opartiskhet och saktighet. Tryckfrihetsförordningen ålägger inte tidningarna någonting i den vägen utan garanterar tvärtom en frihet för de tryckta medierna att framföra ”tankar och åsikter”. En viss personlig och även politisk färgning av nyhetsmaterialet och kanske framför allt av urvalet av material förefaller således vara naturlig och acceptabel, även om tidningarna genom det utomrättsliga normsystemet, PK-reglerna och SJF:s yrkeskodex, frivilligt har ålagt sig krav liknande dem som gäller för Sveriges Radio.

Det utomrättsliga normsystemet får i princip anses innefatta även tidningarnas ledaravdelningar. I PK-reglerna förutsätts kraven på saktighet och opartiskhet gälla nyhetsförmedlingen. Men det finns fall från Pressens opinionsnämnds verksamhet, där i varje fall saktigheten prövats även i tidningars ledarkommentarer. När det gäller att medge bemötande av partiska ledarkommentarer syns det förekomma en växlande praxis bland tidningarna. Någon politisk opartiskhet kan tidningarnas ledaravdelningar självfallet inte ålägga sig. Flertalet tidningar stöder, som närmare skall belysas i avsnittet om partierna, helt eller delvis något av de politiska partierna.

Tidningarnas kultur-, debatt- och insändaravdelningar redigeras ofta efter andra principer än ledaravdelningarna. Variationerna är emellertid betydande. I en del fall håller tidningsledningen kulturavdelningen i ett stramt grepp, i andra kan kulturredaktören och andra anställda och medverkande på kultursidan framföra åsikter som går stick i stäv mot ledaravdelningens. I Dagens Nyheter har en sådan dualism institutionaliserats genom systemet med två chefredaktörer, av vilka den ene i huvudsak är ansvarig för politiska kommentarer medan den andre förestår kultursidan.

Även insändaravdelningarna kan vara mer eller mindre stramt redigerade. En total ”åsiktsfrihet”, i den meningen att allt insänt material publiceras, torde knappast förekomma i någon tidning. Med den egendomliga blandning insändarmaterialet ofta har måste under alla omständigheter någon form av gallring ske. Principerna för denna är av allt att döma mycket växlande från tidning till tidning, vilket också till en del förklaras av att insändarmaterialets karaktär och

kvalitet kan vara mycket olika, beroende på bl a respektive tidningars tradition och läsekrets.

Bland övrigt debattbetonat material intar de sk kolumnerna något av en särställning. I amerikansk och engelsk press är det vanligt med kolumnister, som regelbundet återkommer med mer eller mindre personligt hållna krönikor kring aktuella politiska och samhällseliga frågor. Bland svenska tidningar har Aftonbladet mest systematiskt tagit upp detta system.

Kolumnistverksamheten är inte utan problem i den relativt parti-orienterade svenska dagspressen. Det ligger nära till hands att valet av sådana medarbetare faller på personer vilkas åsikter i stort sett överensstämmer med tidningens — och att dessa i praktiken alltså blir ett slags personliga ledarskribenter. I annat fall riskerar man att kontroverser så småningom uppstår mellan tidningen och kolumnisten eller mellan tidningen och läsekretsen. Erfarenheterna synes ha föranlett Aftonbladet att numera föredra det förstnämnda före det senare.

Ett annat system som tillämpas av några tidningar är att inbjuda politiker från olika partier att medverka med personligt hållna artiklar. Handelstidningen i Göteborg var först med att pröva en sådan speciell avdelning i tidningen.

Det har också blivit mer vanligt än tidigare i svenska tidningar att medarbetare på nyhetsavdelningar framträder som ett slags kolumnister. Man kan kanske se detta delvis som en utveckling av det signerade reportaget, delvis som ett uttryck för en förändring i uppfattning av journalistrollen.

I de stockholmska kvällstidningarna är denna personligt färgade journalistik vanlig. Även vid sidan av de tidigare nämnda kolumnerna innehåller Aftonbladet rikligt med vad man skulle kunna kalla åsiktsjournalistik. Den är ofta politiserande. Politiseringen behöver inte genomgående överensstämma med tidningens officiella hållning på ledarplats. Om tendensen avviker är det emellertid i allmänhet i vänsterriktning. Det kan då även vara fråga om en starkt kritisk tendens mot regeringen och det socialdemokratiska partiet.

Den personligt färgade och den politiserande journalistiken i Expressen är oftast allmänt kritisk mot regeringen och olika statliga

myndigheter och beslut. I en del fall kan den ha karaktären av form-
liga kampanjer och man torde då kunna förutsätta styrning eller i
varje fall stöd från redaktionsledningen. I andra fall syns det röra
sig om enskilda medarbetares egna initiativ och ambitioner att verka
som samhällskritiker och opinionsbildare.

Även i Dagens Nyheter förekommer en åsiktsjournalistik, som
dock i allmänhet framstår som medarbetarnas personliga tyckande
och inte sällan avviker från den politiska linje som DN officiellt före-
träder. Samtidigt har emellertid Dagens Nyheter i högre grad än
kvällstidningarna en uttalad ambition att bedriva en faktaåtergivande
och refererande journalistik av det slag som närmast motsvarar det
numera ur PK-reglerna utrensade kravet på att skilja mellan nyhet
och kommentar.

Svenska Dagbladet saknar inte heller personligt och politiskt färgat
nyhetsmaterial. Tidningen intar dock en stramare linje i det fallet än
de övriga rikstidningarna. De värderingar som otvivelaktigt påverkar
tidningens redigering yttrar sig mera i urval och presentation av ny-
heterna än i utformningen av artiklarna.

Tidningspressen i övrigt uppvisar många variationer i dessa som
i andra avseenden. Det finns regionala och lokala tidningar som tycks
sätta en ära i att åtminstone kunna visa upp någon eller några med-
arbetare med "kvällspress-sting". I allmänhet är dock den på det
sättet personligt färgade journalistiken mindre utbredd utanför stor-
stadspressen. Det kan till en del ha att göra med att det gamla kravet
på att skilja mellan nyhet och kommentar fortfarande är ett ideal för
många redaktionsledningar, till en del beror det sannolikt på att
journalisterna i dessa tidningar har en annan uppfattning av journa-
listrollen.

Det finns anledning att räkna med att styrningen från redaktions-
ledningens sida kan vara starkare och effektivare på en mindre re-
daktion. Till detta bidrar också den genomsnittligt lägre utbildningen
som medarbetarna har i regional- och lokalpress jämfört med med-
arbetarna i Sveriges Radio och rikstidningarna. Med reservation för
alla individuella undantag bör man kunna förutsätta att medarbetare
med lägre utbildning har lättare att acceptera riktlinjer och vägled-
ning från mer erfarna och bättre utbildade arbetsledare. Skillnaderna

i utbildning är dock endast en av flera orsaker till de olika uppfattningar om yrkesrollen som kan iakttas. Låg utbildning behöver inte vara liktydigt med osjälvständighet. Hög utbildning behöver inte heller betyda anspråk på att få framträda med personliga uppfattningar.

Liksom när det gäller Sveriges Radio syns det i pressen också vara en fråga om vilka motiv och ambitioner som ligger bakom yrkesvalet. Detta i sin tur påverkas av sättet för rekryteringen. Journalister eller aspiranter som söker sig till en viss tidning bör rimligtvis vara mer benägna att acceptera de värderingar och den policy som råder på denna tidning än sådana som först väljer journalistyrket, skaffar sig utbildning för det och därefter undersöker var arbete finns att få. I det senare fallet bör man kunna förutsätta att vederbörande ofta från början har betydligt mer bestämda uppfattningar om journalisternas yrkesroll och massmediernas uppgifter i allmänhet.

Detta torde vara en av förklaringarna till den misstro som kommit till uttryck från en del tidningar mot journalisthögskolorna. Därtill bör ha bidragit också att den sk aspiranttjänstgöringen för journalistelevorna har förlagts till ett senare skede av utbildningen i stället för att som tidigare ställas som ett inträdeskrav.

Misstron eller kritiken mot journalisthögskolorna gäller således i allmänhet inte utbildningen som sådan. I några fall föranleds den negativa inställningen av att tidningar har fått ta emot aspiranter, anvisade av journalisthögskolorna, som de har uppfattat som "vänstervridna". Intrycket av vänstervridning har förstärkts av aktioner och uttalanden från journalisthögskoleelever vid några tillfällen. Särskilt stor uppmärksamhet väckte det när eleverna vid journalisthögskolan i Göteborg i mars 1972 vägrade den färgade amerikanske journalisten Malvin Goode att tala vid skolan, dit han var inbjuden. Vid ett möte med deltagande av ett 40-tal av skolans 180 elever antogs en resolution, där Goode kallades för överlöpare och representant för USA-imperialismen. Anledningen till att journalistelevorna inte ville höra Goode var alltså att de väntade sig att han skulle komma att ge en alltför positiv bild av USA och att de ville demonstrera mot "USA-imperialismen".

I den mån det förekommer en rekrytering till journalisthögskolorna som inte motsvarar anspråken från tidningarna i fråga om person-

liga förutsättningar och inställning till journalistyrket borde det emellertid vara av intresse att pröva de urvalstest som ligger till grund för högskolornas intagning. Det kan vara så att dessa test i större eller mindre grad premierar egenskaper och värderingar som inte överensstämmer med tidningsledningarnas. Det sekretesskydd som gäller för psykologiska test och testinstrument förhindrar dock effektivt en klagande offentlig diskussion och prövning av detta.

Det kan finnas anledning att understryka att det resonemang som här förs kring journalistrekryteringen och journalistutbildningen till stor del bygger på allmänna intryck och antaganden. Likaså bör framhållas att många journalisthögskoleelever syns finna sig väl tillrätta i arbetet inom pressen. Tidningsmän som generellt kritiserar journalisthögskolorna och deras elevrekrytering kan ofta samtidigt påpeka att de har utmärkta medarbetare med journalisthögskoleutbildning i den egna redaktionen.

Uppmärksamheten här och i en del kritiska inlägg i diskussionen om journalisthögskolorna har måhända i alltför hög grad inriktats på negativa händelser och erfarenheter. Högskolorna ger utan tvivel en värdefull grundläggande utbildning. I denna ingår också massmedietik. En stor vikt läggs vid källkritik. Det förefaller också som om "journalisthögskolegenerationen" i betydande grad skulle ställa sig kritisk till sådana avarter i massmedierna som t ex den ytliga kändisjournalistiken och den alltför sensationsbetonade kriminaljournalistiken.

Vad som är av intresse i detta sammanhang är endast om värderingar och professionell attityd hos dem som nyrekryteras till journalistyrket kan tänkas innebära eller leda till ändrade förhållanden i fråga om inflytandet inom tidningsredaktionerna över den publicistiska verksamheten. Med hänsyn till den osäkerhet som ovan redovisats om hur det verkligen förhåller sig kan det synas meningslöst att ta in dessa frågor i resonemanget överhuvudtaget.

Mycket talar dock för att journalisthögskolorna genom intagningsprinciper och i utbildningen mer eller mindre avsiktligt bidrar till framväxten av en delvis ny yrkesideologi även inom pressen liknande den som har beskrivits i avsnittet om Sveriges Radio som den journalistiska eller professionella skolan. På samma sätt som inom radio

och TV underlättar denna skola genom sina krav på professionell självständighet och integritet även för subjektivistiska strömningar att göra sig gällande, detta så mycket mera som de professionella principerna och värderingarna i allmänhet också omfattas av tidningarnas redaktionsledning.

Parallellt med denna utveckling förekommer det fackliga strävanden att öka de anställda medarbetarnas inflytande i massmediernas redaktioner. I den tidigare nämnda rapporten *Stockholmsjournalister* av en utredningsgrupp inom Stockholms Journalistförening berättas det hur utredningen kom till efter ett möte i mars 1969 med föreningen på temat ökat inflytande för journalisterna. ”Skall vi ockupera chefsrummen?” var kvällens rubrik. Mot slutet av kvällen uppmanades de som ville stödja ett förslag om att frågan om företagsdemokrati för journalisterna skulle studeras att skriva sina namn på en bordduk av papper som fick cirkulera i församlingen.

Vad författarna kallar bordduksaktionen hade föregåtts av experiment på bla Aftonbladet. Redan vid det andra mötet med Stockholmsföreningen efter bordduksaktionen var en klar vattendelare urskiljbar i fråga om idéer och uppfattningar om företagsdemokratins medel, förutsättningar och mål, berättas det i rapporten:

”Den starka uppslutningen kring de fackliga mötena av unga medlemmar var en konsekvens av den då rådande stormötesromantiken. Här fanns en diffus idé om företagsdemokratien som ett medel till totalt maktövertagande av företagen. För de mer extrema blev företagsdemokratien ett av vapnen i en förberedelse till ett totalt samhällsomstörtande. Den övriga gruppen, vilken var den större, var samlad kring en idéflora om möjligheter att redan i nuläget gripa sig an de företagsdemokratiska frågorna.

De företagsdemokratiska grundproblemen är inte större på redaktionerna än i arbetslivet i övrigt. Snarare är journalister i dessa sammanhang en privilegierad grupp. Stor frihet lämnas journalisten, vilket sammanhänger med yrkets natur. Någon alienation i ordets egentliga mening, dvs den som uppträder bland industrins arbetare, förekommer i mycket liten utsträckning. Däremot torde stress och lojalitetskonflikter vara större anledning till neurotiska spänningstillstånd. Detta är dock frågor som ligger utanför ett program för dagens diskussion.”

Utredningen resulterade så småningom i en motion med krav och synpunkter i fråga om utveckling av arbetsplatsdemokratien till Svenska Journalistförbundet. Man vill bl a att förbundet skall verka för medinflytande i personalfrågor, när det gäller tekniska förändringar, i budgetfrågor och när det gäller planering av investeringar men också i fråga om själva produktens utformning och kvalitet.

Frågan om de anställdas inflytande behandlas i ett gemensamt uttalande i anslutning till det huvudavtal som upprättades mellan Tidningarnas Arbetsgivareförening och Svenska Journalistförbundet den 9 oktober 1969 och som avses gälla t o m den 31 januari 1980. I huvudavtalet stadgas att parterna skall ta hänsyn till bl a behovet av rationellt organiserat redaktionellt arbete och produktionsbefrämjande åtgärder samt den redaktionella personalens berättigade krav på arbetstrivsel och skäliga anställningsvillkor. I det gemensamma uttalandet heter det om detta:

”En grundläggande förutsättning för att ett företag skall kunna bedriva en verksamhet som bereder arbetstillfällen och trygghet åt de anställda är att en fortgående effektivisering av arbetsprocessen äger rum. Det är angeläget att detta sker i förtroendefull samverkan mellan företaget och de anställda.

En sådan samverkan förutsätter — i linje med företagsnämndsavtalet — att beslut om rationaliseringsåtgärder eller andra driftsförändringar, som kan påverka medarbetarnas anställningstrygghet och anställningsförhållanden i övrigt, föregås av information och samråd mellan företag och klubbstyrelse samt att medarbetarna positivt medverkar till genomförandet av rationaliseringsåtgärder. Det är angeläget att information och samråd sker redan på planeringsstadiet.

Förtroendefull samverkan förutsätter vidare — likaledes i enlighet med företagsnämndsavtalet — att företagen i dessa samråd tillvaratar medarbetarnas insikter och erfarenheter samt beaktar förslag av medarbetarnas representanter i frågor angående arbets utveckling och effektivisering.

I anslutning härtill är parterna slutligen ense om att företagen innan medarbetare uppsägs — på grund av rationaliseringsåtgärder eller enskilda medarbetares förhållanden — skall samråda med klubbstyrelsen.

Det är angeläget att företagen om rationaliseringsåtgärder eller

driftsinskränkningar leder till friställning av medarbetare, prövar alla möjligheter till omplacering av berörda medarbetare vid andra företag inom branschen.

Friställning av äldre medarbetare med lång anställningstid i företagen bör så långt möjligt undvikas.”

I praktiken har samrådsförfarandet i många tidningsföretag utvecklats mycket längre än vad detta uttalande föreskriver. Det förekommer dock stora skillnader både i fråga om formerna och omfattningen av samrådet. Genomgående har förfarandet karaktären av försöksverksamhet.

De mest avancerade formerna av samråd eller medinflytande har prövats inom Dagens Nyheter och Aftonbladet. Att samarbetet inte sker helt utan kontroverser är rätt väl känt. Något om relationerna mellan företag och anställda journalister säger det kanske att det inom Dagens Nyheter redaktion ges ut en ”antitidning”, kallad Myggan, till företagets personaltidning.

På de flesta tidningar torde försöksverksamheten, i den mån det förekommer sådan, gå betydligt lugnare till. En ganska vanlig form för medinflytande är att redaktionspersonalen är representerad med en vald ledamot i redaktionsledningen.

Men naturligtvis kan det förekomma brister även i fråga om det begränsade samråd som det gemensamma uttalandet till huvudavtalet föreskriver. Kritik riktades i det avseendet från personalen i båda de agerande företagen vid den uppmärksammade tidningsaffären i Göteborg, då Göteborgs-Posten förvärvade Göteborgs-Tidningen och övertog ansvaret för den tekniska framställningen av Handeltidningen.

I allmänhet är samrådet begränsat till huvudsakligen frågor som rör arbetets organiserande och förhållandena på arbetsplatsen. I den mån det förekommer samråd vid tillsättning av chefsbefattningar inom redaktionerna torde det mest ha rådgivande karaktär. Ansvaret i policyfrågor är redaktionsledningarna ofta formellt förhindrade att frånhända sig. Förutsättningarna är likartade för de försök med samråd och medinflytande som förekommer inom Sveriges Radio.

Ägarna

Formellt är naturligtvis ägarinflytandet större och av en annan art i pressen än i Sveriges Radio. I praktiken är emellertid ägarinflytandet mycket skiftande i massmedierna överhuvudtaget. De ägargrupper som finns representerade i Sveriges Radios styrelse kan alltså i vissa sammanhang ha en betydligt större inverkan på programverksamheten än vad ägarna till vissa tidningar har på i varje fall dessas nyhetsförmedling. När det gäller den politiska inriktningen, sådan den framträder på ledaravdelningen — eller i förekommande fall frånvaron av en sådan inriktning — har emellertid tidningsägarna en avgörande betydelse.

Sveriges Radio

Ägare till etermedierna är folkrörelserna, pressen och näringslivets organisationer. Folkrörelserna förfogar över mer än hälften av aktierna i Sveriges Radio. De största aktieägarna är LO, TCO, KF och LRF. I en grupp därunder med ungefär hälften så många aktier vardera återfinns Svenska Kyrkans Centralråd och Sveriges Frikyrkoråd. Pressens aktier är fördelade mellan ett betydande antal olika tidningar utöver två större poster som innehas av Tidningarnas Telegrambyrå och Svenska Tidningsutgivareföreningen. Näringslivets organisationer äger lika många aktier som pressen, fördelade på bl a Sveriges Industriförbund, Svenska Arbetsgivareföreningen och Sveriges Radioleverantörer.

Pressens och organisationernas aktieinnehav i Sveriges Radio härrör från ”radions barndom”, då man bildade AB Radiotjänst (hösten 1924). Den nuvarande aktiefördelningen är dock från ett senare datum. I samband med riksdagens beslut om ”rundradions fortsatta verksamhet” 1966 reducerades pressens och näringslivsorganisationernas relativa andelar kraftigt genom att folkrörelserna inbjöds till betydande nyteckning av aktier.

Aktieägarnas möjligheter att i denna sin egenskap påverka Sveriges Radio består i att de vid bolagsstämman har rätt att utse halva antalet styrelseledamöter i företaget. På grundval av den aktiefördel-

ning som gäller utser folkrörelserna tre samt pressen och näringslivet vardera en av de fem styrelseledamöter som det tillkommer stämman att välja. Regeringen utser den andra hälften av styrelsen samt ordföranden och förfogar därmed över majoriteten i styrelsen. Till frågan om vad denna ställning innebär och hur den förvaltas skall vi återkomma i ett senare avsnitt.

Ägarna har alltså inte ens tillsammans något avgörande inflytande i styrelsen. Det betyder emellertid inte att denna styrelserepresentation är ointressant från inflytandesynpunkt. Protokollen från radiostyrelsens sammanträden är inte offentliga. Men att döma av offentliga uttalanden som gjorts dels av radiostyrelsen som sådan, dels av enskilda styrelseledamöter torde det ha blivit vanligare de allra senaste åren att styrelsen agerar i programfrågor. Tidigare har i varje fall det officiella intrycket varit att Sveriges Radios styrelse i huvudsak har ägnat sig åt administrativa, ekonomiska och mer långsiktiga planeringsfrågor.

En betydelsefull möjlighet till inflytande har radiostyrelsen och därmed också till sin del dess ägarrepresentanter genom tillsättningen av radiochef och genom beslutanderätten även i fråga om andra chefsposter i företaget. Den senare är dock delegerad till styrelsens arbetsutskott, i andra fall ligger ansvaret i praktiken på radioledningen. Men formellt är det styrelsen som har avgörandet i rekryteringsärenden och kan ange riktlinjer för hur rekryteringen skall gå till.

Vad denna intresserepresentation betyder i form av inflytande över Sveriges Radio är naturligtvis vanskligt att försöka bedöma. Olika intressen bryts inom styrelsen och de enskilda styrelseledamöternas möjligheter att påverka ställningstagandena kan variera kraftigt.

Ett visst ägareinflytande bör kunna ta sig formen av påtryckning inom styrelsen genom att styrelseledamöter agerar i kraft av de grupper och opinioner de representerar.

Pressen

Den svenska dagspressen kan uppdelas i tre stora kategorier efter

ägandeförhållandena — organisationsägda, stiftelseägda och enskilt ägda tidningar. Av dessa utgör de sistnämnda antals- och upplagemässigt den största gruppen.

Den ägandemässigt mest homogena tidningsgruppen är den socialdemokratiska. I samtliga de tjugotalet socialdemokratiska tidningarna (utom Aftonbladet) innehas aktierna av det för SAP, LO och fackförbunden gemensamma A-pressen AB samt av fackliga och socialdemokratiska distrikt och lokala föreningar. Av de socialdemokratiska tidningarnas sammanlagda upplaga svarar Aftonbladet, som helt ägs av Landsorganisationen, för inemot 470 000 medan de övriga tidningarna tillsammans når upp till något över 440 000 exemplar.

Flertalet av de socialdemokratiska tidningarna, som under en följd av år redovisat betydande förluster, har också fått motta bidrag från fackföreningsrörelsen. Under perioden 1955—61 avsattes inom LO 50 öre per medlem och månad till en särskild pressfond för detta ändamål. Totalt satsade LO 1947—66 över 240 miljoner kronor på den socialdemokratiska pressen. Enligt redaktören för tidskriften Fackföreningsrörelsen, Rune Blomkvist, som redovisar dessa siffror i en skrift, *Facklig press och facklig presspolitik* (1969), fick LO:s styrelse i samband med att pressfonden upphörde formellt 1961 kongressens bemyndigande att till tidningsändamål anslå de medel den ansåg behövliga.

I och med tillkomsten av det statliga partistödet reducerades emellertid LO:s utgifter för tidningsändamål kraftigt. Samtidigt som det socialdemokratiska partiet (SAP) övertog det ekonomiska ansvaret för tidningarna övergick också styrelsemajoriteten i Arbetarpressens förlagsaktiebolag (numera A-pressen AB) från LO till SAP.

Införandet 1971 av det statliga produktionsstödet till pressen, som till betydande del går till socialdemokratiska tidningar, har inte inneburit någon förändring av de organisatoriska förhållandena. A-pressen AB fungerar i princip som en koncernledning för flertalet av tidningarna och har bl a initierat ett tekniskt och ekonomiskt samarbete mellan dem.

Den omorganisation som skett inom den socialdemokratiska pressen och den förstärkning av det centrala inflytandet som blivit en följd av den ställning A-pressen AB fått har främst varit betingad av

ekonomiska skäl. Partistöd och presstödet har gjort det möjligt för SAP att mer eller mindre "köpa ut" de lokala intressena i tidningarna. Det sammanlagda aktiekapitalet för de 20 tidningsföretagen uppgavs 1969/70 till 23 milj kr varav A-pressen AB:s andel uppgick till 6 milj kr. En "omstrukturering" pågår emellertid med syfte att göra tidningarna till 90-procentigt ägda dotterföretag till A-pressen AB.

Avsikten är dock att bibehålla en lokal anknytning genom att ge SAP- och FCO-distrikten ett visst inflytande genom deläggande och representation i styrelserna. Vad detta i praktiken kommer att betyda på litet längre sikt i redaktionellt hänseende för den socialdemokratiska pressen är svårt att säga.

Hittills har möjligheterna till styrning och påtryckning genom ägandet begränsats av tradition inom pressen. Den viktigaste vägen till ägarinflytande torde ligga i rätten att utse utgivare och att påverka personalrekryteringen i övrigt. I socialdemokratisk press har partistyrelsen vissa formella möjligheter att utöva inflytande genom chefredaktörstillsättningar. Det torde dock i praktiken vara tidningsstyrelserna som har det reella avgörandet.

Med stöd av traditionen och genom sin publicistiska verksamhet har chefredaktörer i den socialdemokratiska pressen ofta kunnat skaffa sig ett mycket starkt eget inflytande och stor självständighet ifråga om tidningarnas redigering.

Av de nio dagliga centerpartitidningarna redovisas enligt Kai Kronvall m fl i boken *Partipressen idag* (1971) sex som aktiebolag och tre som ekonomiska föreningar. Aktierna/andelarna innehas vanligen av både privatpersoner och lokala partiorganisationer. Ett par av tidningarna är privatägda. Centerpartiets riksorganisation har inga ägarintressen i centerpressen.

Utöver de dagliga tidningarna finns också ett tiotal centerpartitidningar som utges en gång i veckan. De definieras enligt de regler som gäller för det statliga presstödet som veckotidningar med dagspresskaraktär och erhåller därigenom produktionsbidrag med upp till 200 000 kr per år. Dessa tidningar innehåller i allmänhet huvudsakligen partipolitiskt material.

De centerpartistiska dagstidningarna redigeras i stort sett som övrig

dagspress. Det finns ingenting som tyder på att de i högre eller lägre grad än den socialdemokratiska pressen skulle vara utsatta för ägarstyrning av den redaktionella verksamheten.

Inemot 20 tidningar, som anger sin partifärg som liberal, moderat eller borgerlig, ägs och förvaltas av fristående stiftelser. De representerar en sammanlagd upplaga på omkring 500 000 ex per utgivningsdag. I dessa stiftelser kan genom statuterna ha tillsetts att skilda intressen blivit företrädda, beroende på anledningen till stiftelsens tillkomst.

Verkställande direktören i Upsala Nya Tidning Per V. Ocklind gjorde, medan han verkade som konsult i tidningsbranschen, en genomgång av de tidningar som då var stiftelseägda (Pressens Tidning nr 19 1964). Som anledning till stiftelsernas tillkomst anger han tre huvudalternativ.

Huvuddelägaren i ett tidningsföretag kan i testamente ha överlåtit sitt aktieinnehav till en stiftelse, som förutsattes bli grundad för att föra tidningens traditioner vidare. Upsala Nya Tidning och Norrköpings Tidningar nämns som exempel på detta.

Det andra alternativet är att personer som stått en tidning nära tillskjutit kapital eller lämnat lån till en stiftelse för att hindra tidningen från att komma i händerna på intressen som står i motsatsförhållande till den politik tidningen för. Svenska Dagbladets stiftelse tillkom av denna anledning.

Den tredje orsaken till stiftelseformen har varit att det politiska parti som stått tidningen nära har velat förankra den i en stiftelse när den blivit till salu. Flera moderata tidningar och några liberala har på detta sätt övergått till stiftelser.

Mycket talar för att stiftelseformen kommer att få ökad utbredning inom pressen. Ägare som nu tar aktiv del i tidningarnas verksamhet kan vilja skapa garantier inför framtiden för att inte plötsliga förändringar sker beträffande tidningarnas politiska hållning. I andra fall kan det vara utomstående intressenter som finner skäl att träda in vid en försäljning på sätt som förekommit i en del sammanhang tidigare och som nämnts ovan.

Ocklind diskuterar i artikeln i Pressens Tidning för- och nackdelar med stiftelseformen. Vinsterna för tidningen är kanske större under

privat ägo samtidigt som på lång sikt också riskerna är större, anser han. En tidning kan aldrig utvecklas så gynnsamt som under en ägare som har den sällsynta förmågan att vara både affärsman och journalist och aldrig vanskötas så grovt som när båda dessa egenskaper saknas. Stiftelsen är kanske därför den trygga medelvägen. Ägandet kan inte utnyttjas otillbörligt, men stiftelseformen utgör å andra sidan ofta anledning för de ansvariga att vara försiktiga med stiftelsens medel, vilket kan inbjuda till en viss obenägenhet att fatta djärva beslut.

Stiftelserna utövar i allmänhet sitt inflytande genom tidningsstyrelserna. Dessa kan ha till uppgift att tillse t ex att tidningarna redigeras efter vissa grunder eller i en viss "anda".

Det finns ingenting som tyder på att de stiftelseägda tidningarna skulle vara styrda från ägare eller styrelser i större utsträckning än organisationsägda eller enskilda. I *Journalistkåren i Sverige* uppges tvärtom på grundval av en "intensivundersökning" av journalisternas arbetsförhållanden i fem landsortstidningar att styrelsen "möjligen" kunde sägas vara "mindre besvärande för redaktionerna på de stiftelseägda tidningarna jämfört med styrelsen på tidningar med annan ägandeform".

Förhållandena torde inom alla grupper skilja sig från tidning till tidning. Vad man kan konstatera är att ägarna både till de organisationsägda och stiftelseägda tidningarna i allmänhet har inte bara intresse av utan också skyldighet att övervaka att tidningarna redaktionellt följer vissa allmänna riktlinjer. Behovet av ingripanden från ägare och styrelser kan dock vara beroende dels av hur vida ramar de angivna riktlinjerna ger, dels av redaktionernas beredvillighet att arbeta inom dessa ramar.

En viktig skillnad är att tidningsstiftelsernas primära uppgift är att utge tidningarna ifråga, medan tidningsutgivningen för de politiska och fackliga organisationerna endast är ett sekundärt intresse. Stiftelserna saknar inte bara vinstintresse utan också alternativa användningsmöjligheter för de resurser de förfogar över. För organisationerna däremot måste det alltid vara en avvägningsfråga hur resurserna skall utnyttjas. Sådana avvägningar har t. ex. legat bakom LO:s beslut när det gällt att starta, köpa och lägga ned tidningar.

Den största tidningsgruppen, de enskilt ägda, representerar en rikt varierande karta när det gäller organisation och struktur. Sammanlagt rör det sig om ett 80-tal sk dagstidningar. Närmare hälften utges sex dagar i veckan, ett tiotal kommer ut sju dagar och resten två till fem dagar i veckan. Tillsammans har de en upplaga på ca 2,9 miljoner ex.

Ett 60-tal av de enskilt ägda tidningarna anger "partifärg". Närmare hälften av dessa är liberala, ett 20-tal kallar sig moderata eller konservativa, fyra oberoende liberala och tre borgerliga. Två centerpartitidningar är också, som framgått tidigare, helt privatägda. Resten betecknar sig som opolitiska eller politiskt neutrala. Dessa utgörs mest av mindre lokaltidningar. Den sammanlagda upplagan för de "opolitiska" tidningarna uppgår till något över 210 000 ex.

De privatägda tidningarna är i allmänhet familjeföretag eller aktiebolag med flera olika familjer eller enskilda intressenter. I ungefär hälften av de moderata tidningarna är chefredaktören eller utgivaren ägare eller delägare i tidningen, medan ägarna i de övriga tidningarna överlåtit det redaktionella ledarskapet till anställda redaktörer. För den liberala pressens del är andelen tidningar där chefredaktören dessutom är ägare eller delägare en dryg tredjedel.

Sverige har inga "tidningskungar" av amerikansk eller engelsk modell, även om det finns familjer och enskilda som äger tidningar med betydande upplagor. Ojämförligt störst bland privata tidningsägare är familjen Bonnier med Dagens Nyheter och Expressen som har en sammanlagd daglig upplaga på över en miljon exemplar.

Det gemensamma bolaget för Dagens Nyheter och Expressen är börsnoterat och har en stor spridning av aktierna på över 7 000 olika aktieägare. Genom att bolaget ger ut tre olika slags aktier har emellertid familjen Bonnier ändå ett starkt grepp över företaget. A- och B-aktierna har vardera en röst, medan C-aktierna har tio. Omkring 75 procent av C-aktierna ägs av "Dagens Nyheter Intressenter, Bonnier & Co". Därutöver har flera medlemmar i familjen egna aktieposter. Styrelsens sammansättning visar också var det avgörande inflytandet över bolaget ligger. Av de ordinarie ledamöterna tillhör tre familjen Bonnier, en är utomstående och de övriga tre tjänstemän, nämligen en av chefredaktörerna i Dagens Nyheter (Olof Lagercrantz), chefredaktören för Expressen samt bolagets verkställande

direktör.

Familjen Bonniers betydelse i förlagsvärlden och den dominerande ställningen i populärpressen ger naturligtvis tillsammans med ägarskapet till Dagens Nyheter och Expressen unika maktmöjligheter när det gäller svensk opinionsbildning. Det är inte här möjligt att gå in på en analys eller diskussion av hur denna maktställning förvaltas. Beträffande de båda tidningarna finns åtskilligt material i bl a vetenskapliga arbeten och memoarlitteraturen, som det emellertid också skulle föra för långt att försöka redogöra för i detta sammanhang.

Ett allmänt omdöme som har stöd i den litteratur som finns om de båda tidningarna är emellertid att ägarinflytandet utövas huvudsakligen enligt en modell som är ganska vanlig inom svensk press och som har vissa drag gemensamma med den ordning som tillämpas för Sveriges Radio. Där denna modell förekommer är det i tidningar för vilka ägarna har lämnat det redaktionella ansvaret till anställda redaktörer och själva inte deltar aktivt i den dagliga verksamheten. Styrelsens inflytande över tidningen består därvid främst i rätten att utse chefredaktör och utgivare. Tryckfrihetsförordningen lägger sedan hela bestämmanderätten över innehållet på utgivaren.

Ett område där styrelsen och därmed ägarna kan utöva en total dominans är emellertid de ekonomiska och administrativa frågorna. Formellt har en tidningsstyrelse större befogenheter när det gäller ekonomi och organisation än Sveriges Radios styrelse, eftersom den senare ju i båda fallen är beroende av statliga beslut. Däremot är tidningsstyrelsen snarare hårdare bunden av tryckfrihetsförordningen när det gäller möjligheterna att utöva inflytande över den redaktionella verksamheten än radiostyrelsen är av motsvarande lagstiftning för etermedierna.

I fråga om den praxis som utbildats på massmedieområdet torde dock likheterna mellan större tidningar i privat ägo och med anställda chefredaktörer och utgivare å ena sidan och Sveriges Radio å den andra vara större än olikheterna. Utvecklingen har på båda hållen gått mot en ökad redaktionell självständighet gentemot ägare och styrelser. Samtidigt har dock — och det gäller också såväl tidningar som Sveriges Radio — ägare och styrelser fått ökad anledning att ägna uppmärksamhet åt problem som är förbundna med denna

traditionella ansvarsfördelning.

En form av ägarinflytande som det inte är möjligt att mäta är det som kan utövas genom ägarnas personliga relationer till chefredaktörer och utgivare. Att ett sådant inflytande måste finnas torde dock vara rimligt att förutsätta, inte bara av den anledningen att ägarna har möjlighet att ta ifrån utgivare och chefredaktörer deras uppdrag utan också därför att det ju oftast är fråga om personer som är utsedda av ägarna både med hänsyn till sina kvalifikationer och till de politiska och andra värderingar de tidigare gett uttryck åt.

Ägarna till Dagens Nyheter och Expressen har utöver en allmänt liberal inställning inte redovisat några politiska ambitioner. Ingen medlem av ägarfamiljen uppträder som partipolitiker eller bedriver egna politiska kampanjer. Kombinationen tidningsägare-politiker är överhuvudtaget inte vanlig i svensk press.

En mer aktiv politisk roll har dock ägarna till Sydsvenska Dagbladet och Kvällsposten i Malmö spelat. Ägarfamiljen har också engagerat sig direkt i den redaktionella verksamheten genom att Christer Wahlgren och därefter sonen Olof innehåft chefredaktörsposten i Sydsvenska Dagbladet. Båda tidningarna fjärmade sig under 1960-talet från högerpartiet som man tidigare stödde. I början av 1964 tog familjen Wahlgren initiativet till den borgerliga samlingsrörelsen medborgerlig samling (mbs) i fyrstadsregionen och både Sydsvenska Dagbladet och Kvällsposten engagerades för denna rörelse. Hösten 1966 antog tidningarna signaturen "oberoende liberal".

Sydsvenska Dagbladet-Kvällsposten med en sammanlagd upplaga på betydligt över 200 000 ex är alltså ett exempel på ett tidningsföretag med ett starkt ägarinflytande även på det redaktionella arbetet. Det finns dock ingenting som tyder på att tidningarna skulle styras av några andra värderingar beträffande den allmänna nyhetsverksamheten än vad som gäller i pressen i övrigt.

Även i några andra stora tidningsföretag är ägarinflytandet både formellt och reellt mycket starkt. Det gäller tex direktör Gustaf Anders tidningskedja med Nya Wermlands-Tidningen (upplaga över 75 000 ex) som "galjonsskepp". Anders inflytande inom den moderata pressen kan inte mätas enbart med hänsyn till de tidningar han själv äger och är delägare i. Han fungerar också som styrelse-

ledamot och ekonomisk rådgivare i flera andra tidningar, bl a i den stiftelseägda Norrköpings Tidningar.

Listan över exempel på olika former och grader av ägarinflytande i pressen kan göras lång. Den kan inte ge mycket mer än en illustration till hur varierande förhållandena är i den enskilt ägda pressen därvidlag. Man kan nämna tidningsföretag som Nerikes Allehanda (liberal) med en upplaga på drygt 60 000 ex, där advokaten Claes E Ljung har det dominerande ägarinflytandet. Sonen civilekonom Claes H T Ljung fungerar som verkställande direktör, medan utgivarskapet innehas av en anställd chefredaktör. Familjen Ljung äger också Bergslagsposten (drygt 16 000 ex) och Motala Tidning (11 000 ex). Även i dessa tidningar innehar Claes H T Ljung VD-posten medan utgivarskapet ligger på redaktionscheferna, som i statskalendern kallas för platschefer. Liksom Ander torde Ljung betrakta sig som i första hand tidningsekonom och företagsledare. Det gäller också direktör Rudolf Bengtsson i fråga om tidningskedjan Falu-Kuriren, Södra Dalarnas Tidning, Sätters Tidning, Borlänge Tidning, Mora Tidning och Ludvika Tidning (sammanlagd upplaga mellan 60 000 och 70 000 ex). Medan Falu-Kuriren, där Rudolf Bengtsson själv står som chefredaktör, utgivare och verkställande direktör, betecknar sig som liberal, kallas de övriga tidningarna opolitiska.

En tidningskoncern som erbjuder en ännu mer skiftande provkarta när det gäller företagsledning och utgivarskap är den småländska Hallpressen med en sammanlagd upplaga på närmare 75 000 ex. Den största tidningen är Jönköpings-Posten (30 000 ex). Chefredaktör, ansvarig utgivare och verkställande direktör i Jönköpings-Posten är Stig Fredriksson. Han är gift med en medlem av familjen Hamrin, som har det dominerande ägarinflytandet i Hallpressen.

Stig Fredriksson är också chefredaktör, ansvarig utgivare och verkställande direktör för Värnamo-Tidningen och verkställande direktör i Smålands Dagblad och Smålands-Tidningen. De två senare tidningarna har emellertid en annan ansvarig utgivare, Arne Argus, som också fungerar som "platschef" och vice verkställande direktör.

Smålands Allehanda har i statskalendern Lennart Halldorf, Vetlanda-Posten John Jonsson och Tranås Tidning Torsten Torstendahl upptagna som direktörer och ansvariga utgivare. Tidningarna beteck-

nar sig som folkpartistiska och har gemensam politisk redaktion som leds av Stig Fredriksson, utom Smålands Allehanda (drygt 4 000 ex) som har partibeteckningen moderat. Den utkommer med en egen ledarsida men har nyhetstext och övrigt material gemensamt med Jönköpings-Posten. Fredriksson är också verkställande direktör i Ljungbytidningen-Älmhults Tidning-Smålänningen (drygt 10 000 ex) som inte redovisas under Hallpressen. För denna tidning står Sven Dürango som direktör och ansvarig utgivare och Axel Aspman som chefredaktör.

Det är ganska vanligt i pressen att en medlem av ägarfamiljen deltar i tidningens skötsel och samtidigt är aktiv publicist. Så är exempelvis fallet med Lars Hjärne i Göteborgs-Posten (liberal, upplaga 290 000 ex) och Ove Sommelius i Helsingborgs Dagblad (moderat, 37 000 ex). Hjörnes tidningsägarskap utvidgades ytterligare genom köpet av Göteborgs-Tidningen (liberal, 80 000 ex) 1972. En annan känd liberal tidningsman och tidningsägare, Anders Yngve Pers, Vestmanlands Läns Tidning (närmare 56 000 ex), lämnade vid halvårsskiftet 1972 posten som chefredaktör för att bli "arbetande styrelseordförande". Han kvarstår som ansvarig utgivare för tidningen.

I allmänhet torde man kunna förutsätta att ett aktivt engagemang i tidningen från ägarnas sida ger väsentligt större inflytande över den publicistiska verksamheten. Störst bör det rimligtvis vara där en ägare är chefredaktör och utgivare. Men även som enbart verkställande direktör kan givetvis tidningsägaren styra en tidnings redaktionella arbete mer eller mindre, även om dessa möjligheter kan begränsas om han kommer i kontrovers med utgivaren och/eller redaktionen.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att förutsättningarna för direkt ägarstyrning bör finnas i främst de enskilt ägda tidningar där ägaren också är chefredaktör och utgivare. I den upplagemässigt största delen av pressen inskränker sig emellertid ägarnas inflytande genom styrning till det som kan kanaliseras via styrelsen. Det gäller den socialdemokratiska pressen, det största tidningsföretaget Dagens Nyheter-Expressen, de stiftelseägda tidningarna och en betydande del av övriga enskilt ägda tidningar.

Intresset för redaktionella frågor varierar starkt såväl mellan som

inom olika ägargrupper. Det är inte självklart att detta intresse är mindre framträdande beträffande ”opolitiska” tidningar än sådana som anger partifärg. Ägarna av en ”opolitisk” tidning kan således vara mycket angelägna om att redaktionen skall iaktta en viss policy gentemot olika intressegrupper, medan ägarna till en tidning med politisk markering kanske lägger huvudvikten vid vad som skrivs på ledaravdelningen och i övrigt ger redaktionen friare händer.

Direktörerna

Självfallet spelar de ekonomiska och administrativa avdelningarna i massmedierna även en roll för den publicistiska verksamheten. Organisatoriska förhållanden och ekonomiska bedömningar måste betyda åtskilligt när det gäller t ex fördelningen av resurserna mellan olika sektorer inom radio/TV. Detta ger personer som annars inte har någon befattning med programverksamheten en viss makt också på detta område. Inom pressen kan, som framgått av det tidigare avsnittet, ekonomiska, administrativa och redaktionsledande funktioner vara samlade på en hand. När detta även är förenat med ägarskap kan det naturligtvis innebära en mycket stark koncentration av makten. Det vanligaste är dock inom pressen att en mycket strikt uppdelning av inflytandet har företagits från ägarnas sida mellan redaktionella och företagsledande funktioner.

Sveriges Radio

I företaget Sveriges Radio är det svårt att dra en gräns mellan å ena sidan redaktionella och å den andra ekonomiska och administrativa uppgifter. På papperet går det naturligtvis bra. Under radiochefen Otto Nordenskiöld finns det särskilda avdelningar för ekonomi, teknik, personalfrågor etc lika väl som för de olika programproducerande enheterna. Men i Sveriges Radios direktion blandas cheferna för ljudradion, TV 1, TV 2, utbildningsprogrammen och utlandsprogrammen med den tekniske direktören, ekonomidirektören, personal-

direktören och direktören för det centrala kansliet. Och i varje programenhet finns särskilda ekonomichefer och administratörer som sköter enheternas många ekonomiska och praktiska problem.

Tekniska, ekonomiska och administrativa chefer deltar ofta i beslut som även rör principerna för programverksamheten. Det gällde t ex i den mycket omdiskuterade frågan om nyhetsprogrammets utformning.

Planeringsdirektören Karl-Erik Lundevall bör väl betraktas som administratör, men han har i hög grad medverkat vid utvecklingen av det regelsystem som gäller för Sveriges Radios programverksamhet. Nu kan det kanske antas att han har gjort detta i egenskap av ställföreträdande radiochef. Men det förekommer överhuvudtaget så många "gränsöverskridanden" mellan administration och programverksamhet att det knappast går att dra några principiella skiljelinjer och säga att Sveriges Radios programpolicy utformas på den ena eller andra sidan.

En annan befattning utanför programproduktionen med en stor indirekt betydelse för programverksamheten är personalchefens. Personaldirektör Nils Ragnå nämns i Åge Ramsbys *Maktens moduler* som en "central maktfigur". Oberoende av alla mer eller mindre välgrundade teorier om Ragnås och andra befattningshavares personliga maktställningar och intressen är det naturligtvis en viktig fråga hur Sveriges Radios rekrytering går till och hur lönerna fastställs.

Många fler exempel skulle kunna nämnas utan att det för den skull blir stort klarare beträffande vilka utanför redaktionerna som har mer eller mindre inflytande på programverksamheten i Sveriges Radio. För denna framställning får det räcka med att påvisa att det förekommer påverkan från skilda håll i företaget.

Pressen

Som framgått av de tidigare avsnitten om journalisterna och ägarna är det stora skillnader mellan olika tidningar när det gäller det redaktionella inflytandet. I de fall där ägaren samtidigt är både chefredaktör och verkställande direktör ankommer det naturligtvis i

första hand på honom själv vilken av funktionerna som väger över. Samma kan förhållandet i praktiken vara även om ägaren nöjer sig med den ena av de båda chefsposterna.

Även när posterna som chefredaktör och verkställande direktör är skilda och innehas av anställda kan naturligtvis ägaren ge den ene ett större reellt inflytande än den andre. Vanligen är dock de båda cheferna sidoordnade. Detta dualistiska system med en chef som är ansvarig för företagets produkter och en som är bl a ansvarig för dess ekonomi är speciellt för tidningsbranschen. Det betyder alltså att prissättning och produktkvalitet bestäms av två skilda instanser. I princip kan systemet möjligen jämföras med sjukhusorganisationen, där en överläkare är ansvarig för vården och en sjukhusdirektör för driften av sjukhuset.

Det säger sig självt att chefredaktören och den verkställande direktören inte kan arbeta oberoende av varandra. Chefredaktören måste ta rimlig hänsyn till företagets kommersiella intressen. Den verkställande direktören måste se till att redaktionen har ekonomiska och tekniska resurser för att göra en bra produkt.

Det kan ligga nära till hands att tänka sig att vissa speciella ägarintressen skulle vara avgörande för vilken av de båda cheferna man ville ge den största makten. I en tidning som anses ha en viktig opinionsbildande uppgift borde kanske styrelsen ge chefredaktören en större makt än direktören, medan det i fråga om en starkt kommersiellt inriktad tidning kunde finnas skäl för motsatsen. Men för den opinionsbildande tidningen kan det vara en nödvändighet att hålla kostnaderna inom en viss ram, vilket förutsätter en stark ekonomisk skyrning. Ägarna till en kommersiellt inriktad tidning kan å andra sidan betrakta tidningens redaktionella självständighet även som en ekonomisk tillgång, som en förutsättning för att läsarna skall vilja fortsätta med att köpa tidningen.

Vid sidan av sådana rationella överväganden finns det naturligtvis även andra faktorer som inverkar på hur inflytandet fördelas mellan redaktioner och ekonomiavdelningar. Mycket bestäms av traditioner inom tidningsföretagen. Personliga egenskaper och egenheter spelar ofta också en stor roll.

Det är inget tvivel om att tidningsdirektörer och även annonsche-

fer, prenumerationschefer och tryckerichefer kan ha inflytande i tidningsföretagen. Det torde dock vara sällsynt att anställda inom andra avdelningar i tidningsföretagen har så mycket att göra med tidningarnas redaktionella policy som fallet är i fråga om Sveriges Radio. Samtidigt kan dock chefredaktörerna och även andra redaktionella medarbetare ha det största intresse av att främja tidningsägarnas kommersiella intressen för sin egen trygghets skull och för att goda resurser och en stor upplaga ger hög status i tidningsvärlden.

Staten

Förhållandet mellan staten och massmedierna regleras av massmedielagarna och sekretesslagen. Lagarna drar upp gränser för massmediernas verksamhet men också för statens rätt att ingripa i denna.

Inte mindre än tio av de tolv brottskategorier som finns uppräknade i tryckfrihetsförordningens ”brottskatalog” och som även anger vad som är otillåtet yttrande enligt radioansvarighetslagen handlar om brott mot staten eller statlig myndighet från högförräderi och krigsanstiftan till ”spridande av falskt rykte eller osant påstående som är ägnat att framkalla fara för folkförsörjningen eller för allmän ordning och säkerhet eller att undergräva aktningen för myndighet eller annat organ, som äger besluta i allmänna angelägenheter”.

Lagen hindrar samtidigt direkta ingripanden mot massmedierna i andra fall än de som är uppräknade i tryckfrihetsförordningen. Kritik mot riksdag, regering och myndigheter som inte strider mot bestämmelserna i TF får alltså inte hindras eller beivras. Handlingar som inte finns uttryckligt nämnda i sekretesslagen får inte hållas hemliga av offentliga myndigheter. Ingreppanden får inte heller ske i annan ordning än som sägs i massmedielagarna.

Sveriges Radio

Statens inflytande över massmedieverksamheten begränsas inte till lagstiftningen och möjligheterna att ingripa mot otillåtet yttrande och

otillåtet offentliggörande. Ett visst indirekt inflytande kan utövas i och med att riksdagen fastställer anslagsramarna för Sveriges Radio/TV. Regeringen har ett mer direkt inflytande som den ena av de två parterna bakom avtalet mellan staten och Sveriges Radio om programverksamheten, radioavtalet. Regeringen tillsätter också ordföranden och hälften av ledamöterna i styrelsen för Sveriges Radio. Slutligen tillsätts det kontrollorgan som har att vaka över att Sveriges Radio följer radiolagen och radioavtalet, radionämnden, av regeringen.

Pressen

Statsmakternas inflytande över pressen innefattar också möjligheterna att påverka företagens ekonomi och konkurrenssituation — möjligheter som i allt större omfattning kommit att utnyttjas. Genom beskattning och direkt stöd till investeringar, produktion och distribution sker betydande ingrepp i "massmediestrukturen".

Avsikten är att söka hejda nedläggning av tidningar som drabbas av den sk upplagespiralen. Denna anses i en konkurrenssituation fungera så att tidningar med större upplaga får fler annonser, vilket i sin tur leder till att upplagan stiger, medan mindre tidningar, som utgör andratidningar i spridningsområdena, får färre annonser och därmed sjunkande upplagor. I stor utsträckning är det liberala och moderata tidningar som gynnas av upplagespiralen, medan socialdemokratiska och centerpartistiska tidningar missgynnas.

I samband med att annonsskatten har kompletterats med en allmän reklamskatt, som riktar sig mot andra medier än tidningar och skall utgå med en högre procentsats än annonsskatten, har också tillkommit andra motiv för statens ingripande i massmediestrukturen. Reklamskatten skall dels minska reklammängden, dels verka kvalitetshöjande på reklamen. Av såväl propositionen till riksdagen som av debatten har dock framgått att regeringen fäster betydligt större avseende vid det tillskott skatten ger till statskassan.

Ett ingripande av en annan art innebär den lagstiftning om styrelse-representation för de anställda i företagen som är under övervägan-

de när detta skrivs. Det hänger på statsmakterna om konsekvensen vid införandet av en sådan lag eller genom en senare utveckling av lagstiftningen skall bli att ägarnas inflytande över tidningsföretagen inskränks. Tydligt anses inte tryckfrihetsförordningen lägga hinder i vägen för statliga ingripanden av denna art.

I allmänhet uppfattas tryckfrihetsförordningen, radiolagen och radioansvarighetslagen i främsta hand som skydd för åsiktsfriheten i massmedierna. Lagarna hindrar statlig styrning av mediernas innehåll genom censur. Möjligheterna till lagstiftning och ändring av lagar ger emellertid också statsmakterna ett medel för generell påtryckning mot massmedierna. Ett hot om en skärpt lagstiftning kan naturligtvis göra medierna mer försiktiga vid behandling av vissa ämnen och intressegrupper i samhället.

Tillsättningen 1970 av den utredning som har till uppgift att pröva en ny massmedielag, gemensam för press, radio, TV och eventuellt också andra medier såsom film och stencilerade skrifter, föregicks av en diskussion i riksdagen om framför allt pressens "självsanering". Det både sades uttryckligt och låg underförstått att det kunde behövas en skarp lagstiftning om inte tidningarna själva kunde komma till rätta med de "journalistiska övertrampen som förekommit mot enskilda personer, mot myndigheter och företag", vilka i en socialdemokratisk motion anfördes som skäl för en utredning om de pressetiska frågorna.

Censurförbudet hindrar givetvis inte regering, departement och statliga verk och myndigheter från att öva påtryckning och på andra sätt påverka massmedierna. Det har tidigare nämnts att det inom statsförvaltningen blivit allt vanligare med anställda informationsexperter och pressombudsmän, till vilkas uppgifter ofta hör att underlätta kommunikationerna med massmedierna. Det bör kunna förutsättas att de också väntas medverka till att den statliga informationen får en så gynnsam behandling som möjligt i medierna.

Ett intressant exempel på styrning är de förhandlingar som förekommit mellan företrädare för finansdepartementet och massmedierna om publiceringstider för statsverkspropositionen. Det bör kanske betonas att det rör sig om frivilliga överenskommelser som inte minst

massmedierna har intresse av. Finansdepartementet lämnar — under förutsättning att ingenting publiceras innan propositionen lagts fram för riksdagen — ut förhandskorrektur några dagar i förväg och underlättar därigenom för massmedierna att göra en genomarbetad presentation av det omfattande materialet.

Men samtidigt stoppar man därigenom under tiden nyhetsförmedlingen på ett viktigt område. Massmedierna kan känna sig hindrade eller av finansdepartementet anses vara hindrade att redogöra för händelser och vidarebefordra meddelanden som berör statsverkspropositionen men som de får kännedom om från andra håll.

Det väckte stor uppmärksamhet i samband med att det förekom ”läckor” ur statsverkspropositionen i TV kring årsskiftet 1970—71, när det kom fram att finansminister Gunnar Sträng hade ringt till radiochefen Otto Nordenskiöld och bett denne sätta stopp för medarbetarnas aktivitet. En del ansåg att finansministern handlade fel genom att försöka öva påtryckning på Sveriges Radio. Det förekom också kritik mot radiochefen för att han inte bara kategoriskt avvisade varje försök till inblandning i Sveriges Radios nyhetspolicy.

”Nyhetsläckor” kan emellertid också användas i motsatt syfte — dvs för att få publicitet. Den metoden används av politiker och statliga verk och myndigheter lika väl som av organisationer och företag. Genom att ge en nyhet, ofta exklusivt till en radio- eller TV-reporter eller till en tidningsman, har uppgiftslämnare stora utsikter att inte bara uppnå en gynnsam publicitet utan också goda relationer med den redaktion som får nyheten.

En påverkan som bör nämnas utan att det skall uppfattas som någon kritisk erinran är den som kan ske genom ordnande av speciella kurser, konferenser och resor för journalister. Till dem som förekommit som arrangörer i sådana sammanhang hör t ex SIDA, invandrarverket och försvaret. Även statliga journaliststipendier för speciella ändamål kan naturligtvis ha en påverkans effekt. En generell förutsättning från massmediernas sida är dock att det i sådana sammanhang inte föreligger några krav på speciella motprestationer, t ex artiklar med ett visst innehåll eller en allmänt gynnsam publicitet.

Partierna

Att klarlägga de politiska partiernas inflytande över massmedierna är en betydligt mer komplicerad uppgift än det kan förefalla. Det följande inskränker sig till en "frihandsteckning" grundad på studier av litteratur som finns på området, information och debatt i massmedierna och egna erfarenheter och iakttagelser.

En särskild svårighet är att skilja mellan inverkan från partier och från de idéer partierna står för. I de perspektiv som här anläggs är detta naturligtvis en viktig distinktion. Från maktsynpunkt är det en avgörande skillnad mellan om en politisk tendens i massmedierna skulle ha sitt ursprung i styrning från ett politiskt parti eller om den berodde på journalisternas personliga värderingar.

Varken när det gäller radio/TV eller pressen finns det några systematiska undersökningar som täcker hela det område som här behandlas. Tillgången på offentligt källmaterial är särskilt mager i fråga om Sveriges Radio.

Sveriges Radio

Eftersom det ibland påstås eller antyds att det skulle förekomma en socialdemokratisk styrning av Sveriges Radios programverksamhet, kan det vara anledning att först pröva vilka förutsättningarna är härför.

Man kan då konstatera att regeringen, som tidigare nämnts, har ett avgörande inflytande över sammansättningen av Sveriges Radios styrelse. En socialdemokratisk regering som tillsätter ordförande och fem av styrelsens övriga tio ledamöter kan naturligtvis tillförsäkra sig en partipolitisk majoritet. Därtill kommer att man även med en betydande sannolikhet kan räkna med att en del av de ledamöter som bolagsstämman utser är socialdemokrater.

Flera omständigheter talar emellertid emot att en partipolitisk styrning skulle förekomma genom radiostyrelsen av programverksamheten i Sveriges Radio:

En sådan styrning skulle stå i strid med de riktlinjer som regeringen lagt fast i avtalet mellan staten och Sveriges Radio.

Den skulle strida mot Sveriges Radios egna programregler och säkerligen inte accepteras av radioledningen och flertalet medarbetare i företaget.

De av regeringen utsedda styrelseledamöterna tillhör inte den kategori man skulle välja om syftet vore en styrning från departement eller partikansli. De styrelseledamöter som är kända socialdemokrater tillhör inte den "inre cirkeln" och är inte personer som kan antas låta sig dirigeras från dessa maktcentra.

I radiostyrelsen sitter också företrädare för intressegrupper och meningsriktningar som inte stillatigande skulle finna sig i en politisk styrning från majoritetens sida.

Att avvisa talet om partipolitisk styrning av Sveriges Radio genom styrelsen betyder inte att utesluta socialdemokratisk påverkan eller tendens i programverksamheten. Vad vi har konstaterat är endast att Sveriges Radio inte är något "partiorgan" eller systematiskt utnyttjat språkrör för de politiska makthavarna.

Hur och i vilken omfattning radiostyrelsen styr programverksamheten i Sveriges Radio är en omdiskuterad fråga. I allmänhet torde det dock röra sig om att påverka de grundläggande förutsättningarna för verksamheten, inte de enskilda programmen.

Men radiostyrelsen har, som nämnts i det tidigare avsnittet om ägarna, under senare delen av 1971 och början av 1972 reagerat på vissa program och viss tendens på ett sätt som har avvikit från vad som gällt tidigare. Eftersom detta har skett efter starka opinionsyttringar från framför allt socialdemokratin, bör man kunna tala om ett socialdemokratiskt inflytande. Bl a riktade förre statsministern Tage Erlander och den socialdemokratiske partisekreteraren Sten Andersson mycket skarp kritik mot ett programinslag (Pro-teaterns om framlidne LO-ordföranden August Lindberg) och en programserie (Från socialism till ökad jämlikhet) som sändes under hösten 1971.

Både med hänsyn till sättet att framföra kritiken och till radio-

styrelsens reaktioner bör dock det socialdemokratiska inflytande som uppenbarligen förekommit i detta fall hänföras till kategorin påtryckning, dels direkt genom styrelsen och radiochefen, dels indirekt genom den allmänna opinionen.

En annan omständighet som bör observeras i sammanhanget är att kritiken gällt påstådda brott mot radiolagarna och avtalet mellan staten och Sveriges Radio. I den mån radiostyrelsens handläggning av dessa ärenden kan ha haft en styrande karaktär behöver syftet i så fall inte ha varit en partipolitisk styrning. I princip måste det vara fullt legitimt att styrelsen för Sveriges Radio genom beslut och åtgärder som ligger inom dess kompetensområde verkar för att radiolagarna och radioavtalet upprätthålls, även om man givetvis sedan kan diskutera tolkningsfrågor och åtgärdernas art och effektivitet.

Det är svårt att portionera ut ett inflytande som man vet förhållandevis litet om. Men i stort sett torde samtliga politiska partier främst fungera gentemot Sveriges Radio som andra påtryckargrupper, sådana som intresseorganisationer, företag etc. Socialdemokratin förhåller sig trots regeringsinnehavet och styrelsemajoriteten i radiostyrelsen inte väsentligt annorlunda därvidlag än andra partier. Där emot är det rimligt att anta att påtryckningar från det socialdemokratiska partiet i vissa fall kan ha större genomslagskraft.

Påtryckningar på Sveriges Radio torde annars förekomma mer eller mindre från alla partier. Det kan t ex erinras om den kritik som förre högerpartiordföranden Yngve Holmberg riktade mot Sveriges Radio efter valet 1968 och som resulterade i att dåvarande radiochefen Olof Rydbeck tog initiativet till undersökningen *Valrörelsen 1968 i Sveriges Radio* som utfördes av statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet under ledning av professor Jörgen Westerstahl.

När det gäller andra former av påverkan framträder i viss mån en annan bild. Det är en naturlig uppgift för de politiska partierna att söka påverka allmänheten och att bilda opinion för politiska idéer och åtgärder. Att medarbetare i Sveriges Radio liksom andra människor påverkas politiskt är ingenting anmärkningsvärt. Det är först om de låter sin befattning med programverksamheten påverkas av partiernas åsikter och agerande som det uppstår ett inflytande

i den mening som här diskuteras.

Man behöver emellertid inte utgå från att en partipåverkan måste förutsätta att beslutfattare eller medarbetare i Sveriges Radio tillhör eller ens sympatiserar med partiet i fråga. En partipolitiskt engagerad och samtidigt politiskt kunnig medarbetare kan mycket väl vara mer motståndskraftig mot en påverkan än en medarbetare som inte så väl känner de krafter han är utsatt för. Detta påpekande är inte avsett att vara en generalisering utan snarare en varning för generaliseringar i andra riktningen.

En förutsättning för att politisk insikt och politiskt engagemang skall vara motståndsstärkande är naturligtvis att den anställde i Sveriges Radio respekterar radiolagens och radioavtalets krav på saktlighet och opartiskhet och allmänt är inställd på att iaktta de regler som gäller för programverksamheten.

Vad man ibland i debatten kallar för vänstervridningen i etermedierna kan åtminstone delvis förklaras av att en del medarbetare med politiska sympatier "till vänster om socialdemokratin" inte accepterar det regelsystem som de hänför till "det etablerade samhället".

Pressen

Partiinflytandet i pressen har till en del helt annan karaktär än i Sveriges Radio. Det finns ingenting i tryckfrihetsförordningen eller i de gällande utomrättsliga reglerna som förbjuder en tidning att gynna ett politiskt parti och missgynna andra. Kravet på opartiskhet, som även återfinns i Publicistklubbens regler för god publicistisk sed, är inte förenat med något krav på balans mellan olika åsiktsriktningar i nyhetsutbudet i dess helhet som fallet är i fråga om Sveriges Radio.

Dagspressen har i betydande grad en tradition som "språkrör" för olika politiska meningsriktningar. En del tidningar har startats med detta som sin huvudsakliga uppgift. Det gäller nästan genomgående den socialdemokratiska pressen men också många liberala och moderata tidningar. Centerpartitidningar har ofta grundats för att föra de

politiska och fackliga jordbrukarrörelsernas talan. De kommunistiska tidningarna är de mest språkrörsbetonade av nu utkommande tidningar med dagspresskaraktär.

Men bortsett från kommunistpressen, en del centerpartitidningar med veckoutgivning och en del smärre liberala, moderata och socialdemokratiska tidningar finns det i dagspressen en mycket påtaglig tendens mot en större bredd och ett minskat partitagande i nyhetsredovisningen.

Framför allt är det rikspressen och de större regiontidningarna som allt mer fått karaktär av allmänna nyhetsmedier. Det har skett samtidigt med och som en följd av koncentrationen på dagspressområdet. I många fall har presskoncentrationen lett till att de kvarvarande tidningarna fått en bredare och politiskt mer heterogen läsekrets. I andra fall har konkurrens med någon annan tidning tvingat fram en anpassning till en bredare publik.

Denna anpassning har i huvudsak gällt nyhetsavdelningarna och även där gått olika långt i olika tidningar och grupper av tidningar. En bidragande orsak till förändringen är också den tidigare påpekade professionella utvecklingen inom journalistkåren.

Naturligtvis blir inte heller tidningarnas politiskt kommenterande avdelningar helt oförändrade av tidens gång. I stort sett kvarstår dock här partiinriktningen. De vetenskapliga undersökningar som har gjorts av partiinflytandet i pressen har huvudsakligen varit inriktade på denna sektor av tidningarnas verksamhet. Den tidigare nämnda boken *Partipressen idag* mynnar emellertid ut i ett antal i detta sammanhang intressanta frågor för framtida forskning att söka finna svar på:

”Vilken betydelse för tidningars politiska innehåll har existens av respektive frånvaro av formell partikontroll (med avseende på t ex ägande, ekonomi, chefredaktörtillsättningar) över tidningsföretag? Är socialdemokratiska tidningar alltid och i alla avseenden ’partimegafoner’? Finns det även borgerliga megafontidningar?

Vilken betydelse för tidningars partipolitiska innehåll har deras konkurrenssituation och spridningsförhållanden?

Är partipolitiseringsen mera framträdande i tidningar med konkurrens jämfört med tidningar utan konkurrens på utgivningsorten eller inom spridningsområdet?

I vilken utsträckning lever t ex borgerliga monopoltidningar upp till de av dem själva ofta angivna målen 'objektiv nyhetsförmedling', 'mötesplats för skilda idéer och åsiktsriktningar' etc? Skiljer sig dessa tidningars innehåll från de — visserligen få — socialdemokratiska monopoltidningarnas?"

Ägandeförhållandena i pressen har redan behandlats. Givetvis spelar ägaren en viktig och oftast avgörande roll för en tidnings "politiska hemvist". Det är också rimligt att anta att partiorganisationerna kan utöva inflytande på tidningarna genom ägarna.

Men det torde med generell giltighet kunna påstås att nyhetsförmedlingen i svensk press i mycket ringa utsträckning är styrd av partierna i den mening som här läggs i begreppet styrning. Vad som möjligen kan verka förvillande är att effekterna givetvis kan bli mycket likartade om det förekommer en styrning från partipolitiskt engagerade chefredaktörer och annan personal inom redaktionerna.

I huvudsak syns partierna utöva sitt inflytande i dagspressen i former som här definierats som påtryckning eller allmänt som påverkan, även om de obestridligen i många fall bör ha mer "öppna" kanaler än flertalet andra grupper och organisationer till redaktionerna genom tidningsledningarna och ibland även genom delaktighet i ägarinflytandet.

De intryck en regelbunden läsning av tidningar med olika "partifärg" under en lång följd av år ger leder till ungefär samma slutsatser som de systematiska studier Westerståhl (*Objektiv nyhetsförmedling*) och Hadenius (*Nyheter från TT*) har redovisat. Visst finns det skillnader i nyhetsbehandling och olika grader av partifärgning av det allmänna utbudet av olika sorters läsning. Men det finns en alldeles påtaglig tendens till en försvagning av partibindningen när det gäller det allmänna materialet. Det är emellertid mer tveksamt om det finns någon motsvarande tendens beträffande det politiska ledarmaterialet.

En mellanställning intar kultursidorna. Där är det svårt att spåra någon allmän tendens. Det torde gå att finna exempel som pekar i båda riktningarna — i en del fall mot en friare attityd i förhållande till tidningens officiella linje, i andra ett starkare utnyttjande av kultursidan för åsikter som också förfäktas på ledarsidan.

Det är emellertid svårt att föra tillbaka dessa iakttagelser till partiorganisationerna och därav avgöra om dessas inflytande har ökat eller minskat. Som påtryckargrupper behöver partierna ofta inte ta den "officiella" vägen utan kan, som nämnts tidigare, gå genom ägare, partimedlemmar i tidningarnas styrelser och redaktionsledningar.

En form av inflytande och påverkan utövas genom de speciella informationskanaler partierna har till den "egna" pressen. När det gäller de socialdemokratiska tidningarna sker detta huvudsakligen på två vägar. Dels äger regelbundna sammanträffanden rum mellan företrädare för SAP och regeringen å den ena sidan och chefredaktörer i pressen å den andra med information och diskussion kring aktuella politiska frågor. Dels finns ett serviceorgan för tidningarna, A-pressens redaktionstjänst, som ägs och drivs av A-pressen AB och som förmedlar bl a politiska nyheter, reportage och större artiklar av regeringsledamöter och andra socialdemokratiska politiker.

Några politiska "cirkulärledare" distribueras inte numera från redaktionstjänsten eller SAP. Det kan emellertid nämnas att utöver de överläggningar som förekommer med chefredaktörerna också finns ett "clearingsystem" när det gäller ledarartiklar mellan en del socialdemokratiska tidningar. Detta fungerar så att tidningarna övertar och publicerar varandras ledare, vilket gör att samma ledare kan förekomma i flera socialdemokratiska tidningar utan att det rör sig om cirkulärledare i vanlig mening.

Centerpartiet har en egen presstjänst knuten till den centrala partiorganisationen. Den distribuerar cirkulärledare, politiskt informationsmaterial och nyhetsartiklar till centerpartitidningarna. Materialet får stor användning, framför allt i de mindre sk endagstidningarna, som utkommer en dag i veckan och i allmänhet fungerar som politiska nyhetsorgan och lokala medlemsblad.

Även folkpartiet har en presstjänst, Folkpress, i nära anslutning till riksorganisationen. Den liberala pressens skiftande struktur gör att presstjänsten måste ha två huvudinriktningar. Dels förser den huvudsakligen mindre tidningar med cirkulärledare, dels håller den en politisk nyhetstjänst, som främst riktar sig till ett tjugotal abonnenter, som betalar för och får nyhetsmaterialet på telex. Folkpress

distribuerar också specialartiklar av olika slag och i viss begränsad utsträckning till tidningarnas ledaravdelningar informationsmaterial som inte är avsett för direkt publicering.

Den moderata pressen får sitt politiska material huvudsakligen genom Svenska Nyhetsbyrån, SNB, som ägs och drivs av Svenska Högerpressens Förening med ett 30-tal tidningar anslutna. Nyhetsbyrån är formellt fristående från moderata samlingspartiet och finansieras helt med abonnemangavgifter. SNB förmedlar cirkulärledare och ett politiskt material av ungefär liknande slag som övriga politiska nyhetsbyråer. Vid sidan härav driver emellertid byrån en allmän serviceverksamhet med material utan partipolitisk inriktning, som även har abonnenter utanför den moderata pressen.

En kanske undervärderad del av de tre sistnämnda byråernas verksamhet är den förmedling av presscitat som ingår i deras service till tidningarna. Även om klippsammanställningarna, som används i betydande utsträckning i tidningarnas pressklippspalter, innehåller citat från tidningar med olika partifärg, är det rimligt att tänka sig att urvalet sker med någon hänsyn till den politiska åskådning vederbörande presstjänst företräder.

Givetvis arrangerar även centerpartiet, folkpartiet och moderata samlingspartiet sammanträffanden med företrädare för den press som står respektive partier nära. Det görs dock i varierande och mindre omfattning än vad SAP gör. För folkpartiets del sker sammanträffanden några gånger om året med liberala tidningsmän, som är sammanslutna i Sveriges Vänsterpressförening, en organisation vars historia sträcker sig tillbaka till början av 1900-talet. Traditionellt uppträder folkpartiordföranden som gäst i denna förening minst en gång om året, dagen före riksdagens remissdebatt.

Någon styrning av eller påtryckning på tidningarna utövas knappast genom de här nämnda politiska informationsbyråerna. Det står tidningarna fritt att ta in eller refusera materialet. I allmänhet rör det sig om en service som de själva vill ha och i viss utsträckning ju också betalar för.

Inte heller de sammanträffanden partierna arrangerar eller deltar i med företrädare för tidningarna har den karaktären att man kan tala om styrning eller påtryckning i den mening som här avses. I

praktiken kan t ex de regelbundna konferenser som SAP har med socialdemokratiska chefredaktörer naturligtvis ha en styrande effekt när det gäller opinionsbildningen, men denna torde i så fall vara beroende av tidningsmännens frivilliga och aktiva medverkan.

När det gäller tidningarnas nyhetsverksamhet kompliceras förhållandena mellan partier och press av att redaktionerna som tidigare framgått i varje fall i de större och medelstora tidningarna inte är politiskt homogent sammansatta. Motståndskraften mot partipolitiska påtryckningar — i den mån sådana förekommer — växlar sannolikt också mellan olika redaktioner. Man kan anta att det är långt ifrån alltid som påtryckningar når fram till dem som skriver och redigerar tidningarna, liksom att verkan i andra fall kan försvagas av att redaktionsledningar och journalister drar åt olika håll. Givetvis är det också möjligt att tänka sig fall där den skrivande journalisten är mer benägen att låta sig påverkas av påtryckningar än vad redaktionsledningen är, även när dessa kommer från ett politiskt parti som tidningen ger sitt stöd på ledaravdelningen.

Vad massmedieforskningen hittills har sysslat med är nästan uteslutande inflytande från partier på tidningar med den ”egna partifärgen”. Påtryckning och påverkan kan emellertid också mycket väl förekomma över partilinjerna. Detta gäller i särskilt hög grad i fråga om regiontidningar med mer eller mindre ensamställning i spridningsområdet. En lokal partiopinion som politiskt sett kan representera en betydande del av tidningens läsekrets kan en sådan tidning ha svårt att lämna obeaktad.

Även storstadspressen blir emellertid utsatt för politiska påtryckningar. Dessa kan ske genom direkta kontakter, men de kan också ha karaktären av offentlig kritik mot t ex påstådd partiskhet. Påtryckningar av det senare slaget, som bl a har förekommit från socialdemokratiskt håll gentemot Dagens Nyheter, behöver naturligtvis inte ha någon otillbörlig karaktär.

I en chefredaktörsenkät som ingår i *Partipressen idag* ställdes bl a frågor om styrning och påtryckning. Tydligen var frågornas formuleringar inte helt lyckade. I svaren gjorde inte chefredaktörerna skillnad på försök till påtryckningar från det egna partiet och från andra partier. Av kommentarer till svaren drog undersökaren slutsatsen

att de avsåg alla slags påtryckningar.

Det visar sig att 5 av de 70 intervjuade chefredaktörerna ansåg sig "ibland" ha blivit utsatta för "direkt påtryckning" enligt definitionen "försök att direkt intervensera i tidningens policy". 15 chefredaktörer hade "sällan" och 46 "aldrig" varit med om sådana påtryckningar. De övriga 4 hade inte lämnat något svar.

"Indirekt påtryckning" i form av "hovsamma önskemål eller synpunkter som framkommer vid samtal" hade 50 av de 70 tillfrågade varit med om "ofta", "ibland" eller "sällan". 17 chefredaktörer uppgav sig inte ha blivit utsatta för indirekt påtryckning.

De som hade agerat som påtryckare var, framgick av kommentarerna, i första hand kommunalpolitiker eller partirepresentanter på regional eller lokal nivå, därefter riksdagsmän, ombudsmän, enskilda läsare samt representanter för både det egna och andra partier.

Partierna har också ett visst inflytande genom politiker i tidningarnas styrelser. Betydelsen av detta är naturligtvis avhängig av tidningsstyrelsernas inflytande överhuvudtaget över den redaktionella verksamheten.

Politiker förekommer, enligt undersökningar som gjorts vid statsvetenskapliga institutionen i Lund 1966—68 och som refereras i *Partipressen idag*, i betydligt större omfattning i de socialdemokratiska tidningsstyrelserna än inom övrig dagspress. A-pressen AB tillsätter en styrelseledamot och en revisor i de tidningar som ingår i A-pressgruppen. Styrelserna domineras i övrigt av lokala politiker och fackliga ombudsmän. I Aftonbladet som står utanför A-pressgruppen förfogar LO-förbunden över majoriteten i styrelsen. Politiska representanter utgör 40 procent eller fler av antalet styrelseledamöter i över 60 procent av de socialdemokratiska tidningarna.

Näst efter de socialdemokratiska tidningarna har centerpartipressen det största inslaget politiker i sina styrelser. Av sju undersökta tidningar var i tre fall andelen politiker i styrelsen mer än 40 procent och i två fall mellan 20 och 40 procent. I två styrelser saknades politiker helt.

Motsvarande uppgifter i undersökningen för den moderata pressen är att minst 40 procent av styrelseledamöterna i 38 procent av tidningarna hade politiska uppdrag i eller för moderata samlingspartiet.

En fjärdedel av tidningarna saknade helt politiker i styrelserna. Av de liberala tidningarna var det endast 13 procent som hade 40 procent eller fler politiker i styrelserna. I 28 procent av tidningsstyrelserna fanns ingen politiker.

Det skall kanske påpekas att partiorganisationerna i allmänhet inte torde ha något formellt inflytande över vilka politiker som placeras i tidningsstyrelserna. När det gäller de enskilt ägda och de stiftelseägda tidningarna är det självfallet bolagsstämmorna eller motsvarande som väljer styrelser.

Den påverkan som kan förekomma från politiska partier gentemot tidningarnas redaktioner är ibland vanskelig att skilja från det inflytande som redaktionsledningarna och skrivande journalister utövar. Det kan därvidlag också röra sig om ett växelspel mellan partipåverkan och inverkan av den enskilde journalistens personliga åsikter och värderingar. Åtskilligt som kan uppfattas som partipolitisk tendens kan också vara ett uttryck för mer allmänna eller journalistiska värderingar på det sätt som beskrivits i det inledande fallet Österköping.

Organisationerna

De stora intresseorganisationerna och de ideella och religiösa sammanslutningarna utgör betydelsefulla maktfaktorer i det svenska samhället. Detta förhållande avspeglar sig också i massmedierna och i debatten om medierna. Flertalet av dem återfinns bland aktieägarna i Sveriges Radio. Däremot är det endast Landsorganisationen och Pingströrelsen som skaffat sig direkta ägarintressen i dagspressen. Det betyder dock inte att andra organisationer saknar inflytande i tidningarna.

Även om denna framställning är begränsad till etermedierna och dagspressen kan det finnas anledning att erinra om den rika floran av medlemstidningar och tidskrifter med anknytning till organisationsvärlden. LO:s "officiella språkrör" är således inte Aftonbladet utan tidskriften Fackföreningsrörelsen, som kommer ut en gång i veckan i 16 000 ex. Det största LO-förbundet, Metall, ger också

ut en veckotidning, Metallarbetaren, som har en upplaga på 330 000 ex. Tillsammans representerar LO:s och LO-förbundens 23 tidskrifter en upplaga på över 1,5 miljoner exemplar med växlande periodicitet.

På tjänstemannasidan är TCO-tidningen (ca 30 000 ex) språkrör för den största huvudorganisationen. Även där förekommer förbundstidningar, av vilka den största är Industritjänstemannen (160 000 ex). SACO ger ut SACO-tidningen (112 000 ex). Bland förbundstidningarna kan nämnas Läkartidningen (13 000 ex). Civil-ekonomföreningen utger ett medlemsblad, CF-tidningen (12 000 ex) och en facktidning, Ekonomen (11 300 ex). Språkrör för Sveriges Arbetsledareförbund är Arbetsledaren (81 000 ex).

Företagens intressen företräds främst av tidningen Arbetsgivaren, som i 40 000 ex utges av SAF och utkommer en gång i veckan, och av Vår industri (12 nr per år, upplaga 20 000) som ges ut av Sveriges Industriförbund. Dessa tidningars inriktning skiljer sig på samma sätt som organisationernas: Arbetsgivaren behandlar företrädesvis frågor som har med förhållandena mellan företagen och de anställda att göra, medan Vår industri huvudsakligen sysslar med allmänna frågor som rör industrin.

Jordbrukets, industrins och det övriga näringslivets organisationer publicerar minst 130 tidskrifter. Dessa, vars upplagor ofta är obetydliga, studeras i en SNS-undersökning som kommer att ges ut 1973.

Sveriges Hantverks- och Industriorganisation (SHIO) ger ut tidskriften Hantverk och Industri (upplaga 33 000 ex), Sveriges Företagares Riksförbund Företagaren (22 000 ex), Sveriges Köpmannaförbund tidningen Köpmannen (28 000 ex), Lantbrukarnas Riksförbund tidskriften LAND (342 000 ex), Svenska Bankföreningen Ekonomisk revy (9 000 ex) och Svenska Sparbanksföreningen Svensk Sparbankstidskrift (10 000 ex).

Även nykterhetsorganisationerna, de religiösa samfundet, folkbildningsorganisationerna och en rad andra ideella rörelser ger ut egna tidskrifter. Tillsammans representerar organisationstidskrifterna, som framgår redan av denna uppräkningslista, en upplaga på miljontals exemplar med varierande periodicitet.

Till största delen rör det sig om medlemstidningar. Deras opinions-

bildande effekt vet man relativt litet om. Men naturligtvis vet man att det finns en sådan effekt. Den förstärks också många gånger av att meningsyttringar och mer eller mindre uppseendeväckande artiklar i organisationstidskrifterna citeras eller refereras i dagspressen, radio och TV.

Organisationspressen utövar också både påtryckning och påverkan på press, radio och TV. Det förekommer ofta allmän kritik mot dessa massmedier både generellt och i konkreta fall. En del av organisationstidskrifterna, t ex LO:s Fackföreningsrörelsen och Industrieförbundets Vår industri, har varit aktiva i den allmänna debatt som förs om massmedierna.

Sveriges Radio

Facktidskrifterna är naturligtvis bara en av de kanaler som organisationerna har till press, radio och TV, och förmodligen inte den viktigaste. Tidigare har nämnts organisationernas möjligheter till inflytande i Sveriges Radio genom representation i radiostyrelsen. Särskilt LO-representanten bör rimligtvis ha en stark ställning i frågor där han kan påräkna stöd från politiska meningsfränder i styrelsen. Men utan tvivel finns det också åtskilliga frågor där flera organisationsrepresentanter har likartade värderingar. Det mest närliggande exemplet är naturligtvis deras krav på att Sveriges Radio skall visa tillbörlig respekt för de stora organisationerna.

Det har också skapats en väg för organisationerna till radio/TV som i viss mån går vid sidan om Sveriges Radios styrelse och radioledningen genom TRU (kommittén för radio och TV i utbildningen). Som nämnts i kapitlet Massmedierna pågår genom TRU en försöksverksamhet med utbildningsprogram. TRU-kommittén tillsattes 1967 och verksamheten är direkt underställd utbildningsdepartementet. Sändningsansvaret har dock Sveriges Radio.

Vuxenutbildningen genom TRU bedrivs i stor omfattning i samarbete med studieförbunden och de stora intresseorganisationerna. I TRU-betänkandet, som lämnades våren 1971, föreslogs en permanent styrelse, som skulle bestå av bl a representanter för utbildnings-

myndigheterna och AMS, Folkbildningsförbundet, Kommunförbundet, Landstingsförbundet, SAF, LO, SACO och TCO.

Det kan nämnas att samarbetet mellan TRU — eller kanske rätare den programproducerande personalen — och organisationerna hittills inte varit helt gnisselfritt. När TRU skulle medverka i LO-kampanjen ”Medlem driver på” 1971—72 med fem program på kvällstid i TV 1, fick det första programmet i serien en utformning, som väckte våldsam kritik i den fackliga pressen och i socialdemokratiska dagstidningar. Företrädare för LO hade fått se programmet i förväg och kritiken togs upp redan innan det sändes.

De stora organisationernas möjligheter att medverka i styrning av Sveriges Radios verksamhet genom styrelsen har berörts i tidigare avsnitt, där det påpekats att radiostyrelsens befattning med programfrågor är begränsad. Men det har även erinrats om styrelsens aktivitet i några speciella sammanhang, bl a när det gällde den sedermera av radionämnden fällda serien *Från socialism till ökad jämlikhet*, som sändes i TV 1 hösten 1971.

Det torde dock vara betydligt vanligare att organisationerna utövar inflytande på radio- och TV-verksamheten på andra nivåer. I boken *Påtryckare* (1967), som bygger på ett seminariearbete av författaren, Timo Kärnekull, vid statsvetenskapliga institutionen vid Uppsala universitet, redovisas ”praktikfall” och intervjuer med anställda i Sveriges Radio som tyder på att olika former av påtryckningar och påverkan förekommer relativt ofta.

”Otillbörliga” påtryckningar — uttrycket definieras inte närmare — uppges vara mycket ovanliga. Kärnekull fick praktiskt taget genomgående nej från de medarbetare i radio och TV som han intervjuade på frågan om de kunde påminna sig något fall där de ansåg sig ha blivit utsatta för ”otillbörlig påtryckning” från någon organisations sida. Det förefaller dock som om ”otillbörlig” i det här sammanhanget ansågs avse endast mycket grava fall av hot eller mutförsök.

För egen del använder Kärnekull i sin redovisning en av bitr. professor Nils Elvander utvecklade distinktion mellan negativa och positiva påtryckningar. Den negativa påtryckningen tar sikte på att skaffa sig förmåner genom hot eller tvång. Det kan vara fråga om

att tvinga till sig ett program men också att försöka hindra att ett för organisationen "misshagligt" program sänds eller att förmå programledningen att göra sk rättelseprogram, om ett sådant redan har blivit sänt. Den positiva formen av påtryckning omfattar enligt Kärnekull nästan allt annat — från det beskedligaste brev eller telefonsamtal till regelrätta diktat med förslag om program — under förutsättning att det inte har formen av hot eller tvång.

Kärnekull redovisar intervjuer med 32 producenter och sektionschefer, varav 14 från ljudradion och 18 från TV. Ungefär hälften av ljudradions producenter uppgav att frekvensen positiva påtryckningar var ganska stor. Ungefär lika många ansåg att det sällan rörde sig om negativa påtryckningar. På TV var det omkring 80 procent som ansåg att positiva påtryckningar förekom regelbundet. Av de 18 TV-anställda uppgav 11 att negativa påtryckningar också förekom regelbundet.

Sexton organisationer innefattas i Kärnekulls undersökning. Det är Kooperativa Förbundet (KF), Landsorganisationen (LO), Riksförbundet Landsbygdens Folk (RLF), Statstjänstemännens Riksförbund (SR), Svenska Arbetsgivareföreningen (SAF), Svenska Bankföreningen, Svenska Försäkringsbolags Riksförbund, Svenska Sparbanksföreningen, Sveriges Akademikers Centralorganisation (SACO), Sveriges Hantverks- och Industriorganisation (SHIO), Sveriges Industriförbund, Sveriges Allmänna Exportförening, Sveriges Grossistförbund, Sveriges Köpmannaförbund, Sveriges Lantbruksförbund och Tjänstemännens Centralorganisation (TCO).

Av dessa organisationer har RLF och SL sedermera slagits samman till Landsbygdens Riksförbund (LRF). Exportföreningens funktioner har uppdelats på Sveriges Exportråd och Sveriges Industriförbund.

Som synes har Kärnekull valt att undersöka förekomsten av påtryckningar från de stora fackliga organisationerna och näringslivsorganisationerna. De religiösa samfundet och nykterhetsorganisationerna som också är företrädade bland Sveriges Radios aktieägare och i radiostyrelsen ingår inte i undersökningen som bl a innefattar organisationernas korrespondens med Sveriges Radio.

Tillsammans svarar de här nämnda organisationerna för mindre

än en procent av Sveriges Radios korrespondens under den tid Kärnekulls undersökning avser. Han redovisar statistik beträffande påtryckningar genom brev gentemot Sveriges Radios föredragsavdelning åren 1945—59, av vilken framgår att LO var den utan konkurrens mest aktiva påtryckaren. Ett gott stycke efter kom SAF och därefter TCO, KF, SHIO, Sveriges Köpmannaförbund och Industriförbundet med ganska lika frekvens.

I intervjuerna lät Kärnekull radio- och TV-producenterna rangordna organisationerna efter hur effektiva de ansågs ha varit i sin påtryckningsverksamhet enligt ett poängsystem. LO hamnade också där på första plats med 26 poäng, därefter KF (24 poäng), SAF (13), Svenska Bankföreningen (13), Svenska Försäkringsbolags Riksförbund (12), Industriförbundet (10) och Lantbruksförbundet (10).

Flera intervjuade ansåg att de större organisationerna lättare hade framgång i sina påtryckningsförsök, vilket ju också ganska väl stämmer med den ”poängtabell” Kärnekull redovisar. Det är väl också det allmänna intryck man har kunnat få under de senaste åren.

Det har emellertid tillkommit faktorer som kan ha lett till balansförändringar, i begränsad utsträckning mellan organisationerna men desto mer mellan dessa å ena sidan och en rad andra intressen och intressegrupper å den andra. De anställda i Sveriges Radio torde ha blivit mer uppmärksamma än tidigare när det gäller denna påtryckningsverksamhet. Journalistkåren i radio och TV har, delvis som en följd av TV:s expansion, ökat kraftigt och fått en annorlunda sammansättning. Nya opinionsgrupper har uppstått som pockar på massmediernas uppmärksamhet.

Organisationernas påtryckningsmöjligheter är emellertid inte bara beroende av deras storlek, makt och eventuella representation i radiostyrelsen. De kan också vara mer eller mindre skickliga påtryckare. Maktspråk torde mera sällan vara den mest effektiva påtryckningsformen. De ”otillbörliga” påtryckningarna kan förutsättas ha så negativa konsekvenser i fråga om relationerna mellan organisationernas företrädare och etermedierna att de enbart av det skälet måste betraktas som föga ändamålsenliga. Det kan inte heller vara gynnsamt för en organisation om det kommer till allmän kännedom att den försökt utöva sådana påtryckningar.

Det finns emellertid ett betydande gränsområde mellan vad som kan uppfattas som klart otillbörliga och allmänt accepterade former för påtryckning. Framför allt de stora fackliga organisationerna och näringslivsorganisationerna är väl utrustade för att arbeta i detta gränsområde. De behöver inte begagna sig av hot eller mutor utan kan välja formellt oklanderliga metoder för påtryckning.

Dessa organisationer förfogar i allmänhet över expertis av olika slag — ekonomer, jurister, informationsmän, opinionsbildare — och kan i vissa fall mobilisera en förkrossande sakkunskap gentemot massmedierna. Bara vetskapen om de resurser som står till organisationernas förfogande i dessa avseenden bör kunna göra en radio- eller TV-reporter försiktig och även mottaglig för påpekanden om vad som är lämpligt och inte lämpligt.

Tillgången till expertis ger också organisationerna en annan favör. De utgör, samtidigt som de är förespråkare för särskilda intressen och intressegrupper, viktiga nyhets- och informationskällor för massmedierna. Det ger dem självfallet utomordentliga möjligheter till positiva påtryckningar och påverkan på medierna. I många fall åtnjuter organisationernas anställda anseende som framstående experter på sina områden vilket gör att de kan uttala sig med stor auktoritet både i sina kontakter med journalister och i intervjuer för publicering.

De större arbetsmarknads- och näringslivsorganisationerna har särskilda informationsavdelningar, som bl a har till uppgift att föra ut organisationernas "budskap" till medlemmar och allmänhet. Till deras uppgifter kan också höra att underlätta kontakter och skapa goda relationer mellan organisationernas företrädare och experter å ena sidan och massmedierna å den andra. Medarbetarna vid informationsavdelningarna rekryteras utbildningsmässigt och socialt från i stort sett samma kategorier som journalisterna i massmedierna. Ett sådant gemensamt utbildningsmässigt och socialt ursprung föreligger också till viss del i fråga om anställda experter inom organisationerna och mer kvalificerade journalister i framför allt Sveriges Radio och storstadspresen.

Sådana gemensamma referensramar skapar också förutsättningar för vänskapskorruption genom personliga kontakter på Sveriges

Radio, vilka sedan kan utnyttjas vid behov.

Ordet vänskapskorruption är utan tvekan negativt laddat. Det kan naturligtvis användas om rena mutsituationer. Men man bör också kunna lägga tonvikten på det första ledet och låta ordet täcka sådana fall där de personliga relationerna skapar en positiv atmosfär utan att det ingår några i vanlig mening korrupta motiv. I den meningen torde vänskapskorruptionen spela en betydande roll i förhållandet organisationer-massmedier liksom också i andra sammanhang.

Rent praktiskt kan organisationernas påtryckning och påverkan ske i en rad olika officiella och inofficiella former. Företrädare för en organisation kan vända sig till radioledningen med en uppvakning eller en skrivelse i ett visst ärende. Detta är ingenting ovanligt och uppfattas i allmänhet som en acceptabel form av påtryckning.

Sveriges Radio kan också utsättas för kritik eller ges goda råd från organisationernas sida genom offentliga uttalanden, intervjuer eller artiklar i pressen och organisationstidskrifter. Inte heller sådana påtryckningar betraktas i allmänhet som otillbörliga.

Organisationsrepresentanter kan vidare ta informella kontakter per telefon eller direkt med personer på olika nivåer inom Sveriges Radio. I sådana sammanhang kan naturligtvis förekomma även otillbörliga påtryckningar. Eftersom den direkta kontakten torde vara den vanligaste formen av påtryckningar, är det knappast möjligt att på annat sätt än genom intervjuer av det slag som Timo Kärnekull gjort eller mer informellt försöka få en ganska allmän uppfattning om det inflytande som på det sättet utövas. Det ger en begränsad kunskap och det medger inga mått eller jämförelser mellan det inflytande som organisationerna utövar och det som har annat ursprung.

Pressen

Organisationernas inflytande på den publicitet som förekommer i pressen är delvis av samma slag som i fråga om radio och TV. Men det finns vissa skillnader i fråga om de grundläggande förutsättningarna som det kan finnas anledning att först beröra.

Som tidigare nämnts är Landsorganisationen ekonomiskt engage-

rad i dagspressen, dels direkt som ägare av Aftonbladet, dels indirekt genom att olika lokala fackföreningar är delägare i socialdemokratiska landsortstidningar. Detta engagemang, som tidvis har varit av betydande omfattning men minskat kraftigt efter införandet av det statliga presstödet har direkt samband med den socialdemokratiska pressens struktur och framväxt.

Tidningsaffärerna har inte varit okontroversiella inom LO. Framför allt nedläggningen av Morgon-Tidningen och Aftontidningen i Stockholm och Ny Tid i Göteborg och köpet av Stockholms-Tidningen och Aftonbladet har föranlett långvariga debatter. Att intresset för att få en riksspridd socialdemokratisk morgontidning lever kvar bland LO-medlemmarna framgår dock av de vid kongresserna återkommande motionerna i ämnet.

Det kan synas märkligt att ingen annan av de stora arbetsmarknads- eller näringslivsorganisationerna skaffat sig direkta ekonomiska intressen i dagspressen, kanske särskilt med tanke på att näringslivet slussat in betydande penningssummor i olika tidningar. Detta har emellertid skett på andra vägar och utan att ge vare sig de betalande företagen eller industriorganisationerna något direkt inflytande.

När Sverige fick sin första stiftelseägda tidning, Svenska Dagbladet, 1940 skedde det genom att ett konsortium bestående av tidningens sympatisörer inom näringslivet köpte aktiemajoriteten i tidningen av familjen Trygger och skänkte den till stiftelsen Svenska Dagbladet. Rekonstruktionen av Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning 1970/71 möjliggjordes genom att det västsvenska näringslivet satsade kapital. En liknande rekonstruktion har företagits i Stockholm för att säkra en fortsatt utgivning av Svenska Dagbladet. Åtskilliga borgerliga tidningar, av vilka en stor del nu är nedlagda, har under olika tider fått ta emot kapitaltillskott och subventioner i form av osäkra lån och stödannonsering av lokala sympatisörer inom näringslivet.

Under större delen av 1940-talet förmedlades stöd från näringslivet till höger- och folkpartipress av stiftelsen Libertas. Från och med 1949 sköttes den direkta fördelningen av sådant tidningsstöd av Högerns Förlagsstiftelse och för den liberala pressens del av Stiftelsen Pressorganisation. Stödverksamheten avtog allteftersom en rad moderata och liberala tidningar med dålig ekonomi lades ned under 1950-

talet och har praktiskt taget helt upphört under 1960-talet.

Att näringslivet och dess organisationer inte funnit skäl att låta stödverksamheten i något fall utmyнна i ägande och direkt inflytande kan naturligtvis ha många förklaringar. Det kan ha berott på att man har funnit allmänna näringslivsintressen väl tillgodosedda utan sådana engagemang och att man inte ansett ägandet som sådant tillräckligt attraktivt med hänsyn till de inskränkningar som tryckfrihetsförordningen ålägger ägaren i fråga om den publicistiska verksamheten. En annan bidragande orsak kan ha varit ovilja hos företagen att dra på sig långsiktiga ekonomiska bindningar i en bransch som i många fall visat sig riskfylld.

I likhet med partierna — som tidigare framgått — är emellertid näringslivet relativt ofta indirekt företrätt i tidningsföretagens styrelser genom att t ex bankmän och företagare av olika slag utsetts av bolagsstämmorna för att tillföra tidningarna den sakkunskap de besitter. Detta kan även gälla i typiska familjeföretag och stiftelseägda tidningar. Sådana styrelseledamöter kan givetvis efter möjligheter och egen inställning hävda allmänna näringspolitiska intressen i den mån publicistiska frågor berörs i styrelserna. Däremot torde det vara ovanligt att en ledamot av en tidningsstyrelse uppträder som talesman för någon speciell näringslivsorganisation.

Till skillnad från Sveriges Radio har tidningarna full frihet att allmänt och i olika sakfrågor ta ställning för eller emot en viss organisation och de intressen den företräder. När det gäller arbetsmarknads- och näringslivsorganisationerna förekommer också ofta sådana ställningstaganden. Sker det i form av kommentarer på ledarsidan betraktas det i allmänhet som ett naturligt inslag i samhällsdebatten. Ställningstaganden på nyhetsplats är ofta svårare att identifiera. De kan ha karaktären av intervjuer eller faktisk redovisning och behöver inte alltid stå i överensstämmelse med tidningens officiella värderingar.

Det ligger i sakens natur att den socialdemokratiska pressen ger Landsorganisationen sitt stöd i frågor där LO uppträder som part eller företräder värderingar som även omfattas av socialdemokratien. Likaså ställer socialdemokratiska tidningar gärna upp till försvar av regeringen, då det riktas kritik från näringslivsorganisationerna mot

t ex den ekonomiska politiken.

Borgerlig press har på motsvarande sätt en benägenhet att instämma i kritik från näringslivet mot socialdemokratisk politik. När det gäller t ex förhandlingar på arbetsmarknaden är ställningstagandena emellertid mer växlande.

Även på nyhetsplats och i reportagen finns det skillnader mellan socialdemokratiska och borgerliga tidningars attityder till organisationerna. Men skillnaderna är i det fallet också betydande mellan olika tidningar inom respektive grupper. Det är alltså i allmänhet möjligt för t ex Arbetsgivareföreningen och Industriförbundet att få sina nyheter publicerade och att "komma till tals" också i socialdemokratisk press. Fackliga reportage i borgerliga tidningar kan ofta vara klart positiva till LO. Näringslivsorganisationerna utsätts också för kritisk granskning, inte minst i de stora liberala tidningarna. Det är kanske mindre vanligt att LO får utstå en ogynnsam behandling i socialdemokratiska tidningars nyhetsspalter, men det förekommer.

LO och SAF intar dock i viss mån en särställning i dessa avseenden. När det gäller andra organisationer som exempelvis TCO och SHIO är ställningstagandena i pressen mer skiftande både i ledarkommentarer och på nyhetsplats. Men det kan också förekomma att fackliga organisationer och näringslivsorganisationer kommer i konfliktsituationer som gör dem mer kontroversiella. Ett exempel är publiciteten kring SACO i 1970/71 års avtalsrörelse. Bertil Östergren ger i *Makten och ärligheten* (1970) exempel på angrepp riktade mot SACO både i ledare och på nyhetsplats i socialdemokratiska och borgerliga (liberala och centerpartistiska) tidningar. Vad han dock främst vänder sig mot är påstådd snedvridning av informationen — ett ämne som vi skall komma till längre fram i denna bok.

Man skall kanske i en del sammanhang skilja mellan organisationerna och de intressen de företräder. Det kan således förekomma att LO som organisation och enskilda LO-funktionärer kritiseras i socialdemokratisk press. LO-kollektivet kan emellertid alltid påräkna en gynnsam behandling. Däremot riktar sig kritik mot TCO ofta mot tjänstemannagrupperna och inte speciellt mot TCO som organisation. SACO har dock fått känna av båda delarna i betydande omfattning.

I borgerlig press förekommer också ofta en kritik mot organisatio-

nerna som maktcentra och härdar för byråkrati. Samtidigt spelar dock "byråkraterna", som tidigare nämnts i samband med Sveriges Radio, en betydande roll som nyhetskällor och auktoriteter i massmedierna. Det är alltså ofta ett växelspel mellan kritik och indirekt inflytande, där även t ex SACO synes klara sig förhållandevis väl i det stora hela.

En grupp som är ganska rikligt företrädd inom pressen, både i tidningsstyrelser och inom redaktionerna, är nykterhetsrörelsen, framför allt inom den liberala pressen. Vissa tidningar redovisar på ledarplats en mycket starkt nykteristisk inställning. Det är i allmänhet dock inte någon speciell nykterhetsorganisation som utövar inflytande över tidningen.

På samma sätt har frikyrkligheten aktivt stöd från vissa liberala tidningar. I båda fallen rör det sig om den "frisinnade" delen av folkpartipressen. Exponenter för denna är t ex Västerbottens-Kuriren och Jönköpings-Posten, medan andra tidningar med historisk anknytning till den liberala delen av folkpartiet som exempelvis Dagens Nyheter, Handelstidningen och Upsala Nya Tidning ibland markerar avstånd till nykterhetsorganisationerna och de frireligiösa samfunden i kontroversiella frågor.

Någon direkt makt lär inte heller dessa rörelser utöva i tidningarna, om man undantar tidningen Dagen. Men givetvis skapar det i vissa fall mycket starka engagemanget hos tidningarna gynnsamma förutsättningar för påtryckningar och påverkan från de organisationer och samfund tidningarna ger sitt stöd.

Organisationer kan, liksom de politiska partierna, ha "sympatisörer" bland tidningarnas ägare, utgivare och journalister. Men det är långtifrån självklart att sympatierna är ensidigt inriktade inom ett och samma tidningsföretag. Förutsättningarna för att det skall råda en viss värdegemenskap mellan ägare och utgivare har påpekats tidigare. Organisationsvärlden representerar dock så varierande intressen att det är svårt att föreställa sig en total överensstämmelse i fråga om inställning och attityder ens mellan företrädarna för dessa två kategorier i ett tidningsföretag.

Ännu mer varierande är organisationssympatierna bland övriga kategorier inom tidningsredaktionerna. Att LO har övervägande

sympatisörer inom socialdemokratiska tidningars redaktioner är förklarligt med hänsyn till ägarförhållandena och den socialdemokratiska pressens tillkomst och traditioner. Många av journalisterna i socialdemokratiska tidningar har också rekryterats från fackföreningsrörelsen. Detta och de nära relationerna mellan LO och socialdemokratin har samverkat till att ge tidningarnas redaktioner en mera politiskt homogen sammansättning än vad fallet är i borgerlig press.

Det kan dock erinras om att journalisterna även i de socialdemokratiska tidningarna är fackligt anslutna till TCO via Svenska Journalistförbundet. Vilken betydelse denna organisationstillhörighet har för nyhetsjournalisternas behandling av textfackliga frågor är svårt att bedöma. Det förefaller emellertid inte som om den vare sig i socialdemokratisk eller annan press skulle föranleda några allvarigare lojalitetskonflikter. Ingenting tyder heller på att TCO på grund av detta skulle kunna påräkna några favörer i nyhetssammanhang.

Rent allmänt borde man kunna anta att organisationssympatier har en viss betydelse vid journalisternas val av arbetsplatser. Av allt att döma spelar dock sådana faktorer — om man undantar LO och den socialdemokratiska pressen — inte någon särskilt framträdande roll. I allmänhet torde sådana omständigheter som tidningarnas storlek, geografiska belägenhet och löne- och anställningsvillkor vara betydligt mer avgörande.

Företagen

Frågan om relationerna mellan företag och massmedier har tilldragit sig stort intresse i den allmänna debatten. Bakgrunden till talet om en "förtroendekris" mellan företagen och massmedierna har analyserats i SNS/EFI-boken *Massmedia och företagen* (1972).

Företagen betraktas i dessa sammanhang som objekt för massmediernas verksamhet. Den delvis omvända frågeställningen vad företagen gör med massmedierna och vilket inflytande de utövar på medierna har inte tilldragit sig samma allmänna intresse, även om den

berörts i forskning och debatt (se EFI-Prisma: *Kommunikation och påverkan* (1969) och *Människor och företag i kommunikationssamhället* (1971)).

Ett skäl till att företagsinflytandet på massmedierna dock i så begränsad omfattning behandlats konkret i seriös forskning och debatt kan vara svårigheten att finna uttryck för direkta styrningsmekanismer.

Sveriges Radio

Det enda företag som skulle kunna tänkas ha något direkt ägarinflytande i Sveriges Radio är tidningarna, som alltsedan Radiotjänsts tillkomst har aktieposter av varierande storlek i företaget. Den största aktieägaren bland tidningsföretagen är Svenska Dagbladet, som innehar 526 av pressens och dess organisationers totalt 4 320 aktier. Som nämnts i avsnittet om ägarna har dock pressens relativa andel av aktierna i Sveriges Radio reducerats genom att folkrörelsernas aktieinnehav har ökat genom nyteckningar.

Svenska Dagbladet var också tidigare representerat i radiostyrelsen genom chefredaktör Allan Hernelius. I den mån han utövade inflytande över Sveriges Radios verksamhet, vilket Timo Kärnekull gjorde gällande i sin tidigare nämnda bok *Påtryckare*, torde det dock främst ha varit som politiker och inte som företagsledare. Hans efterträdare, TT-chefen Jan-Otto Modig, framträder kanske i högre grad som representant för pressens organisationer.

I den mån inflytande kan göra sig gällande från enskilda och kooperativa företag torde det också kunna ske framför allt genom näringslivsorganisationerna och deras företrädare i radiostyrelsen eller — när det gäller statliga eller sk allmännyttiga företag — genom politikerna i styrelsen. Givetvis kan man tänka sig ”koalitioner” i särskilda principfrågor mellan olika intresserepresentanter. Det är dock inte sannolikt att enskilda företagsintressen på sådant sätt kan spela någon väsentlig roll för radiostyrelsens avgöranden, som i allmänhet endast indirekt och mer generellt rör själva programverksamheten.

Om företagens inflytande genom styrning således torde vara starkt begränsat kan det vara desto större när det gäller påtryckning och påverkan. Liksom organisationerna — och som redan framhållits även genom organisationerna — har företagen påtrycknings- och andra påverkansmöjligheter på alla nivåer inom Sveriges Radio. Det är också omvittnat att dessa möjligheter utnyttjas i betydande omfattning.

Av naturliga skäl finns det inga tillförlitliga uppgifter om i vilken omfattning det förekommer påtryckningar av otillbörlig karaktär. Särskilt svårt är det givetvis att få veta någonting om framgångsrika otillbörliga påtryckningsaktioner. Generellt sett bör man dock kunna utgå från att Sveriges Radio har en förhållandevis stark motståndskraft mot eventuella försök från företag att genom hot eller mutor öva inflytande på programverksamheten. Till detta bidrar att Sveriges Radio inte är ekonomiskt beroende av några företagsintressen och att programfrågor i allmänhet behandlas av flera olika instanser inom företaget.

När det gäller påverkan i mer allmän mening — t ex tips och påpekanden av olika slag rörande nyheter och synpunkter som ett företag vill ha uppmärksammade i massmedierna — finns det ingen anledning att förmoda att Sveriges Radio skulle vara mindre utsatt än andra medier eller att mottagligheten generellt sett skulle vara mindre.

Två omständigheter talar snarast för motsatsen. Mer eller mindre välgrundat har man på företagshåll en benägenhet att betrakta radion och framför allt televisionen som viktigare medier än tidningarna. Det förekommer att ”händelser” som exempelvis visningar, presskonferenser och dylikt anpassas i fråga om tid och uppläggning så att de skall passa TV:s nyhetsprogram. Ibland lämnas nyheter först till TV för att man i första hand vill se dem placerade där. Detta att få favörer och eventuellt garantier att komma först med publicering kan naturligtvis i viss mån även påverka TV:s nyhetsbedömning.

Sveriges Radio är vidare ett massmedium ”i allmänhetens tjänst”, som skall rapportera om ”nuets händelser”. Radio och TV kan alltså sägas ha en förpliktelse att rapportera och vidarebefordra viktigare meddelanden. Detta kan för Sveriges Radios medarbetare innebära

ett visst tryck, även om det naturligtvis knappast är möjligt för ett företag att formellt hänvisa till avtalet mellan staten och Sveriges Radio för att kräva publicitet i ett speciellt fall.

Däremot kan radiolagen och radioavtalet ofta åberopas om det gäller ”negativa påtryckningar” enligt Nils Elvanders tidigare nämnda definition. Det kan alltid hävdas att en viss publicitet skulle stå i strid med t ex opartiskhetskravet.

Pressen

Som nämnts tidigare har näringslivet i betydande omfattning givit ekonomiskt stöd åt tidningar. Detta tidigare förekommande stöd har dock i allmänhet slussats genom för näringslivet gemensamma organ, Libertas och Näringslivets fond, och inte förbundits med förpliktelser för de stödmottagande tidningarna gentemot företag som tillskjutit medel.

I den mån det förekommer någonting som kunde betecknas som styrning från företagshåll av enskilda tidningar skulle det emellertid kunna ske på indirekt väg genom att företagen med hjälp av ekonomiska eller andra bindningar har inflytande över tidningarnas styrelser och/eller utgivare. Strukturförändringen inom framför allt den borgerliga pressen har dock gjort att sådana bindningar har förlorat i betydelse i den mån det alltjämt finns några.

Ekonomiskt starka tidningar har betydligt bättre förutsättningar till redaktionell självständighet än tidningar som är beroende av stöd från staten, partier, företag eller enskilda finansiärer. Det torde i allmänhet även gälla tidningar, som genom ägarskap och/eller personalunioner har mer eller mindre stark anknytning till andra företag. Ganska vanligt är t ex att ett tidningsföretag och ett civiltryckeri har utvecklats ur samma företag, där kanske en boktryckare ursprungligen startade tidningen.

Men även i fråga om stödberoende tidningar har man ofta varit angelägen att skapa spärrar mot inflytande från utomstående företag via deläggande eller på annat sätt. Exempel härpå är Svenska Dagbladet och Handelstidningen, där tidningarnas redaktionella själv-

ständighet har ingått som förutsättning vid finansiering utifrån.

I likhet med partier, organisationer och andra intressen har naturligtvis företagen möjligheter att utöva påtryckning på tidningarna. Genom att tidningarna är ekonomiskt beroende av annonsering finns även den vägen möjligheter till inflytande.

Ett företag kan försöka öva påtryckning på en tidning genom att inställa eller hota med att inställa sin annonsering. Om det gäller en stor annonsör och en ekonomiskt svag tidning kan detta ge företaget ett visst inflytande. De större företagen utnyttjar emellertid numera i allmänhet annonsbyråer, varvid medievalet avgörs av fackfolk för att uppnå en speciell, önskvärd täckning. Även medelstora och mindre företag bedriver i allt större omfattning sin annonsering efter sådana medievalsprinciper vilket minskar förutsättningarna för det slagets påtryckningar genom selektivitet som här nämnts. I den mån det förekommer torde det huvudsakligen vara på lokal nivå och av relativt begränsad betydelse.

Annonsörernas inflytande inom pressen skiljer sig därefter i realiteten inte väsentligt från det inflytande som utövas av andra företag och intressegrupper. Vetskapen om att ett företag är en stor annonsör i tidningen kan naturligtvis påverka redaktionen att intressera sig positivt för företaget. Men ett sådant positivt intresse kan också föranledas av att ett företag, som sällan annonserar i pressen, har många anställda och spelar en stor roll för svensk export eller ortens näringsliv.

De vanligaste och mest betydelsefulla vägarna till inflytande i massmedierna är för företagen i stort sett desamma som för organisationerna — direkta kontakter och personlig påtryckning och påverkan. I framför allt de större företagen finns liksom i organisationerna experter av olika slag som massmedierna i betydande grad är beroende av som informationslämnare. I den mån de inte själva också är kunniga informationsmän har de ofta specialister på detta område till hjälp i företagen.

De företag som är intressanta nyhetskällor har i allmänhet också goda möjligheter att skaffa sig gynnsam publicitet. Det gäller t ex företag med många anställda, med stora svenska exportartiklar och

sådana som är utpräglade innovationsföretag. Ju fler och bättre nyheter företaget kan ”servera”, desto mer angeläget är det även för massmedierna att det råder goda relationer. Ett exempel på företag med ett sådant gynnsamt publicitetsläge är bilindustrin.

Men företagsledningarna och informationsexperterna i företagen är inte de enda nyhetskällorna. Genom att miljö- och arbetsplatsfrågor kommit att tilldra sig allt större intresse har företagens ställning relativt sett försvagats på informationsområdet. Olika grupper av anställda, fackliga representanter, arbetsmarknadsmyndigheter och andra statliga och kommunala organ konkurrerar som nyhetskällor när det gäller förhållanden som rör företagen.

Konkurrensen gäller inte bara informationstillfällena utan också informationens trovärdighet. De större företagen har i allmänhet goda möjligheter att hävda sig i denna konkurrens. Mot den statlige miljövardsexperten kan man ställa upp egen expertis, vars auktoritet kan vara väl så stark. Företagen har resurser att granska och bemöta kritik som kommer fram i massmedierna.

För de medelstora och mindre företagen ställer det sig ofta svårare, när de utsätts för kritisk granskning i massmedierna. De kan befinna sig i ett informationsmässigt underläge genom att inte ha personella och ekonomiska resurser för att argumentera och bemöta kritiken.

Konsumenterna

Ett slags konsumentinflytande utövas på radio och TV genom Sveriges Radios publikundersökningar och på pressen genom marknadsystemet. Det är trubbiga instrument för påverkan, såväl när det gäller för konsumenterna att ge uttryck åt sina önsknings som när utslagen skall avläsas av dem som ansvarar för massmedieutbudet.

En total anpassning av radions och televisionens programutbud till konsumentmajoriteten sådan den avspeglar sig i publikundersökningarna skulle strida mot avtalet mellan staten och Sveriges Radio, där det bl a heter att programverksamheten skall bedrivas med beaktande av ljudradions och televisionens centrala ställning i samhället,

att programmen skall vara omväxlande till karaktär och innehåll, i skäligen omfattning tillgodose olika intressen i fråga om bl a religion, musik, teater, konst, litteratur och vetenskap och skänka god förströelse och underhållning med beaktande av olika smakriktningar. Det understryks särskilt i avtalet att även mindre gruppers intressen av mera särpräglad natur i görlig mån skall tillgodoses.

För pressens del gäller att man även konkurrerar om olika mindre läsargrupper. Kvällstidningarna som genom sitt beroende av lösnummerförsäljning i allmänhet är mer utpräglat marknadsanpassade än morgontidningarna med den dominerande delen av upplagan på abonnemangsbasis konkurrerar även sinsemellan med avdelningar med seriös och kvalificerad information och debatt.

I Sverige finns inga särskilda konsumentorganisationer på massmedieområdet som i USA och England. Konsumenternas opinioner och värderingar är därför hänvisade till andra vägar till beslutsfattare och medarbetare i massmedierna. Det kan bl a vara de organisationer som finns — fackföreningsrörelsen, konsumentkooperationen, andra intresseorganisationer, ideella föreningar och religiösa samfund. Det inflytande som tidigare diskuterats i fråga om dessa organisationer kan således till vissa delar även vara ett direkt eller indirekt konsumentinflytande. Det förekommer också ofta att organisationer i uttalanden och remissutlåtanden i frågor som rör massmedierna anser och säger sig företräda konsumentintressen.

Ett för svenska förhållanden ovanligt försök till konsumentpåverkan utgjorde den sk Anebyaktionen, som startades 1971 mot sex- och våldsinslag i TV. Aktionen inleddes av baptistförsamlingen i Aneby och fick efterhand rikskaraktär. Deltagarna skulle ställa undan sina TV-apparater och låta bli att förnya licensen för att på det sättet öva påtryckning på Sveriges Radio.

Organiserade bojkottaktioner mot massmedierna förekommer annars sällan i Sverige. Det kan t ex tyckas ligga relativt nära till hands för Landsorganisationen i egenskap av tidningsägare och -intressent att uppmana sina medlemmar att inte läsa andra än socialdemokratiska tidningar. Bortsett från en del lokala aktioner har emellertid fackföreningsrörelsen i allmänhet skilt på tidningsstöd och tidningsläsning.

Konsumentinflytande av det slag som här nämnts har inte karaktären av styrning enligt den definition som getts utan yttrar sig som påtryckning. Dessa inflytandemöjligheter är också i allmänhet den enskilde massmediekonsumenten hänvisad till.

Sveriges Radio

Enskilda konsumenters, TV-tittares och radiolyssnares, möjligheter att öva inflytande på Sveriges Radio är naturligtvis generellt sett mycket begränsade. Publikundersökningarna arbetar huvudsakligen med kollektiva reaktioner och opinioner som når radioledningen och medarbetarna i form av statistik och analyser. Men det finns vissa formella kanaler även för individuella reaktioner och synpunkter. Dessa är dels den s k klagomuren och radiochefens sekretariat, dels radionämnden.

Klagomuren utgörs av jourpersonal som tar emot samtal från tittare och lyssnare som vill framföra synpunkter på program. Den har fått sitt namn och institutionaliserats genom tidningarna som efter särskilt uppmärksammade program har tagit reda på hur många som ringt och velat tillkännage sina åsikter och vad som sänts. I tidningarna får man då i allmänhet veta att så och så många hundra TV-tittare har hört av sig och hur stor del som har haft kritiska respektive uppskattande kommentarer att göra. Radioledningen bör kunna förutsättas få något utförligare redogörelser för vad som anförts vid klagomuren, men även dessa opinioner torde, när det kommit så långt, ha fått en anonym och kollektiv karaktär.

Möjligheten att skriva till radiochefen utnyttjas av enskilda personer såväl som av organisationer och företag. För organisationen eller företaget kan det ofta vara en ineffektiv väg. Det är lättare att ta personlig kontakt med någon ansvarig inom radioledningen eller någon medarbetare man känner inom Sveriges Radio. För den enskilde tittaren eller lyssnaren som inte har sådana kontakter kan brevet vara ett bättre sätt att nå fram med speciella synpunkter än ett telefonsamtal till klagomuren eller till någon upptagen programtjänsteman. Många skriver också till Sveriges Radio och framför

klagomål eller önskemål om programverksamheten. Vid Sveriges Radio försäkras man att breven blir lästa och — om innehållet motiverar det — även att de besvaras och åtgärder vidtas.

Men naturligtvis är det ingen som kan räkna med att annat än i speciella fall kunna påverka programverksamheten genom att skriva brev till Sveriges Radio. Något maktinstrument för den enskilde radio- och TV-konsumenten är det inte.

Den som inte nöjer sig med att få sina åsikter och reaktioner framförda till radiochefen kan vända sig till radionämnden, en möjlighet som också utnyttjas av såväl enskilda som organisationer och företag. En skrivelse till radionämnden måste dock ha karaktären av en anmälan och avse ett program som har sänts i radio eller TV för att den skall tas upp till behandling av nämnden. Allmänna synpunkter på programverksamheten får radionämnden inte befatta sig med. Anmälaren kan räkna med framgång endast om det program som klagomålen riktas mot på ett eller annat sätt har stått i strid med radiolagen eller avtalet mellan staten och Sveriges Radio. Dessa frågor har behandlats utförligt i SNS-boken *Lag och etik för massmedier* (1971).

En ytterligare väg till påverkan på Sveriges Radio går genom pressen. Radio- och TV-recensenter, kommentatorer, kultur- och sportskribenter i tidningarna kan ge uttryck åt och skapa konsumentopinioner som kan påverka Sveriges Radios styrelse, programledning och producenter. Exempel på sådana framgångsrika aktioner finns inte minst i sportsammanhang där särskilt Expressen har bedrivit en kraftig opinionsbildning för att få till stånd TV-sändning av större fotbolls- och ishockeyevenemang. Radio- och TV-konsumenter kan också komma till tals på tidningarnas insändaravdelningar med synpunkter på programverksamheten.

Hur mycket radioledning och producenter påverkas av pressdebatten och hur pass stor del av denna som skall tillskrivas konsumentopinioner är omöjligt att ange. Men självfallet spelar den allmänna debatten en stor roll för planering och programverksamhet vid Sveriges Radio, varvid olika konsumentopinioner inverkar vid sidan av andra intressesynpunkter som kommer till uttryck i debatten.

Pressen

Marknadssystemet ger i stort sett endast ett mycket generellt konsumentinflytande på pressen. Konsumenternas preferenser spelar dock en långt större roll för tidningarna än vad publikundersökningarna gör för Sveriges Radio, eftersom de förra är direkt ekonomiskt beroende av sina upplagor både för annonser och för abonnemangs- eller lösnummerintäkter.

Den enskilde tidningskonsumenten kan uttrycka sitt gillande eller ogillande genom att köpa eller låta bli att köpa tidningen. Om detta skall leda till något inflytande över tidningens policy vill det till att många konsumenter reagerar på samma sätt. Det har i begränsad omfattning förekommit att läsare har sagt upp sina tidningsabonnemang i protest mot ändringar i tidningarnas policy. Ett anmärkningsvärt undantag är den massflykt som skedde efter det att Landsorganisationen hade köpt den tidigare liberala Stockholms-Tidningen 1956, då tidningen på kort tid förlorade 40 000 prenumeranter.

Andra tidningar har fått känna av sådana läsarreaktioner i mindre format vid olika tillfällen. Ibland har de också utlösts av betydligt mindre anledningar än politiska attitydförändringar. Det har t ex berättats att Svenska Dagbladet vid ett par tillfällen har utsatts för press från läsarna när man har försökt dra in serien "Dragos". Man torde kunna utgå från att det i allmänhet inte behövs särskilt många abonnemangsuppsägningar för att en tidningsledning skall bli alarmerad.

Konsumentopinioner av det slaget spelar troligen en mycket liten roll för tidningarnas upplageutveckling. Det inflytande som marknadssystemet ger konsumenterna följer i allmänhet helt andra linjer än den allmänna debatten.

Den enskilde tidningskonsumenten kan öva direkt påtryckning eller påverkan på en tidning genom chefredaktören eller medarbetare i redaktionen. De påtryckningsmöjligheter han har i egenskap av konsument är främst hotet att sluta köpa tidningen. Är det fråga om att få speciella synpunkter framförda i insändarspalten eller på annat sätt kan han också hota med att vända sig till en eventuellt

konkurrerande tidning eller till riks- eller regionalradion. Sådana påtryckningar är inte ovanliga.

En tidningskonsument som känner sig personligt förorättad av någonting som står i tidningen kan i likhet med organisationer och företag vända sig till allmänhetens pressombudsman och pressens opinionsnämnd. Dessa institutioner kan hjälpa honom att få rättelse eller upprättelse i speciella fall när avsteg gjorts från ”god journalistisk sed” och att hävda eventuella genmäleskrav. Förutsättningarna för detta finns också redogjort för i *Lag och etik för massmedier*. Däremot kan inte allmänhetens pressombudsman och opinionsnämnden tillvarata tidningsläsarens intressen enbart i hans egenskap av tidningskonsument. Den som har något att anmärka på tidningen som vara måste vända sig till tidningsledningen eller möjligen i speciella fall till konsumentombudsmannen.

Pressen påverkas naturligtvis också av den allmänna massmedie-debatt som förs i tidningar, tidskrifter, böcker och i olika special-program i radio och TV. Konsumentintressena får i det fallet liksom i fråga om Sveriges Radio tävla med andra intressen om betydelse och inflytande.

Den delade makten

Den föregående framställningen har, som förutskickades, inte gett något enkelt och entydigt svar på frågan vilka som har den avgörande makten i massmedierna. Kritiken mot övertramp, snedvridningar och osakligheter i massmedierna riktar sig ofta mot de enskilda journalisterna. En annan populär vinkling är att göra gällande att alla sådana brister skulle bero på "systemet", varmed i allmänhet då menas kommersialismen eller den kapitalistiska ekonomin.

En sådan teori tvingar till ganska äventyrliga hypoteser för att förklara förekomsten av vinklingar och snedvridningar i icke kommersiella medier. Bertil Östergren vill ändå i den tidigare nämnda boken *Makten och ärligheten* dra fram ägarna i ljuset. Det är de som är ansvariga för den svenska pressens standard, menar han. De ägare han i första hand vill dra fram är familjen Bonnier och LO.

Syftet med den beskrivning som tidigare lämnats har inte varit att frita de styrande eller ägarna till massmedierna från ansvar. Det är med de förutsättningar som råder med en av staten fastställd monopolställning för etermedierna och med de starka koncentrations-tendenser som gör sig gällande på tidningsmarknaden rimligt att ställa höga krav både på Sveriges Radios styrelse och på dem som har ett avgörande inflytande i tidningarnas styrelser.

De har alltså också formell makt att styra och påverka medierna. Sveriges Radios styrelse tillsätter radiochefen och har även ytterst beslutanderätt när det gäller andra chefsposter inom företaget. Tidningarnas ägare är i tryckfrihetsförordningen tillförsäkrade rätten att till- och avsätta utgivarna. De har ingen rätt att direkt bestämma över tidningarnas innehåll, men de är oförhindrade att i kontrakt med utgivarna fastställa riktlinjer för hur tidningarna skall redigeras.

Men samma skäl som kan åberopas för att understryka radiostyrelsens och tidningsägarnas ansvar för massmedieutbudets kvalitet — monopolsituationen för etermedierna och de kraftiga koncen-

trationstendenserna för pressen — kan också anföras mot en alltför stark styrning av medierna. Radioavtalet förutsätter att en vidsträckt yttrande- och informationsfrihet skall råda i rundradion. Till användningen av begreppet yttrandefrihet i detta sammanhang skall vi återkomma längre fram. Tryckfrihetsförordningen talar om att säkerställa ett fritt meningsutbyte och en allsidig upplysning.

Den ena undertecknande parten bakom radioavtalet är regeringen, som också utser ordföranden och halva antalet styrelseledamöter i Sveriges Radio. Regeringen utser vidare hela radionämnden som har till uppgift att i efterhand pröva om program som sänts i radio och TV stått i överensstämmelse med radiolagen och avtalet. Det kan alltså inte råda någon tvekan om att regeringen har formell och reell makt över etermedierna.

Ytterst är det riksdagen som har den avgörande makten. Den beslutar på förslag av regeringen över Sveriges Radios utnyttjande av licensmedlen och ger direkta anslag till vissa verksamheter. En riksdagsmajoritet kan upphäva monopolställningen eller på andra sätt ändra förutsättningarna för Sveriges Radio.

Riksdagen kan också genom grundlagsbeslut skapa helt nya situationer för pressen. Det är inte självklart att den nya massmedielag som kan väntas bli resultatet av den pågående massmedieutredningen lämnar tidningsägarnas befogenheter ograverade.

Regering och riksdag kan emellertid även utan grundlagsbeslut förändra villkoren för tidningarna. Det har t ex skett genom införandet av annonsskatten och reklamskatten och det selektiva pressstödet. En lag om representation för de anställda i företagens styrelser, som också innefattar tidningarna, kan på längre sikt leda till förändringar i fråga om inflytandet över den redaktionella verksamheten mellan olika grupper och intressen.

De politiska partierna har givetvis genom sin representation i riksdagen del i inflytandet över massmediernas villkor. Men de har också makt och inflytande i massmedierna på andra vägar, som ägare, bidragsgivare, påtryckare och opinionsbildare. Liknande möjligheter till inflytande har andra organisationer, intressegrupper och företag.

Inflytandet för de anställda i massmedierna är huvudsakligen av

en annan karaktär. Ägare som själva aktivt deltar i tidningsföretagens verksamhet, chefredaktörer och utgivare och de högre tjänstemännen i Sveriges Radio har främst styrande funktioner och deltar i begränsad omfattning i själva produktionen av nyhetsmaterial. Deras strävan och möjligheter att påverka utformningen varierar kraftigt från företag till företag och från fall till fall. De producerande journalisternas inflytande och betydelse för nyhetsmaterialets utformning varierar i motsvarande grad.

Vem eller vilka är det då som i praktiken har det största och viktigaste inflytandet över vad som sänds i radio/TV och vad som skrivs i tidningarna? Är det styrelser och ägare, chefstjänstemän och utgivare i massmedieföretagen, arbetsledare, redigerare eller de programproducerande och skrivande journalisterna? Eller är det kanske krafter utanför massmedierna, riksdag, regering, myndigheter, partier, organisationer, företag och intressegrupper av olika slag, som betyder mest när det gäller karaktär och inriktning av information och nyhetsförmedling?

Ser man till de stora dragen ligger alltså, som framgått av den tidigare redogörelsen, en stor och avgörande makt hos statsmakterna, hos tidningsägare och hos styrande i massmedierna. Men det finns en mycket klar tendens i riktning mot ett ökat professionellt inflytande över information och nyhetsförmedling. Den har konstaterats som en direkt uttryckt strävan, en massmedieideologi, inom Sveriges Radio. Liknande värderingar gör sig mer eller mindre starkt gällande inom pressen.

Den professionella massmedieideologin är ingen ny eller för Sveriges Radio unik företeelse. Docent Ingemar Lindblad, statsvetare och bl a huvudsekreterare i 1960 års radioutredning, betecknar den i sin bok *Etermediernas värld* (1970) som en av tre huvudtendenser i den i Västeuropa dominerande public service-ideologin. De två övriga är den idealistiska och den grupporienterade ideologin.

Sveriges Radio kan från början sägas ha fungerat främst efter den idealistiska ideologin, framhåller Lindblad. Ljudradion anknöt i hög grad till den gamla folkbildartraditionen. Nu arbetar emellertid radio och TV i princip efter den professionella ideologin, men starka krafter önskar uppenbarligen att verksamheten anpassas i riktning

mot den grupporienterade ideologin, menar Lindblad.

Frågan är vilken av dessa ideologier som skall få överhanden. Båda hänvisar till allmänheten och dess intressen, men medan de grupporienterade talesmännen enligt Lindblad tenderar att se allmänheten som en serie grupper, var och en enhetlig med ensartade önskemål, tenderar de professionellt sinnade att ensidigt se publiken som sex miljoner "privatpersoner" utan andra karakteristika än längtan efter omväxlande, stimulerande program. Den grupporienterade ideologin kommer oundvikligen att gynna status quo, den vill skildra den normala, lugna verksamheten på olika områden som det önskvärda. Den professionella med sin journalistiska inriktning är mer intresserad av förändring, mer otålig, mer ambitiös.

Så långt Ingemar Lindblad.

En fara med att försöka systematisera är att man lätt frestas eller tvingas till förenklingar, som kan förskjuta perspektiven och i sämsta fall göra förklaringarna obrukbara. Den reservationen kan gälla Ingemar Lindblads "ideologier" lika väl som den indelning i "skolor" som har företagits i det tidigare avsnittet om journalisterna.

Särskilt missledande kan dessa systematiseringsförsök bli om de ger intryck av att det rör sig om helt oförenliga principer och ståndpunkter och att lösningen måste bestå i att den ena eller andra ideologin eller skolan till sist segrar och blir allenarådande.

Valet i det tidigare avsnittet av ett annat framställningssätt än Lindblads i och för sig utmärkta beskrivning av etermediernas ideologier hänger samman med dels att ämnet behandlats ur ett annat perspektiv, dels att även andra tendenser gjort sig starkare gällande, sedan Lindblad skrev *Etermediernas värld*. Som andra världar är den stadd i förvandling, en förvandling som också har principiella och ideologiska aspekter.

En kombination av de skilda perspektiven skulle kunna illustrera hur ideologier och skolor går i varandra och hur vanskligt det alltså är att dra klara gränser. Vad som i det tidigare avsnittet har kallats den institutionella skolan har drag av både den grupporienterade och den professionella ideologin. Både den journalistiska och den subjektivistiska skolan skulle kunna inrymmas under den professionella ideologin, sådan Lindblad har beskrivit den.

Tendenserna till en professionalisering har motsvarighet i pressen, även om förutsättningarna för de tryckta medierna principiellt och praktiskt är väsentligt annorlunda än för etermedierna. Detta gäller även tidningar, som med hänsyn till ägarförhållandena i likhet med Sveriges Radio kunde förmodas vara klart grupporienterade.

För massmediernas konsumenter, TV-tittarna, radiolyssnarna, tidningsläsarna, är frågan om vilka som har makt och inflytande över medierna främst av intresse med avseende på vad det betyder för kvalitet och allsidighet i fråga om den information och underhållning medierna erbjuder. Konsumenterna som sådana har hittills i denna framställning ägnats ett förhållandevis litet utrymme och fått spela en blygsam roll som praktiskt taget enbart mottagare.

Den bilden är emellertid inte alldeles rättvisande. Konsumenterna av massmedieutbudet är inte den passiva och undanskymda skara som mycket av massmediedebatten kan ge sken av. Till massmediekonsumenterna måste man räkna även makthavarna — politikerna, organisationsfolket, företagarna och journalisterna själva. En del av dem som klagar över konsumenternas vanmakt på massmedieområdet tillhör själva någon eller några av de maktgrupper eller eliter, som övar inflytande på medierna.

Men det hindrar naturligtvis inte att det finns en mängd massmediekonsumenter som har ytterst litet att säga till om när det gäller val och utformning av den information och underhållning som erbjuds. Det breda massmedieutbudet är anpassat till en majoritets intressen men med mycket grova kunskaper om vad denna majoritet efterfrågar. Det smala utbudet som riktar sig till olika minoriteter är starkt beroende av dessa minoriteters förutsättningar att göra sig gällande inom olika maktgrupper — mediernas ägare och styrelser, organisationer och journalister.

Yttrandefrihet och tryckfrihet

Begreppen yttrande- och informationsfrihet som används i avtalet mellan staten och Sveriges Radio om programverksamheten hänför sig i första hand till de aktivas situation. Det handlar om de styran-

des, påtryckarnas och påverkarnas förutsättningar att bedriva sin verksamhet.

Användningen av yttrandefrihetsbegreppet i detta sammanhang är egentligen ett grovt missbruk. Det har också gett grund för tal i den politiska debatten om att yttrandefriheten är beskuren. Om man låter ordet yttrandefrihet behålla sin verkliga och ursprungliga betydelse — nämligen människors rätt att fritt och offentligt uttala sig och ge uttryck åt sina tankar och åsikter — existerar det emellertid i Sverige en reell yttrandefrihet. De inskränkningar som finns i form av sekretess och straffbarhet för vissa slag av yttranden, t ex ärekränkande, är klart formulerade i lag och torde i princip vara allmänt accepterade.

I radioavtalet heter det att ”radiolagens bestämmelser om opartiskhet och saklighet skall tillämpas med beaktande av att en vidsträckt yttrande- och informationsfrihet skall råda i rundradion”. Användningen av uttrycket vidsträckt kan här jämföras med när man talar om ”ökad jämlikhet” i stället för att rätt och slätt kräva jämlikhet. Det innebär som bekant inte en förstärkning utan en försvagning av jämlikhetskravet. Så länge de som talar om jämlikhet inte syftar till någon total sådan eller ens är beredda att enkelt definiera vad de menar med en fullständig eller en tillfredsställande jämlikhet, kan denna ordkonst möjligen äga en viss rimlighet.

Uttrycket ”vidsträckt yttrandefrihet” har emellertid inte ens denna rimlighet. Yttrandefriheten är ett relativt lätt definierat begrepp. Antingen finns den eller också finns den inte. Att tala om en vidsträckt yttrandefrihet i etermedierna är meningslöst. En allmän yttrandefrihet i etermedierna skulle innebära att vem som helst kunde kräva att få framföra sina tankar och åsikter i radio och TV. Det är praktiskt omöjligt och principiellt orimligt.

Däremot borde det vara fullt rimligt om radioavtalet fastslog att bestämmelserna om opartiskhet och saklighet skulle tillämpas med beaktande av att det råder yttrande- och informationsfrihet i vårt land, vilket är någonting helt annat.

Yttrandefrihet i etermedierna kan i realiteten inte avse någonting annat än Sveriges Radios och programutgivarnas rätt att bedriva sin verksamhet utan censuringrepp från statliga myndigheter. Det är då

till viss del analogt med tryckfrihetsbegreppet som emellertid innebär både rätten att utge tryckta skrifter och att i dessa uttrycka tankar och åsikter utan några av den offentliga makten i förväg lagda hinder.

Man gör sig alltså även skyldig till ett grovt missbruk när man blandar ihop yttrande- och tryckfrihetsbegreppen. Det är helt enkelt inte möjligt att kräva någon rätt för envar att få framföra åsikter i de dagstidningar som utges utan att samtidigt förutsätta att den grundlagsfästa tryckfriheten sätts ur kraft. Att konstatera detta är naturligtvis inte detsamma som att göra gällande att det skulle råda några idealiska förhållanden på massmedieområdet.

Det kan synas onödigt med denna utvikning för att behandla så elementära frågor. Men det är viktigt när man diskuterar makt och inflytande över massmedierna att grundläggande fakta och förhållanden är klara. Vill man sedan ändra på dessa förhållanden — och det finns ju tillsatt en utredning med uppdrag att se över och samordna våra massmedielagar — så bör det föras en öppen debatt om vilka fri- och rättigheter man eventuellt vill avskaffa eller inskränka för att uppnå andra mål som man fäster större vikt vid.

Opinionsbildningens resurser

De anspråk som ställs på massmedierna med åberopande av yttrandefrihet och tryckfrihet syftar påfallande ofta till någonting helt annat, nämligen en bättre tillgång till de resurser för opinionsbildning som medierna representerar. En del av de bakomliggande intressena gynnas av att en grupporienterad, andra av att en professionell massmedieideologi får göra sig gällande.

Sveriges Radio

Brytningen mellan dessa intresseriktningar kan helt naturligt urskiljas lättast i fråga om Sveriges Radio, som ålagts i radiolagen och avtalet att iaktta något slags neutral hållning utom i ett avseende — i fråga

om demokratin där det heter i avtalet att bolaget i programverksamheten skall hävda de grundläggande demokratiska värdena. När det gäller de politiska partierna, organisationerna och andra intressegrupper av olika slag åligger det programföretaget att se till att det åstadkoms någon form av balans i det totala programutbudet.

I den tidigare redogörelsen har visats hur olika krafter söker öva inflytande över Sveriges Radio men också att företaget är relativt väl rustat att stå emot otillbörliga påtryckningsförsök. Den förekomst av tendentiösa program, som föranlett fällande uttalanden av radionämnden och bl a en offentlig tillrättavisning av ansvariga chefer och programutgivare i företaget från radiostyrelsen, är uppenbarligen inte i anmärkningsvärd omfattning uttryck för grupporienterade strävanden.

Inför valrörelser brukar Sveriges Radio inbjuda företrädare för de politiska partierna till överläggningar om uppläggning och tidsfördelning i fråga om de speciella valprogrammen. Efter dessa överläggningar är det dock radioledningen som i sista hand bestämmer hur denna del av valbevakningen skall skötas. I övrig programverksamhet förutsätts det att en viss restriktivitet iakttas under själva valrörelsen. Nyhetsprogrammen hålls emellertid i stort sett utanför dessa speciella valförberedelser. Där utgår man från att den professionella bedömningen av det s k nyhetsintresset eller nyhetsvärdet i de politiska aktiviteterna skall vara avgörande.

Denna professionella nyhetsbedömning gjordes till föremål för en undersökning med avseende på valrörelsen 1968. Upprinnelsen var ett yttrande av dåvarande högerpartiordföranden Yngve Holmberg i en kommentar under valnatten till det preliminära valresultatet. Socialdemokraterna hade, enligt hans mening, haft "en oförtjänt hjälp av massmedia, framför allt radio och TV som — som vi har upplevt det — ensidigt har gynnat den sittande regeringen". Med anledning av detta yttrande fick professor Jörgen Westerståhl vid statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet i uppdrag av dåvarande radiochefen Olof Rydbeck att undersöka nyhetsbevakningen av 1968 års valrörelse i TV och ljudradion.

Undersökningen som offentliggjordes och sedermera även redovisades i boken *Objektiv nyhetsförmedling* (1972) av Jörgen Wester-

ståhl gav inte vid handen att i Sveriges Radios nyhetsbevakning av 1968 års valrörelse skulle föreligga någon genomgående tendens att gynna eller missgynna visst eller vissa partier. Men den gav undersökaren anledning till ett par andra slutsatser. Westerståhl sammanfattar och kommenterar:

”Undersökningens resultatet tyder på att SR i betydande utsträckning styr rapporteringen från valfältet till vissa ämnesområden och partier. Inga omständigheter ger vid handen att denna styrning skulle ledas av andra hänsyn än någon form av nyhetsvärdering. Det kan emellertid ifrågasättas, om det allmänna valmaterialet skall bedömas enligt vanliga nyhetsvärderingsprinciper. Resultatet blir nämligen att SR endast ofullständigt kommer att spegla valrörelsen; i stället koncentreras uppmärksamheten till vissa begränsade sektorer. Med den starka ställning SR har som nyhetsmedium, måste lämplighet av en sådan styrning ifrågasättas.”

Westerståhl har också synpunkter på de anställda medarbetarnas sätt att arbeta:

”Såväl de allmänna kommentarerna som intervjukommentarerna, framförda av SR:s anställda, innehåller anmärkningsvärt många inslag som går utöver ramen för en helt neutral kommentar. Även denna kommentarteknik torde, med några få undantag, kunna motiveras av journalistiska hänsyn, dvs av en vilja att få fram en mera intresseväckande belysning av valrörelsen. Dessa avsteg från den neutrala presentationen utgör dock ett påtagligt problem och det i undersökningen subsidiärt införda balanskravet blir, när många anställda och olika intervjuobjekt är inblandade, redan av tekniska skäl nästan omöjligt att i praktiken beakta.”

I det avseende som uppdraget i första hand gällde — om radio och TV hade ensidigt gynnat eller missgynnat vissa partier — fritar alltså Westerståhl helt Sveriges Radio. De synpunkter som framförs vid sidan av denna huvudfråga är emellertid inte därför mindre intressanta.

Att på det sätt som Westerståhl gör rikta uppmärksamheten på Sveriges Radios ”styrning av rapporteringen från valfältet” och enskilda medarbetares avsteg från den neutrala presentationen inne-

bär i realiteten att den professionella ideologin ifrågasätts. Helt följdriktigt har också professionalister både i etermedierna och pressen både ogillat hans slutsatser och underkänt mätmetoderna. Särskilt starkt reagerar naturligtvis anhängare av vad som i ett tidigare avsnitt har kallats den subjektivistiska skolan.

Systemet att fördela tid i radio och TV på grundval av överläggningar med berörda parter och med hänsyn till något slags rättvisbedömning bör helt naturligt tilltala anhängarna av en grupporienterad massmedieideologi. På det sättet får parterna själva vara med och fördela de opinionsbildningsresurser radio och TV förfogar över. Därefter bör en professionell ideologi som mycket hårt begränsar möjligheterna för de anställda i Sveriges Radio att låta egna värderingar påverka programutformningen kunna accepteras. Däremot är det oförenligt med den grupporienterade ideologin att anställda i Sveriges Radio styr rapporteringen från valfältet till vissa ämnesområden och partier och att de genom egna kommentarer påverkar balansen i programmen.

Så som programverksamheten vid Sveriges Radio fungerar enligt Westerståhl är alltså opinionsbildningsresurserna till en betydande del i de anställda producenternas och kommentatorernas händer. Hans undersökning gäller visserligen endast en begränsad period och en speciell del av nyhetsverksamheten. Men det är fråga om en period, då det normalt ställs särskilda krav beträffande detta bevakningsområde. Det är rimligt att tänka sig att styrningen av rapporteringen och avstegen från neutral presentation snarast är mer vanlig vid andra tillfällen liksom beträffande andra bevakningsområden än de som direkt berör de politiska partiernas verksamhet.

Naturligtvis kan den fördelning av de mycket genomslagskraftiga opinionsbildningsresurser som etermedierna representerar påverkas genom inflytande på de skilda vägar som tidigare har beskrivits. Det är naturligt om de politiska partierna exempelvis under en valrörelse försöker få sina intressen tillgodosedda och att de då även använder påtryckning. Om sådana påtryckningar föranletts av att obalans faktiskt har förekommit kan det också vara skäligt att de ger resultat, vilket förmodligen inte alltid är fallet.

Frågan om vilka som är mest lämpade att ha hand om och för-

dela och balansera utnyttjandet av etermediernas opinionsbildningsresurser är i och för sig enkel att besvara. Detta bör vara en professionell uppgift inom programföretaget. Det finns regler fastställda och en viss praxis för hur det skall gå till.

Som Westerståhls undersökning från valrörelsen 1968 visar faller emellertid en stor och för opinionsbildningen utan tvivel oerhört betydande del av programverksamheten utanför de ramar där det går att överhuvud taget beakta kravet på balans och neutral presentation. Det principiellt viktiga problemet är därvid inte att massmediebevakningen, som i det här fallet, inte kan styras av partierna. Allmänt sett torde politikerna ha betydligt bättre förutsättningar än de flesta andra grupper att få sina intressen i fråga om uppmärksamhet tillgodosedda och att få komma till tals i etermedierna.

Problemet är att framför allt nyhetsverksamheten men också vissa andra typer av program i radio och TV i stort sett är undantagna en meningsfull granskning och kontroll. När detta gäller ett monopolföretag som enligt den övergripande sk public service-ideologin förutsätts stå i allmänhetens tjänst är det naturligtvis en allvarlig fråga.

Den professionella ideologin kan annars te sig som något av Columbi ägg. Om de anställda i etermedierna ges förtroendet att sköta nyhetsrapportering och ämnesval efter sina rent journalistiska bedömningar borde balanskravet inte vara absolut bindande. Avsteg från en strikt sådan bedömning skulle det närmast komma an på överordnade och i förekommande fall på radionämnden att påtala och rätta till.

Men de — journalister och andra — som hävdar professionalismen eller den professionella ideologin som den enda rimliga grunden för etermediernas nyhetsrapportering och samhällsbevakning kan ha kommit till denna övertygelse från mycket skilda utgångspunkter. Det skulle inte ha legat något anmärkningsvärt eller negativt i detta, om det inte också innebar att man lägger vitt skilda betydelser i begreppet professionell bedömning.

Det kan tyckas att en förutsättning för att en professionell nyhetsvärdering och bedömning skall kunna läggas till grund för radions och televisionens behandling av samhällsfrågor borde vara att det

gick att något så när fastställa normer för hur verksamheten skall bedrivas. Ofta ifrågasätter emellertid den professionella ideologins förespråkare själva förutsättningarna för en professionell nyhets- hantering. Till dessa hör givetvis att det finns vissa allmänna begrepp och värderingar som kan ställas upp och accepteras som riktlinjer för verksamheten.

Man nöjer sig inte med att rensa ut begreppet objektivitet ur massmediesammanhangen. I de mest extrema varianterna försvinner till sist varje form av gemensam grund för journalistikens utövare — och därmed också för den professionella ideologins existens.

Utan en sådan grund kan inte den professionella ideologin förenas med radiolagens och radioavtalets krav. Den som hävdar att journalisternas personliga åsikter och värderingar gör det omöjligt för dem att bedriva en opartisk och balanserad nyhetsrapportering och samhällsbevakning ifrågasätter därmed i praktiken också Sveriges Radios relativt oberoende ställning i dessa avseenden. Statsmakterna i Sverige har avstått från att reservera etermediernas opinionsbildande resurser för egen räkning. På den punkten syns det råda en principiell enighet mellan socialdemokraterna och den borgerliga oppositionen i riksdagen. Men det är orimligt att föreställa sig att denna återhållsamhet kan göras ovillkorlig, vilket i realiteten skulle betyda att en stor och viktig del av opinionsbildningen i samhället överlämnades som ett slags privilegium till de anställda i etermedierna.

Ett system av det slag som förre radiochefen Olof Rydbeck hotade med i den tidigare nämnda artikeln i Sveriges Radios årsbok 1969, innefattande kontroll av medarbetarnas politiska hemvist, vore både principiellt och praktiskt en orimlighet. Det är därför helt avgörande för Sveriges Radios fortsatta relativa oberoende gentemot statsmakterna och de i radiostyrelsen representerade ägargrupperna, att man på ett övertygande sätt kan visa att den professionella ideologin kan garantera en opartisk och saklig nyhetsrapportering och samhällsbevakning. Detta förutsätter en omsorgsfullare rekryteringspolitik än den hittillsvarande. Ett minimikrav bör vara att den som anställs för att delta i förvaltningen av radio- och TV-monopolet är beredd att underkasta sig de restriktioner som följer av detta.

Pressen

Den opinionsbildning som pressen bedriver sker på helt andra villkor än vad som gäller för etermedierna. Tidningarna är således inte bundna av några krav i tryckfrihetsförordningen att iaktta opartiskhet. De har också frihet att själva tolka de pressetiska reglerna. Formellt är en tidning oförhindrad att undandra sig pressens opinionsnämnds domvärjo. Så långt har ingen av dagstidningarna låtit det gå, men det har vid flera tillfällen förekommit protester mot opinionsnämndens ställningstaganden, framför allt från Expressen och Aftonbladet som också har varit mest utsatta för nämndens klander.

Pressens opinionsnämnd har dock i mycket begränsad omfattning haft anledning att ta ställning till förekomst av politiskt opinionsbildande material. I den mån det förekommit har det i allmänhet gällt detaljer, t ex kränkande eller osakliga omdömen. Av opinionsnämndens uttalanden har man kunnat utläsa att den politiska opinionsbildningen, särskilt på ledarsidan, anses böra ges en stor frihet.

Den helt övervägande delen av de svenska dagstidningarna anger någon form av partisympatier eller politisk position. Partifördelningen i fråga om dessa tidningar — som alltså avser 149 tidningar, utkommande minst två dagar i veckan — såg 1970 enligt Svensk Tidningsstatistik (TS-boken 1971) ut på följande sätt och kan jämföras med fördelningen av rösterna i 1970 års val:

	M	OL	C	Fp	S	Vpk	Övriga
Antal	43	3	13	44	24	1	21
Uppl. procent	17,8	5,4	3,0	48,4	21,0	0,1	4,3
Valet 1970	11,5	—	19,9	16,2	45,3	4,8	2,2 ¹⁾

¹⁾ Kategorin "övriga" i valstatistiken utgörs av Kds och Kfml och är alltså inte direkt jämförbara med "övriga tidningar".

Som synes råder det ingen överensstämmelse mellan tidningarnas upplagor och den del av väljarna som respektive partier aktiverar. Men det kan också finnas anledning påpeka att andelen i dagspressen inte heller är något tillförlitligt mått på partiernas propa-

gandistiska förutsättningar. Tidningarna lägger mycket olika vikt vid opinionsbildningen. Det kan också råda betydande skillnad mellan tidningarnas ledaravdelningar och nyhetssidor.

Den politisering av nyhetsmaterialet som förekommer yttrar sig framför allt i urval och redigering. Även tidningar som eftersträvar en opartisk och saklig nyhetsförmedling tillåter sig ofta ägna ett större utrymme och kraftigare rubriker åt frågor som tas upp av politiker vilka står tidningarna nära.

Professor Jörgen Westerståhl har i sin tidigare nämnda undersökning *Valrörelsen 1968 i Sveriges Radio* även infört en kvantitativ analys av pressens politiska nyhetsmaterial. Den "redigeringspartiskhet" som påvisas där behöver naturligtvis inte vara representativ för tidningarna vad gäller annat material än rent partipolitiskt och vid några andra tidpunkter än i valrörelser. Det är en iakttagelse, som knappast behöver styrkas, att tidningarna i valkampanjerna praktiskt taget genomgående skärper den politiska tendensen. Men i mindre markerade former torde de tendenser, som framgår av Westerståhls kvantitativa analys, också i stort kunna återfinnas i redigeringen mer allmänt.

I Westerståhls undersökning ingår sex högertidningar, åtta folkpartitidningar, sex centerpartitidningar, sju socialdemokratiska tidningar och en kommunistisk. Dessutom finns med som jämförelse det från TT utgående politiska materialet under den undersökta perioden. Ur undersökningarna skall återges en tabell, som avser antalet "budskap" från respektive partier. Westerståhl redovisar också bl a valmaterialet fördelat på parti i procent av det totala antalet rader i respektive tidningar. Resultatet överensstämmer i stort med det som framgår av tabellen rörande antalet budskap.

Fördelningen av budskap på parti i pressens nyhetsmaterial och TT:s utgående material

Media	H	F	C	S	Vpk	s:a %	Budskap totalt
H-press	53,5	14,9	13,1	13,7	4,9	100	1 276
F-press	20,3	31,3	22,1	20,2	6,1	100	1 324
C-press	9,5	12,2	63,1	11,8	3,4	100	1 955

S-press	10,1	9,4	9,5	63,4	7,6	100	1 176
Vpk-press	2,0	0,6	2,0	4,0	91,4	100	152
TT utg.	21,4	20,1	15,3	35,3	7,9	100	672

De tendenser i nyhetsvärderingen, som kan avläsas i tabellen — mest markerade i den enda kommunisttidningen och minst i den liberala pressen — har sin bakgrund i bl a historiska förhållanden och tidningarnas spridning.

Till styrkeskillnaderna i politisk tendens bidrar också rent personella förhållanden. I undersökningen *Journalistkåren i Sverige* (1970), utförd av en grupp elever vid journalisthögskolan i Stockholm, ingick intervjuer med ett stickprovsurval på 400 av Svenska Journalistförbundets 5 754 medlemmar (1968). Av de 377 som nåddes av intervjuerna föredrog 31 (9 %) att inte svara på frågan om partisympatier. De övriga fördelade sig enligt följande:

Vilket parti röstade ni på i valet hösten 1968?

<u>Parti</u>	<u>Antal personer</u>	<u>Procent</u>
m	40	11
c	28	7
fp	80	21
samlingsrörelsen	10	3
KDS	0	0
s	145	38
vpk	9	2
annat parti	7	2
röstade ej	27	7
	<u>346</u>	<u>91</u>

Redan av denna uppställning framgår att journalisternas partisympatier inte överensstämmer med pressens fördelning efter politisk tendens. I journalisthögskoleelevernas undersökning återfinns också en tabell, som visar förhållandet mellan journalisternas uppfattning och den politiska färgen på de tidningar, där journalisterna arbetar. Siffrorna är procenttal:

DEN DELADE MAKTEN

Tidningens politiska tendens	Journalistens politiska uppfattning									totalt
	m	c	fp	saml. rör.	s	vpk	ej annat	ej röstat	ej svar	
m	29	10	20	4	14	—	2	8	13	100
c	—	46	—	8	23	—	—	8	15	100
fp	10	9	36	—	25	7	—	9	4	100
ob. lib.	20	—	—	30	30	—	10	10	—	100
s	1	4	9	—	71	3	1	6	5	100
opol/övr.	9	9	23	—	50	—	4	5	—	100
ej tidn.	10	2	20	4	42	—	2	6	14	100

Om man ser efter hur journalisterna på de olika tidningarna röstar i förhållande till tidningarnas färg, finner man att de socialdemokratiska tidningarna markant skiljer sig från de övriga, kommenterar undersökarna och pekar på att inte mindre än 71 procent av dem som arbetar i A-pressen röstar socialdemokratiskt. Fp-tidningarna däremot får i hög grad ge plats åt alla politiska åskådningar. Bara drygt en tredjedel av dem som arbetar i den liberala pressen röstar folkpartistiskt. I undersökningen konstateras också att socialdemokraterna fick 42 procent av rösterna bland de nyrekryterade till yrket — fyra procent mer än bland kåren som helhet.

Ytterligare några uppgifter ur *Journalistkåren i Sverige* kan vara av intresse för att belysa förutsättningarna för politisk tendens i tidningarnas nyhetsspalter. Eleverna vid Stockholms journalisthögskola gjorde "intensivundersökningar" på bl a Dagens Nyheter och fem landsortstidningar. Även vid dessa undersökningar ställdes frågan om partisympatier. Av de 137 som intervjuades på Dagens Nyheter veckan 5—9 maj 1969 uppgav 62 att de röstade socialdemokratiskt i valet 1968. På vpk röstade 12. Tillsammans gör detta en socialistisk majoritet — 55 procent. Endast 26 röstade på folkpartiet, knappt 20 procent av samtliga. Det konstaterades i undersökningens kommentarer, att "DN-gruppen är mer socialistisk än landets befolkning som helhet, procentuellt sett" och att nästan hälften av dem som gör "oppositionstidningen" Dagens Nyheter är "regeringsvänliga". Undersökarna anser sig också kunna konstatera att den enskilde medarbetaren är mycket fri i sitt arbete.

I en sammanfattande jämförelse mellan Dagens Nyheter och "en borgerlig regiontidning i landsorten" presenterar undersökarna "medianvärden" för bla politiska sympatier hos vissa kategorier av medarbetare. Med reservation för metoden, som kanske är åtskilligt diskutabel, kan det ändå nämnas, att undersökningens "medianredigerare" och "medianreporter" i såväl DN som regiontidningen befins vara socialdemokrater. Även "medianchefen" på Dagens Nyheter är socialdemokrat, medan regiontidningens "medianchef" är folkpartist — den ende som är sin tidnings partifärg trogen, som det heter i journalistelevernas rapport.

Man bör vara försiktig med att dra slutsatser av sådana undersökningsresultat. Endast en fjärdedel av journalisterna är medlemmar i någon politisk organisation, enligt de besked journalisteleverna fått vid sin undersökning. Dagens Nyheters "policy" går ut på att ge en opartisk nyhetsförmedling men, som tidigare nämnts, med betydande frihet för medarbetarna att i signerade artiklar ge uttryck åt även personliga värderingar. Regiontidningarna ställer i allmänhet samma principiella krav på opartiskhet i fråga om nyhetsmaterialet och är i allmänhet mer restriktiva, när det gäller värdeomdömen i reportage och signerade artiklar av de anställda medarbetarna.

Vad journalistelevernas undersökningsresultat möjligen kan tyda på är att den partiskhet, som medvetet eller omedvetet kan smyga sig in i nyhetsrapportering och redigering, bör vara mer slumpmässig i fråga om eventuell politisk tendens i många borgerliga tidningar än i den socialdemokratiska pressen. I den mån politisk styrning av nyhetsmaterialet kan tänkas förekomma från redaktionsledningens sida, bör dock förhållandena i stort sett vara likartade i borgerlig och socialdemokratisk regionpress.

Likom inom Sveriges Radio är den professionalisering som försiggår inom pressen uppsplittrad i flera riktningar. Den professionella attityden — nyhetsmannen som arbetar självständigt och opartiskt — har en mycket äldre tradition i pressen. Men också inom tidningsredaktionerna finns det brytningar mellan grupporienterade och professionalister och mellan anhängare av en journalistisk skola och en mer subjektivistisk.

Det är således på en mycket förgrovad och delvis felaktig bild av

tidningarnas opinionsbildande funktioner som statsmakterna bygger sitt handlande när det gäller ingripanden för att påverka strukturen på tidningsmarknaden. Som motiv för att hindra nedläggning av ytterligare tidningar duger de föreställningar man utgår från, men de är knappast användbara för en längre syftande presspolitik. I allt väsentligt är det en grupporienterad massmedieideologi — och därtill en påfallande ensidig sådan — som bestämmer statsmakternas agerande.

Objektiviteten

För flertalet massmediekonsumenter innebär den yttrande- och informationsfrihet som ofta åberopas i debatten om massmedierna på sin höjd att personer som de sympatiserar med eller uppfattar som sina representanter i det ena eller andra avseendet kommer till tals. Detta är naturligtvis i och för sig en ytterst viktig fråga. Som torde ha framgått av det tidigare finns det också en rad mer eller mindre inflytelserika grupper och intresserepresentanter som bevakar sina intressen därvidlag.

Ett annat och minst lika viktigt intresse för massmediernas konsumenter är emellertid att mediernas urval och presentation av händelser och förhållanden ger dem något så när korrekt och tillräcklig information. Eller som professor Jörgen Westerståhl uttrycker det i boken *Objektiv nyhetsförmedling*:

”Objektiv nyhetsförmedling framstår för mig som ett värde helt enkelt därför att jag vill ha bästa möjliga information om vad som händer omkring mig. Såsom medborgare i en demokrati vill jag ha möjlighet att själv bilda mig en uppfattning om vad som sker. Jag är intresserad av fakta, jag är beredd att ta del av olika parterers perspektiv på händelserna, men jag reagerar starkt, när nyhetsförmedlaren söker påtvinga mig sina perspektiv.”

I en redogörelse för de pressetiska normerna, som bitr. professor Fredrik Sterzel gjorde på uppdrag av riksdagens konstitutionsutskott 1970, sedermera publicerad i bokform under titeln *God publicistisk*

sed (1970), påpekar han att en förutsättning för att PK-reglerna skall efterlevas anses vara att de inte går längre än som kan accepteras inom pressen. Enbart detta skulle naturligtvis kunna vara förklaring nog till att man i samband med 1967 års omarbetning av reglerna bytte ut den tidigare uppmaningen, ”Skilj på nyheter och kommentar”, mot den mera allmänt formulerade ”Sträva alltid efter saklighet och opartiskhet i nyhetsförmedlingen”. Sterzel drar av detta slutsatsen att det inte ansågs realistiskt att kräva en boskillnad mellan nyhet och kommentar. Ett referat får alltså förenas med subjektiva kommentarer, finner Sterzel. Vid själva referatet, redovisningen av fakta, måste emellertid objektivitet eftersträvas. Ett minimikrav bör vara att det skall framgå klart för läsaren vad som är fakta och vad som är omdömen eller kommentarer, är Sterzels slutsats.

Det finns förmodligen ingen anledning att ifrågasätta denna slutsats. Slopandet av regeln om nyhet och kommentar behöver emellertid inte nödvändigtvis ses som en ”reträtt” från en uppfattning om lämplig journalistisk praxis, vilket Sterzel har velat göra. Det kan också röra sig om en definitionsfråga beträffande vad som skall vara att betrakta som nyhet. Sådillvida kan det alltså lika gärna innebära en skärpning av det publicistiska kravet på korrekthet och opartiskhet. Kommenterande analyser i nyhetstext skall bedömas med samma stränghet som rena nyhetsmeddelanden i dessa avseenden.

Detta sagt om publiceringsreglerna. Det behöver självfallet inte betyda, att massmedierna eller alla som är verksamma i medierna skulle vara beredda att acceptera en sådan tolkning och att alltså överensstämmelse skulle ha återställts mellan regler och praxis.

I själva verket har det skett en alldeles uppenbar och omvitnad glidning i begreppen, när det gäller massmediernas nyhetsbehandling. Delvis som en följd av de speciella krav som gäller för Sveriges Radio på grund av dess monopolställning och de förbehåll från statsmakternas sida som är förenade med denna har den tagit sig särskilt tydliga uttryck i debatten inom och om etermedierna.

Objektivitet som något absolut, uppnåeligt, mätbart är väl idag i stort sett utmönstrat ur i varje fall den mer kvalificerade massmediedebatten, skriver chefen för radiochefens programsekretariat Rune Sjödén i Sveriges Radios årsbok 1971.

Minnesgoda läsare av Sveriges Radios årsskrifter erinrar sig kanske inför detta tveklösa påstående en artikel av Jörgen Westerståhl i årsskriften 1969 med rubriken *Objektivitet — något som kan mätas*. I den artikeln diskuterar Westerståhl ämnet med utgång från en undersökning av Sveriges Radios och pressens Vietnamrapportering och den tidigare nämnda studien från 1968 års valrörelse. Han betraktar radiolagens och radioavtalets begrepp saklighet och opartiskhet som specifikationer av objektivitetsbegreppet och går med stöd av de regler som gäller för verksamheten i Sveriges Radio ett steg längre genom att dela upp sakligheten i krav på "sanning" och "relevans" och opartiskheten i krav på "balans" och "neutral presentation". I samtliga dessa fall anser Westerståhl att de undersökningar som har gjorts vid statsvetenskapliga institutionen i Göteborg visar att det går att finna användbara mätmetoder.

I samma årsskrift (1969) anmäler den dåvarande radiochefen Olof Rydbeck tveksamhet inför uttrycket objektivitet. Det är inte svårt att visa att inom den kanske viktigaste och samtidigt mest kontroversiella delen av radions och televisionens programverksamhet, samhällssektorn, är värderingar och faktapåståenden oupplösligt förenade, anser han. Det är därför uppenbart att varje påstående att den ena eller andra ståndpunkten i den pågående samhällsdebatten skulle vara objektivt riktigare än den andra är orimligt. För att inte inbjuda till missförstånd bör man i stället inskränka sig till att använda saklighets- och opartiskhetsbegreppen.

Olof Rydbeck får stöd för sin uppfattning av rektor vid Stockholms journalisthögskola Lars Furhoff, som i polemik mot Westerståhl i Statsvetenskaplig Tidskrift 1970:2 förvånar sig över att "en vetenskapligt skolad person överhuvudtaget i oträngt mål åtar sig att mäta objektiviteten i massmediernas rapportering, att han t o m betraktar objektiviteten som ett mätbart värde". Men Furhoff nöjer sig inte med detta. Han förnekar att objektivitet överhuvudtaget är någonting att sträva efter.

Att sträva efter objektivitet är, menar Furhoff, detsamma som att försöka uppnå konformitet i värderingen av skeendet, i presentationen av händelserna. Diskussionen borde i stället gälla "svårigheten att vinna publikens förtroende för en annorlunda syn på skeendet".

Utan att vilja göra gällande att "den medvetna vänstern" kommit med den sanna världsförklaringen föreslår Furhoff att man bör "pröva om det inte går att skapa ett massmedieklimat där sådana riktningar kan få en chans att presentera *sin* bild av skeendet, utan att uppfattas som mera subjektiva än den majoritet som ansluter sig till den traditionella nyhetsvärderingens lika subjektiva konventioner".

Westerståhl replikerar i samma nummer av Statsvetenskaplig Tidning att "de västerländska konventionerna för nyhetsvärdering torde bl a ha den innebörden att de i viss mån begränsar partsfärgning av nyhetsmaterialet" och anser att skillnaden mellan dessa och marxistiska nyhetskällors ensidighet kan påvisas med enkla medel.

Han avvisar påståendena att kravet på objektivitet skulle vara liktydigt med ett krav på konformitet och att innebörden av detta krav i sin tur skulle bestämmas av maktläget i samhället. I fall där sanningskomponenten i begreppsschemat kan aktualiseras, alltså framför allt när det gäller enstaka händelser, finner Westerståhl det dock naturligt att en mera allmän strävan att tillgodose sanningskravet leder till större konformitet i beskrivningen. Man frestas faktiskt att spåra en viss ironi i konstaterandet.

Det har gjorts många inlägg i objektivitetsdebatten och det är inte möjligt att här redovisa alla partsargument. Åtskilliga av dem finns i Furhoffs tidigare nämnda artikel i Statsvetenskaplig Tidskrift, även om uppräknningen förefaller något ensidig. Någon objektiv nyhetsförmedling finns inte och kan inte finnas, därför att massmediernas bild av vad som sker i världen aldrig kan bli fullständig. Två iakttagare ger aldrig samma bild av skeendet. Deras val av fakta och uttryckssätt präglas av den egna personligheten, med allt som därav följer i form av variationer i iakttagelseförmågan, den verbala förmågan och i förväntningarna inför skeendet, skillnader i förkunskaper och skiftande förhandsattityder.

Allt detta är nog så riktigt. Men det kan kanske också vara befo gat att ur en artikel av Kurt Samuelsson i Industriförbundets Tidsskrift 1971:9 om *Massmedia och objektiviteten* återge några reflexioner av en person med mångårig praktisk erfarenhet av arbete i massmedierna. Det förhållandet att en fullständig objektivitet inte är

möjlig är inget försvar för en förvrängd och urartad journalistik, menar han:

”Dels är en *teknisk* objektivitet fullt möjlig. Reportern kan ställa sina egna sympatier och antipatier och värderingar utanför själva återgivandet av ett händelseförlopp eller ett referat av en ståndpunkt. Också den mest inflammerade vänsterextremist bör kunna korrekt återge vad Industriförbundets eller Arbetsgivareföreningens chef verkligen har sagt. Också den mest inbitne högerjournalist bör kunna korrekt referera C-H Hermansson. Konstigare är det egentligen inte. Bristen på fullständig objektivitet är inget försvar för medveten förvrängning och allmän lösaktighet i yrkesutövningen. Det myckna talet om ’olika verkligheter’ borde bara göra det så mycket mer påkallat att beskriva båda parter ’verklighet’.

Skulle tendensen till medveten snedvridning och medveten politisering av materialet tillta blev läget allvarligt. Resultatet skulle bli en mer utpräglad ’journalistmakt’ som vi bör betacka oss för. Journalisternas självfallna rätt att kommentera och uttrycka sina egna åsikter får givetvis inte gå ut över andras rätt att bli korrekt refererade och få uttrycka sina synpunkter så oprovocerat som möjligt.”

Utmönstringen av objektivitetsbegreppet ur massmediedebatten kan diskuteras. Det finns en motsvarande strävan inom samhällsvetenskapen med bl a samma resonemang som Rydbecks om att det skulle vara orimligt att påstå att den ena eller andra ståndpunkten i samhällsdebatten skulle vara objektivt riktigare än någon annan.

Rydbecks påstående är emellertid ingalunda invändningsfritt. Det går att finna mängder med exempel från samhällsdebatten, där det mycket väl är möjligt att avgöra vilka ståndpunkter som är byggda på objektivt riktiga och vilka som vilar på objektivt felaktiga grundförutsättningar. Det bör kunna räcka med ett. Man bör objektivt kunna säga att apartheidpolitiken vilar på uppfattningar om de svartas förutsättningar som inte motsvarar verkligheten. Apartheidpolitikernas uttalanden är i det fallet inte sakligt underbyggda. De som bestrider dessa kan däremot stödja sig på objektiva och kontrollerbara fakta.

Att det sedan inte är praktiskt möjligt för Sveriges Radio eller för

något annat massmedium att i alla sammanhang avgöra vilka politiska, religiösa eller andra värderingar som är objektivt bäst underbyggda är en annan sak.

Objektiviteten är naturligtvis bara tillämpbar när man har att göra med fakta. Men där bör man också av journalisterna, som Samuelsson gör, kunna kräva en objektiv redovisning. Sedan kan det tänkas att begreppen saklighet och opartiskhet är enklare och hanterligare att använda i det praktiska vardagsarbetet. Men risken är — om man mönstrar ut objektiviteten som ett ouppnåeligt mål — att det går samma väg med sakligheten och opartiskheten. Vem kan vara hundra procentigt saklig eller opartisk? Vem kan vara allsidig?

Erfarenheterna har visat att efterlevnaden av opartiskhetskravet — och för den delen även andra krav — bjuder på många komplicerade och svårlösta problem, framhåller Olof Rydbeck i Sveriges Radios årsbok 1969. Det har hans efterträdare Otto Nordenskiöld fått erfa.

Vid Sveriges Radios bolagsstämma den 9 december 1971 fann sig Nordenskiöld föranlåten att i ett tal deklarerat att enskilda medarbetares olika uppfattningar i politiska, kulturella och andra frågor måste underordnas kraven på saklighet och opartiskhet:

”Det finns en tendens att i den kritiska debatten om massmediernas roll i samhället hävda, att då det är så svårt för att inte säga omöjligt att i allo vara saklig och opartisk, kan man lika gärna ge avkall på dessa till synes absoluta krav. Jag delar den kritiska uppfattningen så långt att jag medger att vi alla, medvetet eller omedvetet, är påverkade av våra personliga erfarenheter, kunskaper och lojaliteter. Men jag vill samtidigt bestämt ta avstånd från tankegången att svårigheterna skulle vara så stora, att det därför vore lika gott att avstå från att ställa upp sakligheten och opartiskheten som villkor för programverksamheten. Jag vill i stället understryka att Sveriges Radio ständigt bör försöka att så långt det överhuvudtaget är möjligt leva upp till den av lagstiftarna formulerade målsättningen.”

Som Nordenskiölds uttalande visar är en ny etapp i utmönstringsaktionen tydligen i full gång. Vad som möjligen kan hejda den är att kraven på opartiskhet och saklighet alltjämt står kvar i radiolagen

och radioavtalet, liksom att man alltjämt inom pressen erkänner de motsvarande riktlinjerna för nyhetsverksamheten i PK-reglerna. Man får utgå från att dessa förhållanden också är kända vid våra journalisthögskolor.

Nyheten

Vad som publiceras av massmedierna utgör alltid ett urval av händelser, synpunkter, underhållning, förströelseläsning m m. Det finns nyheter som inte anses intressanta eller "stora" nog att meddela, åsikter som medierna inte kan eller vill bereda utrymme för och underhållande program, artiklar eller idéer till sådana, som blir refuserade. Hur detta urval sker är ett stort och komplicerat ämne för masskommunikationsforskningen. Hittills har forskningens intresse varit starkt inriktat på den s k gatekeeper-funktionen, dvs på journalisternas val av nyheter ur strömmen av telegram och andra meddelanden av olika slag. Det har kanske för litet beaktats att journalistiken också kan vara en kreativ sysselsättning.

Under senare år har förekommit åtskillig debatt, där principerna för nyhetsvärderingen i massmedierna har ifrågasatts. En bok av en grupp journalister, *Ni har väl läst tidningen idag?* (1969), är ganska karakteristisk för en riktning inom denna kritik av nyhetsförmedlingen. Författarna förklarar sig vilja komma åt "det system som pressen vilar på, den journalistiska ideologin och det ekonomiska inflytandet över nyhetsmaterialet". Vad man angriper är alltså inte att medierna och journalisterna låter sina värderingar påverka urvalet och presentationen av materialet, utan att det sker utifrån fel värderingar. Sociologiprofessorn Joachim Israel har från liknande utgångspunkter varit i debatt med företrädare för Danmarks Radio.

Debatten om nyhetsvärderingen har i särskilt hög grad kretsat kring utlandsrapporteringen. Det har påpekats att de svenska nyhetsmedierna är "västorienterade". Det ligger naturligtvis ingenting anmärkningsvärt i detta. En stor del av utrikesstoffet i svenska massmedier kommer genom västliga nyhetsbyråer. Det finns utan tvivel också en västlig nyhetstradition. Vad massmedierna kan anföra

gentemot kritikerna är att denna tradition skiljer sig från Sovjets, Kinas och andra kommunistiska länders inte bara genom det stora utbudet av nyheter utan också genom det friare och mera varierande urvalet. Det skall naturligtvis inte tolkas så att nyhetsförmedlare i Västeuropa och Nordamerika inte skulle kunna vara ensidiga och färga sitt material. Totalt är emellertid nyhetsutbudet utan tvivel mångsidigare än östlänternas.

Diskussionen gäller dock inte enbart varifrån massmedierna hämtar sina nyheter utan också det sätt på vilket de själva väljer ut och bearbetar dem. Om man skall ha med hela förloppet i nyhetsvärderingen får man inte heller bortse från mottagaren — vad han väntar sig, hur han uppfattar meddelandet och hur han fogar in det i sin föreställningsvärld. Massmediernas nyhetsvärdering bygger i stor utsträckning på vad man tror sig veta att konsumenterna är intresserade av. Framför allt den politiska vänsterkritiken mot massmedierna utgår ofta från ett betraktelsesätt enligt vilket mediernas konsumenter är passiva mottagare, utlämnade åt de förras värderingar och utsatta för deras ”manipulationer”. Enligt senare masskommunikationsforskning är emellertid konsumenten väsentligt mer aktiv i sitt val av medier och information än man kanske tidigare föreställt sig. Detta har belysts bl a i en massiv bok av Dan Lundberg och Olof Hultén, *Individen och massmedia* (1968), innehållande redogörelser för framför allt egna och amerikanska forskningar på området.

Redan på vägen till massmedierna kan nyhetsvärdering ha skett i flera led. Detta kan illustreras med ett exempel:

Informationen kan tänkas gälla en olyckshändelse, som inträffat i ett företag. Företagsledningen får rapport om olyckan genom arbetsledaren. Undersökningar görs av personal inom företaget. Företagsledningen kan också antas diskutera det inträffade med skyddsombudet och med någon fackföreningsrepresentant. En vidareberättelse om olyckan kan tänkas ske till massmedierna genom företagsledningen direkt, genom informationsavdelningen om en sådan finns inom företaget, genom polisen eller genom fackföreningen. Massmedierna kan få sina upplysningar från en av dessa källor eller från flera av dem.

Enligt företagsledningens uppfattning kan det vara av föga intresse

för allmänheten att få veta någonting närmare om hur olyckshändelsen har gått till. Skyddsombudet eller fackföreningsrepresentanten kan ha en helt annan uppfattning. Informationsavdelningen inom företaget kan också ha en annan uppfattning än företagsledningen om hur information skall lämnas till allmänheten och kan i större eller mindre grad påverka vad som meddelas till massmedierna, beroende på den ställning avdelningen har inom företaget. Om meddelandet om olyckan lämnas av polisen kan det tänkas innehålla ett annat urval av detaljer än om det tex lämnas av företagsledningen eller fackföreningen.

Det förekommer att massmedierna redovisar flera olika källor och överlåter åt mottagarna av informationen att försöka bedöma vilken version som är den riktigaste eller vilka detaljer i händelsen som är av den största vikten. Särskilt gäller detta i kontroversiella sammanhang. Man följer då den praxis som finns kodifierad i SJF:s yrkeskodex: "Redovisa i kontroversiella frågor de olika, rimliga versioner som kan finnas." Ett annat sätt, som också tillämpas, är att före publiceringen granska och jämföra de olika uppgifterna, som lämnats av källorna och, om det låter sig göra, sammanställa dem till en egen skildring så korrekt som möjligt.

Men det är inte alltid massmedierna kan agera i enlighet med dessa idealfall. Händelsen kanske inte uppfattas som kontroversiell eller värd ett så omfattande arbete som det skulle kräva att ta kontakt med olika källor. Resurserna eller tiden före publiceringstillfället kanske inte medger det. Slumpen eller tidigare utvecklade kontakter kan i sådana fall komma att avgöra vilka värderingar som skall få göra sig mest gällande från källan. Det kan bli företagsledningens uppfattning, att olyckshändelsen inte är värd någon omfattande publicitet, eller fackföreningens, som kan vara att händelsen har stort principiellt och fackligt intresse eftersom den sammanhänger med kritiserade förhållanden på arbetsplatsen.

Det kan ha en stor betydelse för hela det senare nyhetsförloppet hur den första publiciteten ser ut, vilket har åskådliggjorts i det inledande fallet Österköping. Den journalist och det massmedium som kommer först med nyheten kan ofta sätta sin prägel på den. Naturligtvis kan det förekomma tillrättalägganden och "motvinklingar" så

som fallet Österköping visar, men de första aspekterna på händelsen har en tendens att leva kvar och påverka den fortsatta publiciteten. Även ett tillrättaläggande förutsätter ofta att den framställning som anses felaktig eller missvisande återges på ett eller annat sätt.

Massmediernas nyhetsvärdering kan skilja sig åtskilligt åt med hänsyn till mediernas karaktär och ”färg”. Riksmedierna, radio, TV och rikstidningar, kan alltså ha en annan nyhetsbedömning än lokalmedierna, regionalradio och ortstidningar. Kvällstidningarna kan ”vinkla” en händelse på ett annat sätt än morgontidningarna — ge den större rubriker, göra personintervjuer etc. En socialdemokratisk tidning kan ha en större benägenhet att lägga tonvikt på vissa detaljer än en borgerlig kollega. Vare sig de olika medierna använder samma källor eller håller sig med var sina kontakter kan deras version av det inträffade bli väsentligt skiljaktiga.

Men det finns otvivelaktigt också likheter i nyhetsbedömningen mellan massmedierna — ett slags skrivna eller oskrivna, medvetna eller omedvetna normer och föreställningar, som inte bara medierna själva utan också deras källor och mottagare tagit starka intryck av — eller som Lars Furhoff uttrycker det i sitt tidigare nämnda inlägg i Statsvetenskaplig Tidskrift, ”en konformitet i värderingen av skendet”. En olyckshändelse är alltså en nyhet — det är man ense om. Hur stor nyhet beror förmodligen främst på omfattningen men också på en rad andra faktorer: i vilka sammanhang olyckan inträffat, vad som är orsaken, hur pass vanlig olycksorsaken är, vem eller vilka som drabbats osv.

Journalisterna i massmedierna arbetar i övervägande omfattning efter dessa skrivna och oskrivna normer. De skall kombinera dem med andra normer — exempelvis tryckfrihetsförordningens ärekränkingskriterier, radiolagens eller PK-reglernas krav på saklighet och opartiskhet och respekten för privatlivet. Kombinationen försvåras av att praxis för nyhetsvärderingen ibland kan komma i konflikt med etiska och andra regler. I det ovan använda exemplet kan det alltså tänkas, att vissa erhållna uppgifter om olyckshändelsen kan vara kränkande för en ansvarig person inom företaget.

Sådana problem måste lösas, även om det rör sig om uppenbara konflikter mellan olika krav. Nyhetsvärdet eller offentlighetsintresset

kan ibland vara så uppenbart att andra krav medvetet eller omedvetet trängs undan. Men det kan också uppstå svåra avväggningsfrågor där en ansvarig person eller grupp av medarbetare i ett massmedieföretag kan tvingas fatta ett beslut under stor tveksamhet. Nyhetsvärderingar kan lika väl vara resultatet av ett samspel mellan källor och flera personer med olika funktioner i massmedieföretaget som ett ställningstagande av en ensam ansvarig journalist.

Nyhetsvärderingen tar sig emellertid inte bara uttryck i att nyheten publiceras eller inte publiceras, hur pass detaljerat detta sker och vilka resurser massmedierna ägnar åt att klarlägga händelsen. Även i själva sättet för presentationen avspeglas ofta en sådan värdering. I radio eller TV kan exempelvis detta ta sig uttryck i meddelandets placering i sändningen. En nyhet som anses stor och viktig nämns gärna i början av en nyhetssändning — eventuellt först som ett kort meddelande för att senare i programmet återkomma som ett längre inslag. I pressen anges på liknande sätt en värdering genom placering på första sidan, rubrikernas storlek och eventuella bilder och kommentarer.

Men nyhetsvärdering i den bemärkelsen är också en relativ bedömning. Det kan alltså tänkas att en nyhet som kommer långt bak i ett radio- eller TV-program eller på insida i en tidning den ena dagen skulle ha blivit en förstanyhet efter en mindre händelserik dag. Olika slag av nyheter påverkas i olika grad av sådana slumpvariationer. En lyckad månlandning skjuter undan en hel del stoff från förstasidorna men lär t ex i lokaltidningen få dela utrymmet med en stor eldsvåda i spridningsområdet.

En fråga, som man emellertid vet ganska litet om är hur mer eller mindre slumpmässiga variationer i nyhetsvärderingen sådan den tar sig uttryck i placering och rubriker uppfattas och registreras av mottagaren. Att det finns vissa konventioner, som är ganska allmänna och som bestämmer om en nyhet är en nyhet och hur pass ”stor” den är, kan man nog konstatera, även om dessa konventioner säkert många gånger kan vara svåra att definiera och förklara. Men betraktar tidningsläsaren olyckan som större och hemskare därför att den råkade inträffa på en dag då den fick en fyrspaltig rubrik än han skulle ha gjort om den hade hänt under en mera nyhetsmättad dag

och fått en mindre uppseendeväckande utstyrsel? Eller har mottagaren av informationen sin egen nyhetsvärdering enligt vilken en olycka är en olycka, oberoende av rubrikerna och placeringen i radions och televisionens nyhetssändningar? I hur hög grad tenderar socialdemokratiska massmediekonsumenter att reagera kraftigare än borgerliga på en olyckshändelse som sker i en fabrik, oberoende av hur händelsen skildras av medierna?

Så länge man håller sig till ”rena händelser” av det slag som det här talats om, är kanske trots allt inte nyhetsvärderingen en så komplicerad historia som när man kommer in på mer sofistikerade typer av ”händelser”. Chicago-professorn Daniel J Boorstin gav i början av 1960-talet ut en bok, som föreligger i svensk översättning med titeln *Skenbilden — Vad som hänt med drömmen om Amerika* (1968), där han hävdar, att Amerika och hela världen förlorat sig själv i en skenvärld — journalister tillverkar nyheter som inte finns och industrin producerar varor som inte behövs. Den nya, konstgjorda nyheten kallar Boorstin för pseudo-händelse. Karakteristiskt för pseudohändelsen är att den inte är spontan utan kommer till därför att någon har planerat, arrangerat eller gett uppslaget till den. Den är inte av typen tågolycka eller jordbävning utan av typen intervju. Den arrangeras oftast med direkt sikte på att bli omnämnd eller återgiven. Därför bringas den att inträffa vid en tidpunkt som passar massmedierna. Dess framgång bedöms i förhållande till i vilken utsträckning den omnämns. Tidsrelationerna är ofta fiktiva eller bestämda av taktiska hänsyn; förhandsmeddelanden skickas ut ”för senare publicering” och är skrivna som om händelsen redan hade inträffat. Frågan ”Är det sant?” blir mindre viktig än frågan ”Är det nyhetsmässigt?”

I ett demokratiskt, högutbildat, rikt, konkurrenspräglat och teknologiskt utvecklat samhälle kan människorna dränkas i en flod av pseudohändelser, menar Boorstin. Politiker, nyhetsmän och massmedier överbjuder varandra i att tillhandahålla attraktiva, ”informativa” redogörelser för och bilder av världen. De har frihet att spekulera över fakta, att tillskapa nya fakta, att kräva svar på de frågor de själva har hittat på. Det ligger i pseudohändelsernas natur att de gärna blir intressantare och mer lockande än spontana händelser.

Var och en som följer massmediernas verksamhet kan ju jämföra sina iakttagelser med Boorstins beskrivning av vår nya skenvärld. Den vidsträckta användningen av begreppet pseudohändelser kan förvisso diskuteras. Framförallt kan det givetvis råda betydligt delade meningar, när det gäller att värdera de olika slag av "händelser", som går att inränga under Boorstins definitioner. Medan de flesta kanske håller med om att mycket av kändisskriverierna utan vidare förtjänar att betecknas som pseudo-journalistik, stöter det på svårare värderingsproblem, när man kommer in på den mer seriösa journalistiken. Ett politiskt "utspel" som uppfyller alla krav man enligt Boorstin kan ställa på en pseudohändelse kan t ex innebära ett för många människor synnerligen viktigt ställningstagande och bör alltså vara en nyhet av stor betydelse.

Men om man nöjer sig med att betrakta pseudohändelsen som ett tekniskt begrepp för en viss sorts nyheter — de må sedan vara viktiga, mindre viktiga eller helt betydelselösa — är det under alla omständigheter uppenbart, att nyhetsvärderingen inför dessa "icke-spontana händelser" får en annan dimension. En tågkatastrof är en tågkatastrof. Men vad är ett TV-reportage med spekulationer om vart miljöförstöringen kan leda hän eller en tidningsartikel om vilka slags medel vetenskapen i framtiden kan tänkas finna på för att hejda befolkningsexplosionen? Vad ligger det för nyhetsvärdering bakom en tidnings tolkning av vad en politiker egentligen kan ha avsett med ett yttrande, som är oklart formulerat — och som eventuellt också kan ha varit lika oklart tänkt?

Det som vållar den mesta oron är emellertid själva mängden av informationer som väller över massmediernas konsumenter. För en normal människa ligger gränsen för vad hon kan ta emot och smälta av informationer om inte annat så av rent praktiska skäl ett gott stycke under det utbud som hon teoretiskt sett har möjlighet att ta del av. Till en viss del väljer emellertid konsumenterna själva. De flesta läser inte hela tidningen, många avstår från radions och televisionens nyhetssändningar. Av det de läser eller hör uppfattar de och minns kanske bara vissa delar.

Inte bara forskarna utan också de som arbetar inom massmedierna är medvetna om detta förhållande. Den omläggning som företogs

den 1 oktober 1972 av nyhetsprogrammen i TV präglas av detta. Nyhetsuppläsningarna reducerades till några få minuter. Den övervägande delen av tiden för nyhetsprogrammen ägnas åt längre reportage och kommentarer kring ett fåtal utvalda ämnen. I slutet av programmen upprepas i sammanfattning de längre inslagens innehåll. Omläggningen bygger på rön från bla Sveriges Radios avdelning för publik- och programforskning. Förhållandet är i stort sett detsamma med ljudradions nyhetsuppläsningar och Eko-sändningar.

I tidningarna har denna process kunnat ske på ett sätt som väckt mindre uppmärksamhet. Dagens Nyheter, som i många avseenden blivit mönsterbildande för stora delar av den svenska pressen, övergav för årtionden sedan den koncentrerade, faktaåtergivande journalistiken för en mer fyllig redovisning på vissa utvalda områden och en hårdare satsning på egna nyheter och kreativa reportage. Vid sidan härav finns dock kvar rester av den mer traditionella fakta-redovisningen. Även Svenska Dagbladet har, delvis på grund av begränsade resurser, fått ge avkall på ambitionen att vara heltäckande på nyhetsområdet. Göteborgs-Posten utgör en motpol, framför allt i fråga om inrikes- och lokala nyheter. I regional- och lokalpressen finns det annars en rätt allmän tendens att det lokala materialet vill tränga ut riks- och utlandsrapporteringen.

Den största likheten med TV:s nyhetsbehandling finner man emellertid i de stockholmska kvällstidningarna. Men det finns då skäl att påpeka att dessa betraktar sig själva som komplementtidningar utan ambitioner eller skyldigheter att lämna någon översiktlig redogörelse för ”nuets händelser”, som det talas om i avtalet mellan staten och Sveriges Radio. De specialavdelningar av ofta hög kvalitet som förekommer i Expressen och Aftonbladet vid sidan av det ”lätta” nyhetsmaterialet och kändisskriverierna representerar ett mycket långt drivet urval.

Om detta urval och denna koncentrerings på ett antal ämnen och områden som gör sig speciellt starkt gällande i de mest spridda massmedierna, radio, TV och de sk rikstidningarna, således kan motiveras med hänvisning till konsumenternas svårigheter att annars orientera sig i masskommunikationssamhället, finns det emellertid

också skäl till starka betänkligheter, därför att urvalsprocessen i så hög grad bestämmer vår bild av verkligheten. Problemet framställs ofta förenklat som om det gällde enbart att några få — man kan ju kalla dem gatekeepers om man så vill — bestämmer vad vi skall informeras om och hur det skall ske. Som har framgått av den tidigare redogörelsen är emellertid detta en komplicerad process, där ofta många intressen och personer övar inflytande.

Det ligger därför något ofruktbart i att låsa fast diskussionen vid maktfunktionerna — såvitt man inte eftersträvar ett system där massmedierna totalt behärskas av en grupp eller intresseriktning. För massmediekonsumenterna är den avgörande frågan att, som Westerståhl framhåller, få bästa möjliga information om vad som händer. Det är inte självklart att ett monopolsystem, som det vi har på radio/TV-området, skapar de idealiska förutsättningarna och inte heller att den på kommersiell bas byggda tidningsutgivningen gör det.

En del av bristerna i massmediernas verksamhet kan obestriddligen hänföras till sådana institutionella faktorer. En upplösning av radio/TV-monopolet skulle kanske under vissa omständigheter kunna vidga utbudet av information och skapa den mångfald som exempelvis TV:s kanalchefer säger sig eftersträva. Att ta bort det kommersiella motivet i tidningsutgivningen kunde tänkas leda till att en del av den ytliga sensationsjournalistik som nu förekommer blev överflödig.

Men ingen av dessa operationer kan företas utan att det också får andra konsekvenser, samtidigt som det inte heller är alldeles givet att man skulle få de gynnsamma effekter som här antytts. Lösningar av det slaget kan te sig lockande för politiska patentingenjörer till höger och vänster. De hjälper emellertid knappast massmediekonsumenterna att få sitt intresse av bästa möjliga information tillgodosett.

Vinklingen

Nyhetsförmedling bygger till en mycket stor del på andrahandsuppgifter. Även när journalisten själv varit ”på platsen” eller kanske i radio eller TV kan låta sina ”källor” framträda direkt är man

ofta beroende av uppgifter som inhämtats på olika håll. Dessa uppgifter kan vara felaktiga. En intervjuperson kan också lämna mer eller mindre osanna, mer eller mindre missvisande svar. Ibland kan det vara lätt att kontrollera om de upplysningar man fått är korrekta, i andra fall kan det vara mycket svårt och tidsödande.

Detta är ett problem som man med större eller mindre framgång brottas med i massmedierna. Att uppgifter skall kontrolleras innan de förs vidare är fullständigt klart fastlagt i radioavtalet och PK-reglerna. De senare lägger för säkerhets skull till att även uppgifter som redan varit publicerade på annat håll skall kontrolleras, innan de återges. En fråga som man inte kommer ifrån är emellertid hur stora resurser det är rimligt att avsätta för kontroll av sakuppgifter och hur långt man måste gå i misstro mot uppgiftslämnare.

Den frågan berör inte endast massmedierna. Bland uppgiftslämnarna återfinns alla kategorier av människor. Vilken tilltro skall man tillmäta politiker, forskare, experter, fackföreningsfunktionärer, företagsledare, gruvarbetare, byalagsmedlemmar? Eller ur en annan synvinkel: Hur angelägna är uppgiftslämnarna själva om att ge korrekta informationer?

Det finns ett exempel på uppgiftskontroll från USA som tagits upp av ljudradions utmärkta program *Vår grundade mening* och som borde ha utsikter att bli klassiskt. Det gäller ett uttalande av svarta panterrörelsens advokat Charles Gary, efter det att polisen vid en raid hade skjutit två medlemmar av rörelsen. Han gjorde gällande att polisen därmed under mindre än två år kallblodigt hade mördat 28 svarta pantrar och att syftet var att utrota panterrörelsen. Det var folkmord, menade han.

Uppgiften om 28 dödade pantrar återgavs i press, radio och TV i USA — men också i Sverige av Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen.

Tidskriften *New Yorker* lät ett halvår efteråt göra en undersökning som efter ytterligare åtta månader visade att det inte gick att belägga fler dödsskjutningar, där polisen rimligen kunde veta i förväg att det rörde sig om medlemmar av panterrörelsen, än de två som föranledde uppgifterna. Gary har inte heller senare vidhållit uppgiften, som han har medgett att han högg till med i en hast och som

hade en mer symbolisk innebörd.

Men uppgiften togs alltså från början utan vidare för gott och var under lång tid en etablerad sanning. Fallet visar hur lätt en felaktig information kan få fäste och hur svårt det kan vara att kontrollera den.

Två omständigheter kan vara intressanta att notera: Gary hade ett syfte med sitt uttalande som han betraktade som oändligt mycket viktigare än själva uppgiften om antalet. De uppgifter han lämnade hade ett starkt emotionellt laddat innehåll.

Uppgiftslämnaren kan alltså vara mindre intresserad av detaljernas korrekthet i de upplysningar han lämnar än av meddelandets effekter på massmediekonsumenterna. Om uppgifterna är emotionellt laddade får de i allmänhet lättare spridning.

Den ena av eller båda dessa förutsättningar gäller i många sammanhang i samhällsdebatten. Detta har tydligt avspeglat sig beträffande t ex miljöfrågorna. Syftet — att verka för en bättre miljö — betraktas gärna som så viktiga att korrektheten i fråga om uppgifter och detaljer sätts i andra hand. Samtidigt som det ofta emotionella innehållet ger uppgifterna lättare spridning har de också större benägenhet att överleva rättelser och befogade nyanseringar.

Till en del kan naturligtvis förekomsten av det slags emotionella budskap som här talas om ses som ett uttryck för den allmänna debattnivån. Men denna är inte oberoende av det massmedieklimat där den frodas. Att fördela ansvaret mellan politiker och andra deltagare i debatten å den ena sidan och dem som är verksamma i massmedierna å den andra kan vara som att söka slita tvisten om hönan och ägget.

Det finns inte heller alltid ett syfte att hänvisa till som försvar för eller förklaring till att det emotionella innehållet i budskapet får ta överhanden över det sakliga. Ivar Ivre, numera chef för Sveriges Radios avdelning för publik- och programforskning, gjorde för en del år sedan några reflexioner i personaltidskriften *Antennen*, sedermera återgivna i redigerat skick i boken *Tvivelsrutan* (1969). Han hade efter en tids bortovaro från radio- och TV-verksamheten överfallits av en undran om han höll på att börja reagera som en vanlig tittare. Vad som slog honom var den rutinmässiga jakten på kon-

troversielle nyheter av typen ”publikkittling” som han kunde iaktta. Höll samhällskritiken på att bli ett självändamål? Det mesta av samhällskritik i massmedierna väcker ett engagemang som i bästa fall varar lika lång tid som det tar att läsa artikeln eller se och höra programmet i fråga, tyckte han.

Som verkställande direktör i Sveriges Marknadsförbund pläderade Göran C-O Claesson för en hårdare övervakning av övertramp inte bara på annonssidorna utan även på de redaktionella sidorna liksom i radio och TV. Bl a vid en återkommande medverkan på journalistinstitutet använde han publiciteten kring bebyggandet av Mälarblick i Stockholm som ett stående exempel på vinkling genom utnyttjande av laddade ord som inte har någon anknytning till de verkliga förhållandena.

Mälarblick bebyggdes med 36 radhus på 120—140 kvadratmeter och 13 något större kedjehus. Alla betingade ett efter sitt byggår moderat pris från cirka 125 000 kronor. Priset var lägre än för jämförbara hus i Ekkronans regi, kontantinsatsen däremot högre.

Projektet skildrades helt korrekt av Olle Bengtzon i Expressen. I hans skildring fanns text tydligt angivet det låga priset jämfört med andra projekt vid den tiden. Publiciteten i övrigt — även den i Expressen — kom emellertid att få ett annat tema. Mälarblick blev kallat ”miljonärsbyn”. För att bo där krävdes ”toppinkomster”. Dagens Nyheter hade rubriken ”Utsikt för 204 000 kronor” över en långa radhus som i verkligheten saknade den eftertraktade sjöutsikten. Det fanns för övrigt bara ett hus som gick upp till 204 000 kronor, och det hade byggmästaren byggt åt sig själv.

Publiciteten på detta miljonärsspår kulminerade när en TV-reporter med Mälarblickshuset som bakgrundsmiljö stod och talade om ”osålda lyxhus” — med stöd av prisuppgifter som gällde ett helt annat bostadsområde än Mälarblick.

36 radhus och 13 kedjehus som — jämfört med övriga utbudna enfamiljshus var av moderat storlek och betingade relativt lågt pris — blev alltså en ”miljonärsby” vars invånare betalade stora pengar för utsikten. Denna vinkling tycks snarast ha kommit till av en slump och inte tjänat något speciellt syfte.

Vi är därmed tillbaka vid begreppet vinkling som användes i kom-

mentarerna till det inledande modellfallet. Politiseringen och jakten på kontroversiella nyheter är bara två av uttrycken för detta fenomen, som gärna uppträder i gränsområdet mellan den korrekta rapporteringen och den felaktiga.

Vinklingen behöver, som påpekats i anslutning till modellfallet, inte vara tillkommen i något illvilligt syfte. Avsikten kan vara att korrigera någonting som journalisten mer eller mindre befogat uppfattar som en vinkling ”vid källan” eller att göra ämnet lättare begripligt för läsaren, lyssnaren eller tittaren. Ibland ser man exempel på vinkling som enbart eller övervägande är orsakad av en önskan att utnyttja vissa nyckelord eller tankelinjer som kan förväntas väcka uppmärksamhet hos läsaren. Dit förefaller man kunna räkna det av Göran Claesson återgivna fallet Mälärblick. Det behöver naturligtvis inte betyda att just den vinklingen är utan avsiktlig politisk tendens. Det som gett den sin till synes slumpartade karaktär kan lika gärna vara okunnighet som oskuldsfullhet.

Avvikelser från en faktarefererande information motiveras emellertid också ofta med massmediekonsumenternas behov av sådant som engagemang, upplevelse och identifikation. Den inflationsartade användningen av ord som dessa tre i kultur- och samhällsdebatten har otvivelaktigt samband med ”upplevelsemediet” framför andra, TV. Det är också genom televisionen som den emotionella och kontroversiella vinklingen blivit praktiskt taget vedertagen arbetsmetod.

Denna vinkling som består i att medvetet och systematiskt lägga informationen tillrätta för att vädja till massmediekonsumenternas känslor är en ytterst tvivelaktig företeelse. Den på sina håll odlade föreställningen att den emotionella vinklingen skulle vara ägnad att hjälpa massmediekonsumenterna tillrätta i flödet av nyheter är en illusion eller i förekommande fall ett grovt bedrägeri.

I SNS-boken *Blandekonomi på villovägar?* (1972) analyserar Olle Wästberg en företeelse som han vill ge namnet ”stämningssamhället”. Plötsligt bryter en vild strejk ut vid LKAB. Plötsligt hungerstrejkar Blåsjöns manliga invånare. Plötsligt marscherar Skärholmens husmödrar. Och politikerna reagerar snabbt, improviserar löften och reformer för att lugna sinnena. Stämningar har alltid funnits. Likaså

protester. Men något nytt har hänt, och det är detta som Wästberg anser motivera benämningen stämningssamhället:

”Det är främst två faktorer som förändrat bilden. Den ena är att vi fått rikstäckande massmedier med stor genomslagskraft. Den andra är att de gamla folkrörelserna och organisationerna inte längre fungerar som pålitliga åsiktsförmedlare.

Nya opinioner stryker över kontinenterna. Massmedier sprider dem snabbt. Nya stämningar exponeras i en omfattning som aldrig förr. Dramatiska nyheter — en demonstration, en strejk, en almfällning — blir snabbt nyhet i alla medier. Det som får stor uppmärksamhet i TV eller i *en* tidning blir enbart därigenom en nyhet som uppmärksammas av alla andra medier. Förändringar och händelser är nyheter, men sällan vardagslunken. Kritik är oftare journalistiskt mer intressant än beröm. Stämningar och kollektiva känsloutbrott har en sorts mänsklig dimension som ger dem stora rubriker. I ett samhälle med en genom decennierna stabil regeringsmakt har den vanliga partipolitiska arenan sjunkit tillbaka i intresse. Få bryr sig om vad som händer i riksdagen. Därför blir de nya politiska uttrycksformerna desto mer intressanta.

Sverige är ett litet land. Den offentliga debatten domineras av några få människor, få tidningar och få TV-program. Under 1960-talet har såväl TV som kvällstidningar för första gången blivit rikstäckande. Vad som framförs i våra riksmidier får en enorm genomslagskraft och fungerar som riksläkare för vad som andra medier anser vara värt att uppmärksamma. Därför slår åsikter snabbt igenom. Stämningarna växlar, men det tycks bara finnas plats för en stämning i taget. På så sätt blir den svenska åsiktsbilden påfallande enhetlig.”

Harry Schein, ordförande i Svenska Filminstitutet och expert inom utbildningsdepartementet för bl a massmediefrågor, varnar i boken *Inför en ny mediapolitik* (1972) för ett pseudoengagemang, grundat på bildsuggestioner. Emotionella upplevelser är på vissa områden viktigare än intellektuella insikter, dock knappast när det gäller nyhetsförmedling och andra former av samhällsorienterande program, påpekar han.

Schein anser att TV-mediets natur har glömts bort i alla diskussioner om vinklingar av TV:s samhällsorienterande program, i den

ständiga diskussionen om högervridning och vänstervridning, och framhåller med TV-bevakningen av LKAB-strejken som exempel:

”Det är inte TV-mediets styrka att förklara komplikationer. Däremot är det mediets natur — och dess medarbetares önskan — att ge oss upplevelser. Det går inte att uppleva komplikationerna i verkligheten. Förenklingen av verkligheten blir en vinkling och upplevelsen en vridning.”

Man kan emellertid ha anledning att ifrågasätta om TV-mediet måste vara så informationsfientligt som Schein tydligen utgår ifrån. Det är sannolikt ingen tillfällighet att frågor och svar i TV-intervjuer påfallande ofta handlar om hur den intervjuade ”upplever” saker och ting. Upplevelsen är emellertid inte endast förknippad med bildens suggestion utan också med den föreställningsvärld i vilken TV-mediets medarbetare lever. Den inskjutna hänvisningen till ”dess medarbetares önskan” i Scheins karakteristik av mediet torde vara en betydligt viktigare förklaringsfaktor än vad utbildningsdepartementets expert på massmediefrågor låter förstå.

Teorier om varma och kalla medier i all ära — men man lär inte komma ifrån att sättet att utnyttja medierna spelar en alldeles avgörande roll även för deras emotionella effekter. Det är inget tvivel om att TV kan påverka sin publik genom att t ex intervju personer enligt ett vanligt mönster, där den intervjuade framstår som en misstänkt individ som försöker dölja eller förvränga viktiga fakta för tittarna. Den emotionella upplevelsen kan naturligtvis bli ännu starkare, om upplysningarna efteråt sätts in i ett sammanhang som intervjupersonen inte hade förutsett eller uttalandena klipps på ett sådant sätt att väsentliga delar av svaren inte kommer med i sändningen.

Möjligheterna till sådana emotionella upplevelser för tittarna kan vara särskilt stora när det gäller längre program med många inslag av intervjuer med olika personer, kanske illustrerade med speaker-texter och reportagebilder som inte är tagna i direkt samband med intervjuerna.

Journalister i de ”svalare” tryckta medierna har kanske inte samma tekniska möjligheter till upplevelse eller utlevelse. Men man skall vara en mycket okänslig tidningsläsare för att undgå att lägga

formerade om faktiska förhållanden lika väl som förändringarnas, rörelsernas, riktningar.

Frågan om vad slags information massmediekonsumenterna får kan vara beroende av vilka som äger och utnyttjar massmedierna och av vilka ideologier som härskar i mediernas redaktioner. Man kan diskutera för- och nackdelar med den monopolsituation som råder i fråga om etermedierna. Likaså kan man naturligtvis diskutera ägarförhållandena i pressen och de politiska partiernas inflytande och möjligheter att få sina informationsbehov tillgodosedda. Men man bör också oberoende av dessa faktorer kunna diskutera såväl grupperns som enskilda människors behov och önskemål som mottagare av information.

Därvid bör man kanske också ha klart för sig att behov och önskemål är två skilda begrepp som inte nödvändigtvis behöver sammanfalla. Även om diverse vinklingar i massmedierna skulle kunna tänkas helt motsvara det stora flertalet människors önskemål om emotionella upplevelser, tillfredsställer de knappast deras behov av information för att kunna orientera sig i det samhälle de lever i.

En vinkling av en rapportering kan innebära ett förtydligande, men den kan också verka desinformerande. Totalt sett skulle man kunna tänka sig att de olika vinklingarna korrigerade och tog ut varandra. Men det är föga sannolikt att så är fallet. En massmediekonsument som blir konfronterad med två eller flera parterns perspektiv kan därmed tänkas bli hjälpt av de professionella informatörerna att orientera sig i varje fall om de olika åsikter som finns i en aktuell fråga. Men den som ena dagen blir utsatt för en högeravidning och den andra en vänstervridning, varvid informationsbehandlarna i massmedierna själva utnyttjar sitt professionella kunnande för att göra en vald ensidighet så övertygande och emotionellt laddad som möjligt, kan inte bli annat än förvirrad.

Attityder

Debatten om vinklingen i massmedierna fick en särskild innebörd vid den socialdemokratiska partikongressen i början av oktober

1972. Utgångspunkten var ett inslag i TV 2:s kommenterande nyhetsprogram Rapport som kritiserades skarpt av en del kongressdeltagare. Utbildningsminister Ingvar Carlsson, som har radio och TV under sitt departement, fann sig föranlåten att varnande tala om en förtroendeklyfta mellan människorna och dem som har till uppgift att förvalta medierna.

I en intervju i Aftonbladet (7 oktober 1972) erinrade utbildningsministern om att han hade framfört en liknande varning vid Fabriksarbetareförbundets kongress ett drygt år tidigare. Sedan den tiden hade irritationen ökat från stora medborgargrupperns sida, ansåg han och tillade:

”Man behöver inte resa särskilt mycket för att notera irritationen bland t ex fackföreningar, religiösa grupper, nykterhetsgrupper och på den politiska sidan.”

Uttryck för irritation från politikernas sida har förekommit vid många tillfällen. I riksdagens remissdebatt 1969 framförde dåvarande folkpartiordföranden Sven Wedén samma varning för en förtroendeklyfta mellan Sveriges Radio och allmänheten som Ingvar Carlsson kom med två år senare. I den föregående beskrivningen av maktförhållandena i massmedierna har erinrats om bl a förre statsministern Tage Erlanders och den socialdemokratiske partisekreteraren Sten Anderssons skarpa reaktioner på den starkt vinklade TV-serien Från socialism till ökad jämlikhet. Mycket kritiska inlägg i den debatten förekom även i fackförbundspressen, bl a i LO:s tidning Fackföreningsrörelsen.

Kritik av liknande slag för politisering och vinkling har också träffat pressen, främst kanske Stockholms kvällstidningar. Utbildningsminister Carlsson talar i allmänhet helst om massmedierna och innefattar då givetvis pressen.

En annan ofta framförd beskyllning mot massmedierna är att de uppträder hänsynslöst och integritetsstörande. Både Sveriges Radio och pressen åläggs ju i det utomrättsliga normsystemet att visa hänsyn och respektera privatlivet. När det gäller kritik för bristande respekt för privatlivets helgd och att även personer som tillhör offent-

ligheten har rätt att fordra en fredad, privat sektor, som det heter i PK-reglerna, har pressen varit hårdast utsatt. Men det förekom för några år sedan ett uppmärksammat fall av publicistiskt övertramp i TV som också föranledde ett fällande uttalande av radio-nämnden. Det gällde en intervju med ett kommunalråd som förekom i början av juni 1969 i ett Fokusprogram i TV. I presskommentarer talades det om ”hänsynslös förföljelse” och ”personförföljelse i TV”. Händelsen skildrades i en temperamentsfull artikel av regissör Ingmar Bergman på Expressens kultursida den 8 juni 1969:

”Skrämd och illamående bevittnar jag i Fokus i TV kamera-jakten på en stackars oförberedd och totalt utlämnad kommunalpolitiker. De tappra jägarna har stått på pass i mörkret vid järnvägsstationen. Då bytet visar sig, tänder de sin bländande nitralampa, en laddad intervjuare hoppar fram och sticker en mikrofon under näsan på offret. Han startar ett förhör som genom programmets övriga karaktär blir provokativt för att inte säga insinuant. En totalt blockerad människa halvspringer för att komma loss, redan från början svårt andfådd av upprördhet, rädsla eller vrede.”

Radiochefen dömde direkt intervjun som ”helt oacceptabel” och framförde i brev till den förfördelade Sveriges Radios oförbehållsamma ursäkt. Kritiken var stark i pressen, men det fanns också en minoritet av tidningar som försvarade programmakarna. Till dessa hörde Aftonbladet som i en kommentar den 11 juni till radiochefens brev ansåg att ”det hör till politikerns och andra offentliga personers skyldigheter att svara på frågor” samt att ”ingen behöver be om ursäkt för att de vägrar medverka till detta”.

Den hårda intervjuteknik som kom till användning mot kommunalrådet har diskuterats häftigt. I en del sammanhang syns emellertid ”skjutjärnsintervjuerna” — som har blivit den vedertagna termen — accepteras. Det gäller t ex partiledarintervjuerna i valrörelsen där alla partiledarna ställer upp på i stort sett samma villkor. En variant är den typ av program som Åke Ortmark och Herbert Söderström debuterade med i slutet av 1962 under programrubriken Utfrågningen.

En filosofi bakom de ortmark-söderströmska utfrågningarna har varit att de skall förbehållas ”politiker och andra bemärkta personer med en offentlig position att försvara”, som Söderström har uttryckt det i debattboken *Skjutjärn* (Lars Lönnroth-Herbert Söderström, 1964). Numera föredrar Ortmark och Söderström att använda uttrycket makthavare om sina offer. Det väckte emellertid en mycket häftig reaktion, bl a från chefredaktör Olof Lagercrantz i *Dagens Nyheter*, när kretsen av makthavare utvidgades till att omfatta inte endast politiker, direktörer och fackföreningstoppar utan också en arbetarledare från gruvstrejkens Kiruna våren 1970.

I nyhetsprogram och reportage av dokumentärtyp är dock skjutjärnstekniken betydligt mer betänklig och bidrar förmodligen starkt till att väcka misstro mot radio och TV. För den vanlige lyssnaren eller tittaren är det inte alltid uppenbart att reportern ”sätter sig i en potentiell motståndares ställe” eller framträder som representant för ett allmänintresse — som om han företrädde ”den vanlige medborgaren, konsumenten, medlemmen gentemot myndigheten, producenten, ledningen för den stora organisationen”, så som radioutredningen på sin tid beskrev rollen. Det är inte alltid den vanlige medborgaren känner igen sig i radio- eller TV-reporterns skepnad.

I *Lag och etik för massmedier* återges en rad exempel på politiserande, vinklade och integritetsstörande artiklar och uppgifter i pressen ur pressens opinionsnämnds årliga redovisningar. Det förekommer där en viss övervikt för Stockholms kvällstidningar. Man kan finna flera samverkande orsaker till att kvällspressen utmärker sig med ett betydligt större antal fällande uttalanden av nämnden än andra tidningar. Konkurrensen driver fram en hårdare nyhetsjakt och lockar till skarpvinklingar för att fånga läsarnas uppmärksamhet. Det är också möjligt att kvällstidningarna är mer påpassade. Men det är svårt att frigöra sig från intrycket att det finns en för kvällstidningarna och etermedierna gemensam eller närbesläktad attityd: en benägenhet att vinkla skarpvinklingar, att åstadkomma starkare emotionella reaktioner, kanske som en följd av en mer kritisk inställning till vissa företeelser, intressen och samhällsgrupper.

Man kan finna ett visst stöd för en sådan hypotes i den attitydundersökning som civilekonom Björn Fjæstad gjorde 1971 på upp-

drag av SNS och sektionen för ekonomisk psykologi inom EFI vid Handelshögskolan i Stockholm och som presenteras av Fjæstad och ekon lic Kjell Nowak i boken *Massmedia och företagen* (1972). Undersökningen behandlar företagsledares, fackliga representanters och journalisters uppfattningar om massmedier som informationsbehandlare och om företagen som informationskällor.

I attitydundersökningen ingår dels en skriftlig enkät, som riktade sig till ett urval på 585 personer, 285 från massmedier och 300 från näringslivet, dels en intervjuserie med 25 personer, verkställande direktörer i privata, statliga och konsumentkooperativa företag, chefredaktörer i storstads- och landsortspress samt programdirektörer vid Sveriges Radio.

I enkät- och intervjuvaren kan man notera en kritisk inställning till massmedierna hos framför allt företagsledarna och en likaledes kritisk inställning mot näringslivet hos framför allt journalister ”på lägre nivå” i massmedieföretagen. Journalister i etermedierna och kvällspressen är mer kritiska än journalister i morgontidningarna. På företagssidan anser man att massmedierna ägnar sig för mycket åt negativa händelser som rör näringslivet, i massmedierna anser man att företagen och framför allt deras PR- och informationsavdelningar visar sig angelägna om att få publicitet om positiva händelser men är svåra att få upplysningar av när det gäller någonting som är negativt för företagen.

Av det omfattande intervjumaterialet framgår att företagsledarna är missnöjda över osaklighet och snedvridning, över politisk färgning i pressen och över vänstervridning hos ungdomarna på Sveriges Radio. Det framförs också kritik mot personangrepp och etermediernas redigeringsteknik. En företagsledare deklarerar att han inte ställer upp annat än i direktintervjuer, eftersom han inte tycker om att bli ”amputerad”. Det förekommer också kritik mot bristande generositet i fråga om rättelser och genmälen och mot journalisternas bristfälliga utbildning.

De chefredaktörer i pressen och chefer på Sveriges Radio som intervjuats är betydligt måttfullare i kritiken mot företagets information än vad medarbetarna i allmänhet är om man skall döma av den bredare enkätundersökningen. På frågan om det förelåg en förtro-

endeklyfta mellan företag och massmedier är de intervjuade tämligen eniga om att så inte är fallet, konstaterar undersökarna. Bland företagsledarna kunde man urskilja en liten, mindre kritisk grupp och en större som är mycket kritisk, framhåller de.

I intervjuerien ingick också frågor till massmedierepresentanterna om massmedierna. Det visade sig att de flesta anser att utvecklingen går mot en ökad blandning av nyheter och värderande kommentarer. De hävdar att objektivitet är en omöjlighet och att det inte går att skilja på nyheter och kommentarer. Chefredaktörerna på de tre landsortstidningar som ingick i urvalet för intervjuerien har dock avvikande uppfattningar i detta fall.

Fjæstad och Nowak har huvudsakligen uppehållit sig vid attityderna hos företagsledare gentemot massmedier och hos massmedierepresentanter gentemot företagen. De anser sig inte ha vare sig bekräftat eller vederlagt talet om en förtroendeklyfta och betonar att de har studerat uppfattningar, inte hur förhållandena egentligen är.

I vad mån de uppfattningar och attityder som kommer fram i undersökningarna är speciella för tex företagsledare eller om de omfattas av andra grupper i samhället måste undersökarna själva helt naturligt yttra sig försiktigt om. De vågar dock mot bakgrund av den allmänna debatt som förekommit om nyhetsmediernas samhällsbevakning uttrycka en något vidare syftande konklusion:

”Allvarlig kritik har framförts av högt uppsatta representanter för det etablerade samhället samtidigt som andra uttryckt farhågor för inskränkningar i journalisternas oberoende. Det synes ytterst angeläget att den debatten vidgas, både vad avser innehållet och dem som deltar i den. I grunden ligger frågan om vilka uppgifter samhällsbevakningen har, bör ha och kan ha. Den frågan berör givetvis alla människor. Den koncentration till enstaka företeelser som varit utmärkande för en stor del av debatten drar uppmärksamheten från mera grundläggande problem som har stor allmängiltig betydelse. Vad vi skall ha våra nyhetsmedia till är en fråga som förtjänar en allmänt omfattande debatt.”

Perspektiv

I

Om man vill försöka anlägga ett rent nyttoperspektiv på massmedierna blir naturligtvis den första frågan: till nytta för vilka? Anspråken anmäler sig omedelbart från skilda håll. Starkast artikulerade kommer de från grupper och intressen på sändarsidan — de som vill styra, öva inflytande och komma till tals. Men det finns också en annan användningssida som har berörts upprepade gånger tidigare och som det finns anledning att alltid ställa i relation till de olika krav som ställs från sändare och förmedlare i masskommunikationsprocessen, nämligen mottagarna.

Massmedierna kan sägas ha tre viktiga huvudsyften: underhållning, opinionsbildning och information. I mediernas utbud är det ofta inte möjligt att dra någon klar gräns mellan dessa funktioner. Ett underhållande program eller en underhållande artikel kan vara både opinionsbildande och informativ. Informationsbehandling och informationsförmedling kräver ofta ett visst mått av kreativitet, även om föreställningarna om skapandets betydelse i massmedieutbudet kanske gärna överdrivs, särskilt av dem som är verksamma i medierna.

Radio, TV och press kan alla fungera som konstnärliga uttrycksmedel. Förutsättningarna härför är naturligtvis av intresse för såväl sändare som mottagare. Till dessa förutsättningar hör ett stort mått av frihet. Författare, journalister, skådespelare, filmare, tecknare och andra kreativa grupper måste även ha rätt och möjlighet att behandla för åsiktsbildningen centrala ämnen. Detta är inte i första hand en fråga om deras privata yttrandefrihet utan om publikens, mottagarnas behov av underhållning, intellektuell stimulans och information.

Denna frihet för kreativa grupper förutsätter dock i sin tur att det finns en fyllig och saklig samhällsinformation och nyhetsförmedling som ger massmediekonsumenterna möjligheter att kontrollera sina intryck och att väga känsloupplevelser mot fakta. I ett demokratiskt samhälle är det av grundläggande betydelse att medborgarna skall ha tillgång till bästa möjliga kunskapsunderlag att bygga sina ställningstaganden på. Massmedierna spelar liksom utbildningssektorn en mycket viktig roll därvidlag.

Den opinionsbildande funktionen kan inte heller frikopplas från informationsfunktionen. En stor del av opinionsbildningen sker genom förmedlad information av massmedierna från partier och andra opinionscentra till allmänheten. För Sveriges Radios del är opartiskhetskravet därvidlag helt oundgängligt. I pressen har informationsfunktionen skjutits i förgrunden och mer eller mindre skilts från den aktivt opinionsbildande funktionen. Samtidigt har dock växt fram en professionell ideologi som även gör anspråk på mediernas opinionsbildningsresurser.

I sina mer extrema former tar sig dessa anspråk skråartade uttryck. Den professionella uppfattningen att massmediernas verksamhet bör vara en angelägenhet uteslutande för journalister, eftersom de är mest kunniga och lämpade för att sköta dem, skiljer sig i princip inte särskilt mycket från krav på att tex försvaret skall anförtros helt åt militärerna eller utbildningen åt lärarna och byråkraterna i SÖ.

Massmediernas huvuduppgift på samhällsinformationens och nyhetsrapporteringens områden måste vara att förmedla. Det innebär för det första att journalisterna delar sina informationsuppgifter med andra — politiker, myndigheter, organisationer, företag, meddelare av olika slag. För det andra innebär det att massmediekonsumenterna bör kunna kräva en oförvanskad redovisning av omständigheter, händelser och fakta, sådana som de kommit till informations- och nyhetsförmedlarnas kännedom.

Om man i det anlagda nyttoperspektivet betraktar informationen som en vara är det alltså konsumenternas intresse av att varan är kulant och innehållsdeklarerad som skall tillgodoses. Vi har på massmediområdet en radionämnd, en opinionsnämnd för pressen och en

allmänhetens pressombudsman som skall granska varorna. Men dessa institutioner kan inte på förhand ålägga massmedierna hur de skall förfara utan endast fälla anmärkningar när varan redan är levererad och konsumerad. Och de har överhuvudtaget inte befogenhet att yttra sig över dem som har lämnat informationer till massmedierna eller som har föranlett nyhetsmeddelandena. Detta är i konsekvens med massmedielagarnas placering av den juridiska ansvarigheten på utgivarna, vars vällovliga syfte är att skydda meddelarna, dvs dem som informerar massmedierna.

Det utomrättsliga normsystemet för massmedierna — avtalet mellan staten och Sveriges Radio, Publicistklubbens regler för god publicistisk sed och Svenska Journalistförbundets yrkeskodex — uppehåller sig också helt och hållet vid massmedieföretagens och journalisternas skyldigheter. I det ena fallet har villkoren dikterats av regeringen som en förutsättning för etermediernas monopolställning. I de två andra fallen rör det sig om regler som har utarbetats av dem som själva är verksamma i massmedierna. Inte i något sammanhang grundar sig tillkomsten av reglerna, annat än högst indirekt, på någon offentlig debatt eller någon medverkan från dem som är berörda av massmediernas verksamhet som konsumenter eller som objekt för mediernas jakt på nyheter, information och intressanta vinklingar.

Det finns mycket goda skäl för att i vid utsträckning överlåta massmedietiken åt en utomrättslig reglering av den typ som nu finns. Men detta innebär inte att hela frågan om massmediernas funktioner och villkor måste förbehållas regeringen och yrkesmännen.

De brister som finns i fråga om massmediernas informations- och nyhetsbehandling beror i försvinnande liten omfattning på ofullständigheter i det utomrättsliga regelsystemet. Medierna och deras anställda åläggs att lämna korrekta sakuppgifter, vara opartiska, respektera människors privatliv, visa hänsyn och att vara generösa med rättelser och genmälen. Förhållandena skulle vara mycket annorlunda än de nu är, om dessa normer till fullo efterlevdes.

Men vilka kan moraliskt rena och obelastade stiga fram och kräva en sådan efterlevnad? Politikerna? Organisationerna? Företagen? När blir kravet på att medborgarna skall bli allsidigt och korrekt

informerade någonting mer än honnørsord för de politiska partierna? När kommer organisationer och företag att betrakta allmänhetens och de anställdas intresse av korrekta och fullständiga upplysningar även i besvärliga och kontroversiella frågor som något naturligt och befogat?

Samhällsinformationen kräver alla parter insatser. Men för att den skall ge den upplysning som allmänheten — massmediekonsumenterna — kan begära måste det finnas ett gynnsamt informationsklimat.

Man kan kanske ha anledning att i mångt och mycket kritisera de nyhetskonventioner som i större eller mindre grad påverkar massmediernas informationsbehandling. Men det är orimligt att tänka sig att det skulle kunna finnas någon meningsfull samhällsinformation utan en rad konventioner. Vi måste ha några väsentliga gemensamma grundvärderingar och definitioner för att informationsverksamheten skall kunna fungera. Sedan är det en annan sak att man alltid får räkna med att det finns större eller mindre grupper som inte accepterar konventionerna utan som föredrar att ägna sig åt desinformation.

I verkligheten finns det en hel rad allmänt omfattade konventioner och värderingar i fråga om samhällsinformationen. Det mesta i radioavtalet och PK-reglerna torde således vara sådant som det stora flertalet massmediekonsumenter instämmer i. Men det sker i allmänhet från den passive åskådarens eller på sin höjd den arge kritikerns position.

En fråga man kan ha anledning ställa sig är om inte rollfördelningen i samhällsinformationen har blivit en smula skev. Vad är det som säger att man skall överlämna praktiskt taget hela ansvaret för informations- och nyhetsförmedlingens kvalitet och allsidighet till massmedierna? Departement, myndigheter, partier, organisationer och företag har sina egna informationsexperter som också ofta har till uppgift att sköta relationerna till massmedierna. Vore det inte rimligt att dessa många intressenter tog sin del av ansvaret för att allmänheten skall få en korrekt information? Det enda som veterligt finns i den vägen är Sveriges PR-förenings stadgar, som innehåller rekommendationer av informationsetisk innebörd. Dessa stadgar

gäller dock inte de organisationer och företag där föreningens medlemmar är verksamma utan medlemmarna personligen.

Lika väl som vi har normer för god publicistisk sed och för god reklam kunde det vara möjligt för olika grupper av informationsintressenter att försöka komma fram till några grundläggande riktlinjer för god information. De politiska partierna har ju program som rör de flesta samhällsangelägenheter — även massmediefrågor. Det borde kunna finnas utrymme också för en politisk informationsetik. Industrins organisationer borde kunna intressera sig för hur man skulle kunna formulera ett antal allmänna principer för dem själva och för företagen angående god information i näringslivet. LO kunde analysera den fackliga informationen på motsvarande sätt osv.

Mot detta kan invändas — och det finns säkert de som gör det utan en sekunds betänketid — att det tyder på övertro på betydelsen av normer och regler. Det är lätt att peka på de många avvikelser som sker i massmedierna från radioavtalet och PK-reglerna. I själva verket är det säkerligen inte heller fler normer och regler vi behöver — däremot en större bredd och enhetlighet i fråga om vad som skulle kunna kallas informationskonventioner eller informationsetik.

Men för att finna en sådan breddning måste diskussionerna föras över från olika enskilda bristfälligheter och övertramp i massmedierna till ett konstruktivt sökande efter för så många som möjligt gemensamma värderingar — någonting av en övergripande informationsideologi. Det kan knappast uppfattas som djärvt att anta att förutsättningarna för en sådan konstruktivitet borde vara större om diskussionen gick ut på vad de olika parterna i informationsprocessen skulle vara beredda att ålägga sig själva än om den endast gäller vilka krav de vill ställa på andra.

Det är på tiden att en sådan bred diskussion kommer till stånd inför de perspektiv som avtecknar sig med bl a helt nya tekniker för masskommunikation. Kan vi inte med de nuvarande förhållandena på massmedieområdet finna något sätt att styra utvecklingen med bibehållande av sådana grundläggande demokratiska värden som yttrandefrihet och tryckfrihet, riskerar vi att hamna i ett samhälle, präglad av informationsterrorism och desinformation.

II

I rymdkapplöpningens spår sker utvecklingen på masskommunikationsområdet i de industrialiserade länderna i accelererande fart. Kabelsystem, satellitsystem, videosystem och avancerad datateknik öppnar vyer som för några årtionden sedan skulle verkat fantastiska och fantasieggande för de flesta men som i dag kanske mest ter sig oroande och förvirrande.

Hittills har "trängseln i etern" gjort det relativt lätt för beslutsfattarna på det politiska området och i medierna att träffa sina val. Radion och televisionen har med den relativt begränsade tillgång vi har på frekvenser inte kunnat släppas fria för allmänt bruk på sändarsidan. I den lag som kom till 1967 förde man i stället in kraven på opartiskhet och saklighet som grund för ett etermonopol samt rätt för var och en att inneha och bruka radio- och TV-mottagare. På senaste tiden har man börjat mer allvarligt diskutera en uppmjukning av monopolet på ljudradiosidan genom att öppna möjligheter för lokala sändningar med eller utan reklamslag. Någon etableringsfrihet är det dock inte tal om. Sändningsrätten förutsätts bli utdelad med iakttagande av sträng selektivitet. Kommuner och organisationer nämns som lämpliga förvaltare av privilegierna.

Inom pressen driver strukturrationaliseringen fram större och bärkraftigare företag. Statliga subventioner kombineras med skattepålagor på annonser för att hålla igen utvecklingen. Principen är att det som ges till de fattiga åtminstone till en del skall tas från de rika. De långsiktiga effekterna av en sådan statlig presspolitik är svåra att förutse. Hela frågan om pressens villkor är emellertid föremål för parlamentarisk utredning och åtskilligt kanske kommer att ändras när erfarenheterna av nu gällande, hastigt tillkomna provisorier börjar visa sig.

Den tekniska utvecklingen i tidningsbranschen är för närvarande inne i någonting som förefaller vara ett övergångsskede från Gutenberg till rymdteknik. Fotosättning med utnyttjande av datamaskiner, avancerade tryckningsmetoder som ger snabbhet, prydliga sidor och stor formatkapacitet införs. Sättmaskiner och metall försvinner ur produktionen. Men tidningarna består alltjämt av pappershäften

som säljs i kiosker och affärer eller bärs ut till abonnenterna av morgontidiga extraknäckare. Ny och gammal teknik blandas.

Men allt detta är sådant som sker medan teknikerna tänker ut och förbereder de nya kommunikationssystemen som eliminerar traditionellt hantverk och fysiskt arbete i produktionen. Hur radio, TV och press skall anpassas till det helt nya läge som vi kan ha, om vi vill, på 1980- eller 1990-talet, det vet vi idag praktiskt taget ingenting om.

En del har börjat tänka åt oss. Varken kabelsystem eller satelliter för TV- och annan kommunikationsöverföring är ju några nyheter och inte heller videogrammen eller TV-kassetterna. Vad man har börjat tänka över är emellertid de enorma möjligheter till kommunikation som dessa tekniker ger, när man har kommit över de trösklar som investeringar för nätutbyggnader och introduktionen av massproducerade och därmed billigare mottagare och videoband innebär.

Kanada och USA befinner sig i täten både i fråga om teknik och framtidstänkande. I Kanada har regeringen engagerat sig hårt för att skaffa fram kunskaper om nya kommunikationstekniker och deras användningsmöjligheter. I USA spelar enskilda initiativ och finansieringsresurser en större roll för framtidsforskningen på området. Bl a har inrikeschefen på Washington Post, Ben H. Bagdikian, gjort en omfattande framtidsstudie över kommunikationstekniken som finns redovisad i boken *The Information Machines — Their Impact on Men and the Media* (1971).

I Sverige har den nya medietekniken tecknats ur två perspektiv, dels av chefen för Internationella Byrån vid Sveriges Radio, Edward Ploman, i *Från kassett till satellit — morgondagens TV* (1972), dels av Harry Schein i *Inför en ny mediapolitik. Kabeltelevision — bildskval eller kommunikation* (1972). Ett tredje perspektiv har för Dagens Nyheter-Expressens räkning Carl-Adam Nycop anlagt. Dessa studier och analyser har dock tyvärr inte publicerats.

Både Ploman och Schein uppehåller sig utförligt vid själva tekniken, som det här inte finns anledning att närmare gå in på. Det är från informations- och massmediesynpunkter frågan om principerna för användningen av de nya kommunikationssystemen som främst intresserar.

Den nya tekniken kan komma att favorisera de bestämmande grupperna i samhället, inte bara på grund av tillgång på ekonomiska resurser utan också för att de besitter den nödvändiga kunskapen för att kunna utnyttja kommunikationskanalerna. Men den kan också, som Ploman påpekar, skapa helt nya möjligheter för kommunal och lokal självverksamhet och sprida ansvar och medbestämmanderätt till olika nivåer inom förvaltning och samhälle. Kabelsystem för tvåvägskommunikation med lämplig terminalutrustning antingen i hemmen eller i lokala centra av olika slag kan ge förutsättningar för en verklig dialog mellan förvaltning och valda ombud å ena sidan och allmänheten å den andra.

Internationellt och nationellt aktualiserar detta en rad frågor om de institutionella formerna för masskommunikation. Här skiljer sig perspektiven. Ploman anlägger vad man skulle kunna kalla ett professionellt massmedieperspektiv med tonvikt på TV. Grundtanken för den framtida utvecklingen bör vara att skapa förutsättningarna för en balanserad informationsekologi nationellt och internationellt, samhälleligt och individuellt. Mer kunskap om och forskning kring kommunikationsprocesserna, en bättre förberedelse och en bättre skolning av såväl massmediekonsumenten som massmedieproducenten är viktiga kommunikationspolitiska medel.

Scheins perspektiv är politiskt, för att inte säga partipolitiskt. Det viktigaste politiska beslutet gäller vem som skall äga de nya kommunikationssystemen och vilka som skall bestämma deras användning. Tidningsföretagen bör inte ha någon som helst kontroll över de nya medierna. Enskilt kapital bör inte tillåtas få något inflytande över innehållet. Nyhetsförmedlingen bör frikopplas från kommersiella intressen och från central politisk styrning. Alla politiska åsikter måste reellt ges samma chans. En särskild byrå med experter från olika områden bör inrättas, helst med anknytning till statsministerns kansli, för att samla och bearbeta information om den framtida kommunikationstekniken.

För Harry Schein öppnar den nya masskommunikationstekniken vida vyer. Med den kan man äntligen bryta massmedieinstitutionernas, tidningsägarnas och kapitalets makt och spränga den begränsade ramen av skribenter, redaktörer och producenter som för närvarande

svarar för den överväldigande delen av informationsutbudet. Snart har våra förkättrade massmedier tjänat ut och kan avtackas, Sveriges Radio med en nedlåtande klapp på axeln och en jämförelse med General Motors — men vad som är bra för företaget är inte med nödvändighet bra för landet — och tidningspressen med det förakt som tillkommer en företagsgrupp som inte visar tillbörlig tacksamhet över sin privilegierade ställning och de subventioner från skattebetalarna den åtnjuter.

I stället för massmediefolket träder in på scenen den nya sakkunskapen med en ”heltäckande multidisciplinär kompetens”, dvs den särskilda byrån med sina experter på telekommunikation, datateknik, massmedier, beteendevetenskaper, systemanalys, utbildningsteknologi samt inom området aktuella förvaltningsrättsliga problem. Denna heltäckande sakkunskap skulle kanske kunna förväntas göra processen kort med allt detta skräp som Harry Schein tvingas se i sin TV-mottagare och läsa i de kvällstidningar på vilkas kultursidor han inte hesiterar att medarbeta, när det faller sig så.

Det kan naturligtvis vara uttryck för partiskhet hos en massmediemann, men nog framstår Plomans mer jordnära perspektiv som betydligt fruktbarare att diskutera masskommunikationernas nya möjligheter från. I stället för att göra rent hus med alla institutioner, värderingar och konventioner borde det vara av intresse att rädda mesta möjliga av vad som trots alla de brister som diskuterats tidigare finns av informationskunnande, kvalitet och etisk standard i våra massmedier över till en ny masskommunikationsteknik.

Journalistiken kommer att behövas även i framtidens masskommunikationssamhälle. Ett maximum av information är inte nödvändigtvis effektiv information. Vi kommer att behöva personer som organiserar, analyserar, presenterar och kommenterar informationen. Informationsförmedlarna — journalisten, programproducenten — kommer att bli ännu viktigare ju stridare och mer ohämmad strömmen av informationer blir.

Nya kommunikationstekniska villkor och möjligheter kommer inte att minska betydelsen av de frågor som här diskuterats om behovet av brett omfattade principer och konventioner för informationsetik. Ju fler som kan beredas plats i kommunikationskanalerna,

desto viktigare är det att konsumenterna i detta rikliga och svåröverskådliga utbud kan finna fasta replipunkter, där de kan kontrollera sina intryck och värdera halten av de känsloupplevelser som raden av mer eller mindre partiska och åsiktsbetonade budskap framkallar. Erfarenheterna talar för att vi behöver flera sådana, från varandra oberoende och varandra kontrollerande replipunkter.

Vi behöver även i fortsättningen ett pluralistiskt massmediesystem, där olika inflytelser kan göra sig gällande och där det finns plats för skilda, klart markerade perspektiv. Det bör vara en av de viktigaste massmediepolitiska uppgifterna att säkra och vidga utrymmet för en sådan pluralism.

Ett axplock SNS-skrifter*

G. Albinsson m fl: Blandekonomi på villovägar? 192 sid, 1972.	Hft. 24:50 Inb. 29:50
R. Baldwin: Den nya protektionismen , 275 sid, 1971.	Inb. 39:50
H. Baude: Att söka ekonomisk litteratur , 230 sid, 1970.	Inb. 24:65
G. C-O Claesson: Statens ostyriga utredande , 210 sid, 1972.	Hft. 24:50 Inb. 29:50
E. Dahmén: Sätt pris på miljön , 94 sid, 1968.	Pocket 12:75
Fjästad—Nowak: Massmedia och företagen , 396 sid, 1972.	Hft. 29:35 Inb. 33:60
Företagets långsiktsplanering , 149 sid, 1969.	Pocket 12:75
F. Johansson: Lag och etik för massmedier , 350 sid, 1971.	Hft. 29:35 Inb. 33:60
F. Machlup: Kris i valutasystemet , 212 sid, 1970.	Hft. 22:50 Inb. 27:50
On Incomes Policy , 275 sid, 1969.	Inb. 65:—
S. Westerberg: Den ofärdiga trafikpolitiken , 131 sid, 1971.	Pocket 12:75

* En förteckning över SNS samtliga skrifter kan erhållas direkt från Studieförbundet Näringsliv och Samhälle, Sköldungagatan 2, 114 27 Stockholm. Tel. 08/23 25 20.

Vridet och vinklat i massmedier

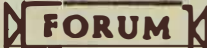
Med utgång från ett modellfall om en företagsetablering i en mindre svensk stad visar redaktör Folke Johansson, Upsala Nya Tidning, hur information om en övervägande positiv händelse kan "gå snett". Detta sker i modellfallet delvis på grund av massmediernas vinkling. Författaren analyserar och diskuterar olika sätt att vinkla nyheter. Något slag av vinkling är nästan ofrånkomlig, så snart det gäller mer komplicerade händelser. Men detta behöver inte vara liktydigt med snedvridning av informationen.

Vidare diskuteras vilka som "styr" informationen i massmedierna. Vad betyder ägarna? Politiska partier, organisationer, företag och andra möjliga påtryckargrupper? Vilken makt har journalisterna?

Avslutningsvis sätter författaren frågan om massmediernas roll i samhällsinformationen under debatt. Kommer den tekniska utvecklingen på informationsområdet att förstärka pressens, radions och televisionens makt och betydelse eller leder den till att vi får andra vägar för samhällsinformation? Vad kan detta i så fall komma att innebära när det gäller medborgarnas möjligheter att skaffa sig allsidig och korrekt upplysning?

Detta är den tredje boken i SNS serie om massmedierna. Tidigare har utkommit *Lag och etik för massmedier* (1971) skriven av Folke Johansson och *Massmedia och företagen* (1972) av Björn Fjæstad och Kjell Nowak.

Studieförbundet Näringsliv och Samhälle

Distribueras av  FORUM

ISBN 91-7150-131-2 (hft.)

ISBN 91-7150-132-0 (inb.)