

Lunds Universitet
Sociologiska institutionen

Journalismen

- En diskursanalys av tre läroböcker i nyhetsjournalistik -

Johan Jarlbrink

Soc 344, 41-60p

ht 2002

Handledare: Marianne Liedholm

Innehållsförteckning

Inledning	1
<i>Syfte och avgränsningar</i>	2
Diskursanalys som teori och metod	3
Om journalistikens historia	7
Analysen av läroböckerna	11
Journalisterna	11
<i>Uppdraget</i>	12
<i>Sanning och relevans</i>	13
<i>I mage och hjärta</i>	15
<i>Journalistikens makt</i>	16
<i>Självkritik?</i>	17
Bilderna av verkligheten	18
<i>Hitta vinkeln</i>	19
<i>De som drabbas och de som handlar</i>	20
<i>Dramatiken</i>	23
Om publiken	24
<i>Hur man vet vad folk vill ha</i>	25
<i>Medborgare och konsumenter</i>	26
<i>Hur budskapen uppfattas och tolkas</i>	29
Nyhetsmediernas diskursordning	32
Avslutande diskussion	36
Litteratur	38

Abstract

Författare: Johan Jarlbrink

Titel: *Journalismen: En diskursanalys av tre läroböcker i nyhetsjournalistik*

Uppsats Soc 344, 41-60p

Handledare: Marianne Liedholm

Sociologiska institutionen, Lunds Universitet, ht 2002

Mot bakgrund av att en allt större del av det offentliga åsiktsutbytet sker på och via den arena som nyhetsmedierna utgör, och att nyhetsmedierna i viss mån bidrar till att göra världen mer överblickbar för de människor som tar del av dem, undersöks i uppsatsen vilka regler, rutiner och föreställningar som styr och påverkar nyhetsförmedlingen. Syftet med uppsatsen är att kartlägga dessa regler och föreställningar, att undersöka hur journalisterna ser på sitt arbete och sin egen roll, samt vilken bild av världen som reglerna och synsätten förutsätter eller leder till. Analysens föremål är tre svenska läroböcker i nyhetsjournalistik. Nyhetsjournalistiken analyseras och betraktas som en diskurs, ett historiskt och konstruerat regelsystem. Uppsatsen handlar inte om huruvida journalisterna sköter sitt uppdrag på ett bra eller dåligt sätt, utan ifrågasätter istället självklarheten och det möjliga i ett sådant uppdrag. Läroböckerna analyseras i tre avsnitt som handlar om journalisterna och deras uppdrag, bilderna av verkligheten som förmedlas och synen på publiken. Vidare diskuteras nyhetsmediernas roll i offentligheten och vilka aktörer som försöker styra över nyhetsförmedlingen. De viktigaste slutsatserna är att nyhetsförmedlingen är en strikt reglerad verksamhet, men att dessa regler i läroböckerna uppfattas som de enda möjliga snarare än som historiska konstruktioner. Tillämpandet av dessa regler leder till att verkligheten konstrueras när den förmedlas, att den stöps i nyhetens form. Vidare konstateras att alla som söker tillträde till nyhetsmediernas offentlighet tvingas underordna sig reglerna för nyhetsförmedling. Journalisterna anser sig ha ett demokratiskt uppdrag att peka ut det betydelsefulla, intressanta och viktiga för andra människor, men betraktade som diskursens talande subjekt, tolkas journalisternas uppdrag som en ideologisk konstruktion med syfte att legitimera den egna maktpositionen.

Inledning

Varje dag ägnar jag min morgontidning en halvtimme eller en timme, jag tittar på tv nån timme och lyssnar på radio i ett par timmar. Ibland bläddrar jag i någon kvällstidning. Jag är intresserad av nyheter och försöker hänga med i vad som händer. De dagar då jag inte hinner eller har möjlighet att läsa tidningen eller lyssna på nyheterna känner jag mig lite vilse, lite oansvarig nästan. Jag tror att dessa erfarenheter delas av fler än mig.

Men vad är det egentligen jag och andra läser och tar del av? Vilka är de som ser till att vi känner att vi hänger med när vi troger följer med i rapporteringen? Vilka syften har de? Vilka värderingar? Vilken roll har de och vilken makt? Hur påverkar de oss?

Andra har intresserat sig för dessa och liknande frågor före mig. En del har fört generella diskussioner om massmediernas roll i demokratin och samhället. En del har analyserat de nyheter som faktiskt publicerats och vad de innehåller. Andra har undersökt hur lyssnare, läsare och tittare uppfattar nyheterna. Jag kommer att referera en del tidigare forskning för att få perspektiv på mitt material, men mitt angreppssätt kommer att vara ett annat. Jag tror att journalisterna har en huvudroll i sammanhanget och att deras självuppfattning och världsbild är viktiga nycklar till förståelsen av nyhetsmediernas roll i samhället.

Man kan inte göra hur som helst när man skriver uppsats. Det finns regler för hur inledningen, syftet och metodavsnittet ska skrivas och följer man inte dessa regler riskerar man att bli underkänd. För den osäkre finns handböcker i uppsatsskrivande att ta hjälp av, där står hur man gör. Samma sak gäller för journalistiken. Det finns regler för vad som ska betraktas som nyheter och hur dessa ska presenteras, hur och vem man intervjuar, vad som är ett viktigt ämne osv. Man måste behärska dessa regler för att vara och arbeta som journalist. Och på samma sätt som uppsatsskribenten kan anlita handböcker i uppsatsskrivande, kan den blivande journalisten anlita handböcker i journalistik, i dem står det hur man gör. Det är sådana handböcker i journalistik som jag kommer att ägna mig åt i denna uppsats.

Handböckerna är skrivna av verksamma nyhetsjournalister med lång yrkeserfarenhet och beskriver både hur man faktiskt arbetar och hur man bör arbeta. Genom att undersöka journalisternas egna föreställningar om vad nyhetsjournalistik är och bör vara tror jag att man kan säga något om journalistiken roll i samhället och om människors möjligheter att förstå och överblicka sin omvärld. Jag kommer att betrakta och analysera nyhetsjournalistiken som en diskurs, ett historiskt och konstruerat regelsystem, i motsats till något evigt självklart som handböckerna gärna talar om.

Syfte och avgränsningar

Syftet med uppsatsen är att göra en diskursanalys av nyhetsjournalistiken så som den formuleras i tre läroböcker i journalistik. Mina frågor till materialet är i huvudsak dessa tre:

- Vilka regler dominerar den nyhetsjournalistiska diskursen?
- Vilka är de talande subjekten och hur ser de på sin verksamhet?
- Vilken bild av samhället förutsätter och leder reglerna och synsätten inom diskursen till?

De analyserade läroböckerna är Erik Fichtelius *Nyhetsjournalistik: Tio gyllene regler* (1997), Eva Marlings *Nyhetsjournalistik i TV: En handbok* (1998), samt *Så arbetar en journalist* (2002), av Per Amnestål, Anna-Maria Hagerfors, Jon Hansson, Marianne Hühne von Seth, Björn Häger, Annika Rosell och Olle Stenholm. Vid referat och citat kommer jag fortsättningsvis att förkorta hänvisningarna till läroböckerna enligt följande: (Fichtelius s X), (Marling s X) och (Så s X).

Böckerna är läroböcker, de är skrivna för att förmedla kunskaper och yrkesknep och är tänkta att användas i olika undervisningssammanhang. Fichtelius bok är utgiven av Utbildningsradion och ingår tillsammans med tio tv-program med samma titel i en kursserie. Enligt Fichtelius själv är det ”här en bok jag själv hade velat läsa när jag började som reporter. Det är en lärobok om hur man rent hantverksmässigt ’gör nyheter’ i framförallt radio och tv, men också en mer teoretisk introduktion till uppdraget och yrkesrollen.” (Fichtelius s 6) Marling ger i sin bok, enligt baksidestexten, ”den blivande TV-journalisten en ovärderlig inblick i yrket”. Boken är tänkt att vara en ”praktisk handledning i hur man ska använda mediet på bästa och hederligaste sätt, och få publiken att både titta och ta till sig budskapet” (Marling s 9). *Så arbetar en journalist* som är tryckt i en andra upplaga är enligt författarna ”en bok som de senaste åren mött stor uppskattning på många journalistutbildningar i Sverige. Den har exempelvis använts på Journalisthögskolan i Göteborg (JMG) och är ordinarie kursbok på grundutbildningen vid Poppius Journalistskola i Stockholm och Göteborg.” (Så s 6)

Att just de här böckerna har valts beror på att de representerar de tre dominerande massmedierna: Marlings bok handlar om tv, *Så arbetar en journalist* om pressen och Fichtelius bok om nyhetsjournalistik i största allmänhet, men med betoningen på radio och tv. Viktigt är också att alla författare är yrkesverksamma journalister med lång erfarenhet. Marling har arbetat på SVT:s *Rapport* i många år, Fichtelius har erfarenhet från *Upsala Nya Tidning*, *Dagens Eko* och *Aktuellt*, och i *Så arbetar en journalist* skriver bl. a. Olle Stenholm,

nuvarande Pressombudsman och tidigare programledare för radions *Efter Tre*, Anna-Maria Hagerfors från *Dagens Nyheter* och Jon Hansson från *Aftonbladet*. Författarna representerar en form av ”mainstream-journalistik” och detta har också varit ett medvetet val från min sida. Den nyhetsjournalistik som dessa skriver om är den som möter oss på nyhetsplats i morgon- och kvällstidningar och i radio- och tv-nyheter. Uppsatsen handlar således inte om ledarsidans journalistik eller om kulturjournalistik. Inte heller omfattas den nya journalistik som växt fram på Internet, exempelvis på sidan *Sourze*. Läroböckerna handlar främst om nyhetsjournalistiken i Sverige och därför gör uppsatsen det också. Den journalistik som jag vill undersöka är den som ingår som huvudingrediens i de flesta människors dagliga nyhetsdos, den som möter oss i *Tranås-Posten*, *Aktuellt*, *Radio Dalarna*, *Svenska Dagbladet* och *Kvällsposten*.

Diskursanalys som teori och metod

Diskursanalysen innebär på samma gång teori och metod. Men *vilka* teorier och metoder som avses och ingår i diskursanalysen råder det en viss oenighet om. Gemensamt för flertalet diskursanalytiker är emellertid arvet från strukturalismen och poststrukturalismen, enligt vilka kunskap och mening produceras genom skillnader mellan tecken i språket. ”Tecken” uppfattas här inte bara som bokstäver, ord och meningar, utan också som gester, tonfall, kläder, möbler, könsorgan osv, som får sin betydelse först när de sätts i relation till andra tecken. Tanken är att förhållandet mellan ett tecken, dess betydelse och det som tecknet refererar till är godtyckligt, på så sätt att bokstäverna H, U, N och D som bildar ordet ”hund” inte på något avgörande sätt sammanfaller med eller liknar den fyrbenta varelse som vanligen avses med ordet hund. Förhållandet är detsamma mellan ”hund” och betydelserna ”fä”, ”kräk” och ”smutsig”. Att kopplingen mellan ”hund”, fyrbent varelse och ”smutsig” ändå görs och förefaller naturlig beror på mer eller mindre reglerande kulturella överenskommelser.¹

Dessa idéer har många diskursanalytiker tagit fasta på. En allmän definition av diskurs är att de är mönster, strukturer och regelsystem som våra utsagor följer när vi agerar i olika sammanhang, de innebär bestämda sätt att tala om och förstå världen. Talet om världen bestämmer vår föreställning om världen, och vår föreställning om den bestämmer vårt sätt att tala om den. Därmed är vår föreställning om världen en språklig produkt. En diskurs är ett

¹ Chris Barker & Dariusz Galasiński, *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialogue on Language and Identity*, London 2001, s. 4f.

bestämt sätt att tala och en bestämd föreställning om världen.² Diskursen bestämmer också vem som får säga vad till vem och i vilka situationer, vem som så att säga sitter inne med sanningen. Det rör sig, med Michel Foucaults ord, om ”en gallring bland de talande subjekten”:

Ingen kommer in i diskursens ordning om han inte uppfyller vissa krav eller inte från början är kvalificerad för att uppfylla dem. Mer exakt: alla diskursens områden är inte lika öppna eller lätta att tränga in i. Vissa är mycket väl försvarade (särskilda och särskiljande) medan andra tycks öppna åt nästan alla håll och utan föregående inskränkningar tillgängliga för varje talande subjekt.³

Denna tanke tycker jag är mycket intressant för en analys av journalistiken och den journalistiska rollen. I fortsättningen kommer jag därför att koncentrera behandlingen av diskursanalysen till de delar som berör subjektens positioner och tal inom diskurserna. Några som har utvecklat Foucaults teorier om subjekten och diskurserna är Ernesto Laclau och Chantal Mouffe. De ser subjekten, inte som människor med en inneboende essens, utan som konstruerade av och i diskurserna: ”I diskurser finns det alltid angivet vissa positioner som subjekten kan inta. [---] Till positionerna knyts vissa förväntningar om hur man ska uppföra sig och vad man ska säga och inte kan säga.”⁴ Subjekten får sina identiteter genom att identifiera sig med de subjektspositioner som diskursen erbjuder. Identiteten har en kärna som diskurser ger ett innehåll genom att koppla den till vissa tecken, samtidigt som andra tecken motas bort. Exempelvis kan en identitet byggas upp kring kärnan ”man” genom att en diskurs kopplar ”man” till ”styrka” ”fotboll” etc, samtidigt som diskursen kan avgränsa ”man” gentemot ”kvinna” som istället kopplas ihop med ”passiv”, ”knyppling” osv. På detta sätt anger diskurser handlingsmönster för den som identifierar sig såsom ”man” eller ”kvinna”. Identiteten, subjektspositionen, kan antingen vara aktivt antagen eller tilldelad. Ofta finns emellertid kärnan, exempelvis ”man”, i flera olika diskurser och flera olika identiteter för ”mannen”. Således återfinns den aggressive mannen i en diskurs och mjukismannen i en annan, vilket innebär att det finns en principiell möjlighet för en man att välja sin identitet, men det kan också finnas en konflikt mellan dem. På ett liknande sätt kan subjekten ha olika positioner i olika diskurser i olika sammanhang: I boxningsringen är man aggressiv och när man hämtar på dagis är man mjukisman.⁵ Även om diskurser kan verka tvingande så är de

² Marianne Winther Jörgensen & Louise Phillips, *Diskursanalys som teori och metod*, Lund 2000, s. 7.

³ Michel Foucault, *Diskursens ordning: Installationsföreläsning vid Collège de France den 2 december 1970*, Stockholm/Stehag 1993, s 26.

⁴ Jörgensen & Phillips, 2000, s. 48.

⁵ Jörgensen & Phillips, 2000, s. 48-51.

alltid skapade av subjekten. Genom att plocka element från olika diskurser finns en möjlighet för subjekten att skapa nya, hybriddiskurser. Mannen kan exempelvis kombinera element från den aggressive mannen och mjukismannen och kanske identifiera sig som en mycket snäll boxare.⁶ En kollektiv identitet konstrueras på ungefär samma sätt som en individuell, men den kollektiva identiteten innebär att antalet möjliga subjekspositioner reduceras. En del identitetsmöjligheter framhävs som relevanta för gruppen, medan andra utesluts. Man bortser delvis från skillnaderna inom gruppen samtidigt som skillnaderna mellan gruppen och dem utanför förstärks. Gruppen skapas och existerar först då den uttrycks i ord, då någon talar om eller för den. När gruppen skapas skapas den i kontrast till andra grupper och då ”följer en hel samhällsbild med”: ”Gruppbildning ingår därför i kampen om hur hela myten om samhället ska ges innehåll – och omvänt implicerar olika samhällsbilder en angivelse om hur människor ska delas in i grupper.”⁷

Diskurser är sanningsregimer som erbjuder subjekten en värld att agera i. Världen, verkligheten utanför diskurserna, existerar, men enligt Laclau & Mouffe kan subjekten endast få tillträde till den via diskursen och verkligheten får sin betydelse först i denna.⁸ Emellertid existerar olika diskurser parallellt, med olika bilder av verkligheten, samhället och sanningen. Vanligtvis är förhållandet konfliktfyllt mellan diskurser med alternativa världsbilder. Begreppet ”diskursordning” betecknar sådana sociala rum, där olika diskurser delvis täcker samma terräng, som de konkurrerar om att ge innehåll. Ibland framstår dock vissa diskurser som objektiva, inte som alternativa, utan som de enda möjliga och självklara. Makt är den kraft med vilken subjekten kan skapa och förändra diskurser, men i objektiva diskurser har spåren av makten, skapelseprocessen, sopats igen, så att det historiska framstår som det enda tänkbara. Sådana hegemoniska diskurser som undertryckt alternativen och blivit alenarådande är ideologiska, de tas för naturliga och sätts aldrig ifråga, men är ändå alltid historiskt tillfälliga.⁹ Samhällen, diskurser och subjekspositioner kan i princip alltid vara annorlunda, men bara i princip. Strukturerna är ofta tröga, bland annat därför att de många gånger tas för givna och sällan ifrågasätts. Att ifrågasätta det till synes självklara är emellertid diskursanalytikerns uppgift. Genom att undersöka hur kollektiva och individuella identiteter representeras i ord kan man identifiera de subjekspositioner som diskursen anger som relevanta och den bild av samhället och världen som dessa förutsätter eller leder till. Vem får säga vad till vem och i vilka situationer? Vilka tecken och egenskaper organiserar subjekten

⁶ Jörgensen & Phillips, 2000, s. 24.

⁷ Jörgensen & Phillips, 2000, s. 52ff.

⁸ Jörgensen & Phillips, 2000, s. 42f.

⁹ Jörgensen & Phillips, 2000, s. 55f.

kring? Hur tilldelas eller intar subjekten subjekspositioner, vilka kvalifikationer krävs? Strider olika diskurser om tolkningen av det sociala rummet?¹⁰ Det är med hjälp av dessa teorier och frågor jag vill genomföra en diskursanalys av nyhetsjournalistiken.

Jag tänker mig subjekspositionerna som kala skelett som texterna ger liv och klär på, och världen som en död öken som de befolkar och inreder. Detta är mitt sätt att försöka göra mig ”blank”, och att försöka se diskursens självklarheter som konstruerade, onaturliga och märkliga – och journalistik är en ytterst märklig företeelse tycker jag. Dessutom kompletterar jag mina iakttagelser med betraktelser och teorier som andra har utarbetat. Diskursanalytikern kan emellertid aldrig komma bakom diskurserna, in till någon yttersta verklighet och sanning, utan bara kartlägga vad som sägs, vilka mönster utsagorna uppvisar och vilka konsekvenser de får.¹¹ Ett sådant synsätt medför att analysen resulterar i ännu en diskurs, en version av hur den analyserade diskursen kan tolkas, men knappast den enda möjliga. Problemet är egentligen det samma som för journalisten. Skillnaden är att jag inte gör anspråk på att berätta sanningen och att jag försöker spela med mer öppna kort, så att läsaren ges en möjlighet att bedöma resultatens rimlighet. Jag hoppas att min analys är möjlig och rimlig, men den är absolut inte den enda möjliga eller rimliga.

Ingrid Sahlin skiljer i in ”Diskursanalys som sociologisk metod” (1999), mellan ”diskursen om det sociala arbetet” och ”det sociala arbetets diskurs”, där det förra avser exempelvis politikerns och forskarens beskrivning och diskussion av socialt arbete och det senare hur socialarbetare själva talar och skriver i sitt arbete.¹² I de handböcker som jag kommer att analysera skriver journalister om hur de själva och andra arbetar och bör arbeta journalistiskt – men handböckerna i sig är inte journalistiskt arbete. Jag skulle därför kunna referera handböckerna som ”diskursen om nyhetsjournalistik” hellre än ”nyhetsjournalistikens diskurs”. Men som jag tolkar Laclau och Mouffe ser jag ingen anledning till detta. En kollektiv identitet skapas, enligt dem, då den representeras i ord, då någon talar om eller för den. Detta är precis vad handböckerna är exempel på – journalister talar här om vad de är och vad de gör. Därmed tycker jag att de representerar den nyhetsjournalistiska diskursen och de regler som gäller för denna, de ger beskrivningar *inifrån* diskursen.

¹⁰ Jørgensen & Phillips, 2000, s. 54.

¹¹ Jørgensen & Phillips, 2000, s. 29.

¹² Ingrid Sahlin, ”Diskursanalys som sociologisk metod” i *Mer än kalla fakta: Kvalitativ forskning i praktiken*, Katarina Sjöberg (red.), Lund 1999, s. 87.

Om journalistikens historia

Bland en del journalister finns en föreställning om att nyheter och nyhetsförmedling är resultatet av redaktionellt kaos och personligt snille.¹³ Lars J Hultén menar i *Journalistikens villkor: Om plikten att informera och lusten att berätta* (1993), att journalistiken styrs mer av fasta villkor såsom mediets art, redaktionell organisation och tradition, ekonomiska och kommersiella villkor, publikens förmodade förväntningar samt synen på den professionella journalistrollen, och mindre av enskilda journalisters värderingar.¹⁴ Det är inte av gud givet hur artikeln ska skrivas och inslaget klippas. Den journalistik vi ser idag är en historisk företeelse som skapats och utvecklats, men som institutionaliserats till rutiner och vedertagna förhållningssätt. Traditionens, ekonomins och journalistrollens betydelse för innehållet i dagens nyheter föranleder en historisk tillbakablick.

På 1600-talet började tidningar tryckas i Sverige. Många utav äldre tiders nyhetstexter är i det närmaste oläsliga för dagens publik, delvis för att språket är ålderdomligt, men också för att texterna inte är uppbyggda på det sätt som dagens läsare är vana vid:

De första tidningarna framstår i nutidens perspektiv som en samling depescher. Flera veckor kunde förflyta mellan en inträffad händelse och den tidpunkt då nyheten nådde läsaren. Hästburna kurirer befördade långa handskrivna brev. Viktiga nyheter doldes inte sällan långt inne i texten. Modern rubriksättning förekom inte. Pressen förmedlade en utförlig och berättande skildring.¹⁵

Den tidiga svenska pressen var en angelägenhet bara för en liten del av befolkningen. Tidningarna var handtryckta och dyra och upplagorna var därför små, ett par hundra exemplar högst, men de lästes ofta högt, i hemmen, på kaffehus och krogar, varför antalet människor som tog del av innehållet var större än så.¹⁶ Längre kontrollerades både innehåll och tryckning av staten. 1766 antog Sveriges riksdag en tryckfrihetsförordning, vilken innebar att censuren avskaffades. Tryckfriheten inskränktes redan efter något år, men slogs slutgiltigt fast år 1812.¹⁷

Under 1600- och 1700-talen växte vad Jürgen Habermas kallar en ”borgerlig offentlighet” fram. Den borgerliga publiken bestod främst av köpmän och bankirer. Dessa hade tidigt behov av rapporter rörande priser och börskurser, sjöfart och krig etc, som hade betydelse för

¹³ Philip Schlesinger, *Putting 'reality' together: BBC news*, London 1978, s. 47.

¹⁴ Lars J Hultén, *Journalistikens villkor: Om plikten att informera och lusten att berätta*, Stockholm 1993, s. 75.

¹⁵ Olof Petersson & Ingrid Carlberg, *Makten över tanken: En bok om det svenska massmediesamhället*, Stockholm 1990, s. 94.

¹⁶ *Den svenska pressens historia, del I: I Begynnelsen (tiden före 1830)*, Karl Erik Gustafsson & Per Ryden (red.), Stockholm 2000, s. 83ff.

handeln. Rapporterna förmedlades i form av handskrivna brev under 1500- och 1600-talen, men efter hand blev nyheterna varor som köptes och såldes i tryckta tidningar. De borgerliga tidningsläsarna kom att bilda den offentliga maktens motpart, vilket gjorde att fler nyheter än de rent ekonomiska blev intressanta. Den borgerliga offentligheten bildade en ”kritisk zon” mellan privatlivets sfär och den offentliga maktens sfär och en åsiktspress med denna borgerlighet som publik växer fram under 1600- och 1700-talet.¹⁸ Åsiktspressen präglades av en ”skriftställande journalistik” med pedagogiskt syftande diskussioner. Tidningarna blev arenor för den resonerande publiken och först i andra hand kommersiella företag.¹⁹ I Sverige motsvaras denna ”skriftställande journalistik” av ”essäjournalistiken”, med Olof von Dahlin som främste utövare, bl. a. i *Then Swänska Argus* (1732-1734). *Argus* utkom en gång i veckan i några hundra exemplar och innehöll oftast en enda lång essä om ”det nyttiga blandat med det nöjsamma”, vilket inbegrep ekonomi, kungligheter, pedagogik, klämodet, Sveriges historia etc. För att undgå censuren maskerades dagspolitiska frågor bakom historiska anekdoter och berättelser om främmande kulturer. Mellan 1732 och 1809 startades i Sverige 340 tidningar och tidskrifter, men flertalet var kortlivade med små upplagor.²⁰

Under detta skede såg pressen det som sin primära uppgift att slåss för tryckfriheten, men när denna väl säkrats en bit in på 1800-talet, kom friheten främst att utnyttjas för vinstmöjligheternas skull: ”tidningen antar karaktären av ett företag, vilket producerar annonsutrymme som en vara som den redaktionella delen gör möjlig att avsätta”.²¹ Detta medförde att urvalet, bearbetningen, bedömningen och redigeringen av nyheterna blev viktigare än att konsekvent, på skriftställarens vis, driva en linje. Och när diskussionen blev geschäft innebar det en formalisering eftersom positioner och kontrapositioner måste följa på förhand uppgjorda spelregler för underhållning, exempelvis då större samhällsproblem reduceras till personliga tvister. För att tidningsprodukterna skulle kunna köpas av så många som möjligt, anpassades de efter massans minsta gemensamma nämnare.²² Den masspridda pressen utvecklades i Sverige under andra halvan av 1800-talet och kring sekelskiftet 1900. Det är nu tidningar som *Göteborgs-Posten* (1859), *Dagens Nyheter* (1864) och *Svenska Dagbladet* (1884) grundas, men också en lång rad tidningar som idag är försvunna, exempelvis *Skånes Nyheter* (1883), *Göteborgs Nyheter* (1884) och *Stockholms-Tidningen*

¹⁷ *Den svenska pressens historia*, 2000, s. 240.

¹⁸ Jürgen Habermas, *Borgerlig offentlighet: Kategorierna ”privat” och ”offentligt” i det moderna samhället*, Lund 1998, s. 23ff.

¹⁹ Habermas, 1998, s. 158.

²⁰ *Den svenska pressens historia*, 2000, s. 100-107.

²¹ Habermas, 1998, s. 160.

²² Habermas, 1998, s. 143ff.

(1889). Sveriges samlade dagstidningsupplaga var år 1865 100 000 exemplar, år 1884 500 000 och år 1900 c:a 1 000 000 exemplar.²³

Jean K. Chalaby förklarar i boken *The Invention of Journalism* (1998) skillnaden mellan den äldre skriftställarjournalistiken och den nya, mellan publicisten och journalisten. Den äldre publicisten skrev utifrån sina egna moraliska politiska och religiösa värderingar, medan journalisten skrev utifrån sina föreställningar om publikens smak och åsikter och därför bara skrev om politik och moral om dessa frågor kunde tänkas intressera publiken.²⁴ Den nya journalistiken utvecklade en objektivitetsnorm, enligt vilken nyheter skulle rapporteras opartiskt och neutralt, med fakta separerade från värderingar och utifrån ett icke deltagande perspektiv. Idealet om objektivitet medförde att fler människor, oavsett politisk åskådning, kunde ta del av nyheterna och att journalisten fick en högre status som professionell yrkesman.²⁵ Publicisten skrev för offentligheten och tidningarna lästes på klubbar, kaféer och i salonger. Journalisten skrev för en marknad och nyheterna kom allt mer att konsumeras i hemmets privatsfär.²⁶ Journalisten blev mer ett opersonligt verktyg som registrerade händelser och gav en neutral rapport om dem. Det är förmodligen detta som får Georg Lukács att 1923, i boken *Historia och klassmedvetande: Studier i marxistisk dialektik*, på tal om reifikationens fenomen, dvs förtingligandet av mänskliga egenskaper i den kapitalistiska produktionsordningen, peka ut journalister som en särskilt utsatt grupp:

Denna struktur visar sina mest groteska drag i journalistiken, där just det subjektiva, kunnandet, temperamentet och uttrycksförmågan blir en abstrakt mekanism, som följer sina egna lagar och träder i funktion oberoende såväl av 'ägarens' personlighet som av det behandlade föremålets materiellt konkreta väsen. Journalisternas 'hållningslöshet' och prostitutionen av deras upplevelser och övertygelser kan bara förstås som den kapitalistiska reifikationens mest extrema uttryck.²⁷

I Sverige hämmades förmodligen denna utveckling något genom den politiska pressens genomslag. De partier som växte fram under 1800-talet och början av 1900-talet startade ofta tidningar som kunde förmedla partiets politik till folket. En ort kunde ha två, tre, ibland fyra dagstidningar som tillgodosåg behovet hos varje större åsiktsgrupp i samhället. Journalisterna på partitidningarna förväntades vara lojala med de politiska idéerna också på nyhetsplats, *hela*

²³ *Den svenska pressens historia, del II: Åren då allting hände (1830-1897)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén, Stockholm 2001, s. 128.

²⁴ Jean K. Chalaby, *The Invention of Journalism*, London 1998, s. 81f.

²⁵ Chalaby, 1998, s. 130-133.

²⁶ Chalaby, 1998, s. 136.

²⁷ Georg Lukács, *Historia och klassmedvetande: Studier i marxistisk dialektik*, Staffanstorps 1968, s. 160f.

tidningen repressenterade partiet, och inte bara ledarsidan som idag.²⁸ Det var emellertid många gånger svårt att driva alla dessa tidningar lönsamt. Följden blev en tidningsdöd, som i kombination med inflytandet från radions, och senare televisionens, ideal om opartiskhet resulterade i att de kvarvarande tidningarna med tiden blev allt mer ”neutrala” i sättet att rapportera, de blev nyhetsföretag mer än partiorgan.²⁹

Trots att journalistiken allt mer kom att betraktas som ett yrke, fanns länge en utbredd utbildningsskepsis och en föreställning om att yrket bäst lärdes ut på redaktionerna.³⁰ Detta hindrar inte att det från 1880-talet och fram till idag utkommit en lång rad handböcker som riktat sig till blivande journalister. De innehöll, och innehåller, råd och anvisningar för hur arbetet ska utföras och innehållet utformas. Ett exempel på en sådan handbok är Anton Karlgrens *Journalistik i Dagens Nyheter* från 1923. Per Rydén, som skisserat journalisthandledningarnas historia, i ”Så här gjorde de” i *Allmänningen: Inledande studier i pressvetenskap* (1991), pekar ut just Karlgrens handbok som den viktigaste: ”Den har satt märken i fler journalister än någon annan och direkt och indirekt har den påverkat skrivsättet för flera svenskar än kanske någon annan enskild skrift.”³¹ Också en sådan till synes naturlig och simpel sak som att börja nyhetsartikeln med det allra viktigaste, är det någon som måste påpeka för att det så småningom ska börja uppfattas som självklart – och det var Karlgren som påpekade detta först av alla i Sverige: ”En god praktisk regel är denna: Läs igenom de första tio orden i den artikel ni skrivit; befinnas de vara sådana att de kunna väntas locka läsaren att fortsätta, är ingressen riktig; äro de av den art att de med säkerhet lämna läsaren oberörd, är ingressen åt hälsike.”³² Karlgrens tips är värt att lägga på minnet – det förekommer med nästan samma formuleringar sjuttiofem år senare, i de handböcker jag kommer att analysera.

På 1960-talet blev journalistik en högskoleutbildning. Journalisthögskolans rektor under flera år, och en av dess initiativtagare, var Lars Furhoff. I sin bok *Makten över massmedierna* (1974) ger han sin syn på utbildningens mål och journalistikens syfte. Utbildningen ska, skriver han, ge journalisterna en ”professionell ideologi” :

Enligt den professionella ideologin är det emellertid yrkesmännen som ska ha det bestämmande inflytandet. De ska använda det för att tillgodose publikens alla behov och värna om mediets utveckling. Måttstocken på deras

²⁸ Hultén, 1993., s. 78ff.

²⁹ *Den svenska pressens historia, del IV: Bland andra massmedier (efter 1945)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2002, s. 43.

³⁰ *Den svenska pressens historia*, 2002, s. 57.

³¹ Per Rydén, ”Så här gjorde de” i *Allmänningen: Inledande studier i pressvetenskap*, Lund 1991, s. 261.

³² Anton Karlgren, *Journalistik i Dagens Nyheter*, Stockholm 1989, s. 18.

framgång är publikens uppskattning. Tanken är alltså att yrkesmännen ska övervakas av publiken. Så länge publiken gillar exempelvis den samhällskritik som förekommer, så länge är den berättigad.³³

De tendenser som Chalaby och Habermas noterar i 1800-talets press som ”kommersialisering” får i Furhoffs bok närmast en demokratisk legitimitet. Att allt fler journalister genomgått, och genomgår en yrkesutbildning har bidragit till en samsyn på det journalistiska uppdraget, vad gäller arbetssätt och hur nyheter ska presenteras.³⁴

Analysen av läroböckerna

Journalisterna

Journalistyrket är inget legitimationsyrke såsom exempelvis läkar- eller sjuksköterskeyrket, vilka kväver särskilda utbildningar med formella kunskaper. Arbetet som journalist kräver emellertid att man behärskar ett visst regelsystem med rutiner, arbets- och förhållningssätt och en egen inre logik – medielogiken. Att behärska dessa regler, eller att behärskas av dem, kan betraktas som själva definitionen av vad en nyhetsjournalist är.³⁵ Arbetssättet kan man lära sig genom att ta efter redan yrkesverksamma journalister eller på journalistutbildningar, men båda vägar bygger i grunden på att man tillägnar sig de rutiner som praktiserande journalister arbetar efter. ”Journalisten lär sig yrket. Han eller hon socialiseras in i det, som det så vackert heter, det vill säga han och hon tränas att upptäcka mönstren, tränas att hantera villkoren i fabriken, tränas att bli en journalist som accepteras av arbetsplatsen. Just här ligger en del av ’hemligheten’ med journalistiken och varför den blir som den blir.”³⁶ Med profession och professionellt yrke menas ofta bestämda positioner som man *måste* genomgå särskilda utbildningar för att uppnå.³⁷ Journalistyrket är i den meningen inget professionellt yrke, eftersom man fortfarande kan ”gå den långa vägen” och lära sig yrket genom arbetet utan någon formell utbildning. Inrättandet av särskilda journalistutbildningar samt framväxten av en yrkesidentitet innebär emellertid en professionalisering, en strävan efter att ge yrket professionell status.³⁸

Att journalistik är något man måste lära sig är läroböckerna ett exempel på, de försöker lära ut regler och yrkesknep – ”Så arbetar en journalist”. De tre läroböckerna är skrivna av ”yrkesverksamma journalister som vet vad vardagen på en redaktion handlar om” (Så s 6).

³³ Lars Furhoff, *Makten över medierna*, Lund 1974, s. 201.

³⁴ *Den svenska pressens historia*, 2002, s. 245.

³⁵ Bengt Nerman, *Om erfarenheten: En studie i skapandets villkor*, Stockholm 1982, s. 140.

³⁶ Hultén, 1993, s. 15.

³⁷ Ulf Torgersen, *Profesjons sosiologi*, Oslo 1972, s. 10.

Fichtelius skriver att efter ”30 år som nyhetsjournalist, huvudsakligen i radio och tv, har jag gott om erfarenheter att dela med mig av” (Fichtelius s 5). Och på baksidan av Marlings bok kan man läsa att i ”denna handbok ger hon den blivande TV-journalisten en ovärderlig inblick i yrket”. Att yrkesverksamma journalister lär upp de blivande innebär att rådande värderingar och rutiner reproduceras. ”Det är många som tror att de kan skriva en tidningsartikel, speciellt om det handlar om dem själva” (Så s 173). Så är det emellertid inte. Det finns specifika sätt att arbeta journalistiskt på, och endast de som behärskar dem, och som därmed ingår i journalistkollektivet, kan avgöra vad som är rätt. Karaktäristiskt är även att måttet på yrkesframgång för den individuella journalisten inte är främst upplage- och tittarsiffror, utan uppmärksamheten i andra medier – det är ju bara andra journalister som kan värdera det utförda arbetet på ett korrekt sätt.³⁹ Genom att sätta upp regler för vem som ska få tillträde till positionen som journalist, stänger man nyhetsmedierna från alla obehöriga – endast man själv, och de som anpassar sig till det egna beteendet, släpps in.

Uppdraget

Vad innebär då det journalistiska arbetet? Först och främst innebär yrket att man har ett nödvändigt och viktigt *uppdrag*. Det ”är ett arbete som alltid och i alla situationer otvivelaktigt är viktigt” (Marling s 7). ”Oberoende nyhetsmedier är nödvändiga för demokratin. Journalisten har i den meningen en uppgift att fylla.” (Fichtelius s 16) ”Det ska vara en viktig del av det journalistiska uppdraget att arbeta som ombud för medborgarna” (Marling s 18). Enligt *Så arbetar en journalist* är läsarna, lyssnarna och tittarna ”de yttersta och viktigaste uppdragsgivarna” (Så 20), men hur detta uppdrag ska uppfattas är något oklart. Marling och *Så arbetar en journalist* talar i allmänna ordalag om journalistens uppdrag, medan Fichtelius i detta sammanhang hänvisar till ett ”uttalande” om massmediernas funktion i det demokratiska samhället som riksdagen antog 1975. I detta uttalande angavs fyra uppgifter för massmedierna: *Informationsfunktionen*, ”Massmedierna bör ge den information som är nödvändig för att medborgarna ska kunna ta ställning i samhällsfrågor”, *Kommentarfunktionen*, ”Massmedierna bör fristående eller som språkrör för organiserade samhällsintressen kommentera skeendet i samhället”, *Granskningsfunktionen*, ”Massmedierna bör som allmänhetens företrädare granska och kontrollera de inflytelserika i samhället”, *Gruppkommunikationsfunktionen*, ”Massmedierna bör främja en kommunikation inom och

³⁸ Torgersen, 1972, s. 15.

³⁹ Lars J. Hultén, ”När journalistrollen blev professionell” i *Mångfalden ger styrkan: En pressbok utgiven av Centerns pressförening vid dess 60-årsjubileum 1989*, Malmö 1989, s. 107.

mellan politiska, fackliga och ideella grupper i samhället”. (Fichtelius s 16) Uttalandet är emellertid inte tvingande, utan snarare en allmän målsättning. Stig Hadenius och Lennart Weibull förklarar saken på följande sätt i sin bok *Massmedier: En bok om press, radio och TV* (1997): ”Att det i olika officiella dokument sägs att medier har uppgifter i samhället får inte uppfattas som krav utan som sätt att karaktärisera den roll som massmedierna tillsammans spelar i ett demokratiskt samhälle. Det ligger i den frihetliga medieideologins natur att medier inte kan föreskrivas att fullgöra uppgifter av detta slag.”⁴⁰

Ändå ser sig massmedierna ofta som ”den tredje statsmakten” och talar om målsättningarna som krav, som något man ”ska” och ”måste”: ”de nyheter redaktionen väljer att publicera ska ha betydelse för medborgarnas möjlighet att förstå sin omvärld”. ”Detta *måste* medborgarna få insyn i.” (Fichtelius s 14, mina kursiveringar.) Nerman ser massmediernas samhällsuppdrag som en ”myt” – det vore absurt att ge företag sådana uppgifter – men journalister och massmedier håller ändå föreställningen om ett uppdrag vid liv, eftersom detta ger dem ett existensberättigande såsom nödvändiga och viktiga: ”Massmedieideologin har tydliga drag av affärsfilosofi förvandlad till demokratisk argumentering”.⁴¹ Oberoende av huruvida ett uppdrag verkligen existerar eller ej, uppfattar en stor del av både journalisterna och publiken det så, och genom att de agerar och förhåller sig därefter, blir föreställningen om uppdraget verkligt till följd av sina konsekvenser.

Sanning och relevans

Journalisterna ska rapportera det som är ”sant” och ”relevant”: ”Det innebär att redaktionen efter bästa förmåga ska rapportera det den kan bedöma är korrekta uppgifter som har betydelse för läsarna, lyssnarna och tittarna” (Fichtelius s 109). Ordet ”objektiv” används ofta i detta sammanhang, man aldrig utan reservation: ”Det är klart att det inte finns någon objektiv journalistik. All journalistik bygger på val. Val av innehåll: vad ska vi skriva om? Val av metod: hur ska vi tackla ämnet?” etc. ”Alla [val] är subjektiva.” (Så s 16) Att journalistiken innefattar subjektiva val, innebär emellertid inte att ”personligt tyckande” får förekomma: ”Reportern ska inte säga om Öresundsbron bör byggas eller inte, men han kan förklara varför den trots allt byggs” (Fichtelius s 18). Vad man bör göra är att ”sträva efter att rättvist redovisa olika åsikter och värderingar” (Så s 17) och ”att försöka skildra verkligheten så sanningsenligt som möjligt” (Marling s 9), ”utan sidoblickar på konsekvenserna i positiv eller negativ bemärkelse för den ene eller andre” (Fichtelius s 110).

⁴⁰ Stig Hadenius & Lennart Weibull, *Massmedier: En bok om press radio och TV*, Stockholm 1997, s. 36.

⁴¹ Bengt Nerman, *Den offentliga lögnen*, Stockholm 1997, s. 48.

Det kan tyckas vara paradoxalt att subjektiva val accepteras, men inte subjektiva åsikter. Skillnaden är att valen görs på grundval av kollektiva journalistiska principer och att de därför inte är subjektiva i den betydelsen att de bygger på en enda persons uppfattning. Det är först när uppfattningar sträcker sig utanför yrkesreglerna som de stämplas som ”personligt tyckande”. Dessutom måste värderingarna utifrån arbetsrutinerna stämma överens med värderingar som är allmänt vedertagna i samhället: ”I stort sett måste nyhetsförmedlarens värderingar vara i överensstämmelse med rådande förväntningar hos publiken” (Fichtelius s 21). Därmed får journalistiken en konserverande effekt, eftersom den förstärker snarare än utmanar de värderingar den utgår ifrån och bygger på:

Det här betyder konkret att i mediernas handlingstraditioner under hand har lagrats ett kapitalistiskt, borgerligt och hierarkiskt samhälles ideal, människosyn, värdeskalor, föreställningar om orsaker och verkningar, om hur problem ser ut, vad som är viktigt och oviktigt. Det finns med i nyhetsbedömningen, i sättet att uppfatta problem, att närma sig och vinkla ett ämne, att välja källor, att ställa och inte ställa frågor, att följa upp och inte följa upp, att välja abstraktionsnivå och exempel, att dramatisera och konkretisera. Och så vidare.⁴²

Förutom att det som rapporteras ska vara ”sant”, finns även ett krav på att det ska vara relevant, viktigt och intressant. Relevansbedömningen styr all nyhetsförmedling och allt journalistiskt arbete: ”den journalistiska prioriteringen är att börja med det viktiga, det vill säga själva nyheten” (Så s 108). Endast viktiga nyheter publiceras och de viktigaste av dessa ges bäst och störst utrymme: ”När redaktionen bestämmer vilka uppslag som ska läggas ut på nyhetsreportrarna finns det som regel också en ungefärlig uppskattning av hur mycket nyheten är värd i utrymme” (Så s 77). Varje artikel och inslag struktureras utifrån hur viktiga dess beståndsdelar anses vara. Man ”börjar med det viktigaste och kommer till de minst intressanta detaljerna på slutet” (Fichtelius s 47). Det gäller att sila bort det oviktiga från det viktiga: ”Det viktiga finns kvar i en koncentrerad buljong, som det nu gäller att koka ihop till en liten tärning” (Så s 187). Vad som bedöms som relevant har att göra med hur många människor i publiken som berörs: ”En nyhet innehåller ofta en händelse eller utveckling som berör många människor i din publik” (Marling s 15). Det är journalistens uppgift att avgöra vad som berör publiken och vad som är viktigt för den att få veta.

Ibland görs emellertid vissa avsteg från kravet på relevans, ibland händer det helt enkelt inget viktigt. Då gäller det att komma på något annat att rapportera om, eftersom tidningen och programmet måste fyllas. Marling berättar om en sådan situation i sin bok. Nyheten hon

⁴² Nerman, 1982, s. 140.

hade att rapportera om handlade om att djurskötarna på Skansen brukade slakta och äta upp de björnar som inte fick plats i djurparken. ”Är denna nyhet verkligen viktig? För Sverige, för mänskligheten? Tja...” (Marling s 27) Om man tvivlar finns en regel att följa: ”*Publish and be damned*. Den regeln är viktig och allvarlig. Nyheter ska *ut*. Så fort som möjligt.” (Marling s 27) Journalister lever på att leverera nyheter, därför är nyheter alltid viktiga i deras perspektiv.

Mötet mellan den demokratiska uppgiften och den kommersiella, innebär ingen egentlig konflikt, enligt den syn som läroboksförfattarna förmedlar. Uppdraget är ”att nå så många människor som möjligt med riktig och viktig information” (Marling s 8). Men för att få människor att alls bry sig om det man erbjuder måste informationen ges en attraktiv förpackning: ”Vi måste gestalta verkligheten på något sätt för att få mottagarna att ta till sig budskapet” (Marling s 26). Att sälja nyheter till publiken och att ge den ”riktig och viktig information” är uppdrag som sammanfaller: ”Utmaningen är att göra spännande nyheter av något så tråkigt som det strukturella budgetunderskottet” (Fichtelius s 19).

Image och hjärta

När journalister förklarar hur de väljer och identifierar nyheter talar de ofta om känslor: ”En riktig nyhet känns i mage och hjärta. [...] Den bygger på känsla mer än på strikta och allmänt vedertagna kriterier.” (Fichtelius s 10) I *Så arbetar en journalist* sägs den erfarna journalisten ha ”näsa för nyheter”: ”Journalisten med nyhetsnäsa sägs ’känna’ när ett artikeluppslag har förutsättningar att bli en bra nyhet” (Så s 74). Enligt Nerman är detta ett uttryck för ett hantverkarskunnande och en erfarenhet som ”gått i blodet: att verkligen besitta ’fingertoppskänsla’ och ’nyhetssinne’ var att praktiskt behärska en bestämd relation mellan publik, medium och värld, den som det rådande systemet har skapat”.⁴³ Pierre Bourdieu beskriver saken så här, på tal om varför förorter skildras som de gör, i boken *Om televisionen* (1998):

journalister, vägledda av sin yrkesinstinkt, sin syn på världen, sin utbildning, sin läggning, men också av yrkets inneboende logik, väljer ut en mycket speciell aspekt av förortslivets redan i sig speciella verklighet, en som svarar mot deras egna varseblivningskategorier. Den metafor som oftast används för att förklara dessa kategorier, det vill säga de osynliga strukturer som organiserar det varseblivna och bestämmer vad man ser och inte ser, är ’glasögon’. De här kategorierna är en produkt av vår uppfostran och utbildning, vår historia och så

⁴³ Nerman, 1982, s. 163.

vidare. Journalister har sina speciella ”glasögon”, som kommer dem att se vissa saker och inte andra – men också att se vad de ser på ett särskilt sätt.⁴⁴

Journalister som kan ”känna” en nyhet ”i mage och hjärta” har helt enkelt internaliserat de yttre yrkesrutinerna till kroppsliga reflexer och ser inte nyhetsvärderingen som värdering, utan som ett självklart och naturligt sätt att se på världen. Samtidigt vill man inte att dessa känslor ska framstå som någonting som är specifikt för just journalister: ”Tro inte alla dem som säger att du tittar på TV och läser tidningar och upplever världen på ett särskilt sätt. I stort sett fungerar den mage och din hjärna och dina nerver likadant som hos din publik. Annars skulle inte de klassiska berättarknepen fungera så effektivt över hela världen.” (Marling s 12)

Känslan för nyheter är allmänmänsklig, men ”i professionalismen ingår just att ha slipat sin lyhördhet för det *allmänmänskliga*” (Marling s 12). Om nyhetsvärderingen skulle grunda sig på känslor i magen som enbart journalister erfar, skulle detta kunna uppfattas som väl godtyckligt, men eftersom känslorna är allmänmänskliga finns inte det problemet. Emellertid har journalister tränat upp sin lyhördhet för det allmänmänskliga i större utsträckning än andra.

Journalistikens makt

I det journalistiska uppdraget ingår att peka ut vad som är sant och relevant och vad som berör andra människor. Att sätta dagordningen helt enkelt. Men vilken makt innebär detta? Innebär det alls någon makt? Fichtelius hänvisar i detta sammanhang till olika definitioner av makt, med det gemensamt att makten förutsätter en avsikt beträffande effekten, bl. a. Bertrand Russells definition: ”Makt är att åstadkomma avsedda effekter.” Detta sätter han sedan i samband med den journalistiska konsekvensneutraliteten enligt vilken ”nyhetsförmedlaren ska stå neutral i förhållande till vem eller vad som gynnas eller drabbas av en nyhet som är sann och relevant”. ”Lever journalisten upp till detta utövar han ingen makt enligt de ovan citerade definitionerna av maktutövning.” (Fichtelius s 117f) Han menar emellertid inte att journalisterna ska arbeta i blindo, eftersom det alltid gäller att ”systematiskt sträva efter att hitta det viktiga” (Fichtelius s 18). I *Så arbetar en journalist* menar man att makthavare ”förnekar gärna att de har makt. Åtminstone brukar de understryka att den inte alls är så stor som många tror. Det gäller också journalister. Det är lika falskt i deras som i andra makthavares fall.” (Så s 21) Också Marling ser journalisten som makthavare och hon understryker dessutom att makten är fullt legitim och inte kan eller får ifrågasättas: ”Du ska

⁴⁴ Pierre Bourdieu, *Om televisionen: följd av Journalistikens herravälde*, Stockholm/Stehag 1998, s. 32f.

vara ödmjuk och respektfull i det här yrket, men du ska också göra klart för dig att du är en *mycket viktig person*, och att du har ett uppdrag som egentligen ingen annan har något med att göra. [...] Dagordningen ska sättas av den professionella journalistkåren, inte av makthavare och myndigheter.” (Marling s 126)

Självkritik?

Journalister älskar att debattera sin roll och sitt uppdrag. Journalisternas eget organ *Journalisten* innehåller varje vecka diskussioner om det journalistiska arbetet. Det färskaste exemplet i skrivande stund gäller ”Fichteliusaffären” där Erik Fichtelius - samma Erik Fichtelius som skriver i sin lärobok att journalisten ”ska skaffa information för att föra den vidare och måste alltid kunna använda det han fått reda på” och att den ”information reportern får tillhör hans lyssnare och läsare” (Fichtelius s 31) - anklagas för att ha brutit mot principerna genom ett hemligt avtal han skrivit med statsminister Göran Persson om intervjuer inför en framtida dokumentär. Kollegan KG Bergström på *Rapport* menar att många ”kommer att se det här som en bekräftelse på att vi inte är så oberoende som vi borde vara” och *DN:s* ledarskribent Åke Ekdahl anser att genom avtalet med statsministern ”så tummar han på heliga etiska journalistregler om att aldrig gömma eller klämma på nyheter”⁴⁵. Kritiken verkar emellertid ha en gräns. Det som diskuteras är huruvida journalister, Fichtelius i det här fallet, lever upp till det journalistiska uppdraget och arbetar efter de heliga reglerna. Men någon som ifrågasätter själva uppdraget och de journalistiska reglerna går inte att finna. Är uppdraget kanske omöjligt och opartiskheten helt orealistiskt? De frågorna är det aldrig någon journalist som ställer. De verkar ta uppdraget och opartiskheten för självklarheter och ifrågasätter enbart enskilda journalisters förmåga att leva upp till dem. Detsamma gäller de tre läroböckerna. De tar alla upp spänningar mellan ideal och verklighet men drar aldrig konflikterna till sin spets. ”Det finns en spänning mellan engagemang och objektivitet. Faran är att den engagerade reportern överger objektiviteten för att istället bli den som försöker erbjuda lösningarna. Den som gör det lämnar det journalistiska uppdraget.” (Fichtelius s 8) För den professionella journalisten som vet var gränserna går är objektiviteten möjlig och konflikten hanterbar. Marling önskar sig ibland att ”’storyn’ inte alltid behövde bli så renodlad och enkelriktad som den oftast blir av tidsskäl och andra orsaker” (Marling s 25). Just frågan om tids- och resursbristen är något som ofta återkommer: ”Ibland måste du lämna ifrån dig texter och sidor som du inte är klar med för att det ska bli någon tidning alls” (Så s 43). Den näraliggande slutsatsen, att blir vi inte klara med tidningen idag, får den väl vänta

med att komma ut till i övermorgon, den dras aldrig. De existerande villkoren accepteras och någon vilja att förändra dem i grunden uttrycks inte i läroböckerna.

Bilderna av verkligheten

Vad är en nyhet? ”Enkelt uttryckt är en nyhet något som inte tidigare publicerats och som har intresse för läsekretsen” (Så s 70). ”En nyhet innehåller ofta en händelse eller utveckling som berör *många* människor i din publik” (Marling s 15). En nyhet är således något nytt, i betydelsen inte tidigare publicerat, och en händelse av något slag, som på något sätt intresserar eller berör dem man vänder sig till. Trots att nyhetsvärderingen ”bygger på känsla mer än på strikta och allmänt vedertagna kriterier” (Fichtelius s 10), har både forskare och journalister försökt att lista de kännetecken som faktiskt publicerade nyheter ofta har. I Fichtelius bok återges en sådan lista som får tjäna som ”praktiska utgångspunkter för en vettig nyhetsförmedling”. ”En nyhet ska vara:”

Färsk. ”En nyhet är hetare ju nyare den är.” **Okänd.** ”Ett avslöjande av ett för allmänheten tidigare okänt förhållande är en nyhet, även om det inte är en händelse som precis inträffat.” **Nära.** ”Det som händer i vår geografiska eller kulturella närhet är en större nyhet än det som inträffar längre bort.” **Ovanlig.** ”Det är en nyhet att ett flygplan störtar, inte att det kommer fram.” **Kvarstående missförhållanden.** ”En fabrik eller ett kommunalt reningsverk som fortsätter att släppa ut gifter i naturen är en nyhet tills utsläppen upphört.” **Personlig.** ”Intressanta och spännande personer är bättre nyhetsstoff än tråkiga och ointressanta.” **Spännande.** ”Nyheten ska gå att berätta för andra, det ska vara en intresseväckande historia.” **Egen.** ”En redaktion eller reporter som tagit fram en egen nyhet prioriterar ofta denna nyhet framför andra.” **Viktig.** ”För att nyhetsförmedlingen ska kunna leva upp till sin uppgift i det demokratiska systemet, måste journalisterna medvetet sträva efter att få med det som har stor betydelse för medborgarna, deras livsbetingelser och möjligheter att förstå och tolka sin omvärld.” (Fichtelius s 19ff)

De båda andra läroböckerna innehåller liknande listor. Marling nämner dessutom kriteriet ”våld och brott” samt ”human touch”: ”Här sysslar vi med allt det som människor – eller djur! – kan råka ut för här i världen, stort och smått, ruskigt och roligt, viktigt och oviktigt” (Marling s 17). I *Så arbetar en journalist* finns ett ytterligare kännetecken, nämligen det ”som

⁴⁵ Staffan Kihlström, ”Intern strid rasar på SVT” i *Dagens Nyheter* 14.12.02.

läsaren kan identifiera sig med” och ”som griper tag i läsaren”. (Så s 71) Kriterierna är ”kännetecken, som den tränade journalisten sällan missar” (Så s 70). I praktiken finns inga explicit formulerade kriterier. De är istället del av de rutiner journalister arbetar efter och som återfinns i ryggmärgen snarare än på några listor.⁴⁶

För att händelser och förhållanden ska bli nyheter krävs emellertid inte bara att de innehåller aspekter som motsvarar nyhetskriterierna. Nyhetsvärderingen görs alltid mot bakgrund av allmänt accepterade och utbredda föreställningar och för att något ska bli en nyhet måste det ligga inom de ramar som dessa utgör. Miljöproblem blev exempelvis nyheter först på 1950- och 60-talen, eftersom de tidigare inte uppfattades som problem. Utsläpp och liknande miljöförstöring fanns naturligtvis även tidigare, men inte som ”problem” i den allmänna debatten.⁴⁷ Händelser och företeelser är således inte nyheter i sig själva, de finns aldrig före och utanför nyhetsmedierna: ”Nyheten ligger inte bara där och väntar för att vips dyka upp i spalterna eller i sändningen. Nyheten, sådan vi nu upplever den, är en produkt av ett rutinerat nyhetsarbete i flera led.”⁴⁸

Hitta vinkeln

När något väl identifierats som nyhet gäller det att hitta vinkeln, ”det som egentligen har hänt i den här processen”(Marling s 24) och att ”leta efter huvudbudskapet i den historia du tänker berätta” (Så s 180). Vinklingen behöver inte vara detsamma som en manipulativ snedvridning, ”den får inte göras så att fakta och perspektiv förvrängs”. Vinklingen ska istället förstås som ”att renodla presentationen av en nyhet utifrån en viss utgångspunkt”. Fichtelius tar vädret som exempel: ”Vackert väder kan beskrivas som en katastrof för bönderna som drabbas av torka. Samma torka kan ur semesterfirarens perspektiv vinklas mer positivt.” (Fichtelius s 11) Syftet med vinklingen är att ”ha ett innehållsmässigt fokus, annars blir läsaren förvirrad och undrar vad det är för mening med texten”. I *Så arbetar en journalist* beskrivs vinkeln som ett nödvändigt måste: ”kravet på en sammanhållen form” (Så s 180f, min kursivering). Enligt Fichtelius görs vinklingen ”för att berättelsen ska bli spännande och begriplig” (Fichtelius s 11). För TV-reportern, och till viss del även radioreportern gäller att han måste ”ha sin analys klar redan innan han drar ut på jobbet” (Marling s 30), för om ”en TV-reporter ändrar kurs – och ibland tvingas han förstås av verkligheten – måste han få med sig hela den tunga produktionsapparaten, och kan dessutom påverka hela dagens sändningar

⁴⁶ Nerman, 1982, s. 140.

⁴⁷ Hultén, 1993, s. 197.

⁴⁸ Hultén, 1993, s. 194.

och deras inriktning” (Marling s 24). Den skrivande journalisten kan tillåta sig att vara mer prövande och sökande i sitt arbetssätt, men innan själva skrivandet sätter igång ”måste du bestämma dig” (Så s 100).

De som drabbas och de som handlar

Vinklingen och kravet på ett innehålls- och formmässigt fokus är avgörande för vilka delar av verkligheten som skildras och vem som får komma till tals. Redan på fältet måste journalisten ”bestämma vilka som ska vara huvudpersoner, vilka som bör vara bifigurer och vilka som ska bort” (Så s 183). Personerna som befolkar nyheterna är antingen människor som agerar, och är viktiga, intressanta eller spännande i sig själva, eller ”fall” som är exempel på något, eller som berörs och drabbas av det som är nyheten. Människor plockas in för att göra nyheter mer konkreta, vilket krävs för att publiken ska gripas av det man rapporterar om: ”Även mycket abstrakta nyheter går att rapportera om när de kan hängas upp på personer som gör något. Och gör de inget själva så är de säkert *drabbade*.” (Fichtelius s 45) Nyheten är viktig just genom att den har att göra med människor som drabbas och berörs och dessa människor tjänar även som exempel vilka publiken kan identifiera sig med. Därmed är de drabbade centrala i nästan all nyhetsförmedling: ”På varje nyhetsredaktions gemensamma datasystem går det varje dag ut efterlysningar: Är det nån som känner en trebarnsmor med dyslexi i familjen? En pensionär som blivit av med sitt bostadsbidrag? En reumatiker?” (Marling s 95)

De som inte drabbas *gör* någonting. De kan vara makthavare av olika slag, någon som har utmärkt sig, eller någon som på ett eller annat sätt är intressant, spännande och viktig: ”Sökarljuset riktas mot en liten grupp personer med stark signalfunktion i kraft av sin maktställning eller personlig utstrålning. Deras handlingar karaktäriseras med hjälp av dramatiska metaforer: de talar ut, de träder fram, de går till angrepp och gör utspel. Emellanåt avslöjar de.”⁴⁹ Personerna i denna kategori medverkar ofta i nyhetsrapporteringarna med uttalanden av olika slag. Ibland ges den intervjuade stort utrymme, men eftersom utrymmet sällan är stort, är det vanligast att han eller hon medverkar med ”ett välformulerat uttalande på 30 sekunder” (Fichtelius s 62), ett ”soundbyte”: ”De flesta människor vet inte hur kort 30 sekunder faktiskt är, men då får de ändå en chans att försöka sammanfatta det viktigaste.” (Marling s 35) I skriven nyhetstext motsvaras ett soundbyte av direkt anföring eller referat av vad den intervjuade sagt, men även här gäller den journalistiska principen, dvs att välja bort allt som inte bedöms vara viktigt: ”Ett resonemang på fem minuter återges kanske med två

⁴⁹ Arne Ruth, citerad i Hultén, 1989, s. 107.

eller tre meningar. Detta är en frihet som reportern kan ta sig, så länge det som återges är sant och relevant.” (Så s 108)

Ett problem för journalisten och journalistiken är i detta sammanhang att man strävar efter att skildra verkligheten så sakligt och neutralt som möjligt utifrån ett utanförperspektiv: ”Journalisten rapporterar men deltar inte, är med men ändå inte riktigt med.” (Fichtelius s 9) Samtidigt konstruerar man själv denna verklighet och agerar i den – en intervju existerar ju inte av sig själv och går inte att observera neutralt, eftersom journalisten skapar intervjun som händelse.⁵⁰ I Bourdieus uppsats ”Den allmänna opinionen finns inte” (i *Kultur och kritik*, 1997) förs ett resonemang om opinionsundersökningar som kan vara relevant också för journalistiken. Opinionsundersökningar förutsätter, enligt Bourdieu, att alla människor har åsikter om allting man frågar dem om, och att dessa åsikter kan läsas av genom frågor och enkäter. Emellertid är många av de frågor som ställs i opinionsundersökningar sådana som många svarande tidigare inte har ställts inför. De pådyvlas en problematik som kräver ett svar, men detta är sällan ett redan befintligt och formulerat svar, utan något som skapas i samma stund frågan ställs. Därmed skapas en opinion som inte skulle finnas undersökningen förutan.⁵¹ Detta resonemang, tror jag, kan överföras till journalistiken: ”En journalist får fråga vem som helst om vad som helst, när som helst” (Marling s 126). Och det är ”journalistens både rättighet och skyldighet att ställa frågor, också till den som inte vill svara” (Fichtelius s 67). Inom journalistiken finns en uttalad föreställning om att man ska spegla och redovisa vad som händer och sägs, medan journalisten själv håller sig i bakgrunden: ”Alla uppfattningar som har en rimlig betydelse för frågans lösning ska redovisas” (Så s 18). Det passivt redovisande idealet förutsätter att åsikten, utspelet, nyheten existerar oberoende av massmediernas närvaro och handlingar, att intervjusvaret – ”ett välformulerat uttalande på 30 sekunder” – föregår journalistens frågor. Det är emellertid svårt att tänka sig en värld före och utan massmedierna idag. Ekecrantz & Olsson (1990) menar att det inte längre är meningsfullt att tala om massmediernas *påverkan* på verkligheten, utan att de snarare *skapar* verkligheten. Skapandet sker bland annat genom att massmedierna skapar händelser som inte annars skulle ha ägt rum, men också genom att olika aktörer, människor och institutioner, anpassar sig till, och handlar utifrån, förväntningar på hur massmedierna kommer att agera.⁵²

Att intervjupersoner anpassar sitt beteende till massmediernas logik är läroboksförfattarna väl medvetna om. Ibland till och med välkomnas det:

⁵⁰ Jan Ekecrantz & Tom Olsson, *Mellan makt och marknad*, Maktutredningen 1990, s. 29.

⁵¹ Pierre Bourdieu, ”Den allmänna opinionen finns inte” i *Kultur och kritik*, Göteborg 1997, s. 244-249.

⁵² Ekecrantz & Olsson, 1990, s. 10.

Kruxet med många av de goda metoderna är att de tycks bygga på obegränsad tid, både i intervjusituationen och i programmet. Vår stressade nyhetsreporter har ingetdera, utan måste ha en uppfattning om vad hon vill att personen ska säga, och hur fort det ska gå, utan att hon direkt förestavar svaret (fast det händer förvisso också). Har man lyckats skapa en någorlunda avspänd atmosfär och intervjupersonen fått klart för sig omfattning och sammanhang, brukar intervjun fungera. *Det hjälper naturligtvis om personen är någorlunda van.* (Marling s 36, min kursivering.)

Det vanliga är emellertid att detta är en utveckling som beklagas, men som journalisten måste leva med och i sin tur anpassa sig efter. ”Denna arbetsmetod [intervjun] ställer stora krav på reportern, som ofta möter en intervjuperson som gått på kurs för att lära sig hantera frågvisa journalister som ställer obekväma frågor. (Så s 97)

När journalister väljer vad som ska bli nyheter, styr och organiserar de också vem och vad som ska ges uppmärksamhet.⁵³ Även detta försöker olika aktörer påverka i syfte att få eller att få slippa uppmärksamhet. En vanlig metod är att kalla till presskonferens eller att skriva pressmeddelanden: ”Ofta är författaren till pressmaterialet en välutbildad informatör, som kan lyfta fram sin uppdragsgivares budskap så att redaktionen ska nappa på kroken. Det gäller att övertyga tidningen om att informationen i pressmaterialet är en nyhet, som tidningens läsare har nytta av, och inte bara förtäckt reklam.” (Så s 87) Ett annat sätt är att låtsas mycket hemlighetsfull och ”läcka” informationen till en utvald journalist: ”Häpp, så toppar påtryckaren något tongivande nyhetsprogram, och påannonsen talar om ’erfar vår vetenskapsredaktion’ eller liknande kodformulering” (Marling s 84). Om någon å andra sidan vill slippa publicitet i en viss fråga gäller det att ”gräva fram en intressant forskningsnyhet eller tidsplanera publiceringen av en stororder så att rubrikerna på de positiva artiklarna blir större än de negativa” (Marling s 83). Det som journalisten kan göra för att inte gå i fällan är att vara medveten om problemen och att vara vaksam: ”Här gäller det att visa en sund misstro mot alla. Inte bara mot Volvo och ICA utan också mot Rädda Barnen och Frälsningsarmén.” (Så s 16)

Vad och vem som uppmärksammas kan också avgöras av mindre medvetna val. Idealet är att redovisa de olika ståndpunkterna och åsikterna i de frågor man behandlar. I praktiken låter sig detta sällan göras. Ofta finns en mångfald olika ståndpunkter att ta hänsyn till, men massmediernas snäva ramar gör att endast ett fåtal beaktas. Begränsad tid och begränsat utrymme är viktiga faktorer som reducerar journalistikens handlingsutrymme, men till detta kommer ett synsätt enligt vilket bara vissa ståndpunkter räknas som riktiga och viktiga: ”Alla

uppfattningar som har *rimlig betydelse* för frågans lösning ska redovisas” (Så s 18, min kursivering). Enligt Paul Waldman (som citeras i *Dagens Nyheter* 6/12 – 02) behandlas främst åsikterna hos dem som anses vara ”de viktigaste aktörerna” och ”tunga trovärdiga källor”:
”Samma fenomen kunde studeras under Vietnamkriget när antikrigsrörelsen i USA uppmärksammades först efter tet-offensiven 1968 då framstående demokrater i kongressen började kritisera kriget.”⁵⁴ Eftersom personer och institutioner med makt och inflytande ofta har ”rimlig betydelse för frågans lösning”, är det främst dessa som tillfrågas om sin åsikt, samtidigt som detta befäster deras ställning som viktiga och inflytelserika. De massmediala texterna kan därmed ge uttryck för, konstruera och cementera de rådande maktrelationerna i samhället.⁵⁵ En liknande tendens framkommer i en analys av nyhetsrapporteringen ifrån konflikten i Kosovo och NATO:s bombningar av Serbien 1999, *Kosovokonflikten, medierna och medlidandet: Ett projekt om medierapporteringen, propagandan och allmänhetens reflektioner* (2002). I denna rapport konstateras att medierna konstruerar bilden av internationella konflikter utifrån nationella eller lokala förutsättningar, med följden att berättelserna varierar mellan olika länders medier, beroende på varje lands utrikes- och säkerhetspolitiska tradition. Till exempel visade norska nyhetsmedier mer förståelse för NATO:s agerande än vad de svenska gjorde.⁵⁶

Dramatiken

Maktrelationer är sällan konfliktfria, i varje fall inte i nyhetsmediernas rapportering. För att gestalta en konflikt kan journalisten kombinera berättargreppen *personifiering* och *polarisering*.⁵⁷ I *Så arbetar en journalist* förklaras saken så här: ”Det är med hjälp av konflikterna man skapar dramaturgisk nerv i ett reportage. [...] Dramatiker använder ofta en *huvudkaraktär* och en *antagonist* som personifierar pjäsens konflikt och för handlingen framåt. Kan du urskilja två sådana personer i Bäckamåla [som är en tänkt plats att rapportera från]?” (Så s 192) Sådana berättargrepp resulterar ofta i artiklar med rubriker som ”Socialministern vill inte betala hjärtoperationen”.⁵⁸

Det tre läroboksförfattarna talar genomgående om att ”berätta”, om ”berättelsen” och ”berättarknep”, om att ”berättelsen ska bli spännande och begriplig” (Fichtelius s 11), ”det

⁵³ Petersson & Carlberg, 1990, s. 160.

⁵⁴ Georg Cederskog, ”Sanning blandas med lögn” i *Dagens Nyheter* 06.12.02.

⁵⁵ Ekecrantz & Olsson, 1990, s. 101.

⁵⁶ Stig Arne Nohrstedt, Birgitta Höjjer & Rune Ottosen, *Kosovokonflikten, medierna och medlidandet: Ett projekt om medierapporteringen, propagandan och allmänhetens reflektioner*, Stockholm 2002, s. 12.

⁵⁷ Petersson & Carlberg, 1990, s. 97.

⁵⁸ Petersson & Carlberg, 1990, s. 98.

som berättar något viktigt för kvällens publik” (Marling s 45). Ordet ”berätta” och dess olika böjningar används inte bara som synonym till ”skriva”, ”tala”, ”rapportera”, ”återge”, ”artikeln” osv, utan har också betydelsen ”dramatisera”, ”berätta en historia”, ”saga”. Detta framgår mycket tydligt då det talas om att man ”använder fiktiva grepp för att komma så nära verkligheten som möjligt” (Så s 192) och att ett ”vanligt inslag, där man har alla uppgifter och bilder man behöver redan när man börjar bygga upp storyn, kan göras rytmiserat, med toppar och dalar, en markerad höjdpunkt” etc (Marling s 50). Fokuseringen på berättelser innebär inte bara att händelser kläs i en dramatisk form, man söker dessutom aktivt efter händelser med dramatiska egenskaper att rapportera om: ”**Plötsligheten** i händelsen gör nyheten mer dramatisk och därför mer intressant, medan en långsam process, även om den är lika viktig eller ännu viktigare, kan dra ut längre på tiden och åka långt ner på nyhetsvärdeskalan” (Marling s 15). Dramatik i journalistiskt avseende ska inte uppfattas som gastkramande deckarintriger och hitchcockska duschscener – det är främst dramats struktur som åsyftas. Hultén ger möjliga förklaringar till, och konsekvenser av, berättandet av berättelser:

Sedan kan man förstås fråga sig – och det bör varje journalist göra – vad det är som verkligen styr varseblivningen, seendet och iakttagandet. Jo, min uppfattning om världen är förstås viktig, men kanske spelar också berättelsemönster och berättelsestrukturer en avgörande roll för vad jag – medvetet eller omedvetet – först iakttar och sedan väljer att ta med i min presentation. I så fall spelar journalistikens traditionella, rutinmässiga, etablerade och professionella berättarmönster roll för vad vi som läsare och lyssnare upplever som verklighet.⁵⁹

Att sakligt och oberoende rapportera om världen är svårt när man samtidigt är en del av den, har vissa föreställningar om den och dessutom själv ställer krav på att rapporterna ska vara så korta som möjligt men ändå innehålla det viktiga och tillika vara spännande och dramatiska. Utöver detta ska man få en publik att vilja ta del av dem.

Om publiken

”Kom ihåg att Dagens Nyheter måste redigeras för tjugotvåusen pigor”, lär *DN:s* grundare Rudolf Wall ha sagt till tidningens medarbetare någon gång på 1860-talet.⁶⁰ Detsamma skulle många av dagens redaktörer kunna säga till sina medarbetare. Nyhetsmedierna och journalisterna legitimerar gärna sin verksamhet och de viktiga nyheter de producerar just med hänvisning till att de arbetar för mottagarnas bästa och ger dem de bilder av verkligheten som

⁵⁹ Hultén, 1993, s. 66.

⁶⁰ Hultén, 1989, s. 93.

de behöver och vill ha. Både definitioner av uppdraget och vad som är viktiga nyheter utgår från publiken: Publiken är "ens egentliga uppdragsgivare", skriver Marling (Marling s 8). "Vi ska berätta det vi vet och tror att våra lyssnare också vill veta", skriver Fichtelius (Fichtelius s 115). Massmedierna arbetar för publikens skull och utan publiken skulle massmedierna inte finnas.

Hur man vet vad folk vill ha

Hur vet då de som producerar nyheterna vad publiken vill ta del av? Sociologen John B Thompson karakteriserar, i boken *Medierna och moderniteten* (2001), masskommunikationen som "medierad kvasiinteraktion", den är monologisk och enkelriktad. Producenterna är få och mottagarna många och dessa har små möjligheter att påverka kvasiinteraktionens innehåll och förlopp. Dock finns vissa möjligheter att påverka genom att ringa eller skriva till producenterna, bilda påtryckargrupper etc, men oftast utnyttjas dessa möjligheter endast av fåtalet.⁶¹

Problemet att arbeta på uppdrag av en mångfald anonyma människor som man inte känner, diskuteras en hel del i läroböckerna. "Gör det till en vana att få kontakt med publiken – ta ett telefonsamtal och känn på stämningen", uppmanar Marling (Marling s 13). Fichtelius ger följande tips: "Metoden är att själv och tillsammans med andra, fundera igenom vad som för en tidsperiod på i alla fall några månader framåt betyder något för de människor man rapporterar till" (Fichtelius s. 19). Samtidigt uttrycker författarna en viss försiktighet i detta sammanhang: "Vi ska berätta det vi vet och *tror* att våra lyssnare också vill veta" (Fichtelius s 115, min kursivering). "Läsarnas *förmodade* intresse styr" (Så s 122, min kursivering). Mottagaren vet inte alltid själv vad han har behov av, "hans förmåga att *formulera* denna beställning är mycket sälsynt" (Marling s 12). Publikens behov är ibland svårt att klart och tydligt formulera, men är något som journalisten kan "känna" genom att träna sin "nyhetsnäsa", vilket innebär just "förmågan att förstå vad läsekretsen vill veta och har nytta av att veta" (Så s 74). Marling skriver att "tittaren är ungefär som du": "Tro inte alla dem som säger att du tittar på TV och läser tidningar och upplever världen på ett särskilt sätt. I stort sätt fungerar din mage och din hjärna och dina nerver likadant som hos din publik" (Marling s 12). Den professionella journalisten kan därför använda sig själv och sina reaktioner inför världen när han eller hon söker det allmänmänskliga och tar ställning till vad som är av intresse för publiken.

Medborgare och konsumenter

Då massmediernas roll i samhället diskuteras beskrivs den som viktig för demokratin: ”man kan inte tänka sig en mera grundläggande uppgift i ett demokratiskt samhälle än att ge dem [människorna] redskap att begripa lite mer av världen omkring sig” och därför är journalistiken ”ett arbete som alltid och i alla situationer otvivelaktigt är viktigt” (Marling s 8f). I sammanhang där massmedierna tilldelas, eller tilldelar sig, en viktig och demokratisk funktion benämns mottagarna, de man vänder sig till och som är ens uppdragsgivare, ofta som medborgare: ”nyhetsförmedlaren har ett ansvar för att ge medborgarna verktyg att fungera just som medborgare i en demokrati” (Fichtelius s 15). ”Det ska vara en viktig del av det journalistiska uppdraget att arbeta som ombud för medborgarna” (Marling s 19). Därför måste ”journalisterna medvetet sträva efter att få med det som har stor betydelse för medborgarna, deras livsbetingelser och möjligheter att förstå och tolka sin omvärld” (Fichtelius s 21). Medborgarbegreppet är hämtat från den politiska diskursen och tycks avse en aktiv, handlande och medveten människa som deltar i samhällslivet. Journalistiken bör syfta till att aktivera och engagera människor, det är detta som skiljer journalistik från information: ”Ser jag tittaren som passiv mottagare av **information**, enkelriktad, snett uppifrån, eller är det **journalistik**? Ger jag tittaren en chans att bli aktiv, gripen och engagerad?” (Marling s 11) Journalisten ska vara publikens ”vän och vägvisare i världen” (Marling s 13) och ”förmedla en ny insikt, lärdom eller aha-upplevelse” (Så 195).

Vad utmärker då en god medborgare, enligt författarna? Hur använder sig medborgarna av journalistiken för att bli goda medborgare? På vilket sätt aktiveras de? Och vad kan och ska journalistiken åstadkomma i detta avseende? Dessa frågor ägnas ingen större uppmärksamhet i läroböckerna, men Marling ger följande svar:

Om man använder språket för att ladda bilderna – just de här bilderna, här och nu – med ett *då* och ett *sedan*, ett *varför* och *hur*, då kan man skapa ett starkt engagemang. Med bilden etsad på näthinna, med gripande fakta kring ett människoöde i kriget långt borta, tar tittaren sedan till sig tidningsartiklar och radorapporter och mera djuplodande TV-magasin från samma krig med ett stort och levande intresse. Då har TV verkligen åstadkommit någonting. (Marling s 68f)

En aktiv tv-tittare tycks med andra ord titta ännu mer på tv. Samtidigt verkar inte ”bild- och känslomediet TV” vara ett massmedium som främst syftar till att göra människor aktiva och medvetna, eftersom ”ett levande ansikte, en påpasslig bildsekvens, en stämning, en färg kan

⁶¹ John B Thompson, *Medierna och mederniteten*, Göteborg 2001, s. 123.

göra ett udda inslag till det enda man minns från en nyhetssändning” (Marling s 17). Om man utformar programmen på ett sådant sätt, att det enda man minns efteråt är ”en färg”, finns ett visst glapp mellan idealen om att ge medborgare möjlighet att orientera sig i världen, och det slutliga resultatet.

Författarna framställer gärna journalistiken som ”viktig” eftersom den ”ska ge medborgarna möjlighet att följa med sin samtid” (Fichtelius s 18), men när de förklarar hur detta ska gå till, byter de perspektiv och skriver istället om vikten av att ”sälja produkten och därmed ge folk vad man tror att folk vill ha” (Så 14). De talar då inte längre om mottagarna som medborgare, utan som publik, lyssnare, läsare, tittare, målgrupp och konsument. I sådana sammanhang är mottagarna inte människor som måste ges verktyg för att verka i en demokrati. Mottagarna är istället en publik som måste lockas och infångas med spänning och dramatik och som inte får skrämmas bort av det tråkiga eller förvirras av det svåra. Det viktiga i det praktiska arbetet är att få publiken att köpa och läsa tidningen och att stanna kvar i samma kanal och all nyhetsvärdering och all nyhetsproduktion är i sista hand underordnad dessa krav. ”Din mottagare fastnar bara på en enda signal: ’Det här måste du läsa just nu.’” (Så s 189) Därför måste journalisterna lägga ut en ”krok”, dvs ordna materialet efter den journalistiska grundregeln ”att det viktigaste ska komma först” och redan i rubriken och ingressen berätta det mest spännande och dramatiska. (Så s 104f). Berättarstrukturen är ofta den samma som används i amerikanska filmer och brukar innehålla följande delar:

Anslag Kroken som ska fånga mottagarens intresse. Antyder ibland vad som är huvudkonflikten; se nedan.

Presentation Skildring av vad det hela handlar om. **Fördjupning** Beskrivning av varför det hela är intressant.

Konfliktupptrappning Berättelsens egentliga handling börjar. Konflikten tillspetsas och spänningen ökar.

Vändpunkt (”Point of no return”) Nu händer det något avgörande i historien. **Konfliktlösning** Hur det gick.

Avtoning Summering eller avslutande kommentar. (Så s 190)

Det viktigaste är att få tittaren på kroken: ”D v s blir tittaren alls intresserad av att följa fortsättningen, så spelar det ingen roll *hur* det går till att fånga hans intresse” (Marling s 44). Därefter gäller det att få läsaren att läsa nästa artikel och lyssnaren och tittaren att stanna kvar i samma kanal. Publiken måste kunna känna att den ”får något nytt och något mer om den stannar kvar i just den kanalen” (Fichtelius s 97). När publiken fastnat på kroken får den inte skrämmas iväg eller förvirras av det som är tråkigt och svårt. Marling varnar till exempel för användandet av diagram och siffror, eftersom sådana inte ”säljer”, utan kan ge signalen till tittaren att ”nu blir det svårt, nu är det slut på de spännande rörliga bilderna, nu får man skärpa

sig, nu är det som i skolan” (Marling s 47). Och ”långa texter som inte ger plats för bilder eller andra illustrationer brukar vara ett säkert sätt att skrämna läsarna vidare till nästa sida” (Så s 41). Om nyheten inte görs konkret genom levande människor som det går att identifiera sig med ”lämnas publiken utanför och riskerar att aldrig bry sig om historien” (Fichtelius s 46). Marlings tips är att journalisten bör tänka sig publiken som en samling tioåringar. Om man berättar så att en tioåring begriper har man lyckats: ”En tioåring nöjer sig inte med en diffus värld där saker uppstår av sig själva och får konsekvenser som rinner ut i en osäker följd, ovisst var” (Marling s 58).

Ett gott förhållande till publiken ställer inte bara krav på hur nyheter framställs, utan även på vilka nyheter som väljs ut:

Se det hela som en trögflytande flod. Nyheterna är fiskarna i floden. Vi måste först och främst fånga fiskarna som publiken känner igen och lärt sig att äta. Okända arter kommer inte att uppskattas. Har publiken vant sig vid öring måste den få öring, och det är öring vi måste fånga. Våra fångstredskap måste vara avpassade till detta. Min känsla är att ungefär 80 procent av det som en nyhetsredaktion publicerar måste vara förväntade nyheter, annars kommer programmet inte att uppfattas som ett nyhetsprogram. (Fichtelius s 21f)

Valet av nyheter och hur dessa framställs anpassas alltid till ”publikens förmodade intresse”. Samtidigt finns ett uttalat ideal om att ”en professionell redaktion inte låter ovidkommande hänsyn styra nyhetsvärderingen” (Så s 87). Med ”ovidkommande hänsyn” avses bl. a. politiska och ekonomiska hänsynstaganden. Allt som är ”sant och relevant” ska publiceras, men att detta i sin tur påverkas av publikens sammansättning och förmodade intresse anses inte som ett ovidkommande hänsynstagande.

Enligt Thompson (2001) ligger publikens egentliga makt att påverka ”kvasiinteraktionen” i deras möjlighet att köpa tidningen, eller att låta bli, att sätta på, byta kanal eller att stänga av. Det är så de visar sitt gillande eller ogillande.⁶² Eftersom producenterna är beroende av mottagarna för sin existens, anpassar de sitt beteende efter mottagarnas förväntningar. Mottagarna kan bli nöjda eller övertygade, underhållna eller informerade – deras reaktioner spelar inte så stor roll, så länge de fortsätter att vara mottagare och inte stänger av.⁶³ Det gäller för journalisterna att vara ”lojala mot publiken, uppdragsgivarna” (Marling s 90). Samtidigt ”tävlar” massmedierna om publikens uppmärksamhet, för att få dem att ”tycka att det är värt att ta del av de erbjudna tjänsterna” (Så s 13). Bekräftelse på om man är lojal mot publiken får journalisten då publiken belönar dem genom att köpa resultatet. Om publiken vant sig vid en

⁶² Thompson, 2001, s. 123.

viss typ av journalistik måste de betjänas med en sådan, eftersom publiken är uppdragsgivare. Det publiken har vant sig vid är det som journalisterna har vant dem vid och hittills har publicerat och att fortsätta på samma spår, att göra som man alltid har gjort, blir därför att vara lojal mot publiken. Genom ett sådant cirkelresonemang kan journalisterna fortsätta att arbeta efter sina invanda rutiner och hävda att de gör det på uppdrag av sin publik.

Hur budskapen uppfattas och tolkas

All kommunikation, där avsändare vill nå mottagare med ett visst budskap, förutsätter att avsändare och mottagare talar samma språk, att de delar de kulturella koderna, så att de som tar emot meddelandet förstår vad avsändaren menar: ”Det behöver inte vara svenska eller något annat språk utan det kan räcka med gester. Det avgörande för att meddelandet ska nå fram är att sändaren och mottagaren tolkar symbolerna på samma sätt.”⁶⁴ Ofta händer det emellertid att mottagaren missförstår avsändarens meddelande, eller läser in helt andra budskap än de avsedda. I John Fiskes bok *Understanding Popular Culture* (1989) diskuteras Rambofilmerna som ett exempel på hur meddelanden kan tolkas på olika sätt. Filmskaparna vill kanske förmedla budskapet om hur USA och individualismen befriar de förtryckta från kommunism och ofrihet. Andra ser Rambo som förtrycket personifierat. Nu visar det sig att Rambo är mycket populär bland Australiens aboriginer. De identifierar sig med Rambo och drar paralleller mellan Rambos kamp mot sina överordnade officerare och sin egen kamp mot de vita nybyggarna. För aboriginerna symboliserar Rambo kampen för frihet, men på ett helt annat sätt än vad som kan tänkas vara filmskaparens intention.⁶⁵ Liknande undersökningar har gjorts när det gäller nyheter. I Mats Deurells bok *Finns den kritiska journalistiken?* (1997) presenteras en undersökning av hur lyssnare uppfattar Sveriges Radios lokalradionyheter. Det visade sig att den genomsnittlige lyssnaren endast begrep var tredje nyhet på ett ”acceptabelt sätt”, att bara 18 procent av nyheterna ansågs vara viktiga och att 14 procent befanns vara intressanta.⁶⁶

Hur nyheterna uppfattas kan därmed skilja sig mycket beroende på vem mottagaren är och mottagaren kan dessutom aktivt tolka dem. Frågan är hur fri en sådan tolkning kan vara. Enligt Ekecrantz & Olsson (1990) kan läsaren förneka texten eller göra en egen tolkning av den. Men samtidigt är texten given, den anger vissa ramar för tolkningen och innehåller en

⁶³ Thompson, 2001, s. 127f.

⁶⁴ Hadenius & Weibull, 1997, s. 13.

⁶⁵ John Fiske, *Understanding Popular Culture*, London 1989, s. 57.

⁶⁶ Mats Deurell, *Finns den kritiska journalistiken? Urvalsmakt och beskrivningsmakt. En undersökning av den redaktionella processen*, Umeå 1997, s. 69ff.

tänkt läsning.⁶⁷ Mottagarens reaktioner kan styras av producenten och budskapet, men inte kontrolleras av det, menar Thompson.⁶⁸ I tidigare nämnda analys av rapporteringen från kosovokonflikten 1999 gjordes jämförelser mellan den norska och den svenska publikens reaktioner inför nyhetsrapporteringen. Serber boende i Sverige och Norge avvisade ofta rapporterna som falsk, medan kosovoalbanerna i undersökningen tyckte sig få bekräftelse på sina åsikter om vem som bar skulden till konflikten. Undersökningen visade också att publiken i NATO-landet Norge i allmänhet var mer positiv till NATO:s bombningar i jämförelse med publiken i det alliansfria Sverige.⁶⁹ Rapportförfattarna konstaterar att meningsskapandet sker i ett samspel mellan nyhetsrapporteringen och de perspektiv, erfarenheter och föreställningsvärldar som publiken är bärare av: "Tolkningsramarna är sällan privata och unika, även om det kan finnas stora variationer mellan individer. De är oftast kollektiva och delas av många. De reflekterar historiska, sociala och kulturella sammanhang på både generella och specifika nivåer."⁷⁰ Ekecrantz & Olsson menar att publiken ofta inte har någon direkt kontakt med, eller direkt erfarenheter av, det som nyhetsmedierna rapporterar om.⁷¹ Exemplet från kosovokonflikten visar att vissa delar av publiken kan ha sådana mer eller mindre direkta kontakter med det som nyheterna beskriver, men att de flesta inte har det, och att de i varje fall inte kan ha det alltid. Nyhetsmedierna blir därför styrande för vilken bild av verkligheten som människor utan direkt erfarenhet av den kommer att ta del av och formas av.

Journalisterna vill få publiken att förstå budskapet och dessutom få dem att tycka att det berättade är intressant och viktigt. Med olika medel försöker de uppnå detta genom att leda publikens reaktioner i en bestämd riktning: "Påannonserna ska också anvisa en läsart, en ram för inslaget, en stämning, en karaktär" (Marling s 107). Genom orden som används försöker man beröra publiken, få den att reagera på ett visst sätt: "Påstå inte att köpcentret är trist. Skildra Domusladan och snålvinden i den ekande betongen, så att läsaren ryser: 'Åh, vad trist!'" (Så s 183). För att uppnå detta kan man t. ex. använda "starka och kraftiga verb som känns ända ut till tittaren, till honom som drabbas av åtgärden eller beskrivs i utredningen" (Marling s 55). I motsats till vad många receptionsanalytiker menar, verkar läroboksförfattarna ta en mer passiv mottagarroll för given. De tycks utgå ifrån att publiken uppfattar och tar till sig nyheterna på det sätt som de förpackats på och att budskapen går

⁶⁷ Ekecrantz & Olsson, 1990, s. 17.

⁶⁸ Thompson, 2001, s. 144.

⁶⁹ Nohrstedt m. fl., 2002, s. 111.

⁷⁰ Nohrstedt m. fl., 2002, s. 107.

⁷¹ Ekecrantz & Olsson, 1990, s. 16.

fram: ”man ska använda mediet på bästa och hederligaste sätt, och få publiken att både titta och ta till sig budskapet” (Marling s 9).

Det främsta budskapet journalisterna vill nå ut med är kanske trots allt att den egna verksamheten, journalistiken och nyhetsförmedlingen, är intressant och viktig, något som man bara måste ta del av. Också detta försöker man förmedla. Varje person i publiken ska gripas av känslan att ”det kan visa sig mycket viktigt för just dig, just ikväll...” (Marling s 11). Även om nyhetsförmedlarna kanske misslyckas med att få enskilda nyheter att framstå som intressanta och viktiga, så verkar det ändå finnas en utbredd föreställning bland publiken om att nyhetsmedierna faktiskt är viktiga. Det hela tycks handla om prestige – det ligger en viss prestige i att ta del av massmediernas och främst nyhetsmediernas budskap, eller att i varje fall säga att man gör det:

Det sägs exempelvis att det ligger prestige i att läsa en dagstidnings ledare. Detta leder i sin tur till att allmänheten i undersökningar överdriver sin läsning av ledare. [...] Att fastställa den prestige som är knuten till enskilda medier brukar i första hand betraktas som ett mätproblem i medieforskningen. Prestigefaktorn är dock viktigare än så. Den säger något om hur samhället värderar medier. Morgonpressen tillskrivs som regel hög prestige. Detsamma gäller television och radio. Vid en närmare granskning visar sig den gemensamma nämnaren vara nyheter. Nyhetsmedier värderas nämligen i allmänhet högre än underhållningsmedier.⁷²

Det är svårt att avgöra om det är nyhetsmedierna själva eller andra krafter som spritt föreställningen om de prestigefyllda nyhetsmedierna. Hur som helst verkar det råda en viss enighet om att nyheter är viktiga, och det är detta budskap som journalisterna vill nå ut med.

Den utbredda föreställningen bland publiken om att nyhetsmedierna är viktiga, utnyttjas av journalisterna för att legitimera den egna verksamheten. När medborgarna ska ges verktyg för att fungera i en demokrati, silas rapporterna från verklighetens oöverskådliga mångfald genom det filter som nyhetsförmedlarens föreställningar om publikens förmodade intresse utgör. Därmed förskjuts delar av ansvaret för journalistiken, från journalisterna till publiken, eftersom denna får vad den efterfrågar och förtjänar, samtidigt som publikens förväntningar är påverkade av vad nyhetsförmedlarna har vant publiken vid, genom vad de tidigare har producerat. Nyhetsmedierna producerar därför inte bara nyheter utan även en publik som är beredd att ta del av dem. Publiken tilldelas en roll som medborgare vars skyldighet det är att följa med i vad som rapporteras genom att journalistiken kläs i en aura av viktighet; journalistiken är nödvändig i demokratin och ger medborgarna möjlighet att förstå sin omvärld. Journalisterna säger sig arbeta på publikens uppdrag, men ger på samma gång

publiken i uppdrag att ta del av nyheterna, eftersom dessa ”alltid och i alla situationer” är viktiga för demokratin och medborgarna. Nyhetsmedierna existens förutsätter en publik och nyhetsmedier krävs för medborgarnas existens. Man konstruerar en verklighet och försöker förmedla kunskaper till människor om hur de ska bete sig i denna verklighet.

Nyhetsmediernas diskursordning

Enligt en klassiskt liberal modell ses massmedierna som en förbindelselänk mellan stat och folk. Massmedierna förmedlar beslut från staten till folket och den allmänna opinionen från folket till staten.⁷³ För att förmedlingen ska fungera korrekt krävs att medierna ”speglar” verkligheten neutralt, att de varken lägger till eller drar ifrån och att de befinner sig på en utsiktspunkt utanför samhället från vilken de kan överblicka helheten.⁷⁴ En sådan modell tenderar emellertid att underskatta massmediernas roll, eftersom den inte tar hänsyn till journalistikens regler och egna intressen. Petersson & Carlberg (1990) använder istället teatermetaforen för beskrivningen av massmediernas sätt att fungera. Massmedierna ses både som en aktör med egna regler och beteenden och som en arena för andra aktörer som är eller blir beroende av den uppmärksamhet som arenan erbjuder eller påtvingar. Journalisterna agerar som både regissörer och kritiker, de iscensätter spelet på arenan samtidigt som de recenserar de uppträdande.⁷⁵ Jag uppfattar denna teatermodell som mer fruktbar för en analys av nyhetsmedierna. den ser journalistiken som konstruerande snarare än speglade och placerar massmedierna o offentlighetens mitt. Som Thompson (2001) konstaterar är det massmediala framträdandet inte ett alternativ för dagens makthavare - det är ett absolut krav. Massmedierna är den arena på vilken man tävlar om röster och opinion. Makthavarna tvingas underordna sig de regler som gäller för synligheten och att avstå är detsamma som politiskt självmord.⁷⁶

Enligt vad som går att utläsa i de tre analyserade läroböckerna är den professionella journalistrollen fast förankrad bland nyhetsjournalister. Yrkesrollen innebär att man arbetar efter specifika rutiner, att man ser arbetet som ett demokratiskt uppdrag och att man arbetar i publikens intresse. Det krävs att man behärskar reglerna och omfattar synsätten för att man ska få tillträde till positionen som journalist, och det sker även en viss utrensning av dem som på ett eller annat sätt inte klarar att leva upp till reglementet (DN 16/12 -02: ”Fichtelius

⁷² Karl Erik Gustafsson & Lennart Weibull, *Mått på medier*, Lund 1992, s. 111f.

⁷³ James Curran, ”Rethinking the media as a public sphere” i *Communication and citizenship: Journalism and the public sphere*, Peter Dahlgren & Collin Sparks (red.), London/New York 1997, s. 29.

⁷⁴ Nerman, 1982, s. 138.

⁷⁵ Petersson & Carlberg, 1990, s. 35.

tvungas till time-out”). Reglerna och synsätten legitimerar den journalistiska verksamheten såsom viktig och nödvändig och ger journalisterna privilegiet att tala om och peka ut vad som är viktigt och intressant för andra människor att ta del av och veta. I princip står och faller demokratin med journalistiken. Denna syn är utbredd även utanför nyhetsmedierna och kommer bland annat till uttryck i diverse officiella dokument (t. ex. i riksdagens ”uttalande” om massmediernas funktion i det demokratiska samhället), samt i publikundersökningar där nyheternas viktighet kommer till uttryck i den prestige det sägs ligga i att ta del av dem. Rutinerna och synsätten överförs från en journalistgeneration till en nästa via utbildningen (som läroböckerna är en del av) och genom socialisationen på arbetsplatserna. I *Praktiskt förnuft: Bidrag till en handlingsteori* (1999) för Bourdieu ett resonemang om varför människor underordnar sig det ”universella”. Varför skulle någon underordna sig normer och officiella former som utvecklats till och uppfattas som universella (åtminstone inom ett specifikt fält), är inte detta detsamma som att förneka sin egen mänsklighet? Nej, tvärtom. Genom att underordna sig dominerande normer vinner individen erkännande bland dem som hyllar normerna, ”ingen kan förneka dem öppet utan att samtidigt förneka sin egen mänsklighet”. Det ligger så att säga ett egenintresse i att handla oegennyttigt.⁷⁷ Naturligtvis står det varje nyhetsjournalist fritt att bryta med de yrkesregler som definierar den journalistiska rollen – men då är han eller hon inte längre nyhetsjournalist. Hur reproduktionen av normerna och journalistrollen fungerar i praktiken, ger den före detta journalishögskoleeleven Ewa Carlsson exempel på. I uppsatsen ”I journalistfabriken”, i *Massmedia som informationshinder* (1989), berättar hon om hur man på journalishögskolan ”lär sig imitera”:

Om vi någon gång tvivlar över nyttan i att lära oss skriva enligt alla konventionens regler, så behöver vi bara kasta en blick ut genom fönstret för att se de hägrande målen, tidningsredaktionerna. Och vill vi dit är det bara att snällt ställa sig i ledet och skriva enligt de formulär som tidningsledning och skolans nyhetslärare unisont mässar. Det kallas riktig nyhetsvärdering och objektivitet, allt ska ske i den heliga objektivitetens namn. Objektivast är att göra som DN och Dagens Eko.⁷⁸

Nyhetsjournalistikens diskurs kan därmed betraktas som objektiv och ideologisk, i den betydelse Laclau och Mouffe lägger i dessa begrepp. Det finns ett sätt att arbeta på och rättar man sig inte efter detta stöts man bort. Det finns dock möjligheter för journalister att skapa

⁷⁶ Thompson, 2001, s.173.

⁷⁷ Pierre Bourdieu, *Praktiskt förnuft: Bidrag till en handlingsteori*, Göteborg 1999, s. 140f.

”hybriddiskurser”, vilket tidigare nämnda *Sourze* kan vara ett exempel på: ”I klyftan mellan journalister och icke-journalister har Sourze skapat en[!] utrymme där läsarna sätter agendan och skriver texterna jämsides med redaktionen och redan etablerade namn.”⁷⁹ *Sourze*, och det finns säkert ytterligare exempel, hotar än så länge inte nyhetsjournalistiken med dess normer, och deras verksamhet konkurrerar inte riktigt om samma sociala område som nyhetsjournalistiken verkar på. Emellertid kan kanske sådana hybriddiskurser, på Internet och annorstädes, i framtiden komma att bli betydelsefulla som komplement till nyhetsjournalistiken och därigenom konkurrera om dess uppmärksamhet.

Det verkar som att också aktörer utanför nyhetsmedierna erkänner journalisternas arbete och uppdrag såsom nödvändigt och viktigt. Detta hindrar emellertid inte att många aktörer försöker påverka nyheternas innehåll. Diverse aktörer som befinner sig utanför nyhetsjournalisternas diskurs, men som vill fånga, eller undgå, deras uppmärksamhet, anpassar sig delvis efter denna diskursens regler. Därmed har journalistiken ett inflytande som sträcker sig utanför de rent journalistiska produkterna, men dessa utomstående aktörer kan samtidigt utöva ett inflytande på journalistiken. Spelet sker enligt journalistikens regler, eftersom det är journalisterna som tilldelar aktörerna specifika subjekspositioner, men genom att anpassa sig till reglerna kan de utomstående aktörerna manipulera spelet.

Nyhetsjournalistikens diskurs och utomstående aktörers diskurser kan sägas utgöra en diskursordning, inom vilken det föregår en tävlan om problemformuleringsprivilegiet. Till diskursordningen hör även aktörer från olika diskurser som förekommer som drabbade eller berörda i nyheterna. Här verkar det som om utrymmet för manipulation är mindre. Dessa aktörer har ofta sitt ursprung i resurssvaga diskurser och har svårt att göra sig gällande annat än som drabbade. Journalisterna tillsätter helt enkelt subjekspositionen ”drabbad” eller ”berörd”. Men detta kan ju också ligga i dessa aktörers intresse, exempelvis för den utvisningshotade flyktingen som får sitt ärende omprövat just för att han eller hon förekommit i nyheterna såsom drabbad.

Publiken tilldelas en subjeksposition som i huvudsak passiva mottagare, passiva i den betydelsen att nyhetsjournalisterna förutsätter att nyheterna de förmedlar tas in av publiken på det sätt som de presenteras på, såsom en svamp suger åt sig vätska. Men så behöver det inte gå till. Nyheter konsumeras numera ofta i hemmets privatsfär och hur individen tar till sig och tolkar nyheterna beror nog på hur de identifierar sig själva, vilken eller vilka

⁷⁸ Ewa Carlsson, ”I journalistfabriken” i *Massmedia som informationshinder: Journalister om journalistik*, Åke Olsson (red.), Stockholm 1989, s. 80.

⁷⁹ Belinda Olsson & Linda Belanner, ”Förord”, i *Sourze 2: Om du tänker själv*, Avesta 2001, s. 10.

subjektspositioner de har i andra diskurser. Nyheten om att straffen ska bli hårdare tolkas förmodligen olika beroende på om mottagaren identifierar sig själv som intern, brottsoffer eller kriminolog. Men att journalisterna överhuvudtaget gör bedömningen att beslutet om hårdare straff är en angelägen nyhet påverkar rimligtvis publikens världsbild. Lyssnaren, läsaren, tittaren har sällan direktkontakt med de händelser och företeelser som journalisten rapporterar om, och även om han eller hon kan ha det ibland, är det svårt att alltid ha det. Därför borde nyhetsrapporteringen påverka publikens världsbild på något sätt, även om det kan vara svårt att peka ut exakt hur. Journalisterna blir på något sätt publikens ögon och öron ute i världen, om än selektiva sådana, med vissa inbyggda synfel och hörselskador. Journalisterna vänjer publiken vid en viss typ av bilder som denna därmed kommer att känna igen och därför serveras gång på gång. Ett budskap som verkar ha gått fram är att nyheter är viktiga och att det är viktigt att ta del av dem. Detta ger journalisterna och deras arbete en viss legitimitet

Centrala aktörer i sammanhanget, som läroböckerna i stort sett utelämnar, är nyhetsmediernas ägare och dessa borde rimligen också ha en plats i diskursen. En vanlig föreställning är att ägarna har politiska syften, kontrollerar innehållet och styr journalisterna med hjärnhand, som Silvio Berlusconi i Italien och Rupert Murdoch i Australien, Storbritannien och USA.⁸⁰ Jag tror emellertid att dessa fall tillhör undantagen, i varje fall för svenska förhållanden, och att en analys som lägger betoningen på ägarmakten är ofruktbar: Hur förklarar man i såfall att skillnaden mellan socialdemokratiska *Aftonbladet* och borgerliga *Expressen* är så liten, och att innehållet i public service-bolaget SVT:s *Aktuellt* och *Rapport* är så förvillande likt kommersiella TV4:s *Nyheterna*? Hultén (1993) menar att flertalet svenska nyhetsmedier numera ska ses som opolitiska på nyhetsplats och att detta är en del av företagens produktutveckling, som syftar till att öka förtroendet hos publiken för produkterna, dvs än mer sanningsenliga bilder av verkligheten. Också annonsörerna föredrar opolitiska massmedier. (Bilderna av verkligheten uppfattas som mer sanningsenliga ju mer de överensstämmer med allmänt vedertagna föreställningar i samhället, och dessa är naturligtvis inte opolitiska, men då definieras politik på ett mer övergripande sätt, och jag tror inte det är så som politik definieras i första hand av dem som talar om ägarnas politiska styrning.) Nästan alla nyhetsmedier drivs som företag med vinstkrav, företagen vill att så många som möjligt ska köpa deras produkter och motsvarande gäller public service-program som även de vill nå ut till så många som möjligt. Att produkterna, nyheterna, tidningarna och programmen ska nå ut till många är i de flesta fall ett krav från ägarna, men detta krav är samtidigt inbyggt

i journalistiken och journalistrollen⁸¹: ”Det här måste du läsa just nu” (Så s 189). På så sätt är all nyhetsjournalistik reklam – för den egna produkten – och detta passar de flesta medieföretag alldeles utmärkt.

Avslutande diskussion

I jämförelse med situationen under 1600- och 1700-talen har fler människor idag möjlighet att ta del av nyheter, debatt och vad som händer i världen. På så sätt har offentligheten utvidgats. Samtidigt har emellertid nyheterna blivit varor och nyhetsmedierna företag, vilket inneburit ett skifte från en begränsad publik av politiska debattörer till en masspublik av konsumenter. Positivt kan detta ses som en demokratisering eftersom det gjort fler människor delaktiga, och negativt som en urholkning av allt vad seriös debatt och nyhetsförmedling heter. Det kan också ifrågasättas om människor verkligen är deltagare i offentligheten, som producenter, eller om de bara tar del av den, som konsumenter – om de har möjlighet att påverka eller om de bara ser på när andra påverkar.

På samma sätt som moderna krig utkämpas med både bomber och propaganda, både på slagfältet och i massmedierna, är också andra makthavare, som är beroende av människors stöd och uppbackning, hänvisade till massmediernas offentlighet för att vinna sympatier. Förr var publikkontakten beroende av en rums- och tidsmässig närvaro. Den som ville se och höra ett framträdande var tvungen att närvara på torgmötet, på kaféet eller i riksdagen, och den som ville nå ut med sitt budskap var beroende av åhörarnas direkta närvaro. Diskussioner förs fortfarande på klubbar och kaféer, men framförallt i och genom massmedierna. Därmed är man inte längre lika beroende av tid och plats, men istället beroende av de regler som gäller för nyhetsförmedlingen. Ett framträdande måste anta formen av en nyhet för att uppmärksammas.

Den minskade betydelsen av tid och rum har även medfört att den enskilda människans möjlighet till överblick har ökat avsevärt. Man kan ta del av valresultatet i Kenya redan i morgondagens *DN*, samtidigt som kenyanerna läser om det i *Daily Nation*. När som helst kan man slå på radion eller tv:n och få veta senaste nytt om händelseutvecklingen i landet på andra sidan jorden. En sådan överblick var tidigare inte möjlig. Samtidigt är det inte världen man överblickar, utan utvalda och tolkade bilder av den. Synfältet struktureras och konstrueras av dem som producerar rapporterna. Journalisterna som rapporterar gör det utifrån föreställningar om vad som är en nyhet, vad som kan tänkas intressera publiken och

⁸⁰ Se t. ex. Anthony Giddens, *Sociologi*, Lund 2000, s. 420f.

hur man ska förmedla nyheten så att publiken tar den till sig. Publiken saknar ofta direkt erfarenhet från de fält som journalisterna rapporterar om. Därför är det journalisternas bilder som publiken har att förhålla sig till, vare sig de avvisar dem, tar dem till sig eller gör egna tolkningar av dem. Nyhetsmedierna gör världen större, men stöper den på samma gång i en nyhetsmässig och rapporterbar form.

Endast de som behärskar journalistikens regler har förmågan att peka ut det viktiga, riktiga och intressanta, det som verkligen betyder något för dem som nyhetsmedierna vänder sig till: ”Dagordningen ska sättas av den professionella journalistkåren” (Marling s 126). För att journalisterna ska kunna utföra detta arbete krävs att de står fria och obundna: ”Oberoende nyhetsmedier är nödvändiga för demokratin” (Fichtelius s 16). En fri och obunden journalistik utövas om professionella journalister får råda över sig själva och sin verksamhet. Men hur kan något, som är så genomreglerat av rutiner och traditioner, som nyhetsjournalistiken, vara fritt?

Journalistiskt vardagsarbete innebär att mer eller mindre tvångsmässigt följa en snitslad bana genom verkligheten. Man vet redan på förhand att där sitter en person - ofta expert av något slag – som kan svara på den frågan, och där sitter en annan expert som kan svara på en annan fråga. I de flesta fall vet man redan på förhand vad de kommer att säga.⁸²

Journalister, som följer en snitslad bana genom verkligheten och som säger att *så arbetar en journalist, men inte så*, på vilket sätt är de fria? Jag tror att föreställningarna om journalistikens neutralitet och frihet måste uppfattas som ideologiska, de tjänar till att upprätthålla de rådande maktrelationerna, samtidigt som de skänker journalistiken en aura av självklarhet och legitimitet, som döljer alternativen och förmedlar budskapet att allting sker till det bästa om bara journalistiken får behålla sin maktposition.

⁸¹ Hultén, 1993, s. 132f.

⁸² Åke Olsson, *Maktens krönikörer: Journalistik som myt och verklighet*, Stockholm 1991, s. 136.

Litteratur

- Barker, Chris & Dariusz Galasiński, *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialogue on Language and Identity*, London 2001.
- Bourdieu, Pierre, "Den allmänna opinionen finns inte" i *Kultur och kritik*, Göteborg 1997.
- Bourdieu, Pierre, *Om televisionen: följd av Journalistikens herravälde*, Stockholm/Stehag 1989.
- Bourdieu, Pierre, *Praktiskt förnuft: Bidrag till en handlingsteori*, Göteborg 1999.
- Carlsson, Ewa, "I journalistfabriken" i *Massmedia som informationshinder: Journalister om journalistik*, Åke Olsson (red.), Stockholm 1989.
- Cederskog, Georg, "Sanning blandas med lögn" i *Dagens Nyheter* 06.12.02.
- Chalaby, Jean K., *The Invention of Journalism*, London 1998.
- Curran, James, "Rethinking the media as a public sphere" i *Communication and citizenship: Journalism and the public sphere*, Peter Dahlgren & Collin Sparks (red.), London/New York 1997.
- Den svenska pressens historia, del I: I Begynnelsen (tiden före 1830)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2000.
- Den svenska pressens historia, del II: Åren då allting hände (1830-1897)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén (red.), Stockholm 2001.
- Den svenska pressens historia, del IV: Bland andra massmedier (efter 1945)*, Karl Erik Gustafsson & Per Rydén, Stockholm 2002.
- Deurell, Mats, *Finns den kritiska journalistiken? Urvalsmakt och beskrivningsmakt. En undersökning av den redaktionella processen*, Umeå 1997.
- Ekecrantz, Jan & Tom Olsson, *Mellan makt och marknad*, Maktutredningen 1990.
- Fichtelius, Erik, *Nyhetsjournalistik: Tio gyllene regler*, Stockholm 1997.
- Fiske, John, *Understanding Popular Culture*, London 1989.
- Foucault, Michel, *Diskursens ordning: Installationsföreläsning vid Collège de France den 2 december 1970*, Stockholm/Stehag 1993.
- Furhoff, Lars, *Makten över medierna*, Lund 1974.
- Giddens, Anthony, *Sociologi*, Lund 2000.
- Gustafsson, Karl Erik & Lennart Weibull, *Mått på medier*, Lund 1992.
- Habermas, Jürgen, *Borgerlig offentlighet: Kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna samhället*, Lund 1998.

- Hadenius, Stig & Lennart Weibull, *Massmedier: En bok om press radio och TV*, Stockholm 1997.
- Hultén, Lars J, "När journalistrollen blev professionell" i *Mångfalden ger styrkan: En pressbok utgiven av Centerns pressförening vid dess 60-årsjubileum 1989*, Malmö 1989.
- Hultén, Lars J, *Journalistikens villkor: Om plikten att informera och lusten att berätta*, Stockholm 1993.
- Jørgensen, Marianne Winther & Louise Phillips, *Diskursanalys som teori och metod*, Lund 2000.
- Karlgren, Anton, *Journalistik i Dagens Nyheter*, Stockholm 1989.
- Kihlström, Staffan, "Fichtelius tvingas till time-out" i *Dagens Nyheter* 16.12.02.
- Kihlström, Staffan, "Intern strid rasar på SVT" i *Dagens Nyheter* 14.12.02.
- Lukács, Georg, *Historia och klassmedvetande: Studier i marxistisk dialektik*, Staffanstorps 1968.
- Marling, Eva, *Nyhetsjournalistik i TV: En handbok*, Nora 1998.
- Nerman, Bengt, *Den offentliga lögnen*, Stockholm 1997.
- Nerman, Bengt, *Om erfarenheten: En studie i skapandets villkor*, Stockholm 1982.
- Nohrstedt, Stig Arne, Birgitta Höijer & Rune Ottosen, *Kosovokonflikten, medierna och medlidandet: Ett projekt om medierapporteringen, propagandan och allmänhetens reflektioner*, Stockholm 2002. (Än så länge bara publicerad på Styrelsen för psykologiskt försvars hemsida: www.psyccdef.se)
- Olsson, Belinda & Linda Belanner, "Förord" i *Sourze 2: Om du tänker själv*, Avesta 2001.
- Olsson, Åke, *Maktens krönikörer: Journalistik som myt och verklighet*, Stockholm 1991.
- Petersson, Olof & Ingrid Carlberg, *Makten över tanken: En bok om det svenska massmediesamhället*, Stockholm 1990.
- Rydén, Per, *Allmänningen: Inledande studier i pressvetenskap*, Lund 1991.
- Sahlin, Ingrid, "Diskursanalys som sociologisk metod" i *Mer än kalla fakta: Kvalitativ forskning i praktiken*, Katarina Sjöberg (red.), Lund 1999.
- Schlesinger, Philip, *Putting 'reality' together: BBC news*, London 1978.
- Så arbetar en journalist*, Per Amnestål, Anna-Maria Hagerfors, Jon Hansson m. fl., Stockholm 2002.
- Thompson, John B, *Medierna och moderniteten*, Göteborg 2001.
- Torgersen, Ulf, *Profesjonssosiologi*, Oslo 1972.