

**D**en svenska journalistkåren beskriver en yrkesgrupp som genom sitt arbete spelar en central roll i vårt samhälle – såväl i människors vardagsliv som för hur demokratin fungerar.

Beskrivningen görs utifrån två perspektiv – ett förändringsperspektiv och ett samhällsperspektiv. Ser journalistkåren likadan ut som för 15-20 år sedan? Har kåren påverkats av framväxten av kommersiell radio och tv, internet och nya medier? Och hur förhåller sig journalistkåren till det samhälle de lever i? Hur representativa är journalisterna? Har de andra åsikter och värderingar än vanligt folk?

*Den svenska journalistkåren* innehåller 21 kapitel där forskare och doktorander vid institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG) beskriver och analyserar vilka de svenska journalisterna är, hur de ser på samhället, sig själva och sin yrkesutövning.

De forskningsresultat som presenteras bygger på fem frågeundersökningar – den första gjordes 1989 och den senaste 2005. Det praktiska arbetet har genomförts i samarbete med Svenska Journalistförbundet. Undersökningarna, som nu redovisas i ett sammanhang, har letts av professor Kent Asp.

# JMG

Institutionen för journalistik och masskommunikation



GÖTEBORGS UNIVERSITET

ISBN 978-91-88212-01-6

ISSN 1101-4652

Livréna Grafiska AB, Kungälv 2007

Den svenska journalistkåren Kent Asp (red)

JMG

# Den svenska journalistkåren

*Kent Asp (red)*

Tomas Andersson Odén

Ulrika Andersson

Kent Asp

Britt Börjesson

Monika Djerf-Pierre

Maria Edström

Marina Gheretti

Bengt Johansson

Monica Löfgren Nilsson

Ingela Wadbring

Lennart Weibull

Jenny Wiik

# Den svenska journalistkåren

Kent Asp (red)

JMG

Institutionen för journalistik och masskommunikation  
Göteborgs universitet

Institutionen för journalistik och masskommunikation  
Göteborgs universitet

Redaktör: Kent Asp

Omslag: Roger palmqvist

Redigering: Christina Jones

Tryck: Grafikerna Livréna i Kungälv AB 2007

ISBN: 978-91-88212-01-6

ISSN: 1101-4652

# INNEHÅLL

|   |     |
|---|-----|
| Förord  | 5   |
| 1. Svenska journalister<br><i>Kent Asp</i>  | 7   |
| 2. Journalisternas sociala bakgrund<br><i>Monika Djerf-Pierre</i>                         | 17  |
| 3. Livsvillkor och livsstilar<br><i>Bengt Johansson</i>                                   | 33  |
| 4. Journalistiken – ett könsmärkt fält?<br><i>Monica Löfgren Nilsson</i>                  | 45  |
| 5. Journalisters arbete och utbildning<br>- omstrukturering pågår<br><i>Maria Edström</i> | 55  |
| 6. Redaktionell förändring och arbetsmiljön<br><i>Monica Löfgren Nilsson</i>              | 67  |
| 7. Granskningsidealet<br><i>Jenny Wiik</i>  | 79  |
| 8. Namnpublicering – en fråga om offentligt och privat<br><i>Britt Börjesson</i>          | 87  |
| 9. Vad bestämmer nyhetsvärdet?<br><i>Marina Ghersetti</i>                                 | 97  |
| 10. Journalisters publikkännedom<br><i>Ulrika Andersson</i>                               | 109 |
| 11. Journalisternas syn på sig själva<br><i>Jenny Wiik</i>                                | 119 |
| 12. Journalistkåren och kommersialiseringen<br><i>Ingela Wadbring</i>                     | 127 |
| 13. Olika bud om mediernas uppgifter<br><i>Tomas Andersson Odén</i>                       | 139 |
| 14. Mediemakten<br><i>Kent Asp och Bengt Johansson</i>                                    | 149 |
| 15. Makten över journalistiken<br><i>Kent Asp och Bengt Johansson</i>                     | 163 |

|  |     |
|--|-----|
| 16. Journalisters samhällsförtroende<br><i>Lennart Weibull</i> | 173 |
| 17. Journalister och religion<br><i>Lennart Weibull</i>        | 187 |
| 18. Demokratin<br><i>Kent Asp</i>                              | 197 |
| 19. Åsikter och ideologier<br><i>Kent Asp</i>                  | 207 |
| 20. Partisympatier<br><i>Kent Asp</i>                          | 221 |
| 21. En profession på gott och ont<br><i>Kent Asp</i>           | 239 |
| Metoddokumentation<br><i>Ulrika Andersson</i>                  | 247 |
| Författarna  | 257 |
| Referenser   | 259 |

# Förord

Den Svenska Journalistkåren är ett bokprojekt som engagerat många forskare och doktorander vid JMG. De forskningsresultat som presenteras bygger på fem frågeundersökningar med svenska journalister. Den första gjordes senhösten 1989 och den senaste 2005. Däremellan har ytterligare tre journalistundersökningar genomförts – 1994, 1995 och 1999.

Det svenska medielandskapet har kraftigt förändrats under de sexton år som gått mellan 1989 och 2005. Etermediemonopolet har avskaffats, kommersiell radio och tv har vuxit fram, internet och nya medier har kommit till, arbetssätt har förändrats och påverkats av nya tekniker. Det är denna omdaning som utgör bakgrunden till att vi velat beskriva och analysera de förändringar som ägt rum i journalistkåren – och att i ett sammanhang presentera resultaten från JMG:s fem journalistundersökningar.

Forskningen ryms inom JMG:s allmänna forskningsprogram Journalistik och demokrati, men det är inget enskilt forskningsprojekt som står bakom eller som har finansierat forskningen. För JMG:s forskare har det därför handlat om forskning som gjorts vid sidan av alla andra arbetsuppgifter. För JMG:s doktorander utgör bidragen i boken en del av deras avhandlingsarbeten.

Tidigt bestämde vi oss för att så många som möjligt vid JMG skulle vara delaktiga i boken och att den skulle ge en bred belysning av den svenska journalistkåren. Kapitelförfattarna skulle ta fasta på en avgränsad empirisk frågeställning som de på ett begränsat antal sidor skulle ge svar på. Konkretion och bredd har därför satts före vetenskaplig diskurs och djup.

Samtliga fem undersökningar har gjorts i samverkan med Svenska Journalistförbundet. SJF har, för att garantera de svarandes anonymitet, stått för urvalsdragning och utskick av formulär, medan JMG endast haft tillgång till besvarade enkäter. Det är detta praktiska samarbete som gör att journalistundersökningarna uppnår en så god representativitet. Undersökningsförfarandet gör på så vis JMG:s tidsserie unik, även sett i ett internationellt sammanhang.

Vi vill därför tacka Svenska Journalistförbundet och förbundets kansli för det goda samarbetet under nära två decennier. Det gäller

särskilt Anita Vahlberg och Ritha Berg som från SJF:s sida hjälpt oss med att genomföra den senaste undersökningen, 2005 års journalistundersökning.

Huvudansvarig för projektets genomförande har varit undertecknad. Vid min sida har jag haft professor Lennart Weibull, som var huvudansvarig för den första journalistundersökningen 1989. Ulrika Andersson har varit undersökningsledare och administrativt ansvarig för 2005 års journalistundersökning. Även Britt Börjesson har bistått i arbetet med 2005 års undersökning liksom i de fyra tidigare undersökningarna. Christina Jones har stått för redigeringen av boken.

Göteborg i augusti 2007

Kent Asp

Projektansvarig

# Kapitel 1

## Svenska journalister

Kent Asp

Denna bok handlar om den svenska journalistkåren. Syftet är att beskriva och ge en representativ bild av en grupp människor som genom sin yrkesgärning spelar en central roll i vårt samhälle – såväl i människors vardagsliv som för hur demokratin fungerar.

### **Två perspektiv – tre huvudfrågor**

Den beskrivning och den analys som görs av den svenska journalistkåren genomsyras av två perspektiv.

För det första ser vi på journalistkåren i ett *förändringsperspektiv* – ser kåren likadan ut idag som för 15-20 år sedan? Sedan JMG:s första journalistundersökning gjordes år 1989 har det svenska mediasystemet förändrats i grunden. Etermediemonopolet har upphört, kommersiell radio och tv har vuxit fram, Internet och nya medier har kommit till, ny teknik har införts och arbetssätt har förändrats. Hur har denna omdaning av medielandskapet påverkat svenska journalister? Blir det ett annorlunda porträtt idag än i slutet av 1980-talet?

För det andra ser vi på journalistkåren i ett *samhällsperspektiv*. Journalister är inte vilken yrkesgrupp som helst. Som yrkeskår spelar de en betydelsefull samhällsroll. Hur stor deras betydelse eller deras inflytande är kan diskuteras, men knappast att deras yrkesutövning kan få stora konsekvenser – för vanliga människor, makthavare och för samhället i stort. Det är därför av intresse att analysera journalistkåren som en del av det svenska samhället – vilka likheter och skillnader finns det mellan journalister och vanligt folk? Har journalistkåren i likhet med andra professioner blivit en yrkesgrupp med kunskapsmonopolanspråk?

Utifrån bokens två perspektiv försöker vi besvara tre huvudfrågor.

Vi vill för det *första* ge en bild av den svenske journalisten – till vardags och som yrkesmänniska. För det *andra* vill vi beskriva och analysera hur journalisterna ser på sitt yrke, sig själva, medierna och



sin yrkesutövning. För det *tredje* vill vi beskriva och analysera journalisternas uppfattningar, värderingar och relationer till det samhälle de lever i.

Den första frågeställningen belyses i fem olika kapitel (kapitel 2-6).

Beskrivningen av människorna bakom yrket görs i tre kapitel. I kapitel 2, *Journalisternas sociala bakgrund*, ställer Monika Djerf-Pierre frågor om journalistkårens sociala sammansättning – hur representativa journalisterna är när det gäller ålder, kön, samhällsklass och etnisk bakgrund. Hur skiljer sig journalisterna från svenska folket? Och hur viktig tycker journalisterna själva att det är med deras representativitet?

Hur journalisterna lever sina liv, var de bor och vad de gör på sin fritid analyseras av Bengt Johansson i kapitel 3, *Livsvillkor och livsstilar*. Skiljer sig journalisternas livsstil från vanligt folks?

Monica Löfgren Nilsson inriktar sin analys i kapitel 4, *Journalistiken – ett könsmärkt fält?*, på en speciell personegenskap och vilken roll den spelar för hur journalistiken slutligen kommer att se ut i våra nyhetsmedier. Är journalistiken mindre könsmärkt idag än den var för 15 år sedan?

Beskrivningen av journalisten som yrkesperson handlar om ett yrke i förändring. I kapitel 5, *Journalisters arbete och utbildning – omstrukturering pågår*, beskriver Maria Edström den förändring som ägt rum under de två senaste decennierna när det gäller journalisternas arbetsplatser och utbildning. Har koncentrationen till Stockholm ytterligare ökat?

I kapitel 6 av Monica Löfgren Nilsson, *Redaktionell förändring och arbetsmiljön*, analyseras det journalistiska arbetets förutsättningar med utgångspunkt ifrån vad journalisterna själva anser om de förändringar som ägt rum. Har arbetsklimatet hårdnat? Känner journalisterna sig mer stressade i dag än i slutet av 1980-talet?

Den andra frågeställningen om hur journalisterna ser på sitt yrke, sig själva, medierna och sin yrkesutövning behandlas i sju olika kapitel (kapitel 7-13).

I kapitel 7, *Granskningsidealet*, analyserar Jenny Wiik ett av de ideal där uppslutningen är som störst i kåren. Frågor ställs om hur starkt förankrat idealet är i olika grupper av journalister och vilka förändringar som ägt rum. Är granskningsidealet lika starkt förankrat i dagens journalistkår som det var för 15-20 år sedan?

I kapitel 8, *Namnpublicering – en fråga om offentligt och privat*, av Britt Börjesson behandlas journalisternas syn på pressetik. I fokus står frågan om publicering av namn och på vad sätt journalisternas syn har förändrats över tid. Är svenska journalister mer benägna att publicera namn idag än i slutet av 1980-talet?

Marina Ghersetti analyserar journalisternas nyhetssyn i kapitel 9, *Vad bestämmer nyhetsvärdet?* I kapitlet får journalisterna bedöma vad det är som gör att en händelse blir en nyhet. Har nyhetsvärderingarna förändrats? Och vilken betydelse har journalisternas yrkeserfarenhet – gör unga journalister med få år i yrket en annan nyhetsbedömning än erfarna journalister?

Hur bra känner journalisterna sin publik? Den frågan ställer Ulrika Andersson i kapitel 10, *Journalisternas publikkännedom*, och analyserar vad journalister tror att människor läser i sin lokala morgontidning. Känner dagspressjournalister sina läsare bättre än journalister inom radio och tv?

I kapitel 11 av Jenny Wiik, *Journalisternas syn på sig själva*, bedömer journalisterna vilka relationer de har till sina källor, till sin publik och hur de ser på sig själva som grupp och vilka förändringar som ägt rum. Anser svenska journalister att de är mer hänsynsfulla idag än för 15-20 år sedan?

I kapitel 12, *Journalistkåren och kommersialiseringen*, tar Ingela Wadbring upp hur journalisterna ser på medieutvecklingen – både när det gäller den direkta kommersialiseringen och mångfalden i medieutbudet. Anser journalistkåren att journalistiken är mer kommersiellt inriktat idag än tidigare?

Tomas Andersson Odén jämför i kapitel 13, *Olika bud om mediernas uppgifter*, journalistkårens och allmänhetens syn på medierna och hur den har förändrats över tid. Hur samstämmiga är de? Och är samsynen större idag än i slutet av 1980-talet?

Den tredje frågeställningen om journalisternas uppfattningar, värderingar och relationer till det samhälle de lever i tas upp i sju kapitel (kapitel 14-20).

Kent Asp och Bengt Johansson ställer i två kapitel frågor om journalistkårens syn på mediernas och journalisternas makt och inflytande. I kapitel 14, *Mediemakten*, analyseras journalisternas och allmänhetens syn på mediernas makt och inflytande och hur deras uppfattningar har förändrats över tid. Har mediernas publik en annan syn än journalistkåren?

I kapitel 15, *Makten över journalistiken*, får journalisterna bedöma de inre maktförhållanden inom medierna och vilket inflytande de själva anser att de har över journalistiken. Upplever journalistkåren att de har större inflytande idag än för 15-20 år sedan?

Lennart Weibull undersöker i kapitel 16, *Journalisters samhällsförtroende*, vilket förtroende som journalistkåren har för olika samhällsinstitutioner – och om det har förändras över tid och om det skiljer sig från det förtroende som allmänheten hyser. Har allmänheten ett större förtroende än journalistkåren för samhällets institutioner?

Religionen har fått en större plats i journalistiken. I kapitel 17, *Journalister och religion*, analyserar Lennart Weibull vilken inställning som journalistkåren har till de stora världsreligionerna och vad som skiljer den från allmänhetens. Har journalistkåren en mer negativ inställning till kristendomen än svenska folket?

I bokens tre avslutande resultatkapitel analyserar Kent Asp journalistkårens förhållande till politiken och demokratin. I kapitel 18, *Demokratin*, undersöks journalisternas inställning till politiken, politikerna och demokratin och vilken tillit de hyser till sina medmänniskor. Är journalister mer missnöjda med den svenska demokratin än allmänheten?

I kapitel 19, *Åsikter och ideologier*, sätts fokus på journalistkårens politiska åsikter och värderingar och hur representativa journalisterna är för svenska folket. Är journalistkåren mer representativ idag än den var i slutet av 1980-talet?

Och i kapitel 20, *Partisimpatier*, undersöks journalisternas partisipolitiska sympatier, hur de har förändras under årens lopp och hur väl de stämmer överens med allmänhetens partisimpatier. Vilken betydelse har journalisternas bristande representativitet? Får den något genomslag i den politiska nyhetsrapporteringen?

I det sista och avslutande kapitlet, *En profession på gott och ont*, diskuteras bokens resultat ur ett professionaliseringsperspektiv.

### **JMG:s journalistundersökningar**

Beskrivningen av journalistkåren görs nästan uteslutande med hjälp av frågeundersökningar i form av brevenkäter. I 2005 års undersökning gick formuläret ut till 2000 slumpmässigt utvalda journalister i hela Sverige. Urvalet är gjort bland medlemmar i Svenska Journalistförbundet (SJF). Detta innebär att ungefär var åttonde svensk journalist har fått formuläret.

2005 års journalistundersökning är den femte undersökningen som genomförts vid JMG och i samarbete med SJF. Den första gjordes hösten 1989 och huvudresultaten presenterades i boken *Svenska Journalister – ett gruppporträtt* som gavs ut i samband med Journalistförbundets 90-årsjubileum år 1991.<sup>1</sup> Ett viktigt syfte med Den svenska journalistkåren är att följa upp 1989 års undersökning och ge en bred belysning av de förändringar som ägt rum i journalistkåren under den omdaning som skett av det svenska medielandskapet.

Journalistundersökningarna har efter 1989 års undersökning gjorts med ett intervall på ungefär var femte år (1994, 1999 och 2005). År 1995 genomfördes även en specialundersökning som var särskilt inriktad på mångfaldsfrågor och mediekoncentration. Den långa undersökningsserien är unik, även i ett internationellt perspektiv. En motsvarande undersökningsserie finns endast i USA.

När det i resultatkapitlen refereras till uppgifter där det inte anges något årtal handlar det alltid om resultat från 2005 års undersökning.

I samband med 2005 års journalistundersökning genomfördes också en motsvarande enkätundersökning riktad till ansvarig utgivare inom press, radio och tv med ett urval av de frågor som ställdes i journalistenkäten (Redaktionsledare 2005). Postenkäten sändes till samtliga (182 personer) som av respektive medieföretag angavs som ansvarig utgivare. Det handlar alltså i detta fall om en totalundersökning. Enkäten besvarades av 130 personer vilket innebär en svarsfrekvens på 71 procent.

I bokens Metoddokumentation ges en utförlig redovisning av hur 2005 års journalistundersökning och 2005 års redaktionsledarundersökning har gått till, bland annat redovisas uppgifter om bortfall och svarsfrekvenser. I Metoddokumentationen presenteras också grundläggande information om de tidigare undersökningarna och var huvudresultaten finns publicerade.

### **Undersökningarnas representativitet**

Ger JMG:s journalistundersökningar en representativ bild av den svenska journalistkåren? Frågan kan besvaras i två steg.

Den första frågan gäller hur representativt urvalet är för medlemmarna i Svenska Journalistförbundet. Antalet som besvarat 2005 års

---

1 Lennart Weibull mfl, 1991.

enkät är 1102, vilket innebär en svarsfrekvens på 59.4 procent (netto). Det måste bedömas som en bra svarsfrekvens för en så omfattande och krävande postenkät som det här handlar om. Antalet svarande är större i 2005 års undersökning än i någon av de tidigare undersökningarna och svarsfrekvensen ligger på ungefär samma nivå som liknande enkäter riktade till allmänheten gör, exempelvis SOM-institutets riksrepresentativa frågeundersökningar. I jämförelse med internationella undersökningar med journalister är svarsfrekvensen mycket hög.

Resultaten kan därför med stor sannolikhet betraktas som representativa för SJF:s medlemmar. Svarsfrekvensen är hög och det urval som har dragits (för 2005 och för andra år) överensstämmer i viktiga avseenden med den verkliga populationen (SJF:s medlemmar) – bland annat när det gäller könsfördelning och fördelning på mediarbetsplatser (se Metoddokumentation).

Svarsfrekvensen är en viktig faktor som har betydelse för hur representativa undersökningsresultaten är. En annan viktig faktor, och som är särskilt betydelsefull i denna undersökning, är urvalspopulationen. Den andra frågan handlar om hur representativa medlemmarna i SJF är för samtliga personer som i Sverige yrkesmässigt arbetar med journalistik. I detta fall kan vi inte vara lika säkra, eftersom vi inte med säkerhet kan veta hur stor andel av alla i Sverige yrkesverksamma journalister som är medlemmar i SJF.

Enligt SCB:s och arbetsförmedlingen Kulturs uppskattningar arbetar idag ungefär 20 000 personer som journalister i Sverige. I Svenska journalistförbundet är ca 18 000 medlemmar varav ca 15 000 är yrkesverksamma journalister. SJF organiserar alltså en mycket stor andel men inte alla yrkesverksamma journalister. Undersökningsresultaten måste trots det i stor utsträckning bedömas som representativa för hela yrkesgruppen svenska journalister.

Det finns dock en del som talar för att andelen yrkesverksamma journalister som är anslutna till Journalistförbundet har minskat över tid. Det är ett mindre problem så länge en lägre anslutningsgrad gäller för yrkesgruppen i sin helhet. Ett större representativitetsproblem är om det existerar skevheter i medlemsammansättningen i så måtto att journalister verksamma inom vissa medier eller inom vissa områden står utanför Journalistförbundet. Mycket talar för att exempelvis journalister i kommersiella etermedier och journalister som rapporterar om ekonomi, handel och börs är underrepresenterade i Journalistförbundet och därmed också i JMG:s journalistundersökningar. Mer om denna sannolika underrepresentation i samband med att resultaten presenteras.

## Andra svenska journalistundersökningar

Svenska journalister har även undersökts tidigare i olika urvalsundersökningar. Den tidigaste är från 1955/1956 och gjordes av Herbert Söderström och Pelle Ahrnstedt.<sup>2</sup> En större studie (400 telefonintervjuer) genomfördes 1969 av en grupp studenter vid Journalisthögskolan i Stockholm under ledning av Lars Furhoff och Lennart Nilsson.<sup>3</sup> I början av 1970-talet gjorde även Stockholms journalistförening en specialundersökning av Stockholmsjournalister.<sup>4</sup> 1972 års pressutredning lät också utföra en studie begränsad till ett antal pressjournalister på olika orter i Sverige.<sup>5</sup> En mindre studie finns även från början av 1980-talet.<sup>6</sup>

Den som i omfattning mest liknar JMG:s journalistundersökningar är den undersökning som den svenska maktutredningen under ledning av Olof Petersson genomförde år 1989.<sup>7</sup>

## SOM-undersökningarna

Ett viktigt inslag i boken är jämförelser mellan journalister och den svenska allmänheten. I nästan samtliga fall bygger jämförelserna på SOM-institutets riksrepresentativa undersökningar för motsvarande år – 1989, 1994, 1995, 1999 och 2005. Frågorna är besvarade ungefär vid samma tidpunkt (senhöstarna varje år) och formulerade på samma sätt. Den långa tidsserien och samordningen av undersökningarna är unik sett i ett internationellt perspektiv. För en metoddiskussion hänvisas till den omfattande dokumentation som finns i SOM-institutets rapport för respektive år.

## Problem i svensk journalistik

De postenkäter som har sänts till de utvalda journalisterna består nästan undantagslöst av frågor med fasta svarsalternativ där de tillfrågade ombeds att markera sitt svar med ett enkelt kryss. Men i en bestämd fråga önskade vi att de svarande med egna ord och utan styrande alternativ skulle ge sitt svar. Det gällde frågan om vad dom ansåg vara det största problemet inom svensk journalistik. De fick dock inte skriva ned mer än ett enda problem eller problemområde.

2 Söderström och Ahrnstedt, 1958.

3 *Journalistkåren i Sverige*, 1970.

4 *Stockholmsjournalisten*, 1971.

5 SOU 1975:78

6 Furhoff, 1986.

7 Resultat från undersökningen finns redovisad i Petersson och Carlberg, 1990.

Det var många som med egna ord skrev ned det dom ansåg vara det största problemet inom svensk journalistik. Av 1102 personer som besvarade enkäten var det 910 eller 83 procent som svarade på frågan. Samtliga de problem eller problemområden som angavs har sammanställts och redovisas i tabell 1.1.

**Tabell 1.1 Det största problemet inom svensk journalistik (procent).**

|                          | <i>Procent</i> |
|--------------------------|----------------|
| Ytlighet                 | 14.6           |
| Likriktning              | 12.2           |
| Förenkling               | 7.1            |
| Tidspress                | 7.0            |
| Resursbrist              | 5.7            |
| Anställningsförhållanden | 5.7            |
| Bristande etik           | 5.2            |
| Drevjournalistik         | 4.2            |
| Bristande trovärdighet   | 3.8            |
| Kårens sammansättning    | 3.7            |
| Vinstkrav                | 3.3            |
| Okritisk journalistik    | 3.3            |
| Kårandan                 | 2.7            |
| Bristande kompetens      | 2.5            |
| Åsiktsjournalistik       | 1.9            |
| Faktakontroll            | 1.8            |
| Ägarkoncentration        | 1.5            |
| Brist på granskning      | 1.3            |
| Utbildning               | 0.7            |
| Yttrandefriheten hotad   | 0.7            |
| Annat problem            | 11.1           |
|                          | 100            |
| Antal svarande           | 910            |

**Frågan löd:** Vilket är enligt Din mening det största problemet inom svensk journalistik?

**Kommentar:** Frågan är öppen och respondenterna fick med egna ord ange endast *ett* problem. Av totalt 1102 svarade 910 på frågan (83%). Svaren överensstämmer inte ordagrant med de rubriker som anges i tabellen, men kan sorteras in under aktuell rubrik.

Det första som slår en är den stora spridningen. Det finns inget enskilt problem med stort P som kraftigt dominerar journalisternas svar utan den svenska journalistkåren anger många olika slags problem. I denna mening handlar det inte om en särskilt åsiktshomogen yrkeskår.

Det problem som oftast anges är ytlighet; kommersialism, fördumning och kändisjournalistik. Nästan 15 procent av svaren går på det temat. Därefter kommer likriktning och brist på mångfald, på tredje plats förenkling; brist på fördjupning, snuttifiering och populism. Nästan lika ofta som förenkling anges tidspress. Resursbrist och anställningsförhållanden, särskilt LAS, kommer därefter.

Det andra som slår en är att de ”stora” strukturella problemområdena sällan förekommer i journalisternas svar. Det är mycket få som anger ägarkoncentration (1.5 procent), tidningsdöd, ökad konkurrens från Internet eller Stockholmskoncentration (de tre senare nämns knappt).

I tabell 1.1 har strävan varit att redovisningen av problemen skall ligga så nära journalisternas egna formuleringar som möjligt. Men det är naturligtvis möjligt att gruppera journalisternas svar efter var någonsans de i första hand står att finna. Ytlighet, förenkling och likriktning kan exempelvis ses som problem som hänger samman eller kan lokaliseras till själva journalistiken; den journalistiska produkten. Tidspress, resursbrist och anställningsförhållanden kan föras tillbaka till problem som har med arbetets förutsättningar att göra. Och bristande etik, kårande, bristande kompetens och engagemang med problem som står att finna hos journalisten själv. Resultatet för de tre huvudgrupperna av svar redovisas i tabell 1.2.

**Tabell 1.2 Var finns problemen? (procent).**

|                          | <i>Procent</i> |
|--------------------------|----------------|
| Arbetets förutsättningar | 27             |
| Journalisten             | 23             |
| Journalistiken           | 50             |
|                          | 100            |
| Antal svarande           | 910            |

**Frågan löd:** se tabell 1.1.

De största problemen i svensk journalistik kan enligt journalistkåren i första hand hänföras till den journalistik de själva åstadkommer. Hälften av svaren handlar om problem och brister i den journalistiska produkten, medan en dryg fjärdedel hänför problemen till de förutsättningar som gäller för det journalistiska arbetet och en knapp fjärdedel av problemen och bristerna till journalisterna själva.



Är detta en bild av en självkritisk yrkeskår? Är det självkritiska journalister vi möter i de kommande kapitlen? Ja, möjligen men det kan också vara så att man ser problemen hos andra – det är ”de andras” journalistik som står för ytlighet, likriktning och förenkling. Men det är nog också så att journalistkåren just har svarat på vilka de stora problemen inom svensk journalistik är – inte var orsakerna till problemen finns.

## Kapitel 2

# Journalisternas sociala bakgrund

Monika Djerf-Pierre

Spelar det någon roll vilket land journalisterna som skriver artiklar, producerar TV eller redigerar tidningssidor kommer ifrån? Betyder det något i vilken familj de är födda, hur gamla de är och om de är män eller kvinnor? Journalister tror ofta att det gör det och frågan om den sociala representationen på redaktionerna har varit ett återkommande tema i journalistikdebatten de senaste 40 åren. Under 1970-talet handlade diskussionen ofta om klass, på 1980-talet och 1990-talet om kön och idag på 2000-talet om frånvaron av personer med utländsk bakgrund på redaktionerna, men också om åldersdiskriminering.

Journalistkårens sociala sammansättning är viktig att analysera, av många skäl. För det första är den sociala representationen inom olika yrkesgrupper en grundläggande demokratisk fråga. Social mobilitet, det vill säga att även personer med en mindre gynnsam familjebakgrund kan göra karriär och avancera till samhällets toppositioner, utgör en hörnsten i en liberal demokrati. Om ett visst yrke eller en viss position helt och hållet är förbehållen en enda social grupp – om den så är baserad på klass, kön, eller etnicitet -- så skulle det snart uppfattas som ett demokratiskt problem.

I de flesta samhällen, även i de som betraktas som demokratiska, finns dock en betydande social reproduktion på de mest eftertraktade samhällspositionerna. Ju högre upp i samhällshierarkin, desto större brister brukar det finnas i den sociala representativiteten. Social exklusivitet brukar därmed betecknas som en grundläggande egenskap för en maktelit. Denna har traditionellt bestått av äldre, vita, män från övre medelklassen. Yngre, kvinnor, personer med utländsk bakgrund från arbetarklassfamiljer har ofta lyst med sin frånvaro.<sup>1</sup> Naturligtvis gäller frågan om olika sociala gruppers möjligheter i samhället inte bara möjligheterna att nå maktpositioner, utan även om tillträdet till platser och positioner i andra eftertraktade yrken, inklusive journalistiken.

---

<sup>1</sup> Se texten i den svenska Maktutredningens huvudrapport (SOU 1990:44: 301ff). Se också Göransson, 2006.

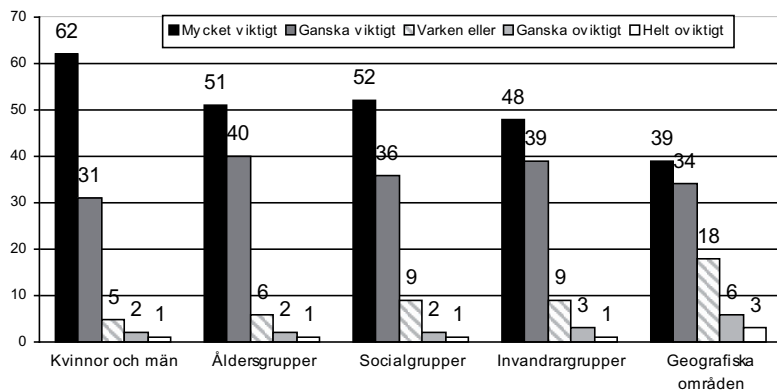
Journalistik är dessutom inte vilket yrke som helst. Trots att journalister ofta betraktas (och betraktar sig själva) som en yrkeskår, är professionens krav och begränsningar inte desamma som för läkare eller advokater. Visserligen finns yrkesregler och särskilda journalistutbildningar, men det finns inga inträdesprov och ingen legitimation. Yttrande- och tryckfriheten är grundlagsskyddad, vilket gör det omöjligt att utesluta enskilda grupper från medieoffentligheten eller att förbehålla press, radio och TV för en socialt slutet yrkeskår av legitimerade journalister. Olika gruppers synlighet i medierna påverkar samtidigt deras möjligheter att påverka samhällsutvecklingen och göra sina röster hörda. Tillträdet till den medierade offentligheten handlar därmed om makt och inflytande i samhället. Synlighet är en viktig demokratifråga. Detta är ytterligare ett skäl till att undersöka den sociala rekryteringen till journalistkåren.

Huruvida journalister med olika sociala egenskaper verkligen tänker och tycker olika om journalistik kommer att analyseras i flera andra kapitel i boken. I detta kapitel granskas istället hur kårens faktiskt ser ut när det gäller social bakgrund. Inledningsvis diskuteras hur journalistkåren ser på representationsfrågan. Hur viktigt tycker den svenska journalistkåren det är att kårens sammansättning avspeglar befolkningens i olika avseenden? Därefter analyseras hur kåren ser ut när det gäller kön, ålder, klassbakgrund och etnisk bakgrund, samt hur sammansättningen förändrats mellan 1989 och 2005.

### **Social representativitet – en viktig fråga**

I Journalist '05 tillfrågades journalisterna om de tycker att det är viktigt att journalistkårens sammansättning avspeglar befolkningens när det gäller kön, ålder, socialgrupper och etnicitet (Figur 2.1). Det är tydligt att det finns ett mycket starkt stöd för tanken om grupprepresentation i journalistkåren. Nio av tio journalister tycker att det är mycket eller ganska viktigt att kårens sammansättning avspeglar befolkningens. Ytterst få journalister tycker att detta är ganska eller mycket oviktigt. Den stora skillnaden i svaren finns istället mellan dem som tycker att det är mycket viktigt respektive ganska viktigt. Svaren uttrycker sammantaget ett något starkare stöd för könsrepresentation än för representationen av personer från olika åldersgrupper, socialgrupper och invandrargrupper. Minst viktigt anses representationen av olika geografiska områden i Sverige vara.

**Figur 2.1. Journalistkårens syn på hur viktigt det är att journalistkårens sammansättning avspeglar befolkningens när det gäller kvinnor och män, åldersgrupper, socialgrupper, invandrargrupper och geografiska områden i Sverige (procent).**



**Frågan löd:** Hur viktigt anser du det vara att journalistkårens sociala sammansättning avspeglar befolkningens i följande avseenden? Kvinnor och män, olika åldersgrupper, olika socialgrupper, olika invandrargrupper, olika geografiska områden i Sverige.

**Kommentar:** Antal svar varierar mellan 1069 och 1070.

Samma svarsmönster finns hos allmänheten, när den tillfrågas om hur viktigt det är att personerna på ledande positioner i samhället avspeglar befolkningens fördelning.<sup>2</sup> Visserligen är frågan inte helt jämförbar, men den visar i varje fall att tanken på grupprepresentationen även har ett mycket starkt stöd hos allmänheten. Liksom i journalistkåren anses könsrepresentationen viktigast, men representationen av olika invandrargrupper anses mindre viktig av allmänheten än av journalisterna.

Inställningen till grupprepresentation är i hög grad en ideologisk fråga. Bland journalisterna anser vänster- och miljöpartiets sympatisörer att grupprepresentation i journalistkåren är betydligt viktigare än andra partiers sympatisörer. Skillnaderna gäller emellertid endast frågorna om klass, kön och etnicitet. Ålders- och geografisk representation har ingen tydlig ideologisk laddning i journalistkåren. Det har

<sup>2</sup> Frågan gällde här hur viktigt det är att representationen av personer på ledande positioner i samhället avspeglar befolkningens fördelning när det gäller kön, ålder, socialgrupper, invandrargrupper och geografiska områden. Se Djerf-Pierre och Niklasson 2001.

den däremot hos allmänheten, där kvinnor generellt är mer positiva till grupprepresentation än män, högutbildade mer än lågutbildade och vänster- och miljöpartister mer än kristdemokrater och moderater.

**Tabell 2.1. Andelen journalister i olika grupper som anser att det är mycket viktigt att journalistkårens sammansättning avspeglar befolkningens när det gäller kön, ålder, socialgrupper, ålder och geografiska områden i Sverige 2005 (procent).**

| Betydelse av att kåren avspeglar befolkningen | Kön      |         | Ålder |           | Klassbakgrund |               | Etnisk bakgrund     |               | Arbetsort        |           |              |
|---|----------|---------|-------|-----------|---------------|---------------|---------------------|---------------|------------------|-----------|--------------|
|   | Samtliga | Kvinnor | Män   | Äldre 55+ | Yngre -34 år  | Arbetarfamilj | Högre tjänstefamilj | Utl. bakgrund | Ej utl. bakgrund | Stockholm | Ej Stockholm |
|   |          |         |       |           |               |               |                     |               |                  |           |              |
| Kvinnor och män                               | 62       | 76      | 47    | 56        | 66            | 61            | 66                  | 52            | 62               | 61        | 62           |
| Åldersgrupper                                 | 51       | 62      | 41    | 52        | 52            | 53            | 48                  | 47            | 52               | 49        | 53           |
| Socialgrupper                                 | 52       | 65      | 40    | 45        | 56            | 53            | 50                  | 42            | 53               | 54        | 52           |
| Invandrargrupper                              | 48       | 61      | 35    | 41        | 52            | 48            | 48                  | 44            | 48               | 49        | 48           |
| Geografiska områden                           | 39       | 49      | 30    | 33        | 42            | 40            | 38                  | 39            | 39               | 36        | 41           |
| Antal svar*                                   | 1102     | 534     | 525   | 215       | 313           | 264           | 353                 | 80            | 974              | 418       | 632          |

**Kommentar:** Se figur 2.1 för frågans formulering. Svarsalternativen var mycket viktigt, ganska viktigt, varken viktigt eller oviktigt, ganska oviktigt och helt oviktigt. \* Minsta antalet svar för någon av delfrågorna.

Det ligger nära till hands att anta att inställningen till grupprepresentation kan påverkas av om man själv tillhör den missgynnade gruppen eller inte. När det gäller journalistkåren finns ett sådant mönster när det gäller kön men inte när det gäller invandrarrepresentation (Tabell 2.1). 76 procent av de kvinnliga journalisterna tycker det är mycket viktigt att kåren avspeglar befolkningens sammansättning när det gäller kvinnor och män. Endast 47 procent av männen tycker det är mycket viktigt. Männen har dock ofta valt alternativet ganska viktigt, vilket innebär att manliga journalister knappast kan sägas tycka att frågan om representationen av kvinnor och män i kåren är oviktig.

Hos befolkningen finns detta mönster när det gäller bedömningarna av könsrepresentationens och invandrarrepresentationens betydelse, men inte när det gäller representationen av andra sociala kategorier. Kvinnor bland allmänheten anser att könsrepresentation är betydligt viktigare än männen och personer med utländsk bakgrund prioriterar invandrarrepresentation mer än personer med svensk bakgrund.<sup>3</sup>

### **Journalisternas sociala bakgrund**

År 2005 består den svenska journalistkåren till hälften av kvinnor. En knapp tredjedel är under 35 år och en femtedel 55 år eller äldre. En bakgrund i medelklassen eller i akademiker/högre tjänstemannafamilj är mycket vanligare än en bakgrund i arbetarklassen. Endast en tredjedel av kåren uppger att de kommer från en arbetarfamilj. Totalt är 95 procent är födda i Sverige och de flesta är uppvuxna i svenska städer, företrädesvis Stockholm, Göteborg och Malmö.

I vilka avseenden är då relevant att jämföra journalistkårens sociala egenskaper med allmänhetens? Å ena sidan kan det vara rimligt att jämföra kårens sociala sammansättning med dess faktiska läsares eller tittares. En sådan jämförelse bygger ofta på ett underliggande antagande om att intressen, värderingar och smak hänger ihop med individens sociala livserfarenheter och att en redaktion där olika läsares/tittares erfarenheter representeras har bättre möjlighet att producera en journalistik som "tilltalar" dessa. Detta är en intressant problematik, men inget som behandlas inom ramen för detta kapitel. Istället har jag valt att jämföra journalistkårens sociala sammansättning med den yrkesverksamma delen av befolkningens (tabell 2.2). Jämförelsen handlar därmed istället främst om grupprepresentationens demokratiska aspekter i termer av yrkeskårens öppenhet för rekrytering av individer med olika social bakgrund.

År 2005 består journalistkåren till hälften av kvinnor, vilket motsvarar befolkningens andel. När det gäller ålder finns en överrepresentation av personer i yngre medelåldern (35-44 år) och en underrepresentation av äldre (55+). Grupperna yngre och äldre medelålders motsvarar ungefär andelen i befolkningen. Sammantaget innebär detta att journalistkårens sociala sammansättning inte skiljer sig särskilt mycket från allmänhetens när det gäller kön och ålder. När det gäller klassbakgrund finns däremot mycket stora skillnader mot befolkning-

---

3 Djerf-Pierre och Niklasson 2001.

en. Personer med arbetarbakgrund är tydligt underrepresenterade och en bakgrund i medelklassen eller högre tjänstemannafamilj är mycket vanligare bland journalister. Hade man jämfört med befolkningen som helhet, dvs. även inkluderat barn och äldre pensionärer, hade denna skevhet blivit ännu mer markerad eftersom den stora gruppen äldre medborgare oftare har en bakgrund i arbetarklassen. Journalistik är med andra ord ett yrke för medelklassens och akademikernas barn.

**Tabell 2.2 Journalisternas och allmänhetens sociala bakgrund** (procent).

| Bakgrundskategori                   | Journalisterna | Allmänheten 19-67 år |
|-------------------------------------|----------------|----------------------|
| <b>Kön</b>                          |                |                      |
| Kvinnor                             | 50             | 49                   |
| Män                                 | 50             | 51                   |
| <b>Ålder</b>                        |                |                      |
| 34 år eller yngre                   | 29             | 31                   |
| 35-44 år                            | 28             | 22                   |
| 45-54 år                            | 23             | 21                   |
| 55 år eller äldre                   | 20             | 26                   |
| <b>Klassbakgrund</b>                |                |                      |
| Arbetarfamilj                       | 33             | 57                   |
| Jordbrukarfamilj                    | 5              | 10                   |
| Tjänstemannafamilj                  | 30             | 17                   |
| Högre tjänstemannafamilj/akademiker | 25             | 8                    |
| Egen företagare                     | 7              | 8                    |
| <b>Födelseland</b>                  |                |                      |
| Född i Sverige                      | 95             | 85                   |
| Född i annat land                   | 5              | 15                   |
| <b>Uppväxt</b>                      |                |                      |
| Ren landsbygd i Sverige             | 14             | 23                   |
| Mindre tätort i Sverige             | 26             | 29                   |
| Stad eller större tätort i Sverige  | 30             | 24                   |
| Stockholm, Göteborg, Malmö          | 27             | 16                   |
| Annat land i Norden                 | 1              | 2                    |
| Annat land i Europa                 | 1              | 3                    |
| Annat land utanför Europa           | 1*             | 3                    |

**Kommentar:** Antal svar för journalistkåren är: kön (1091), ålder (1102), klassbakgrund (1078), etnisk bakgrund (1080). Data när det gäller kön, ålder och födelseland hos allmänheten är hämtade från SCB och omfattar personer i åldrarna 19-67 år. När det gäller klassbakgrund och uppväxt för allmänheten ingår endast personer i åldersspannet 19-67 år och uppgifterna kommer här från SOM-undersökningen 2005. Antal svar för allmänheten är lägst 2600. \* 0,5 procent.

När det gäller etnisk bakgrund finns också tydliga skillnader mot allmänheten. Endast fem procent av journalistkåren är födda i ett annat land, mot 15 procent av allmänheten i åldersgruppen 19-67 år. Få journalister har huvudsakligen vuxit upp i ett annat land än Sverige. Endast 3 procent har en sådan bakgrund, mot 8 procent i allmänheten. Kraftigast är underrepresentationen när det gäller uppväxt i ett land utanför Europa. Endast 0,5 procent av journalisterna har den erfarenheten.

Det är dock viktigt att påpeka att frågan om uppväxt inte nödvändigtvis svarar på frågan om invandring. Det är fullt möjligt att vissa personer som vuxit upp utomlands har svenskfödda föräldrar som arbetat utomlands som en del av ett internationaliserat arbetsliv. Bland svarspersonerna finns det ett antal individer som angett att de inte har "utländsk bakgrund", dvs. att de inte invandrat till Sverige eller har föräldrar som invandrat, men som ändå säger sig ha vuxit upp utomlands. De är dock inte många och majoriteten av dessa anger att de vuxit upp i ett annat nordiskt land. Sammantaget visar svaren att personer med utländsk bakgrund är kraftigt underrepresenterade i journalistkåren och att underrepresentationen är särskilt markerad när det gäller personer som kommer från ett land utanför Europa.<sup>4</sup>

### **Hälften kvinnor!**

I slutet av 1970-talet var kvinnor fortfarande i klar minoritet på redaktionerna. Den stora ökningen skedde under 1980-talet och början av 1990-talet; från under 30 procent i början av decenniet till 46 procent vid periodens slut. Under andra hälften av 1990-talet fram till 2005 steg andelen sakta men säkert någon procentenhet per år.<sup>5</sup> År 2005 är journalistkåren jämställd i kvantitativ mening: hälften är kvinnor. På toppositionerna i medierna är dock kvinnor fortfarande underrepresenterade på 2000-talet. Där är ungefär en fjärdedel kvinnor, men andelen varierar kraftigt mellan olika mediesektorer. Bäst på att rekrytera kvinnliga toppchefer är public servicebolagen och populärpressen, sämst är landsortspressen och de stora mediekoncernerna (i styrelser och som VD).<sup>6</sup>

4 Jämförelsen görs här dessutom med SOM-undersökningen. Eftersom SOM-undersökningen är en surveystudie som kräver att personen behärskar svenska för att kunna besvara enkäten finns ett bortfall av personer som inte har svenska som modersmål. Sannolikt är underrepresentationen av personer som vuxit upp i ett utomeuropeiskt land därför ännu kraftigare än vad som framgår av den här presenterade statistiken.

5 Djerf-Pierre 2003.

6 Djerf-Pierre, 2006.



Könsrepresentationen skiljer sig något mellan olika mediesektorer (tabell 2.3). Om vi jämför 1989 med 2005 så har andelen kvinnor ökat i alla medietyper, utom i fack- och populärpress där den var hög redan 1989. Den största ökningen uppvisar public service-företagen, där andelen kvinnor bland journalisterna ökat från 25 till 57 procent. Privat radio och TV uppvisar lägst andel kvinnor 2005. I 1989 års undersökning fanns endast sju svar i denna grupp, varför det inte är meningsfullt att jämföra mellan åren. En jämförelse kan istället göras med journalistundersökningen 1999, där hela 52 procent var kvinnor i privat radio och TV. Det finns sannolikt flera förklaringar till att det framkommer en så stor skillnad, trots att det bara gått drygt fem år. En är att privat radio och TV är en ny mediesektor, där det rimligtvis råder större turbulens i anställningarna, inte minst på grund av att det är en sektor som till stor del omfattar fristående produktionsbolag. Det gör journalistgruppen mindre stabil, eftersom många går in och ut i yrket i olika projektanställningar och alla är inte heller medlemmar i journalistförbundet. En annan förklaring är att svarsfrekvensen i denna grupp var särskilt låg 2005, så osäkerheten i statistiken är därför stor (det är med andra ord inte statistiskt säkerställt att skillnaden verkligen är så stor som mätningarna visar).

**Tabell 2.3. Andelen kvinnor inom olika mediesektorer 1989 och 2005 (procent).**

| <i>Mediesektor</i>          | <i>1989</i> | <i>2005</i> |
|-----------------------------|-------------|-------------|
| Frilans                     | 43          | 49          |
| Landsortspress              | 29          | 43          |
| Storstadspress              | 31          | 45          |
| Public Service radio och tv | 25          | 57          |
| Privat radio och tv         | *           | 37          |
| Fack- och populärpress      | 66          | 62          |
| Övriga                      | 47          | 51          |
| Samtliga                    | 34          | 50          |

**Kommentar:** Antal svar varierar kraftigt mellan olika mediesektorer. Frilansgruppen varierar mellan 88 personer 1989 och 139 personer 2005. Landsortspress omfattar 286 personer 1989 och 286 personer 2005. Storstadspress varierar mellan 176 svar 1989 och 150 svar 2005. Public service radio/TV varierar mellan 104 1989 och 195 svar 2005. Privat radio och TV är den minsta gruppen och består av 7 svar 1989 och 46 svar 2005. Fack- och populärpress varierar mellan 29 svar 1989 och 96 svar 2005. \* Färre än 10 personer har bevarat frågan.

### Yngre journalister väljer nya mediebranscher

Toppositionerna i medierna besitts främst av personer som är 50+. Samtidigt är mediernas toppchefer relativt sett yngre än makthavarna på andra samhällsområden i näringsliv, politik och förvaltning.<sup>7</sup> I diskussionen om social exklusivitet på olika yrkesområden brukar äldre, infödda män med övre medelklassbakgrund betraktas som särskilt gynnade. När det gäller ålder i journalistkåren så sker diskussionen intressant nog ofta med omvända förtecken – trots att äldre dominerar på maktpositionerna i medierna känner sig äldre journalister ofta diskriminerade på den journalistiska arbetsmarknaden. Vi har tidigare konstaterat att i jämförelse med befolkningen i yrkesverksam ålder så är äldre underrepresenterade i journalistkåren. Samtidigt – om vi ser på utvecklingen över tid mellan 1989 och 2005 - så har andelen äldre bland journalisterna ökat, samtidigt som andelen journalister i den yngsta yrkesgruppen (34 år och yngre) förblivit konstant (Tabell 2.4).

**Tabell 2.4. Åldersfördelningen i journalistkåren 1989- 2005 (procent).**

| Ålder             | 1989 | 1994 | 1995 | 1999 | 2005 |
|-------------------|------|------|------|------|------|
| 34 år eller yngre | 28   | 30   | 30   | 30   | 29   |
| 35-44 år          | 37   | 32   | 31   | 28   | 28   |
| 45-54 år          | 23   | 27   | 27   | 29   | 23   |
| 55 år eller äldre | 12   | 11   | 12   | 13   | 20   |
| Summa             | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Antal svar        | 850  | 1060 | 981  | 1073 | 1102 |

Det innebär att det skett ganska stora förskjutningar mellan generationerna i kåren under de senaste 15 åren. I slutet av 1980-talet utgjorde journalister födda på 1940-talet hela 37 procent av kåren. För varje mätning har andelen fyrtiotalister stadigt minskat. År 2005 var endast 17 procent av journalisterna födda på 1940-talet. Fyrtiotalisterna utgör en större andel bland frilansjournalister, i public service, landsortspress samt i fack- och populärpress (Tabell 2.5). Lägst andel journalister födda på fyrtiotalet finns i storstadspress och privat radio och TV. I privat radio och tv dominerar istället sjuttitalisterna stort. Där är också medelåldern bland journalisterna lägst av alla mediesektorer; 37 år. I andra mediesektorer varierar medelåldern bland journalisterna mellan 42 och 44 år. Åttitalisterna är ännu få i kåren, men

<sup>7</sup> Djerf-Pierre, 2006.

de finns främst i kommersiell radio och TV. Den yngre generationen journalister gör idag precis som fyrttioalstgenerationen gjorde när de rekryterades till redaktionerna på 1960- och 1970-talet; de söker sig till nya, spännande mediesektorerna och rekryteras till de områden i branschen som expanderar.

**Tabell 2.5 Andelen journalister i olika generationer inom olika mediesektorer 2005 (procent).**

| Generation     | Frilans | Lands-<br>orts-<br>press | Stor-<br>stads-<br>press | Public                 |                       | Fack<br>och            |        | Samt-<br>liga |
|----------------|---------|--------------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|--------|---------------|
|                |         |                          |                          | service<br>radio<br>TV | Privat<br>radio<br>TV | popu-<br>lär-<br>press | Övriga |               |
| Åttioalister   | 1       | 4                        | 3                        | 2                      | 13                    | 1                      | 3      | 3             |
| Sjuttioalister | 25      | 23                       | 32                       | 36                     | 39                    | 20                     | 32     | 29            |
| Sextioalister  | 25      | 28                       | 26                       | 24                     | 26                    | 36                     | 27     | 27            |
| Femtioalister  | 27      | 27                       | 25                       | 19                     | 9                     | 21                     | 26     | 24            |
| Fyrtioalister  | 20      | 18                       | 14                       | 19                     | 13                    | 22                     | 12     | 17            |
| Trettioalister | 2       | 0                        | 0                        | 0                      | 0                     | 0                      | 0      | 0             |
| Summa          | 100     | 100                      | 100                      | 100                    | 100                   | 100                    | 100    | 100           |
| Antal svar     | 142     | 288                      | 152                      | 196                    | 46                    | 97                     | 109    | 1030          |

**Kommentar:** Generation avser det decennium då personen är född, t ex personer med födelseår mellan 1960 och 1969 är sextioalister.

### Medelklassen dominerar

Att journalistik är ett medelklassyrke konstaterades redan tidigare i kapitlet i tabell 2.1. Tabell 2.6 visar dock att denna medelklassdominans varit konstant de senaste 15 åren. Andelen journalister med arbetarbakgrund var ungefär en tredjedel såväl 1989 som 2005. Samtidigt är det viktigt att notera att journalisterna själva här får bedöma vilken typ av uppväxtfamilj man kommer ifrån, dvs. det som brukar kallas för subjektiv klassbakgrund. Möjligtvis hade resultatet blivit annorlunda om vi i undersökningen istället frågat efter föräldrarnas yrken och positioner och utifrån detta sedan klassificerat journalisternas bakgrund i olika klasser, dvs. det som brukar kallas en objektiv klassbakgrund. Det är dock inte helt enkelt att avgöra på vilket sätt detta i så fall skulle påverka resultatet. Vi vet helt enkelt inte på vilket sätt journalister tenderar att vilja markera sin klasstillhörighet. Är en arbetarklassbakgrund mer eftersträvt i journalistkåren än en bakgrund i medelklassen, och har i så fall dessa värderingar ändrats mellan 1989 och 2005?

**Tabell 2.6 Journalisternas uppväxtfamilj 1989 - 2005 (procent).**

| <i>Uppväxtfamilj</i>                     | <b>1989</b> | <b>1994</b> | <b>1995</b> | <b>1999</b> | <b>2005</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Arbetarfamilj                            | 34          | 30          | 34          | 32          | 33          |
| Jordbrukarfamilj                         | 6           | 5           | 0           | 5           | 5           |
| Tjänstemannafamilj                       | 31          | 35          | 34          | 32          | 30          |
| Högre tjänstemannafamilj/-<br>akademiker | 21          | 21          | 22          | 21          | 25          |
| Egen företagare                          | 8           | 9           | 10          | 10          | 7           |
| Summa                                    | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         |
| Antal svar                               | 837         | 1058        | 1007        | 1007        | 1078        |

**Frågan löd:** Om du skulle beskriva ditt nuvarande hem respektive det hem du växte upp i, vilket av nedanstående alternativ stämmer då bäst?

Det finns vissa skillnader när det gäller klassbakgrunden mellan journalister som arbetar i olika mediesektorer. Andelen journalister med arbetarklassbakgrund är större i landsortspressen än i andra medier. Så var det 1989 och så är det fortfarande 2005. Det finns också stora skillnader i klassbakgrund mellan könen. Kvinnliga journalister har i allmänhet en högre klassbakgrund än manliga (tabell 2.7). Skillnaderna fanns 1989 och de kvarstår 2005. Samtidigt går det inte att säga att tillströmningen av kvinnor i kåren under 1980- och 1990-talet inneburit ett generellt förborgerligande av kåren. Andelen journalister med arbetarklassbakgrund är densamma 2005 som 1989.

**Tabell 2.7 Klassbakgrund hos män och kvinnor bland journalisterna 1989-2005 (procent).**

| <i>Kön</i> | <i>Klass</i>             | <b>1989</b> | <b>1994</b> | <b>1995</b> | <b>1999</b> | <b>2005</b> |
|------------|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Kvinnor    | Arbetare                 | 21          | 24          | 25          | 25          | 29          |
|            | Högre tjm/<br>akademiker | 32          | 26          | 29          | 27          | 30          |
| Män        | Arbetare                 | 40          | 32          | 41          | 38          | 38          |
|            | Högre tjm/<br>akademiker | 15          | 16          | 16          | 15          | 19          |

**Kommentar:** Se tabell 2.6 för frågans formulering. Tabellen innehåller endast procentandelarna för svarkategorierna Arbetare och Högre tjänstemän/akademiker. De övriga kategorierna var jordbrukarfamilj, tjänstemannafamilj och egen företagare. För dessa kategorier fanns små eller inga skillnader mellan män och kvinnor. Antal svar för kvinnor varierar mellan 287 1989 och 538 2005. Antal svar för män varierar mellan 508 år 1995 och 529 år 2005.

## Få journalister med utländsk bakgrund

Frågor om huruvida journalister invandrat till Sverige finns endast med i 2005 års enkät. Däremot har frågor om uppväxtland ställts i både 1999- och 2005- års undersökningar.

**Tabell 2.8 Andelen journalister med svensk och utländsk bakgrund inom olika mediesektorer (procent).**

| <i>Etnisk bakgrund</i>                  | <i>Lands-</i>  |                              | <i>Public</i>                                 |   | <i>Fack och</i>                            |   | <i>Samtliga</i> |               |
|---|----------------|------------------------------|---|---|--|---|-----------------|---------------|
|   | <i>Frilans</i> | <i>orts-</i><br><i>press</i> | <i>Stor-</i><br><i>stads-</i><br><i>press</i> | <i>service</i><br><i>radio</i><br><i>TV</i> | <i>Privat</i><br><i>radio</i><br><i>TV</i> | <i>popu-</i><br><i>lär-</i><br><i>press</i> |                 | <i>Övriga</i> |
| Infödd med minst en svenskfödd förälder | 96             | 94                           | 90  | 92  | 94   | 88  | 94              | 93            |
| Invandrat själv                         | 3              | 4                            | 7   | 5   | 4  | 8   | 5               | 5             |
| Far och mor invandrat*                  | 1              | 2                            | 3   | 3   | 2  | 4   | 1               | 2             |
| Summa                                   | 100            | 100                          | 100   | 100   | 100  | 100   | 100             | 100           |
| Antal svar                              | 142            | 288                          | 152   | 196   | 46   | 97  | 109             | 1030          |

**Frågan löd:** Har du själv, någon av dina föräldrar eller maka/maka invandrat till Sverige?

**Kommentar:** 22 personer har inte besvarat frågan. \* men ej invandrat själv.

Bland dem som har besvarat frågan om invandring är det 7 procent som angivit att de har utländsk bakgrund, antingen genom att själva ha invandrat eller genom att ha invandrade föräldrar (tabell 2.8). Andelen som själva invandrat till Sverige ligger på 5 procent. Det är vanligare att ha en invandrad förälder än att ha invandrat själv. Totalt har cirka 7 procent en invandrad far och 9 procent en invandrad mor.

Det är små skillnader mellan olika medier när det gäller representationen av personer med utländsk bakgrund. Fack- och populärpress ligger något högre och frilanssektorn något lägre.

Det är över huvud taget mycket få personer i journalistkåren som har den erfarenheten att ha vuxit upp i ett annat land än Sverige (tabell 2.9). Sammanlagt var det endast 3 procent som själva har vuxit upp utomlands. Anmärkningsvärt nog har andelen personer som vuxit upp utomlands, eller som har föräldrar som vuxit upp i ett annat land än

**Tabell 2.9 Land där journalisten själv, fadern och modern huvudsakligen vuxit upp 1999 och 2005 (procent).**

| <i>Uppväxtland</i>          | <i>Eget uppväxtland</i> |             | <i>Faders uppväxtland</i> |             | <i>Moderns uppväxtland</i> |             |
|-----------------------------|-------------------------|-------------|---------------------------|-------------|----------------------------|-------------|
|                             | <i>1999</i>             | <i>2005</i> | <i>1999</i>               | <i>2005</i> | <i>1999</i>                | <i>2005</i> |
| I Sverige                   | 97                      | 97          | 91                        | 91          | 90                         | 90          |
| I annat land i Norden       | 1                       | 1           | 4                         | 4           | 5                          | 5           |
| I annat land i Europa       | 1                       | 1           | 4                         | 4           | 4                          | 4           |
| I annat land utanför Europa | 1*                      | 1*          | 1                         | 1           | 1                          | 1           |
| Summa                       | 100                     | 100         | 100                       | 100         | 100                        | 100         |
| Antal svar                  | 1049                    | 1071        | 1050                      | 1076        | 1049                       | 1078        |

**Frågan löd:** Var någonstans har du respektive din far och din mor huvudsakligen vuxit upp?

**Kommentar:** \* 0,5 procent.

Sverige, inte ökat alls mellan 1999 och 2005. Under en dryg femårsperiod då diskussionerna om rekryteringen av personer med utländsk bakgrund till redaktionerna har varit intensiva, så har det med andra ord inte hänt någonting. I alla fall ingenting som syns bland medlemmarna i svenska journalistförbundet.

**Tabell 2.10 Andelen journalister med svensk och utländsk bakgrund i olika åldersgrupper (procent).**

| <i>Etnisk bakgrund</i>                  | <i>34 år och yngre</i> |     | <i>45-54 år</i> | <i>55 år och äldre</i> |
|---|------------------------|-----|-----------------|------------------------|
| Infödd med minst en svenskfödd förälder | 94                     | 95  | 92              | 88                     |
| Invandrat själv                         | 4                      | 3   | 5               | 9                      |
| Far och mor invandrat                   | 2                      | 2   | 3               | 3                      |
| Summa                                   | 100                    | 100 | 100             | 100                    |
| Antal svar                              | 317                    | 297 | 247             | 219                    |

**Kommentar:** 22 personer har ej besvarat frågan.

En rimlig hypotes är dock att representationen av journalister med utländsk bakgrund borde vara bättre i den yngre journalistgenerationen. Så är emellertid inte fallet. Det är t o m så att andelen med

utländsk bakgrund är lägre i de yngre åldersgrupperna (Tabell 2.10). I gruppen 34 år och yngre har 94 procent en svensk bakgrund, i gruppen 55 år och äldre endast 88 procent. Om vi ser till generationer är det i gruppen fyrtioåringar som andelen journalister med utländsk bakgrund är störst – totalt 12 procent.

### **Avslutning**

År 2005 är det förmodligen otänkbart att föreställa sig en nyhets-sändning med enbart män i rutan som reportrar och programledare. På 1960-talet framkallade en sådan sändning knappast några höjda ögonbryn. På samma sätt kan en nyhetssändning med endast vita, infödda svenskar som talar utan brytning förekomma idag, utan att det framkallar några större protester. Eftersom representationsfrågan är ideologiskt laddad är den samtidigt något som tenderar att skapa debatt och ibland kontroverser. På redaktionerna och i journalistkåren finns det en påtaglig ambivalens när det gäller representationens betydelse. Å ena sidan menar journalistkåren att det är mycket viktigt att kårens sociala sammansättning avspeglar befolkningens. Å andra sidan hävdar journalister och mediechefer gärna att rekryteringen till redaktionerna skall bygga på professionella kriterier; grunden i en professionell meritokrati är att den som har bäst meriter och är mest lämpad för ett uppdrag eller en position skall få det. Den professionella kompetensen ses som neutral och objektiv, och andra kriterier som t ex positiv särbehandling har då knappast legitimitet. Samtidigt är även kvalifikationer föränderliga och vad som uppfattas som ”god” journalistik förändras med tiden.

I jämförelse med andra professioner som t ex läkare eller advokater är journalistiken dessutom ett yrke där det faktiskt finns mycket få formella meriter att konkurrera med. Det finns inga legitimerade journalister. Journalistiken är snarare en semi-profession, där rekryteringen ofta sker genom nätverk och personliga kontakter. Sådana rekryteringsformer är sällan transparenta, dvs. de sker inte i en öppen tillsättningsprocess med klara kriterier för meritvärdering. Nätverksrekryteringar tenderar att missgynna personer som har en annan bakgrund än den ”vanliga” – den som cheferna känner igen sig själva i.<sup>8</sup> Olika mediesektorer har dessutom olika krav och förväntningar på sig när det gäller att arbeta aktivt med rekryteringsfrågor. Public service har starkare ”politiska” krav på jämställdhet och invandrarepresentation och det är också i denna sektor där vi finner störst andel kvinnliga

---

8 Se t ex Göransson, 2006.

journalister, liksom störst andel kvinnor på toppositionerna. Däremot har public service inte varit lika framgångsrika när det gäller representationen av personer med utländsk bakgrund, åtminstone är det inget som framträder i 2005 års undersökning. Underrepresentationen av personer med utländsk bakgrund är lika påtaglig i alla medier. I synnerhet gäller det journalister som vuxit upp i ett utomeuropeiskt land.

Ambivalensen i kåren blir ännu tydligare när det gäller att genomföra konkreta åtgärder för att förbättra representationen av vissa grupper, i synnerhet om det sker på ”bekostnad” av de tidigare gynnade. Detta är emellertid knappast något som är unikt för journalistiska organisationer, utan leder till debatt och ibland kontroverser även när det gäller andra samhällssektorer. Vem minns inte diskussionerna om kvotering av kvinnor till börsbolagens styrelser eller om positiv särbehandling av personer med utländsk bakgrund till eftertraktade universitetsutbildningar i början av 2000-talet?

I den interna debatten inom medieföretagen är representationsfrågorna fortsatt centrala på 2000-talet. Men oftast handlar diskussionen inte om demokratiaspekterna. Medieföretagens strävan efter att ”forygra” redaktionerna eller att rekrytera fler ”kvinnor” eller ”invandrade” har tvärtom ofta ganska lite med demokrati att göra. Det är istället ofta kommersiella skäl som får medieföretagen att anställa speciella grupper av journalister. Inte minst gäller det åldersrekryteringen. Unga konsumenterna är en av de viktigaste målgrupperna för reklamköparna. För att nå ungdomspubliken och yngre läsare antas det vara nödvändigt med unga journalister som kan ”tilltala” den yngre publiken. Det är således oftast marknadslogiken som får medieföretagen att leta efter journalister med en viss bakgrund som dels kan erbjuda identifikation för potentiella läsare/tittare, dels kan hitta nya vinklar och ämnen i journalistiken. Ökad konkurrens och kravet på att nå ut till specifika målgrupper i dagens Medie-Sverige skapar trots allt incitament att se över redaktionernas sociala sammansättning. Den aktiva rekryteringen av specifika grupper av journalister är samtidigt inte oproblematisk. Å ena sidan skapas kanske ett utrymme i medieoffentligheten för tidigare osynliggjorda grupper. Å andra sidan skapas också en förväntan på de journalister som befinner sig i en minoritetsställning (antingen rent antalsmässigt eller när det gäller makt- och inflytande) att bidra med något ”annat” för att få tillträde till redaktionerna.<sup>9</sup> Att bara vara ”journalist” är inte tillräckligt.

9 Detta har diskuterats utförligt i tidigare forskning både när det gäller kvinnor och personer med utländsk bakgrund. Se t ex Camauër, 2006; Djerf-Pierre och Levin, 2005; Djerf-Pierre, 2003.





## Kapitel 3

# Livsvillkor och livsstilar

Bengt Johansson

Hur lever journalisterna sina liv? Frågan kan tyckas märklig. Det är ju inte när journalisterna lämnat sin arbetsplats som de producerar artiklar, inslag och reportage. Men frågan om journalisternas livsvillkor och livsstilar är relevant att studera, inte minst eftersom den ger ytterligare en pusselbit till journalistkårens representativitet.<sup>1</sup> (Djerf-Pierre 2007a, 2007b). Vi vet att vissa sociala grupper är överrepresenterade i journalistkåren – många kommer från akademiker- och tjänstemannahem, har högre utbildning och att en stor del av dem är uppväxta och bor i storstadsområden (se kapitel 2). Journalistkåren har därmed en något annorlunda social sammansättning än allmänheten. Men frågan är om de också lever sina liv på ett annorlunda sätt än allmänheten.

I detta kapitel ska journalistkåren och allmänheten jämföras på flera olika sätt. Den första jämförelsen gäller livsvillkoren i betydelsen civilstånd och boendeform. Frågan är därmed hur journalistkårens livsvillkor ser ut jämfört med allmänhetens. Är fler gifta, ensamstående eller kanske sambor? Har de barn? Är det en större andel journalister som bor i lägenhet jämfört med allmänheten? Den andra jämförelsen gäller mer uttalade livsstilar ifråga om fritidsintressen. Frågan är då om journalisternas livsstil skiljer sig från vanligt folks. Gör man samma saker på fritiden eller är journalister annorlunda än den allmänhet de säger sig företräda?

Det är dock inte alldeles självklart att bara göra jämförelser mellan journalistkåren och allmänheten i stort. Ur ett representativitetsperspektiv är det givetvis av intresse att veta om journalistkollektivet liknar allmänheten. Men om vi istället frågar oss om journalisterna som grupp skiljer sig från jämförbara sociala grupper i samhället blir andra jämförelser mer relevanta. I analyserna kommer därför också journalisterna jämföras med mer socialt jämförbara grupper i allmänheten, i första hand de med liknande utbildningsnivå.

---

1 Djerf-Pierre 2007a, 2007b

### Journalister – nästan som folk är mest

Ett grundläggande livsvillkor är om man lever i ensamhushåll eller i parförhållande. Hur är det då med journalisterna, liknar de allmänheten i detta avseende eller skiljer de sig åt? Tabell 3.1 visar att ungefär en fjärdedel av journalisterna är ensamstående, vilket är samma andel som hos befolkningen i stort. Däremot är det något vanligare att journalister är sambor, medan andelen gifta är något större bland allmänheten. Jämförs journalisterna med högutbildade bland allmänheten kvarstår skillnaderna.

**Tabell 3.1. Civilstånd bland journalistkåren och allmänheten (procent).**

|                  | <i>Journalister</i> | <i>Allmänhet</i> | <i>Högskoleutbildade</i> |
|------------------|---------------------|------------------|--------------------------|
| Ensamstående     | 26                  | 27               | 26                       |
| Sambo            | 30                  | 21               | 23                       |
| Gift/partnerskap | 43                  | 48               | 49                       |
| Änka/änkling     | 1                   | 4                | 2                        |
| Summa procent    | 100                 | 100              | 100                      |
| Antal personer   | 1080                | 3499             | 1397                     |

**Kommentar:** Frågan löd: Vilket är ditt civilstånd? Resultaten för allmänheten är hämtade från Riks-SOM 2005.

Tar man hänsyn till ålder visar det sig också att skillnaderna mellan journalister och allmänhet finns kvar. Andelen gifta ökar med stigande ålder, men andelen är något lägre i journalistkåren, oavsett ålder.

Tittar man på olika grupper av journalister spelar givetvis den åldersmässiga sammansättningen på olika medier stor roll för hur fördelningen ensamstående, gifta/sambor ser ut. Andelen sammanboende och ensamstående är något högre bland etermediejournalister där det finns något fler yngre. Allra flest ensamstående finns det i kommersiella etermedier, där också en stor andel unga journalister arbetar.

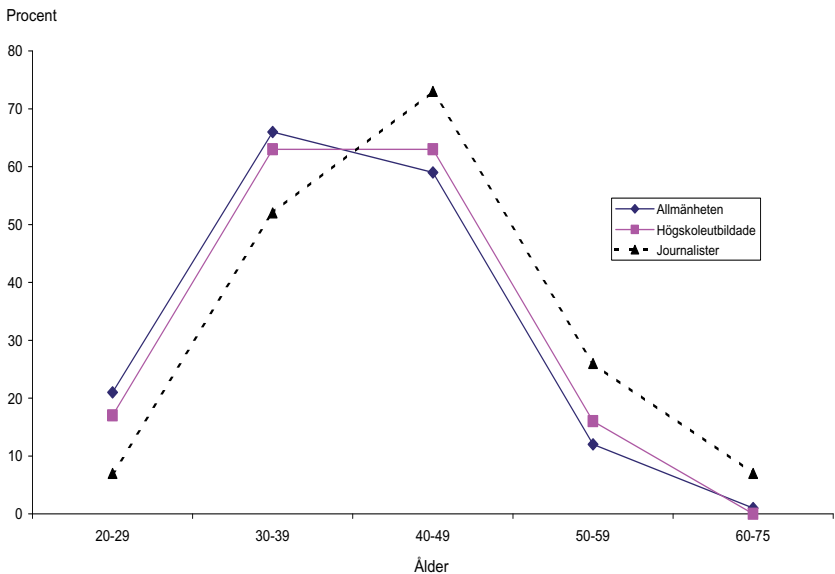
Men det finns en könsskillnad inom journalistkåren. Inte bland de yngre journalisterna, där är andelen ensamstående, gifta och sambor lika stora. Men i journalistgrupper över 45 år är det vanligare att kvinnor är ensamstående (32 procent) jämfört med manliga journalister (23 procent).

Inom journalistyrket är det vanligt med övertidsarbete och även oregelbundna arbetstider. Innebär det också andra konsekvenser för

privatlivet som exempelvis att man inte är lika benägen att skaffa barn som andra grupper i samhället? Eller är journalistkåren även i detta avseende som folk är mest?

Generellt sett finns det faktiskt något fler personer med barn bland journalistkåren jämfört med allmänheten. Detta kvarstår även om man plockar bort de allra yngsta och äldsta åldersgrupperna bland allmänheten. Ser vi på andelen journalister som har barn under 16 år är resultaten i figur 3.1 uppdelade i olika åldersgrupper. Resultaten visar tydligt att journalistkåren generellt sett får barn senare jämfört med motsvarande åldersgrupper bland allmänheten. Bland journalisterna är det exempelvis bara 7 procent som har barn av dem som är under 30. Hos allmänheten är motsvarande siffra 22 procent. Hos allmänheten är motsvarande siffra 22 procent. Ser vi på dem mellan 40 och 50 år förhållandet det omvända. 73 procent av journalisterna har barn medan motsvarande siffra hos allmänheten är 59 procent.

**Figur 3.1. Barn i hushållet under 16 år bland journalistkåren och allmänheten (procent).**



**Kommentar:** Frågan löd: Hur många vuxna personer ingår i Ditt hushåll och hur många barn/ungdomar (räkna med Dig själv)? Resultaten för allmänheten är hämtade från Riks-SOM 2005.

En förklaring är rimligen att journalister är en grupp med högre utbildning där en stabilare livssituation kommer senare, därför väntar man också med att skaffa barn. Men denna förklaring får endast visst stöd eftersom högutbildade bland allmänheten visserligen skaffar barn något senare, men inte alls lika sent som journalister. Begränsar vi oss till högutbildade i storstad (Stockholm, Göteborg och Malmö) får vi dock en profil som mer liknar journalisterna. Men inte helt. Journalisterna är ändå något mer benägna att ha yngre barn något senare i livet.

Det finns vissa skillnader mellan olika medier. Andelen med barn är något lägre bland anställda på kvällspress och kommersiella etermedier, vilket främst kan kopplas till en lägre medelålder bland journalister på dessa arbetsplatser.

Den skillnad i civilstånd som kunde skönjas mellan kvinnliga och manliga journalister finns dock inte något spår av här. Kvinnliga och manliga journalister skaffar barn i lika stor utsträckning, oavsett ålder. När det gällde allmänheten kunde en storstadseffekt skönjas. Bor man i större städer skaffar man barn senare – oavsett utbildning. Vi kan även se en tendens till att storstadsjournalister också skaffar barn senare i livet. Tydligast är detta bland stockholmsjournalister, där så många som 29 procent i åldersgruppen 50-59 år uppger att de har barn under 16 år. Den siffran kan jämföras med 24 procent hos landsortsjournalister och endast 16 procent bland högutbildade bland allmänheten.

Skillnaderna mellan journalistkåren och allmänheten har i analyserna inte ännu visat sig vara särskilt stora. Avvikelser finns, men likheterna är ändå det som utmärker. Skillnader finns även mellan journalister i olika medier, men dessa beror framförallt på att journalistkårens åldersmässiga sammansättning skiljer sig åt mellan olika medier. Men hur är det då med boendesituationen? Finns det större skillnader här?

Eftersom journalister som yrkeskår i större utsträckning bor i (större) städer är det en relativt stor skillnad i boendesituationen mellan journalistkåren som helhet och den svenska allmänheten. I tabell 3.2 ser vi att andelen som bor i villa/radhus är mycket större bland den svenska allmänheten (59 procent) jämfört med journalistkåren (40) procent. Delas analysen upp på boendeort visar det sig dock att skillnaderna nästan uteslutande beror på att journalistyrket är ett (stor)stadsyrke. Journalister i storstad bor inte i högre grad i lägenhet jämfört med andra storstadsboende. Inte heller bor journalister i mindre tätorter eller på landsbygd i mindre uträkning i villa jämfört med

resten av befolkningen. Däremot är det något vanligare att journalister i städer utanför storstäderna bor i lägenhet jämfört med allmänheten. Denna skillnad kvarstår även om man jämför med högutbildade bland allmänheten.

**Tabell 3.2. Boendesituation bland journalistkåren och allmänheten (procent).**

|                          | <i>Villa/radhus</i> | <i>Lägenhet</i> | <i>Summa procent</i> | <i>Antal personer</i> |
|--------------------------|---------------------|-----------------|----------------------|-----------------------|
| <b>Journalister</b>      | <b>40</b>           | <b>60</b>       | <b>100</b>           | <b>1044</b>           |
| Storstad                 | 24                  | 76              | 100                  | 551                   |
| Stad                     | 43                  | 57              | 100                  | 340                   |
| Mindre tätort            | 76                  | 24              | 100                  | 87                    |
| Landsbygd                | 96                  | 4               | 100                  | 84                    |
| <b>Allmänhet</b>         | <b>59</b>           | <b>41</b>       | <b>100</b>           | <b>3350</b>           |
| Storstad                 | 22                  | 78              | 100                  | 514                   |
| Stad                     | 50                  | 50              | 100                  | 1514                  |
| Mindre tätort            | 77                  | 23              | 100                  | 823                   |
| Landsbygd                | 93                  | 7               | 100                  | 416                   |
| <b>Högskoleutbildade</b> | <b>57</b>           | <b>43</b>       | <b>100</b>           | <b>1359</b>           |
| Storstad                 | 24                  | 76              | 100                  | 136                   |
| Stad                     | 54                  | 46              | 100                  | 264                   |
| Mindre tätort            | 78                  | 22              | 100                  | 667                   |
| Landsbygd                | 98                  | 2               | 100                  | 286                   |

**Kommentar:** Frågan löd: Hur bor du för närvarande? Resultaten för allmänheten är hämtade från Riks-SOM 2005.

När boendeorten i så stor utsträckning avgör boendeformen kommer också anställda på olika medier ha olika sorters boende. De grupper av journalister som i allra högst utsträckning är lägenhetsboende är de som arbetar på SVT, kommersiella etermedier och kvällspress. Bland dessa bor mer än 70 procent i lägenhet. Journalister på landsortspress är också därför den grupp som i allra högst grad bor i villa/radhus (54 procent).

Resultaten visar att de skillnader i boendeform som finns mellan journalister och allmänhet har att göra med att journalistyrket i stor utsträckning är ett (stor)stadsyrke. Men när journalistkårens livssituation ska diskuteras är det ändå otvivelaktigt så att man skiljer sig från

allmänheten genom att kåren som helhet i mycket mindre grad bor i villa och mer i lägenhet. Och journalister i städer utanför storstäderna är mer lägenhetsboende jämfört med andra högutbildade grupper.

### **Vad gör journalisterna efter jobbet?**

Så långt de grundläggande livsvillkoren för journalisterna. Men hur lever de egentligen sina liv utanför jobbet? Vad ägnar de sig åt när de inte arbetar? I Journalist 2005 finns ett antal frågor som rör fritidsintressen, vilka också kan jämföras med allmänhetens fritidsintressen eftersom samma frågor ställs i den nationella SOM-undersökningen.

Vi är därmed inne på den del samhällsforskningen som studerar människors livsstilar. Kopplingen mellan sociala grupper och livsstilar har uppmärksamats mycket de senaste decennierna. Skälet är att människor idag har större möjlighet att själva välja hur de lever sina liv, vilket gör att sociala skillnader mellan olika grupper kanske inte spelar lika stor roll för människors vanor och värderingar som tidigare.<sup>2</sup>

En intressant fråga i sammanhanget är om det finns en journalistisk livsstil, om den ökande professionaliseringen av journalistkåren också inneburit att de fått likartade intressen och vanor. Både sett ur ett representativitetsperspektiv och ett marknadsperspektiv kan detta vara problematiskt eftersom man kanske därmed får svårare att identifiera sig med vad vanliga medborgare/publiken tycker och tänker (se kapitel 18-20).

I tabell 3.3 jämförs journalistkollektivet med allmänheten om hur de uppger att de regelbundet gör vissa saker. Dessa vanor är uppdelade i ett antal livsstilar, där analyserna visar vilka olika typer av fritidsaktiviteter som hänger samman. Den underliggande logiken är att om man gör det ena tenderar man också att göra det andra. Exempelvis tenderar personer som svarat att de ofta går på bio också att besöka restaurang/bar/pub på kvällstid.

I analyserna kan fem olika livsstilsdimensioner identifieras bland journalister. Den första kan vi kalla för *Med sikte på nöje*. Här finner vi ett intresse för att ta del av nöjesutbud såsom att gå på bio, gå på restaurang. Att det rör sig om en socialt aktiv livsstil är tydligt eftersom man även oftare än andra umgås med vänner och bekanta. Men det finns också ett karriärsdrag inom denna livsstil eftersom det även är vanligare att arbeta övertid. I den andra livsstilen – *Med sinne för*

---

2 Djerf-Pierre 2007b

*kultur* – finns de som oftare går på teater och läser skönlitteratur. Men även andra drag, som att diskutera politik och åka kollektivtrafik är vanligare här. Den tredje livsstilen kan kallas *Med fötterna på jorden*. Här finner vi dem som intresserar sig för hemmet. Hemmasnickring, trädgårdsarbete, meka med bilen och även köra bil är vanligare i denna livsstil. Som fjärde livsstil hittar vi en religiöst influerad livsstil – *Med blicken mot himlen*. Här är de som oftare än andra besökt gudstjänst, bett till Gud, skänkt pengar till hjälporganisationer eller varit på andra föreningsmöten. Som femte och sista livsstil finns en som är inriktad på träning och friluftsliv – *Mot en sundare kropp*. I denna samlas de som oftare än andra sysslar med sport, tränar och motionerar.

**Tabell 3.3. Livsstilar bland journalistkåren och allmänheten (Andel som uppger sig göra olika fritidsintressen minst en gång i veckan).**

|                               | <i>Journalister</i> | <i>Allmänhet</i> | <i>Högskoleutbildade</i> |
|-------------------------------|---------------------|------------------|--------------------------|
| <b>Med sikte på nöje</b>      |                     |                  |                          |
| Gå på restaurang/pub          | 24                  | 9                | 12                       |
| Dricka alkohol                | 71                  | 39               | 49                       |
| Gå på bio *                   | 32                  | 10               | 11                       |
| <b>Med sinne för kultur</b>   |                     |                  |                          |
| Gå på teater*                 | 9                   | 3                | 3                        |
| Läst bok                      | 65                  | 42               | 55                       |
| Diskutera politik             | 68                  | 25               | 34                       |
| <b>Med fötterna på jorden</b> |                     |                  |                          |
| Snickrat, målat, tapetserat   | 8                   | 8                | 8                        |
| Sysslat med trädgårdsarbete   | 29                  | 42               | 42                       |
| Mekat med bil/mc/moped ***    | 4                   | 10               | 7                        |
| <b>Med blicken mot himlen</b> |                     |                  |                          |
| Besökt gudstjänst             | 5                   | 4                | 4                        |
| Bett till Gud                 | –                   | 17               |                          |
| <b>Mot en sundare kropp</b>   |                     |                  |                          |
| Motionerat/ friluftsliv       | 78                  | 60               | 67                       |
| Sysslat med sport/idrott      | –                   | 36               | 42                       |

**Kommentar:** Frågan löd: Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna gjort följande saker? Resultaten för allmänheten är hämtade från Riks-SOM 2005.

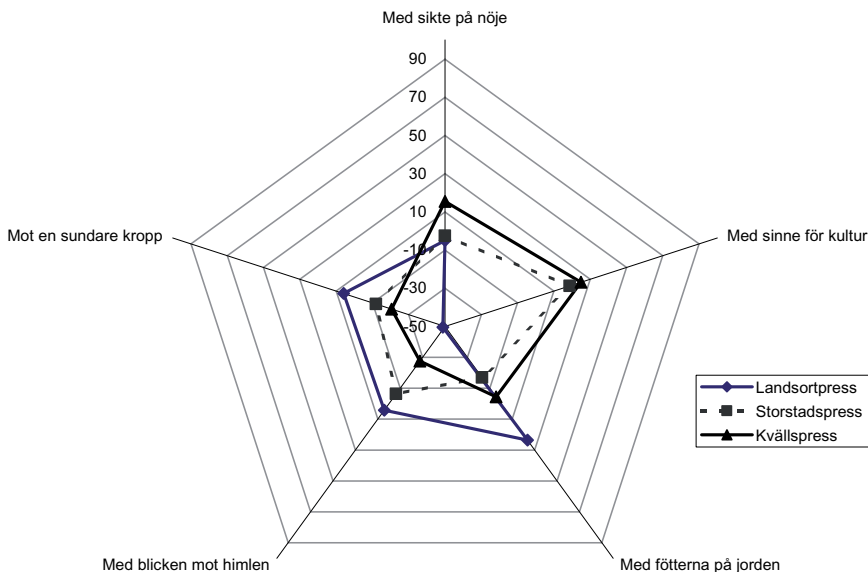
\* = uppgifterna gäller minst en gång i månaden, \*\*= för allmänheten är uppgiften hämtad från ORVESTO 2005. \*\*\*= för journalisterna är uppgiften hämtad från Journalistundersökningen 1999.



Jämför vi dessa livsstilsgrupperingar med allmänheten (tabell 3.3) ser vi att journalister på många sätt är grupp som är mycket aktiv. De gör mer av nästan alla de fritidsaktiviteter som kan jämföras. Journalistkollektivet är exempelvis mer nöjeslystna. Bland journalister uppger 71 procent att de dricker alkohol varje vecka. Motsvarande siffra bland allmänheten är 39 procent. Skillnaderna är mindre jämfört med den del av allmänheten som har en högre utbildning. Även om vi skulle begränsa oss till högutbildade i storstad, där 60 procent säger sig dricka alkohol mer än en gång i veckan, när vi ändå inte upp till journalisternas alkoholfvanor. Även restaurang- och biobesöken är tätare jämfört med allmänheten – oavsett utbildningsnivå.

Men journalister tar också del av kulturutbud oftare. Går på teater, diskuterar politik och läser böcker i större utsträckning än sin publik. Dessutom är man något mer benägen att motionera och ägna sig åt friluftsliv. De enda aktiviteter som är vanligare bland allmänheten är de som kan kopplas till det ”lilla livet”. Det handlar då om att ta hand om hemmet, sköta trädgården och fixa med bilar och motorcyklar. Här finner vi intressen som fångar mediernas publik klart mer än journalisterna.

**Figur 3.2. Livsstilar bland dags- och kvällspressjournalister (medelvärde/faktorladdningar).**

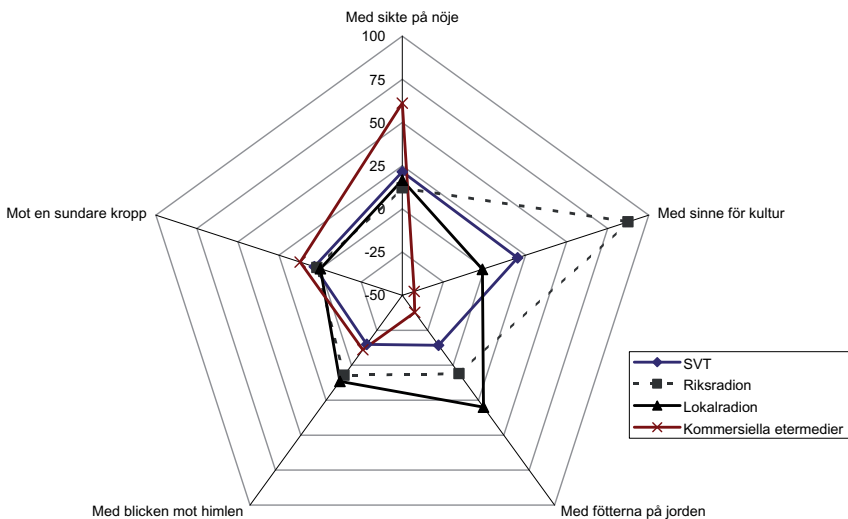


Alla journalister har givetvis inte samma intressen. Figur 3.2 och 3.3 visar hur livsstilsdimensionerna ser ut bland olika journalistgrupper. Resultaten visar att det finns tydliga skillnader. Bland dagspressjournalister är det tydligt att fritidsintressena skiljer sig en del. Journalister på landsortspressen är mindre nöjes- och kulturinriktade än sina storstadskollegor.

Däremot är de andra livsstilsdimensionerna mer accentuerade. Särskilt gäller det intressen som har att göra med att fixa hemma – måla, snickra eller meka med bilen. Storstadsjournalisterna liknar varandra mer, men tydligt är att fokus på framförallt nöje är något större bland kvällspressjournalister.

Ser vi på etermediejournalisterna finner vi ännu större skillnader mellan olika journalistgrupper (figur 3.3). Vissa av dem följer en tydlig storstads-landsortsdimension, där lokalradions medarbetare liknar landsortspressjournalisterna mest, dock med ett större kulturintresse. Vad som sticker ut i övrigt är nöjesintresset bland journalister på kommersiella etermedier och riksradiomedarbetarnas kulturintresse.

**Figur 3.3. Livsstilar bland etermediejournalister (medelvärde/faktor laddningar).**



Sammantaget visar det sig alltså att de journalister som har vanemönster som mest liknar allmänhetens är journalister på landsortspress, medan etermediejournalister har vanor som är mest skilda från vanligt folk. Men det är ändå så att journalister på landsortstidningar liknar journalister på andra medier mer än de liknar allmänheten. En annan medietyp som skiljer ut sig är kanske särskilt de som arbetar på kommersiella etermedier. Här finns en närmast extrem karriärs- och nöjesinriktning, vilket framförallt har att göra med att det är en grupp som i hög grad består av unga människor som bor i storstad.

Är det nu så att de skillnader som finns mellan journalisters livsstilar beror på att journalisterna som grupp är annorlunda än svenskar i allmänhet? Ser vanemönsterna likadana ut bland journalister och allmänhet i grupper med samma ålder, utbildning och kön? En sådan analys visar att journalister skiljer sig något från allmänheten även när man tar hänsyn till sociala och demografiska bakgrundsfaktorer. Journalisternas vanor verkar vara något annorlunda än allmänhetens.

Men finns det då vanemönster som är så spridda bland journalister att vi kan tala om en journalistisk livsstil? Även om det finns flera olika livsstilsdimensioner inom journalistkollektivet finns det ändå drag som sammanbinder dem. Det finns exempelvis en grundläggande dimension av aktivt fritidsliv bland journalister, även om denna fritid tar sig lite olika uttryck. En annan sak som sammanbinder är att journalister på många sätt har en urban livsstil, där kultur och nöjesutbud står i centrum.

### **Hur lever journalisterna sina liv?**

Hur lever journalisterna sina liv, var frågan som ställdes inledningsvis. Frågeställningen kan ses som en utvidgning av representativitetsdiskussionen. Vi vet att journalister delvis har en annan social bakgrund än stora delar av allmänheten, men frågan var om de lever sina liv på ett annorlunda sätt.

Resultaten i kapitlet har visat att det finns skillnader i livsvillkoren för journalistkollektivet jämfört med allmänheten och även med de delar av allmänheten som har en liknande social sammansättning. Man får barn något senare, bor i större utsträckning i lägenhet och har fritidsintressen som skiljer sig från stora grupper av allmänheten. De skillnader som finns beror till viss del på att journalistyrket är ett karriärs- och storstadsyrke där många är högutbildade. Detta avspeglar sig tydligt i kårens livssituation och fritidsintressen. Men även om vi systematiskt jämför journalister med högutbildade bland allmänheten kvarstår skillnader, även om de är något mindre.

Spelar det då någon roll att journalister lever sitt liv något annorlunda än vanligt folk? I grunden handlar det om vilken betydelse man tillskriver journalistkårens professionalitet. Om journalister har en professionell färdighet i att hitta nyheter och perspektiv som är relevanta för publiken borde inte dessa skillnader i livsvillkor spela så stor roll. Journalister borde kunna frigöra sig från sin egen situation och intressen och göra journalistik som är relevant för en bredare allmänhet. Men frågan är väl om så är fallet?



## Kapitel 4

# Journalistiken – ett könsmärkt fält?

Monica Löfgren Nilsson

*På Aktuellt består redaktionsledningen av män. Programdirektörer och övriga redaktionssekreterare är män, utrikes- och inrikesreportrarna är män. Finns det då inga kvinnor på Aktuellt? Jovisst, sekreterare, scriptor, producenter och 5 kvinnliga reportrar. Och vad gör dom? Jo dom sysslar med medicin, miljö, bostäder, familj, social- och barnfrågor. Precis som hemma skulle man kunna säga. Områden som idag inte har samma status i nyhetsprogrammen som exempelvis utrikespolitik, arbetsmarknad och näringsliv.*

(June Carlsson irriterar sig över könsmärkningen på Aktuellt i personaltidningen Antennen, 1976)

Begreppet könsmärkning kan kännas något obekvämt i munnen innan man vant sig, men det är väl vedertaget inom genusforskning och har sina poänger. Begreppet innebär att vissa positioner och områden i yrkeslivet av tradition ansetts vikta eller fördelats på basis av kön. Det vill säga att de är märkta/stämplade, visserligen inte alltid uttalat utan ibland mer subtilt – jobbet/positionen passar bäst för en kvinna, alternativt passar bäst för en man. Som exempel kan nämnas att det en gång i tiden ansågs högst opassande för en kvinna att läsa nyheter om krig och politik – ja faktiskt att överhuvudtaget läsa nyheter.

Könsmärkningen kan ur ett perspektiv förstås som en konsekvens av en kamp kring arbete på statusfyllda medier, inom statusfyllda gener/bevakningsområden samt statusfyllda positioner, en kamp som fallit ut till männens fördel då mäns arbete varit högre värderat och även högre betalt. Samtidigt går det naturligtvis att betrakta könsmärkningen ur ett annat perspektiv, som ett utslag av att män och kvinnor har olika preferenser och intresseområden och därmed blir könsmärkningen mer oproblematiserad. Inom genusforskningen dominerar det första synsättet och i den allmänna debatten förekommer båda.

Att påstå att journalistiken under en större del av 1900-talet varit mansdominerad och könsmärkt är inte direkt kontroversiellt. Men hur förhåller det sig år 2005? Och vad har hänt under de senaste fem-

ton åren – sedan den första journalistundersökningen vid JMG gjordes. Hur såg könsmärkningen ut då och hur ser den ut nu? Det är den första frågan som behandlas i detta kapitel. Och vilken betydelse anser journalisterna själva att kön har i den redaktionella vardagen år 2005? Det är kapitlets andra fråga som belyses genom hur journalisterna ser på ett antal påståenden som förekommit i genusdebatten under 1990-talet.

### Märkning av medier, positioner och platser

Vid 1900-talets början gick det nio män på varje kvinnlig journalist och kvinnorna var i minoritet fram till slutet av 1980-talet då en stor ökning skedde. 1989 utgjorde kvinnorna en tredjedel av kåren och idag fördelar sig män och kvinnor nästan lika i journalistförbundets medlemsmatrikel. Till skillnad från 1989 finns idag inga medier som är könsmärkta – kvinnor är väl representerade inom tidigare mansdominerade medier som radio, television och morgonpress. Andelen kvinnor skiljer sig något åt alltjämt mellan olika medier och det är dagspressen som sammantaget uppvisar lägst andel kvinnor, medan public service-medierna står för den största ökningen kvinnor över tid.

**Tabell 4.1. Andel kvinnliga journalister inom olika mediebranscher 1989 och 2005 (procent).**

| <i>Bransch</i>    | <i>1989</i> | <i>2005</i> | <i>skillnad</i> |
|-------------------|-------------|-------------|-----------------|
| Frilans           | 43          | 49          | +6              |
| Landsortspress    | 29          | 43          | +14             |
| Storstadspress    | 31          | 45          | +14             |
| SR/SVT            | 25          | 57          | +32             |
| Fack/populärpress | 66          | 62          | -4              |
| Övriga            | 47          | 51          | +16             |
| Samtliga          | 34          | 50          | +16             |

**Kommentar:** 22 personer har ej besvarat frågan.

Hur ser det då ut när vi tittar på positioner och ämnesområden? Finns det en könsbalans – eller en könsmärkning i dessa avseenden? Och vad har hänt under 15 år? Först kan konstateras att 1989 var de flesta positioner manligt dominerade delvis som en följd av att kvinnorna generellt sett var underrepresenterade. Men även i förhållande till sin i utgångsläget låga andel var kvinnorna också kraftigt underre-

presenterade som fotografer, programledare och arbetsledare. Femton år senare är situationen helt annorlunda på redaktionerna. På de flesta positioner råder i princip könsbalans, men som fotografer är kvinnor alltså kraftigt underrepresenterade och även något underrepresenterade som arbetsledare. Däremot har programledarrollen blivit kvinnodominerad och männen hamnat i minoritet. Vad gäller arbetsledning är siffrorna inte representativa för de allra högsta chefspositionerna inom medierna. Här går det alltså tre män på varje kvinna<sup>1</sup>.

Generellt sett har alltså den kvantitativa ökningen av kvinnor i kåren också – med vissa undantag – lett till en bättre könsbalans på olika positioner. Könsmärkningen av positioner luckrades framförallt upp under början av 1990-talet men under de senaste tio åren har bilden knappast förändrats.

**Tabell 4.2. Andel kvinnor på olika positioner 1989 och 2005** (procent).

| <i>Position</i> | <i>1989</i> | <i>2005</i> | <i>skillnad</i> |
|-----------------|-------------|-------------|-----------------|
| Arbetsledare    | 23          | 44          | +11             |
| Reporter        | 38          | 50          | +12             |
| Redigerare      | 35          | 50          | +15             |
| Producent       | 30          | 56          | +26             |
| Programledare   | 23          | 74          | +51             |
| Fotograf        | 7           | 19          | +12             |
| Annat           | 43          | 59          | +16             |
| Samtliga        | 34          | 50          | +16             |

Inledningsvis refererades June Carlsson som upprördes över könsmärkningen av ämnen i journalistiken. Traditionellt sett har kvinnliga journalister under den senare delen av 1900-talet bevakat det som ibland benämns som mjuka ämnen (sociala frågor, familjefrågor, konsumentjournalistik m.m) och män det som ibland benämns som hårda ämnen (politik, näringsliv, sport och kriminaljournalistik). Medan könsmärkningen i medierna minskade något under 1980-talet fanns tendenser till en ökning under 1990-talet visar innehållsstudier<sup>2</sup>. Så hur ser det då år 2005 vad gäller journalisternas huvudsakliga bevakningsområde och vad har hänt under femton år?

1 Djerf-Pierre, 2003.

2 Löfgren Nilsson, 2004; Olsén, 2004.



Om man ser till journalisternas huvudsakliga bevakningsområden märks inga tendenser till en ökad könsmärkning under 1990-talet, tvärtom. De enda områden som uppvisade könsbalans 1989 var feature och familjebevakning, där kvinnorna var överrepresenterade i förhållande till sin totala andel. I förhållande till sin andel i kåren var kvinnorna kraftigt underrepresenterade inom sport, kriminaljournalistik och något underrepresenterade vad gäller politik/samhälle och utrikesrapportering.

År 2005 är kvinnorna alltjämt underrepresenterade inom kriminalbevakningen och framförallt inom sportjournalistiken. Inom kultur, politik, ekonomi och utrikes råder det däremot nu könsbalans vad gäller bevakningsområde, framförallt är det en betydligt större andel kvinnor som har utrikesfrågor och politik/samhälle som sitt huvudsakliga bevakningsområde.

**Tabell 4.3. Andel kvinnor på olika huvudsakliga bevakningsområden 1989 och 2005 (procent).**

| <i>Bevakningsområde</i> | <i>1989</i> | <i>2005</i> | <i>skillnad</i> |
|-------------------------|-------------|-------------|-----------------|
| Kultur                  | 39          | 56          | +17             |
| Sport                   | 4           | 13          | +9              |
| Politik/samhälle        | 27          | 50          | +23             |
| Ledare/kommentar        | 22          | 22          | 0               |
| Ekonomi                 | 32          | 40          | +18             |
| Krim/rätt               | 10          | 29          | +18             |
| Familj                  | 48          | 72          | +24             |
| Nöje                    | 33          | 41          | +8              |
| Utrikes                 | 23          | 50          | +27             |
| Feature                 | 42          | 58          | +16             |
| Annat                   | 31          | 52          | +21             |
| Totalt                  | 34          | 50          | +16             |

**Frågan löd:** Vilket ämnesområde brukar du huvudsakligen arbeta med (ange högst två)?

Slutsatsen så här långt är att i kvantitativa termer är kåren betydligt mer könsbalanserad år 2005 såväl vad gäller representation på olika medier som på positioner och ämnesmässig bevakning. Tillströmningen av kvinnliga journalister under sent 1980-tal och 1990-talets tidigare del har lett till att könsmärkningen minskat och i vissa fall helt upphört vad gäller de aspekter som här tagits upp. Samtidigt finns en mängd andra aspekter av könsmärkningen som inte syns i den redovisade statistiken kring positioner och huvudsakligt bevakningsområde.

Bilden av journalisternas huvudsakliga ämnesmässiga bevakning går inte riktigt ihop med de innehållsstudier av såväl dagspress som television som visar på en ämnesmässig uppdelning<sup>3</sup>. Med andra ord tycks det som att vad man har som huvudsakligt bevakningsområde inte helt avspeglar sig i medieproduktionen. En del av förklaringen ligger naturligtvis i frågornas karaktär, huvudsakligt bevakningsområde är t ex inte att jämföra med specialreporter och en eventuell könsmärkning bland allmänreportrar kan inte heller utläsas. Det blir således intressant att ställa frågan hur journalistkåren ser på vad kön betyder i den redaktionella vardagen? Finns det en könsmärkning och vad beror den i så fall på?

### **En oenighet kring köns betydelse...**

Först kan konstateras att könsmärkningen tycks vara ett inslag i många journalisters vardag, nästan 70 procent instämmer helt eller delvis i att det finns en könsuppdelning i bevakningsområden på deras redaktion (se tabell 4.4). Hur ska då denna könsmärkning förstås? Ett sätt är naturligtvis att betrakta den som oproblematiserad och som en följd av att män och kvinnor har olika intressen vilket leder till en naturlig uppdelning i den ämnesmässiga bevakningen. Ett annat sätt är att betrakta könsmärkningen som en konsekvens av att män gynnas vid fördelning av uppdragen, eftersom innehållsanalyser visar på att män dominerar inom den statusfyllda bevakningen. Frågan är hur journalisterna ser på saken.

Knappt hälften i kåren (45 procent) instämmer i att män gynnas i arbetsfördelningsprocessen och lika många anser att könsmärkningen beror på att redaktörer/nyhetschefer tänker i termer av kön när uppdrag skall fördelas (se tabell 4.4). Med andra ord menar knappt hälften av kåren att föreställningar kring vad män och kvinnor är lämpade att bevaka styr fördelningen av uppdrag, medan den andra hälften ser detta som betydelselöst i sammanhanget. Ytterligare en förklaring till könsmärkningen framhålls, nämligen att män är bättre på att sälja in sina idéer till redaktionsledningen och därmed får en fördel. Ca två tredjedelar av kåren anser att så minst delvis är fallet (se tabell 4.4). Om de olika faktorerna läggs ihop i en analys visar det sig att de som anser att könsmärkning förekommer i första hand förklarar det med att cheferna fördelar uppdrag på könsbasis och gynnar män, och i andra hand med att män är bättre på att sälja in sina idéer. Att män anses bättre på att sälja in sina idéer har därmed inte en lika självklar koppling till könsmärkning som de båda andra faktorerna utan är en mer allmänt förekommande föreställning kring köns betydelse.

<sup>3</sup> Se till exempel Löfgren Nilsson, 1994; Löfgren Nilsson 2004; Olsén, 2004.

**Tabell 4.4. Journalisters bedömning av köns betydelse i olika frågor (procent).**

| <b>Påstående</b>  | <b>Stämmer helt</b> | <b>Stämmer delvis</b> | <b>Stämmer knappast</b> | <b>Stämmer inte alls</b> | <b>Balansmätt</b> | <b>Totalt</b> |
|---|---------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------|---------------|
| Det finns en könsuppdelning i bevakningsområden på redaktionen            | 20                  | 49                    | 20                      | 11                       | 38                | 100           |
| Manliga reportrar gynnas vid fördelningen av nyhetsuppgifterna            | 13                  | 32                    | 34                      | 21                       | -10               | 100           |
| Redaktörer/Nyhetschefer fördelar uppdrag på könsbasis                     | 6                   | 39                    | 32                      | 23                       | -10               | 100           |
| Män är bättre på att sälja in sina idéer till redaktionsledningen         | 13                  | 49                    | 29                      | 8                        | 25                | 100           |
| Kvinnor har en fördel vid rekryteringen till viktiga positioner           | 4                   | 16                    | 44                      | 36                       | -60               | 100           |
| Redaktörens/nyhetschefens kön har ingen betydelse för nyheternas innehåll | 18                  | 39                    | 29                      | 14                       | 14                | 100           |
| Kön har ingen betydelse i det dagliga arbetet                             | 22                  | 28                    | 30                      | 20                       | 0                 | 100           |

**Frågan löd:** Här följer ett antal påståenden som förekommit i debatten om kön och journalistik. Ange för vart och ett av dem hur väl du tycker att de stämmer.

En majoritet av journalisterna anser alltså att könsmärkning förekommer, men när det kommer till om det beror på att män gynnas och på arbetsledningens rutiner råder det definitivt delade meningar. Utifrån hur frågan är konstruerad går det inte heller att utesluta att de finns de som anser att kvinnor gynnas i arbetsfördelningsprocessen, vem minns till exempel inte den bimbodebatt som Jan Guillou startade.

Ytterligare en situation där kön skulle kunna vara av betydelse är vid rekryteringen till viktiga positioner. Under början av 1990-talet

fördes en diskussionen kring vikten av att få kvinnor i ledande positioner. Chefsutbildningar och mentorsprogram genomfördes för kvinnliga journalister. Men en klar majoritet (80 procent) av journalisterna anser knappast att kvinnor har en fördel i detta avseende. Om detta betyder att det finns vissa som istället anser att män gynnas eller om chefrekrytering är en könsneutral fråga visar däremot inte svaren. Båda möjligheter finns dock.

Vikten av en jämn fördelning på chefsposter kan förstås utifrån rena jämställdhetsargument, men också utifrån mer publicistiska argument. En ökad andel kvinnor på chefsposter skulle enligt den senare argumentationen vara viktig då det har betydelse för utbudet och leder till en breddning. Tidigare studier visar exempelvis att majoriteten av journalisterna anser att en ökad andel kvinnor i kåren lett till en breddad bevakning<sup>4</sup>. Men beträffande betydelsen av chefens kön så är journalisterna inte lika överens. Det är något fler som anser att chefens kön är betydelselöst i sammanhanget än de som anser att innehållet påverkas. Viktigt i sammanhanget är att frågan gäller nyhetsutbudet ej journalistiken i allmänhet.

Det råder alltså en viss oenighet i kåren kring könets betydelse i journalistiken, vilket också visar sig när journalisterna tar ställning till ett mer övergripande påstående. Medan hälften av journalisterna anser att kön har betydelse i det dagliga arbetet ser hälften kön som betydelselöst (se tabell 4.4). Med andra ord är kåren kluven till både om kön betyder något i journalistiken och till vad kön betyder. En stor del av oenigheten beror just på journalistens eget kön; kvinnor och män uppfattar helt enkelt förhållandena på olika sätt.

### **...som beror på kön**

Genomgående visar svaren att kvinnor tillmäter kön väsentligt större betydelse i det redaktionella arbetet än vad män gör. Vad gäller förekomsten av könsmärkta bevakningsområden så är det betydligt fler kvinnor än män som anser att det förekommer på deras redaktion, men samtidigt menar också en knapp majoritet av männen att en uppdelning finns. När det kommer till att förklara könsuppdelningen skiljer sig dock åsikterna ordentligt åt mellan kvinnor och män. Medan runt 60 procent av kvinnorna anser att män gynnas och att redaktörernas arbetssätt spelar roll i sammanhanget, så är det en väsentligt lägre andel av männen som instämmer, runt 30 procent. Med andra

<sup>4</sup> Löfgren Nilsson, 2000.

ord anser kvinnor i väsentligt högre grad än män att just män gynnas. Likaså anser en klar majoritet av kvinnorna att män är bättre på att marknadsföra sina idéer, medan männen är mer oeniga på denna punkt.

När det kommer till rekryteringsfrågor är mönstret annorlunda. Visserligen anser en majoritet av såväl män som kvinnor att kvinnor knappats gynnas i processen, men här är det en väsentligt högre andel män (34 procent) som instämmer i påståendet än kvinnor (6 procent). Detta innebär att skillnaden mellan mäns och kvinnors bedömningar är större när det kommer till påståendet att män gynnas än vad som är fallet när det handlar om att kvinnor gynnas.

**Tabell 4.5. Journalisternas uppfattning om köns betydelse på redaktionerna uppdelat på kvinnor och män (procent som instämmer helt eller delvis).**

|   | <i>Kvinnor</i> | <i>Män</i> | <i>Skillnad</i> |
|---|----------------|------------|-----------------|
| Det finns en könsuppdelning i bevakningsområden på redaktionen            | 81             | 57         | 24              |
| Manliga reportrar gynnas vid fördelningen av nyhetsuppdragen              | 64             | 26         | 38              |
| Redaktörer/nyhetschefer fördelar uppdrag på könsbasis                     | 58             | 32         | 26              |
| Män är bättre på att sälja in sina idéer till redaktionsledningen         | 75             | 49         | 26              |
| Kvinnor har en fördel vid rekryteringen till viktiga positioner           | 6              | 34         | 28              |
| Kön har ingen betydelse i det dagliga arbetet                             | 41             | 59         | 18              |
| Redaktörens/nyhetschefens kön har ingen betydelse för nyheternas innehåll | 50             | 63         | 13              |

Även när det kommer till frågan om vad kön betyder i det dagliga arbetet och vad redaktörens kön betyder för nyheternas innehåll gör män och kvinnor delvis olika bedömningar, men här är inte åsiktskillnaderna lika stora som på övriga påståenden. Samtidigt som kvinnor som grupp i större utsträckning tillskriver kön betydelse i dessa avseenden än vad som är fallet bland män är det också här som kvinnor som grupp är mest oeniga. Män är å andra sidan som grupp betraktat mest oeniga när det handlar om huruvida de är bättre på att sälja in sina idéer till redaktionsledningen. Slutsatsen av hur kvinnor och män

ställer sig till de påståenden som förekommit i debatten om kön och journalistik är att kvinnor generellt sett tillskriver kön väsentligt större betydelse i journalistiken än vad män gör.

### **Könsmärkning – ett avklarat problem?**

Så är då journalistiken en alltjämt könsmärkt bransch på 2000-talet?

Att döma av kapitlets första del och den redovisade statistiken kring hur kvinnor och män är representerade på medier, positioner och bevakningsområden så är svaret nja. Mycket har hänt under de senaste 15 åren och kåren är med vissa undantag i könsbalans. Som fotografer, ledarskribenter, sport- och kriminalreportrar är kvinnorna alltjämt underrepresenterade, men på övriga positioner och bevakningsområden har den generella ökningen av kvinnor inneburit en könsbalans. Samtidigt ger dessa resultat långt ifrån hela bilden av könsmärkningen och utifrån innehållsanalyser och journalisternas egen bedömning av huruvida en könsmärkning av bevakningsområden förekommer blir svaret därför nej. Sjuettio procent av journalisterna identifierar en könsuppdelning i bevakningsområden på sin redaktion.

Ska då könsmärkningen uppfattas som ett problem?

Om man betraktar könsmärkningen som en naturlig konsekvens av att män och kvinnor har olika preferenser och intresseområden där de själva väljer att bedriva journalistik är den naturligtvis oproblematiserad och svaret blir nej. Om man däremot betraktar könsmärkningen som ett uttryck för status och makt och som ett resultat av att män gynnas på kvinnors bekostnad är den däremot betydligt mer problematisk ur jämställdhetssynpunkt och svaret blir ja. Och resultaten visar att kvinnor och män uppfattar könsmärkningen just på olika sätt. Även om män i relativt hög utsträckning upplever en könsuppdelning av bevakningsområden antyder resultaten att de ser den som mer naturlig och mindre problematisk än vad som är fallet bland de kvinnliga journalisterna. Dessa är istället betydligt mer benägna att se könsmärkningen som ett resultat av att män gynnas i arbetsfördelningsprocessen. En fortsatt debatt på området är därför att vänta. En sådan diskussion är också nödvändig för att kunna förstå såväl mäns som kvinnors skilda förhållningssätt till köns betydelse i den redaktionella vardagen och de konsekvenser det har för journalisterna.



## Kapitel 5

# Journalisters arbete och utbildning - omstrukturering pågår

Maria Edström

Allt färre journalister arbetar enbart med papperstidningar. Istället är det andra medier som expanderar. Medieföretagen vill publicera sig på olika sätt och webben får en allt större betydelse. Detta är ingen förändring som sker över en natt.

Det här kapitlet visar hur ett skifte är på gång både när det gäller arbetsplatser och arbetsformer. Det svarar på var i Sverige journalister arbetar, vilken typ av medieföretag de arbetar på och hur stor andel som är frilansar.

Det visar också hur journalisters utbildningsnivå ökat på senare år och hur många som arbetar med elektronisk publicering.

I Sverige arbetar ungefär 20 000 personer som journalister.<sup>1</sup> En mycket stor majoritet av dessa är organiserade inom Svenska Journalistförbundet som både är ett fackförbund och ett yrkesförbund.<sup>2</sup> Journalistförbundet har ca 18 000 medlemmar varav ca 15 000 yrkesverksamma journalister och de är undersökta i den här boken.

Hur representativa är då dessa journalister för kåren som helhet? Enligt Journalistförbundet är 95 procent av dagspressens journalister medlemmar medan det inom ”nya” medier är färre som är medlemmar.<sup>3</sup> En allmän trend har varit att yngre människor inte organiserar sig fackligt i samma utsträckning som tidigare yngre generationer. En annan fråga som diskuterats är om vissa delar av branschen är mindre fackligt organiserad. En studie av ekonomijournalister i Sverige pekar till exempel på att de skulle ha lägre organisationsgrad, cirka 65 procent.<sup>4</sup>

---

1 SCB och Arbetsförmedlingen Kultur.

2 Som fackförbund ska Journalistförbundet ta tillvara ”sina medlemmars fackliga, ekonomiska, sociala intressen” och som yrkesförbund ”ideella intressen samt verka för en god yrkesetik”.

3 Journalistförbundet, 2006: 18.

4 Löfgren Nilsson & Öhlin 2006.



Det tycks som om Journalistförbundet ändå behåller sin ställning som det huvudsakliga fackförbundet för journalister. Som framgår av tabell 5.1 har Journalistförbundet fler medlemmar 2005 jämfört med 1989.

**Tabell 5.1 Antal medlemmar i Svenska Journalistförbundet.**

|                          | 1989  | 1995  | 2000  | 2005  |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Totalt antal medlemmar   | 16180 | 17897 | 18474 | 18139 |
| Yrkesverksamma medlemmar | 14490 | 15397 | 15433 | 15387 |

**Kommentar:** Kategorin "yrkesverksamma journalister" inkluderar även dubbelanslutna. För att få jämförbar statistik används årtalen 1995 och 2000 istället för undersökningsåren 1994 och 1999. Källa: Journalistförbundet.

Medlemsantalet har ökat trots att man under denna period valt att renodla förbundet och inte längre tillåter informatörer att vara medlemmar.<sup>5</sup> Å andra sidan har mediemarknaden som helhet ökat i och med konjunkturuppgången på 2000-talet vilket hypotetiskt skulle kunna innebära att det finns fler journalister som skulle kunna bli medlemmar. Journalistförbundets egen uppskattning är att man organiserar omkring 90 procent av alla journalister.

### Var arbetar journalister rent geografiskt?

Journalistkåren är delad i den meningen att hälften arbetar i storstäder och hälften arbetar på mindre orter (tabell 5.2). Mönstret är förhållandevis stabilt utanför storstäderna. Inom storstadsregionerna har andelen journalister i Stockholm ökat kraftigt medan andelen journalister minskar i Göteborg och Malmö. Andelen Stockholmsjournalister har ökat från 34 till 40 procent. Under samma period har andelen journalister i Göteborg och Malmö minskat från 17 till 13 procent. En förklaring till det är en kombination av neddragningar på redaktionerna och att nya mediearbetsplatser tillkommit, till exempel TV4 och Metro. Att färre journalister arbetar i Göteborg och Malmö kan också delvis förklaras av tidningen Arbetets ekonomiska problem och slutliga nedläggning år 2000.

Hälften av alla journalister arbetar utanför de tre storstäderna. Där tycks arbetsmarknaden vara förhållandevis stabil även om man kan se en liten minskning i Götalandsregionen.

<sup>5</sup> Det skedde på kongressen 1992.

**Tabell 5.2 Andelen journalister som arbetar i olika delar av Sverige (procent).**

|                      | 1989      | 1994      | 1999      | 2005      |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Storstäder</b>    | <b>51</b> | <b>55</b> | <b>48</b> | <b>53</b> |
| Stockholm            | 34        | 40        | 37        | 40        |
| Göteborg             | 8         | 7         | 5         | 7         |
| Malmö                | 9         | 8         | 6         | 6         |
| <b>Övriga landet</b> | <b>49</b> | <b>44</b> | <b>51</b> | <b>47</b> |
| Götaland             | 25        | 19        | 25        | 21        |
| Svealand             | 13        | 14        | 16        | 14        |
| Norrland             | 11        | 11        | 10        | 11        |
| Totalprocent         | 100       | 99        | 99        | 100       |
| Antal svar           | 830       | 1040      | 1054      | 1081      |

**Frågan löd:** I vilken del av Sverige ligger Din arbetsplats?

Lönemässigt tillhör journalisterna nu tjänstemannasektorn. Stockholmsjournalisterna har med åren dragit ifrån journalister i övriga landet. År 2005 är medianlönen i Stockholm 32 000 kronor jämfört med 24 500 kronor i övriga landet, en skillnad på 7 500 kronor.<sup>6</sup> En förklaring till det kan vara marknadskrafterna och individuell lönesättning, att medieföretagen i Stockholm konkurrerar om attraktiva journalister som därmed kan få upp sina löner. Det finns också fler specialreportrar som också drar upp löneläget. En annan förklaring är att levnadskostnaderna är högre i Stockholm vilket leder till högre löner inom de avtalsområden som tillåter det.

### **Dagspressen minskar och etermedierna ökar**

Sedan slutet på 1980-talet har det skett stora strukturförändringar på den svenska mediemarknaden som påverkat journalisternas arbete.

På tidningssidan har det skett flera sammanslagningar och även nedläggningar. Ägandet har koncentrerats samtidigt som konkurrensen har ökat. Nya distributionsformer har också banat väg för nya produkter i form av gratisdistribuerade tidningar. För etermedierna har avregleringar och tekniska innovationer lett till flera kanaler och nya journalistiska arbetsplatser.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Det kan jämföras med 1994 då skillnaden var 3 400 kronor mellan Stockholm och övriga landet. Källa: Journalistförbundets lönestatistik för TU-området.

<sup>7</sup> För mer om mediebranschens utveckling se t ex Sundin, 2006.

**Tabell 5.3 Andelen anställda journalister som arbetar på olika medieföretag (procent).**

|                       | 1989      | 1994      | 1999      | 2005      | Förändring |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| <b>Dagspress</b>      | <b>63</b> | <b>46</b> | <b>52</b> | <b>49</b> | <b>-14</b> |
| Landsortspress        | 38        | 30        | 37        | 32        |            |
| Storstadsmorgon       | 15        | 10        | 11        | 10        |            |
| Kvällspress           | 9         | 6         | 4         | 4         |            |
| Gratis tidning        | –         | –         | –         | 3         |            |
| <b>Övrig press</b>    | <b>14</b> | <b>23</b> | <b>16</b> | <b>17</b> | <b>+3</b>  |
| Populärpress          | 4         | 4         | 3         | 4         |            |
| Fackpress             | 0         | 8         | 7         | 7         |            |
| Övriga tidningar      | 10        | 11        | 6         | 6         |            |
| <b>Etermedier</b>     | <b>15</b> | <b>22</b> | <b>24</b> | <b>27</b> | <b>+12</b> |
| Sveriges Radio        | 9         | 9         | 11        | 12        |            |
| Annan radio           | 1         | 2         | 1         | 1         |            |
| Sveriges Television   | 5         | 7         | 7         | 10        |            |
| TV4                   | –         | 4         | 3         | 3         |            |
| Tv-produktionsbolag   | –         | –         | 2         | 1         |            |
| <b>Övriga</b>         | <b>10</b> | <b>10</b> | <b>7</b>  | <b>6</b>  | <b>-4</b>  |
| Nyhetsbyrå            | –         |           | 3         | 2         |            |
| Nyhetsjänst på webben | –         |           | 1         | 0         |            |
| Annat                 | 10        | 10        | 4         | 4         |            |
| Totalprocent          | 102       | 102       | 99        | 99        |            |
| Antal svar            | 756       | 1057      | 939       | 894       |            |

**Frågan löd:** I vilken typ av företag arbetar Du?

**Kommentarer:** Frilansar ingår ej. 1994 var frågan annat tv-företag (dvs, ej tv-specifikt.) 2005 löd svarsalternativet: "Fristående internetnyhetsföretag", 1999 var det "Nyhetsjänst på webben". Svartalternativen kring andra radio och tv-bolag har varierat, liksom formuleringarna kring övriga tidningar.

Fortfarande är dagspressen den största arbetsgivaren, knappt hälften arbetar där år 2005 (tabell 5.3). Samtidigt har det skett en kraftig minskning sedan 1989 då 63 procent av de anställda arbetade inom dagspress.

Landsortspressen är den mediearbetsplats där flest journalister arbetar, en knapp tredjedel arbetar där. Andelen landsortjournalister har dock minskat sedan 1989. Även andelen journalister inom storstadspress och kvällspress har minskat successivt under den här perioden.

En genomgång som tidningen Journalisten gjort av utvecklingen mellan 1993 och 2003 pekar på stora sparprogram på andratidningar i storstäderna medan förstetidningarna samtidigt ökat sina redaktioner.<sup>8</sup>

Gratisdistribuerade tidningar som är nya på arenan har snabbt blivit en förhållandevis stor mediearbetsplats vilket bidrar till att dagspressen sammantaget ändå är den dominerande arbetsplatsen.

Etermedierna håller på att växa sig starkare. Andelen journalister som arbetar med etermedier har ökat med 12 procent, alltså nästan lika mycket som dagspressen minskat under samma period. I praktiken innebär det i princip en fördubbling av antalet etermediejournalister. En enskild förklaring är naturligtvis TV4:s etablering. En annan är produktionsbolagens framväxt. Public service-bolagen är dock fortfarande den stora arbetsgivaren. Nästan en fjärdedel av journalisterna arbetade på Sveriges Radio eller Sveriges Television år 2005.<sup>9</sup>

En något större andel journalister arbetar 2005 inom övrig press jämfört med 1989. Under denna period har också antalet tidskrifter ökat väsentligt.

### **Vilka ämnen arbetar journalister med?**

Den klart största delen av journalisterna arbetar som allmänreportrar, en dryg tredjedel anger att allmänna frågor är deras huvudsakliga ämnesområde. Även politik och samhällsfrågor är stora ämnesområden för svenska journalister (se tabell 5.4).

De två ämnesområden som ökat mest över tid är politik/samhälle och kultur. Båda dessa områden ägnar journalister mer tid åt idag jämfört med 1989. Journalister arbetar också mer med nöje, kriminalitet och feature. Det stämmer väl med utvecklingen av bilagor i tidningarna och med utvecklingen av kommersiella tv-kanaler under 1990-talet.

<sup>8</sup> Journalisten 2003-11-10.

<sup>9</sup> Andelen etermediejournalister kan i praktiken vara ännu högre med tanke på att journalister som arbetar inom kommersiell radio och tv är något underrepresenterade i undersökningen, se Metoddokumentationen.

**Tabell 5.4 Ämnesområden som journalister huvudsakligen arbetar med 1989-2005.**

|                           | 1989 | 1994 | 1999 | 2005 | Förändring |
|---------------------------|------|------|------|------|------------|
| Politik/samhälle          | 16   | 19   | 24   | 27   | +11        |
| Ekonomi/arbetsmarknad     | 10   | 10   | 10   | 10   | 0          |
| Utrikes                   | 4    | 4    | 4    | 4    | 0          |
| Ledare/kommentarer        | 3    | 2    | 2    | 2    | -1         |
| Kriminalitet/rättsväsende | 4    | 3    | 4    | 5    | +1         |
| Kultur                    | 10   | 13   | 14   | 17   | +7         |
| Sport                     | 10   | 8    | 9    | 10   | 0          |
| Nöje                      | 6    | 7    | 8    | 8    | +2         |
| Familj                    | 3    | 3    | 2    | 3    | 0          |
| Feature                   | 11   | 10   | 14   | 14   | +3         |
| Allmänt                   | 40   | 39   | 34   | 36   | -4         |
| Annat                     | 22   | 21   | 24   | 18   | -4         |
| Antal svar                | 837  | 1057 | 1040 | 1055 |            |

**Frågan löd:** Vilket ämnesområde arbetar du huvudsakligen med?

**Kommentar:** En del har angett flera svar, därför summerar det inte till 100.

Det intressanta är kanske ändå att samhällsfrågorna inte bara står sig – de till och med växer mest av alla områden. Resultaten antyder också att en specialisering av journalistrollen pågår, de som anger att de arbetar med allmänna ämnen minskar något. Även andelen journalister som arbetar med ledare/kommentarer minskar något.

För att fördjupa frågeställningen kring vilka ämnen journalister arbetar med frågade vi i 2005 års undersökning även hur ofta de arbetar med nyhetsrapportering kring politik, samhälle och ekonomi (tabell 5.5).

Det framgår tydligt att samhällsfrågor är det som upptar en stor del av journalisters arbetstid.

Svaren bekräftar den breda förändringen inom journalistiken att journalister ska bevaka samhällsfrågor, 54 procent anger att de arbetar dagligen eller flera gånger i veckan med samhällsfrågor.

Omvänt kan man se att 86 procent anger att de sällan eller aldrig arbetar med nyhetsrapportering som rör ekonomi. Det kan man tolka som en tydlig specialisering av ämnesområdet ekonomi.

**Tabell 5.5 Andelen journalister som arbetar med politik, samhälle och ekonomi 2005 (procent).**

|                       | <i>Politik</i> | <i>Samhälle</i> | <i>Ekonomi</i> |
|-----------------------|----------------|-----------------|----------------|
| Dagligen              | 11             | 22              | 6              |
| Flera gånger i veckan | 23             | 32              | 9              |
| Mera sällan           | 34             | 30              | 51             |
| Aldrig                | 32             | 16              | 35             |
| Totalprocent          | 100            | 100             | 101            |
| Antal svar            | 1024           | 1022            | 1020           |

**Frågan löd:** Hur ofta arbetar du med nyhetsrapportering om ... politik? ...samhälle? ...ekonomi?

Det finns en viss könsskillnad i hur ofta man bevakar olika ämnen. Manliga och kvinnliga journalister arbetar i samma utsträckning med politik, medan det är något fler kvinnor som ofta arbetar med samhälle och något fler män som arbetar med ekonomi.

Inom storstadspress och TV4 hittar vi den högsta andelen journalister som arbetar med ekonomijournalistik, 22 respektive 23 procent arbetar med ekonomi dagligen eller flera gånger i veckan (tabell 5.6).

**Tabell 5.6 Andelen journalister som arbetar med ekonomijournalistik 2005 (procent).**

|                       | <i>Storstads-<br/>morgonpress</i> | <i>Landsortspress</i> | <i>SR</i> | <i>SVT</i> | <i>TV4</i> |
|-----------------------|-----------------------------------|-----------------------|-----------|------------|------------|
| Dagligen              | 13                                | 6                     | 4         | 5          | 3          |
| Flera gånger i veckan | 9                                 | 11                    | 5         | 4          | 20         |
| Mera sällan           | 47                                | 60                    | 60        | 62         | 53         |
| Aldrig                | 31                                | 24                    | 31        | 28         | 23         |
| Totalprocent          | 100                               | 101                   | 100       | 99         | 99         |
| Antal svar            | 112                               | 281                   | 106       | 92         | 30         |

**Frågan löd:** Hur ofta arbetar du med nyhetsrapportering om ekonomi?

## Fler män arbetar med webben

En annan fråga som berör arbetsformer är vilket genomslag elektronisk publicering fått på redaktionerna. Trettio procent anger att de arbetar med elektronisk publicering dagligen eller flera gånger i veckan. Här finns dock en tydlig könsskillnad, medan 25 procent av kvinnorna anger att de arbetar med elektronisk publicering dagligen eller flera gånger i veckan så svarar 34 procent av männen att de gör det. Här tycks de manliga journalisterna ha ett tydligt teknikförsprång.

Det beror också på vilken typ av medieföretag men arbetar på. Journalisterna inom storstadspress, Sveriges Radio och TV4 arbetar med elektroniskt publicering betydligt oftare än landsortspress och SVT (tabell 5.7).

**Tabell 5.7 Andelen journalister som arbetar med elektronisk publicering inom olika medieföretag (procent).**

|                       | <i>Storstads-<br/>morgonpress</i> | <i>Landsorts-<br/>press</i> | <i>SR</i> | <i>SVT</i> | <i>TV4</i> | <i>Alla</i> |
|-----------------------|-----------------------------------|-----------------------------|-----------|------------|------------|-------------|
| Dagligen              | 15                                | 14                          | 10        | 24         | 27         | 14          |
| Flera gånger i veckan | 20                                | 13                          | 12        | 27         | 20         | 16          |
| Mera sällan           | 28                                | 25                          | 33        | 26         | 20         | 29          |
| Aldrig                | 36                                | 49                          | 45        | 23         | 33         | 39          |
| Totalprocent          | 99                                | 101                         | 100       | 100        | 100        | 100         |
| Antal svar            | 88                                | 284                         | 91        | 106        | 30         | 1024        |

**Frågan löd:** Hur ofta brukar du arbeta med elektronisk publicering?

De stora skillnaderna kan förklaras av redaktionella system och rutiner, samt hur man valt att integrera webben i det dagliga arbetet, om det ligger på den enskilda reportern att lägga ut sitt arbete eller om det skett en specialisering av arbetsuppgifterna kring webben.

## Vilka är anställningsformerna?

Journalisternas arbetsmarknad tycks följa kulturarbetsmarknaden i övrigt där en omstrukturering pågår med färre anställningar och fler projektanställningar av olika slag. Tabell 5.8 visar att andelen fastanställda journalister minskar samtidigt som frilansar och vikarierna blir fler. Den uppföljning som görs vid JMG av journalistutbildade visar också på en tydlig ökning av andelen projektanställda.

Trenden går också mot att journalister ofta förväntas ha eget företag och F-skatt. Enligt Arbetsförmedlingen Kultur sker tillskottet av sysselsatta på kulturområdet helt i form av en ökning av egenföretagare samtidigt som antalet sysselsatta minskar. Enligt deras analys är snart hälften av alla journalister egna företagare.<sup>10</sup>

**Tabell 5.8 Journalisters anställningsformer 1994 och 2005 (procent).**

|                                 | 1994 | 2005 |
|---------------------------------|------|------|
| Fast anställning                | 75   | 70   |
| Vikariat                        | 6    | 8    |
| Annan tidsbegränsad anställning | 4    | 4    |
| Frilans                         | 11   | 13   |
| Arbetslös                       | 4    | 5    |
| Totalprocent                    | 100  | 100  |
| Antal svar                      | 1044 | 1090 |

**Frågan löd:** Vilken typ av anställning har du för närvarande?

Arbetslösheten bland journalister diskuteras ofta, speciellt eftersom medieutbildningarna på senare år varit många både på gymnasienivå och högskole- och universitetsnivå. Enligt AMS minskade arbetslösheten bland journalister 2001-2006, men det rörde sig framför allt om tillfälliga arbeten.<sup>11</sup> I 2005 års journalistundersökning uppgav fem procent att de var arbetslösa. På AF Kultur fanns då cirka 2000 inskrivna arbetssökande journalister. Ungefär knappt hälften av dessa var medlemmar i Journalistförbundet.

När det gäller JMG-utbildade journalister tycks de stå sig väl på arbetsmarknaden. Fem år efter utbildningen är nästan 70 procent kvar i yrket, av dem som gått 100-poängs programmet har 56 procent fast jobb.<sup>12</sup>

### Professionalisering pågår

Det finns många vägar in till journalistyrket och så har branschen velat ha det. 1962 startade den första formella journalistutbildningen, först

10 Uppgifter baserade på statistik från 2005. Arbetsförmedlingen Kultur, 2007:6 och 2007:35.

11 Högskoleverket, 2006.

12 Ghersetti, 2007 kommande.



som institut och sedan som högskola 1967. Från början fanns journalisthögskolor bara i Göteborg och Stockholm. Numera finns det en mängd olika journalistutbildningar på de flesta universitetsorter, till det kommer folkhögskolor med journalistutbildning och fristående privata utbildningar som Poppius.

Det här betyder också att det finns stora generationsskillnader mellan unga och gamla journalister. De flesta äldre saknar formell utbildning medan majoriteten av de yngre har någon form av utbildning.

Journalistförbundet uppskattar att det idag utbildas mellan 800-1000 journalister varje år från ett 20-tal olika utbildningar. Akademisk examen börjar också få en högre status inom branschen, både av arbetsgivare och fackförbund.<sup>13</sup>

Tabell 5.9 pekar på en tydlig professionalisering av yrket där en allt större majoritet har universitetsutbildning, fyra av fem har det år 2005.

**Tabell 5.9 Journalisters utbildningsnivå 1989-2005.**

|                        | 1989 | 1994 | 1999 | 2005 |
|------------------------|------|------|------|------|
| Endast grundskola      | 9    | 5    | 5    | 2    |
| Gymnasium/folkhögskola | 20   | 20   | 18   | 19   |
| Högskola/universitet   | 71   | 75   | 77   | 79   |
| Totalprocent           | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Antal svar             | 826  | 1050 | 1070 | 1025 |

**Frågan löd:** Har du någon utbildning utöver obligatoriska skolan?

1989 hade knappt var tionde journalist enbart grundskola, 2005 är det bara ett fåtal kvar som har den bakgrunden. Utbildningsnivån inom kåren som helhet påverkas av att allt fler kvinnor är journalister. De har generellt sett en högre utbildningsnivå än sina manliga kollegor. Redan 1989 hade 86 procent av kvinnorna en universitetsutbildning, vilket kan jämföras med 62 procent bland männen vid samma tidpunkt. Det utbildningsgapet har nu minskat i och med att fler manliga journalister har högre utbildning.

Om man sedan går vidare och ser vilken typ av utbildning journalister har kan man se att de traditionella journalistutbildningarna har fått en tydlig konkurrens av andra journalistutbildningar (tabell 5.10).

<sup>13</sup> Högskoleverket, 2007.

År 2005 är ungefär en tredjedel utbildade på journalistutbildningarna i Göteborg, Stockholm och Sundsvall, en tredjedel har annan journalistutbildning och en tredjedel har någon annan typ av utbildning.

Även här gäller att de kvinnliga journalisterna i mycket högre utsträckning har journalistutbildning oavsett undersökningsår.

**Tabell 5.10 Andelen journalister med journalistutbildning 1989-2005.**

|                               | 1989 | 1994 | 1999 | 2005 |
|-------------------------------|------|------|------|------|
| Journalistutbildning          | 42   | 46   | 41   | 67   |
| JMG/JMK/Mitthögskolan         | 30   | 32   | 35   | 37   |
| Annan journalistutbildning    | 12   | 14   | 6    | 30   |
| Annat än journalistutbildning | 58   | 54   | 59   | 33   |
| Totalt                        | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Antal svar                    | 843  | 1058 | 1074 | 1061 |

**Frågan löd:** Vilken eller vilka utbildningar har du? (1989, 1994, 1999) Har du någon formell journalistutbildning? Vilken eller vilka utbildningar har du? (2005).

**Kommentar:** Svartalternativen har varierat genom åren. De tidigare journalisthögskolorna (JH) i Stockholm och Göteborg ingår i JMK/JMG-kategorin. Journalistinstitut, Poppius samt folkhögskolor med särskild journalistutbildning ingår i kategorin annan journalistutbildning.

## Summering

Journalistyrket har under 1900-talet genomgått stora förändringar. Lite hårddraget kan man säga att den typiske journalisten har gått från att vara en manlig murvel inom partipressen till att idag vara en kvinnlig eller manlig akademiker inom en medievärld med många publiceringsformer.

Trettio procent anger att de dagligen eller flera gånger i veckan arbetar med webbpublicering. De flesta av dem återfinns inom storstadspress och etermedier.

Allt fler journalister bor i Stockholm medan andelen journalister i Malmö och Göteborg minskar. Hälften av alla journalister arbetar utanför storstäderna och landsortstidningarna är fortfarande den enskilt vanligaste arbetsplatsen för svenska journalister. Samtidigt är det förändringar på gång. Alla anställningar inom dagspress utom gratisdistribuerade tidningar minskar och etermedierna ökar.

Differentieringen ökar också, inte minst genom att gratisdistribuerade tidningar och kommersiella etermedier har gjort sitt intåg på mediemarknaden.

De fastanställda blir färre och vikarier och frilansar blir fler.

När det gäller utbildning kan man se en tydlig professionalisering där två tredjedelar av dagens yrkesverksamma journalister har någon form av journalistutbildning. Kvinnliga journalister har fortsatt högre utbildning än sina manliga kollegor även om utbildningsavståndet minskar.

## Kapitel 6

# Redaktionell förändring och arbetsmiljön

Monica Löfgren Nilsson

De senaste femton åren har ett flertal förändringar skett på redaktionerna i det svenska medielandskapet. Digitaliseringen har medfört förändrade arbetsformer och produktionsvolymerna har ökat på flertalet nyhetsredaktioner. De generella tendenserna i arbetslivet har satt sina spår även i det redaktionella arbetet. Medieföretagen behåller anställd kärnkraft, projektanställer och köper in färdiga produkter och specialkompetens. Flödesorientering av produktionen ”outsourcing” och projekt- samt nätverksorganisering är tendenser som märks även i medieföretagen. Inköp av färdigt material utifrån till lägre priser och ”fristående” producenter ökar i alla medieföretag.

På många redaktioner råder anställningsstopp sedan en längre tid, ett flertal har centraliserats och några har minskat antalet anställda. Till detta kommer att kraven på multikompetens ökat, inte minst hos allmänreportrar, och att många journalister nu producerar material för mer än en plattform. Det finns med andra ord skäl att anta att det journalistiska arbetets förutsättningar förändrats en hel del under de femton år som gått sedan den första journalistundersökningen genomfördes.

I detta kapitelns första del beskrivs först hur journalisterna själva bedömer utvecklingen. Anser de att antalet journalister på redaktionerna minskat generellt sett? Tycker de att kvalitén försämrats eller förbättrats? Det är rimligt att anta att arbetets förändrade förutsättningar kan ha påverkat arbetsmiljön på redaktionerna. I kapitelns andra del beskrivs därför arbetsmiljöns eventuella förändring under perioden utifrån ett antal aspekter. Upplever sig journalisterna exempelvis som mer stressade idag? Har arbetsklimatet hårdnat till följd av att det journalistiska arbetets förutsättningar förändrats?

## Arbetets förutsättningar

Den bild av förändrade förutsättningar för arbetet som ovan skisserats får i ett första skede stöd av journalisternas bedömningar. Det finns en tydlig föreställning om att yrket har blivit mer stressigt, antalet anställda på redaktionerna färre och arbete inne på redaktionerna vanligare. Den nya tekniken ger möjlighet till ökat mobilt arbete, men tycks snarare ha lett till att mer arbete utförs inne på redaktionerna i form av informationssamling via nätet, research via databaser e.t.c. istället för ”fotarbete” och på ”platsen-rapporteringar”.

Bedömningarna delas av samtliga journalister oavsett var man arbetar eller vad man arbetar med, men med ett undantag. Sportjournalister anser i något mindre utsträckning än övriga att det blivit färre medarbetare på redaktionen, vilket ligger i linje med att sportbevakningen under perioden utökats och prioriterats på många medier.

**Tabell 6.1. Journalisters bedömning av hur arbetets förutsättningar förändrats under de senaste 5-10 åren (procent och balansmått).**

|                            | <i>Mindre/<br/>färre</i> | <i>Ingen större<br/>skillnad</i> | <i>Mer/fler</i> | <i>Balans-<br/>mått</i> |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------------|-----------------|-------------------------|
| Stressigt                  | 7                        | 36                               | 57              | +54                     |
| Kreativt                   | 29                       | 49                               | 22              | -12                     |
| Kvalitet                   | 32                       | 45                               | 23              | -16                     |
| Diskussion om yrkesrollen  | 33                       | 50                               | 17              | -19                     |
| Publikkontakt              | 20                       | 59                               | 21              | 1                       |
| Självständigt              | 20                       | 53                               | 28              | 7                       |
| Anställda på redaktionen   | 63                       | 29                               | 8               | -60                     |
| Arbete utanför redaktionen | 34                       | 54                               | 12              | -25                     |

**Kommentar:** Frågan löd : Om du tänker på hur det var att arbeta som journalist för 5-10 år sedan har det då blivit... Svaren gavs på en tio-gradig skala där fem avsåg ingen skillnad. I tabell 1 avser "mindre" värdena 0-3 "ingen större skillnad" värdena 4-6 och "mer" värdena 7-10. Balansmättet visar förhållandet mellan de som instämmer och de som tar avstånd. Ett balansmått på + 100 innebär att alla är överens om att det blivit mer av något, 0 visar att man är totalt oenig och - 100 att man är helt överens om att något minskat. Antal svar på frågan varierar mellan 841 och 859.

Såväl ökad stress som färre anställda kan sägas utgöra en negativ utveckling och på ett hypotetiskt plan kunna påverka såväl journalistikens innehåll som arbetsformer. Om vi ser till publikkontakt, kreativitet, kvalitet och självständighet så är det ungefär lika många journalister som anser att det blivit sämre, som de som anser att det

blivit bättre. Runt hälften av journalisterna anser i samtliga fall att det inte skett någon större förändring. De som upplever ökad kvalitet upplever också i mycket hög utsträckning ökad självständighet och ökad kreativitet. Detta hänger i sin tur ihop med ökade diskussioner om journalistrollen.

Enligt journalisterna finns ett visst samband mellan ökad stress och färre anställda å ena sidan och försämrad kvalitet samt kreativitet å andra sidan. Detta samband är dock inte speciellt starkt. Med andra ord tycks finnas andra faktorer som har mer betydelse för hur man upplever att självständighet, kvalitet och kreativitet förändrats. För att närmare undersöka vilka grupper som upplever förbättringar och försämringar i dessa avseende har kvalitet, kreativitet och självständighet vägts samman i ett index som redovisas i tabell 6.2.

**Tabell 6.2. Journalisters sammantagna bedömning av hur arbetet förändrats med avseende på kvalitet, kreativitet och självständighet fördelat på bevakningsområde (index).**

| <i>Kreativt, Kvalitet,<br/>Självständigt</i> | <i>Politik, ekonomi,<br/>arbetsmarknad</i> | <i>Sport, nöje</i> | <i>Allmänt</i> | <i>Övrigt</i> |
|--|--|--------------------|----------------|---------------|
| Mindre                                       | 24   | 17                 | 24             | 23            |
| Ingen större skillnad                        | 55   | 53                 | 57             | 55            |
| Mer  | 21   | 30                 | 19             | 22            |
| Totalt                                       | 100  | 100                | 100            | 100           |
| Antal svar                                   | 510  | 245                | 402            | 1598          |

**Kommentar:** Det sammanfattande indexet är konstruerat enligt följande: värdena 0-10 för kreativitet, kvalitet och självständighet har slagits samman, vilket ger ett minivärde på det nya indexet på 0 och ett maxvärde på 30. Mindre i tabellen ovan avser värde 0-11, ungefär samma avser värde 12-19 och mer avser värde 20-30.

Det är framförallt en urskiljbar grupp journalister som anser att kvalitet, kreativitet och självständighet förbättrats, nämligen de som sysslar med sport- och nöjesjournalistik. Andelen är ca tio procentandelar högre än i övriga grupper, och skillnaden finns både år 1999 och 2005, även om den är störst för sportjournalister 1999. Som tidigare nämnts ansåg sportjournalister i något mindre utsträckning än övriga journalister att antalet medarbetare minskat, men så var inte fallet bland nöjesjournalister och frågan är vad som hänt inom dessa genrer. Det tycks helt enkelt som om det blivit roligare att arbeta med sport och nöje de senaste 10 åren. En av många förklaringar kan vara att dessa båda genrer uppvärderats och fått en ökad kommersiell be-

tydelse. En annan att den nya tekniken här erbjuder speciella möjligheter till förnyelse eftersom den ökar möjligheterna till mobilt arbete och research via databaser och andra källor på internet. Resultaten antyder också att sport och nyhetsjournalister anser sig bedriva något mer självständig journalistik år 2005 än för tio år sedan.

Sammanfattningsvis: stressigare och färre anställda på redaktionen är den utveckling som journalisterna är överens om har ägt rum de senaste 10 åren. Kvaliteten, kreativiteten och självständigheten har inte ändrats enligt ungefär hälften av journalisterna medan de övriga är oeniga om huruvida det blivit bättre eller sämre. Och sport- och nöjesjournalister har en något ljusare syn än övriga på hur arbetets förutsättningar förändrats.

### **Redaktionell arbetsmiljö**

Den inledningsvis skisserade bilden av arbetets förutsättningar kan som antytt ha betydelse för de redaktionella arbetsmiljöerna. Journalistförbundet betraktar exempelvis utvecklingen med oro i sitt handlingsprogram år 2005. Under rubriken "Ett ålskat jobb i en dålig miljö" drar man slutsatsen att arbetsmiljöproblemen bara ökar. "Stress genererad av ogenomtänkta organisationer, som ständigt förändras, och som inte anpassats efter individerna och de journalistiska behoven utan föranletts av organisatoriska modetrender är ett stort problem. De anorektiska organisationerna är ett symptom på detta. Den så kallade multijournalistiken ett annat. /.../ Arbetsmiljöproblem som uppkommit ur bristfälligt ledarskap påtalas fortfarande ofta som stora bekymmer".

Överlag ges en mycket negativ bild av den journalistiska arbetsmiljön som präglad av psykosociala problem med "mänskligt elände" och "bristande livskvalitet" som följd<sup>1</sup>. Så hur har då arbetsmiljön utvecklats under de senaste femton åren? Den följande diskussionen gör inte anspråk på att vara heltäckande utan rymmer några aspekter av arbetsmiljön och vi börjar med den så omdiskuterade stressen.

### **Mer stressade än någonsin?**

Som konstaterats finns en etablerad bild i kåren av att journalistyrket blivit alltmer stressigt under årens lopp, en bild som går igenom hos journalister på olika typer av medier och hos journalister med olika

---

1 SJFs handlingsprogram år 2005:16.

arbetsuppgifter. Bilden står i samklang med de diskussioner som förts om det svenska arbetslivets utveckling i stort under 1990-talet – att färre personer utför mer arbete under större stress. Intressant i sammanhanget är därför att när journalisterna bedömer den egna redaktionella arbetsmiljön så märks ingen ökning av stressen. 1989 ansåg 24 procent att deras arbetsmiljö var mycket stressig, men drygt femton år senare är det 18 procent som anser detsamma (se tabell 6.3). Om procenten för stämmer helt och delvis slås ihop märks ingen förändring alls. Den allmänt etablerade föreställningen tycks alltså inte ha någon förankring i hur man bedömer den egna redaktionen och det egna arbetet. Möjligen finner vi här en förklaring till att det i det tidigare avsnittet inte visade sig några starka samband mellan stress å ena sidan och minskad kvalitet och kreativitet å andra sidan.

**Tabell 6.3. Journalisters bedömning av arbetsmiljön 1989 och 2005 (procent).**

|  | 1989                |                       | 2005                |                       |
|--|---------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
|  | <i>Stämmer helt</i> | <i>Stämmer delvis</i> | <i>Stämmer helt</i> | <i>Stämmer delvis</i> |
| Mycket stressiga arbetsförhållanden          | 24                  | 56                    | 18                  | 61                    |
| Hård styrning från ledningen                 | 6                   | 25                    | 6                   | 31                    |
| Svårt att få gehör för egna idéer            | 7                   | 22                    | 5                   | 22                    |
| Bra sammanhållning mellan arbetskamraterna   | 38                  | 48                    | 44                  | 45                    |
| Hård konkurrens mellan enskilda              | 7                   | 26                    | 4                   | 27                    |
| Gemensamma värderingar i viktiga yrkesfrågor | 15                  | 59                    | 18                  | 67                    |

**Frågan löd:** Hur skulle du vilja karaktärisera arbetsmiljön på den redaktion där du arbetar?. Antal svar på frågan varierar mellan 735 och 800 år 1989 och mellan 853 och 879 år 2005.

Det är främst de yngre och de med minst erfarenhet som upplever redaktionerna som mycket stressiga. I takt med ökad erfarenhet och ålder minskar stressupplevelsen, sannolikt för att man skaffat sig en position och erfarenhet. Däremot tycks inte bevakningsområde eller arbetsuppgift ha någon betydelse i sammanhanget - allmänreportrar



är inte mer stressade än specialreportrar exempelvis – och inget tyder heller på att specialredaktioner och allmänredaktioner skiljer sig åt i stresshänseende. Det är framförallt mediernas olika sätt att organisera och koordinera verksamheten utifrån ett antal mer eller mindre definitiva deadlines som har betydelse. Snabba beslut och tidspress är i första hand påtagliga för de journalister som arbetar på medier med en eller flera dagliga deadlines, dvs. dagsaktuella nyhetsmedier, medan upplevelsen av stressiga arbetsmiljöer är som minst på veckopress, fackpress och övriga medier med längre produktionscykel. I tabell 6.4 visas hur upplevelsen av stress ser ut inom olika typer av medier.

**Tabell 6.4. Journalisters bedömning av stressiga arbetsmiljöer 1989 och 2005 fördelat på medietyp (procent).**

| <i>Mycket stressiga arbetsförhållanden</i> | <i>Dagspress</i> |             | <i>Etermedia</i> |             | <i>Övriga</i> |             |
|--|------------------|-------------|------------------|-------------|---------------|-------------|
|  | <i>1989</i>      | <i>2005</i> | <i>1989</i>      | <i>2005</i> | <i>1989</i>   | <i>2005</i> |
| Stämmer helt                               | 25               | 17          | 37               | 23          | 16            | 13          |
| Stämmer delvis                             | 57               | 65          | 55               | 57          | 55            | 57          |
| Stämmer knappast                           | 14               | 14          | 7                | 16          | 20            | 20          |
| Stämmer inte alls                          | 4                | 4           | 1                | 4           | 9             | 10          |
| Summa                                      | 100              | 100         | 100              | 100         | 100           | 100         |
| Antal svar                                 | 456              | 435         | 113              | 239         | 160           | 197         |

Andelen som upplever mycket stress har minskat något över tid inom dagspress och övriga medier. Om man ser till andelen som helt eller delvis instämmer finns dock ingen förändring över tid. Denna bild gäller för samtliga typer av dagspress i stort. Inom etermedierna finns däremot en tydlig minskning av andelen som upplever stressiga arbetsförhållanden, såväl bland dem som instämmer till fullo som bland dem som delvis instämmer. Denna bild gäller genomgående för samtliga etermedier. Resultatet går därmed på tvärs med diskussionen inne på etermediernas redaktioner där bland annat kravet att producera till fler sändningar och teknikstress varit i fokus. Resultatet är helt enkelt svärförklarligt, men likväl ett statistiskt faktum. En förklaring kan naturligtvis vara att de som upplevde den mest akuta stressen lämnat etermediernas redaktioner och att resultaten är ett uttryck för detta. Ytterligare en möjlig förklaring är att den nya tekniken efter ett kritiskt initialskede nu upplevs mer positivt och har förenklat arbetet.

### Relation till arbetsledning – en fråga om var man arbetar

De förändringar som skett inne på redaktionerna kan rent hypotetiskt leda till förändringar i relationen mellan arbetsledning och övriga journalister. Nya organisationsformer kan leda till hårdare krav på samordning/styrning, mallning och därmed minskad självständighet. Men några större förändringar i dessa avseenden har inte ägt rum under de senaste femton åren. Hård styrning från ledningshåll upplevs helt eller delvis av knappt 40 procent av journalisterna, en andel som ökat något från 1989 (se tabell 6.3). De redaktioner som utmärks av hård styrning återfinns nu liksom då inom televisionen och kvällspressen. Inom SVT anser 50 procent att hård styrning helt eller delvis förekommer och inom kvällspressen är motsvarande siffra nästan 70 procent. Medan siffran ökat för kvällspressen från 1989 då hälften upplevde hård styrning, ligger den på samma nivå för SVT. Kvällspressens redaktioner utmärker sig också genom att en tredjedel av medarbetarna upplever problem med att få gehör.

**Tabell 6.5. Journalisters bedömning av bristande inflytande 1989 och 2005 fördelat på medietyp (index).**

| <i>Bristande inflytande</i> | <i>Morgonpress</i> |             | <i>Kvällspress</i> |             | <i>Television</i> |             |
|-----------------------------|--------------------|-------------|--------------------|-------------|-------------------|-------------|
|                             | <i>1989</i>        | <i>2005</i> | <i>1989</i>        | <i>2005</i> | <i>1989</i>       | <i>2005</i> |
| Stämmer ganska bra          | 5                  | 5           | 9                  | 13          | 8                 | 1           |
| Stämmer delvis              | 32                 | 31          | 40                 | 32          | 46                | 41          |
| Stämmer knappast            | 45                 | 51          | 43                 | 50          | 41                | 48          |
| Stämmer inte alls           | 18                 | 14          | 8                  | 5           | 5                 | 10          |
| Summa                       | 100                | 100         | 100                | 100         | 100               | 100         |
| Antal svar                  | 365                | 385         | 65                 | 38          | 37                | 88          |

**Kommentar:** Bristande inflytande bygger på en sammanslagning av frågorna hård styrning från ledningen och svårt att få gehör för egna idéer. Index är konstruerat enligt följande: värdena 1 (instämmer helt) - 4 (instämmer inte alls) för styrning och gehör har slagits samman, vilket ger ett minivärde på det nya indexet på 2 och ett maxvärde på 8. Stämmer ganska bra i tabellen ovan avser värde 2-3, stämmer delvis avser värde 4-5, stämmer knappast avser värde 6-7 och stämmer inte alls avser värde 8. Journalister inom storstads- och landsortpress gör liknande bedömningar och har därför slagits samman i en grupp – morgonpress. Antal svarande är lågt för såväl SVT som kvällspressen, men redovisas eftersom SVT visar stabilitet och kvällspressen en rak utvecklingslinje sett över åren 1989, 1994, 1995, 1999 och 2005.

Att de yngre journalisterna upplever något mer styrning än genomsnittet framstår kanske inte som förvånande i sammanhanget, mer intressant är att de äldsta medarbetarna är de som upplever allra mest styrning från ledningshåll. Drygt 40 procent av de äldre upplever även ibland problem med att få gehör för sina idéer att jämföra med de yngre där 20 procent ibland upplever sådana problem. Om vi förutsätter att upplevelsen har en grund i reella förhållanden tycks det alltså vara så att man år 2005 på redaktionerna är mer benägen att lyssna på de yngre (med nya fräscha idéer?) än på de äldre (försoffade?).

Såväl hård styrning som problem med att få gehör kan betraktas som två aspekter av bristande inflytande. Och liksom i fallet med stressen är det främst var man arbetar som har betydelse för hur man upplever brister i inflytande. I tabell 6.5 åskådliggörs därför avslutningsvis skillnaderna mellan morgonpress å ena sidan och television och kvällspress å andra sidan.

### **God sammanhållning med inslag av konkurrens**

Ytterligare en viktig aspekt av arbetsmiljön vid sidan av relationen till ledningen är naturligtvis den till övriga kollegor. På svenska nyhetsredaktioner tycks råda en god stämning; nästan nio av tio journalister anser att det finns en tämligen god sammanhållning. Däremot anser ca en tredjedel att hård konkurrens mellan enskilda förekommer. Bilden av redaktionerna i dessa avseenden är densamma år 2005 som 1989 (se tabell 6.3). Det finns föga förvånande ett samband mellan att uppleva hård konkurrens å ena sidan och mindre sammanhållning å andra sidan. Samtidigt är konkurrensen inte enbart av ondo i detta avseende för bland dem som anser att det till viss del förekommer hård konkurrens är det alltså en klar majoritet (74 procent) som anser att sammanhållningen är ganska god. Konkurrens har med andra ord inverkan på sammanhållningen, men kan samtidigt i många fall existera parallellt med god sammanhållning.

Återigen visar det sig att det främst är vilket medium man som journalist arbetar inom som har betydelse för hur relationen till kollegor upplevs i termer av konkurrens. På redaktioner placerade i storstäder (främst Stockholm) råder större konkurrens – ofta är dessa medier ett slutsteg i den journalistiska karriären. Däremot tycks inte medietypen ha så stor betydelse för hur man upplever sammanhållningen på redaktionen.

**Tabell 6.6. Journalisters bedömning av konkurrenssituationen fördelat på medietyp (procent).**

| <i>Hård konkurrens</i>     | <i>Landsorts-<br/>press</i> | <i>Lokal-<br/>radio</i> | <i>Storstads-<br/>morgonpress</i> | <i>SVT</i> | <i>Kvälls-<br/>press</i> | <i>Totalt</i> |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------------------------------|------------|--------------------------|---------------|
| Stämmer helt/<br>delvis    | 28                          | 29                      | 39                                | 53         | 53                       | 33            |
| Stämmer knappast/inte alls | 72                          | 71                      | 61                                | 47         | 47                       | 67            |
| Summa                      | 100                         | 100                     | 100                               | 100        | 100                      | 100           |
| Antal svar                 | 1419                        | 255                     | 506                               | 314        | 244                      | 4371          |

**Kommentar:** Tabellen baserar sig på svaren i samtliga undersökningar eftersom samma mönster går igenom varje undersökt år.

### **Mot en ökad värdegemenskap**

Den sista aspekten av arbetsmiljön som skall behandlas är huruvida journalister upplever att de ingår i en värdegemenskap. Tillkomsten av nya kommersiella medier under 1990-talet, digitaliseringen och nya journalistutbildningar har ibland väckt frågan om huruvida den journalistiska yrkeskåren blivit mer heterogen i sin syn på journalistiken. För femton år sedan upplevde 75 procent av journalisterna att det fanns gemensamma värderingar i viktiga yrkesfrågor på deras redaktion. Intressant nog har denna andel kontinuerligt ökat under årens lopp till 85 procent år 2005 (se tabell 6.3). På alla typer av medier ökar "enigheten" över tid, i alla åldersgrupper och bland såväl manliga som kvinnliga journalister. Vissa grupper har dock "närmats" sig andra. Medan det 1989 rädde en betydligt större enighet bland "sällsamtjournalister" kring viktiga yrkesfrågor (80 procent) så är den nu i princip lika stor bland övriga journalister. Sport-, nöjes-, kultur- och allmänjournalister är de grupper som uppvisar störst förändring i detta avseende. De med lägre utbildning har också "närmats" sig de med högre och upplever nu mer gemenskap än vad som var fallet 1989.

Man skulle kunna tänka sig att diskussionerna kring journalistiken ökat under de senare åren och svetsat samman redaktionerna, men journalisterna upplever inte att yrkesrollen diskuteras mer nu än för femton år sedan, snarare tvärtom. Samtidigt finns andra aspekter av yrket - etikfrågor har debatterats och digitalisering mm har sannolikt krävt diskussioner inne på redaktionerna som rört viktiga yrkesfrågor. En tolkning är naturligtvis att allmänreportrar, nöjesreportrar och

sportreportrar slutit upp ytterligare kring den gemensamma professionsdiskursen. Inom såväl sport- som nöjesjournalistik återfinns idag exempelvis granskande journalistik av ekonomiska förhållanden, något som var sällsynt för 15 år sedan och som tidigare beskrivits anser dessa journalister att arbetet blivit något mer självständigt och något bättre kvalitativt sett jämfört med övriga journalister. Även om det inte utifrån en studie av detta slag går att slå fast exakt vad som hänt, går det att konstatera att något av positiv karaktär har ägt rum inom sport- och nöjesjournalistiken enligt de närmast berörda journalisterna.

**Tabell 6.7. Journalisters upplevda gemenskap fördelat på bevakningsområde 1989 och 2005 (index).**

| God gemenskap              | <i>Politik, ekonomi, arbetsmarknad</i> |      | <i>Sport, nöje</i> |      | <i>Allmänt</i> |      | <i>Hela kåren</i> |      |
|----------------------------|--|------|--------------------|------|----------------|------|-------------------|------|
|                            | 1989                                   | 2005 | 1989               | 2005 | 1989           | 2005 | 1989              | 2005 |
|                            | Stämmer helt/delvis                    | 76   | 80                 | 71   | 80             | 73   | 85                | 73   |
| Stämmer knappast/inte alls | 24                                     | 20   | 29                 | 20   | 27             | 15   | 27                | 19   |
| Summa                      | 100                                    | 100  | 100                | 100  | 100            | 100  | 100               | 100  |
| Antal svar                 | 171                                    | 266  | 105                | 155  | 265            | 226  | 714               | 818  |

**Kommentar:** God gemenskap bygger på en sammanslagning av frågorna god sammanhållning och gemensamma värderingar i viktiga yrkesfrågor. Index är konstruerat enligt följande: värdena 1 (stämmer helt) – 4 (stämmer inte alls) för god sammanhållning och gemensamma värderingar har slagits samman, vilket ger ett minivärde på det nya indexet på 2 (stämmer helt) och ett maxvärde på 8. Stämmer helt/delvis i tabellen ovan avser värde 2-4 och stämmer knappast/inte alls avser värde 5-8.

I tabell 6.7 redovisas avslutningsvis en mer sammantagen bild av olika journalisters upplevelse av gemenskapen på redaktionerna. Här har god sammanhållning och gemensamma värderingar betraktats som aspekter av god gemenskap. Den har skett en homogenisering av yrkeskåren under de senaste femton åren, man har helt enkelt en något bättre sammanhållning på redaktionerna och framförallt upplever man i högre grad en värdegemenskap.

### **Förändrade förutsättningar men stabil arbetsmiljö**

Arbetet upptar en stor del av många människors vardag och arbetsmiljön har sannolikt en viss betydelse för hur vi upplever vårt liv. Så vad kan vi då dra för slutsatser om journalistyrket och arbetsmiljön utifrån vad som diskuterats i det här kapitlet?

Den första slutsatsen är att utifrån de aspekter av arbetsmiljön som här diskuterats tycks mycket lite ha förändrats. Samtidigt som journalisterna anser att journalistyrket överlag blivit mer stressigt och att det finns färre anställda på redaktionerna så upplever inte fler nu än för femton år sedan att de har stressiga arbetsförhållanden. Relationen mellan arbetsledning och övriga journalister i termer av att få gehör och hård styrning upplevs ungefär likadant nu som då. Däremot är det fler journalister som upplever gemenskap år 2005 och på redaktionerna tycks man i högre grad sluta upp kring gemensamma värderingar. De förändrade förutsättningarna tycks med andra ord inte ha medfört några större förändringar i arbetsmiljön med avseende på de aspekter som här tagits upp. Det utesluter naturligtvis inte att andra delar av arbetsmiljön kan ha förändrats i såväl positiv som negativ riktning.

Den andra slutsatsen är att det som främst faller avgörande för hur man upplever sin arbetsmiljö är vilken typ av medium man arbetar på medan individuella faktorer som ålder, erfarenhet, position, kön etcetera betyder mindre eller ingenting alls. På kvällspressen och inom SVT upplever journalisterna mer styrning från arbetsledning, svårare att få gehör för idéer och mer konkurrens än vad som är fallet inom morgonpressen och övriga medier.

Den tredje slutsatsen är att något verkar ha hänt inom nöjes- och sportjournalistiken under de gångna femton åren. Här finns en större andel journalister som bedömer att kreativitet, kvalitet och självständighet förbättrats jämfört med övriga journalister. Och det är också här de journalister som upplever värdegemenskap ökat som mest under de senaste femton åren återfinns.

Det har ibland från olika håll hävdats att journalistyrket är ett kall eller en livsstil. Oavsett om så är fallet eller inte utgör arbetet sannolikt en central del i de flesta journalisters liv. Därför är det avslutningsvis intressant att undersöka hur arbetsmiljöaspekterna relaterar till hur man trivs med sitt liv.

Först kan konstateras att svenska journalister generellt sett trivs med livet: 35 procent är mycket nöjda och 57 procent är ganska nöjda med sitt liv. De mer missnöjda är spridda på olika typer av medier och med olika typer av arbetsuppgifter. En jämförelse med en undersökning av den svenska allmänheten visar att journalistkåren liknar den yrkesarbetande svenska befolkningen med avseende på hur nöjd man är.

**Tabell 6.8. Journalisters och allmänhets bedömning av hur nöjda de är med livet 2005 (procent).**

| Nöjd med livet     | <i>Journalister</i> | <i>Allmänhet</i> |
|--------------------|---------------------|------------------|
| Mycket nöjd        | 35                  | 33               |
| Ganska nöjd        | 57                  | 60               |
| Inte särskilt nöjd | 7                   | 6                |
| Inte nöjd alls     | 1                   | 1                |
| Summa              | 100                 | 100              |
| Antal svar         | 1072                | 1935             |

**Frågan löd:** Hur nöjd är du på det hela taget med det liv du lever?.

**Kommentar:** Uppgifterna om den svenska allmänheten är hämtade från SOM-undersökningen 2005 och avser den yrkesverksamma svenska befolkningen.

Av de arbetsmiljöaspekter som här redovisats är det främst en som är av betydelse i sammanhanget: ju mer nöjd man är med livet desto bättre upplever man sammanhållningen på redaktionen. Stress, styrning från arbetsledning, konkurrens eller olika värderingar har däremot i princip inget samband med hur man upplever sitt liv i övrigt. Journalister skiljer sig sannolikt inte speciellt mycket från övriga yrkesarbetande i detta avseende. Goda kollegor som går att lita på är centralt – och det tycks de flesta svenska journalister ha.

# Kapitel 7

## Granskningsidealet

Jenny Wiik

Granskning av samhällets makthavare har länge varit en ledstjärna för den journalistiska gärningen. Vi vet av de tidigare journalistundersökningarna att granskningsidealet varit starkt inom journalistkåren,<sup>1</sup> men hur ser det ut idag? Har inställningen till granskningsidealet förändrats? Finns det åsiktsskillnader mellan olika grupper av journalister? I journalistenkäten ställs ett antal frågor om hur man ser på journalisternas roll i samhället och syftet är att få klarhet i hur journalisterna själva definierar sin uppgift. Ser man sig till exempel som kritiker av samhällets orättvisor eller som speglare av en allmän opinion? Det påstående som särskilt behandlas här är huruvida journalister bör se sig som granskare av samhällets makthavare.

**Tabell 7.1. Svenska journalisters uppfattning om olika yrkesideal, 1989-2005** (procentandel som instämmer helt)

|  | 1989 | 1994 | 1999 | 2005 |
|--|------|------|------|------|
| Granskare av samhällets makthavare     | 70   | 74   | 78   | 80   |
| Enkelt förklara komplicerade händelser | 65   | 72   | 77   | 76   |
| Stimulera nya tankar och idéer         | 46   | 52   | 56   | 51   |
| Kritisera samhällets orättvisor        | 44   | 47   | 48   | 45   |
| Ge människor nya upplevelser           | 43   | 50   | 47   | 42   |
| Neutral rapportör av det som sker      | 29   | 27   | 30   | 33   |
| Spegla den allmänna opinionen          | 22   | 22   | 22   | 19   |

**Frågan löd:** "Här följer ett antal påståenden om journalistens yrkesroll. Vilken är Din uppfattning om vart och ett av dem?" Därpå ett antal påståenden som inleds med: "En journalist bör betrakta sig som..."

Tabell 7.1 visar att en majoritet av journalisterna instämmer i påståendet att de bör betrakta sig själva som granskare av samhällets makthavare. Denna inställning har dessutom stärkts med tio procent-

<sup>1</sup> Melin-Higgins (1996), Djerf-Pierre (2001)



enheter sedan 1989. Idag ser 80 procent av de tillfrågade journalisterna granskning som sin viktigaste uppgift. Slår man samman dem som instämmer helt eller delvis i påståendet uppgår siffran till 99 procent. Det är med andra ord ytterst få journalister som avviker från uppfattningen att granskning av mäktiga personer och institutioner är en viktig uppgift.

Denna åsikt går hand i hand med den näst mest dominerande: att man enkelt bör förklara komplicerade händelser. Även denna uppfattning har stärkts över tid. Idag anser 76 procent att en journalist enkelt ska kunna förklara komplicerade händelser, jämfört med 65 procent 1989. Synen på de övriga yrkesidealen har inte förändrats särskilt mycket. Exempelvis är kåren fortfarande delad inför påståendena att en journalist bör stimulera nya tankar och idéer och att man ska ge människor nya upplevelser. Endast 19 procent instämmer helt i att en journalist bör spegla den allmänna opinionen, men även i denna ifråga är man egentligen mer splittrad än så: 65 procent instämmer helt eller delvis.

De påståenden som utifrån resultatet kan sägas beteckna gemensamma ideal är därför de två första – granska och förklara. I fortsättningen ska jag närmare analysera hur journalistkåren ser på granskningsidealet. I princip alla tillfrågade journalister tycker att det är viktig journalistisk uppgift att granska. Men det finns vissa skillnader i hur viktigt man tycker att det är och här är det faktorer som kön, ålder och utbildning som avgör.

## **Kön**

Kvinnor söker sig i högre grad till journalistyrket för att få möjlighet att uttrycka sig, visa på missförhållanden och verka för förändring i samhället. De manliga kollegorna har inte lika distinkta ideal utan ett mer neutralt förhållningssätt och har oftare baserat sitt yrkesval på att journalistyrket är fritt och att man vill arbeta med nyheter.<sup>2</sup> Betyder detta att vi kan finna skillnader också i hur män och kvinnor uppfattar granskningsidealet?

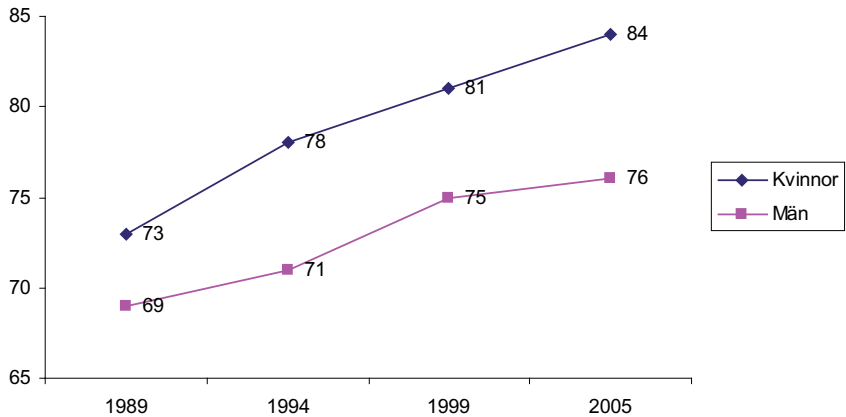
Vi kan se att kvinnliga journalister under samtliga år har haft ett starkare granskningsideal än de manliga, även om man kan se en parallell ökning i båda grupperna över tid. Skillnaden mellan könen har också ökat över tid: från fyra procent 1989 till åtta procent 2005. Resultatet visar dessutom att kvinnorna konstant värderar alla ideal

---

2 Weibull (1991), Melin-Higgins (1996)

högre än vad de manliga kollegorna gör. Ålder har också en viss betydelse genom att synen på granskningsidealet skiljer som mest i gruppen 45-54 år: 86 procent av kvinnorna i denna ålder instämmer helt jämfört med 70 procent av männen. Inte i någon annan grupp är skillnaderna så stora.

**Tabell 7.1. Svenska journalisters uppfattning om olika yrkesideal, 1989-2005 (procentandel som instämmer helt)**



Frågan löd: se tabell 7.1

### Ålder

Ålder kan samverka med kön och påverka hur man ser på granskningsidealet. Annat som hänger ihop med ålder är exempelvis utbildning, generationskultur och arbetslivserfarenhet – faktorer som kan inverka på hur attityder skapas. Hur gammal man är blir med andra ord en markör på vem man är i olika avseenden. Frågan är förstås vilken roll ålder generellt spelar för synen på granskning – har den någon betydelse överhuvudtaget?

Journalister i 30-årsåldern är de som i högst grad sluter upp bakom granskningsidealet: 80 procent instämmer helt (tabell 7.2). De skiljer sig framför allt ifrån de över 60 år, som till 72 procent instämmer helt i påståendet. De tidigare journalistundersökningarna visar att granskningsidealet aldrig var särskilt starkt hos 20- och 30-talisterna. Dessa har nu gått i pension men den idag äldsta generationen uppvisar till viss del en liknande inställning.

**Tabell 7.2. Journalisters inställning till granskningsidealet, skillnader mellan olika åldersgrupper 2005 (andel procent som instämmer helt)**

| <i>Ålder</i> | <i>-29</i> | <i>30-39</i> | <i>40-49</i> | <i>50-59</i> | <i>60-</i> |
|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|------------|
| %            | 81         | 85           | 79           | 79           | 72         |
| n            | 99         | 283          | 220          | 219          | 51         |

**Frågan löd:** se tabell 7.1

Sett utifrån ålder är det annars inga stora skillnader. Man kan notera att det verkar gå en gräns någonstans runt 30-årsstrecket. En generationsanalys visar att det är 80-talisterna som avviker. Om detta ska tolkas som ett trendbrott eller inte återstår att se. Idag är skillnaden mellan grupperna under och över 30 år bara fyra procent och de tillfrågade 80-talisterna är fortfarande relativt få. Skillnaden skulle kunna förklaras med att 80-talisterna huvudsakligen återfinns på privata radio- och tv-stationer och arbetar med nöje och sport – ämnen som inte har någon traditionell koppling till granskning (se avsnitt Bevakningsområde). Journalister under 29 år har inte heller en formell journalistutbildning i samma utsträckning som sina lite äldre kollegor mellan 30 och 39 år.

## Utbildning

Journalistutbildningarna sägs ofta vara starkt socialiserande miljöer där yrkesidealen framhålls för alla blivande journalister. Förutom praktiska kunskaper förmedlar utbildningarna också en bild av hur en god journalist bör tänka och vara, och fungerar på så sätt som agenter i professionaliseringsprocessen. Stämmer detta? Finns det skillnader i journalisternas inställning till granskningsidealet beroende på om man har journalistutbildning eller inte?

Svaren visar att journalister med formell journalistutbildning i högre grad sympatiserar med granskningsidealet. Av dessa instämmer 84 procent helt, jämfört med journalister utan någon journalistutbildning som instämmer till 76 procent. Det framträder emellertid attitydskillnader också inom gruppen av formellt utbildade: forna folkhögskolestudenter är de som främst tenderar att instämma i granskningsidealet. Folkhögskolor har andra antagningskriterier och annorlunda pedagogik än universitet och högskolor, och har sannolikt också studerande med en annan utbildningsbakgrund. En annan förklaring

kan vara att en majoritet av folkhögskolorna drivs av folkrörelser och organisationer med agendor som kan tänkas färga av sig på studenternas yrkesideal. Resultatet indikerar dels skillnader i utbildningarnas fokus, och dels att utbildningen är en viktig faktor i befastandet av granskningsidealet.

**Tabell 7.3 Granskningsidealet hos journalister med och utan journalistutbildning (procent)**

| <i>Typ av journalistutbildning</i>        | <i>%</i>  | <i>Antal svar</i> |
|---|-----------|-------------------|
| <b>Med formell journalistutbildning</b>   | <b>84</b> | <b>572</b>        |
| Folkhögskola                              | 89        | 150               |
| Journalisthögskola                        | 83        | 322               |
| Annan högskola                            | 81        | 39                |
| Journalistiska (t ex Poppus)              | 77        | 60                |
| Utländsk journalistutbildning             | 77        | 17                |
| <b>Ingen formell journalistutbildning</b> | <b>76</b> | <b>266</b>        |

**Frågan löd:** se tabell 7.1.

**Kommentar:** I tabellen redovisas ett urval av utbildningstyper, varför det totala n-talet blir lägre än för hela undersökningen. Exempelvis har "journalistinstitut" räknats bort då denna kategori endast innehöll fyra personer. Personer utan formell journalistutbildning kan givetvis ändå ha högre utbildning av annat slag.

### Bevakningsområde

All journalistik är i praktiken inte lika inriktad på granskning, det beror förstås på vilket ämne den behandlar. Den mer traditionellt inriktade rapporteringen av politik, ekonomi och samhälle är kanske den som i första hand förväntas fylla mediernas granskande funktion. Journalister som arbetar med att huvudsakligen bevaka dessa ämnen fokuserar på formella beslut och ansvarstagande som har stort inflytande över medborgarna och som därför bör synas närmare. Innebär det att dessa journalister också har ett starkare granskningsideal än andra?

Av tabell 7.4 framgår att granskningsidealet omfattas av journalister i lika hög grad oavsett om man är specialiserad på samhällsbevakning eller om man är allmänreporter. En viss koppling till arbetsuppgift syns dock genom att journalister med politik och samhälle som bevakningsområde omfattar idealet i större utsträckning än exempelvis kultur- och nöjesjournalister.

**Tabell 7.4 Journalister som instämmer helt i granskningsidealet, uppdelat efter huvudsakligt bevakningsområde och över tid (procent)**

|                             | 1989      | 1994      | 1999      | 2005      | Förändring<br>89-05 |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------------|
| <b>Politik och samhälle</b> | <b>71</b> | <b>75</b> | <b>78</b> | <b>82</b> | <b>+11</b>          |
| Ekonomi/arbetsmarknad       | 78        | 71        | 84        | 82        | +4                  |
| Allmänt                     | 67        | 79        | 82        | 82        | +15                 |
| Sport                       | 68        | 64        | 71        | 76        | +8                  |
| Kultur                      | 66        | 70        | 75        | 73        | +7                  |
| Nöje                        | 71        | 65        | 74        | 71        | ±0                  |

Frågan löd: se tabell 7.1

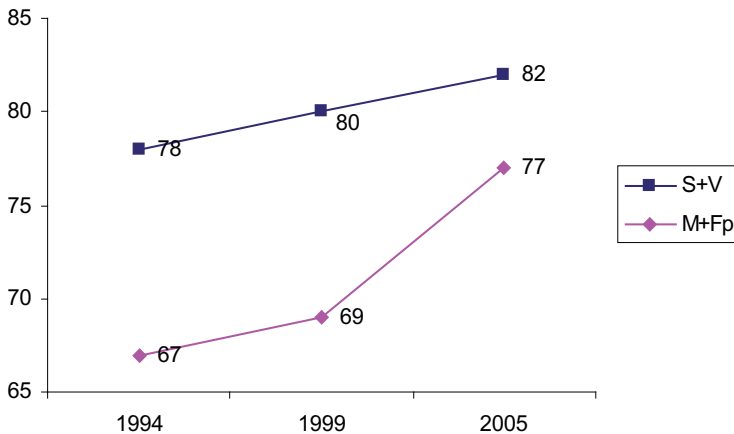
1989 var granskningsidealet starkast hos ekonomi- och arbetsmarknadsjournalisterna, 78 procent av dem instämde helt. Vid samma tidpunkt instämde 71 procent av politik- och samhällsjournalisterna, liksom nöjesjournalisterna, i vikten av att granska. Idag ser det annorlunda ut. Medan nöjesjournalisterna ser ut att tycka likadant som 1989, har politik- och samhällsjournalisterna kommit att ändra uppfattning. I denna grupp instämmer elva procentenheter fler nu än då i påståendet att en journalist bör granska samhällets maktbärande. En annan grupp som uppvisar en stor förändring i attityd är sportjournalisterna, där instämmer åtta procentenheter fler idag jämfört med 1989. Detta tyder på att även om journalistiken genomgår en ökad specialisering ämnesmässigt så närmar sig journalisterna varandra då det gäller yrkesidealen. Sportjournalistiken är ett av de områden där professionaliseringen syns tydligast. Från att i första hand ha rötter i idrottsrörelsen har nu också sportjournalisterna anammat journalistsiska ideal såsom självständighet, objektivitet och granskning.<sup>3</sup> Men de som genomgått den största förändringen i detta avseende är allmänreportrarna: av dessa instämmer idag 15 procentenheter fler i granskningsidealet än de gjorde 1989.

### En politisk dimension

De professionella idealen ses ibland som delar av en journalistisk ideologi. Denna är inte partipolitisk utan tjänar snarare till att beskriva de oskrivna regler som gäller för yrkesutövningen. Men granskningsidealet har ju också en politisk dimension. Kan det vara så att det finns ett samband mellan journalisternas syn på granskning och deras politiska uppfattningar och partisympatier?

<sup>3</sup> jmf Wallin 1998

**Figur 7.2 Journalister som instämmer helt i granskningsidealet, skillnader utifrån partisympati (procent)**



**Frågan löd:** se tabell 7.1.

**Kommentar:** Frågan om partisympati ställdes inte i 1989 års enkät.

Det finns ett tydligt samband mellan granskningsideal och politisk hemvist. Idealet är svagast bland moderata journalister: 74 procent instämmer helt i att en journalist bör betrakta sig som en granskare av samhällets makthavare, medan motsvarande siffra för vänsterpartiets sympatisörer är 91 procent. Centern och kristdemokraterna har för få anhängare bland journalisterna för att det ska gå att dra slutsatser om kopplingen mellan deras politiska åsikter och granskningsideal. Journalister som sympatiserar med miljöpartiet har ett något starkare granskningsideal än socialdemokraternas och vänsterpartiets sympatisörer.

Vänstersympatisörer har i alla journalistundersökningar haft ett starkare granskningsideal än sina borgerliga kollegor. Det visar resultatet i figur 7.2 där socialdemokratiska journalister slagits ihop med vänsterpartistiska och moderata journalister med folkpartistiska. 1994 skilde det elva procentenheter mellan socialdemokraternas och vänsterpartiets sympatisörer jämfört med dem som sympatiserar med moderaterna och folkpartiet. Idag har denna skillnad mer än halverats. Det sker alltså en homogenisering av journalistkåren i detta avseende: personers ideologiska ställningstaganden har fått minskad betydelse för synen på granskningsidealet.

## **Sammanfattning**

Granskning av makthavare är en viktig del av det journalistiska uppdraget som den svenska journalistkåren ställer sig enad bakom. De samlade journalistundersökningarna visar dessutom att enigheten har blivit större de senaste femton åren.

Trots att alla vid en första anblick verkar tycka likadant finns det vissa skillnader: Kvinnor har ett starkare granskningsideal än män. Journalister med formell yrkesutbildning omfattar i högre grad granskningsidealet än de utan, och det spelar också viss roll vilken sorts journalistutbildning man har. Journalister med samhällsorienterade bevakningsområden har ett starkare granskningsideal än de som arbetar med sport, kultur och nöje. Vi har även kunnat se ett samband mellan partisympatier och inställningen till granskningsidealet, men att detta samband blivit svagare med åren. En allt mer samstämmig bild av journalistikens uppdrag kan ses som en bekräftelse på yrkets professionalisering. Granskningsidealet har frikopplats från journalisternas individuella uppfattningar och persondrag och blivit ett etablerat yrkesideal.

## Kapitel 8

# Namnpublicering – en fråga om offentligt och privat

Britt Börjesson

Alla – publik, mediefolk, källor - har åsikter om pressetik, och de är sällan positiva. Att pressetiken blivit sämre konstaterade redan poeten och diplomaten Carl Snoilsky när han återvände till Sverige 1891 och förfärades över hur ”hvertenda tidningskontor tapetseradt med en skandalpress, mot hvars nedrigheter intet korrektiv mera finnes i den offentliga känslan”.<sup>1</sup> Framtiden ser ännu mörkare ut. I Förtroendebaren 2005 ansåg majoriteten (51 procent) av de tillfrågade att den journalistiska etiken kommer att bli mycket eller något sämre om 10-15 år.<sup>2</sup>

De etiska frågorna för journalistiken är många och stora, och handlar om såväl det publicerades innehåll i ord och bild som journalistikens arbetssätt och förhållningssätt till olika värden i samhället. En liten delfråga, den om publicering av identitet på inblandade i samband med brott och olyckor har återkommit ofta under de senaste 100 årens debatt.<sup>3</sup>

I fyra journalistundersökningar och tre SOM-undersökningar har vi ställt frågor som handlar om namnpublicering. Frågan utgick från att det under de senaste åren (vilket var lika sant 1989 som 2005) pågått debatt i vad mån det är rimligt att redovisa enskilda personers namn när det gäller vissa typer av nyhetshändelser. Därefter ombads svarspersonerna ta ställning till huruvida nyheten skall redovisas utan inskränkningar, redovisas men utan namn eller inte redovisas alls för ett antal tänkta nyhetshändelser.

I detta kapitel kommer denna fråga att analyseras över tid, och jämföras med resultat från jämförbara frågor ställda till allmänheten och relateras till pressetisk debatt och praxis under samma tid.

---

1 Warburg, Karl, 1905:438. Carl Snoilsky. Hans lefnad och skaldskap, sid 438

2 <http://www.fb.se/medieakademien/dbfiles/50.pdf>

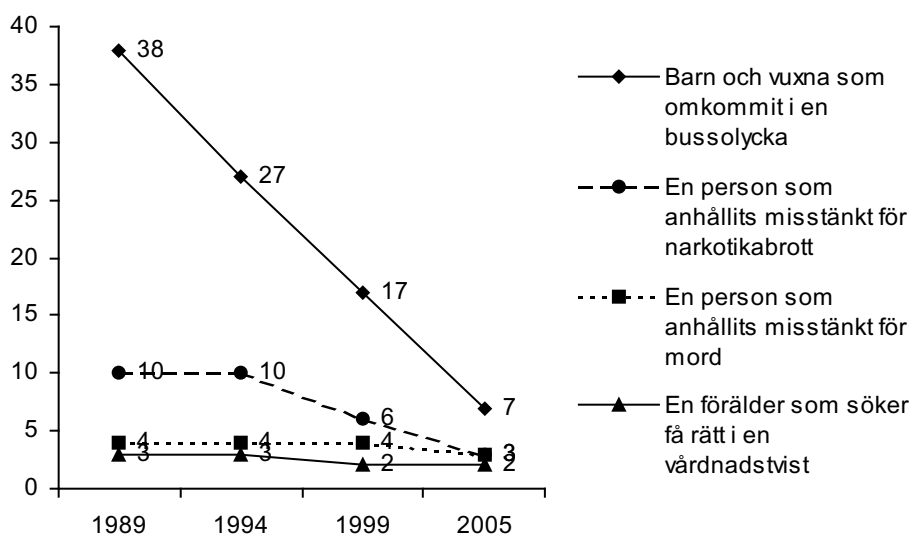
3 Weibull, Lennart och Börjesson, Britt, 1995:198 ff



## Privatare privatliv

Det första man kan konstatera är att namnpublicering i många fall – med tydliga undantag - är mer accepterat nu än det var 1989. I många, men inte alla exempel finns också en ökande samsyn mellan journalister och allmänhet. Det andra man kan se är att svaren allt tydligare grupperar sig utifrån vilken/vilka personer som är inblandade i händelsen. Det offentliga har blivit mer offentligt, och det privata mer privat.

**Figur 8.1. Andel som anser att nyheter skall publiceras utan inskränkningar (procent).**



Bland de exempel på händelser våra svars personer fick ta ställning till fanns fyra där de omskrivna enbart presenteras som "en person", "barn och vuxna" eller "en förälder" (figur 8.1). I tre av dessa exempel var det redan 1989 mycket få som förespråkade publicering av namn. I det av våra exempel som ligger längst in i människors personliga sfär, en förälder som försöker få rätt i en vårdnadstvist, anser endast ett par procent att det vore rätt att publicera namn. Här finns också en stor och med tiden ökande andel journalister som anser att en sådan händelse inte alls bör leda till publicitet.

"Barn och vuxna som omkommit i en bussolycka" visar på en intressant utveckling över tid. År 1989 ansåg mer än var tredje journalist att dessa namn kunde publiceras. Femton år senare omfattas denna

åsikt endast av var fjortonde, eller 7 procent, av svarspersonerna. I samtliga undersökningar samvarierar svarspersonens ålder tydligt med svaren. Ju yngre man är, desto mer restriktiv syn har man visat i fråga om publicering av identitet på olycksoffer. När vi nu kan jämföra fyra undersökningar, visar det sig att andelen som anser att namn på offer skall offentliggöras sjunker i samma takt i alla åldersgrupper.

Ser man på hur journalister födda på 1940-talet svarat i de olika undersökningarna, ser man att 45 procent av dessa år 1989 ansåg att namn kunde publiceras. Samma år anslöt sig endast 28 procent av 60-talsfödda journalister till samma svarsalternativ. Femton år senare finns ingen skillnad kvar mellan dessa båda grupper. Båda ligger år 2005 precis på snittvärdet, 7 procent. Då har dock en yngre och ännu mer restriktiv grupp kommit till, sjuttitotalisterna. Kanske är det så enkelt som att äldre journalister har egen erfarenhet av ett mediasamhälle där synen på offer var en annan än den är idag.

Allmänheten (tabell 8.1) har vid samtliga undersökningar visat sig mer restriktiva än journalister i sin syn på identifikation på olycksoffer. För varje undersökning har andelen som vill se namn dessutom minskat, precis som bland journalisterna. Analyser visar dessutom att inverkan av ålder är densamma hos journalister.

**Tabell 8.1 Andel som anser att nyhet om barn och vuxna som omkommit i en bussolycka skall publiceras utan inskränkningar (procent).**

|              | 1989 | 1994 | 1999 | 2005 |
|--------------|------|------|------|------|
| Journalister | 38   | 27   | 17   | 7    |
| Allmänhet    | 23   | 20   | 9    | –    |

Den utveckling som kan iakttas i tabell 8.1 har rimligen startat långt före våra undersökningar. Vad vi kan belägga är förmodligen bara ett sista stadium. Något som tidigare ansågs rimligt att publicera har med tiden blivit ett publicistiskt felsteg.

Ser man på hur olycksoffer presenterats i dagspress i olika tider blir denna utveckling mycket tydlig. En äldre praxis där de inblandade presenterades så snart deras identitet var känd utvecklats till en nyare syn där identiteter endast undantagsvis kan publiceras. Ett drygt dygn efter Titanics undergång redovisade Dagens Nyheter ”en utförlig namnförteckning så när som på 10 personer”.<sup>4</sup> Vid Estonias förlisning

4 DN 16 april 1912, förstasidan.

82 år senare var det lika naturligt för DN och alla andra medier utom Expressen att inte publicera den passagerarlista som distribuerats via TT, utan betrakta denna mer som en bakgrundsinformation. Bakom detta senare synsätt låg ingående diskussioner om hänsyn till offer och deras anhöriga som utgått från upplevda brister i rapporteringen från bl a Måbödalsolyckan 1988 och spårvagnsolyckan i Göteborg 1992. Dessa diskussioner ledde fram till att Publicitetsreglerna i Spelregler för press, radio, tv reviderades i augusti 1994. Den mer allmänna formulering som där funnits sedan 1970-talet om största möjliga hänsyn till offer för brott och olyckor kompletterades med uppmaningen ”Pröva noga publicering av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga”. Den enda publiceringen av Estonias passagerarlista kritiserades mycket hårt i såväl allmän debatt som i Pressens Opinionsnämnd.<sup>5</sup> Det är dock mycket troligt att alla medier publicerat dessa uppgifter, om olyckan skett några år tidigare. Samhällsopinionen hade förändrats.

Tio år senare, i samband med tsunamikatastrofen på annandag jul 2004, publicerades en mängd efterlysningar, då på anhörigas direkta uppdrag. Den officiella listan över omkomna och saknade hemligstämplades dock av regeringen, vilket ledde till en intressant vändning i mediernas syn. Den restriktivitet som medierna själva tidigare stått för försvann, och i stället började en kamp i domstol för att få ut och publicera identitet på alla offer, vilket bl a skedde i Sydsvenskan i februari 2007, en publicering som av många debattörer ansågs hjärtlös, medan tidningen menade att man publicerat ett viktigt tidsdokument.<sup>6</sup>

### **Misstänkta gärningsmän**

I exemplet med bussolyckan går journalisters och allmänhetens åsikter åt samma håll, och dessa sammanfaller med förändringar i praxis för publiceringar. Mer komplex är bilden när en person i enkätfrågan uppges misstänkt skyldig till att ha tillfogat andra skada. Exemplet med en person som är misstänkt för mord (tabell 2) visar att bland journalister är det mycket få, mindre än var tjugonde, som anser att namn borde publiceras. Bland allmänheten är det däremot betydligt fler, en andel som dessutom ökar över tid.

---

5 PO/PON Exp nr 4 och 5, 1995

6 Mediemagasinet Vår grundade mening, 17 februari 2005, <http://www.sr.se/cgi-bin/P1/program/index.asp?programID=451>

**Tabell 8.2 Andel i procent av journalister och allmänhet som anser att nyhet om en person misstänkt för mord skall publiceras utan inskränkningar, 1989-2005.**

|              | 1989 | 1994 | 1999 | 2005 |
|--------------|------|------|------|------|
| Journalister | 4    | 4    | 4    | 3    |
| Allmänhet    | 16   | 20   | 24   | –    |

I den journalistiska praktiken har stora förändringar skett under senare decennier. Ännu större förändringar skedde faktiskt i början och mitten av 1900-talet, men då i motsatt riktning. I slutet av 1800-talet var publicering av namn på brottsling lika okomplicerat som namn i andra typer av material. När samhällets syn på brott och kriminalitet förändrades, och begreppet kriminalvård kom till, aktualiserades också frågan om pressens ansvar för att inte försvåra återanpassning. De allra första publiceringsreglerna, år 1900, manade till försiktighet med publicering av namn på unga förstagångsbrottslingar.<sup>7</sup> Med tiden vidgades försiktigheten till att gälla även grövre brottslingar, offer för brott och olyckor, samt privatpersoner som i största allmänhet förknippats med negativa händelser i livet. I slutet av 80-talet var det närmast tabu att identifiera en icke dömd brottsling. I samband med Palmemordet och andra uppseendeväckande brott vid denna tid startade en debatt om det rimliga i alltför stor hänsyn till brottslingar. Under tidigt 1990-tal började praxis förändras.

Idag publiceras namn ofta tidigt i sådana fall där den misstänkte kan bedömas vara allmänfarlig, eller där brottet är särskilt bestialiskt. Sådana brott och sådana brottslingar utgör en mycket liten del av den totala brottsligheten, men en väsentligt större del av nyhetsrapporteringen. Ganska säkert är att allmänhet och journalister här svarar utifrån olika verklighetsbilder. Allmänheten får i hög grad sin kunskap via nyhetsrapporteringen. Den logik som styr urvalet av nyheter inriktar sig på det ovanliga – den farliga brottslingen – hellre än på den stora mängden trista vardagsbrott. Journalister vet detta, och vet också att huvudregeln, det vanligaste sättet att förfara med misstänkt brottslings identitet fortfarande är anonymisering. Gränsen för vilka identiteter som skall publiceras är inte helt klar, och ibland, som t ex i fallet med den serievåldtäktsman i Umeå som kallats Hagamannen<sup>8</sup>, kan

<sup>7</sup> Publicistklubben den 22 februari 1901 (årsberättelse)

<sup>8</sup> Han greps den 29 mars 2006 efter åtta års spaning.

man se hur olika tidningar förfar på olika sätt med identifiering, och hur debatten blossar upp om var gränserna skall gå.<sup>9</sup> Argument som framförs för en tidig publicering är t ex undvikande av ryktesspridning och felaktigt utpekande av oskyldiga, men även rena skampålemotiv.

En jämförelse mellan allmänhetens och journalisters åsikter då det handlar om en person misstänkt för narkotikabrott visar också stora skillnader (tabell 8.3). Så många som en tredjedel av allmänheten anser att namn på misstänkt narkotikabrottsling skall publiceras, en andel som ligger fast över tid. Bland journalister är väsentligt färre för namnpublicering, en andel som dessutom minskar över tid och i 2005 års undersökning endast uppgår till 3%.

**Tabell 8.3 Andel som anser att nyhet om person misstänkt för narkotikabrott skall publiceras utan inskränkningar (procent).**

|              | 1989 | 1994 | 1999 | 2005 |
|--------------|------|------|------|------|
| Journalister | 10   | 10   | 6    | 3    |
| Allmänhet    | 34   | 35   | 32   | –    |

Bland allmänheten är ålder och utbildningsnivå faktorer som tydligt samvarierar med svaren på denna fråga.<sup>10</sup> Ju äldre svarsperson, och ju lägre utbildning, ju större är sannolikheten att personen skall anse att namn på en misstänkt narkotikabrottsling skall publiceras. Journalister svarar här ungefär som andra mer högutbildade grupper i samhället.

Det finns flera tänkbara förklaringar till opinionsförändringen bland dessa. En sådan är att narkotikabrott numera, till skillnad från under 1980-talet, inte nödvändigtvis innebär att man ägnat sig åt försäljning, utan även omfattar eget bruk.

### Offentligare offentlighet

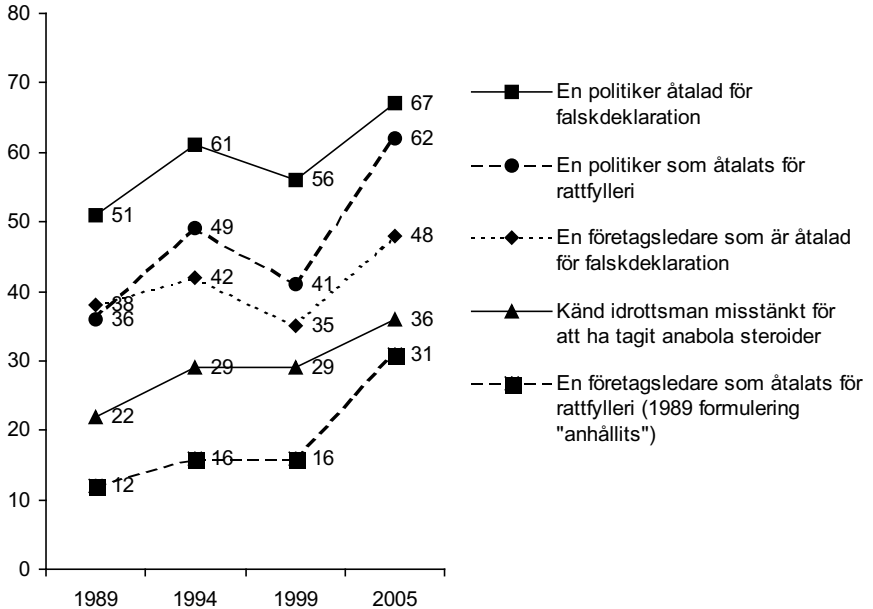
För fem av de tänkta händelserna i namnpubliceringsfrågan ökar acceptansen tydligt över tid (figur 8.4). Gemensamt för dessa är att det i beskrivningen av händelsen ingår att inblandade personer har en ställning i offentligheten, som politiker, företagsledare, eller ”känd idrottsman”. Den finns uppenbarligen två dimensioner i bedömningar av namnpubliceringar, där en har att göra med händelsen i sig och en annan handlar om vilka personer som är inblandade.

<sup>9</sup> Månson, Hans (2006) Etik och nyhetsjournalistik, pmj nr 2

<sup>10</sup> Weibull, Lennart, 1991:163 ff

I frågans exempel finns tre olika händelser, falskdeklaration, rattfylleri och dopning. De båda första har knutits till dels en politisk makt-havare, dels till en makt-havare inom företag. Den sista, användning av anabola steroider, kan ses som oärlighet inom en annan offentlig sfär, idrotten.

**Figur 8.2 Andel som anser att nyheter skall publiceras utan in-skränkningar, 1989-2005 (procent).**



Även om andelen journalister som anser att namnen på inblandade personer över tid ökar kraftigt i alla fem exemplen, behåller de sina inbördes rangordningar. I persondimensionen framgår att det är mera accepterat att publicera identiteten på en folkvald makt-havare än på en företagsledare. I händelsedimensionen kan man tolka resultaten så att falskdeklaration kräver större offentligt, medan rattfylleri mera är en privatsak.

Samtidigt är det just rattfylleriexemplen som visar särskilt stor ökning över tid, antingen det är en politiker (+ 26 enheter) eller en företagsledare (+19 enheter).<sup>11</sup> Under 90-talet har också diskussion och

<sup>11</sup> I 1989 års undersökning formulerades detta item att företagsledaren "anhållits", i senare undersökningar "åtalats". I ett längre perspektiv tycks dock detta inte ha någon inverkan på den generella trenden.

politiska beslut lett fram till en strängare syn på denna företeelse, vilket uppenbarligen också visar sig i benägenheten att förorda att man publicerar identitet på inblandade.

I den senaste undersökningen år 2005 bedömer närmare 2/3 av journalisterna att namn på en rattfull politiker bör publiceras, vilket ligger mycket nära nivån för skattebrott för samma grupp. För företagsledare kvarstår en markant skillnad, 17 enheter, i bedömningen, samtidigt som publiceringsbenägenheten ligger på en mycket lägre nivå. Endast hälften så många journalister anser att namn på en rattfull företagsledare skall publiceras, jämfört med namn på en rattfull politiker

I de tidigare undersökningarna låg andelen journalister som förordade namnpublicering i dessa fall på ungefär samma nivå som för personer med högre utbildning i SOM-undersökningarna, dvs något mer restriktiva än snittet för allmänheten. Hur den kraftiga ökningen mellan 1999 och 2005 förhåller sig till allmänhetens syn vet vi tyvärr inte. Frågan är inte ställd i SOM på senare år.

För det sista av våra exempel på en offentlig person, ”känd idrottsman misstänkt för att ha tagit anabola steroider”, ökar också andelen journalister som tycker att namn kan publiceras kraftigt mellan 1999 och 2005, men här finns fortfarande en kraftig majoritet på två tredjedelar som anser att namn inte bör publiceras. Idrottare har visserligen en ställning i det offentliga som förebilder för många, och därmed kan det upplevas rimligt att publicera då de visar sig inte förtjäna förtroende. Å andra sidan talas det i frågan endast om ”misstankar”. Troligen hade betydligt fler velat publicera identitet om vi i stället frågat om idrottare som åkt fast i dopingkontroll.

### **Journalistisk etik i ständig förändring**

Pressetik har inget fast värde. Vi har sett stora förändringar i debatt och praxis tidigare, och vi kommer att se det i framtiden. Åsikter om vad som är rimliga och önskvärda hänsyn är visserligen individuella, men samtidigt också en del av ett socialt samspel. Man kan se det som en överenskommelse mellan journalistiken och dess publik, där gränserna sätts genom debatt och diskussioner, vilken också varierar för olika publikationer; vi förväntar oss något annat av den prenumererade morgontidningen än av den lösnummerförsålda kvällspressen, vi förväntar oss mer av den kvalificerade fackpressen än av gratisdistribuerade kundtidningar, vi reagerar starkare för vad vi ser som över-

grepp i public service-tv än i kommersiella kanaler. Även om gränserna varierar finns dock en samsyn om var gränser skall finnas. I Sverige har pressetik i mycket handlat om att nå en rimlig balans mellan å ena sidan Sanning, å andra sidan hänsyn till enskilda personer.

Dessa hänsyn har under 1900-talet kommit att omfatta allt fler områden som kan skada den omskrivne. I slutet av seklet fanns en stark restriktivitet på många områden. Våra enkätfrågor har tagit upp ett antal exempel, där resultaten visar på tydliga förändringar. Offentliga personer, personer med makt över andra, tycks få räkna med hårdare granskning och mindre hänsyn till sin privata sfär. Privatpersoner däremot omfattas i våra exempel av en ökande hänsyn.

Detta tycks i alla fall gälla för traditionell händelserapporterande journalistik. Samtidigt ser vi, främst i TV, en ständigt ökande exponering av människors privata, ibland rentav intima, liv i olika underhållande program av dokumentär karaktär. Sådana kan rättfärdigas med att de exponerade själva inte bara medgett utan rentav sökt medverkan i program om usel privatekonomi, ohälsosam livsstil eller dysfunktionella familjer. Under senare år har vi också sett flera exempel på hur människor utsatta för brott, självmord och olyckor exponerats ingående i nyhetsmaterial. Mest omdiskuterat är kanske Aftonbladets publicering av intervju och bilder på en 13-årig flicka som dagen innan sett sin kamrat mördas och själv blivit våldtagen.<sup>12</sup> De intervjuade har gett sitt tillstånd. Kritiker anser att människor i djup kris kanske inte alltid kan överblicka konsekvenserna av publicering.

Ingen vet hur synen på pressetik, på rimliga hänsyn, på vem man bör ta hänsyn till kommer att utvecklas i framtiden. Det enda man kan säga med säkerhet är att det kommer att förändras.

---

12 Aftonbladet 29 maj 2006





## Kapitel 9

# Vad bestämmer nyhetsvärdet?

Marina Ghersetti

Varför blir några händelser nyheter som får stor uppmärksamhet i medierna medan andra knappast får något utrymme alls?

På denna fråga svarar journalister vanligtvis att det beror på, och att flera olika saker och omständigheter påverkar vad som blir nyheter. Ibland beror det på att något oväntat och överraskande sker – det kan handla om stora dramatiska olyckor eller att det otippade laget vann ligamatchen. Andra händelser har redaktionen sedan länge planerat att rapportera om, t ex invigningen av ett nytt kulturhus eller en partikongress.

Somliga händelser får nyhetsvärde av att kända personer är iblandade, som när en filmstjärna gifter sig eller en politiker går på releaseparty. Andra av att de sammanfaller med ett redan aktuellt nyhetstema. Att svenskarnas matvanor våren 2007 relateras till klimatförändringar är ett exempel på detta. Nyhetsvärdet kan också avgöras av att en av tidningens fotografer var på rätt plats vid rätt tillfälle och att det därför finns ett bra bildmaterial. Eller av att händelser bedöms vara viktiga för medborgarna att känna till, exempelvis förändringar av fastighets-skatten eller maxtaxa på dagis.

Ofta brukar journalister sammanfatta nyhetsvärdet i det något diffusa begreppet allmänintresse, vilket egentligen bara betyder att händelsen mäts utifrån hur många i mediets publik som sannolikt är intresserade av den, eller berörs av den. Händelser med stort allmänintresse har högt nyhetsvärde och får en framträdande plats i tidningen eller nyhetssändningen. Händelser med litet allmänintresse får en undanskymd plats, om de publiceras alls.

Men vad är det då som ger en händelse stort allmänt intresse? Vilka faktorer är det som faktiskt styr journalisternas nyhetsvärdering och hur konstanta är de över tid? Bedömer alla journalister de olika faktorernas betydelse likadant?

## Sensation och dramatik i topp

I journalistundersökningarna har journalisterna fått bedöma ett antal olika faktorer faktiska betydelse för att ett nyhetsmedium ska ta upp en händelse. Med faktisk betydelse menas de faktorer som i praktiken styr det dagliga nyhetsarbetet på redaktionen. Dessa behöver inte nödvändigtvis vara samma faktorer som journalisterna anser borde styra nyhetsurvalet.

**Tabell 9.1 Journalisternas bedömning av vilka faktorer som faktiskt har betydelse för nyhetsvärderingen (procent).**

|  | <i>Liten<br/>betydelse</i> | <i>Stor<br/>betydelse</i> | <i>Diff</i> | <i>Antal<br/>svar</i> |
|--|----------------------------|---------------------------|-------------|-----------------------|
| <b>Intressant för publiken</b>                                   | <b>3</b>                   | <b>88</b>                 | <b>+85</b>  | <b>4137</b>           |
| Händelsen handlar om viktiga personer                            | 5                          | 84                        | +79         | 1035                  |
| Händelsen är sensationell och oväntad                            | 2                          | 94                        | +92         | 1034                  |
| Händelsen intresserar många människor                            | 3                          | 84                        | +81         | 1034                  |
| Händelsen är dramatisk och spännande                             | 2                          | 91                        | +89         | 1034                  |
| <b>Redaktionella rutiner</b>                                     | <b>10</b>                  | <b>70</b>                 | <b>+60</b>  | <b>7210</b>           |
| Det finns ett bra pressmeddelande                                | 15                         | 61                        | +46         | 1033                  |
| Uppgifter kommer från officiell, trovärdig källa                 | 3                          | 80                        | +77         | 1034                  |
| Händelsen finns med på redaktionens bevakningslista              | 10                         | 71                        | +61         | 1034                  |
| Händelsen intresserar redaktionsledningen                        | 11                         | 70                        | +59         | 1030                  |
| Lämpliga medarbetare finns på redaktionen                        | 14                         | 61                        | +47         | 1031                  |
| En enskild journalist är starkt engagerad och kunnig i ämnet     | 5                          | 77                        | +72         | 1031                  |
| Det finns bra bildmaterial                                       | 9                          | 73                        | +64         | 1017                  |
| <b>Viktigt för publiken</b>                                      | <b>9</b>                   | <b>61</b>                 | <b>+52</b>  | <b>2080</b>           |
| Händelsen ökar människors insikt och kunskaper om omvärlden      | (34)                       | 28                        | -6          | 1030)                 |
| Händelsen gör människor medvetna om missförhållanden i samhället | 13                         | 54                        | +41         | 1036                  |
| Händelsen har konsekvenser för människors vardagsliv             | 5                          | 67                        | +62         | 1034                  |

**Frågan löd:** Det finns en rad förhållanden som påverkar om en händelse kommer att tas upp i ett nyhetsmedium. Vilken faktisk betydelse har enligt Din erfarenhet följande faktorer? Skalan är fem-gradig där 1 står för Ingen betydelse alls och 5 för Mycket stor betydelse. I tabellen har värdena 1 och 2 slagits samman till Liten betydelse och värdena 4 och 5 till Stor betydelse. Differensen visar skillnaden mellan andelen som tilldelar faktorerna stor och liten betydelse.

Faktorerna kan delas in i tre huvudgrupper. De som handlar om att händelsen är intressant för publiken, de om att händelsen är viktig för publiken och de om redaktionella rutiner.

Störst betydelse för nyhetsvärdet har, föga överraskande, att händelsen är sensationell och oväntad eller dramatisk och spännande. Över 90 procent rankar dessa faktorer högst bland 14 möjliga (tabell 9.1). Överhuvudtaget tilldelas händelser som är intressanta för publiken störst nyhetsvärde. Den bedömningen gör 88 procent av alla journalisterna.

Klart mindre viktiga är faktorer som rör redaktionella rutiner, som till exempel att det finns ett bra pressmeddelande, att medarbetare finns tillgängliga på redaktionen eller att händelsen intresserar redaktionsledningen. Var tionde journalist bedömer att den typen av faktorer har ingen eller liten betydelse för nyhetsvärdet. Bland dessa faktorer finns det ändå några som journalisterna rankar högt. En är att uppgifter kommer från officiell och/eller trovärdig källa. En annan är att någon enskild medarbetare är mycket engagerad i ämnet.

Minst betydelse för nyhetsvärdet har faktorer som handlar om att händelsen är viktig för publiken.<sup>1</sup> Det vill säga att händelsen gör människor medvetna om missförhållanden eller har konsekvenser för deras liv. Endast 61 procent av journalisterna bedömer att dessa faktorer har stor betydelse för nyhetsvärdet. Nästan var tionde (9 procent) anser att de har ingen eller liten betydelse.

### **Redaktionella rutiner viktigare nu än förr**

Den svenska mediemarknaden och förutsättningarna för nyhetsproduktion har genomgått betydande förändringar under senare decennier. Ny digital teknik har genom att förkorta den tid det tar att producera nyheter, förenkla arbetsprocessen och skapa nya publiceringsytor radikalt ändrat journalistikens villkor.<sup>2</sup> Överföring av text och bild sker idag många gånger snabbare än för 15-20 år sedan. Den enskilde reportern kan med ny teknik i princip framställa och redigera nyheter

1 I tabellerna ingår tre nyhetskriterier under huvudrubriken Viktigt för publiken. Kategorierna Händelsen gör människor medvetna om missförhållanden i samhället och Händelsen har konsekvenser för människors vardagsliv syftar till sådant som är viktigt i betydelsen att det kan få praktiska konsekvenser för den enskilde medborgaren om han eller hon är okunnig om vissa faktiska omständigheter och förhållanden. Kategorin Händelsen ökar människors insikt och kunskaper om omvärlden har däremot mer att göra med förståelse och bildning. Den ingår därför inte i medelvärdet för denna grupp av kategorier. Detta gäller för samtliga tabeller i detta kapitel.

2 Hvitfelt och Nygren, 2005.

själv, så att säga från ax till limpa, ett arbete som tidigare krävde flera medarbetare med specialkompetens. Internet och etermediernas återkommande nyhetssändningar möjliggör – och kräver – ständig påfyllning och uppdatering av nyheter. I dagens online-medier rapporteras händelser inte sällan i realtid. En första version läggs ut på webben så fort nyheten nått redaktionen, eller direkt från platsen där händelsen utspelar sig.

**Tabell 9.2 Journalisternas bedömning av vilka faktorer som faktiskt har stor betydelse för nyhetsvärderingen 1989, 1994, 2005 (procent).**

|  | 1989      | 1994      | 2005      | Diff<br>89-05 |
|--|-----------|-----------|-----------|---------------|
| <b>Intressant för publiken</b>                                   | <b>84</b> | <b>85</b> | <b>88</b> | <b>+4</b>     |
| Händelsen handlar om viktiga personer                            | 80        | 80        | 84        | +4            |
| Händelsen är sensationell och oväntad                            | 92        | 92        | 94        | +2            |
| Händelsen intresserar många människor                            | 75        | 81        | 84        | +9            |
| Händelsen är dramatisk och spännande                             | 89        | 87        | 91        | +2            |
| <b>Redaktionella rutiner</b>                                     | <b>59</b> | <b>63</b> | <b>70</b> | <b>+11</b>    |
| Det finns ett bra pressmeddelande                                | 39        | 45        | 61        | +22           |
| Uppgifter kommer från officiell, trovärdig källa                 | 59        | 62        | 80        | +21           |
| Händelsen finns med på redaktionens bevakningslista              | 62        | 63        | 71        | +9            |
| Händelsen intresserar redaktionsledningen                        | 67        | 70        | 70        | +3            |
| Lämpliga medarbetare finns på redaktionen                        | 54        | 59        | 61        | +7            |
| En enskild journalist är starkt engagerad och kunnig i ämnet     | 71        | 75        | 77        | +6            |
| Det finns bra bildmaterial                                       | 60        | 65        | 73        | +13           |
| <b>Viktigt för publiken</b>                                      | <b>48</b> | <b>50</b> | <b>61</b> | <b>+13</b>    |
| Händelsen ökar människors insikt och kunskaper om omvärlden      | (25)      | 23        | 28        | (+3)          |
| Händelsen gör människor medvetna om missförhållanden i samhället | 39        | 44        | 54        | +15           |
| Händelsen har konsekvenser för människors vardagsliv             | 57        | 55        | 67        | +10           |

**Kommentar:** Frågan hade samma formulering vid samtliga tre mätillfällen (se tabell 9.1). Dock användes vid mätningarna 1989 och 1994 en sex-gradig skala, medan mätningen 2005 använde en fem-gradig. Skalstegen har bearbetats för att möjliggöra jämförelser mellan åren. Differensen visar skillnaden i procentenheter mellan 1989 och 2005 (antal procentenheter 2005 minus antal procentenheter 1989).

Samtidigt med, och delvis på grund av, den nya teknikens landvinningar har konkurrensen om nyhetspubliken hårdnat. Det har i sin tur medfört nya format både i pressen och etermedierna.<sup>3</sup> Samtliga stora dagstidningar har gått från fullformat till tabloid. Profileringen mellan SVT:s nyhetssändningar Rapport och Aktuellt har blivit mer accentuerad samtidigt som den inbördes konkurrensen om nyheterna definitivt har gått i graven. TV4, som vid starten 1991 var kanalen med det annorlunda ”stuket”, har med åren blivit mindre originell både vad gäller formspråk och nyhetsvinklar. SVT har å sin sida satsat på förnyelse.<sup>4</sup> Under samma tidsperiod har båda TV-bolagen kraftigt utökat antalet nyhetssändningar.

Sett över tid är journalisternas rangordning av vilka faktorer som betyder mest för den faktiska nyhetsvärderingen stabil. Sensation, dramatik, spänning och att händelsen handlar om viktiga personer ligger oförändrat i topp sedan mätningarnas början 1989. En svag ökning av faktorernas vikt från 84 procent 1989 till 88 procent 2005 tyder dessutom på att de ökat något i betydelse för vilka händelser som passerar nyhetsurvalets nålsöga. När nästan nio av tio journalister tilldelar faktorerna stor vikt kan de knappast öka mycket mer. Mest intressant är därför att dessa faktorerers betydelse inte har sjunkit.

Större förändringar har däremot skett i journalisternas bedömning av hur redaktionella rutiner påverkar vad som blir nyheter. De faktorer som i undersökningen samlas under denna huvudkategori har i journalisternas bedömning av faktisk betydelse för nyhetsvärdet tillsammans ökat från 59 till 70 procent mellan 1989 och 2005. Bland dessa faktorer har det störst betydelse att uppgifterna kommer från en officiell och trovärdig källa. 80 procent anger detta som viktigt, motsvarande andel 1989 var 59 procent. Uppgiftslämnarens betydelse för nyhetsurvalet har med andra ord ökat markant.

En liknande ökning ser man för pressmeddelandets betydelse. 61 procent uppger 2005 att det har stor betydelse för vad som blir nyheter, mot endast 39 procent 1989. Även bildmaterialets betydelse för nyhetsvärderingen har ökat. 60 procent uppger 1989 att bra bilder påverkade bedömningen, mot 73 procent 2005.<sup>5</sup>

3 Sternvik och Weibull (2005).

4 Djerf-Pierre och Weibull (2001), Sabelström Möller (2005).

5 Sannolikt kan en del av faktorernas ökade betydelse mellan 1994 och 2005 bero på att 2005 års undersökning hade fem istället för sex skalsteg (se kommentar till tabell 8.2). Det som talar för att det rör sig om en mindre effekt är att samma tendens finns mellan 1989 och 1994 då skalorna var desamma. Dessutom rörde det sig då om den förändring som ägt rum under fem år, medan förändringen mellan 1994 och 2005 rör sig om elva år.

Perioden mellan slutet på 80-talet och 2005 har kännetecknats av mediekoncentration, omorganiseringar och rationaliseringar på redaktionerna.<sup>6</sup> Flerkanalspublicering i kombination med mer lätthanterlig teknik ställer nya och ofta större krav på reportrarnas effektivitet och produktivitet. Mot den bakgrunden har faktorer som minskar den tid det tar för reportern att producera en artikel eller ett nyhetsinslag vunnit terräng i det redaktionella arbetet.

Det finns också förändringar i hur journalisterna värderar faktorer som har med nyhetens vikt i förhållande till publiken att göra. Både händelser som har konsekvenser för människors vardagsliv och sådana som ökar deras medvetenhet om missförhållanden i samhället bedöms ha större betydelse 2005 (67 procent respektive 54 procent) än 1989 (57 procent respektive 39 procent).

En sannolik förklaring är att nyheter om frågor och händelser som direkt berör den egna läsaren, lyssnaren eller tittaren prioriteras. Men en annan och bidragande förklaring kan också vara den granskande journalistikens uppsving. Under de senaste decennierna har medierna avslöjat ett antal politiska affärer, som till exempel Björn Rosengren och porrklubben Tabu 1991, Mona Sahlin och Toblerone-kvittot 1995, justitieminister Laila Freivalds lägenhetsaffär 1990 samt handelsminister Maria Borelius skatteplanering och kulturminister Cecilia Stegö Chilos obetalda licensavgifter 2006.

### **Alla tycker likadant**

Vi har såhär långt behandlat journalistkåren som en grupp. Men dess medlemmar hamnar i och arbetar på olika typer av medier, med olika publik, storlek, format, bevakningsområden och ekonomiska förutsättningar. Journalisterna är dessutom olika gamla, de är män och kvinnor, har olika familjebakgrund och utbildning. En relevant fråga är därför i vilken utsträckning den enskilde journalistens särskilda förutsättningar påverkar hans eller hennes syn på nyhetsvärdet.

Svaret är: Inte särskilt mycket alls. Tvärtom, journalister har en i huvudsak enhetlig uppfattning om vad som gör en nyhet.

Generellt tenderar kvinnliga journalister att värdera nästan samtliga nyhetsfaktorer något högre än sina manliga kollegor, men skillnaderna är i snitt 3-4 procentenheter, det vill säga mycket små.

---

<sup>6</sup> Picard (2005).

Jämförelser mellan hur journalister med låg utbildning (folkhögskola/gymnasium) och hög utbildning (universitet/högskola) värderar de olika nyhetskriteriernas faktiska betydelse ger liknande procentuella skillnader. Likaså jämförelser mellan de journalister som arbetar i Stockholm och de i övriga landet och jämförelser mellan de som bevakar politik/samhälle eller ekonomi/arbetsmarknad och de som skriver om andra nyheter. Varken kön, utbildning, arbetsort eller bevakningsområde har alltså någon större betydelse för journalisternas bedömning av vad som gör en nyhet.

Större roll spelar då journalisternas ålder för hur enstaka nyhetsfaktorer bedöms, men endast mellan de allra yngsta och de äldsta. Bedömningen av faktorernas betydelse är i stora drag samstämmig för journalister mellan 30 och 60 år. En jämförelse mellan de som är yngre än 29 år och de som är äldre än 60 år visar däremot att de yngre tilldelar kriterier som har att göra med att händelsen är intressant för publiken något större betydelse än de äldre (90 respektive 82 procent). De senare betonar däremot i större utsträckning kriterier som rör redaktionella rutiner (71 respektive 67 procent) och vikt för publiken (57 respektive 50 procent).

Också typ av arbetsplats spelar en viss roll för hur journalisterna värderar nyhetskriterierna. Etermediejournalister tillskriver kriterier som rör händelsens vikt för publiken större betydelse än dagspressjournalister, medan de senare lägger något större vikt vid de redaktionella rutinerna. Störst är dock skillnaderna mellan frilansarna och de som har sin anställning vid en redaktion.

Frilansande journalister betonar i högre grad de redaktionella rutinernas betydelse för vad som blir nyheter. Framför allt lägger frilansarna betydligt större vikt vid att händelsen intresserar redaktionsledningen (83 procent) än vad de redaktionsbundna journalisterna gör (66 procent). Detta ligger i sakens natur, en frilansjournalist får knappast sålt en artikel eller ett inlägg som inte intresserar redaktören eller redaktionschefen.

Å andra sidan värderar inte frilansarna händelsernas vikt för publiken lika högt som redaktionellt anställda journalister gör. Störst är skillnaden när det gäller händelser som gör människor medvetna om missförhållanden i samhället. Endast 44 procent av frilansarna tilldelar kriteriet stor betydelse för vad som blir nyheter mot 57 procent av de övriga.



## Nya journalister mer kritiska

Journalisten och författaren Göran Rosenberg skriver i sin bok Tankar om journalistik<sup>7</sup> att somliga journalister är begåvade med ett särskilt nyhetssinne, en alldeles särskild känsla för nyheter. De ser nyheter där de flesta bara se vardag och trivialiteter. Han skriver också att nyhetssinne inte kan förvärfvas eller läras ut. Det kan tränas och förfinas men inte överföras. Vad som, enligt Rosenberg, kan överföras är teknik och metod.

**Tabell 9.3 Journalisternas bedömning av vilka faktorer som faktiskt har stor betydelse för nyhetsvärderingen utifrån antal år i yrket (procent).**

|  | 1 år<br>eller<br>kortare | 2-5<br>år | Läng-<br>re än<br>10 år | Diff 1<br>och<br>2-5 år | Diff 2-5<br>och<br>10 år |
|--|--------------------------|-----------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| <b>Intressant för publiken</b>                                   | <b>95</b>                | <b>89</b> | <b>88</b>               | <b>+6</b>               | <b>+1</b>                |
| Händelsen handlar om viktiga personer                            | 100                      | 88        | 82                      | +12                     | +6                       |
| Händelsen är sensationell och oväntad                            | 96                       | 93        | 94                      | +3                      | -1                       |
| Händelsen intresserar många människor                            | 88                       | 82        | 84                      | +6                      | -2                       |
| Händelsen är dramatisk och spännande                             | 96                       | 93        | 90                      | +3                      | +3                       |
| <b>Redaktionella rutiner</b>                                     | <b>78</b>                | <b>68</b> | <b>70</b>               | <b>+10</b>              | <b>-2</b>                |
| Det finns ett bra pressmeddelande                                | 75                       | 62        | 59                      | +13                     | +3                       |
| Uppgifter kommer från officiell, trovärdig källa                 | 92                       | 77        | 79                      | +15                     | -2                       |
| Händelsen finns med på redaktionens bevakningslista              | 88                       | 77        | 67                      | +11                     | +10                      |
| Händelsen intresserar redaktionsledningen                        | 80                       | 69        | 70                      | +11                     | -1                       |
| Lämpliga medarbetare finns på redaktionen                        | 56                       | 51        | 63                      | +5                      | -12                      |
| En enskild journalist är starkt engagerad och kunnig i ämnet     | 80                       | 70        | 79                      | +10                     | -9                       |
| Det finns bra bildmaterial                                       | 76                       | 70        | 73                      | +6                      | -3                       |
| <b>Viktigt för publiken</b>                                      | <b>62</b>                | <b>61</b> | <b>60</b>               | <b>+1</b>               | <b>+1</b>                |
| Händelsen ökar människors insikt och kunskaper om omvärlden      | (44)                     | 27        | 28                      | +17                     | (-1)                     |
| Händelsen gör människor medvetna om missförhållanden i samhället | 56                       | 53        | 54                      | +3                      | -1                       |
| Händelsen har konsekvenser för människors vardagsliv             | 68                       | 68        | 66                      | 0                       | +2                       |

**Kommentar:** Frågan har samma formulering som i tabell 9.1. I tabellen redovisas dels differensen i procentandelar mellan de journalister som arbetet ett år eller kortare och 2-5 år, dels mellan de som arbetet 2-5 år och längre än 10 år. I snitt har 25 journalister uppgett att de arbetat i ett år eller kortare, 162 i 2-5 år och 615 längre än tio år.

<sup>7</sup> Rosenberg, 2000.

Möjligtvis finns en och annan journalist med särskilt nyhetskänslig näsa, i Rosenbergska mening, men de flesta har uppenbarligen en i huvudsak likartad syn på vad som är nyheter och vilka kriterier som styr nyhetsurvalet. Vad mer är, så tyder resultatet av denna undersökning på att de flesta journalister är mycket läragtiga när det gäller att identifiera och värdera nyhetskriterier. Om det har med nyhetssinne eller metod och teknik att göra ska vara osagt.

Det är dock uppenbart att antal år i yrket påverkar journalisternas bedömning av vad som har betydelse för en händelses nyhetsvärde. De nybakade journalisterna, de som jobbat ett år eller mindre, tillskriver samtliga 14 faktorer stor faktisk betydelse för nyhetsvärdet i större utsträckning än kollegor som varit längre tid i yrket.

Framför allt anser nybörjarna att faktorer som rör händelser som är intressanta för publiken och redaktionella rutiner i större utsträckning påverkar än vad de mer erfarna gör, som i sin bedömning tonar ner dessa faktorernas betydelse. Journalisterna med fler år i yrket har en mer nyanserad syn på vad som styr nyhetsurvalet.

Man kan säga att nybörjarna intar ett mer mediekritisk förhållningssätt till nyhetsvärdering och redaktionella urvalsprocesser. Deras bedömning återspeglar en syn som ofta förs fram i journalistiska läroböcker och på debattsidorna, nämligen att nyhetsproduktion numera är en industriell process där kommersiella överväganden kring vad som säljer mest och kostar minst alltmer styr vad som blir nyheter på bekostnad av sådant som är viktigt för publiken att känna till. Billig och lättproducerad journalistik på bekostnad av viktiga och relevanta nyheter, yta på bekostnad av djup, rapportering på bekostnad av granskning och analys.

En jämförelse mellan de faktorer som nybörjarjournalisterna anser ha faktisk betydelse och den betydelse de anser att de bör ha förstärker det mediekritiska inslaget i deras bedömning.

När det gäller händelser som är sensationella och dramatiska, handlar om viktiga personer och intresserar många människor samt de redaktionella rutinernas betydelse för nyhetsvärdet är differensen mellan den uppskattade faktiska betydelsen och den önskvärda störst hos de som endast varit journalister en kort tid. (Se tabell 9.4.) Däremot har inte antal år i yrket lika stor betydelse för journalisternas syn på nyhetsvärdet hos händelser som är viktiga för publiken, varken när det gäller faktisk eller önskvärd betydelse. Samtliga journalister anser att denna typ av händelser faktiskt har ett mycket lägre nyhetsvärde än de borde ha.

**Tabell 9.4 Journalisternas bedömning av vilka typer av faktorer som faktiskt har stor betydelse för nyhetsvärderingen jämfört med deras önskvärda betydelse, utifrån antal år i yrket (procent).**

|                                | 1 år eller kortare |                    |      | 2-5 år            |                    |      | Längre än 10 år   |                    |      |
|--------------------------------|--------------------|--------------------|------|-------------------|--------------------|------|-------------------|--------------------|------|
|                                | Faktisk betydelse  | Önskvärd betydelse | Diff | Faktisk betydelse | Önskvärd betydelse | Diff | Faktisk betydelse | Önskvärd betydelse | Diff |
| <b>Intressant för publiken</b> | 95                 | 59                 | +37  | 86                | 61                 | +25  | 88                | 69                 | +19  |
| <b>Redaktionella rutiner</b>   | 78                 | 23                 | +55  | 64                | 27                 | +37  | 70                | 30                 | +40  |
| <b>Viktigt för publiken</b>    | 62                 | 98                 | -36  | 61                | 90                 | -29  | 60                | 91                 | -31  |

**Kommentar:** Frågan har samma formulering som i tabell 9.1. I tabellen redovisas dels differens i procentandelar mellan de journalister som arbetat ett år eller kortare och 2-5 år, dels mellan de som arbetat 2-5 år och längre än 10 år. (Faktisk betydelse - Önskvärd betydelse.) I snitt har 25 journalister uppgett att de arbetat ett år eller kortare, 162 i 2-5 år och 615 längre än tio år.

För övrigt verkar stigande yrkeserfarenhet minska avståndet mellan hur journalisterna uppfattar att nyhetsvärderingen faktiskt går till och hur den bör gå till. Om detta huvudsakligen beror på att de med åren får en mer nyanserad syn på journalistikens villkor eller på att de blir luttrade och desillusionerade återstår att reda ut.

Det intressanta är att denna förändring verkar inträda mycket tidigt i karriären, faktiskt huvudsakligen redan efter ett år i yrket. Som tabell 9.3 visar är skillnaderna mellan hur journalister bedömer nyhetskriterierna större mellan dem som har jobbat i ett år eller mindre och dem som jobbat i två till fem år, än mellan dessa och dem som jobbat i tio år eller längre. Detta betyder inte att inga förändringar inträffar i synen på nyhetskriterierna efter det första året i yrket, men att förändringarna relativt sett är mycket mindre. Bedömningen av den faktiska betydelsen för faktorer som har med intresse för publiken att göra minskar ytterligare något (1 procentenhet) medan de redaktionella rutinernas faktiska betydelse ökar i motsvarande grad (2 procentenheter). Men skillnaderna i hur man bedömer olika kriteriers betydelse för nyhetsvärderingen efter fem år i yrket och efter tio år marginella.

Mycket tyder alltså på att nya journalister mycket snabbt socialiseras in i yrket och anammar samma professionella ståndpunkter och värderingar som sina mer erfarna kollegor. Den prägel som journalistutbildningarna ger sina studenter slipas raskt bort när de kommer ut

i yrkeslivet. Men analysen visar också att de nyexaminerade journalisterna är väl förberedda för sitt yrke. Skillnaderna i hur de nya och de erfarna journalisterna bedömer nyhetsvärde är obetydliga jämfört med likheterna. Så visst verkar det som att nyhetssinne kan läras ut. Det kan dessutom modifieras.



## Kapitel 10

# Journalisters publikkännedom

Ulrika Andersson

För en journalist är det viktigt att känna sin publik. Det gäller såväl ur en rent kommersiellt synpunkt, som ur en demokratisk. För att kunna ta upp frågor som är viktiga i människors vardag måste journalister ha insikt i vilka ämnen som intresserar människor och vilket behov de har av information i olika frågor.

Journalistkåren skiljer sig både socialt och åsiktsmässigt från den befolkning vars intressen man försöker ta tillvara i sin journalistiska verksamhet. Det torde innebära att kunskapen om vad som är viktigt för människor inte alltid kan hämtas från den enskilde journalistens personliga livserfarenhet och levnadssituation. För att kompensera detta är det rimligt att tänka sig att journalister skaffar sig en stor publikkännedom, för att på så sätt prestera en nyhetsbevakning som både är relevant och intressant för människor. Men frågan är om detta antagande verkligen stämmer. Syftet med kapitlet är att granska hur väl svenska journalister känner mediepubliken.

Det finns givetvis flera sätt att mäta graden av publikkännedom. Kunskap om publikens demografiska sammansättning kan sägas vara en form av publikkännedom, medan insikt i vilka samhällsfrågor som intresserar olika befolkningsgrupper är en annan. Den aspekt som kommer att belysas närmare här är journalisters kännedom om vad människor läser i sin lokala morgontidning. Hur rangordnar journalister människors läsning av olika ämnen och hur väl stämmer denna rangordning överens med allmänhetens bedömningar. Känner journalister på morgontidningar mediepubliken bättre än etermediejournalister?

### **Lokala nyheter på första plats**

För de allra flesta morgontidningar utgör det lokala materialet kärnan i den dagliga rapporteringen. Undantag finns givetvis, såsom Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, som har en mer nationellt orienterad nyhetsbevakning. Men för de lokala morgontidningarna runt om i landet, är det just betoningen på det lokala som utgör deras signum.

Med detta sagt är det kanske inte heller förvånande att det ämnesområde som svenska journalister i högst utsträckning tror att publiken läser är just lokala nyheter (se tabell 10.1). Så gott som samtliga journalister, 99 procent, uppskattar att människor läser åtminstone ganska mycket av de lokala nyheterna i sin morgontidning. På plats nummer två hittar vi artiklar om olyckor och brott, där 97 procent av journalisterna tror att allmänheten läser allt eller ganska mycket av detta material. Vidare bedömer 92 procent av journalisterna att allmänheten läser ganska mycket av familjenyheter. Detta är således de tre ämnen som journalistkåren bedömer att allmänheten främst tar del av när de läser sin lokala morgontidning. En klar majoritet av journalisterna tror också att människor i allmänhet läser ganska mycket av tidningarnas radio- och tv-material respektive sportartiklar.

**Tabell 10.1. Journalisternas uppskattning av vad läsarna läser i den lokala morgontidningen (rangtal; procent)**

| <i>Andel journalister som tror att läsarna läser</i> |             |                               |                      |                             |                                   |              |
|--|-------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------------------|--------------|
|  | <i>Rang</i> | <i>Allt/i stort sett allt</i> | <i>Ganska mycket</i> | <i>Inte särskilt mycket</i> | <i>Ingenting/nästan ingenting</i> | <i>S:a %</i> |
| Lokala nyheter                                       | 1           | 50                            | 49                   | 1                           | 0                                 | 100          |
| Olyckor/brott  | 2           | 44                            | 53                   | 3                           | 0                                 | 100          |
| Familj   | 3           | 43                            | 49                   | 7                           | 1                                 | 100          |
| Radio-/TV-material                                   | 4           | 33                            | 58                   | 8                           | 1                                 | 100          |
| Sport  | 5           | 26                            | 68                   | 6                           | 0                                 | 100          |
| Insändare  | 6           | 23                            | 66                   | 10                          | 1                                 | 100          |
| Lokala affärsannonser                                | 7           | 22                            | 64                   | 13                          | 1                                 | 100          |
| Nöje   | 8           | 13                            | 67                   | 19                          | 1                                 | 100          |
| Utrikes  | 9           | 1                             | 39                   | 54                          | 6                                 | 100          |
| Ekonomi  | 10          | 1                             | 27                   | 67                          | 5                                 | 100          |
| Riksdag/regering                                     | 11          | 0                             | 25                   | 68                          | 7                                 | 100          |
| Debatt   | 12          | 1                             | 21                   | 70                          | 8                                 | 100          |
| Kultur   | 13          | 0                             | 20                   | 71                          | 9                                 | 100          |
| Ledare/kommentarer                                   | 14          | 0                             | 12                   | 69                          | 19                                | 100          |

**Frågan löd:** "Hur mycket tror du att läsarna normalt läser av följande typer av innehåll i sin lokala morgontidning?"

**Kommentar:** De angivna rangtalen baseras på journalisters genomsnittliga bedömning, medelvärdet, av respektive ämne. Antalet svarspersoner varierar mellan 1059-1064.

På motsatt sida hittar vi ämnen som ledare/kommentarer, kultur- och debattartiklar, där majoriteten av journalisterna uppskattar att människors läsning är betydligt mindre omfattande. Åttioåtta procent av journalisterna tror exempelvis att människor tar del av en ganska liten del av de lokala morgontidningarnas ledare/kommentarer. Åttio respektive 78 procent bedömer också att läsningen av kultur- respektive debattmaterial är mindre omfattande. Även när det gäller artiklar om ekonomi samt riksdag och regering, gör journalisterna bedömningen att människor generellt inte tar del av särskilt mycket av detta material.

Utifrån journalisternas genomsnittliga bedömning av respektive ämnesområde, baserat på medelvärdet, har samtliga ämnen i tabell 1 rangordnats från 1 till 14.<sup>1</sup> Rangtalet 1 står för det ämne som journalisterna skattar som det mest lästa bland allmänheten, medan 14 står för det ämne som journalisterna skattar som det minst lästa. Det är denna rangordning som senare kommer att ligga till grund för jämförelsen mellan journalisters och allmänhetens respektive rangordningar.

Innan vi går vidare till denna jämförelse kan det dock vara på sin plats med ett förtydligande angående de procentsatser som redovisas. Siffrorna berör hur stor andel av journalisterna som har angett de olika svarsalternativen rörande människors läsning. Nollorna för ämnesområden som kulturartiklar och ledare/debattmaterial innebär således att det i journalistkåren inte finns någon enskild journalist som gör uppskattningen att befolkningen som helhet vanligtvis tar del av allt detta material.

Utifrån dessa beräkningar hamnar därmed lokala nyheter i toppen när journalister ska bedöma hur mycket de tror att människor läser av olika ämnen i sin lokala morgontidning, medan ledare och kommentarer i sin tur hamnar i botten.

Resultatet i tabell 1 grundar sig på den bedömning som journalistkåren som helhet har gjort rörande människors tidningsläsning. Om vi istället väljer att se till uppskattningen bland journalister som arbetar inom olika typer av medier, visar det sig att rangordningen skiljer sig åt i de olika grupperna (se tabell 10.2).

När det gäller frågan om det mest lästa ämnet skiljer sig journalister på landsortstidningar och etermediejournalister från övriga grupper.

1 Medelvärdet har beräknats genom att samtliga svarsalternativ givits ett numeriskt värde mellan 1-4. "Allt i stort sett allt" har fått siffran 1, medan "Ingenting/nästan ingenting" har siffran 4. Därefter har medelvärdet för varje ämne beräknats. Det ämne med lägst medelvärde har fått rangnummer 1, medan ämnet med högst medelvärde har rangnummer 14.



Till skillnad från journalistkåren som helhet, tror journalister inom landsortspress att familjenyheter är det ämnesområde som människor i högst utsträckning väljer att ta del av i sin lokala morgontidning. Först på andra plats följer lokala nyheter. Etermediejournalisterna tror att olyckor och brott hör till de mest lästa områdena bland allmänheten. Även här kommer lokala nyheter på en andra plats. Vidare tror fler etermediejournalister, tillsammans med kvällspressjournalisterna, att människor läser sport i relativt hög utsträckning. Att just kvällstidningsjournalisterna placerar sporten högre än övriga journalister kanske inte är så märkligt, med tanke på vilken tyngd sporten har för dessa tidningars lösnummerförsäljning.

**Tabell 10.2. De fem mest lästa ämnena enligt journalisternas bedömning (rangordning)**

| <i>Journalister som arbetar inom</i> |                 |                             |   |                          |                         |                 |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------------------|---|--------------------------|-------------------------|-----------------|
| <i>Rang</i>                          | <i>Samtliga</i> | <i>Landsorts-<br/>press</i> | <i>Storstads-<br/>morgon-<br/>press</i> | <i>Kvälls-<br/>press</i> | <i>Eter-<br/>medier</i> | <i>Övriga</i>   |
| 1                                    | Lokala nyheter  | Familj                      | Lokala nyheter                          | Lokala nyheter           | Olyckor & brott         | Lokala nyheter  |
| 2                                    | Olyckor & brott | Lokala nyheter              | Olyckor & brott                         | Olyckor & brott          | Lokala nyheter          | Familj          |
| 3                                    | Familj          | Olyckor & brott             | Radio & TV                              | Sport                    | Familj                  | Olyckor & brott |
| 4                                    | Radio & TV      | Radio & TV                  | familj                                  | Insändare                | Sport                   | Radio & TV      |
| 5                                    | Sport           | Insändare                   | Insändare                               | Familj                   | Radio & TV              | Insändare       |

**Frågan löd:** Se tabell 10.1.

**Kommentar:** I gruppen "övriga" ingår bland annat journalister som arbetar inom fack- och veckopress samt frilansar. Antal svarspersoner per grupp är: journalisterna inom landsortspress är 282, storstadsmorgonpress 113, kvällstidningar 38, etermedier 238 samt gruppen övriga 483.

Bortsett från dessa olikheter är skillnaderna mellan de olika journalistgruppernas rangordningar inte särskilt stora. Det är i huvudsak samma ämnen som förekommer överst i rangordningen oavsett vilken typ av medieföretag journalisterna arbetar inom, även om den inbördes placeringen skiljer sig något åt.

Också när det gäller skattningen av vilka ämnesområden som tillhör de minst lästa gör journalisterna likartade bedömningar, oavsett medieföretag (se tabell 10.3). Det är områden som ledare, kultur, debatt, ekonomi och artiklar om regering och riksdag som hamnar i botten när journalister får uppge hur mycket man tror att människor läser. Återigen skiljer sig dock den inbördes rangordningen något beroende på vilken journalistgrupp som beaktas.

**Tabell 10.3 De fem minst lästa ämnena enligt journalisternas bedömning (rangordning)**

| <i>Journalister som arbetar inom</i> |                    |                             |   |                          |                         |                    |
|--------------------------------------|--------------------|-----------------------------|---|--------------------------|-------------------------|--------------------|
| <i>Rang</i>                          | <i>Samtliga</i>    | <i>Landsorts-<br/>press</i> | <i>Storstads-<br/>morgon-<br/>press</i> | <i>Kvälls-<br/>press</i> | <i>Eter-<br/>medier</i> | <i>Övriga</i>      |
| 10                                   | Ekonomi            | Ekonomi                     | Ekonomi                                 | Utrikes                  | Riksdag & regering      | Ekonomi            |
| 11                                   | Riksdag & regering | Debatt                      | Riksdag & regering                      | Riksdag & regering       | Ekonomi                 | Riksdag & regering |
| 12                                   | Debatt             | Riksdag & regering          | Kultur                                  | Debatt                   | Kultur                  | Debatt             |
| 13                                   | Kultur             | Kultur                      | Debatt                                  | Ledare                   | Debatt                  | Kultur             |
| 14                                   | Ledare             | Ledare                      | Ledare                                  | Kultur                   | Ledare                  | Ledare             |

**Frågan löd:** Se tabell 10.1.

**Kommentar:** I gruppen "övriga" ingår bland annat journalister som arbetar inom fack- och veckopress samt frilansar. Antal svars personer per grupp är: journalisterna inom landsortspress är 282, storstadsmorgonpress 11

Journalister som arbetar på landsortspress och kvällspress bedömer, tillsammans med gruppen av övriga journalister, att ledarartiklar och kulturnyheter utgör de minst lästa områdena. Bland journalister på storstadsmorgontidningar och etermedier hamnar ledare tillsammans med debattmaterial längst ned i rangordningen.

Så långt har vi uppehållit oss vid frågan om vad journalister tror att människor läser i sin lokala morgontidning. Men för att kunna bedöma hur väl svenska journalister egentligen känner mediepubliken, är det också nödvändigt att ta reda på vad läsarna säger att de läser.

## Allmänhetens läsning

Utifrån resultaten från 2004 års Riks-SOM-undersökning är det möjligt att göra motsvarande rangordning av allmänhetens bedömning, som den som nyss redovisats för journalistkåren. I undersökningen, vars urval grundas på ett tvärsnitt av befolkningen mellan 15-85 år, har människor fått uppge hur ofta de läser olika typer av innehåll i sin lokala morgontidning. Såväl ämnesområden som svarsalternativ har varit desamma för allmänheten som för journalistkåren. Resultatet av människors bedömning redovisas i tabell 10.4.

**Tabell 10.4. Allmänhetens läsning av olika typer av innehåll i sin lokala morgontidning, 2004** (rangtal; procent)

| <i>Allmänhetens läsning av olika ämnesområden</i> |             |                               |                      |                             |                                   |              |
|---|-------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------------------|--------------|
|   | <i>Rang</i> | <i>Allt/i stort sett allt</i> | <i>Ganska mycket</i> | <i>Inte särskilt mycket</i> | <i>Ingenting/nästan ingenting</i> | <i>S:a %</i> |
| Lokala nyheter                                    | 1           | 38                            | 53                   | 8                           | 1                                 | 100          |
| Olyckor/brott                                     | 2           | 21                            | 54                   | 22                          | 3                                 | 100          |
| Radio-/TV-material                                | 3           | 19                            | 44                   | 26                          | 11                                | 100          |
| Utrikes   | 4           | 15                            | 48                   | 30                          | 6                                 | 99           |
| Familj  | 5           | 25                            | 35                   | 27                          | 13                                | 100          |
| Insändare   | 6           | 18                            | 39                   | 29                          | 15                                | 101          |
| Nöje  | 7           | 14                            | 36                   | 38                          | 12                                | 100          |
| Lokala affärsannonser                             | 8           | 13                            | 37                   | 32                          | 18                                | 100          |
| Sport   | 9           | 20                            | 26                   | 27                          | 27                                | 100          |
| Debatt  | 10          | 11                            | 37                   | 33                          | 20                                | 101          |
| Riksdag/regering                                  | 11          | 9                             | 31                   | 41                          | 19                                | 100          |
| Ledare/kommentarer                                | 12          | 12                            | 28                   | 34                          | 26                                | 100          |
| Ekonomi   | 13          | 10                            | 30                   | 36                          | 25                                | 101          |
| Kultur  | 14          | 9                             | 29                   | 37                          | 26                                | 101          |

**Frågan löd:** "Hur mycket brukar du normalt läsa av följande typer av innehåll i morgontidningen?"

**Kommentar:** Tabellen bygger på 2004 års Riks-SOM-undersökning. Urvalet omfattar personer mellan 15-85 år. Resultaten grundas på de individer som uppger att de läser en morgontidning minst en gång per vecka. Genomsnittligt antal svarspersoner är 1346.

En klar majoritet av allmänheten, 91 procent, uppger att de läser det mesta, eller åtminstone ganska mycket, av det lokala materialet i sin lokala morgontidning. 75 procent tar också del av det mesta materialet om olyckor och brott. Dessa ämnen utgör tillsammans med radio- och tv-material, utrikesnyheter och familjenyheter, de fem områden som människor själva säger att de framför allt läser i sin tidning. För de sistnämnda innehållskategorierna gäller att ungefär 60 procent av allmänheten uppger sig läsa allt eller ganska mycket av detta material.

Till de minst lästa ämnena hör i sin tur artiklar om kultur, ekonomi, ledarmaterial samt nyheter om riksdag och regering. Omkring 40 procent av allmänheten säger sig läsa allt eller ganska mycket av dessa fem kategorier. Även här bygger rangordningen i tabellen på den genomsnittliga läsningen av respektive ämnesområde.

### **Allmänhetens och journalisters rangordning**

Redan vid en första anblick av de fem mest respektive minst lästa ämnesområdena, står det klart att det finns vissa skillnader mellan människors självuppskattade läsning och den bedömning som journalistkåren gjort. Medan uppskattningen av de minst lästa ämnena är någorlunda likartad, skiljer sig uppskattningen av de fem mest lästa ämnena i betydligt högre utsträckning, vilket framgår av tabell 10.5.

Att lokala nyheter och artiklar om olyckor och brott tillhör de två mest lästa ämnena bland allmänheten råder det knappast någon tveksamhet om i journalistkåren. Undantag finns som nämnts, där journalister på landsortstidningar och journalister inom etermedier skiljer sig i sin bedömning. Men överlag är allmänheten och journalisterna ense i sin respektive rangordning.

De största skillnaderna finns när det gäller uppskattningen av människors läsning av utrikesmaterial respektive sportläsning. Enligt allmänhetens självuppskattade läsning kommer utrikesmaterialet på en fjärdeplats i rangordningen, medan journalistkåren i sin tur skattar människors läsning av utrikesnyheter först på en nionde plats. Denna bedömning gäller i stort sett oavsett vilken typ av medium journalisterna arbetar inom.

Samtidigt tror journalistkåren att läsarna överlag läser mer av sportmaterialet, än vad människor själva uppger. Denna överskattning gäller framför allt för journalister inom kvällspress och etermedier. Journalister inom landsorts- och storstadsmorgonpress ligger i det här avseendet närmare publiken i sin bedömning.

**Tabell 10.5. Jämförelse mellan allmänhetens och journalisternas rangordning av allmänhetens läsning i den lokala morgontidningen (rangtal, Spearmans rho)**

|  | <i>Journalister som arbetar inom</i> |                 |                       |                             |                    |                   |               |
|--|--------------------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------------------|--------------------|-------------------|---------------|
|  | <i>Allmänheten</i>                   | <i>Samtliga</i> | <i>Landsortspress</i> | <i>Storstadsmorgonpress</i> | <i>Kvällspress</i> | <i>Etermedier</i> | <i>Övriga</i> |
| Lokala nyheter                           | 1                                    | 1               | 2                     | 1                           | 1                  | 2                 | 1             |
| Olyckor/brott                            | 2                                    | 2               | 3                     | 2                           | 2                  | 1                 | 3             |
| Radio-/TV-material                       | 3                                    | 4               | 4                     | 3                           | 6                  | 5                 | 4             |
| Utrikes                                  | 4                                    | 9               | 9                     | 9                           | 10                 | 9                 | 9             |
| Familj                                   | 5                                    | 3               | 1                     | 4                           | 5                  | 3                 | 2             |
| Insändare                                | 6                                    | 6               | 5                     | 5                           | 4                  | 6                 | 5             |
| Nöje                                     | 7                                    | 8               | 8                     | 8                           | 8                  | 8                 | 8             |
| Lokala affärsannonser                    | 8                                    | 7               | 6                     | 6                           | 7                  | 7                 | 7             |
| Sport                                    | 9                                    | 5               | 7                     | 7                           | 3                  | 4                 | 6             |
| Debatt                                   | 10                                   | 12              | 11                    | 13                          | 12                 | 11                | 12            |
| Riksdag/regering                         | 11                                   | 11              | 12                    | 11                          | 11                 | 10                | 11            |
| Ledare/kommentarer                       | 12                                   | 14              | 14                    | 14                          | 13                 | 14                | 14            |
| Ekonomi                                  | 13                                   | 10              | 10                    | 10                          | 9                  | 12                | 10            |
| Kultur                                   | 14                                   | 13              | 13                    | 12                          | 14                 | 13                | 13            |
| <i>Rangkorrelationskoefficient (rho)</i> |                                      | <i>.85</i>      | <i>.85</i>            | <i>.86</i>                  | <i>.76</i>         | <i>.84</i>        | <i>.84</i>    |

**Frågan löd:** Se tabell 10:1 och 10.4.

**Kommentar:** Antalet svarspersoner bland journalisterna inom landsortspress är 282, storstadsmorgonpress 113, kvällstidningar 38, etermedier 238 samt gruppen övriga 483.

Men hur väl stämmer då journalisternas bild av vad publiken läser i sin lokala morgontidning överens med människors egen bedömning av läsvanorna?

För att mäta graden av överensstämmelse används Spearmans rangkorrelationskoefficient (rho). Genom att jämföra rangtalet för varje specifikt ämne, är det på så sätt möjligt att se hur stark korrelationen

mellan allmänhetens och journalisters respektive uppskattningar är.<sup>2</sup> Korrelationskoefficienten för respektive journalistgrupp framgår av det kursiverade värdet längst ned i tabell 10.5. Ju högre koefficienten är desto större är sambandet mellan de jämförda rangordningarna.<sup>3</sup>

De uppmätta värdena för de olika journalistgrupperna varierar mellan lägst 0.76 och högst 0.86 (.84 motsvarar det kritiska värdet för  $p=0.05$ ), vilket alltså innebär att det finns ett positivt samband mellan allmänhetens och journalisters bedömningar. Storstadsmorgonpressens journalister uppnår det högsta värdet (0.86) medan den lägsta rangkorrelationen hittas bland kvällspressens journalister (0.76). Journalister på landsortstidningar, etermediejournalister och journalister inom gruppen övriga har ungefär samma koefficienter (0.84-0.85). När det gäller kvällspressens journalister är antalet svarspersoner lågt, varför resultatet för denna grupp måste tolkas med viss försiktighet.

### **Publikkännedomen förhållandevis god**

Denna och tidigare journalistundersökningar visar att den svenska journalistkåren är relativt homogen när det gäller social bakgrund och yrkesmässiga värderingar. Detta gäller också för uppskattningen av vad läsarna läser i den lokala morgontidningen.

Även om det finns skillnader mellan olika grupper av journalister, där särskilt kvällspressen märker ut sig genom en mindre grad av överensstämmelse, är skillnaderna trots allt inte särskilt stora. Journalisters uppskattning av människors läsvanor är överlag densamma, oavsett var journalisterna arbetar.

Något överraskande visar det sig att journalister inom morgonpress inte känner mediepubliken bättre än övriga journalister, då dessa i huvudsak gör samma slags bedömning som övriga journalister. Det hade varit rimligt att förvänta sig att graden av överensstämmelse skulle vara

2 Spearmans rangkorrelationskoefficient ( $\rho$ ) används för att jämföra parvisa observationer rangordnade efter en x- respektive en y-variabel. Koefficienten kan variera mellan +1 och -1, där +1 innebär ett maximalt positivt samband och -1 tvärtom. Rangordningen görs för två grupper, varpå differensen ( $d$ ) mellan varje enskilt ämne kvadreras och summeras ( $d^2$ ). För att beräkna rangkorrelations-koefficienten används formeln  $r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2-1)}$  där  $n$  motsvarar antalet jämförda enheter.

För en utförligare beskrivning, se Lisper och Lisper (2005); Hellevik (1990).

3 Det kritiska värdet för rangkorrelationskoefficienten ligger här på 0.46 för en säkerhetsnivå på 95 procent ( $p=5$ ) och på 0.63 för en säkerhetsnivå om 99 procent ( $p=1$ ). Värden över dessa koefficienter innebär att det är rimligt att anta att det finns en överensstämmelse mellan allmänhetens och journalisternas rangordningar. Se Körner, 2000.

högre för journalister inom landsortspress och storstadsmorgonpress, eftersom frågan handlar om just deras publik. Men så är alltså inte fallet.

Frågan är dock hur utfallet egentligen ska tolkas. Har journalister överlag en god kännedom om mediepublikens läsvanor, eftersom de flesta journalister oavsett medier gör liknande bedömningar? Eller ska resultatet tolkas som att det finns en allmän brist på kunskap om mediepubliken bland journalister, eftersom ingen grupp utmärker sig genom att ha en extra hög korrelation? Min tolkning av resultaten lutar åt det senare, det vill säga att journalistkåren som helhet har en ganska god allmänkunskap om publiken, men att journalisterna samtidigt saknar djupare insikt i frågan.

Exakt vad detta beror på kan givetvis diskuteras. Det är rimligt att tänka sig att arbetets art, med ständiga deadlines och ett dag-för-dag-orienterat arbete, gör att frågor om publikens intresse för olika typer av innehåll inte hinner uppmärksammas i den utsträckning som de kanske skulle ha gjorts om arbetsförutsättningarna varit annorlunda. Det kan också bero på att frågan inte uppmärksammas i tillräckligt hög utsträckning vare sig under utbildningstiden eller på den egna redaktionen. Likaså är det fullt möjligt att tänka sig att det kan finnas ett visst ointresse för den typen av frågor bland vissa journalister, alternativt att denna fråga främst ses som ett område för företagets marknadsavdelning eller redaktionsledning.<sup>4</sup>

Det är långt ifrån självklart varför journalister ska ha kunskap om sin egen eller andra mediers publik. Argument som talar emot saken är att publikkunskap i sin förlängning riskerar att göra medierna allt för publikanpassade i sin verksamhet, något som går stick i stäv med riktlinjerna för hur god journalistik bör bedrivas. Det är vedertagna principer för nyhetsvärdering, snarare än publikens eventuella intresse för specifika frågor, som ska vara utgångspunkten för nyhetsrapporteringen.

Å andra sidan ska medierna också kunna spegla frågor som är av relevans för samhället och dess medborgare. Eftersom journalistkåren inte utgör ett genomsnitt av befolkningen, är det rimligt att anta att kunskapen om vilka frågor som är viktiga i människors vardagsliv inte alltid kan hämtas från journalisternas egna erfarenheter. För att kunna genomföra en nyhetsbevakning som är av relevans för människor, torde kunskap om publiken vara en av flera viktiga delar att ta hänsyn till i det journalistiska arbetet.

---

<sup>4</sup> För en mer ingående diskussion om denna fråga, se Andersson, 2005.

# Kapitel 11

## Journalisternas syn på sig själva

Jenny Wiik

Journalisterna är framför allt eniga om hur viktigt det är att granska samhällets makthavare och att enkelt kunna förklara komplicerade händelser, detta har framgått av kapitel 7. Men tycker journalisterna att de lever upp till sina ideal?

I samtliga journalistundersökningar har frågor ställts om hur kåren ser på "journalister och journalistik", bland annat om journalistikens autonomi och etik. Fyra olika områden har skiljts ut: hur journalistkåren ser på 1) journalisternas relationer till sina källor, 2) relationen till allmänheten/sin publik, 3) journalister som yrkesgrupp och 4) yrket som sådant. I detta kapitel kommer dessa aspekter att undersökas. Hur ser journalisternas självbild ut? Skiljer den sig åt mellan olika grupper och har den kommit att förändras över tid?

### **Synen på relationerna till källorna**

Källorna är av central betydelse för journalistikens utformning, både genom att bidra med information och genom att stå i fokus för bevakningen. Journalisternas förhållande till källorna är minst sagt komplext eftersom de ska granskas men ändå inte stötas bort. Samhällsbevakningen är beroende av det ömsesidiga utbyte av information och nyheter som journalister och politiker upprättat mellan sig. När det gäller privatpersoner som källor handlar det i första hand om att behandla dem etiskt riktigt och med respekt. Medierna har stor makt att förändra en människas liv, särskilt i kritiska situationer som olyckor och brott. Anser den svenska journalistkåren att denna balans i relationen till källorna fungerar?

Sjuttioen procent av journalisterna anser idag att det i allmänhet tas för lite hänsyn till offer, jämfört med 80 procent 1989. Man tycker sig därmed ha blivit lite bättre på detta de senaste decennierna. Ser man till olika grupper av journalister framträder dock vissa skillnader.



Unga journalister under 34 år instämmer bara till 66 procent medan deras äldsta kollegor, 55 år och äldre, instämmer mest: 81 procent. De yngsta journalisterna har alltså en lite ljusare bild av den journalistiska etiken än de äldsta har, 15 procentenheter skiljer dem åt.

**Tabell 11.1 Synen på relationen till källor, 1989-2005.** (Procentandel som instämmer helt eller delvis i påståendet)

|  | 1989 | 1999 | 2005 |
|--|------|------|------|
| Journalister tar för lite hänsyn till offer för olyckor och brott  | 80   | 72   | 71   |
| Många journalister är medvetet ute efter att skapa misstro mot politiker                                   | 48   | –    | 44   |
| Stora journalistiska avslöjanden beror mer på att källor har läckt än att journalister grävt fram nyheten. | 84   | 81   | 72   |

**Frågan löd:** Här följer ett antal påståenden om journalister och journalistik. Vilken är Din åsikt om vart och ett av dem?

**Kommentar:** Frågan ställdes inte i 1994 års enkät och påstående 2 fanns inte med 1999.

De som ser mest positivt på saken är dock kvällstidningsjournalisterna: endast 43 procent av dessa menar att journalisters hänsyn till offer brister. Detta är en anmärkningsvärd skillnad jämfört med journalisterna på storstädernas morgontidningar där motsvarande siffra är 74 procent. Här skiljer det följaktligen 31 procentenheter, vilket är intressant eftersom det ofta är just kvällspressen som pekas ut som utnyttjande av brotts- och olycksoffer. I flera fall har de fått förklara sina beslut då både kollegor och allmänhet tycker att de har gått över gränsen.

När det gäller synen på sin relation till politiker är kåren mer kliven i sina svar. I 2005 års undersökning anser nästan hälften (44 procent) att många journalister medvetet är ute efter att skapa misstro mot politiker, medan drygt hälften inte anser det. Sett över tid är det dock något färre som håller med idag, journalisterna tycker sig alltså ha blivit lite bättre sedan 1989. Men även här framträder skillnader mellan de yngsta och äldsta journalisterna. Endast var tredje journalist under 34 år tror att man medvetet vill öka misstron mot politiker, jämfört med drygt hälften av journalisterna över 55 år. Och också här skiljer kvällstidningsjournalisterna ut sig: fyra av fem tror inte alls att journalister skulle ha något sådant uppsåt.

Granskningen är ett dominerande ideal i journalistkåren; ett ideal som ofta anses indikera ett aktivt förhållningssätt till skillnad från det passivt rapporterande. Men hur aktiva är egentligen journalisterna i förhållande till sina källor? Är de stora avslöjandena frukterna av journalistiskt grävande eller beror de på att källor har läckt?

En majoritet av journalisterna (71 procent) anser att stora journalistiska avslöjanden snarare beror på läckande källor än granskning från journalisternas sida. Förändringen över tid tyder dock på att den grävande journalistikens ställning har stärkts. Sakta men säkert tycks det växande granskingsidealet sätta sin prägel på hur man uppfattar den journalistiska praktiken.

En tydlig skillnad uppenbarar sig här mellan manliga och kvinnliga journalister. Fler män än kvinnor menar att stora avslöjanden beror på läckor än att journalister har grävt. Detta är den största skillnaden mellan manliga och kvinnliga journalisters syn på journalistiken. Kvinnorna är de främsta bärarna av granskningsidealet (se kap 7) och tycker i större omfattning att man lever upp till det också. Männerna tycker inte i samma utsträckning att granskning av makthavare bör vara en journalistisk uppgift och känner inte heller lika hög tilltro till den undersökande journalistiken. Färgar idealen verklighetssynen eller omvänt? Sannolikt finns där en växelverkan och frågan är hur denna påverkar granskning och grävande journalistik i praktiken.

### Relationen till publiken

Ett andra område som kan skiljas ut för att beskriva journalisternas syn på sig själva är deras relation till sin publik. Hur ser man på denna relation? För att belysa detta har det i enkäten ställts frågor ur olika vinklar och den första knyter an till ett så kallat speglande ideal – är det viktigt att journalister speglar åsikterna hos vanligt folk?

**Tabell 11.2 Synen på relationerna till publiken, 1989-2005. Procentandel som instämmer helt eller delvis i påståendet.**

|   | 1989 | 1999 | 2005 |
|---|------|------|------|
| Det är ytterst viktigt för en journalist att spegla vad vanligt folk tycker och tänker          | 85   | –    | 80   |
| Journalister och allmänhet har som regel samma syn på vad som är de viktigaste samhällsfrågorna | 26   | 30   | 41   |
| Journalister är i allmänhet mycket skickliga på att bedöma vad publiken är intresserad av.      | 56   | –    | 52   |

Frågan löd: se tabell 11.1 *Kommentar:* Påstående 1 och 3 fanns inte med i enkäten 1999.

Resultatet visar att en majoritet av journalisterna tycker det är viktigt att spegla vad vanligt folk tycker och tänker. Denna majoritet har emellertid minskat från 85 till 80 procent sedan 1989. Man tycker med andra ord att det är lite mindre viktigt idag än förut. Morgontidningsjournalisterna i storstäderna avviker genom att instämma i minst utsträckning; 67 procent. I övrigt varierar inte uppfattningarna mellan exempelvis tidnings- och etermediejournalister särskilt mycket. En intressant skillnad uppenbarar sig dock vid en uppdelning av journalister med olika utbildning. Det visar sig då att uppfattningen om hur viktigt det är att spegla vad vanligt folk tycker och tänker är kopplad till vilken utbildning man har.

**Tabell 11.3 Journalister som tycker det är viktigt att spegla vad vanligt folk tycker, utifrån utbildning** (procent som instämmer helt eller delvis).

|                              | %   | Antal svar |
|------------------------------|-----|------------|
| Universitet eller högskola   | 78  | 605        |
| Gymnasium eller folkhögskola | 87  | 186        |
| Annat (utöver grundskola)    | 92  | 49         |
| Grundskola                   | 100 | 16         |

**Frågan löd:** se tabell 11.1

Ju högre utbildning man har desto mindre viktigt tycker man att det är att spegla vanligt folks åsikter (tabell 11.3). De allra flesta tillfrågade journalisterna har universitets- eller högskoleutbildning och gruppen med enbart grundskoleutbildning är försvinnande liten. Men skillnaderna är signifikanta och förklaras delvis av yrkets professionalisering. Ett anammande av en professionell journalistroll innebär att distansera sig från publiken, liksom från alla andra intressenter i samhället, för att kunna agera professionellt och objektivt i yrket. En annan förklaring är att journalister med högre utbildning kan sägas tillhöra en så kallad "kreativ klass"<sup>1</sup>, i och med sitt yrke och på många sätt privilegierade ställning, och att detta färgar av sig på hur man betraktar sin relation till "vanligt folk".

En andra fråga som berör journalisternas relation till sin publik är huruvida de värderar samhällsfrågor på liknande sätt? Fyrtioen procent av de tillfrågade journalisterna anser år 2005 att journalister i

<sup>1</sup> Florida, 2006.

regel har samma syn som allmänheten på vad som är de viktigaste samhällsfrågorna. Andelen som upplever att kåren närmast sig allmänheten i synen på vad som är viktigt har alltså ökat med mer än hälften sedan 1989 då motsvarande siffra var 26 procent.

Det anses alltså viktigt att spegla vad allmänheten tycker - en allmänhet som ofta anses värdera samhällsfrågorna annorlunda än journalisterna gör. Hur hanterar journalisterna detta dilemma? Kan man ändå bedöma vad publiken intresserar sig för? Tabell 11.2 visar att kåren har delade uppfattningar om det: 52 procent instämmer helt eller delvis, vilket är en svag minskning sedan 1989. Trots att man i större utsträckning menar att journalister har samma syn som allmänheten på vad som är viktiga samhällsfrågor betyder inte det per automatik att man kan bedöma vad som intresserar publiken. Det är skillnad på samsyn och publikkännedom. Svaren tyder också på att de svarande inte betraktar allmänheten och publiken som synonyma. En jämförelse mellan journalister på olika medier visar att det framför allt är på kvällspressen och riksradien som man tycker att journalister är skickliga på att bedöma publikens intressen.

### Synen på journalister som grupp

En tredje aspekt av självsynen är hur journalisterna ser på sig själva som yrkesgrupp. Professionaliseringen av journalistiken lägger stor betoning på autonomi och objektivitet. För att stå emot eventuella påtryckningar utifrån finns professionella koder och självsaneringsregler som motmedel. Dessa begränsar inblandning från politiker, annonsörer och ägare och svetsar samtidigt samman kåren som grupp. Frågan är dock i vilken utsträckning journalister upplever påtryckningar från yttre intressenter och hur mycket som styrs av professionella normer inom gruppen.

**Tabell 11.4 Journalisters syn på sig själva som grupp, 1989-2005**  
(procent som instämmer helt eller delvis).

|   | 1989 | 1999 | 2005 |
|---|------|------|------|
| Journalister är utsatta för så mycket påtryckningar att de måste hålla samman som grupp | 39   | 34   | 31   |
| Det är ett problem för det fria ordet att så få journalister vågar gå mot strömmen      | 83   | 82   | 84   |

Frågan löd: se tabell 11.1

Som framgår av tabell 11.4 anser en knapp tredjedel av journalisterna att de är utsatta för så mycket påtryckningar att de måste hålla samman som grupp. Det är åtta procentenheter färre än 1989. Större enighet finner man bakom påståendet att det är ett problem för det fria ordet att så få journalister vågar gå mot strömmen. År 2005 håller 84 procent med om detta. En jämförelse bakåt i tiden visar att journalisterna ser detta som ett konstant problem; man har inte ändrat uppfattning sedan 1989. Få journalister vågar avvika från normen vilket ses som en fara för det fria ordet, men samtidigt anses detta inte bero yttre påtryckningar. Det ser istället ut som att nyhetsvärderingsnormer och en gemensam yrkesidentitet sätter ganska strikta ramar.

### Vad kräver yrket av journalisterna?

Vi har hittills fokuserat journalisternas syn på sina relationer till andra – politiker, källor, publiken – men hur ser de på sig själva? En fjärde aspekt av självbilden kan sägas vara synen på yrket i sig och vad som egentligen krävs för att bli journalist.

**Tabell 11.5 Journalisternas syn på vad yrket kräver (procent).**

|   | <i>Instämmer helt</i> | <i>Instämmer delvis</i> | <i>Delvis motsatt åsikt</i> | <i>Helt motsatt åsikt</i> |
|---|-----------------------|-------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Journalistik är ett talangyrke som inte kan läras ut på högskolor och universitet | 5                     | 35                      | 37                          | 23                        |
| God framställningsförmåga är viktigare än specialkunskap i ett ämne               | 10                    | 52                      | 31                          | 7                         |

**Frågan löd:** se tabell 11.1

Ovanstående två påståenden finns endast med i 2005 års enkät men ger en antydning om hur journalisterna ser på sitt yrke. Ytterst få håller med om att journalistik är ett talangyrke som inte kan läras ut. En majoritet av journalisterna tycker att de har ett yrke som delvis kräver talang, delvis inte, men som framkommer i tabell 11.5 är kåren splittrad i denna fråga.

Något större samstämmighet finner vi på frågan om man anser god framställningsförmåga vara viktigare än specialkunskap i något ämne. Sextio procent av journalisterna instämmer helt eller delvis i att det är

så, något som kanske inte är så förvånande eftersom journalistiken i mångt och mycket ses som ett hantverksyrke som många söker sig till just för att få skriva.

I uppfattningen om journalistiken som ett talangyrke framträder en liten skillnad mellan könen. De manliga journalisterna tycker nämligen i högre grad än de kvinnliga att det är det. Detta beror förmodligen på att fler män än kvinnor saknar formell journalistutbildning.

### **Kvällstidningsjournalisterna avviker mest**

Inom ramen för journalisternas självbild och utifrån de frågor vi ställt, kan vi sammanfattningsvis urskilja ett antal åsikter hos journalisterna som är mer framträdande än andra: Det är viktigt att spegla vad vanligt folk tycker och tänker. Journalister vågar oftast inte gå mot strömmen, något som kan ses som ett problem för det fria ordet. Journalister är inte utsatta för så mycket påtryckningar att de måste hålla samman som grupp. Journalister tar för lite hänsyn till offer vid olyckor och brott.

En majoritet av de svarande journalisterna instämmer antingen helt eller delvis i dessa påståenden, men som vi har sett finns det också en hel del skillnader mellan olika grupper av journalister. Dessa skillnader har visat sig bero på faktorer som kön, utbildning och ålder.

Det som främst avgör hur journalisterna ser på sig själva är dock vilken typ av redaktion man arbetar på. En grupp journalister ser nämligen ut att avvika lite mer än andra, och det är kvällstidningsreportrarna. Allt som allt verkar de ha en mer positiv syn på den praktiska journalistiken än vad man har på övriga redaktioner. Medan andra journalister har en ganska negativ bild av etiska hänsynstaganden till brotts- och olycksoffer, tycker man på kvällspressen att dessa är övervägande tillfredsställande.

En majoritet av samtliga journalister menar att stora avslöjanden oftare är en följd av läckande källor än undersökande journalistiska framgångar. Även här menar kvällspressens journalister annorlunda: 57 procent instämmer i detta, jämfört med kollegorna på storstädernas morgontidningar där motsvarande siffra är 81 procent. Intressant nog är granskningsidealet dessutom starkast på just kvällstidningsredaktionerna (se kap 7) som generellt verkar präglas av ett aktivt och deltagande förhållningssätt.

Huruvida journalister medvetet sprider misstro mot politiker råder det delade meningar om i journalistkåren, men på kvällstidningarna

tycker man verkligen inte det. Man tycker dessutom att journalister är rätt bra på att bedöma vad publiken är intresserade av. Kvällstidningarna blir ofta utskälda för sin ”slaskjournalistik” och överkommersiella framtoning. Jämfört med andra tidningar utmärker de sig genom tuffare tonläge och metoder och avviker ibland från normen om den goda journalistiken.<sup>2</sup> Trots det ser kvällstidningarnas journalister ut att vara de som är mest nöjda med journalistikens tillstånd.

---

2 Deuze, 2005.

## Kapitel 12

# Journalistkåren och kommersialiseringen

Ingela Wadbring

Begreppet kommersialisering används flitigt i dagens mediedebatt. Medierna antas ha blivit mer kommersiella än de varit tidigare och inom mediebranschen är det per definition någonting som inte är önskvärt.<sup>1</sup> Det är ett begrepp som inte bara är laddat med mycken innebörd, det är också ett begrepp som är ganska oprecist och handlar om allt ifrån en allmän förändring av den västerländska kulturen,<sup>2</sup> över kravet på medieföretagen att vara vinstmaskiner som vilka andra företag som helst,<sup>3</sup> till en sensationsinriktad journalistik.<sup>4</sup>

Trots att det är ett oprecist begrepp har de flesta av oss en uppfattning om vad vi tycker om kommersialisering. Det gäller förstås journalister också. Eftersom vi fick kommersiella etermedier i slutet av 1980-talet och det framför allt är därefter man kommit att tala om kommersialisering på många nya sätt – även om det handlar om mycket mer än en finansieringsform – är det relevant att se hur journalistkårens syn på kommersialisering eventuellt förändrats sedan dess. Syftet med detta kapitel är därför att analysera journalistkårens syn på kommersialisering över tid.

### En mer kommersiell arbetsituation idag

Trots att begreppet kommersiell alltså är diffust och kan tolkas på olika sätt, går det ändå att använda och i vardagsspråket har de flesta någon slags allmän känsla för vad det innebär. En första analys av journalistkårens syn på kommersialisering handlar om deras bedömning av arbetets kommersialisering. När journalisterna får ta ställning till om

---

1 För en närmast klassiker på området, se McManus, 1994. Med mediebranschen avses här den redaktionella delen av medierna – begreppet har en helt annan innebörd inom den kommersiella delen av medierna.

2 T.ex. McAllister, 1996.

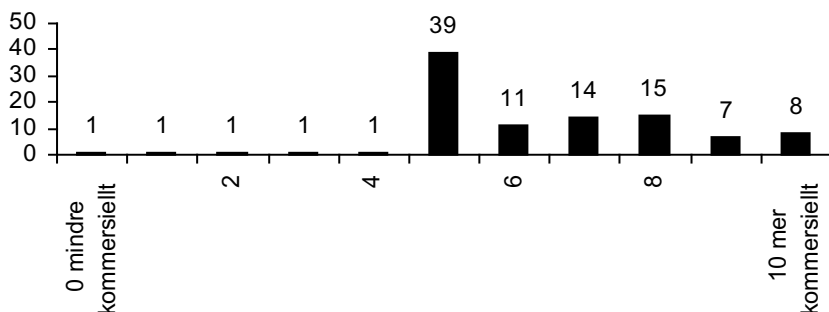
3 T.ex. Croteau & Hoynes, 2006.

4 T.ex. Beam, 2003; Jönsson och Strömbäck, 2004. För en översikt över hur begreppet används i forskningslitteraturen, se Wadbring, 2005.



arbetet som journalist var mer eller mindre kommersiellt för 5-10 år sedan jämfört med idag, så kan de allra flesta ta ställning till det. Och svaret är glasklart: ja, det har förändrats och blivit mer kommersiellt (figur 12.1).

**Figur 12.1 Journalisters bedömning av arbetets kommersialisering idag jämfört med för 5-10 år sedan, 2005 (procent).**



**Frågan löd:** Om du tänker på hur det var att arbeta som journalist för 5-10 år sedan, har det då blivit... mer eller mindre kommersiellt?

**Kommentar:** Bedömningen av arbetets kommersialisering jämfört med för 5-10 år sedan ingår i ett batteri om 10 frågor. Antal svarande är 854 personer.

Det finns i princip ingen journalist som anser att kommersialiseringen minskat de senaste 5-10 åren vad gäller journalistyrket. Den absoluta merparten tycker att arbetet blivit mer kommersiellt. Läger man samman värdena 6-10 i figur 12:1, kommer man upp i 55 procent. Ytterligare ungefär 40 procent menar att det inte är någon skillnad.

En närmare analys visar tydligt att det slags företag man arbetar på spelar stor roll för den bedömning man gör. Medelvärdet i bedömningen för hela journalistkåren är 6,4, och de som ligger högt över detta medelvärde är journalister som arbetar på fristående produktionsföretag för olika medier, kommersiell tv samt kvällspressen.<sup>5</sup> Lägst medelvärde har de journalister som arbetar på public service samt tidskrifter. En konsekvens av detta är att stockholmsjournalister i något större utsträckning än journalister från övriga delar av Sverige anser att det blivit mer kommersiellt att arbeta som journalist; åtminstone kvällspress och kommersiell tv finns huvudsakligen i just Stockholm.

<sup>5</sup> Antalet svarande i respektive grupp här är dock inte så många, men sammantaget är närdet acceptabelt.

Däremot spelar traditionella demografiska faktorer som kön, ålder och utbildning ingen roll för den bedömning journalistkåren gör, och inte heller hur länge man arbetat i branschen. Eftersom inställningen till kommersialisering i allmänhet åtminstone i viss utsträckning är en ideologisk fråga, hade man kunnat tänka sig att journalisternas politiska inställning skulle kunna spela någon roll för deras syn på arbetets kommersialisering, men så är inte heller fallet.

Den faktiska arbetssituationen är det som spelar roll och arbetar man inom de medier som allmänt uppfattas vara mest kommersiella – kvällspressen och kommersiell tv eller har eget produktionsföretag – så uppfattar man att arbetet förändrats över tid i mer kommersiell riktning. Det tyder på att frågan fångar en faktisk förändring snarare än en allmän inställning till fenomenet kommersialisering.

Att låta journalisterna göra en retroaktiv bedömning av hur arbetssituationen förändrats är ett sätt att studera förändringar, men inte det enda. Att ställa frågor vid upprepade tillfällen ger en annan möjlighet till jämförelser.

### **Innehållet får vara lite mer lättsamt – och publiken betyder mer**

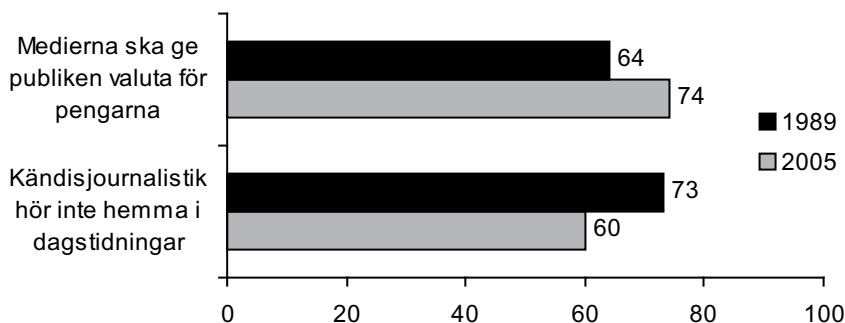
Det finns två frågor som ställts i journalistundersökningen 1989 respektive 2005, som kan ses som indikatorer på hur journalisterna förhåller sig till kommersialisering på olika nivåer (figur 12:2). Det handlar dels om synen på medierna i relation till publiken, dels om en del av mediernas innehåll, nämligen kändisjournalistik.

Inställningen att medierna ska ge publiken valuta för pengarna är en aspekt av mediernas roll på marknaden. Konkurrensen på marknaden gör att man måste anpassa sig mer till publiken och/eller annonsörerna. I detta fall handlar anpassningen om publiken. Att medierna ska ge publiken valuta för pengarna är det en större andel av journalistkåren som instämmer i 2005 än femton år tidigare. Skillnaden är tio procentenheter och det är nu tre fjärdedelar som instämmer. Det är således mer självklart att publiken ska få valuta för sina pengar idag än tidigare, enligt journalistkåren.

Inställningen till huruvida kändisjournalistik hör hemma i dagstidningar eller inte, är en aspekt av kommersialisering av det konkreta innehållet i dagspressen. Och kändisjournalistiken har under de senaste 15 åren nått en något större acceptans inom journalistkåren även om det fortfarande är en majoritet som tycker att kändisjournalistiken inte hör hemma i dagspressen. Men färre instämmer i det negativa på-

stående att kändisjournalistik inte hör hemma i dagstidningar 2005 än 1989. Nästan hälften av journalistkåren accepterar det som ett inslag i dagspressen – och då inte formulerat som enbart kvällspressen.

**Figur 12.2 Journalisters åsikter om två aspekter av kommersialisering, 1989 och 2005 (procent).**



**Frågan löd:** Vilken är din åsikt om följande påståenden om massmedier och journalistik? De båda påståendena ovan ingår i en svit om tioålet påståenden av olika karaktär.

**Kommentar:** Staplarna visar andelen som instämmer helt eller delvis i påståendet. Antalet svarande är cirka 1.000 personer respektive år.

Precis som ifråga om huruvida man tycker att det journalistiska arbetet blivit mer kommersiellt över tid, är det framför allt vilket medium man arbetar på som spelar roll för hur man bedömer de båda frågorna ovan (om att medierna ska ge publiken valuta för pengarna respektive huruvida kändisjournalistik hör hemma i dagspressen eller inte). Även om antalet svarande är få i samtliga grupper, går resultatet i precis den riktning som kan förväntas: de som arbetar på kvällspress är de som utmärker sig tydligast i båda fallen och det gäller såväl 1989 som 2005.

Vad gäller att medierna ska ge publiken valuta för pengarna är det de som arbetar på SVT och SR som instämmer i lägst utsträckning. Ifråga om huruvida kändisjournalistik hör hemma i dagspressen är det inte så stora skillnader beroende på var man arbetar, förutom kvällspressen (båda mättidpunkterna) och i viss mån kommersiell radio och tv (2005). På alla andra arbetsplatser är man relativt överens om att det inte är något positivt med kändisjournalistik i dagspressen.

Att stora skillnader mellan olika grupper står att finna mellan journalister på olika typer av arbetsplatser ger vid handen att den be-

dömning som svarspersonerna gör, inte primärt är en bedömning av journalistik i allmänhet – även om frågan är formulerad så – utan snarare av den egna journalistiken. Vill man vara elak kan man ställa sig frågan om det kanske är ren självbevarelsedrift om man är kvällstidningsjournalist?!

I övrigt finns en demografisk skillnad i uppfattning i de båda frågorna, och det är mellan mäns och kvinnors bedömningar, vid båda mättidpunkterna. Män tycker i större utsträckning än kvinnor att medierna ska ge publiken valuta för pengarna och instämmer i lägst utsträckning att kändisjournalistik inte hör hemma i dagspressen. Skillnaden mellan män och kvinnor i båda frågorna är cirka tio procentenheter, vilket ligger utom felmarginalen. En slutsats blir därför att män är något mer marknadstillvända än kvinnor såväl i slutet av 1980-talet som i mitten av 2000-talets första decennium, men skillnaden är ändå måttlig.

Ideologisk hemvist var något som spelade viss roll i slutet av 1980-talet, men som gör det i mindre utsträckning i början av 2000-talet. De som 1989 betraktade sig som stående till höger var de som i störst utsträckning instämde i att publiken ska ha valuta för pengarna (75 procent) medan de som stod till mitten (64 procent) respektive till vänster (61 procent) instämde i lägre grad. Synen på huruvida kändisjournalistik hör hemma i pressen är delvis en ideologisk fråga vid båda mättidpunkterna: de som står till vänster instämmer i högre utsträckning i att kändisjournalistik inte hör hemma i pressen än de som står till höger. Skillnaden är ungefär 10 procentenheter både 1989 och 2005.

Utbildning och var i landet man arbetar är inte något som spelar någon större roll för synen på kommersialisering utifrån de båda ovanstående frågorna, men ålder spelar viss roll. Att medierna ska ge publiken valuta för pengarna är något som alla åldersgrupper instämmer i 2005, men i slutet av 1980-talet var det inte så. Yngre (59 procent) instämde i lägre utsträckning än äldre (73 procent); den sistnämnda nivån gäller alla åldersgrupper 2005. Vad gäller huruvida kändisjournalistik hör hemma i dagspressen eller inte, fanns däremot inga åldersskillnader 1989 men däremot 2005: äldre (66 procent) instämde i högre grad att kändisjournalistik inte hör hemma i pressen än yngre (55 procent).

## Mångfald eller koncentration?

Något som kan ses som en aspekt av mediernas allmänna kommersialisering är synen på mediemångfald. Beroende på ideologisk hemvist talar man om just mångfald – eller om koncentration.<sup>6</sup>

Mångfald är likt kommersialisering ett relativt luddigt begrepp. Men man brukar för det första tala om strukturell mångfald, vilket handlar om ägarkoncentration och kontrollen över medierna, bland annat om huruvida det är bra med få och starka ägare eller fler och mindre starka ägare. För det andra brukar man tala om innehållslig mångfald, som handlar om just mediernas innehåll. Det kan studeras utifrån medieutbudet i stort, särskilda medier eller genrer.<sup>7</sup>

När mediemarknaden avreglerades i slutet av 1980-talet ledde det till att många nya kanaler – och sedan mitten av 1990-talet också helt nya medietekniker – såg dagens ljus. Ägandet av dessa nya kanaler kom att bli en tidvis het fråga i debatten, en debatt som vi ännu inte sett slutet på. Den privata sektorn som uppstod vid sidan av public service på etermediesidan kom att skapa förutsättningar för ett korsvis ägande mellan olika medietyper. I och med digitaliseringen och den ökande globaliseringen har utvecklingen sedan eskalerat.<sup>8</sup>

Synen på vad denna avreglering egentligen handlar om, är en del av synen på kommersialisering – om man använder begreppet i relativt vid bemärkelse, på marknads- eller innehållsnivå.

Frågan om synen på den mediala mångfalden har ställts vid tre tillfällen: 1995, 1999 och 2005.<sup>9</sup> När den svenska journalistkåren tagit ställning till den mediala mångfalden i mitten respektive slutet av 1990-talet och mitten av 2000-talet första decennium, har de tagit ställning till skilda medielandskap. I 1995 års undersökning tar man ställning till hur den mediala mångfalden förändrats mellan ungefär 1985 och 1995 när undersökningen besvaras. Det är ett landskap där den strukturella avregleringen av etermedierna håller på att ske. År 2005 tar man ställning till vad som hänt mellan ungefär 1995 och 2005, ett årtionde då medieutbudet fullständigt exploderat.

Över tid har det skett en förändring i journalistkårens syn på den mediala mångfaldens förändring. Att den mediala mångfalden blivit mycket större, instämmer journalistkåren i störst utsträckning i 1995 då de alltså bedömer perioden 1985-1995 (figur 12.3).

6 Se *Vad är mediekoncentration?*, 1995.

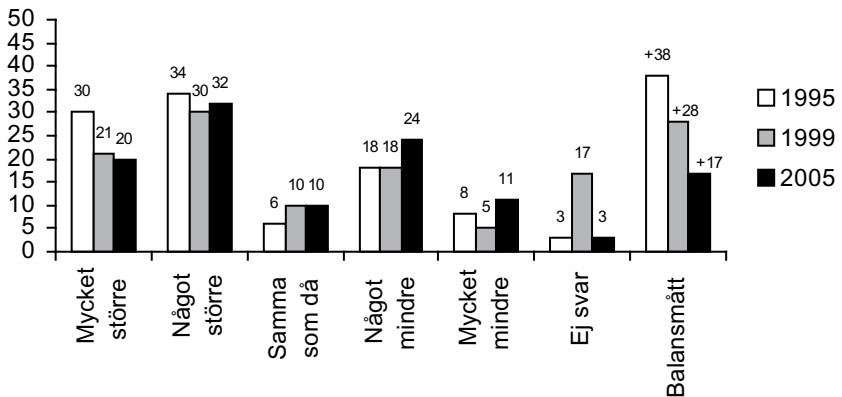
7 Se Jönsson, 2004.

8 För en svensk översikt, se Hadenius & Weibull, 2003. För en internationell jämförelse, se McQuail, 2000.

9 1995 års studie finns rapporterad i Asp & Weibull, 1996.

För att få en sammanfattande av hur journalistkåren sett på utvecklingen är det enklast att studera balansmättet längst till höger i figur 12.3. Vid samtliga mättidpunkter är det en positiv övervikt genom att fler tycker att mångfalden ökat de senaste tio åren än de som tycker att den har minskat. Men utvecklingen går tydligt mot att man i lägre grad tycker att mångfalden ökat: från ett balansmått på +38 till ett balans-mått på +17. År 1995, när man bedömde utvecklingen 1985-1995 tycker man alltså att mångfalden ökat i större utsträckning än 2005 när man bedömer utvecklingen 1995-2005.

**Figur 12.3 Journalisters bedömning av mångfalden i det svenska medieutbudet idag jämfört med för tio år sedan, 1995, 1999 och 2005 (procent).**



**Frågan löd:** Anser du att det år xxxx finns en större eller mindre mångfald i det samlade svenska medieutbudet jämfört med för tio år sedan?

**Kommentar:** Antal svarande är cirka 1.000 personer per år. Balansmått avser andelen som instämmer i att mångfalden ökat minus dem som anser att den inte ökat. Det kan variera mellan -100 och +100.

Mycket har hänt rent faktiskt under denna period på mediemarknaden. Om vi begränsar oss till tv och dagspress har vi strukturellt fått fler kanaler/medier under framför allt den första bedömningsperioden,<sup>10</sup> medan den strukturella förändring för dagspressen som kan ses under den sista bedömningsperioden snarare handlar om fusioner, samarbeten och uppköp.<sup>11</sup> Innehållsmässigt kan sägas att SVT trots ny

<sup>10</sup> Findahl, 2004.

<sup>11</sup> Sundin, 2006.

konkurrens har behållit sin mångfald i såväl genrer som målgrupper,<sup>12</sup> samtidigt som mångfalden ifråga om nyhetsprogram i olika kanaler blivit mindre.<sup>13</sup> De nya tv-kanalerna har framför allt bidragit med fler underhållningsprogram, och man kan diskutera huruvida det lett till en större mångfald eller inte. Dagspressen har under undersökningsperioden genomgått en volymökning, men inte radikalt förändrat sitt innehåll.<sup>14</sup>

**Tabell 12.1 Journalistkårens syn på mångfalden i det svenska medieutbudet idag jämfört med för tio år sedan i olika grupper, 1995, 1999 och 2005 (balansmått).**

|                              | <b>1995:<br/>bedömning av<br/>1985-1995</b> | <b>1999:<br/>bedömning av<br/>1989-1999</b> | <b>2005:<br/>bedömning av<br/>1995-2005</b> |
|------------------------------|---|---|---|
| Alla                         | +38   | +28   | +17   |
| <b>Kön</b>                   |   |   |   |
| Kvinna                       | +33   | +27   | +21   |
| Man                          | +39   | +28   | +13   |
| <b>Ålder</b>                 |   |   |   |
| Upp till 33 år               | +55   | +34   | +37   |
| 33-45 år                     | +33   | +23   | +15   |
| Över 45 år                   | +26   | +28   | +6  |
| <b>Utbildning</b>            |   |   |   |
| Gymnasium/folkhögskola       | +48   | +28   | +25   |
| Högskola/universitet         | +33   | +26   | +14   |
| <b>Verksamhetsort</b>        |   |   |   |
| Stockholm                    | +39   | +32   | +28   |
| Övriga landet                | +37   | +26   | +14   |
| <b>Ideologisk inriktning</b> |   |   |   |
| Vänster                      | +20   | +18   | -1  |
| Mitten                       | +45   | +34   | +27   |
| Höger                        | +70   | +48   | +48   |

**Frågan löd:** se under figur 12:3.

**Kommentar:** Antalet svarande varierar kraftigt, men ingen redovisning har gjorts för grupper under 100 personer. I varje års undersökning ingår cirka 1.000 svars personer totalt sett. Balansmått avser andelen som instämmer i att mångfalden ökat minus dem som anser att den inte ökat. Det kan variera mellan -100 och +100.

12 Asp, 2007; jfr Findahl, 2004.

13 Jönsson, 2004.

14 Nilsson och Severinsson, 2001.

Frågan om den mediala mångfaldens utveckling är en fråga som på ett helt annat sätt än tidigare redovisade frågor delar journalistkåren. Det finns såväl demografiska skillnader i bedömningarna av mångfalden som ideologiska och arbetsmässiga (tabell 12.1).

Tabell 12.1 visar såväl skillnaden mellan olika grupper som förändringen över tid, både totalt och i olika grupper. Vi startar i det förstnämnda, och då i den senast genomförda undersökningen, 2005, där journalistkåren retrospektivt bedömer mångfaldsutvecklingen 1995-2005. Vi finner flera stora skillnader: yngre tycker i betydligt större utsträckning än äldre att mångfalden är större idag (+37 mot +6), verksamma i Stockholm tycker detsamma jämfört med dem som är verksamma utanför storstaden (+28 mot +8) och de som står till höger i betydligt större utsträckning än de som står till vänster (+48 mot -1).

Förändringen över tid visar att opinionsbalansen minskat i journalistkåren som helhet, från +38 till +17. Det är alltså en mindre andel vid undersökningen 2005 som anser att mångfalden ökat de senaste åren jämfört med 1995 års undersökning. Nedgången gäller alla grupper, men ändå med vissa skillnader: män uppvisar större nedgång än kvinnor över tid, och de som är verksamma utanför Stockholm uppvisar större nedgång än de som är verksamma i Stockholm.

Tydligast resultat kan sägas vara ifråga om ålder och ideologisk hemvist, särskilt vid första och sista mätpunkten. Det är inte precis något förvånande resultat. Ideologisk inriktning bör resultera i skild syn på hur mediemångfalden ser ut. Det är snarare förvånande att ideologisk hemvist inte visade sig spela någon större roll ifråga om övriga analyserade frågor.

Beroende på hur gammal man är vid skilda tidpunkter, har man vuxit upp i skilda medielandskap. För en ung människa idag är digitaliseringen och mängden kommersiella tv-kanaler helt naturligt medan samma fenomen aldrig kommer att bli naturligt för den som är medelålders. De som är under 33 år 1995 är 60-talister och de som är över 45 är 30-, 40- och 50-talister. De som är under 33 år 2005 är 70-talister medan de som är över 45 är 40- och 50-talister. En 60-talist blev vuxen under 1980-talet då det blåste högervind med en allmän avreglering och ökad individualism medan en 70-talist växte upp under 1990-talet då det snarast var ekonomisk kris, hög arbetslöshet och sociala nedskärningar.<sup>15</sup> Det kan vara det som avspeglar sig i den

15 Se Ahrne et al, 1996.



skillnad man kan se över tid i den yngsta åldersgruppen: balansmättet +55 vid bedömningen av mediemångfalden 1985-1995 jämfört med +37 vid en bedömning 1995-2005. Men också de över 45 år har förändrat inställning över tid, och ligger dessutom på en lägre nivå vilket innebär att de i lägre utsträckning än de yngre anser att den mediala mångfalden är större idag än för tio år sedan.

Sett till resultaten i tabell 12.1 skulle en tanke kunna vara att yngre journalister står ideologiskt mer till höger än äldre, och att ideologisk hemvist och ålder därmed förstärker varandra. En sådan analys är gjord i figur 12.4, men bara för år 2005.

**Figur 12.4 Journalistkårens syn på mångfalden i det svenska medieutbudet efter ålder och ideologisk hemvist, 2005**  
(balansmätt).

|                    |         | <i>Under 33 år</i> | <i>Över 45 år</i> | <i>Effekt av ålder</i> |
|--------------------|---------|--------------------|-------------------|------------------------|
| Ideologisk hemvist | Vänster | +24                | -15               | -39                    |
|                    | Höger   | +61                | +48               |                        |
| Effekt av ideologi |         | +37                | +63               |                        |

**Frågan löd:** se under figur 12:3.

**Kommentar:** Balansmätt avser andelen som instämmer i att mångfalden ökat minus dem som anser att den inte ökat. Det kan variera mellan -100 och +100.

Såväl ålder som ideologisk syn spelar roll vad gäller synen på mångfald, och den största effekten finns bland äldre – här definierat som alla över 45 år – med vänster- respektive högerinställning. Skillnaden är 63 balansmåttsenheter. Även bland yngre är den ideologiska skillnaden betydelsefull (+37), men i ungefär samma utsträckning som ålder i sig är det (-39).

## Konklusion

Kommersialisering som fenomen har studerats genom ett antal frågor som sammantaget långt ifrån täcker hela begreppet kommersialisering men som ändå täcker vissa aspekter av det. Vad kan man då säga, har journalistkårens syn på kommersialisering förändrats över tid? Ja, det har den. Samtidigt som man tycker att det journalistiska arbetet är mer kommersiellt idag än tidigare finns det också en större acceptans för kommersialisering idag än tidigare – även om man i huvudsak är

negativt inställd. I båda fallen är inställningen i viss mån beroende på var man arbetar. Det tyder på att det inte är journalistiken i allmänhet som bedöms ens om det är den som efterfrågas, utan man är närmare sig själv än så; det handlar om den egna arbetsplatsen.

Journalisternas ideologiska inställning till en så pass kontroversiell och ideologiskt färgad fråga som kommersialisering ger bara utslag när de tillfrågas om hur de ser på den mediala mångfalden – och då primärt bland de äldre i journalistkåren. Mångfald är uppenbarligen mer ett höger-vänster-begrepp än kommersialisering som inte verkar vara det på samma sätt. Att kommersialisering är ett oprecist begrepp har jag redan varit inne på,<sup>16</sup> och samma kritik kan riktas mot mångfaldsbegreppet.<sup>17</sup> Det kan ha mycket olikartade innebörder, men är alltså ändå något som skiljer journalister åt på ett annat sätt än kommersialisering. Kanske beror det på att den mediala mångfalden är något som delvis ligger i mediestrukturen, långt utanför den enskilda individen. Kommersialisering däremot, på det sätt det här analyserats, är mycket närmare den enskilda individens arbete.

---

16 För en översikt, se Wadbring, 2005.

17 För en översikt, se Jönsson, 2004.



## Kapitel 13

# Olika bud om mediernas uppgifter

Tomas Andersson Odén

Att definiera mediernas uppgifter i ett demokratiskt samhälle är en delikat uppgift. I de svenska grundlagarna är tanken att det i princip är mediernas sak att själva definiera vad de ska ägna sig åt. Det är också grundprincipen i vad som brukar kallas den frihetliga pressideologin.<sup>1</sup>

Det hindrar inte att till och med statliga utredningar uttrycker åsikter i ämnet. Således formulerade 1972 års svenska pressutredning fyra uppgifter för medierna: att informera, att kommentera, att granska och att främja kommunikationen mellan olika grupper i samhället.<sup>2</sup> Värdet av den sista punkten som central medieuppgift — att främja gruppkommunikationen — har senare ifrågasatts; den har snarare karaktäriserats som ett uttryck för den speciella samhällssituation som rådde i Sverige i 1970-talets början. I övrigt kan pressutredningens formuleringar sägas vara en ganska god sammanfattning av hur det svenska samhället, inklusive viktiga centrala medieorganisationer, ser på mediernas uppgift.<sup>3</sup>

Vid sidan av dessa krav, eller kanske önskemål, från samhällets sida finns för de privatägda medierna en förväntan från ägarna att de ska vara lönsamma, och för de offentligt ägda att de ska tilltala en stor publik. Dessutom finns givetvis krav på medierna direkt från denna publik, och slutligen finns synpunkter i ämnet från mediernas egna medarbetare, de som ska försöka leva upp till omgivningens alla förväntningar.

För att hantera kraven har medierna utvecklat olika strategier. En sådan bygger på förtroende, och innebär att konsumenterna ska vilja ta del av mediet för att de litar på att bli väl informerade. Andra strategier bygger på att mediet tillhandahåller sensationer, underhållning

---

1 En av fyra övergripande medieideologier enligt Siebert m.fl, 1956.

2 SOU, 1975:79

3 En utförlig diskussion av ämnet finns i Asp, 1992.

eller service av olika slag. Historiskt har det också varit vanligt att mediet gett röst åt någon ideologi eller samhällsgrupp, vilket i hög grad är det som 1972 års pressutredning inbegrep i gruppkommunikationsfunktionen.

Journalistundersökningarna 1989 och 2005 har undersökt hur svenska journalister ser på några tänkta medieuppgifter. Dessutom har samma frågor ställts i de riksrepresentativa SOM-undersökningarna motsvarande år. Det ger oss möjlighet att jämföra journalistkårens uppfattningar med publikens, men också att se hur åsikterna förändras över tid.

Två av enkätundersökningarnas frågor om medierna är beskrivande; de handlar om hur journalisterna respektive allmänheten uppfattar att medierna är i två specifika avseenden. Den ena frågan handlar om hur bra medierna är på att göra politiker uppmärksamma på eftersatta områden, den andra gäller om medierna ger en riktig bild av allmänhetens åsikter.

Fyra andra frågor handlar om journalisternas och allmänhetens uppfattningar om hur mediernas innehåll bör vara; om man tycker att kritisk granskning av politiken respektive avkoppling och förströelse är viktiga uppgifter, om medierna bör bilda opinion på nyhetsplats, och slutligen om dagspressen ska innehålla kändisjournalistik. Två av dessa frågor — de om avkoppling och förströelse respektive kritisk granskning av politiken — saknades dock i 1989 års enkät till journalisterna, vilket betyder att vi inte kan se hur deras åsikter i dessa frågor förändrats över tid. De övriga frågorna har ställts till båda grupperna både 1989 och 2005.

### **Åsikter om hur medierna är**

Undersökningen 2005 visar att en stor majoritet av journalisterna anser att medierna är bra på att ta upp väsentliga frågor som gör politikerna uppmärksamma på eftersatta områden. En journalist av sex instämmer helt i påståendet att medierna ofta tar upp sådana frågor, och ytterligare fyra av sex instämmer delvis. Återstående sjättedel delar inte uppfattningen att medierna är bra på detta (tabell 13.1).

En närmare analys visar att det är två grupper av journalister som i något högre grad än andra inte tycker att medierna är bra på att uppmärksamma politiker på eftersatta områden. Det är dels de yngsta journalisterna, födda på 1980-talet, dels journalister som arbetar på radio eller TV. Mest nöjda med medierna på detta område är de äldsta journalisterna, och de som arbetar frilans.

**Tabell 13.1 Journalisternas uppfattning om hur medierna är (procent).**

| <i>Medierna...</i>   | <i>Instäm-<br/>mer helt</i> | <i>Instäm-<br/>mer<br/>delvis</i> | <i>Delvis<br/>motsatt<br/>åsikt</i> | <i>Helt<br/>motsatt<br/>åsikt</i> | <i>Ingen<br/>uppfatt-<br/>ning</i> | <i>Antal<br/>svar</i> |
|--|-----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------|
| ...gör politiker<br>uppmärksamma<br>på eftersatta om-<br>råden | 17                          | 67                                | 13                                  | 2                                 | 1                                  | 1070                  |
| ...ger riktig bild<br>av vanligt folks<br>åsikter              | 3                           | 46                                | 40                                  | 5                                 | 6                                  | 1072                  |

**Frågan löd: Vilken är Din åsikt om följande påståenden om massmedier och journalistik?**

Påståendena som de tillfrågade tagit ställning till löd i sin helhet:

Massmedierna tar ofta upp väsentliga frågor som gör politiker uppmärksamma på eftersatta områden.

Massmedier ger i regel en riktig bild av vilka stämningar och åsikter som finns hos vanligt folk.

Betydligt färre journalister instämmer i påståendet att medierna i regel ger en riktig bild av stämningar och åsikter hos ”vanligt folk”.

Visserligen håller nästan hälften av journalisterna mer eller mindre med om påståendet, men det är bara tre procent som instämmer helt och hållet. Knappt hälften av journalistkåren menar att medierna inte ger en riktig bild av stämningar och åsikter hos vanligt folk, och var tjugonde journalist har helt motsatt åsikt.

Mest kritiska på denna punkt är journalister födda på 1950- till 1970-talen. Nästan två av tre i denna åldersgrupp menar att medierna inte ger en riktig bild av allmänhetens åsikter, medan det bland de yngsta och de äldsta journalisterna är en majoritet som menar att medierna i stort sett ger en riktig bild. De kritiska på denna punkt finns oftare i Stockholm än ute i landet, och de arbetar i högre grad i etermedier än i dagspress. Journalister som arbetar med samhällsfrågor i vid mening är också mindre övertygade än andra om att medierna ger en riktig bild av åsikter och stämningar hos vanligt folk.

De som är kritiska till mediernas bild av vanligt folks åsikter är således medelålders Stockholmsjournalister som jobbar med samhällsfrågor i radio eller TV. Minst kritiska är dagstidningsjournalister ute i landet som inte jobbar med samhällsfrågor.

**Tabell 13.2 Allmänhetens uppfattning om hur medierna är (procent).**

| <i>Medierna...</i>   | <i>Instäm-<br/>mer helt</i> | <i>Instäm-<br/>mer<br/>delvis</i> | <i>Delvis<br/>motsatt<br/>åsikt</i> | <i>Helt<br/>motsatt<br/>åsikt</i> | <i>Ingen<br/>uppfatt-<br/>ning</i> | <i>Antal<br/>svar</i> |
|--|-----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------|
| ...gör politiker<br>uppmärksamma<br>på eftersatta om-<br>råden | 14                          | 56                                | 15                                  | 3                                 | 13                                 | 1676                  |
| ...ger riktig bild<br>av vanligt folks<br>åsikter              | 2                           | 42                                | 37                                  | 8                                 | 11                                 | 1685                  |

**Frågan löd:** Se tabell 13.1.

I dessa båda frågor, som rör mediernas insatser att göra politiker uppmärksamma på eftersatta områden och att spegla vanligt folks åsikter, delar allmänheten i stort sett journalisternas uppfattningar, även om en något större del av allmänheten är kritisk. Sjuttio procent av allmänheten instämmer helt eller delvis i påståendet att medierna ofta tar upp väsentliga frågor som gör politikerna uppmärksamma på eftersatta områden, bara tre procent har helt motsatt åsikt. Och precis som hos journalisterna har knappt hälften av allmänheten uppfattningen att medierna ger en riktig bild av vanligt folks åsikter. Hälften av de tillfrågade har således uppfattningen att medierna inte ger en riktig bild av dessa åsikter. I båda frågorna är det lite fler hos allmänheten än hos journalisterna som saknar uppfattning (tabell 13.2).

Journalisterna och allmänheten är således relativt överens. Men under tiden som förflutit sedan motsvarande undersökning gjordes 1989 har åsikterna utvecklats helt olika: journalisterna har blivit mer positiva, samtidigt som allmänheten har blivit mer kritisk. 1989 var det en något större del av allmänheten än av journalistkåren som ansåg att medierna gör politikerna uppmärksamma på eftersatta områden, och en betydligt större del som menade att medierna gav en riktig bild av åsikter och stämningar hos vanligt folk. År 2005 är allmänheten tvärtom mera kritisk än journalisterna i båda frågorna (tabell 13.3).

**Tabell 13.3 Förändring av journalisternas och allmänhetens åsikter om hur medierna är. Andel som instämmer helt eller delvis (procent).**

| <i>Medierna...</i>                                  |              | 1989 | 2005 | Förändring |
|---|--------------|------|------|------------|
| ...gör politiker uppmärksamma på eftersatta områden | Journalister | 78   | 84   | +6         |
|   | Allmänhet    | 80   | 70   | -10        |
| ...ger riktig bild av vanligt folks åsikter         | Journalister | 37   | 49   | +12        |
|   | Allmänhet    | 49   | 44   | -5         |

Frågan löd: Se tabell 13.1.

### Åsikter om hur medierna borde vara

Att kritiskt granska det som händer i politiken är en av mediernas viktigaste uppgifter; det anser 98 procent av journalisterna som besvarat enkätundersökningen 2005. Ingen tycker att påståendet är helt fel, och bara två procent har en delvis motsatt uppfattning.

Frågan om kritisk granskning är en av fyra som ställts till både journalister och allmänhet om vad de tycker att medierna ska ägna sig åt. De båda frågor som avhandlats tidigare i detta kapitel handlade ju om hur medierna *är*, här är det alltså fråga om hur de *bör* vara.

Förutom frågan om granskning av politiken gäller frågorna åsikter om medierna ska ge avkoppling och förströelse, om de bör bilda opinion på nyhetsplats samt om dagspressen ska ägna sig åt kändisjournalistik.

När det gäller granskning av politiken är journalisterna och allmänheten överens. Åttiofem procent av allmänheten instämmer helt eller delvis i påståendet att kritisk granskning av politiken är en av mediernas viktigaste uppgifter, merparten av dem instämmer helt, och bara en procent har rakt motsatt uppfattning (tabell 13.4).

I de tre andra frågorna har journalister och allmänhet mera skilda åsikter. Störst är skillnaden i frågan om kändisjournalistiken. Sex journalister av tio tycker att kändisjournalistik inte hör hemma i dagspressen, men nästan fyra av tio har motsatt åsikt och accepterar alltså sådan journalistik. Hos allmänheten är det bara lite mer än var tionde tillfrågad som tycker att dagspressen bör ägna sig åt kändisjournalistik. Nästan varannan håller helt och hållet med om att sådan journalistik inte hör hemma i dagstidningar, och med dem som delvis håller med blir det nästan åtta av tio som avvisar dagspressens kändisjournalistik.



**Tabell 13.4 Journalisternas och allmänhetens uppfattningar om vad medierna bör göra (procent).**

| <i>Medierna...</i>                                       | <i>Instämmer helt</i> | <i>Instämmer delvis</i> | <i>Delvis motsatt åsikt</i> | <i>Helt motsatt åsikt</i> | <i>Ingen uppfattning</i> | <i>Antal svar</i> |
|--|-----------------------|-------------------------|-----------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| <i>...bör kritiskt granska politiken</i>                 |                       |                         |                             |                           |                          |                   |
| Journalister   | 73                    | 25                      | 2                           | 0                         | 1                        | 1076              |
| Allmänhet  | 56                    | 29                      | 4                           | 1                         | 10                       | 1686              |
| <i>...ska ge avkoppling och förströelse</i>              |                       |                         |                             |                           |                          |                   |
| Journalister   | 4                     | 32                      | 43                          | 20                        | 2                        | 1077              |
| Allmänhet  | 5                     | 35                      | 26                          | 17                        | 17                       | 1679              |
| <i>...bör bilda opinion på nyhetsplats</i>               |                       |                         |                             |                           |                          |                   |
| Journalister   | 3                     | 24                      | 31                          | 38                        | 4                        | 1073              |
| Allmänhet  | 10                    | 34                      | 18                          | 12                        | 26                       | 1670              |
| <i>Kändisjournalistik hör inte hemma i dagstidningar</i> |                       |                         |                             |                           |                          |                   |
| Journalister   | 27                    | 33                      | 28                          | 10                        | 2                        | 1070              |
| Allmänhet  | 49                    | 28                      | 9                           | 3                         | 11                       | 1682              |

**Frågan löd:** Vilken är Din åsikt om följande påståenden om massmedier och journalistik?

Påståendena som de tillfrågade tagit ställning till löd i sin helhet:

En av massmediernas viktigaste uppgifter är att kritiskt granska det som händer i politiken.

En av mediernas viktigaste uppgifter är att ge avkoppling och förströelse.

Medierna bör driva och bilda opinion även på nyhetsplats.

Kändisjournalistik hör inte hemma i dagstidningar.

Siffrorna för allmänheten kan synas höga, med tanke på att en rätt betydande del av utrymmet i kvällstidningarna faktiskt ägnas åt kändisjournalistik av olika slag. Det är tidningar som allmänheten köper tre kvarts miljon exemplar av varje dag. En möjlig förklaring till resultatet kan vara att delar av allmänheten inte inbegriper kvällstidningarna i begreppet dagspress. Det kan vara så att man ser de traditionella prenumererade tidningarna som dagspress, och menar att de lösnummerköpta tidningarna är något annat, och att de mycket väl kan innehålla kändisjournalistik. En annan möjlighet kan vara att många faktiskt ogillar kvällspressens kändisjournalistik. Från 1990-talets början och framåt har ju också denna del av pressen brottats med vikande upplagor.

Hos journalisterna har frågan om kändisjournalistiken i dagspressen drag av att vara en generationsfråga. Skillnaderna mellan olika grupper syns mest när man delar upp dem efter ålder medan bostadsort och arbetsuppgifter spelar mindre roll, även om Stockholmsjournalisterna är lite mer positiva till kändisjournalistiken än kollegerna ute i landet.

Det gäller också för dagspressjournalisterna, som är mindre kritiska än frilansar och journalister som jobbar med radio eller TV.

Men de journalister som tydligast är kritiska till kändisjournalistik är 40-talisterna, där nästan 70 procent menar att kändisjournalistik inte hör hemma i dagspressen. Knappt hälften av dessa instämmer helt och hållet i påståendet. De som är minst kritiska är sjuttiootalisterna. Hos dessa är de kritiska bara några procentenheter fler än de som accepterar denna form av journalistik. Ska man hitta en journalist som nästan säkert är emot kändisjournalistik i dagspressen ska man alltså söka bland 60-åriga frilansande radio- och TV-journalister utanför Stockholm. Och ska man hitta någon som kan tänkas bläddra i kvällstidningarnas kändissidor är det bäst att leta bland 30-åriga dags-tidningsjournalister i Stockholm.

Allmänhetens skeptiska inställning till kändisjournalistik i dagspressen ska inte tolkas som att den är negativ till lättsamma inslag i medierna. Fyra tillfrågade av tio håller helt eller delvis med om att avkoppling och förströelse är en av mediernas viktigaste uppgifter. Det är dock få som instämmer helt och hållet, utan de flesta instämmer bara delvis. En lika stor del av allmänheten har också motsatt åsikt, att avkoppling och förströelse inte är en av mediernas viktigaste uppgifter. En relativt stor del, nästan två av tio, har ingen uppfattning i frågan.

Ännu större är osäkerheten hos allmänheten i frågan om opinionsbildning på nyhetsplats. Ungefär var fjärde tillfrågad har ingen uppfattning om den saken. Av dem som har en mening är dock majoriteten positiv. Så är det inte bland journalisterna, där nästan 70 procent motsätter sig opinionsbildning på nyhetsplats.

Två åldersgrupper bland journalisterna är dock relativt positiva till opinionsbildning på nyhetsplats. Det är dels de äldsta, födda på 1930-talet, dels de yngsta som är födda på 80-talet. De få tillfrågade trettiootalisterna är genomgående positiva till sådan opinionsbildning, medan åttiootalisterna fördelar sig jämt på kritiska och positiva. Hos de medelålders journalisterna är stödet för opinionsbildning på nyhetsplats betydligt svagare. Ungefär en av fyra är för, och tre av fyra är emot.

Men det är inte bara de medelålders journalisterna som är emot opinionsbildning på nyhetsplats. En annan kritisk grupp är samhällsjournalisterna i vid bemärkelse, där mer än tre av fyra är negativa. Detta är alltså journalister som i sin yrkesutövning sysslar med politik, ekonomi, arbetsmarknad eller utrikesfrågor. Hos andra journalister, som inte sysslar med dessa frågor, är inställningen något mindre kritisk.

## En förändrad opinion

I två av frågorna — de om kändisjournalistik och om opinionsbildning — vet vi hur opinionen bland journalisterna förändrats sedan 1989. Hur opinionen hos allmänheten ändrats vet vi för alla fyra frågorna.

De förändringar vi känner till hos journalisterna handlar alltså om kändisjournalistik i dagspress och om opinionsbildning på nyhetsplats. Resultatet visar att stödet bland journalister för opinionsbildning på nyhetsplats har minskat markant sedan 1989, samtidigt som de blivit mindre kritiska till kändisjournalistiken (tabell 13.5).

Hos allmänheten har stödet för opinionsbildning på nyhetsplats också minskat sedan 1989 även om en majoritet fortfarande tycker att det är något medierna bör ägna sig åt. Uppfattningen om kändisjournalistiken är oförändrat mycket kritisk.

I de övriga två frågorna, som alltså handlar om kritisk granskning av politiken och om avkoppling och förströelse, har vi bara allmänhetens åsikter 1989. En jämförelse över tid visar att allmänhetens stöd för kritisk granskning av politiken är fortsatt mycket starkt, även om det gått ner några procentenheter. Och uppfattningen om avkoppling och förströelse som en viktig uppgift för medierna har svängt från svagt positiv till svagt negativ.

**Tabell 13.5 Förändring i uppfattningar om mediernas uppgifter (procent).**

|   | 1989 | 2005 | Förändring |
|---|------|------|------------|
| <i>Journalister</i>                               |      |      |            |
| Medierna bör bilda opinion på nyhetsplats         | -17  | -42  | -25        |
| Kändisjournalistik hör inte hemma i dagstidningar | +49  | +22  | -27        |
| <i>Allmänhet</i>                                  |      |      |            |
| Medierna bör kritiskt granska politiken           | +86  | +80  | -6         |
| Medierna ska ge avkoppling och förströelse        | +6   | -3   | -9         |
| Medierna bör bilda opinion på nyhetsplats         | +27  | +14  | -13        |
| Kändisjournalistik hör inte hemma i dagstidningar | +65  | +65  | 0          |

**Kommentar:** Siffrorna har beräknats enligt formeln: (instämmer helt + instämmer delvis) – (helt motsatt åsikt + delvis motsatt åsikt). Plustecken betyder övervikt för gruppen som instämmer, minustecken övervikt för gruppen med motsatt åsikt.

### **Oenighet om opinion och kändisar**

Sammanfattningsvis visar resultaten att journalister och allmänhet är överens om att medierna är bra på att göra politiker uppmärksamma på eftersatta områden. Både journalister och allmänhet uppfattar också kritisk granskning av politiken som en av mediernas viktigaste uppgifter.

Samstämmigheten är också påtaglig i frågan om mediernas roll att ge avkoppling och förströelse. Det är få som instämmer fullt ut i att detta skulle vara en av mediernas viktigaste uppgifter, men om man vidgar kategorin till att också omfatta dem som instämmer delvis är det ungefär hälften i båda grupperna som uppfattar detta som en viktig uppgift.

Journalister och allmänhet har också likartade uppfattningar om mediernas bilder av stämningar och åsikter hos vanligt folk. Ungefär hälften i vardera gruppen menar att mediebilden är riktig, medan andra hälften inte håller med. Noteras kan dock att allt fler journalister anser att mediebilden blivit mer korrekt, medan opinionen hos allmänheten gått åt andra hållet och blivit mer kritisk sedan 1989.

I frågan om opinionsbildning på nyhetsplats och om kändisjournalistiken i dagspressen är grupperna inte överens. När det gäller kändisjournalistiken är i och för sig både allmänheten och journalisterna negativa, men allmänheten är oerhört mycket mera kritisk än journalistkåren. Och när det gäller opinionsbildning på nyhetsplats går uppfattningarna ännu mer isär. Tendensen är också att åsiktsskillnaderna i dessa båda frågor snarare har ökat än minskat sedan 1989.



## Kapitel 14

# Mediemakten

Kent Asp och Bengt Johansson

Att journalister har makt och inflytande i samhället är nuförtiden för många en självklarhet. Men vad anser journalisterna själva? Håller de med? Eller har de som dagligen verkar inom medierna en annan syn?

I detta kapitel skall tre frågor besvaras: (1) Hur ser journalistkåren på mediernas och sitt eget inflytande i samhället? (2) Har journalisternas syn på mediemakten förändrats över tid? Skiljer sig dagens syn på mediernas makt och inflytande från den uppfattning som man gav uttryck för i slutet av 1980-talet? (3) Vad anser mediernas publik om journalisternas och mediernas makt och inflytande? Har allmänheten en annan syn än journalisterna? Kan man spåra samma förändringar över tid hos allmänheten som hos journalisterna?

### Mediernas makt

Vad ska vi då mena med mediernas makt och inflytande<sup>1</sup> – vad är det för något som journalister och allmänhet skall ha uppfattning om?

Mediernas makt – och därmed också de uppfattningar vi kan ha om mediernas makt – handlar förenklat om två frågor.<sup>2</sup>

Den första tar fasta på mediernas påverkanskraft – vilken makt medierna har över publiken antingen det handlar om medierna som innehåll eller medierna som institution.<sup>3</sup> Man kan t ex hävda att medierna har stor påverkanskraft, att de i hög grad präglar människors verklighetsbild och därigenom också deras handlande gentemot sin omvärld eller att mediernas påverkanskraft är begränsad; att de i mycket liten utsträckning avgör vilka åsikter människor har och hur olika opinioner skapas och formas i ett samhälle.

---

1 En teoretisk diskussion kring maktbegreppet i ett medieperspektiv (och skillnaden mellan makt och inflytande) ges i Asp, 1996b.

2 Asp 1986:363ff.

3 Asp 1980, s 15 ff.

Den andra frågan handlar om i vilken utsträckning det är journalister eller medierna som bestämmer över eller avgör den bild som förmedlas i medierna – vilken makt medierna och journalister själva har över det innehåll eller den bild som förmedlas i medierna. Man kan t ex hävda att det inte är journalister och andra verksamma inom medierna som bestämmer över utbudet i medierna utan att det till sist bestäms av publikens efterfrågan eller den verklighet som medierna är en del av eller av andra maktaktörer som verkar utanför medierna.

Medier och journalister kan alltså uppfattas som mäktiga i den meningen att deras innehåll och den journalistik de producerar i hög grad påverkar människors tankar, känslor och handlingar och samhällssystemet i sin helhet, samtidigt som de kan uppfattas som maktlösa i den meningen att det är andra eller annat än journalister eller aktörer inom medierna som bestämmer över mediernas innehåll.

Ett svar på frågan om hur man uppfattar eller ser på mediernas makt eller inflytande i samhället bör alltså ta med båda dessa aspekter. Det är detta synsätt på mediernas makt och inflytande som ligger till grund för den fortsatta analysen.

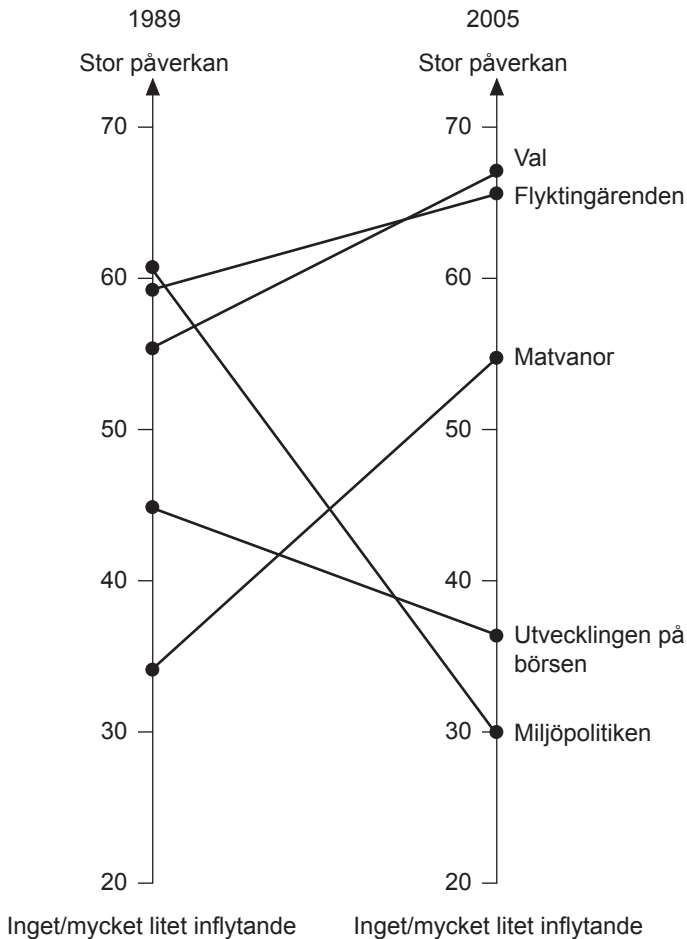
Låt oss därför först undersöka hur journalister bedömer mediernas påverkanskraft och därefter hur de ser på vem som bestämmer över innehållet i medierna.

### **Mediernas påverkanskraft**

Journalisternas uppfattningar om mediernas påverkanskraft har analyserats med utgångspunkt ifrån deras bedömningar när det gäller hur mediernas bevakning påverkar fem olika samhällsområden. Frågan ställdes både i 1989 års- och 2005 års journalistundersökning och för varje område fick de på en skala från 0 till 10 ange om de ansåg att mediebevakningen hade ”ingen påverkan alls” (skalvärde 0) till ”mycket stor påverkan” (skalvärde 10). Svaren på frågan har därefter delats in i tre grupper: liten påverkan (0-3), varken liten eller stor påverkan (4-6) och stor påverkan (7-10).

Resultatet presenteras i figur 14.1 och avser den andel som på skalan angett värdena 7-10. Ju högre upp på skalan, desto större påverkan bedömer man att mediebevakningen har på människors matvanor, politiska val, flyktingärenden, utvecklingen på börsen och miljöpolitiken. Skalan till vänster i figuren redovisar resultatet för år 1989 och skalan till höger resultatet för år 2005. Pilarna i figuren visar den förändring som ägt rum från 1989 till 2005.

**Figur 14.1 Mediernas påverkan på opinionen 1989 och 2005 (procent).**



**Frågan löd:** Hur stor påverkan anser Du att mediernas bevakning i allmänhet har på vad som händer inom följande områden i det svenska samhället? Ange Din bedömning på följande skala mellan 0 och 10.

**Kommentar:** Resultatet avser andelen som markerat skalsteg 7-10.

Som framgår av figuren skiljer sig journalisternas bedömningar kraftigt åt när det gäller mediernas påverkanskraft inom olika områden och vid olika tidpunkter. Det gäller särskilt miljöpolitiken och människors matvanor. I 1989 års undersökning bedömer journalisterna miljöpolitiken som det område där mediebevakningen har störst



påverkan, medan det i 2005 års undersökning är det område där mediebevakningen bedöms ha minst påverkan. Synen på mediebevakningens roll för matvanorna går motsatt väg.

Det ligger nära till hands att de starkt skilda bedömningar som görs återspeglar faktiska förhållanden – att mediebevakningen spelade en viktigare roll för miljöopinionen 1989 (bl a mot bakgrund av miljöpartiets stora framgångar i valet 1988, som till stor del var ett resultat av en omfattande miljörapportering i medierna) än den gjorde när frågan på nytt ställdes 2005. Och att mediebevakningen de facto spelar en viktigare roll för människors matvanor idag än i slutet av 1980-talet (eftersom medierapporteringen inte var lika omfattande då).

En annan slutsats som kan dras är att journalisternas bedömningar föga överraskande är beroende av det opinionsklimatet som råder i samhället vid den aktuella tidpunkten. Det är därför problematiskt att med utgångspunkt ifrån det resultat som här presenteras påstå att journalisterna generellt sett, oberoende av mediebevakningens kontext, bedömer att medierna har en större påverkanskraft inom ett område än inom ett annat område. Däremot kan vi självfallet dra slutsatsen att journalistkåren år 1989 bedömde att medierna hade en större påverkan på miljöopinionen än på människors matvanor och att det omvända förhållandet gällde år 2005.

Det är däremot något mindre problematiskt att dra slutsatser om förändringar i journalisternas bedömningar när det gäller områden eller institutioner som är mer stabila över tid och inte lika starkt kontextberoende. Det gäller exempelvis bedömningen av hur mediebevakningen påverkar politiska val och utvecklingen på börsen. Bedömningen av mediebevakningens påverkan på de politiska valen kan dock antas vara avhängig om frågan ställs under ett valår eller inte. I detta avseende är 1989 och 2005 ”jämförbara” eftersom frågorna i båda fallen ställs ett år efter ett val.

Även om resultatet måste tolkas med försiktighet är det därför enligt vår mening rimligt att med utgångspunkt ifrån det resultat som redovisas i figur 14.1 säga att journalistkåren syn har förändrats över tid; att mediebevakningen bedöms påverka valen mer idag än i slutet av 1980-talet. Och att den motsatta förändringen gäller för journalisternas syn på mediebevakningens påverkan på börsutvecklingen.

Även om resultatet inte ger något helt säkert underlag för slutsatsen att den svenska journalistkåren bedömer att mediebevakningen har större påverkanskraft i dagens samhälle än för 15-20 år sedan är det dock mer som talar för detta än som talar emot. Det som mest går emot en sådan slutsats är att synen på mediernas roll för miljöpoliti-

ken. Men det är sannolikt att svaret hade blivit annorlunda om frågan ställts under 2007 – då de globala klimatförändringarna rönt stor uppmärksamhet i den politiska debatten. Resultatet skulle då troligen påminna om de bedömningar som journalistkåren gjorde 1989.

Men även om resultatet när det gäller utvecklingen över tid inte är helt entydigt står det klart att det är betydligt större andel av journalisterna som på frågan om medievakningens påverkanskraft anger höga värden (skalvärde 7-10) än låga värden (skalvärde 0-3). Det framgår inte direkt av figuren, men det gäller samtliga fem områden. I topp ligger mediernas påverkan på de politiska valen där 67 procent av journalisterna anger de fyra högsta värdena i jämförelse med fyra procent för de fyra lägsta värdena (2005).

Slutsatsen måste därför bli att journalistkåren uppfattar att mediebevakningen har stor påverkanskraft – att medierna har makt över publiken genom sin påverkan på opinioner inom viktiga områden som politiska val, flyktingärenden, miljöpolitik och matvanor.

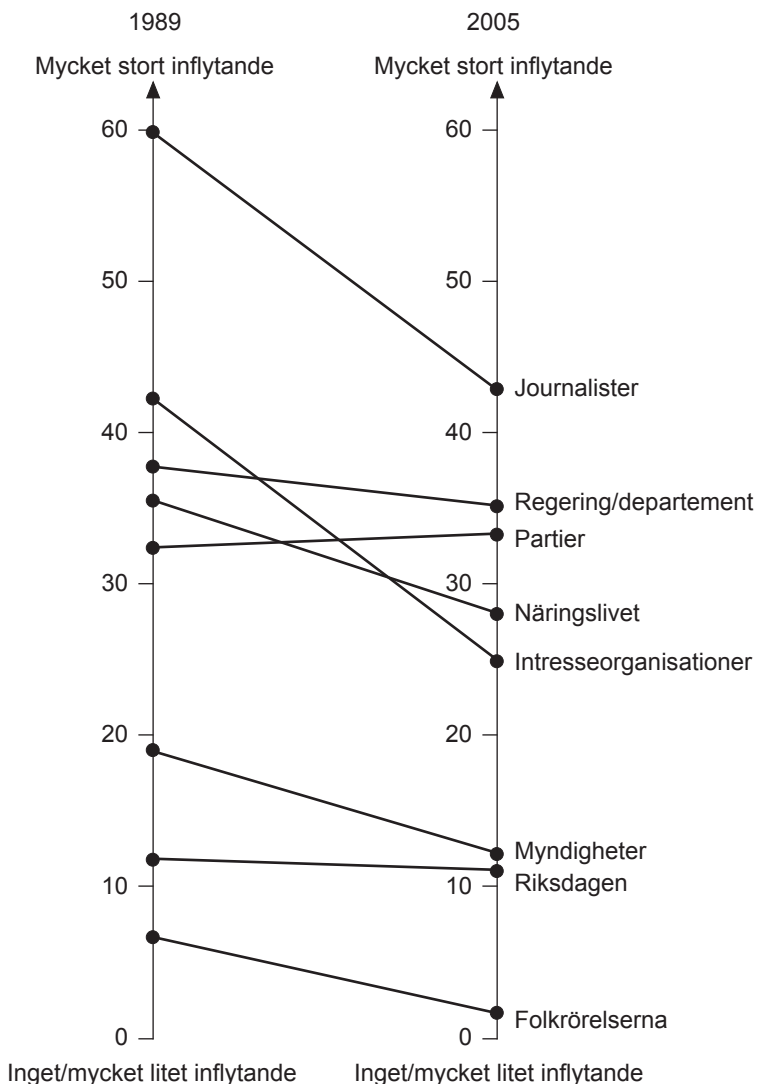
### **Journalisternas inflytande över dagordningen**

Att journalistkåren bedömer att mediebevakningen har stor påverkanskraft betyder inte med nödvändighet att de också själva uppfattar att de som yrkesgrupp har makt över det innehåll som påverkar. Medierna kan vara mäktiga genom sin påverkanskraft, men maktlösa i den meningen att mediernas innehåll bestäms av andra än journalister och medierna själva. Vi behöver också analysera hur journalistkåren ser på vem som bestämmer över innehållet i medierna.

En viktig aspekt av journalisternas och mediernas makt handlar om vem som bestämmer den politiska dagordningen i ett samhälle – vem som har inflytande över den uppmärksamhet olika frågor får i den politiska debatten.

För att få ett svar på den frågan fick journalisterna bedöma ”hur mycket inflytande” åtta olika grupper och institutioner har ”över den uppmärksamhet som olika frågor får i den svenska politiska debatten?” Frågan har ställts både i 1989- och 2005 års undersökningar. De svarsalternativ som gavs var: mycket stort inflytande, ganska stort inflytande, ganska litet inflytande och mycket litet inflytande. I figur 14.2 redovisas den andel som svarat att (1) de stora intresseorganisationerna, (2) offentliga myndigheter, (3) journalister i press radio och tv (4), de politiska partierna, (5) riksdagen, (6) regering och departement, (7) näringslivet och (8) folkrörelserna har ett ”mycket stort inflytande”.

**Figur 14.2 Makten över dagordningen 1989 och 2005 (procent).**



**Frågan löd:** Hur mycket inflytande har enligt Din mening följande grupper för den uppmärksamhet som olika frågor får i den svenska politiska debatten?

**Kommentar:** Resultatet avser andelen som svarat "mycket stort inflytande".

Journalistkårens syn på sin eget inflytande över den politiska dagordningen kan sammanfattas i två huvudresultat.

För det första bedöms journalister av samtliga maktaktörer ha störst inflytande över den uppmärksamhet olika frågor får i den politiska debatten. Journalisternas inflytande sätts klart före både regeringen och de politiska partierna. Och det är en bedömning som görs både år 1989 och år 2005. Minst inflytande bedöms folkrörelserna och riksdagen ha.

För det andra har journalisternas syn på den egna påverkanskraften förändrats över tid. Journalisterna bedöms ha ett betydligt mindre inflytande över den politiska dagordningen år 2005 än år 1989. År 1989 angav 60 procent av journalistkåren att journalister i press, radio och tv har ett mycket stort inflytande över den politiska dagordningen, medan motsvarande andel 2005 var 43 procent. Uppfattningen av ett minskat journalistinflytande är alltså mycket markant.

Skärskådas resultatet i figur 14.2 mer i detalj framgår att även andra maktaktörer bedöms ha mindre inflytande över den politiska dagordningen idag än i slutet av 1980-talet. Det gäller de stora intresseorganisationerna, näringslivet och myndigheter, medan de tunga politiska institutionerna riksdag, regering och partier uppfattas ha ungefär samma inflytande 2005 som 1989.

Journalistkårens bedömningar av vem som har makten över den politiska dagordningen i det svenska samhället innebär alltså sammantaget att ingen av de åtta maktaktörerna bedöms ha ökat sitt inflytande utan de bedöms antingen ha minskat eller ha ungefär samma inflytande idag som 15-20 år sedan. Det illustreras bland annat av att medelvärde för svarsandelen ”mycket stort inflytande” för de åtta maktaktörerna är 31 procent 1989 och 24 procent 2005.

Det är möjligt att journalisternas svar kan tolkas som att det idag är mer komplicerat än för 15-20 år sedan att isolerat bedöma vilka maktaktörer som har inflytande över den politiska dagordningen eftersom man idag mer än tidigare möjligen bedömer att dagordningen skapas i ett samspel mellan olika aktörer och att det därför är svårare att bedöma enskilda maktaktörers inflytande. Det är också möjligt att det har tillkommit andra maktaktörer, t ex lobbyister, som inte fanns med på samma sätt 1989. Men – och det är viktigt – detta maktvakuum tycks inte har fyllts genom att andra aktörer har ökat sitt inflytande.

Oavsett vad förklaringen ligger kvarstår det faktum att journalistkåren uppfattar att de själva har störst inflytande över den politiska dagordningen, men att de uppfattar att de idag har ett betydligt mindre inflytande över vilka frågor som uppmärksammas i den politiska debatten än för 15-20 år sedan.

De redaktionellt ansvariga utgör en annan referenspunkt till journalistkårens bedömningar av den egna påverkanskraften. En jämförelse visar att de som är ansvarig utgivare inom medierna i stort sett gör samma bedömningar som journalistkåren av vilket inflytande olika maktaktörer har över den politiska dagordningen, men med ett viktigt undantag. De bedömer att journalister i "press, radio och tv" har ett betydligt större inflytande än vad journalisterna själva gör. Bland de ansvariga cheferna svarar 61 procent att de har "mycket stort inflytande", jämfört med 43 procent bland journalisterna.

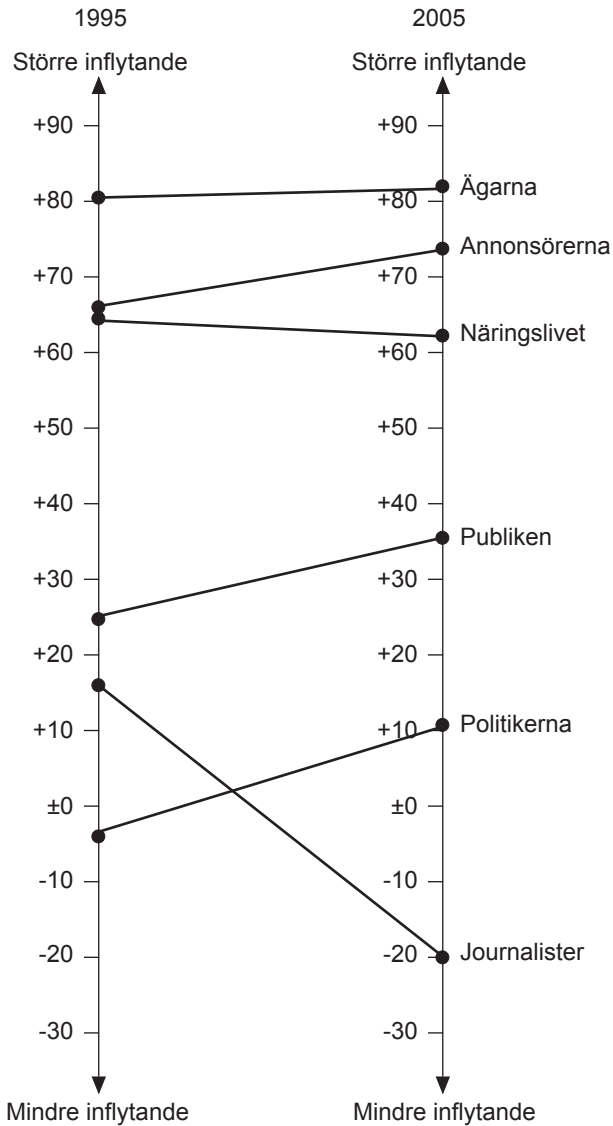
### **Journalisternas inflytande över medieutbudet**

Frågan om vem som har inflytande över vilka frågor som uppmärksammas i den politiska debatten berör en aspekt av journalisternas makt. En annan aspekt handlar om vem som mer generellt har inflytande över mediernas samlade utbud. För att utröna hur journalisterna ser på detta ställdes en fråga där de fick ange hur de bedömer utvecklingen under de senaste tio åren. Det handlar alltså inte i detta fall vem som de uppfattar har störst inflytande utan vilka som under den aktuella tioårsperioden bedöms ha minskat eller ökat sitt inflytande. Att en maktaktör har minskat sitt inflytande betyder alltså inte med nödvändighet att man också uppfattar att den maktaktören också i absolut mening har minst inflytande.

Frågan löd: Om Du tänker på utvecklingen inom de svenska medierna under de senaste tio åren, hur bedömer Du att följande gruppers inflytande över det samlade svenska medieutbudet har utvecklats? Svarsalternativen var: mycket större, något större, samma som för tio år sedan, något mindre och mycket mindre. Resultatet för de sex maktaktörerna redovisas i figur 14.3 med hjälp av ett Inflytandeindex. Ett positivt värde visar att andelen som angett ett mycket/något större inflytande överstiger den andel som angett att den aktuella maktaktörens inflytande är mycket/något mindre. Ett negativt värde innebär följaktligen att en större andel anger att inflytande har minskat.

Frågan har ställts både 1995 och 2005 (figur 14.3). Det innebär att de svar som gavs 1995 avser journalisternas bedömning av den utveckling som ägde rum under "1985-1995" och svaren som gavs 2005 avser bedömningar av den utveckling som ägde rum under "1995-2005".

**Figur 14.3 Makten över mediernas utbud 1995 och 2005**  
(inflytandeindex).



**Frågan löd:** Om Du tänker på utvecklingen inom de svenska medierna under de senaste tio åren, hur bedömer Du att följande gruppers inflytande över det samlade svenska medieutbudet har utvecklats? **Kommentar:** Inflytandeindexet anger skillnaden mellan de som angett mycket/något större och mycket/något mindre inflytande. Ett indexvärde på +100 innebär att samtliga svarat mycket/något större inflytande, ett indexvärde på -100 att samtliga svarat mycket/något mindre inflytande. Är andelarna lika stora är Inflytandeindexet  $\pm 0$ .

Ser vi först till de svar som gavs i 2005 års undersökning (skalan till höger i figuren) är resultatet entydigt i ett avseende. Journalisterna är den enda grupp som under de senaste tio åren av journalistkåren uppfattas fått ett mindre inflytande över det samlade medieutbudet. Tjugofyra procent angav att journalisterna fått större inflytande, medan 44 procent angav att de fått ett mindre inflytande. Det innebär ett Inflytandeindex på  $-20$  ( $24\% - 44\% = -20$ ).

Ägarna till medierna utgör i det avseendet journalisternas motpol. Endast två procent angav att ägarna fått ett mindre inflytande, medan 84 procent angav att de fått ett större inflytande. Efter ägarna (+82) kommer annonsörer (+74) och näringslivet (+62) och längre ned mediernas publik (+36) och politiker (+41).

Frågan ställdes också i den enkät som riktades till ansvarig utgivare. Deras svar skiljer sig i vissa avseenden från journalisternas. De gör samma bedömning av riktningen i utvecklingen när det gäller ägarnas, annonsörernas och näringslivets inflytande, men inte när det gäller styrkan i den förändring som ägt rum. Femtiotvå procent av de redaktionsansvariga uppfattar exempelvis att annonsörerna har fått ett ökat inflytande, medan motsvarande andel bland journalisterna är 76 procent. Ansvarig utgivare gör också samma bedömning när det gäller riktningen i publikens inflytande, men i det fallet anser de att publiken under de senaste tio åren ha fått ett ännu större inflytande än vad journalistkåren anser.

I ett avseende gör ansvarig utgivare och journalister klart skilda bedömningar både när riktning och styrka. Det är en större andel bland utgivarna som anger att journalister fått ett större inflytande (index = +21), medan den motsatta bedömningen görs av journalisterna (index = -20). Det kan dock noteras att även ansvarig utgivare bedömer att journalisternas inflytande inte har ökat i samma utsträckning som ägarnas och publikens inflytande.

Jämför vi sedan de svar som gavs i 2005 års undersökning med de svar som gavs i 1995 års undersökning (skalan till vänster i figuren) är resultatet i ett avseende mycket entydigt. Journalisternas inflytande bedöms ha minskat i betydligt större utsträckning under de senaste tio åren än under den föregående tioårsperioden. År 1995 bedömdes journalisterna ha fått ett något större inflytande (+17) ”över det samlade svenska medieutbudet under de senaste tio åren”, medan bedömningen tio år senare var att journalisternas ”de senaste tio åren” fått ett något mindre inflytande (-20). Enligt journalistkårens egen bedöm-

ning är det alltså i första hand journalisterna som förlorat i inflytande, medan annonsörer och mediernas publik ökat sitt inflytande.

Men som vi tidigare nämnde betyder det inte nödvändigtvis att svenska journalister uppfattar att den egna yrkeskåren i ”absolut mening” har ett mindre inflytande över utbudet i medierna än andra maktaktörer – endast att de under de två senaste årtiondena i större utsträckning än andra grupper uppfattas ha förlorat i inflytande.

### **Allmänhetens syn på journalisternas makt**

Hittills har det handlat om journalisternas egna subjektiva bedömningar. Men hur väl stämmer den överens med andras bedömningar? Vad anser allmänheten, mediernas publik, om journalisternas makt och inflytande?

I ett avseende finns det möjlighet att jämföra journalisternas och allmänhetens uppfattningar. Det gäller deras bedömningar av vilket inflytande journalisterna och andra maktaktörer har över vilka frågor som uppmärksammas i den politiska debatten – vem som har makten över dagordningen. Resultatet presenteras i figur 14.4 och kan jämföras med motsvarande resultat för journalistkåren i figur 14.2. I båda fallen har frågorna ställts både 1989 och 2005.

Allmänheten rangordnar 2005 de olika maktaktörerna på samma sätt som journalisterna och bedömer även deras inflytande som ungefär lika stort (se figur 14.2). Både allmänhet och journalistkår uppfattar att journalister ha störst inflytande över dagordningen – hos allmänheten anger 45 procent att journalisterna har ett mycket stort inflytande, medan motsvarande andel hos journalistkåren är 43 procent. Därefter kommer regering, partier, riksdag, näringsliv och intresseorganisationer. Hos allmänheten bedöms dock riksdagen och näringslivet ha samma inflytande, medan näringslivet hos journalisterna anses ha ett avsevärt större inflytande än riksdagen.

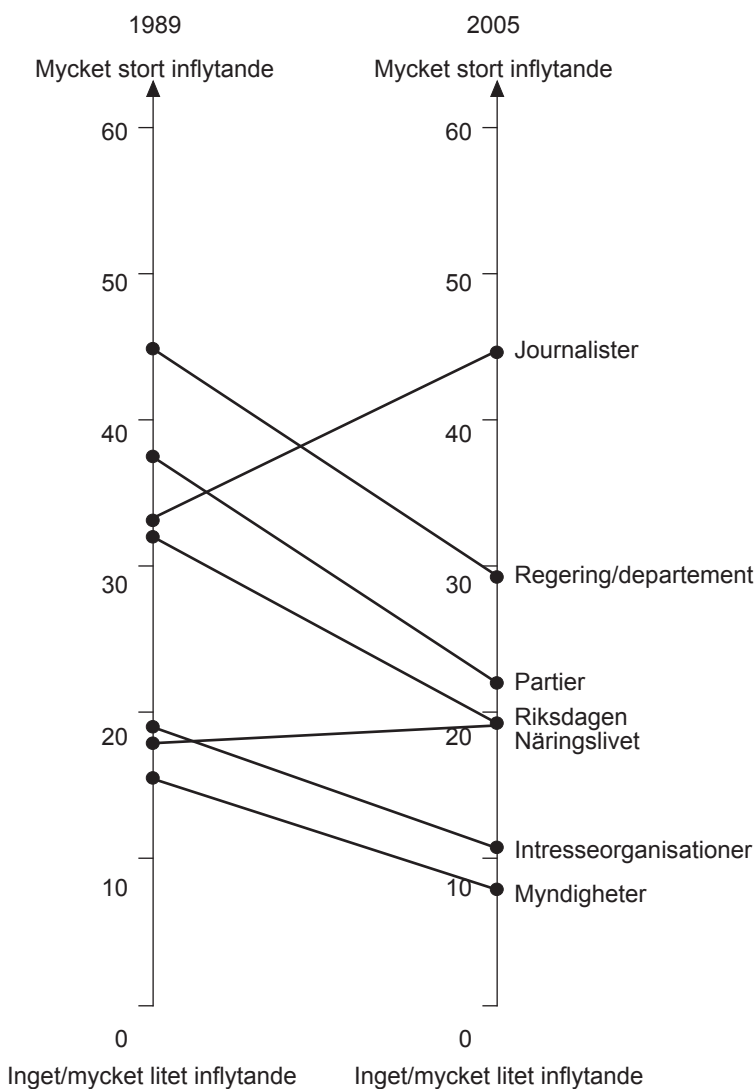
Även om likheterna överväger finns det dock en väsentlig skillnad. Avståndet mellan den bedömning som görs av journalisternas inflytande och andra maktgruppers inflytande är klart större hos allmänheten än hos journalistkåren. Allmänheten anser med andra ord att journalister, relativt andra maktgrupper i samhället, har ett betydligt större inflytande över dagordningen än vad journalisterna själva anser.

Likheterna är inte lika stora om vi ser till de förändringar som ägt rum i allmänhetens och i journalisternas bedömningar. Med undantag för näringslivet uppfattar allmänheten att samtliga maktgruppers in-



flytande över dagordningen är mindre 2005 än 1989. Och skillnaden i 1989- och 2005 års bedömningar är mycket stor.

**Figur 14.4 Allmänhetens syn på vem som har makten över dagordningen 1989 och 2005 (procent).**



**Frågan löd:** Se figur 14.2.

**Kommentar:** Resultatet avser andelen som svarat "mycket stort inflytande".

År 1989 ansåg 45 procent att regering och departement hade mycket stort inflytande över vilka frågor som uppmärksammades i den politiska debatten. Motsvarande andel 2005 var 29 procent. Och nedgången för de politiska partierna och riksdagen är lika stor. En liknande utveckling gick inte att iaktta hos journalistkåren (se figur 14.2). De tunga politiska institutionerna regering, riksdag och partier bedömdes ha ungefär lika stort inflytande 1989 som 2005.

Och i ett mycket viktigt avseende gör journalister och allmänhet helt olika bedömningar. Journalistkåren upplever att journalisternas inflytande över den politiska dagordningen är betydligt mindre i dag än för 15-20 år. Allmänheten uppfattar däremot att journalisternas inflytande är mycket större i dag än för 15-20 år sedan. I slutet av 1980-talet ansåg svenska folket att både regeringen och de politiska partierna hade ett större inflytande över den politiska dagordningen än journalisterna. I början av 2000-talet uppfattade man att journalisterna hade avsevärt större inflytande än både regering och partier.

### **Mäktiga men förlorar terräng**

En bedömning av mediernas makt och inflytande handlar om att ge svar på två frågor: i vilken utsträckning man uppfattar att mediernas innehåll påverkar människor och samhällen och i vilken utsträckning man uppfattar att det är journalister och andra aktörer inom medierna som bestämmer över det innehåll som påverkar människor och samhällen.

Journalisternas svar blev i korthet följande: Medierna har stor påverkanskraft och journalisterna har ett stort inflytande över de frågor som uppmärksammas i den politiska debatten. I denna mening uppfattas medierna som mäktiga. Men journalisternas inflytande över mediernas innehåll har, enligt journalisterna själva, minskat i förhållande till andra maktaktörers inflytande under de senaste tio åren.

Den svenska allmänheten har en annorlunda uppfattning. De är eniga med journalistkåren i sin uppfattning att journalister har störst inflytande över vilka frågor som uppmärksammas i den politiska debatten. Men de är oeniga om hur journalisternas inflytande har förändrats. Allmänheten upplever till skillnad från journalisterna att journalisternas inflytande är betydligt större idag än i slutet av 1980-talet.

Vem har rätt? Här är inte platsen att besvara den komplicerade frågan om vilka maktaktörer som faktiskt har fått ett större inflytande över den politiska debatten och mediernas innehåll de senaste 15-20 åren och vilka maktaktörer som förlorat terräng. Vi skall däremot i

nästa kapitel gå ett steg vidare i analysen av vilka som uppfattas ha makt över mediernas innehåll och undersöka hur journalistkåren ser på de inre maktförhållandena – vem man uppfattar har störst inflytande över journalistiken inom det medium där man själv arbetar.

## Kapitel 15

# Makten över journalistiken

Kent Asp och Bengt Johansson

Mediernas ägare, annonsörer och publik har flyttat fram sina positioner och fått ett större inflytande över mediernas innehåll och journalisterna har förlorat terräng och fått ett minskat inflytande. Det är journalisternas bedömningar av de maktförskjutningar som ägt rum när det gäller inflytandet över det samlade svenska medieutbudet

Men hur ser journalistkåren på de inre maktförhållandena? Vem anses ha störst inflytande över journalistiken inom de medier de själva arbetar?

I detta kapitel skall vi fortsätta den analys som introducerades i det föregående kapitlet och gå vidare när det gäller den andra frågan om mediernas makt – i vilken utsträckning det är journalisterna eller medierna själva som bestämmer över det innehåll eller den bild som medierna förmedlar. I det förra kapitlet besvarades frågan med utgångspunkt ifrån journalisternas bedömningar av de yttre maktförhållandena och journalisternas inflytande som ett kollektiv, i detta kapitel skall frågan besvaras med utgångspunkt ifrån journalisternas bedömningar av vilket inflytande de som enskilda individer har över journalistiken på den egna arbetsplatsen.

Tre frågor skall besvaras: (1) Hur bedömer journalisterna själva de inre maktförhållandena? (2) Och hur uppfattar de redaktionellt ansvariga cheferna samma sak? (3) Har journalisternas syn på de inre maktförhållandena förändrats över tid? Gör kåren en annan bedömning idag än man gjorde för tio år sedan?

### **Det dagliga och det redaktionella inflytandet**

Journalisternas inflytande över journalistiken analyseras på två nivåer. Dels journalisternas uppfattningar om vilka maktaktörer som har det långsiktiga inflytandet över den redaktionella profilen på den egna arbetsplatsen, dels journalisternas bedömningar av vilka maktaktörer som har det kortsiktiga inflytandet över hur journalistiken faktiskt ser ut en viss dag.

Frågan som tar sikte på bedömningar av vem som har det långsiktiga inflytandet inom det egna mediet löd: Om Du tänker på vem som har inflytande över den redaktionella profilen inom det medium Du arbetar, hur skulle Du vilja bedöma nedanstående personers/gruppers inflytande? Och frågan som tar sikte på det kortsiktiga inflytandet löd: Om Du tänker på vem som har inflytande inom det medium där Du arbetar, hur skulle Du vilja bedöma nedanstående personers/gruppers inflytande över det redaktionella innehållet som det faktiskt ser ut en viss dag?

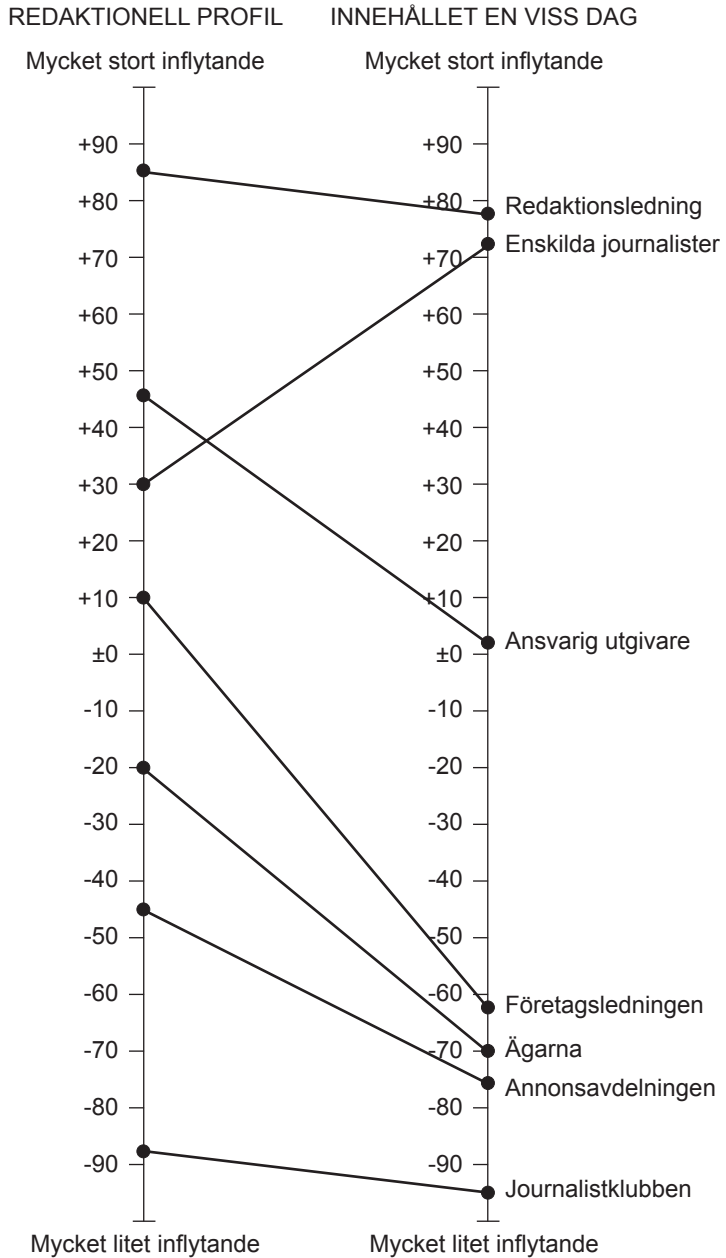
De svar journalisterna gav på de två frågorna redovisas i figur 15.1 med hjälp av ett Inflytandeindex där den andel som angett att den aktuella gruppen har ett mycket eller ganska stort inflytande relaterats till den andel som angett att den aktuella gruppen har ett mycket eller ganska litet inflytande. Ett plusvärde innebär en övervikt för ”stort-inflytande-svar” och ett minusvärde en övervikt för ”litet-inflytande-svar”. Ett indexvärde på +100 innebär att samtliga svarat mycket eller ganska stort inflytande på frågan och ett indexvärde på -100 innebär att samtliga svarat mycket eller ganska litet inflytande. Är andelen lika stor (50/50) blir följaktligen Inflytandeindexet = 0.

Föga överraskande bedöms redaktionsledningen ha störst långsiktigt inflytande över det redaktionella innehållet (skalan till vänster i figuren). Fyrtiofem procent av journalisterna svarar att den har mycket stort inflytande, 48 procent att den har ganska stort inflytande och sex respektive en procent svarar att redaktionsledningen har ganska respektive mycket lite inflytande (Inflytandeindex = 93%–7% = +86).

I inflytande därefter kommer enligt journalisterna ansvarige utgivare och enskilda journalister. Avståndet till redaktionsledningens inflytande är dock som framgår av figuren stort.

Andra maktaktörer bedöms ha ett litet inflytande över redaktionella profilen. Ägarna/ägaren, annonsavdelningen<sup>1</sup>, och journalistklubben har samtliga negativa indexvärden och bedöms följaktligen till övervägande delen ha ett mycket eller ganska litet inflytande. Företagsledningen ligger nära nollpunkten, vilket innebär att det är ungefär lika

<sup>1</sup> Marknadsavdelningen ingick även i frågan, men svaren redovisas ej eftersom resultatet nästan helt överensstämmer med de svar som ges för annonsavdelningen.

**Figur 15.1 Redaktionellt och dagligt inflytande (inflytandeindex).**

**Frågan löd:** Om Du tänker på vem som har inflytande över den redaktionella profilen inom det medium där Du arbetar, hur skulle Du vilja bedöma nedanstående personers/grupper inflytande? respektive "inflytande över det redaktionella innehållet som det faktiskt ser ut en viss dag?"

**Kommentar:** Inflytandeindex se kommentar i text.

många som anser att företagsledningen har ett inflytande över den redaktionella profilen som att den inte har något inflytande.<sup>2</sup>

Spridningen mellan olika maktaktörers långsiktiga inflytande över det redaktionella innehållet är alltså mycket stor. Och spridningen i svarsmönstret är ännu mer markant när journalisterna bedömer vem som har inflytande över hur redaktionella innehållet ser ut en viss dag (skalan till höger i figuren). På ena sidan ställs redaktionsledningen och enskilda journalister som bedöms ha ett mycket stort inflytande och på andra sidan annonsavdelning, ägare och företagsledning som bedöms ha ett mycket litet inflytande över hur journalistiken i det egna mediet faktiskt ser ut en viss dag. Och mittemellan dessa två motpolers inflytande bedöms den ansvariges utgivarens inflytande ligga.

Men det kanske mest slående resultatet i figur 15.1 är den stora skillnaden i journalisternas bedömningar av de inre maktförhållanden som råder när det gäller det långsiktiga inflytandet över den redaktionella profilen och det kortsiktiga inflytandet över det redaktionella innehållet en viss dag.

Enskilda journalisters inflytande bedöms vara betydligt större i det dagliga arbetet än i det långsiktiga redaktionella arbetet, medan alla andra maktaktörer (med undantag för redaktionsledningen) bedöms ha ett avsevärt mindre inflytande över hur redaktionella innehållet ser ut en viss bestämd dag. Resultatet är föga överraskande. Men även om resultatet är förväntat är det inte mindre viktigt för det, eftersom det säger något väsentligt om hur svenska journalister bedömer de inre maktförhållanden som råder inom de medier där de själva arbetar.

Den bild som journalistkären ger är att redaktionsledning och enskilda journalister bestämmer över det dagliga arbetet under uppsikt av den ansvarige utgivaren. Andra intressenter som ägare, annonsavdelning, företagsledning och journalistklubb anses ha inget eller nästan inget inflytande.

---

2 I 1995 års journalistundersökning som var starkt inriktad på frågor kring mångfald, mediekoncentration och maktfrågor ställdes även frågor där journalisterna fick bedöma vilka maktförhållandena som de uppfattade rädde inom olika mediegrupper. Ett resultat var bland annat att journalister bedömdes ha ett större inflytande i olika typer av dagspress än i radio och tv. Framförallt bedömdes enskilda journalister ha ett stort inflytande inom landsortspresen. Det visade sig också att de olika mediegrupperna bedömdes annorlunda beroende på om man arbetade inom den aktuella mediegruppen eller inte. De journalister som var verksamma inom mediet värderade genomgående det egna redaktionella inflytandet högre än "utanförstående" gjorde. De som arbetar inom den aktuella mediegruppen tillskrev den publicistiska sidan ett större inflytande än den kommersiella sidan, medan det omvända gäller för den bedömning som "utanförstående" gör (Asp och Weibull, 1996: 46-52).

### Journalister och ansvarig utgivare

Så långt den bild som journalisterna ger av vilka inre maktförhållanden som råder inom de medier där de arbetar. För första gången finns det nu också möjlighet att jämföra denna bild med den bild som ansvarig utgivare ger av samma sak, eftersom samma frågor ställdes i den enkät som riktades till ansvarig utgivare inom dagspress, radio och tv.

Resultatet presenteras i sammanfattande form i tabell 15.1 med hjälp av det tidigare beskrivna Inflytandeindexet.

**Tabell 15.1 Redaktionellt och dagligt inflytande - en jämförelse journalister-ansvarig utgivare (inflytandeindex).**

|                       | Inflytande redaktionsprofil |                   |          | Inflytande viss dag |                   |          |
|-----------------------|-----------------------------|-------------------|----------|---------------------|-------------------|----------|
|                       | Journalister                | Ansvarig utgivare | Skillnad | Journalister        | Ansvarig utgivare | Skillnad |
| Redaktionsledningen   | +86                         | +98               | -12      | +78                 | +84               | -6       |
| Ansvarig utgivare     | +46                         | +84               | -38      | +2                  | +28               | -26      |
| Enskilda journalister | +30                         | +76               | -46      | +72                 | +92               | -20      |
| Företagsledningen     | +10                         | +12               | -2       | -62                 | -72               | -10      |
| Ägarna                | -20                         | -64               | +44      | -70                 | -96               | +26      |
| Annonsavdelningen     | -44                         | -84               | +40      | -76                 | -94               | +18      |
| Journalistklubben     | -88                         | -74               | -14      | -96                 | -94               | -2       |

**Frågan löd:** Se figur 15.1

**Kommentar:** Inflytandeindex se kommentar i text.

Journalister och ansvarig utgivare ger i sina svar ungefär samma bild av den inre maktstrukturen i våra medier. De olika maktaktörernas inflytande rangordnas i stort sett på samma sätt – både när det gäller det långsiktiga inflytandet över den redaktionella profilen och det kortsiktiga inflytandet över det redaktionella innehållet en viss dag. Men även om maktaktörens inflytande rangordnas på samma sätt finns det en tydlig skillnad i synen på den egna gruppens inflytande och vilket inflytande ägare och annonsörer har.

Journalistkåren uppfattar att enskilda journalister (de själva) har ett betydligt mindre inflytande än vad de redaktionellt ansvariga anser, medan de redaktionellt ansvariga uppfattar att ansvarige utgivare (de själva) har ett betydligt större inflytande än vad journalisterna anser. Journalisterna tonar alltså ned sitt inflytande, medan ansvariga chefer istället betonar sitt inflytande. Det gäller både deras långsiktiga och



det kortsiktiga inflytande, även om skillnaderna är klart störst när det gäller inflytandet på den redaktionella profilen. Däremot har de större samsyn på redaktionsledningens inflytande.

Det är även en stor skillnad i synen på ägarnas och annonsörernas inflytande. Ansvarig utgivare upplever att ägarna och annonsörerna har ett klart mindre inflytande och att journalistklubben har ett något större inflytande än vad journalisterna gör. Det gäller i första hand inflytandet över den redaktionella profilen, skillnaden är mindre när det gäller bedömningen av deras inflytande över den redaktionella innehållet en viss dag. Och det gäller generellt. Samstämmigheten mellan journalister och ansvariga chefer är betydligt större när det gäller synen på vem som bestämmer över det redaktionella innehållet en viss dag än vem som står för det långsiktiga inflytandet.

### **Stabilitet och förändring**

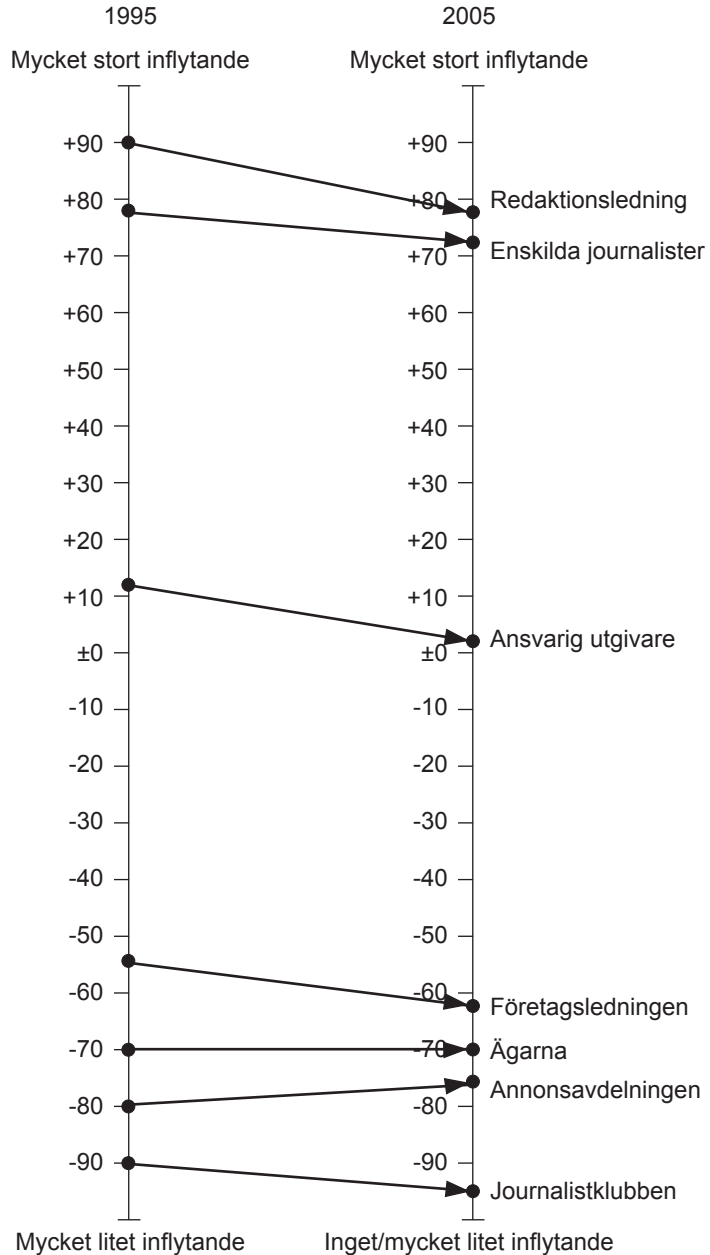
Har journalisternas syn på de inre maktförhållandena förändrats över tid? Gör kåren en annan bedömning idag än man gjorde för tio år sedan?

Frågan är möjlig att besvara genom att de svar som gavs i 2005 års undersökning kan jämföras med de svar som gavs i 1995 års undersökning. Resultatet presenteras i figur 15.2 när det gäller journalisternas bedömningar av de olika maktaktörernas kortsiktiga inflytande över det redaktionella innehållet en viss dag.

Det som i första hand slår en är den påtagliga stabilitet som finns i journalistkårens bedömningar. Journalisterna har i stort sett samma uppfattning idag av vem som har inflytande över hur den dagliga journalistiken ser ut i det medium de själva arbetar som för tio år sedan. Men den lilla förändring som trots allt kan spåras bildar ett tydligt mönster. Samtliga potentiella maktaktörer med undantag för annonsavdelningen och ägarna upplevs ha ett mindre inflytande 2005 än 1995.

Skillnaden skall inte övertolkas, men det är möjligt att journalistkåren upplever att andra maktaktörer som har inflytande över hur den dagliga journalistiken utformas, exempelvis politiker och andra nyhetskällor, har ett större inflytande i dag än tidigare och man därför uppfattar att både redaktionsledning och enskilda journalister tappat något i inflytande i det dagliga nyhetsarbetet.

**Figur 15.2** Dagligt inflytande 1995 och 2005 (inflytandeindex).



**Frågan löd:** Se figur 15.1

**Kommentar:** Inflytandeindex se kommentar i text.

Om den begränsade förändringen tolkas på så sätt skulle det tyda på en viss maktförskjutning, men att den i så fall skulle vara mycket liten som inte på något sätt vittnar om att det ägt rum en sådan tydlig maktförskjutning till smart medieanpassade nyhetsaktörer och lobbyister som antytts i de senaste årens debatt.

Motsvarande resultat för journalistkårens bedömningar av det långsiktiga inflytande över den redaktionella profilen i det medium de arbetar presenteras i figur 15.3. Som framgår ger det en helt annan bild av de inre maktförhållanden än vad som gällde för inflytandet över innehållet en viss dag. Resultatet visar på mycket stora och tydliga förändringar.

År 2005 bedöms företagsledningen, ägarna och annonsavdelningen ha ett avsevärt större inflytande, och enskilda journalister ett avsevärt mindre inflytande över den redaktionella profilen än tio år tidigare. Redaktionsledning och ansvarig utgivare uppfattas ha ungefär samma inflytande 1995 som 2005.

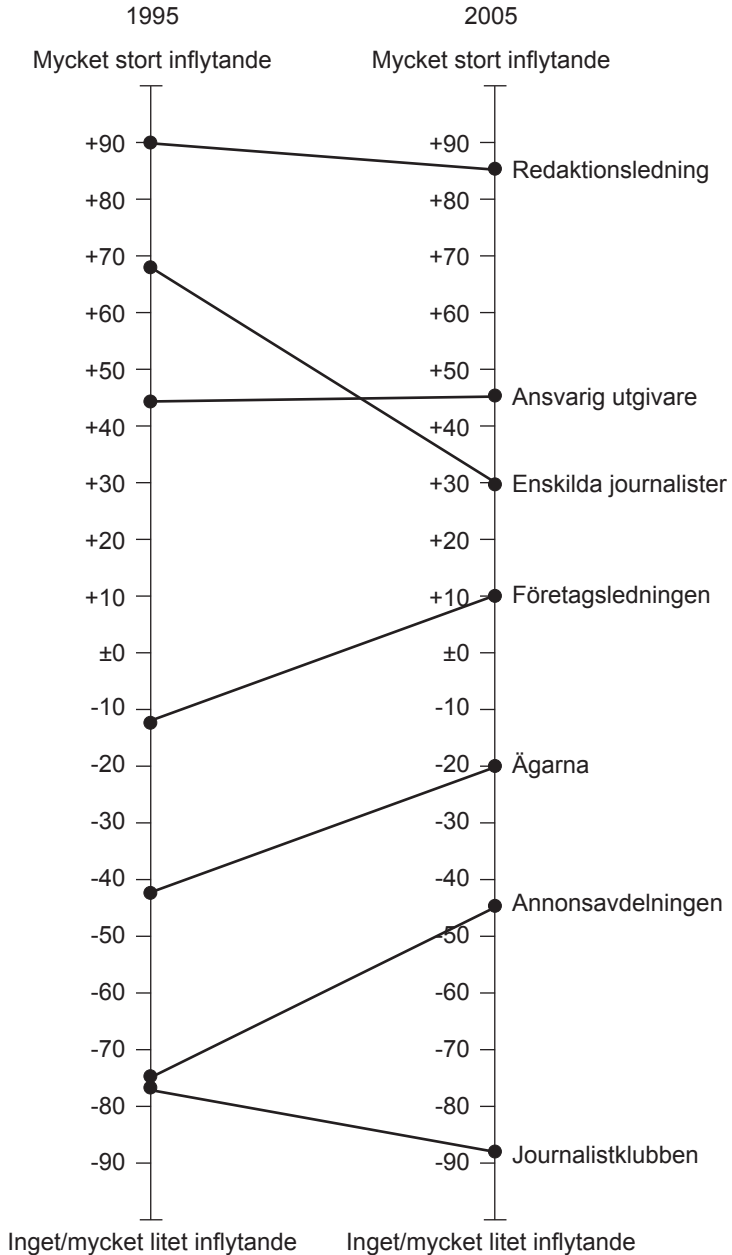
Utvecklingen över tid visar på en kraftigt förändrad syn på de inre mer långsiktigt verkande maktförhållandena inom svenska nyhetsmedier. Enligt journalistkåren har ägare, direktörer och annonsavdelningen under de senaste tio åren flyttat fram sina positioner, medan de själva har förlorat i inflytande.

Men även om utvecklingen över tid vittnar om stora förändringar i synen på vem som har det långsiktiga redaktionella inflytandet är det ändå fortfarande så att redaktionsledning, ansvarig utgivare och enskilda journalister upplevs ha ett betydligt större inflytande över den redaktionella profilen än annonsavdelningarna och ägarna och även ett klart större inflytande än företagsledningen. Det är en klart större andel bland journalisterna som anser att ägarna och annonsavdelningen har ett litet inflytande än de som anser att de har ett stort inflytande.

### **Mäktiga massmedier**

Det är redaktionsledning och enskilda journalister som har makten över den dagliga journalistiken. Det gäller även mediernas mer långsiktiga redaktionella profil. Andra aktörer som ägare, företagsledning, annonsavdelning har inget eller litet inflytande när journalisterna bedömer maktförhållandena på den egna arbetsplatsen. Samma uppfattning ger de som är ansvarig utgivare uttryck för, även om de tillskriver enskilda journalister ett större inflytande än vad journalisterna själva gör.

**Figur 15.3 Redaktionellt inflytande 1995 och 2005 (inflytandeindex).**



**Frågan löd:** Se figur 15.1

**Kommentar:** Inflytandeindex se kommentar i text.

Journalistkåren gav år 1995 och 2005 i stort sett samma bild av vem som hade inflytandet över den dagliga journalistiken. Däremot uppfattade journalisterna att de 2005 hade ett mindre inflytande över den redaktionella profilen än 1995, samtidigt som de kommersiella intressena upplevdes ha ökat sitt inflytande.

Återigen inställer sig frågan om journalistkårens uppfattningar om maktförhållandena på den egna arbetsplatsen stämmer överens med vad som faktiskt har hänt under de senaste tio åren. Oavsett vad svaret blir så är det samma svarsmönster som vi fann när det gällde vem som uppfattades ha makten över det samlade svenska medieutbudet (kapitel 14). Även i det fallet upplevde journalisterna att de själva förlorat terräng, medan mediernas publik och annonsörer ökat i inflytande.

Men även om journalistkåren uppfattar att kommersiella intressen långsiktigt har ökat sitt inflytande över journalistiken står det klart att journalisterna själva uppfattar medierna som mäktiga. Journalister och medier uppfattas inte enbart av journalistkåren ha stor makt över publiken, utan också stor makt över den journalistik och det innehåll som påverkar publiken.

# Kapitel 16

## Journalisters sambälsförtroende<sup>1</sup>

Lennart Weibull

Varje sambälsbildning bygger på förtroende. Om människor skall kunna leva tillsammans måste vi kunna lita på varandra både i trafiken, i affären och på arbetsplatsen. I komplexa sambälsen måste vi utgå ifrån att institutioner och organisationer fungerar även då vi saknar möjlighet till inblick. Förtroende står för ett grundläggande förhållningssätt till sambälet. Å ena sidan är det ett slags mekanism för att reducera social komplexitet i det dagliga livet; den innebär att vi minskar vår osäkerhet och därigenom underlättar ställningstaganden.<sup>2</sup> Å andra sidan är förtroende ett slags försanthållande som får konsekvenser för synen på ett sambäles sätt att fungera beroende på de egenskaper vi tillskriver olika sambälsinstitutioner.<sup>3</sup> Ett sambäles existens är beroende av att människor har förtroende för de centrala institutionerna. Om institutionsförtroendet urholkas riskerar sambälet att falla sönder.<sup>4</sup>

I det moderna sambälets kommunikationssystem har de stora medieinstitutionerna en central roll. Det är genom dessa flertalet medborgare får sina föreställningar om hur andra sambälsinstitutioner fungerar. Dessutom bygger journalistiken i sig i stor utsträckning på att det finns förtroende. Mediernas relationer till sina källor förutsätter att det råder ett ömsesidigt förtroende. På motsvarande sätt är mediernas betydelse för nyhetsförmedling och opinionsbildning betingad av att publiken har förtroende för deras innehåll. I dessa processer är journalisterna nyckelpersoner. I sin yrkesroll har de en större erfarenhet än många av hur olika typer av sambälsinstitutioner fungerar, liksom de har inflytande över den bild av sambälet som medierna förmedlar.

---

1 Översikten av förtroende bygger till stor del på motsvarande framställningar om sambälsförtroendet bland allmänheten i Holmberg och Weibull (bl a 1999, 2001 och 2003).

2 Luhmann, 1989:23ff.

3 jfr Misztal, 1996:14

4 Bok, 1980; Rothstein, 2003

I debatten om svensk journalistik har det ibland påståtts att journalistkåren skulle ha ett lägre samhällsförtroende än allmänheten. Ett uttryck för detta skulle vara det som ibland brukar beskrivas som 'negativa nyheter'.<sup>5</sup> Det kan också ligga nära till hands att anta att ambitionen att bedriva kritisk granskning är uttryck för misstro mot samhällets maktbärare och etablerade institutioner, något som bl a framförts i anmälningar till Granskningsnämnden för radio och TV.<sup>6</sup> Frågan är då om journalister har ett lägre förtroende för samhällets institutioner än vad allmänheten har.

I det följande är avsikten att redovisa förtroendet för olika samhällsinstitutioner bland svenska journalister. Utgångspunkten är journalistkårens förtroende för tretton olika samhällsinstitutioner år 2005, totalt och i olika grupper. Därefter redovisas några tendenser i hur förtroendet förändrats under den senaste tioårsperioden. I kapitlets avslutande del ställs journalistkårens samhällsförtroende mot allmänhetens.

### **Stort och litet samhällsförtroende**

I Journalistundersökningen 2005 fick svarspersonerna ange vilket förtroende de tillmätte tretton olika samhällsinstitutioner. Motsvarande fråga ställdes även till redaktionsledarna. En översikt av resultaten från de två undersökningarna redovisas i tabell 16.1. I tabellen har institutionerna rangordnats efter graden av förtroende de åtnjuter. Utgångspunkten är ett balansmått, vilket anger andelen som har stort förtroende minus andelen som har litet förtroende.<sup>7</sup>

Om vi utgår från journalistkåren som helhet är det fyra institutioner som åtnjuter särskilt stort förtroende, nämligen radio/TV, sjukvården, dagspressen och universitet/högskolor. De har samtliga ett balansmått på minst +50, vilket innebär en kraftig övervikt för andelen med stort förtroende. Ett utmärkande drag är dock att det är relativt få som markerar 'mycket stort' utan flertalet anger istället 'ganska stort'. Redaktionsledarna har samma fyra samhällsinstitutioner högst, men uppvisar överlag ett något högre förtroende än vad journalistkåren i allmänhet gör, inte minst i fråga om andelarna för 'mycket stort' förtroende.

---

5 Weibull, 2000.

6 Weibull, 2006.

7 Balansmättet kan gå från +100, vilket innebär att samtliga har högt förtroende till -100, då samtliga har litet förtroende. De som svarar att de varken har stort eller litet förtroende ingår inte i mättet annat än indirekt.

**Tabell 16.1** Förtroendet för samhällsinstitutioner (procent och balansmätt).*A. Journalist 2005*

| <b>Samhälls-<br/>institution</b> | <b>Mycket<br/>stort</b> | <b>Ganska<br/>stort</b> | <b>Varken<br/>eller</b> | <b>Ganska<br/>litet</b> | <b>Mycket<br/>litet</b> | <b>Totalt</b> | <b>Balans-<br/>mätt</b> |
|----------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|-------------------------|
| Radio/TV                         | 6                       | 61                      | 29                      | 4                       | 0                       | 100           | +63                     |
| Sjukvården                       | 13                      | 55                      | 22                      | 9                       | 1                       | 100           | +58                     |
| Dagspressen                      | 4                       | 59                      | 31                      | 6                       | 0                       | 100           | +57                     |
| Universitet/<br>högskolor        | 5                       | 50                      | 40                      | 4                       | 1                       | 100           | +50                     |
| Domstolarna                      | 5                       | 44                      | 36                      | 13                      | 2                       | 100           | +34                     |
| Riksdagen                        | 2                       | 37                      | 47                      | 12                      | 2                       | 100           | +25                     |
| Regeringen                       | 2                       | 33                      | 43                      | 18                      | 4                       | 100           | +13                     |
| Polisen                          | 2                       | 33                      | 39                      | 23                      | 3                       | 100           | +9                      |
| De fackliga org                  | 1                       | 27                      | 53                      | 16                      | 3                       | 100           | +9                      |
| Försvaret                        | 2                       | 13                      | 52                      | 26                      | 7                       | 100           | -18                     |
| Storföretagen                    | 1                       | 15                      | 46                      | 29                      | 9                       | 100           | -22                     |
| Bankerna                         | 1                       | 15                      | 39                      | 35                      | 10                      | 100           | -29                     |
| Kungahuset                       | 2                       | 11                      | 41                      | 21                      | 25                      | 100           | -33                     |

*B. Redaktionsledare 2005*

| <b>Samhälls-<br/>institution</b> | <b>Mycket<br/>stort</b> | <b>Ganska<br/>stort</b> | <b>Varken<br/>eller</b> | <b>Ganska<br/>litet</b> | <b>Mycket<br/>litet</b> | <b>Totalt</b> | <b>Balans-<br/>mätt</b> |
|----------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|-------------------------|
| Radio/TV                         | 22                      | 58                      | 16                      | 4                       | 0                       | 100           | +76                     |
| Dagspressen                      | 13                      | 67                      | 15                      | 5                       | 0                       | 100           | +75                     |
| Sjukvården                       | 15                      | 60                      | 14                      | 10                      | 1                       | 100           | +64                     |
| Domstolarna                      | 13                      | 55                      | 29                      | 4                       | 0                       | 100           | +64                     |
| Universitet/<br>högskolor        | 6                       | 56                      | 32                      | 4                       | 1                       | 100           | +57                     |
| Riksdagen                        | 2                       | 34                      | 54                      | 10                      | 0                       | 100           | +26                     |
| Regeringen                       | 1                       | 35                      | 43                      | 20                      | 1                       | 100           | +15                     |
| Polisen                          | 2                       | 39                      | 30                      | 25                      | 4                       | 100           | +12                     |
| Storföretagen                    | 2                       | 24                      | 56                      | 18                      | 0                       | 100           | +8                      |
| Kungahuset                       | 5                       | 17                      | 47                      | 18                      | 13                      | 100           | -9                      |
| Bankerna                         | 1                       | 25                      | 40                      | 29                      | 5                       | 100           | -8                      |
| Försvaret                        | 2                       | 17                      | 55                      | 19                      | 7                       | 100           | -7                      |
| De fackliga org                  | 1                       | 19                      | 47                      | 27                      | 6                       | 100           | -13                     |

**Frågan löd:** Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande samhällsinstitutioner och grupper sköter sitt arbete? **Kommentar:** Balansmättet anger förhållandet mellan stort och litet förtroende. Det kan gå mellan + 100 (alla svarspersoner anger högt förtroende) och -100 (alla svarspersoner anger lågt förtroende).



I botten på förtroendelistan placerar journalistkåren försvaret, storföretagen, bankerna och kungahuset. Här ligger balansmåttan på minus, vilket innebär att fler av de svarande snarare har ett litet än ett stort förtroende för dem, låt vara att det är relativt många som saknar uppfattning och placerar sig i mitten. Redaktionsledarna har minusvärden för tre av dessa institutioner – kungahuset, bankerna och försvaret – men ett svagt plusvärde för storföretagen (+8). Istället har redaktionsledarna minusvärden för de fackliga organisationerna, där kåren som helhet har ett svagt plusvärde (+9).

Överlag råder en stor överensstämmelse mellan den samlade journalistkårens och redaktionsledarnas bedömningar. Det är i stort sett samma institutioner som bedöms positivt respektive negativt. Den skillnad som framträder är att redaktionsledarna genomsnittligt gör en något mer positiv bedömning av de tretton institutionerna (genomsnittligt balansmått +28) än journalistkåren som helhet (+17).

Det finns också möjlighet att studera journalisternas respektive redaktionsledarnas samlade samhällsförtroende alltså den genomsnittliga förtroendebalansen för de tretton institutionerna. Exempelvis är andelen av journalistkåren som inte har åtminstone ganska stort förtroende för någon av de tretton samhällsinstitutionerna nästan 30 procent. Bland redaktionsledarna är motsvarande andel endast 20 procent. Omvänt gäller att en majoritet av både journalister och redaktionsledare genomsnittligt har ett högt samhällsförtroende: medelvärden i båda grupperna ligger mellan 'ganska stort förtroende' och 'varken stort eller litet förtroende'. Spridningen är dock som väntat större inom den mer heterogena journalistkåren.

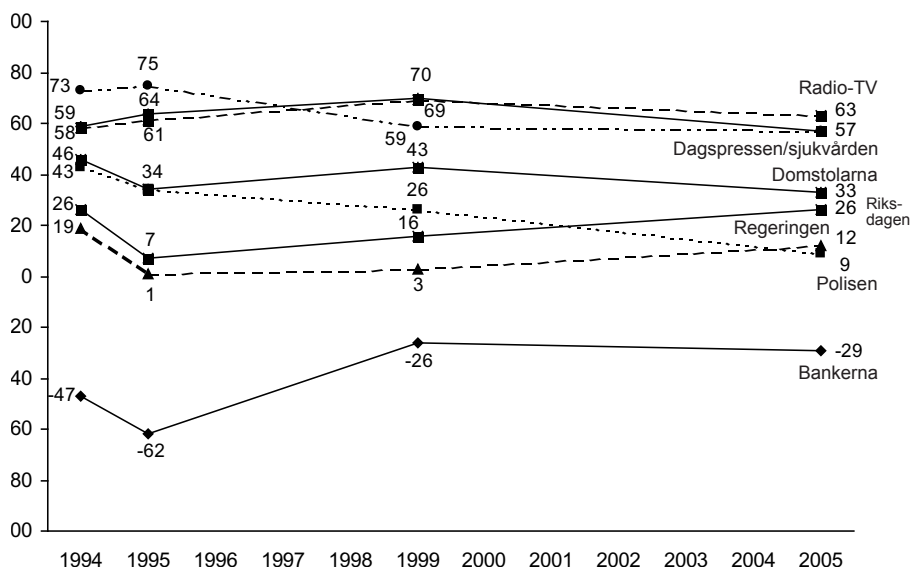
### **Både ökat och minskat förtroende**

Frågan om journalistkårens förtroende för olika samhällsinstitutioner ställdes första gången 1994. Därefter har den förekommit i undersökningarna 1995 och 1999, men alla institutioner har inte bedömts samtliga år. För några av de centrala finns emellertid fyra mätpunkter, låt vara att de två första – 1994 och 1995 – ligger relativt tätt. Det är således möjligt att belysa utvecklingen över en tioårsperiod.

Det allmänna bedömningsmönstret är detsamma samtliga undersökta år. Radio/TV, dagspressen och sjukvården åtnjuter samtliga år störst förtroende bland journalister medan bankerna och storföretagen ligger lägst; regeringen, riksdagen och polisen finns i mitten men på plussidan (figur 16.1). När det gäller enskilda år är bedömningarna

för flertalet institutioner anmärkningsvärt positiva 1994 i förhållande till 1995. I en längre tidsserie av förtroendebedömningar bland allmänheten framträder just 1994 som ett positivt avvikande år, vilket sannolikt har att göra med att det var ett valår med åtföljande regeringskifte. Det är därför inte rimligt att betrakta 1994 års resultat som uttryck för någon trend.

**Figur 16.1 Samhällsförtroende bland journalister (balansmätt).**



Källa: Journalistundersökningarna 1994, 1995, 1999 och 2005.

När det gäller förändringstendensen i bedömningarna av enskilda institutioner finns två tendenser att lyfta fram. Den ena är att förtroende för samhällsservice som sjukvård och polis över tid tappar relativt mycket förtroende i journalistkårens ögon. Detsamma gäller även domstolarna mellan 1999 och 2005. Omvänt gäller att särskilt riksdagen men också regeringen under samma tidsperiod ökar i förtroende. Det senare gäller delvis även bankerna, som dock ligger på en låg nivå samtliga år. De institutioner som bedöms relativt likartat hela perioden är medierna; över tid noteras dock en svag nedgång framför allt i förtroendet för dagspressen.

Förändringarna i bedömningarna är inte unika för journalistkåren utan uppvisar vissa grundläggande likheter med allmänhetens förtroendebedömningar under samma tid. Det gäller inte minst nedgången för samhällsservice och dagspress, något som skall belysas närmare i det avslutande avsnittet.

### **Fyra dimensioner**

Inom journalistkåren som helhet finns det starka samband mellan hur olika institutioner bedöms. Överlag gäller att sambanden är positiva: den som har högt förtroende för en institution tenderar också att ha det för andra. Vissa samband är höga som t ex mellan förtroendet för radio/TV och dagspress (.58), medan det för andra är låga, exempelvis mellan förtroendet för regeringen och förtroendet för kungahuset (.10). I själva verket visar en sambandsanalys av förtroendebedömningarna att det inte finns någon enda negativ korrelation. De som gör uppskattande förtroendebedömningar på plussidan gör det således inte bara för några få institutioner utan för de flesta; detsamma gäller för människor som tenderar att göra låga eller negativa förtroendebedömningar.

Korrelationerna uppvisar i stort sett förväntade mönster, t ex att politiska institutioner bedöms efter likartade kriterier. En explorativ faktoranalys baserad på förtroendesambanden mellan de tretton bedömda institutionerna ger upphov till en lösning med tre dimensioner.<sup>8</sup> En förfining av analysen ger fyra meningsfulla dimensioner: ekonomi, medier, politik och samhälle (tabell 16.2).

Storföretag och banker utgör kärnan i ekonomidimensionen med kungahuset något svagare anknutet. På mediedimensionen laddar utöver radio/TV och dagspress även universitet/högskolor, om än svagt; det motiverar möjligen att den snarast är att betrakta som en information. Politikdimensionen domineras av regering, riksdag och fackliga organisationer. Den dimension som benämnts samhälle är svagare; sjukvård och polis står dock starkt inom den. Det är i stort sett samma huvuddimensioner som framkommer i analyser av motsvarande förtroendebedömningar bland allmänheten.<sup>9</sup>

8 Lösning enligt Kaiser's kriterium med varimaxrotering.

9 Se t ex Holmberg och Weibull, 2002, 2003

**Tabell 16.2 Dimensioner i journalisternas förtroendebedömningar (faktorladdningar).**

|                           | <i>Ekonomi</i> | <i>Medier</i> | <i>Politik</i> | <i>Samhälle</i> |
|---------------------------|----------------|---------------|----------------|-----------------|
| Storföretagen             | .78            | .15           | .08            | .02             |
| Bankerna                  | .77            | .14           | .20            | .01             |
| Kungahuset                | .65            | .03           | -.09           | .27             |
| Radio- TV                 | .06            | .83           | .12            | .07             |
| Dagspressen               | .20            | .82           | .08            | .00             |
| Universitet/högskolor     | .02            | .45           | .19            | .33             |
| Regeringen                | .06            | .01           | .81            | .24             |
| Riksdagen                 | .19            | .12           | .72            | .29             |
| Fackliga organisationerna | -.00           | .31           | .67            | -.01            |
| Sjukvården                | -.08           | .19           | .10            | .75             |
| Polisen                   | .19            | .00           | .19            | .68             |
| Försvaret                 | .45            | -.08          | .16            | .54             |
| Domstolarna               | .27            | .31           | .18            | .41             |
| Förklarad varians         | 28%            | 12%           | 10%            | 7%              |

**Kommentar:** Fyrfaktorladdning. Varimaxrotering.

### Förtroende i olika grupper

Det har redan framgått att det finns en klar spridning i samhällsförtroende mellan olika grupper av journalister. Det är knappast överraskande med tanke på den successiva differentiering som skett inom mediasystemet. I tabell 16.3 finns en översikt av förtroendebedömningarna med hänsyn till dels traditionella bakgrundsfaktorer som kön, ålder och utbildning, dels politisk orientering.

När det gäller skillnader mellan kvinnors och mäns förtroendebedömningar visar sig kvinnliga journalister överlag ha ett något högre samhällsförtroende än manliga. Visserligen är skillnaderna ofta relativt små men tendensen är tydlig. Det är intressant nog exakt samma mönster som hos allmänheten i stort: kvinnor uppvisar ett något högre förtroende än män.<sup>10</sup>

10 Holmberg och Weibull, 2006

**Tabell 16.3** Förtroendet för samhällsinstitutioner bland journalister med olika bakgrund 2006 (balansmått).

| Samhällsinstitution   | Kön     |     | Ålder |       |       |     |
|-----------------------|---------|-----|-------|-------|-------|-----|
|                       | Kvinnor | Män | -34   | 35-44 | 45-54 | 55+ |
| Radio/TV              | +66     | +60 | +69   | +66   | +58   | +63 |
| Sjukvården            | +53     | +58 | +57   | +63   | +51   | +54 |
| Dagspressen           | +62     | +52 | +65   | +62   | +50   | +47 |
| Universitet/högskolor | +51     | +49 | +53   | +49   | +52   | +43 |
| Domstolarna           | +35     | +32 | +31   | +45   | +35   | +13 |
| Riksdagen             | +24     | +22 | +30   | +28   | +23   | +17 |
| Regeringen            | +16     | +10 | +18   | +19   | +5    | +1  |
| Polisen               | +20     | +1  | +15   | +22   | +1    | -10 |
| De fackliga org.      | +18     | +1  | +19   | +5    | +4    | +6  |
| Försvaret             | -14     | -23 | -23   | -14   | -24   | -13 |
| Storföretagen         | -22     | -24 | -27   | -24   | -22   | -21 |
| Bankerna              | -27     | -30 | -18   | -34   | -33   | -31 |
| Kungahuset            | -27     | -39 | -37   | -28   | -37   | -30 |
| Svenska politiker     | -2      | ±0  | +2    | +4    | +2    | -18 |

| Samhällsinstitution   | Vänster-höger självplacering |     |     |     | Utbildning |     |
|-----------------------|------------------------------|-----|-----|-----|------------|-----|
|                       | KV                           | NV  | VE  | H   | MH         | H   |
| Radio/TV              | +61                          | +68 | +53 | +64 | +64        | +63 |
| Sjukvården            | +60                          | +58 | +50 | +62 | +63        | +55 |
| Dagspressen           | +46                          | +60 | +55 | +65 | +55        | +59 |
| Universitet/högskolor | +55                          | +52 | +43 | +47 | +46        | +51 |
| Domstolarna           | +25                          | +36 | +25 | +44 | +34        | +36 |
| Riksdagen             | +26                          | +34 | +10 | +22 | +15        | +31 |
| Regeringen            | +21                          | +28 | -2  | -16 | +14        | +15 |
| Polisen               | +1                           | +10 | +18 | +10 | +21        | +7  |
| De fackliga org.      | +29                          | +18 | -3  | -19 | +8         | +11 |
| Försvaret             | -28                          | -22 | -12 | +6  | -16        | -19 |
| Storföretagen         | -46                          | -27 | -15 | -1  | -23        | -24 |
| Bankerna              | -54                          | -26 | -13 | -9  | -18        | -32 |
| Kungahuset            | -52                          | -44 | -19 | -7  | -27        | -34 |
| Svenska politiker     | +2                           | +16 | -26 | -20 | +8         | -1  |

**Teckenförklaring:** Utbildning: MH = gymnasieutbildning, H = högskoleutbildning; Vänster-högersjälvplacering: en skala mellan 0 – 10, där 0 är klart till vänster och 10 klart till höger. Svaren har grupperats så att KV (klart vänster) är 0 – 2, NV (något vänster) 3 – 4, VE (varken eller) 5 och H (höger) är 6 – 10).

Också i fråga om åldersskillnader i bedömningar uppvisar journalistkåren likheter med allmänheten i stort. Det är framför allt de yngre som har ett något högre samhällsförtroende, medan journalister som är 45 år eller äldre uppvisar ett lägre förtroende; endast i ett par fall har de ett högre förtroende än de som är yngre men skillnaderna är små och inte statistiskt säkerställda. Några entydiga tendenser efter utbildningsnivå kan inte utläsas.

Synen på samhällsinstitutioner har naturligt nog ofta sin grund i samhällssyn eller ideologi.<sup>11</sup> Studier av allmänheten har visat att det finns både 'vänster-' (t ex de fackliga organisationerna) och 'högerinstitutioner' (t ex kungahuset). Med det menas att de förra åtnjuter ett större förtroende bland personer som placerar sig politiskt till vänster och de senare bland dem som placerar sig till höger. Också inom journalistkåren uppträder samma mönster. Storföretagen, bankerna och kungahuset värderas klart mer negativt bland journalister som placerar sig till vänster, medan bedömningarna av de fackliga organisationerna får den mest kritiska värderingen av dem som placerar sig politiskt till höger. Också bedömningarna av regeringen – och den särskilda bedömningen av svenska politiker – visar på ett relativt högt samband med vänster-högeråsikter: personer som placerar sig till vänster har ett högre förtroende än de som placerar sig till höger.

Även om det finns grundläggande likheter skiljer sig ändå journalistkåren från allmänheten genom att 'högerinstitutionerna' får en negativ bedömning även bland personer som själva placerar sig relativt till höger. Detta torde spegla det faktum att journalistkåren som helhet ligger till vänster om allmänheten och en subjektiv högerplacering bland journalister inte exakt motsvarar en subjektiv högerplacering bland allmänheten (jfr Kent Asps artikel om politiska åsikter bland journalister) men också skillnader i själva frågorna.

När det gäller arbetsplats finner vi ett generellt mönster att journalister som arbetar i Stockholm överlag har ett något lägre samhällsförtroende än de som arbetar i landsorten. Skillnaderna är inte dramatiska men i några fall, t ex i synen på domstolar och polis, ändå betydande. Bakom detta ligger även typen av arbetsplats. Av anställda i enskilda medier framträder det lägsta samhällsförtroendet bland kvällspressens journalister: på tio av de tretton bedömda institutionerna ligger dessa klart under genomsnittet. En motpol utgörs av Sveriges Radio-journalisterna i Stockholm som överlag har ett relativt högt samhällsförtroende. Föga överraskande finner vi det största förtroendet för radio/

11 Elliot, 1997.

TV hos journalister på Sveriges Television och Sveriges Radio. Mindre väntat är möjligen att SVT-journalister även ligger bland de högsta när det gäller förtroendet för dagspress – tillsammans med journalister i storstadsmorgon- och landsortspress.

I fråga om bevakningsområde är bilden mindre entydig. I jämförelse med personer som främst arbetar med sport, nöje och familj har journalister med inriktning på politik och samhälle något högre förtroende för riksdagen och lägre för kungahuset och bankerna; de är också mindre positiva till domstolarna och mindre negativa till försvar. Det är svårt att i resultaten urskilja något slag av politiskt mönster som är knutet till bevakningsområdet. Möjligen kan noteras att de som bevakar politik har högre förtroende än övriga grupper för både riksdagen och svenska politiker, men skillnaderna är trots allt små.

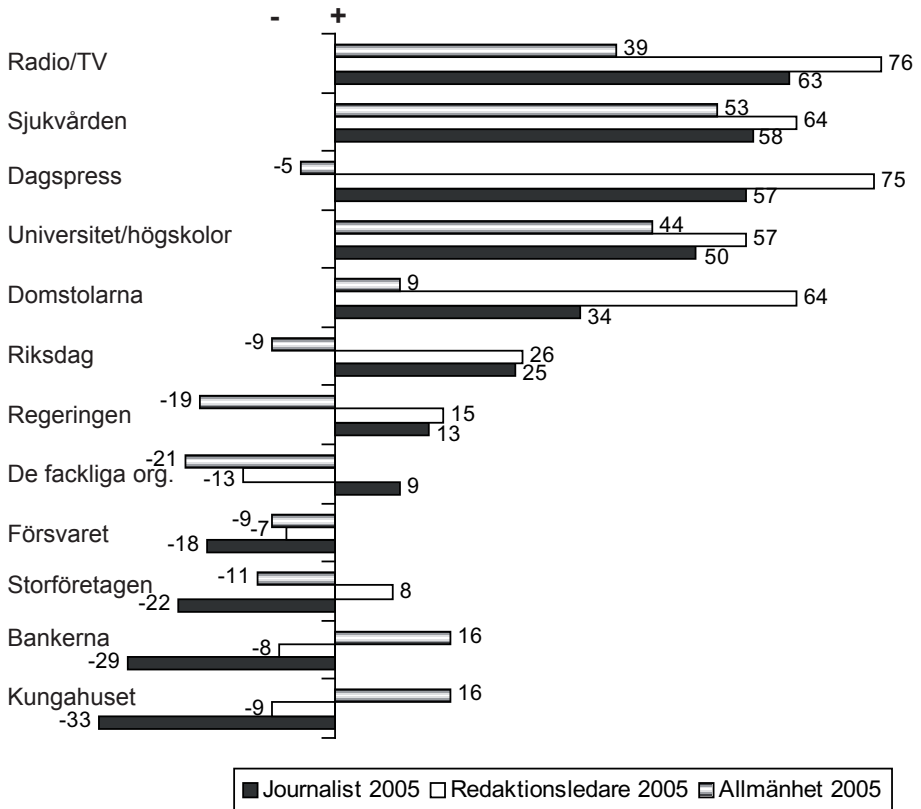
### **Journalister och allmänhet**<sup>12</sup>

På flera punkter i det föregående har det gjorts hänvisningar till motsvarande förtroendebedömningar bland allmänheten. I detta avslutande avsnitt är avsikten att mer systematiskt studera förhållandet mellan allmänhetens och journalistkårens samhällsförtroende. Jämförelsen bygger på de årliga mätningar av förtroende som SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomfört sedan 1986 (Jfr Holmberg och Weibull, 2006). I figur 16.2 redovisas en direkt jämförelse mellan allmänhetens och journalistkårens respektive redaktionsledningens bedömningar år 2005. Rangordningen är baserad på allmänhetens samhällsförtroende.

Den första iakttagelsen är att det finns en viss likhet i bedömningarna, särskilt när det gäller de institutioner som åtnjuter högt förtroende. Sjukvård, universitet/högskolor och radio/TV ligger högst i båda grupperna. Även ett par institutioner som ligger lägre får en relativt likartad bedömning: försvar och storföretagen. Det andra och kanske det tydligaste är skillnaderna. Dessa gäller i mindre utsträckning graden av förtroende som i fråga om synen på polisen utan mera om att förtroendet har olika riktning, t ex i fråga om regeringen där journalistkåren har plusvärden och allmänheten minusvärden eller kungahuset där förhållandet är omvänt.

12 Jämförelsen utgår från allmänhetens förtroendebedömningar år 2005 och bygger på den nationella SOM-undersökning som genomfördes vid samma tid som journaliststudien. Det bör samtidigt understrykas att allmänhetens förtroendebedömningar förändrade sig relativt mycket mellan 2005 och 2006. Orsaken var dels att 2006 var ett valår, vilket allmän lyfter samhällsförtroendet något, inte minst för de politiska institutionerna, dels för att det blev regeringsskifte, vilket bidrog till att inställningen till regering och riksdag ändrades (jfr Holmberg och Weibull, 2007). Det är inte osannolikt att en studie av journalistkåren 2006 också skulle ha fått ett något annorlunda utfall än det vi har för 2005.

**Figur 16.2** Förtroendet bland allmänheten, journalister och redaktionsledare 2005 (balansmått).



En andra iakttagelse är att redaktionsledarnas förtroendebedömningar ofta klart skiljer sig från den samlade journalistkårens och allmänhetens, låt vara att de i flertalet fall ligger närmare journalistkårens. I några fall ligger de dock förhållandevis nära allmänheten, t ex i fråga om de fackliga organisationerna, medan i andra fall deras bedömningar nästan helt sammanfaller med journalisternas, t ex riksdag och regering och dagspress. I fråga om synen på storföretag skiljer redaktionsledarna ut sig genom att i motsats till journalister och allmänheten ha en positiv förtroendebalans. I övrigt är således slutsatsen att redaktionsledarnas bedömningar är något mindre olika allmänhetens än vad journalisternas är.



För att på ett tydligt sätt belysa dessa skillnader redovisas i figur 16.2 graden av avvikelse mellan journalistkårens och allmänhetens förtroendebedömningar. Till höger om mittlinjen anges de samhällsinstitutioner där journalistkåren har högre förtroende och till vänster de där allmänheten har högre förtroende. Siffrorna anges i balansmåttensheter.<sup>13</sup>

Avvikelserna faller i tre grupper: en där journalisterna har ett klart högre förtroende, en där allmänheten ligger klart högre och en där skillnaderna är relativt små. I den första gruppen där journalister har högre förtroende än allmänheten finns medierna och främst de politiska institutionerna, i den andra där allmänheten ligger klart högre finns ekonomiska institutioner men även polisen och kungahuset. Den tredje gruppen där bedömningarna är likartade innehåller sjukvården och universitet/högskolor. Skillnaderna i förtroendebedömningar förefaller vara i stort sett stabil över tid. En motsvarande jämförelse på grundval av Journalistundersökningen 1999 ger i stort sett samma utfall, men 2005 är den genomsnittliga avvikelsen något större.

En trolig förklaring till att avvikelsen ökat något är att journalistkåren fått ett ökat förtroende för regering och riksdag sedan slutet av 1990-talet, medan förtroendet bland allmänheten snarast minskat något.<sup>14</sup> Journalisters minskade förtroende för polisen, domstolarna och dagspressen har sin motsvarighet bland allmänheten, varför skillnaden ligger kvar på i stort samma nivå 2005 som den var 1999.

Slutsatsen är således att journalistkåren genomsnittligt uppvisar ett större samhällsförtroende än allmänheten – men att det främst är kårens förtroende för medier och politiska institutioner som drar upp siffran. Däremot ligger journalister klart lägre i fråga om de ekonomiska institutionerna. Frågan är hur skillnaderna skall förklaras? När det gäller förtroendet för en samhällsinstitution brukar det framhållas att det bestäms av i princip tre faktorer: egna erfarenheter, deduktiva slutsatser och kunskap som förvärvas genom andra (Elliot, 1997). Något förenklat kan det påstås att det handlar hur man utvärderar institutionen, vilken betydelse den anses ha i samhället och vad som är rådande opinion. Om vi tolkar journalistkårens förtroendebedömningar i ljuset av detta resonemang är det rimligt att peka på några tänkbara förklaringar.

13 Om man istället vill ha avvikelsen i procent är den ungefär hälften av antalet balansmåttensheter.

14 Holmberg och Weibull, 2007

För det första kan det stora förtroendet för medier och politiska institutioner ses som en följd av den egna erfarenheten och den upplevda betydelsen. Journalister arbetar inom medieinstitutioner och flertalet är i nära kontakt med samhället, inte minst de politiska institutionerna. Det är därför naturligt att sådana institutioner värderas högt.

Även rådande opinion inom journalistkåren har betydelse. Det låga förtroende för de ekonomiska institutionerna kan tolkas i ett sådant perspektiv: det ligger i den journalistiska självförståelsen att misstro samhällets makthavare. Med en sådan tolkning är det förväntat att förtroendet för den politiska makten också skall vara låg - men så är inte fallet utan journalistkåren har här ett klart större förtroende för regeringen än vad allmänheten har. När det gäller specialfrågan om förtroendet för politiker är detta ännu mera tydligt.

Resultatet pekar på att ytterligare en förklaring till att journalister-  
nas samhällsförtroende skiljer sig från allmänhetens troligen bör sökas i journalistkårens allmänpolitiska orientering. Journalisternas bedömningsprofil visar sig till stor del överensstämma med de bedömningar som bland allmänheten görs av personer som politiskt placerar sig till vänster om mitten. Undantaget är medieinstitutionerna som bland 'vänsterpersoner' bland allmänheten får en något mer kritisk bedömning än bland personer som placerar sig till höger.<sup>15</sup>

### **Perspektiv på förtroende**

Journalistkåren har visat sig överlag, tvärt emot vad som ibland hävdats, värdera de politiska institutionerna högre än vad allmänheten gör. Vid sidan av medierna har riksdagen, regeringen och de fackliga organisationerna en positiv övervikt bland journalister. Däremot ligger man lägre än allmänheten i förtroendet för ekonomiska institutioner som storföretag och banker, men också för försvaret och polisen. Mest avviker kungahuset där journalistkåren har betydligt lägre förtroende än allmänheten. Att de stora politiska institutionerna ligger relativt högt hänger samman med att de representerar journalistikens centrala bevakningsområden och därmed naturligt tillmäts stor vikt.

15 Även andra faktorer torde bidra till skillnaderna. En sådan är den tilltro man har till andra människor. Journalister menar i större utsträckning än vad allmänheten gör att det går att lita på människor allmänhet. På en skala mellan 0 och 10, där 0 står för att man inte kan lita på andra och 10 att det går att lita på människor i allmänhet ligger nästan hälften av journalistkåren på värdena 8-10, att jämföra med knappt 40 procent av allmänheten. Andelen låglitare (värdena 1-4) är under 10 procent i journalistkåren i jämförelse med nästan 20 procent bland allmänheten. Medelvärdet på skalan är för journalistkåren 6,97 och för allmänheten 6,33.

Också de olika dimensioner som finns i journalistkårens samhällsförtroende överensstämmer i stort sett med allmänhetens. Den skillnad som finns i förhållande till allmänheten hänger samman med det faktum att journalister är en allmänt samhällsintresserad grupp, men också med att journalistkåren attitydmässigt ligger något till vänster om genomsnittet för befolkningen. Journalistkårens samhällsförtroende, precis som allmänhetens, är påverkat av partisympati, men också av ålder. Journalistkåren liknar därmed i sina förtroendebedömningar en högutbildad, politiskt intresserad och vänsterinriktad medborgare. Det är knappast överraskande.

Men det finns i slutsatsen en särskild problematik. De iakttagelser vi gjort ligger samtliga vid tidpunkter då det varit en socialdemokratisk regering. Men vad händer då vid ett regeringsskifte? Analyser av allmänhetens bedömningar visar tydligt att förtroendet för både regering och riksdag snabbt skiftar. Efter regeringsskiftet 2006 gick moderata sympatisörer föga överraskande från lågt till högt förtroende för regering och riksdag, medan s-sympatisörernas förtroende minskade. Vad som hände med journalistkårens förtroendebedömningar år 2006 vet vi ingenting om. Observationen av allmänhetens skiftande bedömningar visar emellertid tydligt att bedömningar skiftar beroende på händelser i omvärlden. Den slutsatsen måste finnas med då vi drar slutsatser av vad journalistkåren ansåg år 2005.

## Kapitel 17

# Journalister och religion

Lennart Weibull

Den 30 september 2005 publicerade den danska tidningen Jyllands-Posten en serie karikatyrteckningar av profeten Muhammed. Syftet med publiceringen var enligt tidningen att väcka debatt kring framför allt press- och yttrandefrihet. Konsekvenserna kom att bli dramatiska. I den islamska världen växte efter hand protesterna och i flera länder inleddes bojkotter av danska varor. Uppenbarligen överraskades tidningen av de starka reaktionerna. I ett uttalande på debattplats framhöll chefredaktören att de publicerade teckningarna enligt redaktionens uppfattning var sobra och 'ikke tænkt som krænkende'. Vidare betonade tidningen att teckningarna inte var i strid med dansk lag, 'men har uafviseligt krænket mange muslimer, hvilket vi skal undskylde'.<sup>1</sup>

Att Jyllands-Posten tycks ha överraskats av reaktionerna i den islamska världen är i sig intressant. Muslimska tradition förbjuder i princip avbildningar av profeten Muhammed. Även om bilder av profeten faktiskt förekommer var det knappast oväntat att karikatyrer kunde tänkas väcka starka känslor. Den misstanke som lätt infinner sig är att tidningens redaktion hade en kritisk inställning till Islam som religion samtidigt som man inte var särskilt insatt i vad Islam innebär. Ett belegg för detta är att redaktionen ett par år tidigare refuserade en serie karikatyrer av Jesus med hänvisning till att en publicering kunde leda till negativa reaktioner från läsarna.<sup>2</sup>

Fallet med Jyllands-Postens Muhammedteckningar aktualiserar frågor om förhållandet mellan journalistik och religion. Religionsfrågor har fått en ökad aktualitet under de senaste decennierna. På det globala planet har den kopplats samman med de nya politiska maktförhållanden som följde av de östeuropeiska kommunistregimernas fall. Den nya ordningen har inte sällan karaktäriserats som en kamp mellan civilisationerna. Samuel Huntington's omdiskuterade bok *The Clash*

---

1 Jyllands-Postens nättidning 2006-01-30; jfr Petersson m fl, 2007

2 Expressen.se 2006-02-05

of Civilisations and the Remaking of World Order som utkom för tio år sedan är en företrädare för ett sådant synsätt.<sup>3</sup> En viktig ingrediens i hans synsätt är världsreligionernas roll i kampen om världen, särskilt maktförhållandet mellan kristendom och islam, som Huntington utvecklat i artikeln The Age of Muslim Wars från år 2001.

I Sverige har religion ansetts få en ökad betydelse men i en annan roll än tidigare, främst som ett slags livsfilosofi som tar avstånd från de institutionella systemen.<sup>4</sup> Kritiken av den institutionella religionen har också förstärkts av händelser som mordet inom en frikyrkoförsamling i det uppländska Knutby år 2004, liksom uppmärksamheten för Svenska kyrkans tveksamhet inför att tillåta äktenskap mellan homosexuella.

### Synen på världsreligionerna

Religionens ökade roll i framför allt världspolitiken leder till frågor om journalistkårens syn på religion, särskilt de stora världsreligionerna. Har man någon uppfattning om dem – och vilken inställning har man i så fall? Och skiljer sig journalistkårens åsikter om religioner från den svenska allmänhetens. Mot den bakgrunden ställdes hösten 2005 frågor om synen på världsreligionerna till både allmänhet och journalister.<sup>5</sup> Svarspersonerna fick frågan om vilken 'inställning' de hade till olika 'världsreligioner'. Bedömningen skulle göras på en skala från 0 (mycket negativ) till 10 (mycket positiv). De religioner man fick ta ställning till var Kristendom, Islam, Buddhism, Hinduism och Judendom. I figur 17.1a-e ges en översikt av resultaten. Genom att frågorna ställdes på exakt samma sätt till allmänheten<sup>6</sup> är det möjligt att göra direkta jämförelser.

När det gäller journalistkårens bedömningar är en första iakttagelse att mycket stora andelar av de svarande placerar sig på mittalternativet. Det gäller mellan 45 (Kristendom) till 60 procent (Hinduism). Placeringen på mittalternativet betyder rimligen att man har svårt att ta ställning, möjligen beroende på att man saknar uppfattning om respektive religion eller att religionen inte berör eller inte upplevs ha någon större relevans. De höga andelarna är knappast överraskande i

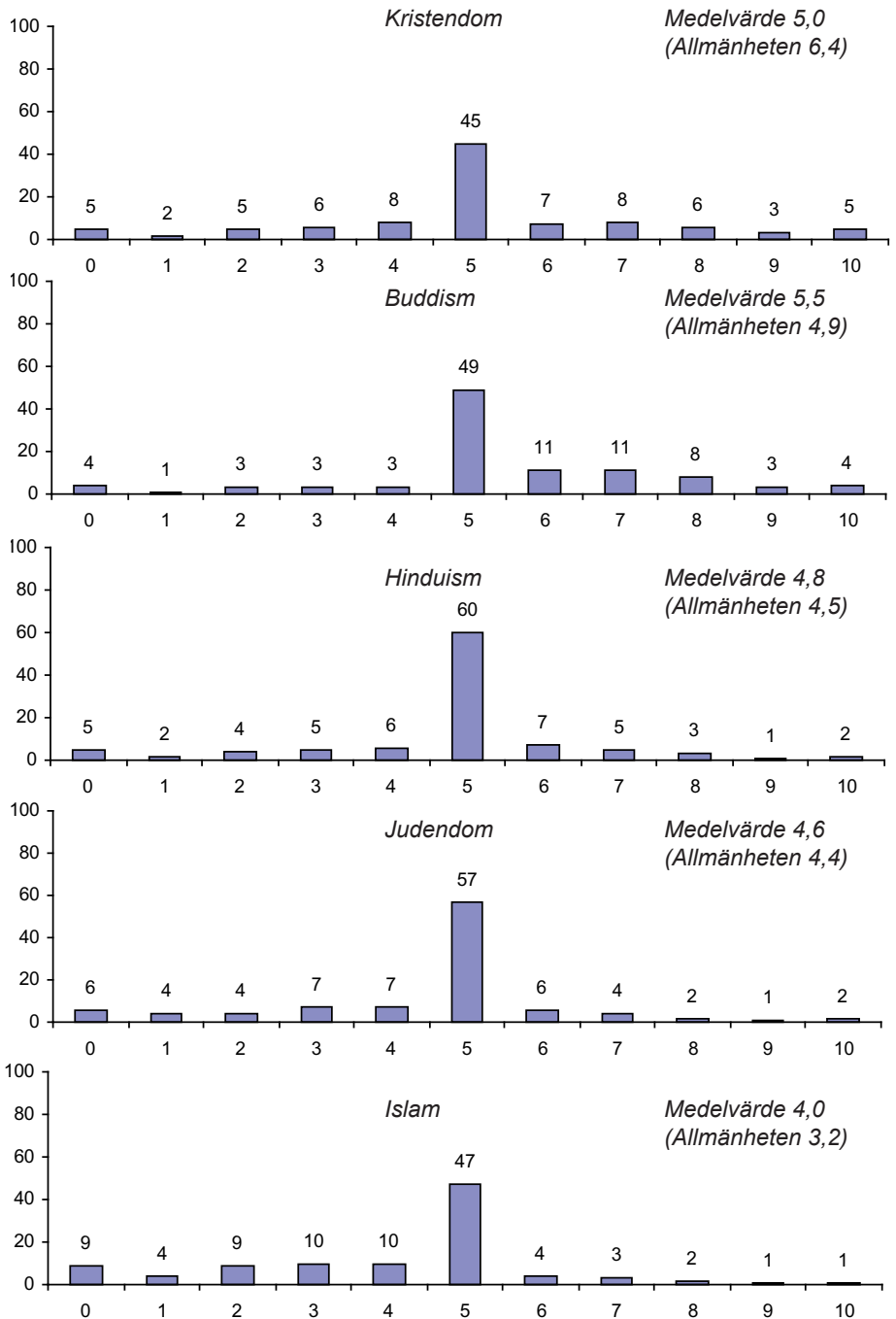
<sup>3</sup> Bokens fortsatta aktualitet kan beläggas genom att den utkom på svenska så sent som år 2006.

<sup>4</sup> Hagevi, 2005, 2007.

<sup>5</sup> Undersökningen med allmänheten finns utförligt redovisad i Holmberg och Weibull ,2006..

<sup>6</sup> Metodiken finns redovisad i appendix till Holmberg och Weibull ,2006.

**Figur 17.1 Inställning bland journalister till fem världsreligioner (procent).**



**Frågan löd:** Allmänt sett, vilken inställning har Du till följande världsreligioner/trosuppfattningar. Svara med hjälp av nedanstående skala. **Kommentar:** Skalan går från 0 = mycket negativ till 10 = mycket positiv. 5 = varken negativ eller positiv.

fråga om religioner som Buddhism och Hinduism med begränsad närvaro i Sverige, men möjligen något oväntad för Kristendomen, där nästan varannan inte har någon uttalad uppfattning. Med tanke på föreställningen om att det finns en civilisationskonflikt mellan Kristendom och Islam kan det samtidigt noteras att det är dessa två religioner som flest har åsikter om.

När det gäller själva inställningen till de enskilda religionerna är det Buddhismen som värderas mest positivt: andelen som placerar sig på den positiva sidan är 37 procent och på den negativa 14 procent (medelvärde 5,5). För Kristendomen är motsvarande andelar 28 och 27 procent (5,0). Minst positiv är journalistkåren till Islam, där 43 procent placerar sig på den negativa sidan och 10 procent på den positiva (Medelvärde 4,0).<sup>7</sup> Det mera negativa utfallet för Islam är knappast överraskande med tanke på den debatt som förts om fundamentalism och terrorism; att var fjärde journalist ställer sig något kritisk till Kristendomen är möjligen ett mindre väntat resultat.

En närmare analys av sambandet mellan de olika bedömningarna visar att det överlag är positivt. Den som är positiv till en viss religion tenderar också att vara det till de andra, liksom den som är negativ till en, ofta är det till de andra. Vidare finns det en svag tendens till en judisk-kristen dimension och en närmast ”österländsk” dimension: de som värderar Kristendomen positivt värderar även Judendomen mer positivt än vad övriga gör - och den som värderar Buddhism högt har också en mera positiv inställning till Hinduism än genomsnittet.

### Journalister och allmänhet

Det är i inställningen till Kristendom som journalisterna särskilt skiljer ut sig från den svenska allmänheten. Bland allmänheten är andelen positiva till Kristendomen 48 procent, att jämföra med journalistkårens 29 (medelvärden 6,4 respektive 5,0). I fråga om övriga världsreligioner är journalistkåren däremot något mera positiv eller som för Islam något mindre negativ (tabell 17.1). Däremot finns det en gemensam nämnare i det faktum att en hög andel både bland allmänhet och bland journalister placerar sig på mittalternativet.

Bland allmänheten representerar inställningen till Kristendomen en ytterpunkt, de övriga fyra religionerna en annan.<sup>8</sup> Det finns relativt höga samband mellan bedömningarna av Islam, Buddhism, Hinduism och Judendom, medan korrelationerna mellan dessa å ena sidan och kristendomen å den andra är förhållandevis låga: Kristendom bildar

<sup>7</sup> Procenttalen avvikes något från dem i figur 16.1 på grund av avrundningar.

<sup>8</sup> Beskrivningen av allmänheten bygger helt på Holmberg och Weibull (2006).

bland allmänheten en egen faktor, medan övriga fyra bildar en, där hinduism laddar högst och judendom lägst. Resultatet tyder på att det bakom allmänhetens bedömningar finns ett slags global dimension som innebär antingen en öppenhet eller slutenhet för andra värderingar än de som finns i den egna religiösa traditionen.<sup>9</sup>

**Tabell 17.1 Journalistkårens och allmänhetens syn på fem världsreligioner**

|            |              | <i>Positiv<br/>(10-6)</i> | <i>Varken<br/>eller (5)</i> | <i>Negativ<br/>(4-0)</i> | <i>Summa<br/>procent</i> | <i>Balans-<br/>mått</i> |
|------------|--------------|---------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| Kristendom | journalister | 29                        | 46                          | 26                       | 100                      | +3                      |
|            | allmänheten  | 48                        | 43                          | 9                        | 100                      | +39                     |
| Buddism    | journalister | 37                        | 49                          | 14                       | 100                      | +23                     |
|            | allmänheten  | 25                        | 54                          | 21                       | 100                      | +4                      |
| Hinduism   | journalister | 18                        | 60                          | 22                       | 100                      | -4                      |
|            | allmänheten  | 14                        | 60                          | 26                       | 100                      | -12                     |
| Judendom,  | journalister | 15                        | 57                          | 28                       | 100                      | -13                     |
|            | allmänheten  | 13                        | 58                          | 29                       | 100                      | -16                     |
| Islam      | journalister | 11                        | 47                          | 42                       | 100                      | -31                     |
|            | allmänheten  | 7                         | 40                          | 53                       | 100                      | -46                     |

**Kommentar:** Uppgifter om allmänhetens bedömningar är hämtade från den nationella SOM-undersökningen 2005 (se Holmberg och Weibull, 2006, särskilt s 35ff). Antal svar är ca 1 570. Uppgifter om hur frågan ställdes finns i kommentaren till figur 1. Balansmättet anger procentandelen positiva minus procentandelen negativa utan hänsyn till andelen som angivit varken eller. Det kan variera mellan +100 (alla positiva) och -100 (alla negativa).

Studerar vi skillnader mellan olika grupper av den svenska allmänheten finner vi att de grupper som värderar de icke-kristna religionerna mer positivt är sådana som traditionellt brukar omfatta kosmopolitiska värderingar – yngre, högutbildade och boende i storstäderna - medan äldre, lågutbildade och personer som bor på landsbygd är mest negativa; de senare har samtidigt den mest positiva värderingen av Kristendomen. Om vi t ex skiljer ut gruppen unga i Stockholm är inställningen till Buddism (53 procent positiva) klart mer positiv än till Kristendomen (34 procent) och inställningen till Hinduismen är här på samma nivå som till Kristendomen. Också högutbildade i storstad gör en positiv värdering av Buddism (42 procent), men avviker ändå genom att de också värderar Kristendomen högre än genomsnittet (48 procent).

<sup>9</sup> Holmberg och Weibull, 2006.



Analysen ger en tydlig relief för att förstå skillnaden mellan journalistkårens och allmänhetens bedömningar. Journalister, där närmare hälften arbetar i Stockholm, representerar just den kosmopolitiska gruppen, där värderingarna har en mer global karaktär och det finns en större öppenhet för världen. Det är därför inte särskilt överraskande att de har en mer positiv inställning till de icke-kristna världsreligionerna än genomsnittet för allmänheten. Däremot är förklaringen knappast tillräcklig för att förstå den relativt höga andel som är negativ till Kristendomen. Här måste vi söka efter förklaringar inom journalistkåren.

### **Skillnader inom journalistkåren**

Även om journalistkåren är förhållandevis homogen i sin inställning till världsreligionerna finns det på några punkter intressanta skillnader inom kåren. I tabell 17.2 finns en översikt av inställningen till världsreligionerna bland olika grupper av journalister.

Journalister som arbetar i Stockholm visar sig något mer negativt inställda till Kristendom än journalister i landsorten; landsortspressens journalister uppvisar den högsta andelen positiva, ett mönster som vi även såg hos allmänheten. Stockholmsjournalisterna är också, som vi sett mer positiva till Buddhism.

När det gäller andra bakgrundsfaktorer finns det inom journalistkåren, i motsats till bland allmänheten, inga större skillnader i bedömningarna mellan kvinnor och män, liksom inte heller med hänsyn till utbildning. Däremot uppvisar ålder och utbildning liknande mönster som bland allmänheten. Lågutbildade journalister är således klart mer positiva till Kristendomen än högutbildade; däremot finns det i stort inga utbildningsskillnader i bedömningen av övriga religioner. Yngre journalister är mer negativa till Kristendomen och relativt sett mest positiva till övriga religioner, bland de äldsta är Kristendomen mest positivt bedömd.

När det gäller åsiktsvariabler visar det sig att journalister som placerar sig längst till vänster eller längst ut på den gröna dimensionen är mer positiva till icke-kristna religioner och mindre positiva till Kristendomen. Det är framför allt två resultat som framträder: det ena är det relativt klara sambandet mellan vänster-högerståndpunkt och inställning till Kristendomen, det andra de mest gröna journalisternas positiva inställning till Buddhism; här är varannan positivt inställd. Det senare är i linje med vad som visar sig i analyser av allmänheten: personer som har stort engagemang i miljöfrågor är särskilt positiva till

**Tabell 17.2 Journalisters inställning till fem världsreligioner efter kön, ålder, utbildning, politisk självplacering och gudstjänstbesök (balansmått).**

|                          | <i>Kristendom</i> | <i>Buddism</i> | <i>Hinduism</i> | <i>Judendom</i> | <i>Islam</i> | <i>Antal</i> |
|--------------------------|-------------------|----------------|-----------------|-----------------|--------------|--------------|
| <i>Kön</i>               |                   |                |                 |                 |              |              |
| Kvinna                   | ±0                | +30            | +2              | -11             | -33          | 532          |
| Man                      | +1                | +15            | -7              | -18             | -34          | 524          |
| <i>Ålder</i>             |                   |                |                 |                 |              |              |
| -34                      | -10               | +29            | +4              | -17             | -37          | 314          |
| 35-44                    | +7                | +31            | +3              | -8              | -28          | 295          |
| 45-54                    | -1                | +18            | -8              | -15             | -34          | 240          |
| 55+                      | +11               | +8             | -13             | -15             | -38          | 218          |
| <i>Utbildning</i>        |                   |                |                 |                 |              |              |
| Medelhög                 | +13               | +22            | +3              | -10             | -36          | 191          |
| Hög                      | -2                | +24            | -2              | -12             | -31          | 801          |
| <i>Politisk ideologi</i> |                   |                |                 |                 |              |              |
| Klart vänster            | -16               | +15            | -14             | -29             | -33          | 228          |
| Något vänster            | -4                | +23            | -3              | -16             | -36          | 424          |
| Varken eller             | +8                | +25            | +8              | -3              | -18          | 185          |
| Höger                    | +23               | +29            | +1              | -3              | -44          | 219          |
| <i>Grön orientering</i>  |                   |                |                 |                 |              |              |
| Inte alls                | -8                | +15            | -11             | -17             | -42          | 267          |
| Inte särskilt            | +6                | +21            | -3              | -9              | -33          | 214          |
| Ganska                   | -1                | +20            | -1              | -15             | -31          | 308          |
| Mycket                   | -8                | +36            | +5              | -13             | -28          | 262          |
| <i>Gudstjänstbesök</i>   |                   |                |                 |                 |              |              |
| Aldrig                   | -22               | +13            | -11             | -27             | -44          | 642          |
| Någon gång               | +20               | +31            | +2              | -6              | -29          | 308          |
| Regelbundet              | +66               | +46            | +25             | +32             | +10          | 128          |
| <i>Arbetsplats</i>       |                   |                |                 |                 |              |              |
| Stockholm                | -4                | +25            | -3              | -14             | -36          | 420          |
| Övriga Sverige           | +5                | +21            | -2              | -14             | -33          | 626          |

**Teckenförklaring:** Utbildning: Medelhög = gymnasieutbildning, Hög = högskoleutbildning; Vänster-högersjälvplacering: bedömning på en skala mellan 0 – 10, där 0 är klart till vänster och 10 klart till höger. Svaren har grupperats efter den relativa svarsfördelningen där 0-2 är Klart vänster, 3-4 något vänster), 5 varken eller och 6-10 Höger. Självplacering på grön orientering: bedömning på en skala mellan 0 – 10, där 0 är inte alls åt det gröna hållet och 10 klart åt det gröna hållet. Svaren har grupperats efter den relativa svarsfördelningen så att 0-4 står för Inte alls grön, 5 Inte särskilt grön, 6-7 Ganska grön och 8-10 Mycket grön.

Buddism. Resultatet ligger i linje med att Buddhism ofta uppfattas stå för ett synsätt som harmonierar med en ekologisk samhällssyn (Larsson, 2006). Däremot är det knappast möjligt att betrakta förhållandet mellan Islam och Kristendom som någon vänster-högerkonflikt. Visserligen finns det ett samband med vänster-högerplacering och syn på Kristendomen där journalister till vänster är mer negativa än de till höger, men däremot finns det endast ett blygsamt samband för bedömningen av Islam.

Slutligen gäller frågan vad som förklarar journalisternas inställning till Kristendomen, särskilt den i jämförelse med allmänheten något mera negativa inställningen. Sambandet mellan vänster-högeråsikt och en mer kritisk syn på Kristendom ger en viktig ingång. I och med att journalistkåren sammantaget ligger åsiktsmässigt mer åt vänster är det följdriktigt att det finns en kritisk inställning till Kristendomen. Vad kritiken är rotad i är svårare att värdera. Mycket talar för att det rör sig mot en kritik mot Kristendomen som en institutionaliserad religion präglad av konservatism i form och innehåll, förstärkt genom enskilda händelser rapporterade i medierna, exempelvis mordet i Knutby. Samma tendens mellan vänster-högeråsikt och syn på Kristendomen finns bland allmänheten.

En annan faktor som har betydelse för inställningen till Kristendom är gudstjänstbesök. Bland allmänheten finns det ett klart positivt samband mellan gudstjänstbesök och positiv inställning till Kristendomen och detsamma gäller för journalistkåren: den förhållandevis begränsade grupp (ca 10 procent), som uppger sig besöka gudstjänster regelbundet, och således är en del av den institutionaliserade religionen, har en klart mer positiv inställning till Kristendomen än övriga (tabell 17.2).<sup>10</sup> I och med att den stora gruppen journalister aldrig besöker gudstjänster påverkar detta den samlade bedömningen. Brisande erfarenhet av kristna samfund kan också vara en förklaring till att relativt många placerar sig i mitten, utan någon klar uppfattning om Kristendomen.

Intressant i sammanhanget är att journalister som besöker gudstjänster regelbundet är klart mer positivt inställda till även andra reli-

---

10 Tendensen blir ännu tydligare om vi kontrollerar gudstjänstbesök för vänster-högeråsikt. Det visar sig då att det är gudstjänstfaktorn som svarar för nästa hela variationen. Bland journalister som placerar sig klart till vänster och deltar i gudstjänster är andelen positiva till Kristendomen 76 procent, bland dem med samma politiska åsikt men aldrig besöker gudstjänster är resultatet 10 procent. Motsvarande andelar för dem som politiskt placerar sig till höger är 89 respektive 28 procent.

gioner än övriga, inte minst till Islam. Tendensen är exakt densamma bland allmänheten. Det är rimligt att tala om en allmänreligiös faktor som inkluderar respekt och förståelse för andras religionsutövning.

### **Journalister och religion**

Utgångspunkten för kapitlet var frågan om journalisters förhållande till religion, särskilt mot bakgrund av föreställningen att världsreligionerna skulle ha en tydlig politisk resonansbotten. Ett sådant antagande får knappast stöd i analyserna. Tvärtom är slutsatsen snarast att religion är något som i mycket liten utsträckning berör journalister. Det gäller också inställningen till Kristendomen som den i Sverige dominerande religionen, där det inom en stor del av journalistkåren finns en kritisk inställning. Här skiljer sig journalister klart från den svenska allmänheten, trots att den senare också uppvisar ett relativt svagt religiöst engagemang.

Bakom journalistkårens bedömningar av religion, särskilt Kristendomen, anas delvis ett institutionskritiskt perspektiv. Det finns en kritik mot kyrkans och samfundets sätt att fungera, exempelvis när det gäller demokratiska processer och jämställdhet. Tolkningen är i linje med vad som framkommer i analysen av journalistkårens förtroende för andra samhällsinstitutioner (se kapitlet om journalistkårens samhällsförtroende i denna volym). Bilden förstärks av att det även finns ett slags politiskt perspektiv på religion som framträder att de som ideologiskt placerar sig till höger är mera positiva till Kristendomen och något mera negativa till Islam än personer som står till vänster. Skillnaderna är emellertid inte särskilt stora och huvudtendensen är trots allt att en mycket stor del av journalistkårens snarast saknar uppfattning.

Mycket talar för att den något mera positiva bedömning av ickekristna religioner som journalister gör i jämförelse med allmänheten snarast har sin grund i att man har en större acceptans än allmänheten för andra värderingar än de traditionella. I ljuset av detta är det möjligen något överraskande att journalisterna har en så pass negativ inställning till Islam. För övriga religioner finns inga entydiga tendenser. Det är möjligt att just synen på yttrandefrihet här kan vara den avgörande faktorn. Därmed är vi tillbaka i grundvalen för konflikten om Jyllands-Postens Muhammedteckningar.



## Kapitel 18

# Demokratin

Kent Asp

Journalister ses av många som demokratin dödgrävare. När drevet går har politiker och andra makthavare svårt att stämma in i högtidstalen om journalisternas centrala roll för yttrandefriheten och den politiska demokratin.

President Thomas Jefferson, politisk filosof och en av den amerikanska konstitutionens grundfäder, intog en mer avspänd och reservationslöst positiv inställning till mediernas roll i demokratin: ... ”om det ankommer på mig att besluta om huruvida vi skall ha en styrelse för landet utan press, eller en press utan en styrelse, tvekar jag inte ett ögonblick att föredra det senare”.<sup>1</sup>

Oavsett om vi ser journalister som demokratin dödgrävare eller som demokratin stöttepelare är medier som förbindelselänk mellan styrande och styrda nödvändiga för att en modern demokratin praktiskt skall kunna fungera. En styrelse av och genom folket kan inte existera i ett storskaligt samhälle utan massmedier. Det är därför knappast någon överdrift att påstå att journalister är en av de yrkesgrupper i samhället som har störst betydelse för hur väl den svenska folkstyrelsen fungerar.

I första hand har journalisterna betydelse för demokratin genom sin praktiska yrkesgärning – som förmedlare av information och opinioner och som granskare av politiker och andra makthavare.<sup>2</sup> Men också den inställning de har till politiken och politiker har betydelse och den syn de har på demokratin och de människor som bär upp samhället. En starkt negativ inställning till politik, ett utbrett missnöje med hur den svenska folkstyrelsen fungerar och en cynisk människosyn kan knappast betraktas som särskilt gynnsamma förutsättningar för en väl fungerande demokrati.

---

1 Citerat i Brasch and Ullroth (1986:95).

2 Asp (2006a).

Syftet med detta första av tre kapitel om journalisternas syn på politik och samhälle är att ge en inledande bakgrund till hur journalistkåren ser på politiken, demokratin och sina medmänniskor. Kan svenska journalister – i sin attityd – räknas till demokratins stöttele eller till demokratins dödgrävare?

## **Politiken**

Hur intresserade är svenska journalister av politik? Och hur intresserade skall de vara för att det skall vara bra för demokratin?

När övergår en berättigad misstro mot politiker till något som är skadligt? Och hur utbredd missnöje med demokratin och hur stor cynism från journalisternas sida kan förenas med en fungerande folkstyrelse?

På dessa frågor finns det självfallet inget absolut svar. Slutsatserna måste grunda sig på jämförelser. Och i detta kapitel, liksom i de två följande, kommer den svenska allmänheten fungera som en sådan jämförelsepunkt. Det betyder inte att folkets uppfattningar blir norm, endast referenspunkter.

Journalister är avsevärt mer intresserade av politik än vad folk i allmänhet är. Det framgår av tabell 18.1. Nästan 40 procent av journalisterna anger att de är mycket intresserade av politik, medan endast en procent anger att de inte alls är intresserade. Motsvarande siffror hos allmänheten är 10 respektive 11 procent.

Föga överraskande är skillnaden ännu mycket större när det gäller journalister som har som särskild arbetsuppgift att bevaka politik och samhälle. Men skillnaden är också mycket stor i förhållande till de journalister som har helt andra bevakningsområden. Även hos dessa i sitt yrke "opolitiska" journalister är andelen mycket intresserade nästan tre gånger så stor som hos allmänheten.

Hos allmänheten har intresse för politik ett starkt samband med deras utbildningsnivå. I tabell 18.1 och i följande tabeller jämförs därför journalisternas svar även med den del av allmänheten som uppvisar ungefär samma utbildningsnivå som journalistkåren, personer med högskoleutbildning.

Skillnaden i politiskt intresse är även mycket stor om jämförelsen enbart görs med den del av allmänheten som har högskoleutbildning. Den svenska journalistkåren framstår, oavsett jämförelsepunkt, som betydligt mer intresserade av politik än allmänheten. Och det gäller

inte enbart de journalister som har till särskild uppgift att bevaka politik och samhälle – utan kåren i sin helhet. Få yrkesgrupper i vårt samhälle torde uppvisa ett lika starkt intresse för politik som journalister.

**Tabell 18.1 Journalistkårens och allmänhetens intresse för politik (procent).**

|                            | <i>Inte</i>                |                            |                              |                               | <i>S:a %</i> | <i>N= antal svarande</i> |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|-------------------------------|--------------|--------------------------|
|                            | <i>Mycket intresserade</i> | <i>Ganska intresserade</i> | <i>särskilt intresserade</i> | <i>Inte alls intresserade</i> |              |                          |
| <b>Journalistkåren</b>     | <b>39</b>                  | <b>50</b>                  | <b>10</b>                    | <b>1</b>                      | <b>100</b>   | <b>1079</b>              |
| Politik/samhälle bev. omr. | 61                         | 36                         | 3                            | 0                             | 100          | 349                      |
| Annat bev. omr.            | 28                         | 59                         | 12                           | 1                             | 100          | 688                      |
| <b>Allmänheten</b>         | <b>10</b>                  | <b>39</b>                  | <b>40</b>                    | <b>11</b>                     | <b>100</b>   | <b>3459</b>              |
| Högskoleutbildade          | 17                         | 51                         | 28                           | 4                             | 100          | 1004                     |

**Frågan löd:** Hur intresserad är Du i allmänhet av politik?

### Politikerna

Ett stort intresse för politik behöver inte betyda att man därmed automatiskt har en positiv grundinställning till allt det som tilldrar sig inom politiken; att man också har ett stort förtroende för politiker. Och det tycks i stor utsträckning gälla svenska journalister. På frågan om hur stort förtroende de har för svenska politiker är det endast en procent som svarar att de har ett mycket stort förtroende.

Journalister hyser alltså ett visst misstroende mot politiker. Men dessa journalister, som i sitt yrke förväntas inta en kritisk inställning till politiker och andra makthavare, uppvisar ett betydligt större förtroende för svenska politiker än vad allmänheten gör (tabell 18.2). Och det gäller även i jämförelse med gruppen högskoleutbildade, som inte har ett lika stort misstroende mot politiker som allmänheten i sin helhet har.

Den skillnad som kan iakttas mellan journalisters och allmänhetens förtroende måste betraktas som stor. Det gäller oavsett vilken grupp av journalister vi jämför med. Vårt att notera är att de två grupper av journalister som i sin yrkesutövning ofta kan antas ha kontakt med politiker (de som har politik och samhälle som sitt särskilda bevakningsområde och ansvarig utgivare) är de som relativt sett hyser störst förtroende för politiker.



**Tabell 18.2 Journalistkårens och allmänhetens förtroende för svenska politiker (procent).**

|                            | <i>Mycket stort</i> | <i>Ganska stort</i> | <i>Ganska litet</i> | <i>Mycket litet</i> | <i>S:a %</i> | <i>N= antal svarande</i> |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------|--------------------------|
| <b>Journalistkåren</b>     | <b>1</b>            | <b>48</b>           | <b>45</b>           | <b>6</b>            | <b>100</b>   | <b>1073</b>              |
| Politik/samhälle bev. omr. | 1                   | 53                  | 42                  | 4                   | 100          | 350                      |
| Annat bev. omr.            | 1                   | 46                  | 47                  | 6                   | 100          | 684                      |
| Redaktionsansvariga        | 3                   | 58                  | 37                  | 2                   | 100          | 125                      |
| <b>Allmänheten</b>         | <b>1</b>            | <b>26</b>           | <b>57</b>           | <b>16</b>           | <b>100</b>   | <b>1678</b>              |
| Högskoleutbildade          | 1                   | 33                  | 55                  | 11                  | 100          | 499                      |

**Frågan löd:** Allmänt sett, hur stort förtroende har Du för svenska politiker?

Liksom hos allmänheten skiljer sig intresset för politik och förtroendet för politiker sig något åt hos olika grupper av journalister. I tabell 18.3 presenteras skillnader mellan manliga och kvinnliga journalister, och mellan yngre och äldre journalister.

Bland manliga journalister är andelen mycket intresserade av politik klart större än bland kvinnliga journalister. Däremot finns det ingen skillnad när det gäller förtroendet för politiker. Till en del förklaras skillnaden i intresse för politik av att andelen män är större i den grupp av journalister som bevakar politik och samhälle. Ser vi enbart till denna grupp av journalister finns det ingen större skillnad.

**Tabell 18.3 Intresse för politik och förtroende för politiker efter journalisternas ålder och kön (procent).**

|                 | <i>Andel mycket intresserade</i> | <i>Andel med mkt/ganska stort förtroende</i> | <i>N= antal svarande</i> |
|-----------------|----------------------------------|--|--------------------------|
| Kvinnor         | 33                               | 49   | 537/533                  |
| Män             | 44                               | 50   | 531/529                  |
| -29 år          | 26                               | 56   | 124/125                  |
| 30-39 år        | 34                               | 51   | 331/331                  |
| 40-49 år        | 40                               | 48   | 275/272                  |
| 50-59 år        | 49                               | 50   | 275/272                  |
| 60+             | 41                               | 34   | 741/73                   |
| <b>Samtliga</b> | <b>39</b>                        | <b>49</b>                                    | <b>1079/1073</b>         |

**Frågan löd:** Se tabell 18.1 resp 18.2.

Både när det gäller intresse för politik och förtroendet för politiker finns det betydande skillnader mellan olika åldersgrupper. Yngre journalister är betydligt mindre intresserade av politik än äldre- och medelålders journalister.

Den yngsta åldersgruppen hyser, kanske något överraskande, ett något större förtroende för politiker än vad äldre journalister gör. Det gäller särskilt i jämförelse med den äldsta journalistgruppen som har det klart lägsta förtroendet för svenska politiker.

### **Demokratin**

Att svenska journalister har ett större intresse för politik och ett större förtroende för politiker än vad allmänheten har är självfallet av stor betydelse om vi ser till den centrala ställning medierna och journalisterna har för en väl fungerande demokrati. Men kanske än viktigare är journalisternas inställning till hur den svenska demokratin faktiskt fungerar.

För att få ett svar på hur journalister och allmänhet ser på svensk demokrati ställdes en enkel fråga där de tillfrågade fick ange hur nöjda de är med det sätt på vilket demokratin fungerar i den kommun de bor i, i Sverige och i EU. Svartalternativen var mycket nöjd, ganska nöjd, inte särskilt nöjd och inte alls nöjd. Resultatet redovisas i tabell 18.4.

Den stora skillnad som fanns mellan journalister och allmänhet när det gällde intresset för politik och förtroendet för politiker finns inte när det gäller hur man ser på hur demokratin fungerar i Sverige. Både journalister och allmänhet är överlag klart mer nöjda än missnöjda. Ungefär 70 procent uppger att de är mycket eller ganska nöjda och mycket få anger att de inte alls är nöjda med hur demokratin fungerar i Sverige. Ansvarig utgivare inom medierna är mest nöjda och de högskoleutbildade är något mer nöjda än allmänheten i sin helhet.

Samma svarmönster gäller för journalisternas och allmänhetens inställning till hur demokratin fungerar i den kommun de bor i. Den kommunala demokratin anses varken fungera bättre eller sämre än vad som gäller för demokratin på nationell nivå. Eftersom resultaten är så likartade redovisas inte synen på den kommunala demokratin i tabell 18.4.

Missnöjet med hur demokratin fungerar i EU är däremot stort. Det gäller både hos journalister och allmänhet, fast missnöjet är mest utbrett bland journalister.

**Tabell 18.4 Journalistkårens och allmänhetens syn på hur demokratin fungerar i Sverige och EU (procent).**

| <i>Demokratin i Sverige</i> |                        |                        |                                   |                               |                  |
|-----------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|------------------|
|                             | <i>Mycket<br/>nöjd</i> | <i>Ganska<br/>nöjd</i> | <i>Inte<br/>särskilt<br/>nöjd</i> | <i>Inte<br/>alls<br/>nöjd</i> | <i>S:a<br/>%</i> |
| <b>Journalistkåren</b>      | <b>7</b>               | <b>65</b>              | <b>24</b>                         | <b>4</b>                      | <b>100</b>       |
| Politik/samhälle bev omr.   | 8                      | 65                     | 21                                | 6                             | 100              |
| Annat bev omr.              | 6                      | 66                     | 25                                | 3                             | 100              |
| Redaktionsansvariga         | 7                      | 69                     | 23                                | 1                             | 100              |
| <b>Allmänheten</b>          | <b>8</b>               | <b>60</b>              | <b>26</b>                         | <b>6</b>                      | <b>100</b>       |
| Högskoleutbildade           | 10                     | 63                     | 22                                | 5                             | 100              |

| <i>Demokratin i EU</i>    |                        |                        |                                   |                               |                  |
|---------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|------------------|
|                           | <i>Mycket<br/>nöjd</i> | <i>Ganska<br/>nöjd</i> | <i>Inte<br/>särskilt<br/>nöjd</i> | <i>Inte<br/>alls<br/>nöjd</i> | <i>S:a<br/>%</i> |
| <b>Journalistkåren</b>    | <b>1</b>               | <b>22</b>              | <b>57</b>                         | <b>20</b>                     | <b>100</b>       |
| Politik/samhälle bev omr. | 1                      | 22                     | 54                                | 23                            | 100              |
| Annat bev omr.            | 2                      | 22                     | 58                                | 18                            | 100              |
| Redaktionsansvariga       | 2                      | 26                     | 63                                | 9                             | 100              |
| <b>Allmänheten</b>        | <b>2</b>               | <b>33</b>              | <b>48</b>                         | <b>17</b>                     | <b>100</b>       |
| Högskoleutbildade         | 1                      | 35                     | 50                                | 14                            | 100              |

**Frågan löd:** På det hela taget, hur nöjd är Du med det sätt på vilket demokratin fungerar i: EU/Sverige/Den kommun där Du bor.

**Kommentar:** Antalet svarspersoner varierar mellan 350-1080 för journalisterna och mellan 980 och 3360 för allmänheten.

Skillnader mellan olika grupper av journalister är förhållandevis små. Journalister som bevakar politik och samhälle har ungefär samma syn på hur demokratin fungerar i kommunen, i Sverige och i EU som de som inte har till uppgift att bevaka politik och samhälle. Och skillnader mellan kvinnliga och manliga journalister är inte heller stor, även om kvinnliga journalister är något mer missnöjda med hur demokratin fungerar i EU och något mer nöjda med hur demokratin fungerar i Sverige.

Däremot finns det ett klart samband mellan journalisternas ålder och deras syn på hur demokratin fungerar både i Sverige och i EU. Yngre journalister är påtagligt mer nöjda än äldre journalister. Bland journalister under 29 år anser 82 respektive 29 procent att demokratin fungerar

mycket eller ganska bra i Sverige respektive EU. Bland journalister över 60 år är motsvarande andelar 69 respektive 18 procent.

### Människosyn

I statsvetenskaplig teoribildning tilldelas människors sociala tillit och det förtroende de visar för varandra en viktig roll för såväl demokratin framväxt som för hur väl demokratin praktiskt fungerar i ett samhälle. Existensen av väl utvecklade sociala bindningar i ett samhälle, exempelvis i form av ett livaktigt föreningsliv, och en viss grundläggande tillit människor emellan kan därför betraktas som en viktig förutsättning för en väl fungerande demokrati.

Journalister är en yrkesgrupp som ofta brukar anses ha en cynisk människouppfattning och vara uttalade skeptiker. I samma andetag brukar då också som en förmildrande omständighet framhållas att det är något som följer med yrket. Att ständigt konfronteras med samhällets mörka sidor och att kritisk granska fifflande makthavare leder närmast per automatik till en negativ och pessimistisk människosyn. Men har verkligen journalister mindre tilltro till sina medmänniskor än vanligt folk? Gör journalistyrket dem mer misstroagna?

Journalisternas (och allmänhetens) tillit till sina medmänniskor har vi mätt med hjälp av en skala från 0 till 10 – där 0 står för att inte går att lita på människor i allmänhet och där 10 står för att det går att lita på människor i allmänhet. I tabell 18.5 kallas de som placerat sig på mittvärdet och därunder (skalsteg 0-5) för personer med liten tillit, och de som placerat sig på de två högsta värdena (skalsteg 9-10) för personer med stor tillit till andra människor och personer som placerat sig däremellan (skalsteg 6-8) för personer med medeltillit.

**Tabell 18.5 Journalistkårens och allmänhetens tillit till sina med människor (procent).**

|                            | <i>Liten tillit (0-5)</i> | <i>Medeltillit (6-8)</i> | <i>Stortillit (9-10)</i> | <i>S:a %</i> | <i>N= antal svarande</i> |
|----------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| <b>Journalistkåren</b>     | <b>21</b>                 | <b>62</b>                | <b>17</b>                | <b>100</b>   | <b>1073</b>              |
| Bev. omr: politik/samhälle | 20                        | 59                       | 21                       | 100          | 350                      |
| Bev. omr: annat            | 22                        | 64                       | 14                       | 100          | 683                      |
| <b>Allmänheten</b>         | <b>34</b>                 | <b>52</b>                | <b>14</b>                | <b>100</b>   | <b>3422</b>              |
| Högskoleutbildade          | 24                        | 59                       | 17                       | 100          | 991                      |

**Frågan löd:** Enligt Din mening, i vilken utsträckning går det att lita på människor i allmänhet? Svara med hjälp av nedanstående: det går inte att lita på människor i allmänhet (skalsteg= 0) och det går att lita på människor i allmänhet (skalsteg=10).

Som framgår av tabell 18.5 finns det en betydande skillnad mellan journalister och allmänhet. Journalister litar i större utsträckning på människor än vad den svenska allmänheten gör. De skiljer sig inte i första hand åt när det gäller den andel som hyser stor tilltro, utan skillnaden gäller framför allt de som hyser liten tilltro. Tjugoen procent av journalisterna och 34 procent av allmänheten kan sägas ha liten tillit till sina medmänniskor.

Tilliten till människor samvarierar dock klart med svarspersonernas utbildningsnivå. Skillnaden mellan journalister och allmänhet försvinner nästan helt om journalisterna jämförs med den del av allmänheten som har högskoleutbildning, dvs personer med ungefär samma utbildning som journalister.

Kanske något oväntat uppvisar journalister som har politik och samhälle som särskilt bevakningsområde och som i sitt arbete har att kritiskt granska politiker och andra makthavare en större tillit till människor än journalister med andra bevakningsområden.

Skillnader mellan olika grupper av journalister är annars överlag ganska små. Kvinnliga journalister litar i något större utsträckning på sina medmänniskor än manliga journalister och medelålders journalister visar en klart större tilltro till medmänniskor än vad de yngsta och äldsta åldersgrupperna gör.

### **Sammanfattande slutsatser**

Kan svenska journalister betraktas som demokratins stöttepelare eller som dess dödgrävare?

Det var den tillspetsade fråga som vi började kapitlet med och där vi sökt svar inom fyra områden: journalistkårens intresse för politik, deras förtroende för politiker, och hur de uppfattar att den svenska demokratin fungerar och deras människosyn. Och som jämförelsepunkt har vi använt oss av den inställning som den svenska allmänheten har i samma frågor.

Resultaten visar att svenska journalister är avsevärt mer intresserade av politik än allmänheten – och det gäller även för journalister som i sitt arbete inte bevakar politik och samhälle. De hyser också ett större förtroende för politiker – och det gäller särskilt de som har politik och samhälle som sitt speciella arbetsområde. Journalisterna är också överlag lika nöjda med hur demokratin fungerar i Sverige och i den egna kommunen som allmänheten. Och journalister hyser en klart större tillit till sina medmänniskor än vad svenskar i allmänhet gör.

Slutsatsen måste därför bli att journalistkåren i sin grundinställning till den svenska demokratin – och med svenska folket som måttstock – mera bör betraktas som dess stöttepelare än dess dödgravare. I varje fall tycks inte den främsta bevekelsegrunden för den kritiska granskningen av makten vara mistroende och missnöje. Och det torde vara gynnsamt för en väl fungerande folkstyrelse.



## Kapitel 19

# Åsikter och ideologier

Kent Asp

Journalister tillhör en yrkesgrupp i samhället där politiska värderingar och personliga åsikter kan påverka yrkesutövningen. Det är inget unikt för journalister. Det gäller också andra yrkesgrupper som domare, lärare och forskare. De är alla grupper med möjligheter att påverka andra. Deras åsikter och värderingar kan inverka på domar som fälls, den undervisning som ges, den forskning som utförs – och den bild som medierna ger av vårt samhälle.

Det som är unikt för journalister och ger dem en särskild makt-position är att deras urval och tolkningar kan få större återverkningar i samhället. De når i sin yrkesutövning betydligt fler människor och deras åsikter och värderingar aktualiseras betydligt oftare än i andra yrken. Inom journalistiken ges ett större utrymme för personliga åsikter än i juridiken, undervisningen och vetenskapen. Det finns därför ett särskilt intresse att studera de värderingar och åsikter som finns hos denna inflytelserika yrkesgrupp. Det är mot denna bakgrund som detta och nästa kapitel om journalisternas partisympatier skall ses.

Två frågor skall besvaras: Vilka åsikter har svenska journalister i politiska frågor – hur representativa är de för svenska folket? Och hur har journalisternas åsikter och värderingar förändrats över tid – är journalistkåren mer representativ för allmänheten idag än den var i slutet av 1980-talet?

Journalisternas och allmänhetens politiska åsikter och värderingar jämförs i tre olika avseenden. Först undersöks vilken inställning de har till Sveriges medlemskap i den Europeiska Unionen. Därefter analyseras deras åsikter i sju centrala samhällsfrågor. Till sist jämförs deras allmänideologiska inställning – hur långt till vänster om svenska folket står egentligen journalistkåren?



## EU-medlemskapet

Sveriges inträde i Europeiska Unionen den första januari 1995 är kanske den på sikt viktigaste politiska händelsen under 1900-talet. Hur ser journalister och allmänhet på medlemskapet i EU tio efter Sveriges inträde? Resultatet redovisas i tabell 19.1.

**Tabell 19.1 Journalistkårens och allmänhetens inställning till Sveriges EU-medlemsskap 1994-2005 (procent).**

|                     | 1994 |      | 1995 |      | 1999 |      | 2005 |      |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                     | Jour | Allm | Jour | Allm | Jour | Allm | Jour | Allm |
| I huvudsak för      | 48   | 39   | 48   | 36   | 49   | 36   | 58   | 40   |
| I huvudsak emot     | 39   | 37   | 47   | 49   | 40   | 43   | 30   | 37   |
| Ingen bestämd åsikt | 11   | 24   | 5    | 15   | 11   | 21   | 12   | 23   |
|                     | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Antal svarspersoner | 1056 | 1679 | 973  | 1759 | 1038 | 3366 | 1072 | 3407 |
| Balansmätt:         | +9   | +2   | +1   | -13  | +9   | -7   | +28  | +3   |

**Frågan löd:** Vilken är din åsikt om det svenska medlemsskapet i EU?

Journalister har en betydligt mer positiv inställning till medlemskapet i EU än den svenska allmänheten. I 2005 års journalistundersökning var det nästan 60 procent av journalisterna som angav att de i huvudsak var för medlemskapet, medan motsvarande andel hos allmänheten var 40 procent.

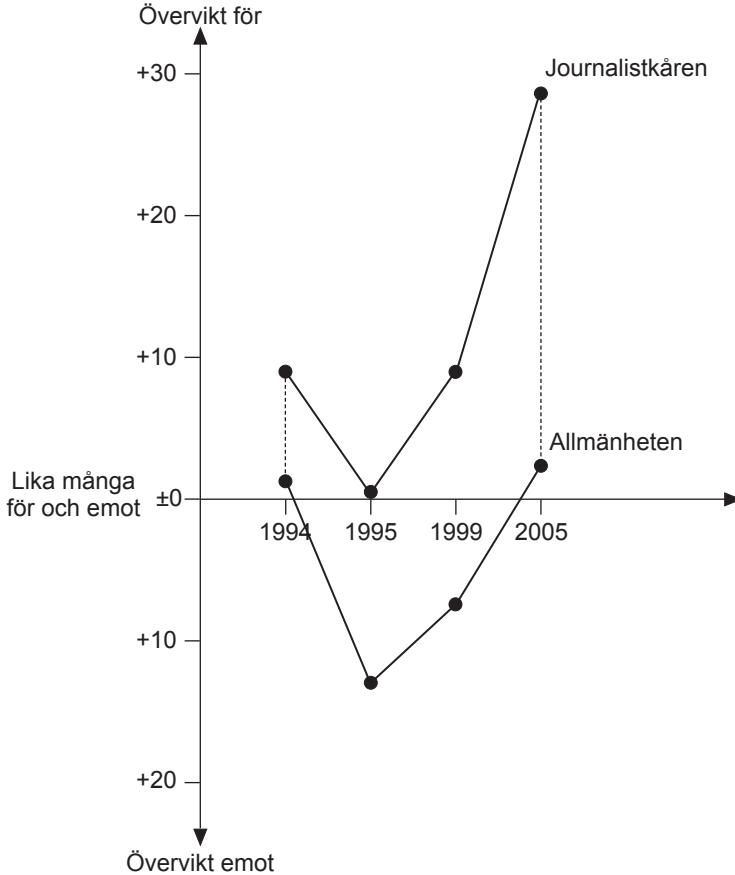
Journalisterna skiljer sig också påtagligt från allmänheten i ett annat avseende. Journalister har i betydligt högre grad en åsikt i frågan – hos journalisterna är det 12 procent som anger att de inte har någon åsikt i frågan, medan motsvarande andel bland allmänheten är 23 procent. Skillnaden i åsiktsinnehav förklaras till stor del av att journalister är avsevärt mer intresserade av politik än allmänheten och har en högre utbildningsnivå än befolkningen i sin helhet.

Däremot är skillnaden mindre när det gäller den andel som i huvudsak säger sig vara emot ett EU-medlemskap – i journalistkåren är knappt en tredjedel emot ett medlemskap och bland allmänheten drygt en tredjedel. Journalisternas mer positiva inställning till EU-medlemskapet skiljer sig alltså i första hand genom att andelen anhängare är större, inte genom att andelen motståndare är så mindre än hos allmänheten.

I enkäterna ställdes också en följdfråga om man hade en bestämd uppfattning i frågan eller om man var mera tveksam. Drygt 60 pro-

cent av de journalister som hade en åsikt angav att de hade en bestämd uppfattning i frågan, medan motsvarande andel hos allmänheten var knappt 60 procent. Journalister och allmänhet är alltså lika övertygade i sina EU-åsikter. Det är något överraskande mot bakgrund av journalisternas högre utbildningsnivå och större intresse för politik.

**Figur 19.1 Opinionsutvecklingen i EU-medlemsskapsfrågan 1994-2005 (balansmått).**



Skillnaden mellan journalistkårens och allmänhetens inställning till EU-medlemskapet måste betraktas som stor. Men har åsiktsskillnaderna blivit större eller mindre sedan Sveriges inträde i EU? Hur såg man på EU-medlemskapet vid tiden för folkomröstningen hösten 1994?

Frågan om EU-medlemskapet i 1994 års journalistundersökning sammanföll tidsmässigt med folkomröstningen om EU i november år 2004. Svaren ger alltså en uppfattning om journalisternas inställning omedelbart före Sveriges inträde i EU i januari 1995. Frågan har där- efter också ställts i 1995 och 1999 års undersökningar.

Samma fråga har också ställts i SOM-undersökningarna under samma år. Undersökningarna ger därför en unik möjlighet att under- söka de opinionsförändringar som ägt rum både bland journalister och hos den svenska allmänheten. Resultatet redovisas i tabell 19.1 (bassiffror) och i figur 19.1 på nästa sida, där resultatet presenteras mer överskådligt med hjälp av ett balansmått (andelen för - andelen emot).

Opinionsutvecklingen bland journalister och allmänhet visar på två viktiga resultat.

För det första utvecklas EU-opinionen i journalistkåren och hos allmänheten på ett likartat sätt – de kurvor som visar de förändringar som ägt rum mellan 1994 och 2005 följer varandra. Under folkomröst- ningskampanjen 1994 är andelen anhängare något större än andelen motståndare både bland journalister och bland allmänheten. Ett år senare var inställningen till EU-medlemskapet betydligt mer negativ – och då både bland journalister och allmänhet. Därefter har inställ- ningen till EU-medlemskapet successivt blivit mer positiv.

För det andra ökar åsiktsskillnaderna mellan journalister och all- mänhet. Avståndet mellan journalisters och allmänhetens inställning till EU-medlemskapet är klart större senhösten 2005 än senhösten 1999, och betydligt större än då Sverige folkomröstade 1994 och trädde in i EU 1995.

Slutsatsen blir därför att den svenska journalistkåren inte enbart är mer positiv till EU-medlemskapet utan att den också med åren blivit mindre representativ för allmänheten.

### **Sju samhällsfrågor**

I 2005 års journalistundersökning och i motsvarande SOM-under- sökning har sju likalydande frågor ställts där både journalister och allmänhet fått ta ställning till om det är ett bra eller ett dåligt förslag (1) att ta emot färre flyktingar i Sverige, (2) att införa republik i Sve- rige, (3) att sänka skatterna, (4) att behålla kärnkraften, (5) att minska den offentliga sektorn, (6) att Sverige bör bli medlem i EMU och (7) att införa sex timmars arbetsdag. De svar som gavs redovisas i tabell 19.2.

**Tabell 19.2 Journalistkårens och allmänhetens åsikter i sju samhällsfrågor (procent).**

|                                       | <i>Journalistkåren</i> |              |                |       | <i>Allmänheten</i> |              |                |       |
|---------------------------------------|------------------------|--------------|----------------|-------|--------------------|--------------|----------------|-------|
|                                       | Bra förslag            | Varken eller | Dåligt förslag | S:a % | Bra förslag        | Varken eller | Dåligt förslag | S:a % |
| 1. Ta emot färre flyktingar i Sverige | 11                     | 21           | 68             | 100   | 49                 | 27           | 24             | 100   |
| 2. Införa republik i Sverige          | 48                     | 27           | 25             | 100   | 18                 | 26           | 56             | 100   |
| 3. Sänka skatterna                    | 32                     | 32           | 36             | 100   | 66                 | 21           | 13             | 100   |
| 4. Behålla kärnkraften                | 38                     | 22           | 40             | 100   | 57                 | 23           | 20             | 100   |
| 5. Minska den offentliga sektorn      | 24                     | 20           | 56             | 100   | 31                 | 27           | 40             | 100   |
| 6. Sverige bör bli medlem i EU.       | 33                     | 26           | 41             | 100   | 29                 | 28           | 43             | 100   |
| 7. Införa sex timmars arbetsdag       | 54                     | 20           | 26             | 100   | 52                 | 23           | 25             | 100   |

**Frågan löd:** Här är ett antal förslag som förekommit i debatten. Vilken är Din åsikt om vart och ett av dem? Svartalternativ: Mycket bra förslag, ganska bra förslag, varken bra eller dåligt förslag, ganska dåligt förslag och mycket dåligt förslag. I tabellen har andelen mycket/ganska bra respektive mycket/ganska dåligt slagits samman.

Svarsmönstret är mycket likartat i två av de ställda frågorna. Journalister och allmänhet har ungefär samma inställning till att införa sex timmars arbetsdag och ett svenskt medlemskap i EMU, den europeiska monetära unionen. Både journalister och allmänhet är övervägande positiva till sex timmars arbetsdag och övervägande negativa till att ansluta sig till EMU, införa euron. I båda dessa frågor råder det en mycket stor åsiktsöverensstämmelse.

I tre av frågorna skiljer sig svarsmönstret mer åt. Det gäller inställningen till att minska den offentliga sektorn, att behålla kärnkraften och att sänka skatterna. Journalisterna är klart mer negativa än allmänheten till att minska den offentliga sektorn. När det gäller inställningen till kärnkraften och skatterna är kåren splittrad i ungefär två lika stora åsiktsläger, medan allmänheten både är klart mer positiv till att behålla kärnkraften och att sänka skatterna. Även om det inte råder motsatta åsikter måste åsiktsöverensstämmelsen mellan journalister och allmänhet bedömas som liten i dessa tre frågor.

I det närmaste helt motsatta åsikter råder i två frågor. Det gäller i första hand inställningen till förslaget att ta emot färre flyktingar, där nästan hälften av allmänheten anser det vara ett bra förslag medan nästan 70 procent av journalisterna anser det vara ett dåligt förslag. Skillnaden är nästan lika stor när det gäller förslaget att införa republik. Bland journalister finns det dock inte någon klar majoritet för republik och hos allmänheten finns det inte heller någon kraftig majoritet mot förslaget att införa republik.

Vilka slutsatser skall vi dra? Handlar det om stora åsiktsskillnader? Och är inställningen i sju samhällsfrågor tillräckligt?

Det finns naturligtvis inget självklart svar på vad som utgör stora eller små skillnader. Men i fem av sju undersökta samhällsfrågor (sex om vi lägger till inställningen till EU-medlemskapet) måste rimligen åsiktsskillnaderna betraktas som stora, för att inte säga mycket stora.

Sju frågor (åtta med EU-frågan) utgör självfallet ett litet urval av alla de frågor som förekommit i den svenska politiska debatten. Men även om antalet frågor är begränsat rör det sig om mycket centrala och kontroversiella politiska stridsfrågor.

Inställningen till skatter och offentliga sektor berör en grundläggande dimension i svensk politik och flyktingmottagningen tillhör en av de mest uppmärksammade frågorna under de senaste decennierna. Och tre av frågorna (kärnkraften, EU-medlemskapet och anslutningen till EMU/införandet av euron) har samtliga varit föremål för folkomröstningar.

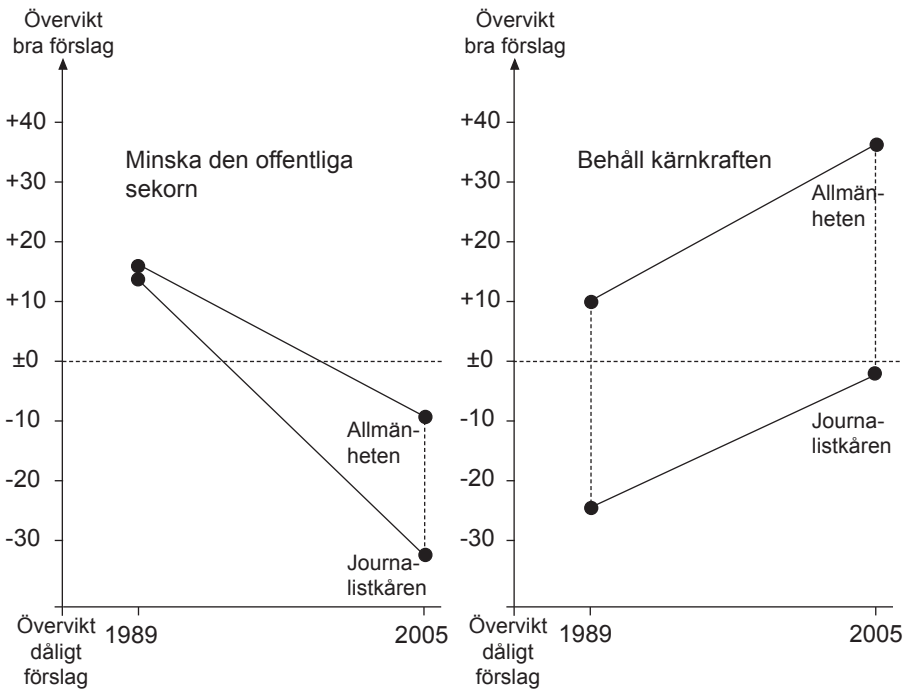
Slutsatsen blir därför att det mellan journalistkåren och den svenska allmänheten råder en bristande åsiktsöverensstämmelse i flera mycket väsentliga samhällsfrågor.

### **Ökande åsiktsskillnader**

Avståndet mellan journalisternas och allmänhetens åsikter är stort. Har då avståndet mellan allmänheten och journalistkåren ökat eller minskat över tid?

Två av de sju frågor som presenterats i tabell 19.2 har ställts både 1989 och 2005 till journalister och till allmänheten. Det gäller inställningen till den offentliga sektorn och till att behålla kärnkraften. I figur 19.2 presenteras resultatet med hjälp av ett balansmått (andelen som svarar mycket/ganska bra förslag – andelen som svarar mycket/ganska dåligt förslag).

**Figur 19.2** Opinionsutvecklingen i kärnkraftsfrågan och i synen på den offentliga sektorn 1989-2005 (balansmått).



Journalisterna och allmänheten hade år 1989 nästan samma inställning till förslaget att minska den offentliga sektorn. Hos båda fanns det en klar övervikt för dem som ansåg att det var ett bra förslag att minska den offentliga sektorn.

Sexton år senare råder det både bland journalister och allmänhet en klar övervikt för dem som anser att det är ett dåligt förslag. Åsiktsförändringen är kraftig och går i samma riktning, men journalisternas inställning förändras mer än allmänhetens. Åsiktsskillnaderna mellan journalisterna och allmänheten ökar över tid.

Journalisternas och allmänhetens inställning till kärnkraften har också förändrats kraftigt – och i samma riktning. Allmänheten har i jämförelse med 1989 med åren blivit betydligt mer positivt inställd till att behålla kärnkraften och journalisterna har blivit betydligt mindre negativa till att behålla kärnkraften. Och avståndet mellan journalisternas och allmänhetens åsikter är större 2005 än 1989, även om den ökande åsiktsskillnaden inte är lika kraftig som när det gäller inställningen till den offentliga sektorn.

Vi finner alltså samma utveckling som när det gällde inställningen till EU-medlemskapet. Det stärker slutsatsen att de åsiktskillnader som existerar mellan journalister och allmänhet i viktiga samhällsfrågor är större idag än de var i slutet av 1980-talet.

### Ideologisk inställning

Den dominerande ideologiska skiljelinjen i svensk politik går mellan vänster och höger. Den politiska debatten och människors politiska ställningstaganden kan därför placeras längs en vänster-höger skala.

I tabell 19.3 redovisas hur journalistkåren och allmänheten fördelar sig längs en sådan skala. Resultatet grundar sig på en fråga där journalisterna fick placera sig på en skala med elva skalsteg där 0 står för "långt till vänster", 5 för "varken vänster eller höger" och 10 står för "långt till höger". Frågan till allmänheten är konstruerad på samma sätt, men har enbart fem skalsteg. Undersökningens resultat torde trots det vara jämförbara när de som i tabell 19.3 redovisas i tre huvudgrupper: vänster (skalsteg 0-3 resp klart/något till vänster), mitten (skalsteg 4-6 resp varken till vänster eller till höger) och höger (skalsteg 7-10 resp klart/något till höger).

**Tabell 19.3 Journalistkårens och allmänhetens vänster-högerinställning (procent).**

|                 | Vänster | Mitten | Höger | S:a<br>procent | Antal<br>perso-<br>ner | VH-<br>index |
|-----------------|---------|--------|-------|----------------|------------------------|--------------|
| Journalistkåren | 46      | 42     | 12    | 100            | 1069                   | +34          |
| Allmänheten     | 31      | 35     | 34    | 100            | 3378                   | -3           |

**Frågan löd:** Man brukar ju ibland tänka sig att människors politiska inställning kan ordnas längs en skala från vänster till höger. Var på skalan skulle Du vilja placera dig själv? Svartaltnativ: 0 till 10, där 0=långt till vänster, 5= varken vänster eller höger, och 10= långt till höger. Frågan till allmänheten lyder: Man talar ibland om att politiska åsikter kan placeras in på en vänster-höger skala. Var någonstans skulle Du placera Dig själv på en sådan vänster-höger skala? Svartaltnativ: Klart till vänster, Något till vänster, Varken till vänster eller höger, Något till höger, klart till höger.

**Kommentar:** Se kommentar i text för hur skalorna har hanterats.

Journalisterna placerar sig klart mer till vänster än vad allmänheten gör – 46 procent av journalisterna och 31 procent av allmänheten placerar sig till vänster om mitten, medan 34 procent av allmänheten och 12 procent av journalisterna placerar sig till höger om mitten.

Det råder dock ingen övervikt för någon ”extremvänster” i journalistkåren. Det är två respektive fyra procent som placerar sig på de två skalsteg som ligger längst till vänster på skalan. Det vanligaste förekommande värdet är skalsteg 3 där en fjärdedel av journalistkåren placerar sig. Därefter kommer mittvärdet 5 med 18 procent.<sup>1</sup>

Frågan ställdes också i den enkät som riktades till ansvarig utgivare i medierna. De är åsiktsmässigt mer lika allmänheten och placerar sig på en vänster-högerskala ungefär mittemellan journalistkåren och allmänheten. Framförallt är det betydligt fler som placerar sig på skalans mittpunkt.

Journalistkåren står alltså klart mer till vänster än vad svenska folket gör. Men journalistkåren är inte ideologiskt homogen. Det finns betydande skillnader mellan olika grupper av journalister.

Den ideologiska inställningen skiljer sig åt beroende på var någonstans man arbetar, vad man arbetar med, vilken generation man tillhör och vilken utbildning man har. Resultaten för olika journalistgrupper presenteras i tabell 19.4 på nästa sida och anges både i procentandelar och i ett sammanfattande vänster-högerindex (VH-index). Ett plus-tecken anger att andelen som placerar sig till vänster är större än andelen som placerar sig till höger och ett minustecken att andelen som placerar sig till höger är större än andelen som placerar sig till vänster. För journalistkåren i sin helhet innebär det ett VH-indexvärde på +34 ( $46 - 12 = +34$ ).

Det finns en tydlig skillnad mellan olika arbetsplatser. Journalister som arbetar i landsortspress och inom public service står klart mer till vänster än journalister som är verksamma inom storstadspress och kommersiella radio och tv-företag.

Men även om den främsta skiljelinjen går mellan å ena sidan landsortspress/public service och å den andra sidan storstadspress/kommersiell radio/tv finns det betydande skillnader inom dessa två huvudgrupper. Journalister i storstadstidningar står exempelvis mer till vänster än journalister i kommersiella etermedier. Och det bör påpekas att även journalister inom kommersiella etermedier i betydligt större utsträckning placerar sig till vänster om mitten (33 procent) än till höger om mitten (20 procent). Det finns ingen journalistgrupp i 2005 års undersökning där andelen som placerar sig till höger är större än den andel som placerar sig till vänster.

<sup>1</sup> Resultaten om journalisternas och ansvarig utgivares vänster-högerinställning redovisas mer ingående i Asp, 2006b: 12, figur 2.



**Tabell 19.4 Journalistkårens och allmänhetens vänster-högerinställning** (procent, VH=vänster-högerindex).

|                            | V  | M  | H  | S:a % | Antal pers. | VH-index |      | Förändr. |
|----------------------------|----|----|----|-------|-------------|----------|------|----------|
|                            |    |    |    |       |             | 2005     | 1989 |          |
| <b>Arbetsplats</b>         |    |    |    |       |             |          |      |          |
| Landsortspress             | 51 | 37 | 12 | 100   | 282         | +39      | +29  | +10      |
| Storstadspress             | 41 | 42 | 17 | 100   | 149         | +24      | +19  | +5       |
| Public service/SVT, SR     | 48 | 44 | 8  | 100   | 192         | +40      | +30  | +10      |
| Kommersiell radio/TV       | 33 | 47 | 20 | 100   | 45          | +13      | -    | -        |
| Frilans                    | 54 | 35 | 11 | 100   | 141         | +43      | +43  | ±0       |
| <b>Bevakningsområde</b>    |    |    |    |       |             |          |      |          |
| Politik/samhälle           | 47 | 40 | 13 | 100   | 184         | +34      | +43  | -9       |
| Kultur                     | 63 | 31 | 6  | 100   | 119         | +57      | +35  | +22      |
| Nöje                       | 40 | 45 | 15 | 100   | 88          | +25      | +6   | +19      |
| Sport                      | 37 | 47 | 16 | 100   | 107         | +21      | +5   | +16      |
| Familj                     | 35 | 45 | 20 | 100   | 31          | +15      | ±0   | +15      |
| Kriminaljournalistik       | 40 | 42 | 18 | 100   | 50          | +22      | +20  | +2       |
| Feature                    | 53 | 37 | 10 | 100   | 142         | +43      | +30  | +13      |
| Allmänbevakning            | 42 | 44 | 14 | 100   | 371         | +28      | +30  | -2       |
| <b>Kön</b>                 |    |    |    |       |             |          |      |          |
| Kvinnor                    | 47 | 42 | 11 | 100   | 535         | +36      | +34  | +2       |
| Män                        | 45 | 40 | 15 | 100   | 529         | +30      | +24  | +6       |
| <b>Ålder</b>               |    |    |    |       |             |          |      |          |
| -34 år                     | 42 | 41 | 17 | 100   | 319         | +25      | +32  | -7       |
| 35-44 år                   | 44 | 43 | 13 | 100   | 295         | +31      | +36  | -5       |
| 45-54 år                   | 50 | 40 | 10 | 100   | 245         | +40      | +20  | +20      |
| 55+                        | 50 | 40 | 10 | 100   | 215         | +40      | -1   | +41      |
| 68-generationen (f.46-50)  | 52 | 36 | 12 | 100   | 149         | +40      | +38  | +2       |
| <b>Utbildning</b>          |    |    |    |       |             |          |      |          |
| Journalisthögskola         | 50 | 36 | 14 | 100   | 383         | +36      | +48  | -12      |
| Annan journalistutbildning | 49 | 41 | 10 | 100   | 321         | +39      | +30  | +9       |
| Ej journalistutbildning    | 40 | 46 | 14 | 100   | 346         | +26      | +17  | +9       |
| <i>Samtliga</i>            | 46 | 42 | 12 | 100   | 1069        | +34      | +27  | +7       |

**Frågan löd:** Se tabell 19.3.

**Kommentar:** VH=vänster-högerindexet anger skillnaden mellan andelen som säger sig stå till vänster och andelen som står till höger. Plustecken innebär vänsterövertikt, minustecken högerövertikt. Det senare återfinns i tabellen endast i 1989 års undersökning för åldersgruppen 55+.

Var man arbetar har alltså betydelse. Men vad man arbetar med betyder mer. I grova drag kan tre olika grupper av journalister urskiljas: en grupp som står klart till vänster i journalistkåren, en grupp som ideologiskt sett ser ut ungefär som kåren i sin helhet och en grupp som (relativt sett) står mer till höger.

Kulturjournalister och journalister som arbetar med feature (i första hand frilansande journalister) står längst till vänster i journalistkåren. Kulturjournalister är den grupp av journalister som är mest "vänstervridna" – över 60 procent placerar sig till vänster om mitten jämfört med 46 procent för kåren i sin helhet.

De journalister som har politik och samhälle som bevakningsområde och de som inte har någon särskilt bevakningsområde, i första hand de som brukar kallas för allmänreportrar, har en ideologisk grundinställning som i stort sett överensstämmer med kåren i sin helhet. Det är självfallet till stor del ett resultat av att de antalsmässigt utgör en stor andel av journalistkåren.

Sportjournalister, kriminalreportrar, nöjesjournalister och familjejournalister står minst till vänster i journalistkåren.

Journalisternas kön och ålder har viss betydelse för hur man placerar sig på vänster-högerskalan. Kvinnor står politiskt mer till vänster än män, men skillnaden är inte särskilt stor.

Ålder har däremot större betydelse. Det finns ett förhållandevis starkt samband mellan journalisternas ålder och deras vänster-högerinställning. Ju äldre journalisterna är, desto mer till vänster står de. Bland journalister som är 45 år eller äldre placerar sig 50 procent till vänster om mitten och tio procent till höger om mitten. Bland journalister under 35 år är motsvarande andelar 40 respektive 17 procent.

De journalister som gått på journalisthögskola (Göteborg, Stockholm, Sundsvall) står inte mer till vänster än journalister med annan utbildningsbakgrund. Snarare står de med journalisthögskoleutbildning något mindre till vänster än de som har någon annan form av journalistutbildning, exempelvis folkhögskola.

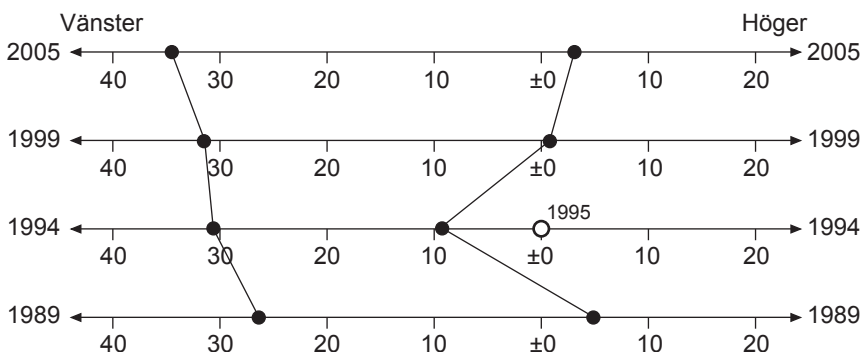
Den främsta skiljelinjen går mellan de med och de utan journalistutbildning. Den senare gruppen av journalister står relativt sett mer till höger än andra journalister.

## Mer till vänster

Svenska journalister står klart mer till vänster än vad allmänheten gör. Men har den ideologiska åsiktsskillnaden ökat eller minskat över tid? Har journalisterna blivit mindre vänstervridna med åren?

Frågan är möjlig att besvara eftersom frågan om journalisternas vänster-högerinställning har ställts i samtliga journalistundersökningar samtidigt som motsvarande (förenklade) fråga har ställts till allmänheten i de riksrepresentativa SOM-undersökningarna. Resultaten med ett intervall på ungefär fem år (1989-, 1994-, 1999- och 2005-års undersökningar) redovisas i figur 19.3 med hjälp av det tidigare presenterade vänster-högerindexet.

**Figur 19.3** Journalistkårens och allmänhetens vänster-högerinställning – utvecklingen mellan 1989 och 2005 (VH=vänster-högerindex).



**Frågan löd:** Se tabell 19.3.

**Kommentar:** Se kommentar i text hur skalorna hanteras och kommentar till tabell 19.4.

Journalistkåren har gått åt vänster sedan slutet av 1980-talet. Förändringarna är inte stora, men de går i samma riktning. År 1989 placerade sig 40 procent av journalisterna till vänster om mitten (VH-index= +27) och år 2005 46 procent (VH-index= +34).

Allmänheten uppvisar inte en lika entydig utveckling över tid. Det gäller särskilt den kraftiga förändring som ägde rum år 1994. Det hänger till mycket stor del samman med att 1994 var valår och att Sverige genomgått en ekonomisk kris under 1990-talets första år och som resulterade i en s-seger i valet och den borgerliga regeringens avgång. I figuren har därför på skalan för 1994 också resultatet för 1995 lagts in som jämförelsepunkt.

Oavsett vilket jämförelseår vi utgår ifrån kan en viss utveckling skönjas när det gäller allmänhetens placering på vänster-högerskalan. Det svenska folket har gått något åt höger, samtidigt som svenska journalister gått något åt vänster. Det ideologiska avståndet mellan journalister och allmänhet har alltså ökat under det senaste decenniet.

Det ökande avståndet mellan journalister och allmänhet gäller journalistkåren i sin helhet. Men har utvecklingen sett likadan ut i alla journalistgrupper eller har vissa grupper gått mer till vänster, medan andra gått åt höger?

I den tidigare presenterade tabell 19.4 redovisades VH-indexet både för 1989 och 2005. Skillnaden mellan de båda indexvärdena anger med andra ord den förändring som ägt rum mellan 1989 och 2005. I tabellen anger ett plustecken en förändring åt vänster och ett minustecken en förändring åt höger.

Vänster-högerinställning hos journalisterna har i stort sett förändrats på ett likartat sätt oavsett var man arbetar någonstans. Journalister inom storstadspress (+5) och frilansar (+- 0) kan möjligen sägas ha gått åt vänster i något mindre utsträckning än journalistkåren i sin helhet (VH-index= +7).

Men när det gäller bevakningsområden, åldersgrupper och utbildning har utvecklingen gått i olika riktning i olika grupper.

Kulturjournalister har i jämförelse med 1989 gått mer till vänster än kåren i sin helhet. Men det har också, kanske något överraskande, nöjesjournalister, sportjournalister, familjejournalister och featurejournalister gjort.

Däremot har allmänreportrar och de som bevakar politik och samhälle gått i motsatt riktning. De har gått åt höger. Det gäller särskilt de som svarar för bevakningen av politik och samhälle.

De som gått på journalisthögskola (Göteborg, Stockholm, Sundsvall) står också betydligt mer till höger idag än vad de gjorde 1989. År 1989 stod de med journalisthögskola klart till vänster i journalistkåren. År 2005 står i de journalistkårens mittfåra.

Journalister inom olika åldersgrupper har också förändrats i olika riktning. Unga journalister placerar sig idag mer till höger än vad de gjorde i slutet av 1980-talet. Äldre journalister placerar sig däremot klart mer till vänster än vad de gjorde i slutet av 1980-talet. År 1989 placerade tjugofem procent av de journalister som var 55 år eller äldre sig på skalan till vänster om mitten. År 2005 var motsvarande andel i denna åldersgrupp dubbelt så stor eller 50 procent.

Den så kallade 68-generationen (= födda 1946-1950) tycks ha förändrats mycket litet. Både i 1989- och 2005 års undersökning står de klart mer till vänster än kåren i sin helhet. 68-generationen skiljde dock åsiktsmässigt ut sig mer från kåren 1989 (då de var 39-45 år) än 2005 (då de var 54-59 år).

I ett annat avseende har dock 68-generationen förändrats betydligt. 68-generationen är idag mer ideologiskt polariserad än den var 1989. År 2005 är det fler som placerar sig antingen till vänster eller till höger än 1989, och betydligt färre som placerar sig i mitten på skalan.

### **Sammanfattande slutsatser**

Jämförelsen mellan journalisternas och allmänhetens åsikter och värderingar visar på två huvudresultat.

För det första finns det stora åsiktsskillnader. Det gäller inställningen till Sveriges EU-medlemskap, det gäller åsikter i väsentliga samhällsfrågor som skatter, offentlig sektor och inställningen till flyktingmottagningen. Och det gäller den allmänideologiska inställningen. Journalistkåren står klart till vänster om det svenska folket.

För det andra har åsiktsskillnaderna ökat över tid. I slutet av 1980-talet var åsiktsöverenskommelsen mellan journalister och allmänhet betydligt större än den är idag.<sup>2</sup>

Det gäller i viktiga politiska sakfrågor som EU-medlemskapet, kärnkraften, den offentliga sektorn och även, fast i mindre utsträckning, den ideologiska vänster-högerinställningen. Journalistkåren har sedan slutet av 1980-talet gått ytterligare något till vänster, samtidigt som det svenska folket gått något åt höger.

Resultaten aktualiserar frågor om journalistkårens representativitet och vilken betydelse journalisternas bristande åsiktsrepresentativitet kan tänkas ha för den bild som allmänheten möter i våra medier. Dessa två frågor kommer att behandlas mer ingående i nästa kapitel där journalisternas partisympatier tas upp.

---

<sup>2</sup> I Asp, 1991, som behandlade 1989 års undersökning, sammanfattades resultatet på följande sätt: "Journalisternas åsikter skiljer sig inte på något avgörande vis från det svenska folkets åsikter. I varje fall inte mer än vad de folkvaldas åsikter gör" (s 81). Jämförelsen innefattade då även en enkätundersökning med ledamöterna i Sveriges riksdag. Journalisternas åsikter och partisympatier 1994 redovisas i Asp, 1996a, och 1999 års resultat i Asp, 2000.

## Kapitel 20

# Partisimpatier

Kent Asp

Varför undersöka journalistkårens partisimpatier?

En undersökning om journalisternas politiska hemvist aktualiserar åtminstone två slags forskningsetiska problem. Det ena gäller de enskilda journalisternas personliga integritet. Det är ett etiskt problem som gäller för alla undersökningar där människors politiska åsikter och inställning i olika samhällsfrågor efterfrågas. Det andra gäller undersökningar som avser små och väl avgränsade yrkesgrupper där resultatet kan utnyttjas för att komma åt den grupp som undersöks.

Även om forskningsresultat kan användas i andra syften än som avsetts kan man som forskare inte avstå ifrån att ta fram vetenskapligt grundad kunskap.<sup>1</sup> Och eftersom huvudsyftet med denna bok är att ge en beskrivning av svenska journalister utgör onekligen den politiska hemvisten ett viktigt inslag i ett sådant grupporträtt.

Ett andra skäl är att partisimpatier utgör en väsentlig del i en beskrivning av vilka likheter och skillnader som finns mellan journalistkåren och den svenska allmänheten. Att undersöka journalisternas politiska representativitet är därför av intresse – både i ett deskriptivt och normativt perspektiv.

Ett tredje skäl är att journalister är en yrkesgrupp med makt att påverka – antingen det handlar om enskilda människooöden eller samhällsutvecklingen. Att undersöka om journalisternas partisimpatier påverkar yrkesutövningen är därför av intresse – både i ett samhällsperspektiv och i ett vetenskapligt perspektiv.

I detta kapitel skall samtliga tre aspekter beröras.<sup>2</sup> Först beskrivs partisimpatierna inom journalistkåren: Vilka partisimpatier har svenska journalister och skiljer de sig åt i olika grupper av journalister? Därefter jämförs journalisternas och allmänhetens partisimpatier: Hur väl stämmer de överens – hur representativa är journalisterna? Till sist

---

1 Se Asp, 1991:58 ff för en diskussion.

2 Resultaten har i vissa delar tidigare redovisats i Asp, 2006a.

diskuteras frågan om vilken betydelse den politiska hemvisten har för journalisternas yrkesutövning: Vilket genomslag kan partisympatierna tänkas ha i nyhetsrapporteringen om politik?

### 50 års partisympatier

Nästan var fjärde journalist sympatiserade med miljöpartiet senhösten 2005. Det var mer än en fördubbling jämfört med 1999 då en av tio svarade miljöpartiet på frågan om vilket parti man tyckte mest om (tabell 20.1).<sup>3</sup>

Vänsterpartiet gick i motsatt riktning. I 1999 års undersökning var vänsterpartiet det största partiet då nästan var tredje journalist svarade vänsterpartiet. I 2005 års undersökning hade andelen mer än halverats. Idag kan därför journalistkåren sägas vara mer grön än röd.

Under tidigare perioder har inte förändringarna varit lika omvälvande, även om det sett i ett längre tidsperspektiv har ägt rum betydande förskjutningar i journalistkårens partisympatier. Det visar den bearbetning som gjorts av de fåtal undersökningar av godtagbar vetenskaplig kvalitet som tidigare gjorts.<sup>4</sup> Resultatet redovisas i tabell 20.1.

Fyra stora förändringar har ägt rum under de senaste 50 åren: (1) vänsterpartiets starka framskridning i journalistkåren som påbörjades någon gång mellan 1968 och 1973, (2) socialdemokraternas tillba-

<sup>3</sup> Kategorin "övriga partier" redovisas inte i tabell 20.1 och i följande tabeller. I formuläret finns ett svarsalternativ (Annat parti – vilket \_\_\_\_\_?) som syftar till att mäta sympatierna för andra partier än riksdagspartierna. Sammantaget har 76 kryssat för svarsalternativet och 73 har också skrivit ned ett svar i formuläret. Trots följdfrågans formulering är det dock ett mycket litet fåtal som noterat ett partinamn eller partibeteckning utan nästan samtliga har skrivit "inget parti" eller "vet ej". Det är enbart en svarsperson som i sin kommentar angett att han eller hon inte velat svara på frågan. Det handlar alltså inte om svarsvägrare utan personer som inte vid frågetillfället har någon bestämd partipreferens. Det vill säga det som i opinionsundersökningar närmast motsvaras av "vet ej"/"ej bestämt sig". Svarsalternativet har alltså inte fungerat på avsett sätt med följderna att det inte på ett säkert sätt går att uppskatta andelen sympatisörer till exempelvis feministiskt initiativ eller junilistan. Men det finns inget som tyder på att andelen sympatisörer för "övriga partier" skulle vara särskilt stor just bland journalister. Andelen som angett "annat parti", dvs i praktiken "vet ej"/"inget parti" är exempelvis ungefär lika stor i 2005 undersökning (8 procent) som i 1999 års undersökning (7 procent), då varken junilistan eller feministiskt initiativ fanns.

<sup>4</sup> Den första genomfördes av Herbert Söderström och Pelle Ahrnstedt, 1958, i samband med 1954 års kommunalval, den andra av Lars Furhoff i samband med 1968 års val och den tredje är en lokal undersökning som gjordes på uppdrag av 1972 års pressutredning. I 1989 års journalistundersökning ställdes ingen fråga om partisympatier. Uppgifterna för "1989" är hämtade i obearbetat skick från maktutredningens journalistundersökning, Petersson-Carlberg, 1990: tabell 6.4, s 120. Se slutnoten i Asp, 1996a för uppgifter om de fyra undersökningarna och en beskrivning av hur resultaten har bearbetats.

kagång som i tiden sammanfaller med vänsterpartiets framgångar, (3) folkpartiets starka tillbakagång från början av 1970-talet, och (4) miljöpartiets stora genombrott i slutet av 1980-talet.

**Tabell 20.1 Journalistkårens partisympatier 1954-2007 (procent).**

|                          | 1954 | 1968 | 1973 | 1989 | 1994 | 1995 | 1989 | 2005 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Vänsterpartiet           | 0    | 3    | 19   | 22   | 20   | 26   | 31   | 14   |
| Socialdemokraterna       | 47   | 46   | 35   | 30   | 32   | 24   | 27   | 30   |
| Miljöpartiet             | –    | –    | –    | 12   | 14   | 18   | 10   | 23   |
| Centerpartiet            | 4    | 8    | 19   | 6    | 3    | 4    | 3    | 4    |
| Folkpartiet              | 29   | 27   | 15   | 16   | 19   | 13   | 14   | 14   |
| Moderaterna              | 20   | 16   | 12   | 13   | 10   | 13   | 10   | 13   |
| Kristdemokraterna        | –    | –    | –    | 1    | 2    | 2    | 5    | 2    |
|                          | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| <b>N= antal svarande</b> | –    | –    | –    | 850  | 855  | 833  | 896  | 913  |

**Frågan löd:** Vilket parti tycker Du bäst om idag? (1994-2005)

**Kommentar:** Se not 3 och not 4 för kommentar till undersökningarna från 1954, 1968, 1973 och 1989.

De förskjutningar som kan iaktas i journalistkåren kan också i stora drag iaktas i valmanskåren.

Socialdemokraterna var starka i början av 1950-talet och gjorde ett unikt segerval 1968 med över 50 procent av rösterna samtidigt som vänsterpartiet-kommunisterna gjorde ett dåligt val med tre procent av rösterna (bl a mot bakgrund av Sovjets invasion i Tjeckoslovakien). Under de senaste valen kan socialdemokraterna snarast betraktas som ett 40-procentparti. Det har också avspeglats i andelen sympatisörer bland journalister.

Den drastiska nedgången för vänsterpartiet mellan 1999 och 2005 motsvaras också av en liknande förändring i valmanskåren. I 1998 års val gjorde vänsterpartiet sitt bästa val någonsin och hade 1999 mycket höga opinionssiffror som sedan närmast halverades till 2005. En viktig faktor bakom vänsterpartiets nedgång – både i väljaropinion och bland journalister – var med största säkerhet att den nyvalde partiledaren uppfattades stå mer till vänster än sin föregångare. Bland annat framhöll han att han fortfarande betraktade sig som kommunist.

De parallella förändringarna i journalistkåren och hos allmänheten gäller även kristdemokraterna. Kristdemokraterna gjorde ett mycket starkt val 1998 och andelen sympatisörer bland allmänheten var fort-



farande stor hösten 1999. Kristdemokraterna hade också 1999 en stark ställning bland journalister. I 2005 års undersökningar är andelen kristdemokrater betydligt lägre – både bland journalister och allmänhet. Även centerpartiets starka ställning i väljaropinionen i början av 1970-talet kan avläsas i journalistkåren.

Opinionsförändringarna i journalistkåren när det gäller miljöpartiet och folkpartiet följer däremot inte på samma sätt de förändringar som ägt rum hos allmänheten. Folkpartiet stod starkare i folkopinionen hösten 2005 än hösten 1999. Men andelen folkpartister i journalistkåren var ungefär densamma.

Miljöpartiet uppvisade samma ställning i väljaropinionen 1999 och 2005. Men andelen miljöpartister i journalistkåren fördubblades under samma tidsperiod. Även om vi i strikt vetenskaplig mening inte kan uttala oss om åsiktsbyten hos enskilda individer är det mot denna bakgrund rimligt att anta att en stor andel av de journalister som 1999 angav att de sympatiserade med vänsterpartiet år 2005 ändrat uppfattning och sympatiserade med miljöpartiet.

Men miljöpartiets starkare ställning i journalistkåren förklaras sannolikt också av att unga journalister som kommit i yrket under den aktuella sexårsperioden i större utsträckning än tidigare generationer har sympatier för miljöpartiet (se avsnittet om ålder).

En första huvudslutsats kan dras i detta kapitel. Det finns visserligen stora skillnader mellan journalisternas och allmänhetens partisympatier, men över tid förändras de i huvudsak på ett likartat sätt. Går partier fram i väljaropinionen, går de också fram i journalistkåren – och omvänt. Journalister och allmänhet tycks leva i samma politiska värld och påverkas av samma saker.

### **Representativiteten**

Hur väl stämmer då journalistkårens och allmänhetens partisympatier överens? Hur representativa är journalisterna?

I tabell 20.2 jämförs journalisternas och allmänhetens partisympatier åren 1989-2005. Uppgifterna om allmänhetens partisympatier är hämtade från SOM-institutets riksrepresentativa enkätundersökningar som är genomförda under samma tidsskede och med samma frågeteknik.

**Tabell 20.2 Journalistkårens och allmänhetens partisympatier 1989-2005 (procent).**

|                   | 1989                |                    | 1994                |                    | 1999                |                    | 2005                |                    |
|-------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
|                   | <i>Journalister</i> | <i>Allmänheten</i> | <i>Journalister</i> | <i>Allmänheten</i> | <i>Journalister</i> | <i>Allmänheten</i> | <i>Journalister</i> | <i>Allmänheten</i> |
| v                 | 22                  | 8                  | 20                  | 7                  | 31                  | 15                 | 14                  | 6                  |
| s                 | 30                  | 35                 | 32                  | 45                 | 27                  | 32                 | 30                  | 38                 |
| mp                | 12                  | 8                  | 14                  | 6                  | 10                  | 6                  | 23                  | 6                  |
| c                 | 6                   | 8                  | 3                   | 8                  | 3                   | 4                  | 4                   | 7                  |
| fp                | 16                  | 16                 | 19                  | 8                  | 14                  | 5                  | 14                  | 10                 |
| m                 | 13                  | 22                 | 10                  | 23                 | 10                  | 25                 | 13                  | 28                 |
| kd                | 1                   | 3                  | 2                   | 3                  | 5                   | 13                 | 2                   | 5                  |
|                   | 100                 | 100                | 100                 | 100                | 100                 | 100                | 100                 | 100                |
| N= antal svarande | 850                 | 1354               | 855                 | 1553               | 960                 | 3048               | 913                 | 3014               |

**Frågan löd:** Se tabell 20.1.

I journalistkåren är tre partier överrepresenterade. I 2005 års undersökning är miljöpartiet mest överrepresenterat. Andelen miljöpartisympatisörer är nästan fyra gånger så stor som hos allmänheten – 23 procent jämfört med 6 procent. Därefter kommer vänsterpartiet och på tredje plats folkpartiet.

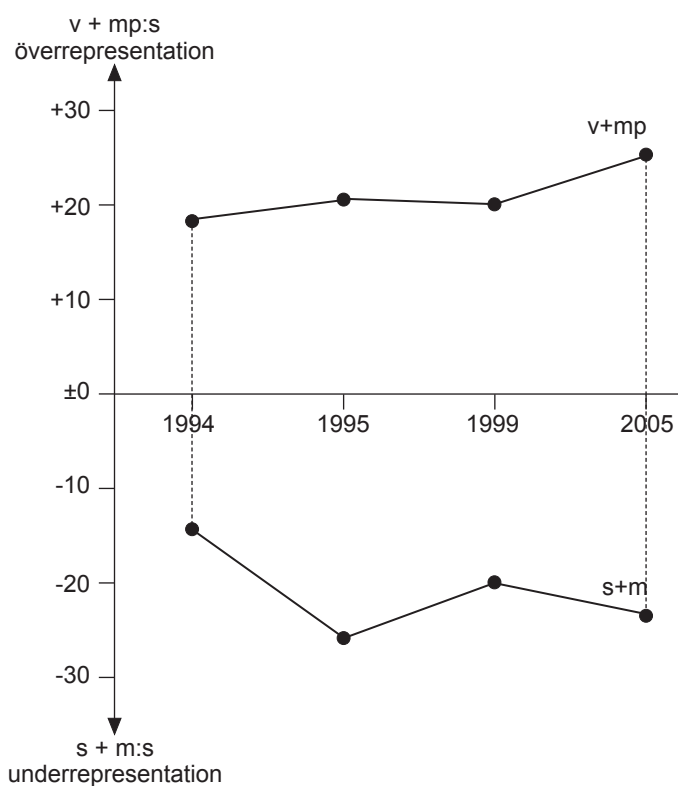
Två partier är underrepresenterade. Det gäller i första hand moderaterna och i andra hand socialdemokraterna. Bland allmänheten är andelen moderater 2005 mer än dubbelt så stort, 28 procent mot 13 procent bland journalister. Centerpartiet och kristdemokraterna kan också sägas vara underrepresenterade, men underlaget är där mera begränsat.

Samma mönster finns i samtliga fyra undersökningar. Moderaterna och socialdemokraterna är underrepresenterade och folkpartiet, vänsterpartiet och miljöpartiet är överrepresenterade.

Under de senaste 15-20 åren har opinionsläget varit mycket stabilt om vi betraktar resultatet med utgångspunkt ifrån dagens aktuella politiska block (de tre samverkanspartierna s, v och mp respektive de fyra allianspartierna c, fp, m och kd). De borgerliga partiernas andel av journalisternas partisympatier har under samtliga år legat kring en tredjedel (som mest 36 procent och som minst 32 procent) och de tre samverkanspartierna följaktligen under alla år kring två tredjedelar.

Tabell 20.2 visar överensstämmelsen mellan journalisternas och allmänhetens partisympatier vid fyra tidpunkter under nära två decennier. Resultatet kan därmed ge svar på frågan om journalisterna blivit mer eller mindre representativa. Svaret ges i figur 20.1 som visar den sammantagna underrepresentationen för moderaterna och socialdemokraterna respektive den sammantagna överrepresentationen för vänsterpartiet och miljöpartiet vid de fyra undersökningstillfällena.

**Figur 20.1 Vänsterpartiets och miljöpartiets överrepresentation och socialdemokraternas och moderaternas underrepresentation i journalistkåren 1989-2005 (procent).**



**Frågan löd:** se tabell 20.1.

**Kommentar:** V + mp:s överrepresentation 2005 beräknas på följande sätt: andel i kåren (14+23=37) – andel hos allmänheten (6+6=12)=25 procentenheter.

År 1989 uppgick vänsterpartiets och miljöpartiets överrepresentation med 18 procentenheter och moderaterna och socialdemokraterna underrepresentation till 14 procentenheter. Motsvarande resultat för 2005 är 25 respektive 23 procent.

Avståndet mellan journalisterna och allmänheten har alltså ökat. Och det ökande avståndet är både ett resultat av att vänsterpartiet/miljöpartiet blivit mer överrepresenterade och av att moderaterna/socialdemokraterna blivit mer underrepresenterade. Journalistkåren är med andra ord mindre representativ för den svenska allmänheten idag än den var i slutet av 1980-talet.

I detta kapitel kan därför en andra huvudslutsats dras. Journalistkåren är i partipolitiska termer inte särskilt representativ för den svenska allmänheten. Och journalisterna är mindre representativa idag än för 15-20 år sedan.

### **Olika grupper av journalister**

Resultatet har hitintills gällt för journalistkåren i sin helhet. Men vilka skillnader finns det mellan olika grupper av journalister? Skiljer sig landsortspressens journalister från de som arbetar inom kommersiell radio och tv?

Som framgår av tabell 20.3 på nästa sida finns det betydande skillnader mellan olika grupper av journalister. Bland journalister som arbetar inom kommersiell radio och tv är moderaterna jämfört med kåren i sin helhet överrepresenterade och socialdemokraterna starkt underrepresenterade, medan miljöpartiet är klart överrepresenterat och moderaterna underrepresenterat inom public service. Däremot finns det ingen partipolitisk skillnad mellan journalister som arbetar i landsortspress och storstadspress. Miljöpartiet är starkt överrepresenterat bland frilansande journalister, medan socialdemokraterna är kraftigt underrepresenterade.

De journalister som har i uppgift att bevaka tunga områden som politik, ekonomi och samhälle ser i partipolitiska termer i stort sett ut som kåren i sin helhet, med två undantag. Folkpartiet är klart större bland ekonomijournalister, och miljöpartiet betydligt mindre. Socialdemokraterna och moderaterna är i första hand överrepresenterade bland journalister med något lättsammare bevakningsområden: sport, nöje och familj.

Partisymptatierna bland kulturjournalister fördelar sig ungefär likadant som för journalistkåren i sin helhet.

**Tabell 20.3 Partisympatier hos olika grupper av journalister** (procent).

|                            | <i>v</i>  | <i>s</i>  | <i>mp</i> | <i>c</i> | <i>fp</i> | <i>m</i>  | <i>kd</i> | <i>S:a</i> | <i>%</i> | <i>Antal</i> |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|------------|----------|--------------|
| <b>Arbetsplats</b>         |           |           |           |          |           |           |           |            |          |              |
| Landsortspress             | 14        | 36        | 18        | 3        | 13        | 14        | 2         | 100        |          | 247          |
| Storstadspress             | 14        | 33        | 18        | 3        | 13        | 15        | 4         | 100        |          | 104          |
| Public service/SVT, SR     | 12        | 30        | 29        | 4        | 16        | 8         | 1         | 100        |          | 168          |
| Kommersiell radio/TV       | 26        | 16        | 19        | 3        | 16        | 20        | 0         | 100        |          | 41           |
| Frilans                    | 16        | 18        | 35        | 7        | 10        | 12        | 2         | 100        |          | 120          |
| <b>Bevakningsområde</b>    |           |           |           |          |           |           |           |            |          |              |
| Politik/samhälle           | 13        | 30        | 30        | 2        | 13        | 11        | 1         | 100        |          | 219          |
| Kultur                     | 16        | 31        | 25        | 2        | 13        | 12        | 1         | 100        |          | 145          |
| Nöje                       | 10        | 41        | 17        | 1        | 9         | 19        | 3         | 100        |          | 78           |
| Sport                      | 16        | 41        | 13        | 6        | 7         | 16        | 1         | 100        |          | 100          |
| Familj                     | 7         | 37        | 15        | 4        | 15        | 18        | 4         | 100        |          | 27           |
| Kriminaljournalistik       | 15        | 25        | 15        | 2        | 18        | 20        | 5         | 100        |          | 40           |
| Feature                    | 12        | 31        | 32        | 3        | 11        | 8         | 2         | 100        |          | 115          |
| Allmänbevakning            | 13        | 27        | 24        | 6        | 15        | 13        | 2         | 100        |          | 322          |
| <b>Kön</b>                 |           |           |           |          |           |           |           |            |          |              |
| Kvinnor                    | 14        | 26        | 27        | 6        | 13        | 10        | 2         | 100        |          | 453          |
| Män                        | 14        | 34        | 17        | 3        | 14        | 16        | 2         | 100        |          | 456          |
| <b>Ålder</b>               |           |           |           |          |           |           |           |            |          |              |
| -34 år                     | 12        | 26        | 27        | 3        | 13        | 17        | 2         | 100        |          | 292          |
| 35-44 år                   | 14        | 29        | 26        | 6        | 14        | 10        | 1         | 100        |          | 237          |
| 45-54 år                   | 21        | 30        | 21        | 3        | 11        | 12        | 1         | 100        |          | 202          |
| 55+                        | 11        | 37        | 15        | 5        | 16        | 13        | 3         | 100        |          | 187          |
| 68-generationen (f. 46-50) | 12        | 39        | 15        | 3        | 15        | 14        | 2         | 100        |          | 121          |
| <b>Utbildning</b>          |           |           |           |          |           |           |           |            |          |              |
| Journalisthögskola         | 14        | 26        | 27        | 3        | 15        | 13        | 2         | 100        |          | 322          |
| Annan journalistutbildning | 16        | 30        | 28        | 6        | 10        | 9         | 1         | 100        |          | 269          |
| Ej journalistutbildning    | 13        | 33        | 16        | 4        | 14        | 18        | 2         | 100        |          | 307          |
| <i>Samtliga</i>            | <i>14</i> | <i>30</i> | <i>23</i> | <i>4</i> | <i>14</i> | <i>13</i> | <i>2</i>  | <i>100</i> |          | <i>913</i>   |

**Frågan löd:** Se tabell 20.1.

Mellan kvinnliga och manliga journalister finns det en tydlig skillnad. Miljöpartiet är i hög grad överrepresenterat bland kvinnliga journalister medan moderaterna och socialdemokraterna är överrepresenterade bland manliga journalister.

Sympatierna för socialdemokraterna och miljöpartiet har ett klart samband med journalisternas ålder. Ju äldre journalisterna är desto starkare är sympatierna för socialdemokraterna och ju yngre journalisterna är desto starkare är sympatierna för miljöpartiet. Hos övriga partier finns det inget sådant tydligt sambandsmönster, mer än att moderaterna tycks vara särskilt starka bland unga journalister.

De som har journalistutbildning skiljer sig från de utan formell journalistutbildning. Miljöpartiet är klart större och moderaterna klart mindre bland de med journalistutbildning. Det gäller dock inte i första hand de med en journalishögskoleutbildning, utan den grupp som har en annan typ av journalistutbildning, exempelvis folkhögskola. I denna utbildningsgrupp är andelen borgerliga sympatisörer också lägst (26 procent).

Resultatet i tabell 20.3 kan också redovisas med utgångspunkt ifrån partierna – i vilka journalistgrupper som de olika partierna är särskilt starkt eller särskilt svagt representerade. En beskrivning parti för parti ger följande resultat.

Socialdemokraterna är svagt representerade bland journalister inom kommersiell radio och tv och frilansar. Partiet är något starkare bland män, äldre journalister, landsortsjournalister och journalister inom lättare genrer. Moderaterna har lite av samma profil och är också relativt starkt representerade bland manliga journalister, sport-, familje- och nöjesjournalister. Men till skillnad från socialdemokraterna är moderaterna starkare representerade i kommersiell radio och tv och svagare representerade inom public service än i kåren i sin helhet.

Vänsterpartiet och folkpartiet liknar varandra på så sätt att de är ungefär samma styrka i alla grupper. Vänsterpartiet är i förhållande till kåren i sin helhet något överrepresenterat inom public service, medan folkpartiet är överrepresenterat bland ekonomijournalister. Sympatierna för miljöpartiet skiljer sig däremot kraftigt åt mellan olika grupper. Miljöpartiet är särskilt starka bland kvinnor, public service och frilansande journalister och svaga både i storstadspress och landsortspress liksom inom kommersiell radio och tv.

Antalet centerpartister och kristdemokrater i journalistkåren är inte tillräckligt stort för att slutsatser skall kunna dras om hur sympatierna fördelas inom olika grupper av journalister.

En tredje huvudslutsats kan därför dras i detta kapitel. Det finns betydande skillnader i partisympatier mellan olika grupper av journalister. Journalistkåren kan inte betraktas som en partipolitiskt homogen yrkesgrupp.

## Den bristande representativitetens genomslag

Journalistkåren är som framgått inte särskilt representativ för svenska folket. Men har det någon betydelse? Får den bristande representativitet något genomslag i den politiska nyhetsrapporteringen?

I princip kan frågan besvaras på två olika sätt. Ett sätt är att undersöka i vilken utsträckning journalisternas partisympatier faktiskt påverkar yrkesutövningen.<sup>5</sup> Gör exempelvis en sympatisör till miljöpartiet en annan nyhetsbedömning av samma händelse än vad en journalist med moderatsympatier gör? Och får i så fall den enskilde journalistens partisympatier något genomslag i den journalistik som slutligen når läsarna, lyssnare och tittarna?

Att fullt ut besvara frågan om vilket reellt inflytande den enskilde journalistens partisympatier har på den journalistiska slutprodukten är naturligtvis komplicerat och förutsätter i princip studier av både det journalistiska innehållet och journalisternas politiska värderingar.

Ett annat något enklare sätt är att undersöka vilket potentiellt inflytande enskilda journalister och olika grupper av journalister kan antas ha över den journalistik som allmänheten möter i nyhetsmedierna.

Journalisternas potentiella inflytande över den bild som förmedlas i medierna kan åtminstone avse tre olika aspekter.

Den *första* aspekten tar fasta på det potentiella inflytande som olika journalister och journalistgrupper har genom sin position inom den redaktionella arbetsprocessen. Är man chef eller på annat sätt redaktionellt ansvarig kan man antas ha ett större potentiellt inflytande än andra. Och har man som journalist som enda uppgift att dagligen rapportera om politik kan man på goda grunder anta att man har ett större potentiellt inflytande över den bild som ges av politik och samhälle än de som aldrig eller mycket sällan i sitt arbete bevakar politik.

5 Svaret är som sagt komplicerat, men det är mycket som talar för att den enskilde journalistens partipolitiska åsikter påverkar nyhetsrapporteringen i begränsad omfattning i förhållande till andra, viktigare faktorer. Bland annat därför att (1) I modern nyhetsjournalistik är professionella nyhetsvärderingsprinciper viktigare än partipolitiska värderingar. Den speciella arbetslogik journalisterna och medierna använder sig av väger tyngre än journalisternas personliga åsikter, (2) Nyhetsarbete är i stor utsträckning en kollektiv, redaktionell arbetsprocess med många inblandade journalister och ofta med en långt driven arbetsfördelning. Utrymmet för påverkan av enskilda individers åsikter är därigenom begränsat, (3) Journalister identifierar sig känslomässigt i mycket mindre grad än allmänheten med de politiska partierna. Det är få journalister som uppfattar sig som övertygade anhängare till ett visst parti. De kan därmed antas vara ännu mer trolösa gentemot partierna än vad allmänheten är. Se Patterson & Donsbach (1996) för ett något annorlunda synsätt. Se även Bergstrand (2006) för en kort men utmärkt koncis genomgång av den vetenskapliga litteraturen inom problemområdet.

Den *andra* aspekten tar fasta på det potentiella inflytande olika journalister och journalistgrupper har genom sin position inom mediasystemet. Arbetar man exempelvis i stora rikstäckande nyhetsmedier med stort genomslag kan man antas ha större inflytande över den bild som allmänheten får av politik och samhälle än om man arbetar i små nyhetsmedier med mindre genomslag.

Den *tredje* aspekten tar fasta på det potentiella inflytande olika journalister och journalistgrupper har genom sin position inom den egna yrkesgruppen, det egna fältet. Unga journalister som är nya i yrket kan antas ha mindre potentiellt inflytande än äldre väl etablerade yrkeskollegor. Och kvinnor kan, mot bakgrund av rådande maktstrukturer inom medierna och samhället i stort, antas ha ett mindre potentiellt inflytande än män.

Det går alltså med utgångspunkt ifrån den maktposition journalister har i den redaktionella *arbetsprocessen*, i *mediasystemet* och i den egna *yrkesgruppen* att skilja ut olika grupper av journalister efter hur stort respektive hur litet deras potentiella inflytande är över den bild som nyhetsmedierna förmedlar.

I det följande skall jag med utgångspunkt ifrån dessa tre aspekter belysa frågan om vilket genomslag journalisternas bristande representativitet kan tänkas få för rapporteringen om politik och därmed också för den bild som allmänheten möter i våra nyhetsmedier. Vilka partisympatier har de journalister som har ett stort potentiellt inflytande och de som kan antas ha ett begränsat potentiellt inflytande? Eller med andra ord: vilken betydelse har den kraftiga överrepresentationen för miljöpartiet och vänsterpartiet och underrepresentationen för moderaterna och socialdemokraterna?

### **Ansvariga inom medierna**

Den första maktaspekten berör inflytandet i den redaktionella arbetsprocessen. En grupp som på goda grunder kan antas ha ett stort potentiellt inflytande över hur nyhetsmediernas bild av politik och samhälle formas är ansvariga chefer. Gäller miljöpartiets och vänsterpartiets överrepresentation och moderaternas och socialdemokraternas underrepresentation även för dem?

Frågan kan belysas med hjälp av den postenkät som i anslutning till journalistenkäten sändes till ansvarig utgivare i samtliga svenska dagstidningar och till programansvariga inom radio och tv. Partisympatifrågan ställdes dock inte, bland annat därför att det var en total-



undersökning av en liten och avgränsad grupp av individer. Däremot ställdes en fråga där de ansvariga (liksom journalistkåren) fick placera sig på en vänster-högerskala i elva skalsteg där 0 står för ”långt till vänster”, 5 för ”varken vänster eller höger” och 10 står för ”långt till höger”.

Jämförelsen mellan journalisterna och ansvarig utgivare inom medierna visade på ett tydligt resultat. De ansvariga placerade sig till höger om journalistkåren. De placerade sig framförallt i betydligt större utsträckning på skalans mittpunkt. De ansvariga inom medierna är åsiktsmässigt mer lika allmänheten. Andelen som står till vänster är ungefär lika stor.<sup>6</sup>

Vi kan därför på goda grunder anta att överrepresentationen för miljöpartiet och vänsterpartiet inte är lika stor och underrepresentationen för moderaterna och socialdemokraterna inte är lika stor bland ansvariga inom medierna som i journalistkåren i sin helhet.

### **Med politik som specialitet**

En annan grupp som kan antas ha ett stort potentiellt inflytande i den redaktionella arbetsprocessen är de journalister som har till huvuduppgift eller enda uppgift att dagligen följa och rapportera om politik, ekonomi och samhälle. Ju närmre journalistens bevakningsområde ligger nyhetsrapporteringen om politik och samhälle, desto större inflytande kan de antas ha över den bild som ges av politik och samhälle.

Som tidigare framgått av tabell 20.3 sympatiserar de journalister som bevakar politik och samhälle i större utsträckning med folkpartiet och moderaterna jämfört med kåren i sin helhet och i mindre utsträckning med miljöpartiet. Den grupp av inflytelserika journalister som i hög grad kan antas prägla den bild allmänhet får av svensk politik och ekonomi kan dock snävas in ytterligare. Det görs i tabell 20.4 på nästa sida där partisympatierna hos de journalister, som i 2005 års undersökning på en särskild fråga, anger att de dagligen rapporterar om politik och/eller ekonomi redovisas. Denna potentiellt inflytelserika grupp av journalister har i sin tur delats in i journalister verksamma i Stockholm och i övriga Sverige.

---

<sup>6</sup> Resultatet redovisas mer utförligt i Asp, 2006a: 11ff.

**Tabell 20.4 Partisympatier hos journalister som dagligen arbetar med att rapportera om politik och/eller ekonomi i Stockholm och övriga Sverige (procent).**

|                    | Stockholm | Övriga Sverige | Skillnad |
|--------------------|-----------|----------------|----------|
| Vänsterpartiet     | 11        | 17             | -6       |
| Socialdemokraterna | 21        | 38             | -17      |
| Miljöpartiet       | 15        | 15             | ±0       |
| Centerpartiet      | 4         | 1              | +3       |
| Folkpartiet        | 23        | 17             | +6       |
| Moderaterna        | 26        | 9              | +17      |
| Kristdemokraterna  | 0         | 3              | -3       |
|                    | 100       | 100            |          |
| Antal personer:    | 47        | 66             |          |

**Frågan löd:** Hur ofta brukar du arbeta med nyhetsrapportering om politik/ekonomi? Svarsalternativ: Dagligen, flera gånger i veckan, mera sällan, aldrig. För partisympatifrågor se tabell 20.1.

**Kommentar:** Se not 7 för en kommentar till n-siffrorna.

Skillnaden mellan partisympatierna i de riksspridda Stockholmsmedierna och i övriga Sverige är mycket stor. Bland de journalister som står för huvuddelen av den nationella rapporteringen om politik och ekonomi är moderaterna största parti. Andelen moderater är nära tre gånger så stor bland journalister med ett stort potentiellt inflytande än bland övriga journalister. Folkpartiet är också något större bland de potentiellt inflytelserika, men skillnaden är inte lika stor som för moderaterna. Och sammantaget är hos dessa tongivande journalister andelen borgerliga sympatisörer något större än den andel som sympatiserar med socialdemokraterna, vänsterpartiet och miljöpartiet.<sup>7</sup>

7 Kan man då dra slutsatser av journalisternas partisympatier på grundval av så små grupper som det rör sig om i tabell 20.4? Den grupp av nyhetsjournalister som här skiljts ut består sammantaget av 47 individer. Att gruppen är så liten beror på att denna krets av journalister också i verkligheten är mycket begränsad till antalet. Det begränsade antalet svarspersoner är därför förväntat. Om det i verkligheten så att säga finns få svarspersoner kan dock uppnådda resultat stärkas empiriskt om man i tidigare undersökningar uppnått samma eller liknande resultat. Samma resultat som upprepas flera gånger är ett empiriskt betydligt starkare resultat än enstaka resultat baserade på stora urval. I tidigare journalistundersökningar från 1994, 1995 och 1999 har jag funnit samma tendens som det som här redovisas för år 2005. Jag har dock inte tidigare i ett vetenskapligt sammanhang redovisat resultaten eftersom det handlar om så få svarspersoner. Men när jag för fjärde gången (och dessutom i 2005 års undersökning på grundval av mer precisa frågor) kan iakta samma huvudtendens i de olika undersökningarna bedömer jag det rimligt att också i ett vetenskapligt sammanhang publicera resultatet.

Men det som särskilt kännetecknar denna potentiellt inflytelserika grupp av nationellt rapporterande nyhetsjournalister är den mycket svaga ställning som det traditionella och då sittande regeringspartiet har. Socialdemokraterna är mest underrepresenterat – både om vi jämför med allmänheten och med journalistkåren i sin helhet.

### **Medier med stort genomslag**

Den andra aspekten av journalisternas potentiella inflytande tar fasta på den position man har inom mediasystemet; var man arbetar och mediets genomslagskraft. Arbetar man exempelvis i stora rikstäckande nyhetsmedier med stort genomslag kan man antas ha större inflytande över den bild som ges av politik och samhälle än om man arbetar i små nyhetsmedier med ett mindre genomslag.

Är då partisympatierna annorlunda fördelade på medieplatser med stort potentiellt inflytande?

Oavsett var journalisterna arbetar så visar resultatet i tabell 20.3 att miljöpartiet och vänsterpartiet är överrepresenterade och att moderaterna och socialdemokraterna är underrepresenterade. Det finns visserligen vissa skillnader mellan olika mediearbetsplatser, men uttryckt i blocktermer är skillnaderna små. I public servicemedier och bland frilansar är dock andelen borgerliga sympatisörer något mindre än på andra arbetsplatser. Men skillnaden är liten och beror i första hand på att miljöpartiet är mycket starkt överrepresenterat.

Slutsatsen blir därför att den ena mediearbetsplatsen inte kan sägas vara mer eller mindre representativ än den andra, med ett viktigt undantag. Bland frilansande journalister, en grupp av journalister som kan antas ha ett begränsat inflytande över den dagliga nyhetsrapporteringen om politik, är miljöpartiet kraftigt överrepresenterat – var tredje frilans sympatiserar med miljöpartiet.

### **Yrkesposition**

Den tredje aspekten av journalisternas potentiella inflytande tar fasta på journalistens position inom den egna arbetsplatsen eller det egna yrkesområdet.

En grupp av journalister som kan antas ha ett mer begränsat potentiellt inflytande är kvinnor och unga journalister.

Kvinnliga och manliga journalisters partisympatier skiljer sig kraftigt åt, som vi tidigare kunnat notera (tabell 20.3). Andelen miljöpartisympatisörer är nästan dubbelt så stor hos kvinnor som hos män,

medan andelen moderatsympatisörer är nästan dubbelt så stor hos män som hos kvinnor. Och manliga journalister sympatiserar i högre grad med socialdemokraterna än kvinnliga journalister. Partisympatierna skiljde sig åt också mellan olika åldersgrupper.

**Tabell 20.5 Journalistkårens partisympatier efter kön och ålder (procent).**

|                    | <i>-34 år</i> |            |     | <i>55+</i>    |            |    |
|--------------------|---------------|------------|-----|---------------|------------|----|
|                    | <i>Kvinna</i> | <i>Man</i> |     | <i>Kvinna</i> | <i>Man</i> |    |
| Vänsterpartiet     | 13            | 10         | -3  | 7             | 13         | +6 |
| Socialdemokraterna | 22            | 32         | +10 | 32            | 37         | +5 |
| Miljöpartiet       | 35            | 13         | -22 | 18            | 14         | -4 |
| Centerpartiet      | 4             | 2          | -2  | 8             | 3          | -5 |
| Folkpartiet        | 12            | 15         | +3  | 18            | 14         | -4 |
| Moderaterna        | 11            | 27         | +16 | 15            | 13         | -2 |
| Kristdemokraterna  | 3             | 1          | -2  | 2             | 4          | +2 |
| Antal personer:    | 181           | 110        |     | 68            | 118        |    |

**Frågan löd:** Se tabell 20.1.

**Kommentar:** Se not 8 för en kommentar om vilken faktor som har störst effekt.

Ålder och kön har alltså var för sig samband med journalisternas partisympatier. Men tar vi, som i tabell 20.5, på samma gång hänsyn både till kön och ålder framträder intressanta skillnader.

Bland yngre kvinnliga journalister sympatiserar 35 procent med miljöpartiet och 11 procent med moderaterna. Bland yngre manliga journalister sympatiserar 13 procent med miljöpartiet och 27 procent med moderaterna. Skillnaden är också mycket stor när det gäller sympatierna för socialdemokraterna. De partipolitiska preferenserna bland journalister under 35 år skiljer sig alltså mycket kraftigt åt beroende på om man är kvinna eller man.

Skillnaden är också stor när det gäller andelen borgerliga sympatisörer. Yngre manliga journalister är betydligt mer borgerliga (41 procent) än äldre manliga journalister (32 procent), medan det omvända gäller för kvinnliga journalister.<sup>8</sup>

8 Vilken faktor påverkar då mest – ålder eller kön? En mer detaljerad analys visar att ålder och kön har ungefär lika stor betydelse, möjligen kan kön sägas ha en något större betydelse än ålder. För kvinnliga journalister har åldern stor betydelse när det gäller sympatierna för miljöpartiet. För manliga journalister har åldern stor betydelse när det gäller sympatierna för moderaterna. Se Asp, 2006a: figur 3, s. 20.

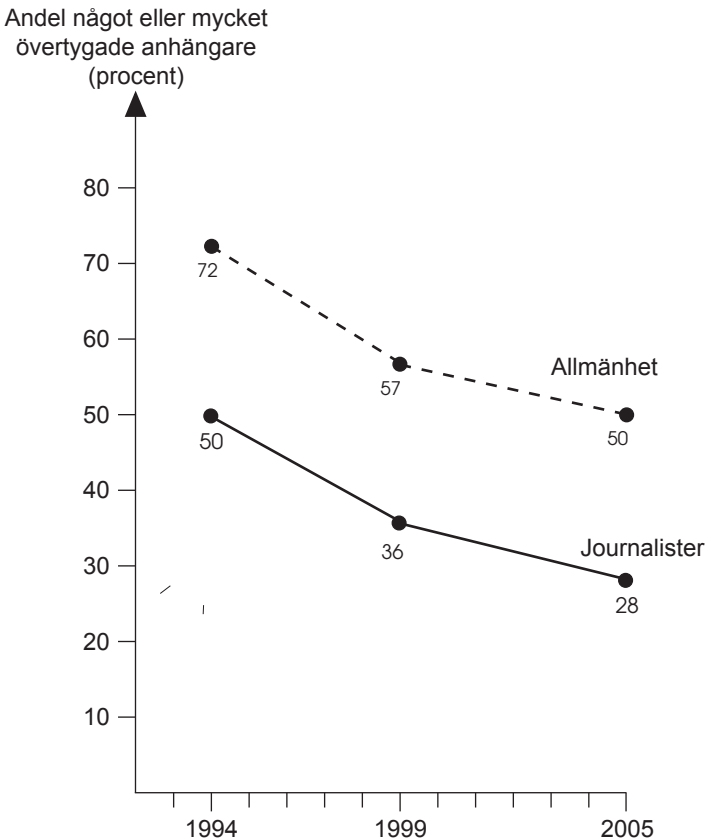
Slutsatsen blir att miljöpartiet är mycket starkt överrepresenterade i den grupp av journalister – unga kvinnor – som kan antas ha ett begränsat potentiellt inflytande. Och att socialdemokrater och till viss del även moderater är något överrepresenterade i den grupp av journalister – äldre män – som kan antas ha det största inflytandet över den bild som ges av politik och samhälle i våra nyhetsmedier.

### Partiidentifikationen

Vad betyder då partisympatier för journalister?

Att uttrycka sympati för ett parti eller tycka ett parti vara bäst kan innebära olika saker och ha olika styrka. Man kan vara mer eller min-

**Figur 20.2 Andelen övertygade partianhängare i journalistkåren och bland allmänheten 1994-2005 (procent).**



**Frågan löd:** Anser du Dig vara en övertygad anhängare av detta parti? Svartalternativ: Ja, mycket övertygad; ja, något övertygad; nej.

dre känslomässigt bunden till ett visst parti. Och i detta avseende finns det en stor skillnad mellan journalister och den svenska allmänheten.

Journalister anser sig i betydligt mindre utsträckning vara anhängare till ett visst parti. Det är endast en journalist på 20 som säger sig vara en mycket övertygad anhängare. Och över 70 procent av journalisterna ser sig inte som övertygade anhängare, medan motsvarande andel hos allmänheten är 50 procent.

Under de senaste tio åren har det dock ägt rum en stor förändring både hos journalister och hos allmänheten (figur 20.2 på föregående sida). Bland journalister har andelen partianhängare nästan halverats – från 50 procent hösten 1994 till 28 procent hösten 2005.<sup>9</sup> Både hos journalister och bland väljare är trenden mot en allt svagare partiidentifikation mycket markant.

### Sammanfattande slutsatser

Analysen av journalistkårens partisympatier har kretsat kring två frågor: hur representativa är journalisterna? och vilken betydelse kan den partipolitiska representativiteten tänkas ha för journalisternas yrkesutövning?

Journalistkåren är inte särskilt representativ för det svenska folket. Vänsterpartiet, miljöpartiet och folkpartiet är överrepresenterade och moderaterna och socialdemokraterna är underrepresenterade. Men det finns betydande skillnader mellan olika grupper av journalister. Journalistkåren kan därför inte betraktas som partipolitiskt homogen. Och partisympatierna förändras på ett likartat sätt. Journalister och allmänhet lever i samma politiska värld och tycks påverkas av samma saker.

Att som här tala i termer av överrepresentation och underrepresentation är inte oproblemiskt, varken ur ett deskriptivt eller normativt perspektiv.

En jämförelse mellan journalister som ett kollektiv och allmänheten som ett kollektiv kan ses som missvisande. I Journalistundersökningarna, som grundar sig på Svenska journalistförbundets medlemsregister, ingår exempelvis inte pensionärer. Dessutom arbetar och bor en mycket stor andel av journalisterna i Stockholm, en betydligt större andel än som gäller för befolkningen i sin helhet. Och journalister har i genomsnitt en betydligt högre utbildning än vad svenska folket har.

<sup>9</sup> Det bör dock påpekas att 1994 var valår med en högre andel partianhängare än under icke-valår. Tar jämförelsen sin utgångspunkt i 1995 års journalistundersökning (40 procent) och 1995 års SOM-undersökning (64 procent) blir nedgången följaktligen inte lika stor.

En bristande överensstämmelse kan alltså vara en följd av journalistkårens speciella demografiska karaktär. Jämförelser med grupper i befolkningen som är demografiskt mer lika journalistkåren skulle ge en, om vi så vill, mer rättvis eller mindre missvisande bild av vilka partier som är över- eller underrepresenterade. Här har jag dock valt att utgå ifrån allmänheten i sin helhet som jämförelsepunkt, och endast på någon punkt jämfört med andra befolkningsgrupper (se kapitel 18).

Om det ur ett normativt perspektiv är eftersträvansvärt eller om det ur demokratisk synpunkt är värdefullt med en överensstämmelse eller inte alltför stor avvikelse mellan journalisternas och allmänhetens partisympatier kan diskuteras utifrån olika utgångspunkter.

Studier av olika yrkesgruppers politiska åsikter och värderingar tar ofta sin utgångspunkt i en mer eller mindre uttalad värdepremiss: Den enskilde individens personliga åsikter skall eller bör inte påverka yrkesutövningen. För vissa yrkesgrupper är värdepremissen klart uttalad och allmänt vedertagen, exempelvis domarkåren. För andra yrkesgrupper är den allmänt vedertagen men kanske inte lika uttalad, exempelvis lärarkåren. Det är närmast utifrån denna värdepremiss som diskussionen kring den bristande representativitetens betydelse för yrkesutövningen har förts.

Att ge ett uttömmande svar på frågan om den bristande politiska representativitetens betydelse för yrkesutövningen är naturligtvis svårt. Men ett sätt är att se till olika journalistgruppers potentiella inflytande och pröva om den bristande representativitet som utmärker journalistkåren i sin helhet också finns hos de förhållandevis begränsade grupper av journalister som dagligen formar den bild som allmänheten får av politiken i våra nyhetsmedier.

I de grupper av journalister som kan antas ha ett stort potentiellt inflytande – ansvarig utgivare inom medierna och tongivande politiska journalister i nationella nyhetsmedier – är inte miljöpartiet eller vänsterpartiet överrepresenterade på samma sätt som i kåren i sin helhet. Däremot är miljöpartiet och vänsterpartiet kraftigt överrepresenterade i de grupper av journalister som kan antas ha ett begränsat potentiellt inflytande – bland frilansmedarbetare och unga kvinnliga journalister.

Journalister med stort potentiellt inflytande över den nationella nyhetsrapporteringen om politik och ekonomi ser därför partipolitiskt ut ungefär som den allmänhet den vänder sig till. Och om partisympatierna slår igenom i journalisternas yrkesutövning kan de därför antas slå både åt det ena och det andra hållet.

## Kapitel 21

# En profession på gott och ont

Kent Asp

Är journalistyrket en profession som boktiteln Den Svenska Journalistkåren antyder? Etiketteringen som sådan är av ringa vetenskapligt värde och är i sig inte särskilt komplicerad. Om journalistkåren skall betraktas som en profession beror självfallet på vad vi närmare avser med en profession; vilka kriterier vi använder. Givet vissa kriterier kan, om vi så vill, journalistyrket räknas som en profession, en semiprofession eller kvartsprofession.

Enligt gängse kriterier kan journalistyrket dock inte betraktas som en ”full” profession eftersom det inte krävs någon formell kompetens eller utbildning eller annan certifiering för att få utöva yrket i Sverige. Journalistyrket kan inte heller utvecklas till en profession i likhet med läkaryrket och advokatycket eftersom det skulle strida mot ett av demokratins grundläggande värden – att folkstyrelsen bygger på en fri åsiktsbildning. Alla har därför i ett demokratiskt samhälle rätt att utöva journalistik – att göra sin röst hörd – oavsett oavsett formell kompetens och oavsett om man gör det på sin fritid eller under yrkesmässiga förhållanden. Legitimerade journalister är oförenligt med ett demokratiskt statsskick.

De frågeställningar som hänger samman med journalistyrkets professionalisering har dock ett stort vetenskapligt intresse. Och som den uppmärksamme läsaren säkert märkt har bokens två perspektiv på den svenska journalistkåren lett till att kapitelförfattarnas analyser och slutsatser ofta hamnat i frågor som hänger samman med denna professionaliseringsprocess. Det blir så, nästan per automatik, om man som forskare på samma gång ser på ett yrke ur ett tidsperspektiv och ur ett samhällsperspektiv.

Det finns därför anledning att i detta avslutande kapitel knyta samman de två perspektiven och diskutera bokens resultat ur ett professionaliseringsperspektiv.



## Professionskriterier

Även om syftet inte primärt är att etikettera journalistkåren kommer vi inte förbi frågan om vad det är som gör att en yrkesgrupp kan betraktas som en profession. Vi behöver en teoretisk utgångspunkt, något att ta spjörn emot när vi diskuterar de empiriska resultaten.

Nio kriterier är enligt min uppfattning centrala för att avgöra i vilka avseenden, och i vilken utsträckning, en yrkesgrupp kan betraktas som en profession.<sup>1</sup>

Det *första* grundkriteriet är att det handlar om ett yrke inom ett högt specialiserat yrkesområde. Det *andra* att det förekommer representativa yrkesorganisationer. Det *tredje* att yrket kräver formell kompetens som inhämtats genom särskild utbildning ofta visad genom examen eller annan typ av certifiering. Det *fjärde* att yrkesutövaren har en autonom ställning och att arbetet i hög grad är fritt och självständigt. Det *femte* att yrket har ett särskilt samhällsintresse och att det i yrkesutövningen finns ett inslag av icke-kommersialism, oegennyttia eller allmänanda. Och det *sjätte* att yrket har samhällets sanktion genom legitimering eller någon annan form av erkännande.

Utöver dessa sex grundkriterier tillkommer tre kriterier som har med yrkeskulturen att göra och som följaktligen har ett specifikt innehåll för just den profession det handlar om. Det *sjunde* kriteriet innebär existensen av en gemensam yrkesetik. Det *åttonde* avser existensen av gemensamma yrkesideal; en gemensam värdegrund. Och det *nionde* existensen av gemensamma regler för själva yrkesutövningen; en samsyn om vad som är ett yrkesmässigt förfarande.

En första genomgång av de nio kriterier som här ställts upp visar att den svenska journalistkåren uppfyller de flesta, men inte alla de kriterier som ställts upp. Det gäller framförallt det tredje och sjätte kriteriet som inte uppfylls. Det är detta förhållande som gör att jour-

1 De nio kriterier som här anges bygger inte på något specifikt arbete från professionsforskare utan skall närmast ses som mitt försök att systematisera och sammanfatta de olika kriterier jag mött i relevanta vetenskapliga uppslagsverk som tar upp hur olika forskare ser på centrala begrepp och i litteraturen inom området. Samtliga nio kriterier finns självfallet företrädda någonstans i litteraturen – i så måtto är kriterierna inte originella. Däremot förkommer troligen inte just dessa nio kriterier hos en och samma forskare. Den vetenskapliga litteraturen på området är enorm (naturligtvis lite beroende på hur området avgränsas) och omfattar stora sociologiska teoretiker som Max Weber, Talcott Parsons och Robert Merton. På svenska finns en koncis litteraturöversikt hos Lars Åke Engblom, 2001, och i det förtjänstfulla arbetet om journalistyrkets professionalisering från 1900 till 1960 av Birgit Petersson, 2006. En tidigt svensk arbete inom området är Swen Windahls doktoravhandling, 1975.

nalistkåren inte kan betraktas som en ”full” profession. Det andra och även det första kriteriet, fast inte lika självklart, kan däremot sägas vara uppfyllt.<sup>2</sup>

När det gäller de övriga fem kriterierna (4, 5, 7, 8 och 9) handlar frågan inte på samma sätt om journalistkåren i absolut mening uppfyller kriterierna, utan i dessa fall handlar det mera om bedömningar som tar fasta på i vilken utsträckning kriterierna uppfylls och om vissa kriterier uppfylls i större utsträckning än andra.

De empiriska resultaten grundar sig alltså på frågeundersökningar ”med medlemmarna i professionen” och kommer i första hand att diskuteras med utgångspunkt ifrån dessa fem kriterier: yrkets autonomi, oegennyttan eller allmänandan hos yrkesgruppen och värdegemenskapen när det gäller yrkesetik, yrkesideal och yrkesregler.

Vad säger bokens resultat – sett i ett professionaliseringsperspektiv?

### Yrkesgruppen

Den svenska journalistkåren är en socialt homogen yrkesgrupp. Det är ett yrke för medelklassens och akademikernas barn. Det är ett kännetecken som dessutom förstärkts något över tid. Rekryteringen till yrket sker visserligen i betydande utsträckning via formella meriter, men informella och interna vägar betyder troligen mer. Sociala bindningar inom yrkesgruppen är vanligt förekommande.

Journalister lever sina liv i stort som befolkningen i övrigt gör. De har barn, samlever och bor i stort sett på samma sätt som andra jämförbara grupper. Men de är i betydligt större utsträckning storstadsbor. Yrkeskåren är, och till allt större del, koncentrerad till Stockholm. I likhet med andra unga storstadsbor har journalister en nöjesinriktad livsstil.

Journalistkåren är politiskt inte särskilt representativ för svenska folket. Kåren står klart till vänster och åsiktsskillnaderna mellan journalister och allmänhet har ökat över tid. Journalister brister i representativitet även i partipolitiska termer.

2 Ser vi till andra professioner i samhället kan advokatkåren betraktas som en mer uttalad profession än läkarkåren (när det gäller autonomikriteriet), eftersom advokatsamfundet självt avgör vilka som tillhör professionen och också kan utesluta medlemmar i professionen, medan samhällets sanktion krävs för att få utöva läraryrket. Läkarkåren kan i sin tur betraktas som en mer uttalad profession än lärarkåren, eftersom ett medlemskap i professionen legitimeras av samhället, medan det (ännu så länge) inte ställs motsvarande krav på legitimering för att utöva läraryrket. I så måtto liknar journalistyrket mera läraryrket än läkaryrket.

Men journalistkåren kan ändå inte betraktas som en politiskt åsiktsmässigt homogen yrkesgrupp. I enskilda, väsentliga samhällsfrågor är journalistkåren inom sig lika splittrad eller enig som allmänheten är. Och deras åsikter förändras över tid på ett likartat sätt. Journalister och allmänhet lever inte i olika politiska världar. De påverkas av samma saker.

Sett i ett professionaliseringsperspektiv är resultaten inte entydiga. Att en yrkesgrupp på ett markant sätt skiljer sig ifrån andra grupper i samhället och brister i social och politisk representativitet är inte nödvändigtvis utmärkande just för en profession. Och att brister i social och politisk representativitet ökar över tid kan inte heller tas till intäkt på en pågående professionaliseringsprocess.

En bristande politisk representativitet kan något paradoxalt vittna om att en yrkesgrupp kan betraktas just som en profession om den bristande representativiteten inte påverkar själva yrkesutövningen. Om journalisternas egna politiska åsikter inte slår igenom i nyhetsrapporteringen tyder det ju på en professionell inställning. I det avseendet talar mycket för att journalisternas personliga åsikter betyder mindre för nyhetsrapporteringen än yrkesmässiga överväganden.

Detsamma kan sägas om bristande social representativitet. Påverkar inte den bristande representativiteten yrkesutövningen kan det visa på en professionell inställning hos yrkesgruppen. I detta avseende finns det dock en del som talar för att journalisters medelklassbakgrund och koncentration till Stockholm får genomslag i yrkesutövningen som inte har sin bakgrund i strikt yrkesmässiga överväganden.

Ett viktigt kännetecken på en profession är att formell kompetens och verifierade meriter skall vara avgörande för rekryteringen till professionen. I denna mening uppfyller journalistkåren knappast kraven på att kallas för en profession. Och det är heller inget som direkt talar för att vägarna in i yrket uppfyller professionens krav mer i dag än för 15–20 år sedan.

Den könsmärkning som (fortfarande) finns inom journalistiken kan inte heller ses som utmärkande för en profession (även om könsmärkning förekommer i lika stor eller kanske i större utsträckning inom andra mer etablerade professioner).

Den kompetens som krävs för ett medlemskap i en profession uppnås genom en högre, formell utbildning. Även om journalistkåren i ett demokratiskt samhälle närmast per definition inte kan uppfylla detta krav kan ändå "graden i uppfyllandet" diskuteras – om kåren ligger nära eller långt ifrån att uppfylla kriteriet, om kåren närmar sig eller fjärrar sig från kriteriet.

Ungefär två tredjedelar av den svenska journalistkåren har någon form av journalistutbildning. Lite mer än hälften av dessa – en dryg tredjedel av kåren i sin helhet – har sin examen från någon av de traditionella ”journalisthögskolorna” (Göteborg, Stockholm, Sundsvall). Inte heller i detta avseende uppfyller journalistkåren kraven på att betraktas som en profession. Visserligen har andelen med journalistutbildning ökat kraftigt över tid, men det gäller i första hand kortare journalistutbildningar vid folkhögskolor och andra utbildningsinstitutioner. Ökningen av andelen vid universitet fackhögskoleutbildade journalister har inte varit särskilt stor.

Det är tveksamt om en yrkesgrupp skall ha några särskilda kännetecken som ”social grupp” för att räknas som en profession. Om en yrkeskår i relevanta avseenden på ett markant sätt skiljer sig från samhället i övrigt och skillnaderna inom yrkesgruppen är små kan det vara tecken på en profession. Ökar dessutom skillnaderna gentemot andra grupper i samhället över tid och skillnaderna blir allt mindre inom gruppen kan det tyda på en professionaliseringsprocess. I denna mening uppvisar den svenska journalistkåren tecken på vara en profession.

Men i andra, i ett professionaliseringsperspektiv mer väsentliga avseenden, kan inte journalistkåren som grupp betraktas som en profession. De uppfyller inte grundkriteriet för en profession när det gäller kravet på formell kompetens och utbildning och när det gäller samhällets sanktion.

### **Yrkesvillkoren**

Två av professionskriterierna tar fasta på de förutsättningar som gäller för yrket och yrkesutövningen. Det gäller de villkor som hänger samman med yrkets autonoma ställning och yrkesgruppens allmänanda; att professionen har ett högre syfte och verkar ”i allmänhetens tjänst” antingen det handlar om läkarens patienter, advokatens klienter eller journalisternas publik.

Journalistkåren ser i stor utsträckning sitt arbete som fritt och självständigt. Det är förhållandevis liten andel som upplever att styrningen från ledningen är hård eller att det är svårt att få gehör för egna idéer. Och de upplever inte att styrningen är hårdare eller att det är svårare att få gehör för egna idéer idag än för 15-20 år sedan. De svar som journalisterna ger på våra frågor ger knappast stöd för uppfattningen att journalisterna har förvandlats från fria yrkesutövare till ordfabriksarbetare.

Frihet och makt är i mycket två sidor av samma mynt. Svenska journalister upplever att de har stort inflytande över sitt eget arbete. Det är redaktionsledning och enskilda journalister som bestämmer både över den långsiktiga redaktionella profilen och över det dagliga arbetet. Andra intressenter anses ha litet eller inget inflytande. Och när ansvarig utgivare inom medierna får bedöma samma sak anser de att enskilda journalister generellt sett har ett större inflytande över journalistiken än vad journalisterna själva anser.

I slutet av 1980-talet upplevde dock journalistkåren att de hade större inflytande över journalistiken än vad kåren gör idag. En jämförelse mellan svaren från 1989- och 2005 års journalister visar att kåren fortfarande uppfattar att de tillsammans med redaktionsledningen har störst inflytande, men att de har förlorat terräng och att kommersiella intressen långsiktigt har ökat sitt inflytande över journalistiken. Resultaten visar dock samtidigt på en större acceptans för det kommersiella inslaget i journalistiken än i slutet av 1980-talet även om inställningen i journalistkåren alltjämt är övervägande negativ.

Svenska journalister står inte utanför samhället – de är en del av samhället. Få yrkesgrupper kan uppvisa ett lika starkt intresse för politik och samhällsfrågor som journalister. Journalister är lika nöjda med den svenska demokratin som allmänheten och har en större tillit till sina medmänniskor och (till många överraskning) ett betydligt större förtroende för våra politiker och samhällsinstitutioner.

Den svenska journalistkåren kan därför i betydande utsträckning sägas uppfylla två av grundvillkoren för en profession – autonomi och allmänanda. Journalisterna upplever dock en ökad kommersialisering av journalistiken. Det är en utveckling som både innebär ett hot mot journalistikens oberoende och allmänandan i journalistiken.

### **Yrkeskulturen**

Tre av de kriterier som ställts upp avser det som kan kallas professionens yrkeskultur: förekomsten av en gemensam yrkesetik, gemensamma yrkesideal och gemensamma yrkesregler: en samsyn på vad som utgör ett yrkesmässigt förfarande.

Uppslutningen kring journalistikens två grundläggande ideal – att informera allmänheten och att granska överheten – är mycket stor. Journalistkåren kan i denna mening sägas ha en gemensam värdegrund. Kring den okontroversiella informationsuppgiften är uppslutningen närmast total, men även när det gäller granskningsidealet är

åsiKtshomogeniteten stor. Skillnaderna mellan olika grupper är liten – och de minskar över tid. Granskningsidealet har på så vis med åren kommit att omfattas i stort sett av alla journalister oavsett politisk färg. Journalisters granskningsideal har också mycket stor acceptans hos allmänheten och ger på så sätt också legitimitet åt yrkesgruppen.

Att svenska journalister har en gemensam yrkesetik är uppenbart i den meningen att det finns ett nedtecknat regelverk som yrkesverksamma journalister har att följa. JMG:s frågeundersökningar visar också att journalistkårens samsyn och uppslutning kring de etiska reglerna måste bedömas som stor.<sup>3</sup>

Samsynen i journalistkåren är också stor när det gäller nyhetsvärdering – det kanske mest centrala hantverksinslaget i journalisternas yrkesutövning. Det finns en tendens, om än svag, till att samsynen ökar över tid. Och att det existerar en viss inskolningseffekt – att unga journalisters bedömningar efter en tid i yrket alltmer börjar lika den syn som deras äldre, mer erfarna yrkeskollegor har.

Sett i ett professionaliseringsperspektiv är resultaten mest entydiga och lättolkade när det gäller det som rör journalisternas yrkeskultur. Kåren uppfyller i stor utsträckning de professionskriterier som gäller för existensen av en yrkeskultur. Den svenska journalistkåren har en gemensam yrkesetik, gemensamma yrkesideal och gemensamma yrkesregler.

### **På gott och ont**

I vilken utsträckning som den svenska journalistkåren skall betraktas som en profession kan som framgått diskuteras. I vissa avseenden kan journalistkåren inte räknas som en profession. I andra avseenden, det gäller främst existensen av en värdegemenskap och en gemensam yrkeskultur, uppvisar journalistkåren tydliga kännetecken på en profession. Kårens professionalisering är också mer framskriden idag än i slutet av 1980-talet.

Men etiketteringen som sådan är av begränsat vetenskapligt värde. Det är vad professionaliseringen står för och framförallt vilka konsekvenser den för med sig som är av intresse.

Skapandet av professioner är en del av den arbetsfördelning som ständigt pågår i ett samhälle. Från yrkessammanslutningarnas horisont är syftet att med ett kunskapsmonopol som bas skaffa sig ett tjänstemonopol. På så vis kan yrkesgruppen skaffa sig status och prestige i samhället, vilket i sin tur antas leda till materiella belöningar.

<sup>3</sup> Weibull och Börjesson, 1995; Journalist 2000, JMG-Granskaren 2001:2-3.

Professionens strävan efter kunskapsmonopol och tjänstemonopol innebär att yrkesgruppen gör anspråk på makt och inflytande. Det är inte en professions primära syfte utan det är något som själva professionaliseringsprocessen oundvikligt för med sig. Det gäller för alla professioner, men journalistkåren skiljer sig från andra professioner genom att journalister i själva yrkesutövningen agerar gentemot samhällets alla maktaktörer. Det gör inte läkaren som ställer diagnoser, det gör inte läraren som undervisar eller advokaten som försvarar sin klient. Journalistikens professionalisering får därför så mycket större konsekvenser för samhället – och för demokratin.

I ett öppet demokratiskt samhälle innebär stora samhällskonsekvenser helt naturligt också kritisk debatt. Och kärnan i den kritik som riktats mot journalister och medier under årens lopp har handlat om de negativa konsekvenser som följt av ”journalistprofessionens monopolmakt”.<sup>4</sup> Kritik mot åsiktskonformism och expertvälde har förts fram.

Ofta överdrivs journalisternas stora makt och kritiken framstår ibland både som förenklad och alltför tillspetsad. Men det finns också empiriska undersökningar som visar på många av de negativa sidor som journalistikens professionalisering för med sig.

Däremot är det sällan som det i debatten förs fram positiva sidor av journalistikens professionalisering. För dom finns – även sett ur ett demokratiskt perspektiv. Nästan tre decenniers empiriska undersökningar visar exempelvis att mediernas rapportering om riksdagsvalen i stor utsträckning uppfyller de krav som kan ställas på en rättvis nyhetsbevakning och att medierna under de tre senaste folkomröstningarna generellt sett gett en bra information för medborgarnas ställningstaganden.<sup>5</sup>

Professionaliseringen kan alltså vara både på gott och ont. Och mycket förenklat kan dess konsekvenser sammanfattas i en enda mening: Journalistikens professionalisering har lett till att konformismen har ökat *mellan* medierna, samtidigt som pluralismen har ökat *inom* medierna.

---

4 Anförande av Hans L Zetterberg i Konformism och åsiktsstyrning, 1990.

5 Asp, 2006a.

# Metoddokumentation

Ulrika Andersson

## **2005 års journalistundersökning**

Undersökningens urval är gjort bland medlemmar i Svenska Journalistförbundet (SJF). SJF är yrkes- och fackförbund för journalister i svenskt eller i Sverige verksamt massmedium. För att bli medlem i förbundet krävs att man är anställd eller frilans med i huvudsak journalistiska arbetsuppgifter. Med detta menas självständigt framställande, urval, bedömning eller bearbetning av redaktionellt material för massmediers räkning eller andra journalistiska arbetsuppgifter. Dit räknas fotograferande, skrivande och/eller redigerande medarbetare, aspirant och fotoelev, tecknare, korrekturläsare, telefonmottagare, bildredaktör, arkivmedarbetare, researchmedarbetare, layoutmedarbetare och layoutelev, redaktionell arbetsledare, reporter och/eller producent i radio/TV samt fotograf och redigerare vid TV

Förbundet har (hösten 2006) närmare 18 000 medlemmar. Av dessa arbetar omkring 6 500 inom dagspress, 2 500 inom Sveriges Radio, Sveriges Television och Utbildningsradion, 1 600 inom privata etermedier, 3 100 inom övriga medier som vecko-, fack- och idépress, samt cirka 1 800 som frilansar. Därutöver finns det 1 600 pensionärer och 800 studerandemedlemmar i förbundet. Tidigare kunde även informatörer bli medlemmar i SJF, men den möjligheten togs bort i början av 1990-talet. De informatörer som var medlemmar före detta beslut har dock kunnat stanna kvar i förbundet.

### *Urval*

Urvalet till 2005 års journaliststudie består av 2000 individer, som obundet slumpmässigt valts ut ur SJF:s medlemsregister. Urvalet omfattar inte pensionärer, studerandemedlemmar eller informatörer. Det innebär att omkring var åttonde aktiv medlem i SJF har fått enkäten.

För att garantera respondenternas anonymitet sköttes urvalsdragning, numrering av frågeformulär, utskickning samt avprickning av inkomna svar av SJF:s kansli i Stockholm. De besvarade formulären



adresserades direkt till JMG i Göteborg. I praktiken innebär det att urvalslista med namn och svarsnummer förvarades på SJF i Stockholm medan de ifylla frågeformulären förvarades på JMG. Därigenom har varje möjlighet att knyta ett ifyllt frågeformulär till en viss person omöjliggjorts.

Frågeformuläret för Journalist 2005 sändes ut i slutet av september och följdes av fyra påminnelser. Undersökningen avslutades i januari 2006.

|               |                       |
|---------------|-----------------------|
| 1:a utskicket | 29 september 2005     |
| 2:a utskicket | 5 oktober 2005        |
| 3:e utskicket | 19 oktober 2005       |
| 4:e utskicket | 9-10 november 2005    |
| 5:e utskicket | 8-9, 12 december 2005 |

Liksom i tidigare journalistundersökningar skickades den första påminnelsen i form av ett påminnelsekort, som nådde adressaterna ungefär en vecka efter den första försändelsen.

Fram till den första egentliga påminnelsen, utskick 3, hade 37 procent av svarspersonerna hört av sig. Motsvarande siffra för Journalist 1999 var 35 procent, Journalist 1995 39 procent, Journalist 1994 42 procent samt Journalist 1989 43 procent. Det innebär att benägenheten att svara, och att göra det snabbt, har minskat sedan den första undersökningen genomfördes. I samtliga undersökningar har formulären varit omfattande.

### *Svarsfrekvens och bortfall*

När undersökningen stängdes den 9 januari 2006 hade 70 procent av svarspersonerna hörts av med ett besvarat formulär, en minienkät eller via telefon, e-mail alternativt brev.

Till JMG rapporterades sammanlagt 146 personer som inte längre var journalistiskt verksamma, antingen för att de bytt bransch, förtidspensionerats, varit långvarit sjukskrivna eller befunnit sig på en längre utlandsvistelse eller liknande.

Med sista påminnelsen skickades en minienkät, där svarspersoner som avstod från att svara kunde motivera varför de inte ville delta. 160 sådana skickades in. Under arbetets gång har ytterligare 67 personer hörts av via telefon, e-mail eller brev och meddelat att de avstår från medverkan. Därutöver har 10 personer varit avflyttade från den senast angivna bostadsadress, varför utskicket kommit i retur till SJF.

Bland de personer som motiverat varför de inte ville svara har tidsbrist varit den vanligaste motiveringen, 100 personer, följt av alternativet att man inte deltar i denna typ av undersökningar, 28 personer. 14 personer ansåg att frågorna var för svåra och 7 personer fann dem ointressanta. Misstro mot anonymiteten angavs som skäl av 11 personer. Det har i det här fallet varit möjligt att ange mer än ett svarsalternativ.

Minienkäterna gav tillsammans med övriga kontaktformer att 146 personer kunde definieras bort från det ursprungliga urvalet. Dessa fördelar sig enligt följande:

*Bortfall*

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| Ej verksam som journalist    | 106 |
| Långvarigt bortrest          | 4   |
| Långvarigt sjuk, pensionerad | 23  |
| Avflyttad                    | 10  |
| Totalt                       | 146 |

Det naturliga bortfallet resulterar i ett nettourval på 1854 personer. Detta är något färre än vad som använts i undersökningen år 1999, men fler än vad som använts 1995, 1994 respektive 1989. Journalist 1999 hade ett nettourval på 1873 personer, urvalet för 1995 års undersökning var 1649 personer, för 1994 års undersökning 1597 personer. I den första undersökningen 1989 var nettourvalet 1453 personer.

*Urval och svarsfrekvens*

|                       |        |
|-----------------------|--------|
| Bruttourval           | 2000   |
| Naturligt bortfall    | 146    |
| Nettourval            | 1854   |
| Svar                  | 1102   |
| Svarsfrekvens (netto) | 59,4 % |

Undersökningens slutliga svarsfrekvens, beräknad på nettourvalet, blev 59 procent. Denna siffra är något högre jämfört med undersökningen från år 1999. En viktig orsak kan vara att det gjorts ett extra utskick i slutet av undersökningsperioden, vilket innebär att 2005 års undersökning har omfattat totalt fem utskick, medan övriga undersökningar omfattat fyra. Den lägre svarsfrekvensen år 1999 kan också ha sin orsak i att undersökningen då drabbades av ett tekniskt fel, då svarsrutorna i enkäten fick formen av tennisracketar istället för fyrkanter. Att svarsfrekvensen är lägre år 2005 relativt 1994 och 1995

beror sannolikt också på att enkäten varit betydligt mer omfattande år 2005. Genom att räkna det antal kryss eller andra markeringar som svarspersonerna skall göra då formuläret besvaras går det att få ett mått på hur omfattande frågeformuläret är. Siffran är dock ungefärlig då det i vissa fall finns en frivillig möjlighet att kryssa för mer än ett alternativ. I Journalist 2005 fick respondenterna ta ställning till och kryssa för cirka 458 alternativ (frilansar hade en lägre siffra, cirka 444). De båda undersökningarna i mitten av nittio-talet hade ett mindre omfattande formulär. I den meningen är 2005 års undersökning mer lik såväl Journalist 1989 som Journalist 1999, både i omfattning och i svarsfrekvens.

#### *Svarsprocent*

| År   | Svarsprocent | Antal ”kryss” |
|------|--------------|---------------|
| 2005 | 59           | ca 458        |
| 1999 | 57           | ca 492        |
| 1995 | 60           | ca 398        |
| 1994 | 67           | ca 412        |
| 1989 | 59           | ca 475        |

#### *Representativitet*

Omkring 9 500 av medlemmarna är män och drygt 8 700 är kvinnor, det vill säga 52 respektive 48 procent. Undersökningens ursprungliga urval utgjordes av 51 procent män och 49 procent kvinnor. Bland de journalister som besvarat enkäten är motsvarande andel 50 procent män och 50 procent kvinnor.

Kontroller mot SJF:s uppskattade fördelning på medieföretag visar att journalister som arbetar inom kommersiell radio och tv är något underrepresenterade i undersökningen. I det totala medlemsantalet uppskattas dessa till ungefär 10 procent, medan de endast utgör 5 procent av de svarande i journalistundersökningen.

|  | <b>Fördelning<br/>SJF</b> | <b>Fördelning<br/>Journalist 2005</b> |
|--|---------------------------|---------------------------------------|
| Dagspress (inkl. gratistidningar)                      | 42                        | 45                                    |
| Sveriges television, Sveriges radio, Utbildningsradion | 16                        | 19                                    |
| Privata etermedier                                     | 10                        | 5                                     |
| Frilansjournalister                                    | 12                        | 14                                    |
| Övriga   | 20                        | 17                                    |
| Summa  | 100                       | 100                                   |

### *Kodning/scanning*

Kodningen av varje enskilt formulär omfattar drygt 500 siffror samt ett tjugotal variabler där svarspersonen kan ha svarat i löpande text. Överföringen av svaren till en datamängd har gjorts med hjälp av scanning av Kinnmarks Information. Totalt har cirka en halv miljon siffror matats in i ett statistikprogram. Gentemot denna statistikmängd har sedan ett slumpvis urval av enkätformulären kontrollerats. Inga fel har kunnat konstateras på detta sätt, varför det finns goda skäl att tro att scanningen håller god kvalitet.

### *Undersökningens kvalitet*

Enkätundersökningen Journalist 2005 genomfördes under perioden oktober 2005-januari 2006, bland ett nettourval av 1854 medlemmar i Svenska Journalistförbundet. Av dessa sände 1100 personer, 59,4 procent, in besvarade formulär. Enkätformulären har därefter scannats och överförts till datamängd. Kontroller av kodning och gentemot andra data om den svenska journalistkåren tyder på att undersökningen håller god kvalitet.

### **Ansvarig utgivare 2005**

Ansvarig utgivare 2005 är en delundersökning inom projektet Journalist 2005. Undersökningen har genomförts en gång tidigare, i samband med 1999 års journalistundersökning.

Medan Journalist 2005 är gjord bland ett urval av Svenska Journalistförbundets medlemmar, riktar sig studien Ansvarig utgivare 2005 till personer med huvudansvar för det redaktionella arbetet. Eftersom de ytterst redaktionellt ansvariga på respektive redaktion sällan återfinns bland Journalistförbundets medlemmar, har en särskild enkät utformats för att kunna studera chefernas perspektiv på yrkes- och pressetik, mediernas roll i samhället och attityder till medieutveckling och mediepolitik. Denna enkät innehåller ett urval av de frågor som ställts till journalisterna i Journalist 2005.

Huvudansvarig för uppläggningsen av Ansvarig utgivare 2005 har varit professor Kent Asp och undersökningsledare Ulrika Andersson.

### *Urval*

Undersökningen vänder sig till ansvarig utgivare på dagstidningar som kommer ut minst tre dagar per vecka, samt ansvarig utgivare/programansvariga på nyhetsredaktioner inom radio och tv, såväl på

riksnivå som lokalt. Utifrån uppgifter om ansvarig utgivare på respektive företags hemsidor har enkäten adresserats personligen till högst möjligt ansvariga på respektive redaktion. Totalt skickades 182 frågeformulär ut.

Undersökningen genomfördes så att de enskilda svarspersonerna skulle förbli anonyma. Den lista som upprättades med adresser gjordes i ett exemplar. De utsända enkäterna numrerades med unika id-nummer kopplade till adressaten. Så snart datainsamlingen avslutats, förstördes listan. Det finns därför ingen möjlighet att i efterhand koppla samman ett visst formulär till en viss person.

### *Frågeformulär*

Undersökningen vände sig till ett relativt litet antal personer, som dessutom har ett krävande arbete. Då frågeformuläret utarbetades minimerades därför antalet frågor som skulle kunna leda till identifiering av svarspersonerna, likaså sökte det totala antalet frågor i enkäten att begränsas för att formuläret inte skulle ta för lång tid att fylla i. Slutresultatet blev ett formulär på 8 sidor, med 26 frågor. Totalt krävdes ändå närmare 145 ställningstaganden av svarspersonerna, utöver utrymmet för egna kommentarer i anslutning till vissa frågor.

### *Svarsfrekvens och bortfall*

De första enkäterna skickades ut den 2 december 2005. I slutet av den första undersökningsveckan hade 32 procent av enkäterna besvarats. Ett första påminnelsekort skickades ut den 9 december. Under den följande veckan inkom ytterligare 10 procent av enkäterna. Två påminnelseutskick med enkäter skickades ut den 18 december 2005 respektive den 9 januari 2006. Efter dessa påminnelser inkom ytterligare 17 procent. Totalt besvarades enkäten av 71 procent av de tillfrågade. Ytterligare 3 personer hörde av sig till institutionen för att meddela att de av olika anledningar inte kunde eller ville besvara enkäten.

### *Representativitet*

I ett litet land som Sverige finns ett begränsat antal medier. Därför har det varit viktigt att på var och en av dessa finna högst möjlig redaktionellt ansvarig person. I flera fall är samma person chefredaktör och ansvarig utgivare för två eller flera tidningar. Titeln chefredaktör innebär oftast ett redaktionellt ansvar kombinerat med funktionen som ansvarig utgivare, men i vissa fall är chefredaktören ledarskribent

utan närmare kontakt med nyhetsarbetet. Inom etermedia är ansvarig utgivare inte sällan också ansvarig för ett stort antal redaktioner. Vi har därför i varje enskilt fall sökt hitta högst ansvarig på respektive redaktion.

I tabellen nedan jämförs de olika kategorierna av medier med avseende på inkomna svar i förhållande till antal utskickade enkäter.

Kodningen av varje formulär omfattar 148 siffror, vilket innebär att den person som har kodat de inkomna enkäterna totalt har kodat 19240 siffror. Dessa siffror har förts direkt in i en datafil, vilken ligger till grund för vidare analyser av materialet. Datamängden har kontrollerats för eventuella inmatningsfel.

### Jämförelse mellan olika medier i urvalet respektive bland besvarande enkäter (antal och procent).

|        | <i>Antal individer i urvalet</i> | <i>Antal inkomna svar</i> | <i>Antal inkomna svar i procent</i> |
|--------|----------------------------------|---------------------------|-------------------------------------|
| Press  | 102                              | 71                        | 70                                  |
| Radio  | 37                               | 30                        | 81                                  |
| TV     | 43                               | 29                        | 67                                  |
| Totalt | 182                              | 130                       | 71                                  |

## Tidigare journalistundersökningar

### *Journalist 1989*

1989 års journalistundersökning fokuserade framför allt på frågor om synen på journalistrollen, press- och yrkesetiken och mediernas roll i samhället. Undersökningsperioden omfattade i huvudsak hösten 1989 och studien avslutades runt nyår 1990. Undersökningsurvalet baserades på 1500 slumpmässigt utvalda SJF-medlemmar. Svarsfrekvensen beräknad på nettourval var 64 procent.

Undersökningsansvariga var Lennart Weibull och Kent Asp, undersökningsledare Margareta Melin och Britt Börjesson.

Huvudresultaten från Journalis 1989 finns publicerade i:

Weibull, Lennart m.fl. (1991) *Svenska journalister – ett gruppporträtt*. Stockholm: Tiden-Svenska Journalistförbundet.

### *Journalist 1994*

1994 års undersökning fokuserade framför allt på frågor om synen på journalistrollen, press- och yrkesetiken samt inställningen till journalisternas fackförbund SJF och läsning av tidningen Journalisten. Undersökningsperioden omfattade i huvudsak hösten 1994. Undersökningens urval baserades på 1500 slumpmässigt utvalda SJF-medlemmar. Svarsfrekvensen beräknad på nettourval var 67 procent.

Undersökningsansvarig var Lennart Weibull, undersökningsledare Monica Löfgren Nilsson.

### *Journalist 1995*

1995 års undersökning fokuserade framför allt på mångfaldsfrågor om mediekoncentration samt synen på journalistrollen och attityder till medieutveckling och mediepolitik. Undersökningsperioden omfattade i huvudsak hösten 1995. Urvalet bestod av 1700 slumpmässigt utvalda SJF-medlemmar. Svarsfrekvensen beräknad på nettourval var 60 procent.

Undersökningsansvariga var Kent Asp och Lennart Weibull, undersökningsledare Åsa Nilsson.

Huvudresultaten finns publicerade i:

Asp, Kent och Weibull, Lennart (1996) *Svenska journalister om mångfald och medier*. Arbetsdokument från Rådet för mångfald inom massmedier 1996:3. Stockholm, Kulturdepartementet.

### *Journalist 1999*

1999 års journalistundersökning fokuserade framför allt på frågor om synen på journalistrollen, yrkes- och pressetik, uppfattningar om och attityder till medieutveckling och mediepolitik samt synen på medierna i samhället. Undersökningsperioden omfattade i huvudsak hösten 1999, men avslutades först nyåret 2000. Urvalet bestod av 2000 slumpmässigt utvalda SJF-medlemmar och svarsfrekvensen beräknad på nettourval var 57 procent.

Undersökningsansvariga var Lennart Weibull, undersökningsledare Britt Börjesson.

Huvudresultaten finns publicerade i:

Journalist 2000 (2001) *JMG-granskaren nr 2-3 2001*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

*Journalist 2005*

2005 års journalistundersökning fokuserade framför allt på frågor om synen på journalistrollen, yrkes- och pressetik, uppfattningar om och attityder till medieutveckling och mediepolitik, publiksyn samt synen på medierna i samhället. Ett viktigt syfte med Journalist 2005 var att följa upp 1989 års undersökning och många frågor i 2005 års undersökning är därför desamma som ställdes år 1989. Undersökningsperioden omfattade i huvudsak hösten 2005. Urvalet bestod av 2000 slumpmässigt utvalda SJF-medlemmar och svarsfrekvensen beräknad på nettourval var 59 procent.

Undersökningsansvarig var Kent Asp, undersökningsledare Ulrika Andersson.

Huvudresultaten finns publicerade i:

Asp, Kent (red) (2007) *Den svenska journalistkåren*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.





## Författarna

*Andersson, Ulrika*, doktorand. Hennes forskning är inriktad på journalister och deras syn på sin publik samt medievanor i olika befolkningsgrupper.

ulrika.andersson@jmg.gu.se

*Andersson Odén, Tomas*, fil dr. Hans forskning är inriktad på tidningars innehåll, policy och historia.

tomas.andersson@jmg.gu.se

*Asp, Kent*, professor i journalistik. Hans forskning är inriktad mot medier, makt och demokrati.

kent.asp@jmg.gu.se

*Börjesson, Britt*, doktorand. Hennes forskning är inriktad på pressetik.

britt.borjesson@jmg.gu.se

*Djerf-Pierre, Monika*, fil dr, docent. Hennes forskning är inriktning mot mediehistoria, TV-journalistik, politisk kommunikation, miljöjournalistik, genusforskning samt medieproduktion

monika.djerf-pierre@jmg.gu.se

*Edström, Maria*, journalist och fil dr. Hon undervisar på journalistutbildningen och forskar om journalistik, genus och medier.

maria.edstrom@jmg.gu.se

*Ghersetti, Marina*, fil dr. Hennes forskning är inriktad på nyhetsvärdering och nyhetsdramaturgi.

marina.ghersetti@jmg.gu.se

*Johansson, Bengt*, fil dr, docent. Han forskar kring politisk kommunikation, mediers påverkan och kommunaljournalistik.

bengt.johansson@jmg.gu.se

*Löfgren Nilsson, Monica*, fil dr. Hennes forskning är inriktad mot journalistiska produktionsprocesser, genus och politisk kommunikation.

monica.lofgren-nilsson@jmg.gu.se

*Wadbring, Ingela*, fil dr. Hon forskar kring mediestruktur och medieanvändning med inriktning på dagspressutveckling samt gratistidningsutveckling.

ingela.wadbring@jmg.gu.se

*Weibull, Lennart*, professor i massmedieforskning. Hans forskning är inriktad mot mediehistoria, mediestruktur och medieanvändning.  
lennart.weibull@jmg.gu.se

*Wiik, Jenny*, doktorand. Hon forskar kring journalisters yrkesroll och syn på sig själva.  
jenny.wiik@jmg.gu.se

## Referenser

- Ahrne, Göran; Roman, Christine & Franzén, Mats (1996) *Det sociala landskapet. En sociologisk beskrivning av Sverige från 50-tal till 90-tal*. Göteborg: Korpen.
- Andersson, Ulrika (2005) *Journalister och deras läsare*. En studie av tidsningsjournalisters syn på läsare och läsarundersökningar. Arbetsrapport nr 30. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Asp Kent (1992): "Demokratien och det journalistiska uppdraget" i Asp mfl *Uppdraget*. Stockholm: Tidens förlag.
- Asp, Kent & Lennart Weibull (1996) *Svenska journalister om mångfald och medier*. Stockholm: Rådet för mångfald inom massmedierna
- Asp, Kent (1986) *Mäktiga massmedier*. Stockholm, Akademilitteratur.
- Asp, Kent (1991) "Journalisternas åsikter – en jämförelse med politiker och allmänhet" i Lennart Weibull (red) *Svenska journalister. Ett gruppporträtt*. Stockholm, Tidens förlag.
- Asp, Kent (1996a) "Rödgröna journalister. Politiska åsikter och yrkesideologi i samverkan" i Ulla Carlsson (red) *Medierna i samhället. Igår, idag, imorgon*. Göteborg, Nordicom-Sverige.
- Asp, Kent (1996b) "Åsiktsbildning och maktbegreppet" i Rothstein, Bo och Bo Särllvik *Vetenskapen om politik*. Göteborg, Statsvetenskapliga institutionen.
- Asp, Kent (2000) *Journalisternas partisympatier*. JMGdata 2000, nr1. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Asp, Kent (2006a) "Mediernas uppgifter i valdemokratien" i Hanna Bäck och Mikael Gilljam *Valdemokratins mekanismer*. Stockholm: Liber.
- Asp, Kent (2006b) *Journalistkårens partisympatier*. Arbetsrapport nr 38. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Asp, Kent (2007) *Svenskt tv-utbud 2006*. Stockholm: Granskningsnämnden för radio och tv.

- Beam, Randal A. (2003) *Content Differences Between Daily Newspapers with Strong and Weak Market Orientations*. In Journalism & Mass Communication Quarterly, Summer 2003.
- Bergstrand, Mats (2006) *Politik och nyhetsjournalistik*. Pmj nr 1. Stockholm: Juridisk Reportagebyrå.
- Bok, Sissela (1980) *Lying: moral choice in public and private life*. London: Quartet Books
- Camauër, Leonor (2006) "Mediearbetare med utländsk bakgrund och majoritetsmediers diskrimineringsmekanismer" i *Mediernas Vi och Dom. Mediernas betydelse för den strukturella diskrimineringen*, SOU 2006:21.
- Croteau, Daveid & Hoynes, William (2006) *The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Pine Forge Press
- Deuze, Mark "Popular journalism and professional ideology: tabloid reporters speaks out". In *Media, Culture & Society*, nr 27, 2005, s 861-882
- Djerf-Pierre, Monika (2000) "Squaring the circle: public service and commercial news on Swedish television 1956-99". *Journalism Studies* 1, 239-260
- Djerf-Pierre, Monika (2001) "Skjutjärn, pedagog eller hantverkare?". JMG Granskaren 2-3, 24-25
- Djerf-Pierre, Monika (2003) "Journalistikens kön. Fältets struktur och logik under 1900-talet." *Kvinnovetenskaplig tidskrift nr 2 2003*.
- Djerf-Pierre, Monika (2006) "Medieeliten." I Anita Göransson (red.) *Maktens kön*. Nya Doxa.
- Djerf-Pierre, Monika (2007a): "Att leva som ledare – eliternas livsvillkor", i Göransson, Anita (red): *Maktens kön: kvinnor och män i den svenska makteliten på 2000-talet*. Nya Doxa.
- Djerf-Pierre, Monika (2007b): "Skilda världar – eliternas livsstilar", i Göransson, Anita (red): *Maktens kön: kvinnor och män i den svenska makteliten på 2000-talet*. Nya Doxa.
- Djerf-Pierre, Monika & Anna Levin (2005) "Mediefältets janusansikte: Medieeliten, journalisterna och mångfalden" i Anita Göransson (red), *Makten och mångfalden: eliter och etnicitet i Sverige*. Ds 2005:12, Stockholm: Fritzes.

- Djerf-Pierre, Monika & Birgitta Niklasson (2001) "Vem vill ha jämställdhet?" i Sören Holmberg och Lennart Weibull (red) *Det våras för politiken*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Djerf-Pierre, Monika & Lennart Weibull (2001) *Spegla, granska, tolka. Aktualitetsjournalistik i svensk radio och TV under 1900-talet*. Stockholm: Bokförlaget Prisma.
- Elliot, Maria (1997) *Förtroendet för medierna. TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Donsbach, W & Patterson, T.E (2004). "Political News Journalists: Partisanship, Professionalism, and Political Roles in Five Countries" in Esser & Pfetisch *Comparing Political Communication*. Cambridge: CUP.
- Engblom, Lars (2001) "Varför professionalisering?" i *Journalisternas bok 1901-2001*. Stockholm, Journalistförbundet.
- Findahl, Olle (2004) "Television" i Ulla Carlsson & Ulrika Facht *MedieSverige 2004. Statistik och analys*. Göteborg: Nordicom.
- Florida, Richard (2006) *Den kreativa klassens framväxt*. Stockholm: Daidalos
- Furhoff, Lars (1986) *Makten över journalistiken*. Stockholm, Natur och Kultur.
- Göransson, Anita (2006) (red.) *Maktens kön*. Nya Doxa.
- Hadenius, Stig & Lennart Weibull (2003) *Massmedier. Press, radio och tv i förvandling*. Stockholm: Bonniers
- Hagevi, Magnus (2005) "Sekulariseringens slut?" *Sociologisk Forskning Nr 3*.
- Hagevi, Magnus (2007) "De postsekulära generationerna" i Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Det nya Sverige*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Hellevik, Ottar (1990) *Forskningsmetoder i sociologi och statsvetenskap*. Stockholm: Natur och kultur.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (1999) "Förnyat förtroende?" i Sören Homberg & Lennart Weibull (red) *Ljusnande framtid*. SOM-insitutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2001) "Förtroendefall?" i Sören Homberg & Lennart Weibull (red) *Land du välsignade?* SOM-institutet, Göteborgs universitet.

- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2003) "Förgängligt förtroende?" i Sören Homberg & Lennart Weibull (red) *Färfångans marknad*. SOM-insitutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2004a) *MedieAkademin förtroendebarmeter 2004*. Göteborg: MedieAkademin.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2004b) "Samlande institutionsförtroende" i Sören Homberg & Lennart Weibull (red) *Ju mer vi är tillsammans*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2004c) "Förtroendet för näringslivet" i *Näringslivet och förtroendet*. (SOU 2004:47). Bilagedel.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2006) "Du stora nya värld" i Sören Homberg & Lennart Weibull (red) *Du stora nya värld*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2007) "Ökat samhällsförtroende – bara en valårseffekt?" i Sören Homberg & Lennart Weibull (red) *Det nya Sverige*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Huntington, Samuel (1996a) *The Clash of Civilisations and the Remaking of World Order*. New York: Simon&Schuster.
- Huntington, Samuel (2001) *The Age of Muslim Wars*. Newsweek (International, Atlantic ed.)
- Huntington, Samuel (2006) *Civilisationernas kamp: mot en ny världsordning*. Stockholm: Atlantis.
- Hvitfelt, Håkan och Nygren, Gunnar (2005) "Konvergens, divergens och digitalisering" i Håkan Hvitfelt och Gunnar Nygren (red) *På väg mot medievärlden 2020*. Lund: Studentlitteratur.
- Högskoleverket (2006) Arbetsmarknad och högskoleutbildning 2006. *Rapport 2006:28 R*. www.hsv.se
- Högskoleverket (2007) Uppföljande utvärdering av utbildning i journalistik vid universitet och högskolor i Sverige. *Rapport 2007:4 R*. www.hsv.se
- Journalist 2000. JMG-Granskaren 2001, nr 2-3*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Journalisten (2003) "Journalistjobb 1993-2003. En bransch i förändring." (Paul Frigyes 2003-11-10).
- Journalistkåren i Sverige (1970)* En undersökning utförd vid Journalisthögskolan i Stockholm. Stockholm, Gebers.

- Jönsson, Anna Maria (2004) *Samma nyheter eller likadana? Studier av mångfald i svenska tv-nyheter*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Jönsson, Anna Maria och Strömbäck, Jesper (2004) *Mellan politik och marknad. Utbudet av nyhets- och samhällsprogram i TV mellan 1990 och 2004*. Sundsvall: Demokratiinstitutet
- Körner, Svante (2000) *Tabeller och formler för statistiska beräkningar*. Lund: Studentlitteratur.
- Larsson, Reidar (2006) *Politiska ideologier i vår tid*. Sjunde utökade upplagan. Lund: Studentlitteratur.
- Lisper, Hans-Olof och Lisper, Stefan (2005) *Statistik för samhällsvetare*. Stockholm: Liber.
- Luhmann, Niklas (1989) *Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag
- Löfgren Nilsson, Monica (1994) "En dag på redaktionen, män och kvinnors arbete" i S A Nohrstedt & M Ekström (red) *Journalistikens normer*, Örebro: Örebro universitet.
- Löfgren Nilsson, Monica (2000) "Att göra skillnad - kvinnors betydelse och villkor i svensk nyhetsjournalistik" i G Jarlbro & A Näs-lund *Kvinnor och medier*, Stockholm: Institutet för mediastudier.
- Löfgren Nilsson, Monica (2004) "Könsmärkning i SVTs nyheter 1958-2003" i Nordicom Information 4/2004 / s 117-125.
- McAllister, Matthew (1996) *The Commercialization of American Culture. New Advertising, Control and Democracy*. Thousand Oaks, London and New Delhi: Sage
- McManus, John H. (1994) *Market Driven Journalism. Let the Citizen Be-ware?* Thousand Oaks, London and New Delhi: Sage
- McQuail, Denis (2000) *McQuail's Mass Communication Theory*. 4th Edition. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage
- Melin-Higgins, Margareta (1996) *Pedagoger och spårhundar: en studie av svenska journalisters yrkesideal*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Melin-Higgins, Margareta "Fly eller fåkta. Kvinnliga journalisters överlevnadstaktiker" i *Kvinnovetenskaplig tidskrift, nr 2, 2003*, s 54-67



- Misztal, Barbara (1996) *Trust in Modern Societies*. Cambridge: Polity Press.
- Månson, Hans (2006) *Etik och nyhetsjournalistik*, pmj nr 2, Juridisk reportagebyrå
- Nilsson, Lennart (1993) ”Service och boende i Västsverige” i Lennart Nilsson (red) *Västsvensk opinion*. SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Nilsson, Åsa (2006) ”Den nationella SOM-undersökningen 2005” i i Sören Homberg & Lennart Weibull (red) *Du stora, nya värld. Trettiofyra kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Nilsson, Åsa och Severinsson, Ronny (2001) *Trender och traditioner i svensk morgonpress 1987-1999*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Olsén, Anna (2004) *Vi behöver inte fler kvinnor här, vi har redan två?* Konstruktionen av genus i pressen under 1900-talet, magisteruppsats i medie- och kommunikationsvetenskap, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Patterson, T & Donsbach, W (1996) ”New Decisions: Journalists as Partisan Actors” i *Political Communication* 13:455-468.
- Petersson Olof och Ingrid Carlberg (1990) *Makten över tanken*. Stockholm: Carlssons.
- Petersson, Birgit (2006) *Från journalist till murvel. Journalistyrkets professionalisering från 1900 till 1960-talet*. Sylwan 16. Den svenska pressens historia. Göteborg, Nordicom-Sverige.
- Petersson, Olof, Brink Lund, Anker, Smith, Eivind, Weibull, Lennart (2007) *Medierna och yttrandefriheten*. Stockholm: SNS Förlag.
- Picard, Robert (2005) ”Mediernas nya ekonomiska villkor” i Håkan Hvitfelt & Gunnar Nygren (red) *På väg mot medievärlden 2020*. Lund: Studentlitteratur.
- Pressens funktioner i samhället. En forskningsrapport från 1972 års pressutredning (SOU 1975:78).
- Rosenberg, Göran (2000) *Tänkar om journalistik*. Stockholm: Prisma.
- Rothstein, Bo (2003) *Sociala fällor och tillitens problem*. Stockholm: SNS förlag.

- Sabelström Möller, Kristina (2005) "Informationstyper och redaktionella processer i flerkanalpublicering" i Håkan Hvitfelt & Gunnar Nygren (red) *På väg mot medievärlden 2020*. Lund: Studentlitteratur.
- Siebert Fred, Theodore Peterson, Wilbur Schramm (1956) *Four theories of the press : the authoritarian, libertarian, social responsibility and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. Urbana, Univ. of Illinois.
- Sternvik, Josefine och Weibull, Lennart (2005) "Svensk dagstidningsmarknad i ett förändringsperspektiv" i Annika Bergström, Ingela Wadbring & Lennart Weibull (red) *Nypressat*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Stockholmsjournalister* (1971) Rapport från Stockholms journalistförning.
- Sundin, Staffan (2006) *Den svenska mediemarknaden 2006*. Göteborg: Nordicom
- Sundin, Staffan (2006) *Utvecklingstendenser på den svenska mediemarknaden*. Underlagsrapport till rundabordssamtal om mediebranschens utveckling. [www.sns.se](http://www.sns.se).
- Svensk Press (SOU 1975:79).
- Söderström, Herbert och Pelle Ahrnstedt (1958) *Svenska dagstidningsjournalisters utbildning, rekrytering, attityder m.m.* Journalistundersökningen 1955-1956. Statsvetenskapliga institutionen, Uppsala universitet.
- Vad är mediekoncentration?* (1995) Arbetsdokument från rådet för mångfald inom massmedierna. 1995:1. Stockholm: Kulturdepartementet
- Wadbring, Ingela (2005) *Kommersialisering: här och där, då och nu*. Paper framlagt på den nordiska masskommunikationsforskarkonferensen i Aalborg, Danmark, augusti 2005.
- Wallin, Ulf (1998) *Sporten i spalterna*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Warburg, Karl (1905) *Carl Snoilsky. Hans lefnad och skaldskap*. Stockholm, Hugo Gebers Förlag.
- Weibull, Lennart (1991) "Journalistisk rekrytering till svenska massmedier" i Lennart Weibull (red) *Svenska journalister. Ett gruppträtt*. Stockholm: Tidens Förlag.

Weibull, Lennart & Britt Börjesson (1995) *Publicistiska seder*. Stockholm: Tiden/SJF.

Weibull, Lennart, red (1991) *Svenska Journalister. Ett grupporträtt*. Stockholm: Tidens förlag.

Zetterberg, Hans L (1990) "Journalistik som nätverk och profession" i *Konformism och åsiktsstyrning*. Seminarium kring opinionsbildning anordnat av Rättsfonden den 20 februari 1990. Stockholm: Norstedts.

## PUBLIKATIONER UTGIVNA AV INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK OCH MASSKOMMUNIKATION (JMG)

### **Göteborgsstudier i masskommunikation (1980–1990)**

**Redaktör: Lennart Weibull**

1. Lennart Weibull (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm, Liber, 521 sidor
2. Anders Ohlsson (1989) *Politiska nyheter till nytta och nöje*. Stockholm, Almqvist & Wiksell International, 350 sidor

### **Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation**

**Redaktörer: Kent Asp och Lennart Weibull**

3. Severinsson, Ronny: *Tidningar i konkurrens. Dagstidningarnas agerande på lokala läsarmarknader i Västergötland 1950–1985*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1994
4. Reimer, Bo: *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity*. Almqvist & Wiksell International, Stockholm, 1994
5. Wallin, Ulf: *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1994
6. Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red): *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1995
7. Borden, William: *Power Plays. A Comparison Between Swedish and American Press Policies*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1995
8. Tassew, Admassu: *Reporting a Pandemic. A Comparative Study of AIDS News Coverage in African and European Dailies*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1995
9. Djerf-Pierre, Monika: *Gröna nyheter. Miljöjournalistiken i televisionens nyhetssändningar 1961–1994*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1996
10. Andersson Odén, Tomas: *Principer på pränt. En studie av redaktionella mål inom den svenska dagspressen*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1996
11. Melin-Higgins, Margareta: *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1996

12. Elliot, Maria: *Förtroendet för medierna. TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1997
13. Asp, Kent, Johansson, Bengt och Larsson, Larsåke: *Nära nyheter. Studier om kommunaljournalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1997
14. Carlsson, Ulla: *Frågan om en ny internationell informationsordning. En studie i internationell mediepolitik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1998
15. Johansson, Bengt: *Nyheter mitt ibland oss. Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998
16. Wallin, Ulf: *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998
17. Larsson, Larsåke: *Nyheter i samspel. Studier i kommunjournalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998
18. Weibull, Lennart och Wadbring, Ingela (red): *Publik och medier 1996/1997. Särtryck av artiklar om medier ur SOM-rapporterna nr 18 och 19*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998
19. Lindstedt, Inger: *'Till de unga, till dem som ämna bliva tidningsmän'. Handböcker i journalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1998
20. Dahlén, Peter: *Från Vasaloppet till Sportextra. Radiosportens etablering och förgrening 1925–1995*. Stiftelsen Etermedierna i Sverige, Stockholm, 1999
21. Löfgren Nilsson, Monica: *På Bladet, Kuriren och Allehanda. Om ideal och organiseringsprinciper i den redaktionella vardagen*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1999
22. Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart (red): *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2000
23. Andersson Odén, Tomas: *Skaraborgar'n och Spionen. Tidningar i Västra Götaland genom 250 år*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2000

24. Ghersetti, Marina: *Sensationella berättelser. En studie av nyheter från Angola 1987 och om Prinsessan Diana 1997 i dagstidningar, radio och TV*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2000
25. Örnebring, Henrik: *TV-Parlamentet. Debattprogram i svensk TV 1956–1996*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2001
26. Andersson Odén, Tomas: *Redaktionell policy. Om journalistikens mål och inriktning i svensk dagspress*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2001
27. Jansson, André: *Image Culture: Media, Consumption and Everyday Life in Reflexive Modernity*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2001
28. Nilsson, Åsa och Severinsson, Ronny: *Trender och traditioner i svensk morgonpress 1987–1999*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2001
29. Stål, Margareta: *Signaturen Bansai. Ester Blenda Nordström – pennskaft och reporter i det tidiga 1900-talet*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2002
30. Wadbring, Ingela; Weibull, Lennart och Bergström, Annika (red): *Efter Arbetet. Synen på nedläggningen och dess konsekvenser*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2002
31. Palm, Göran: *I nationens och marknadens intresse. Journalister, nyhetskällor och EU-journalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2002
32. Wadbring, Ingela: *En tidning i tiden? Metro och den svenska dagstidningsmarknaden*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2003
33. Wallin, Ulf: *Utlandsbilden i landsortspressen. Före, under och efter kampen mellan TT och FLT*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2003
34. Rahbek, Per: *Från centralstyrning till lokalradio. Produktion och distribution inom Radiotjänst och Sveriges Radio*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2004
35. Sundin, Ebba: *Seriegubbar och terrorkrig. Barn och dagstidningar i ett förändrat medielandskap*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2004

36. Jönsson, Anna Maria: *Samma nyheter eller likadana? Studier av mångfald i svenska TV-nyheter*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2004
37. Brune, Ylva: *Nyheter från gränsen. Tre studier i journalistik om invandrare, flyktingar och rasistiskt våld*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2004
38. Fogelberg, Karin: *Reportrar på plats. Studier av krigsjournalistik 1960-2001*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2004
39. Asp, Kent: *Jordskredssegern. Medierna och folkomröstningen om euron*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2004
40. Bergström, Annika: *nyhetsvanor.nu. Nyhetsanvändning på internet 1998-2003*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2004
41. Bergström, Annika, Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart: *Nypressat. Ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 2005
42. Andersson, Magnus: *Hemmet och världen. Rumsliga perspektiv på medieanvändning*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2006
43. Johansson Bengt: *Efter valstugorna. Skandalstrategier och mediemakt*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2006
44. Edström Maria: *TV-rummets eliter. Föreställningar om kön och makt i fakta och fiktion*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2006
45. Viscovi, Dino: *Marknaden som mönster och monster. Ekonomiska experter och nyheter om ekonomi i Rapport 1978-1998*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2006
46. Svensson, Anders: *Från norra ståplats till cyberspace. En beskrivning av en diskussion på internet om ishockey utifrån ett offentlighetsperspektiv*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2007
47. Bengtsson Stina: *Mediernas vardagsrum. Föreställningar om kön och makt i fakta och fiktion*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2007

48. Asp, Kent (red): *Den svenska journalistkåren*. Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 2007