



LUNDS UNIVERSITET

Enheten för medie- och kommunikationsvetenskap
Kandidatuppsats MKVK01

Scenpolitik och scenjournalistik

**Det medierade mötet
mellan journalister och medietränade politiker.**

Anna-Maria Havskogen
2009 06 04

Handledare: Marja Åkerström
Examinator: Sara von Platen

Sammanfattning

Författare: Anna-Maria Havskogen

Titel: Scenpolitik och scenjournalistik.

Det medierade mötet mellan journalister och medietränade politiker.

Avdelning: Enheten för medie- och kommunikationsvetenskap, Lunds universitet.

Problem: Det är i mötet – idag framför allt det medierade mötet – mellan journalisten och politikern som nyheter om politik uppstår och som vi medborgare bygger merparten av våra uppfattningar om politiken kring. Som en ingrediens i detta möte kan medieträning ha betydelse för vad som sker och sägs. Medieträning som bruk och verktyg är dock ömsom ifrågasatt och kritiserat, ömsom förklarar som nödvändigt i dagens hårda medieklimate.

Syfte: Uppsatsens syfte är att beskriva och analysera hur journalister och politiker resonerar om medieträning och mötet dem emellan. Vidare att mot den bakgrunden reflektera över vilken betydelse medieträning och det medierade mötet mellan journalister och politiker i förlängningen kan tänkas få för hur medborgarna uppfattar politiken och politikerna.

Metod och teori: Som metod används kvalitativa intervjuer varvade med studier av litteratur, avhandlingar och uppsatser samt tidningsartiklar, tv/radioprogram och elektroniska källor. Femton intervjuer genomfördes fördelat på tre konsulter, sju journalister och fem politiker utvalda genom ett strategiskt kriterieurval med målsättning att intervjua personer med åsikter om medieträning och som skulle vara frispråkiga i sina berättelser. Författarens utgångspunkt är även mångårig yrkeserfarenhet som press- och PR-ansvarig samt programmarknadsförare på ett tv-bolag. Den teoretiska referensramen omfattar medieeffektteorier som behandlar samspelet mellan medier, medborgare och politiska makthavare samt teorier om moral, etik, roller och intrycksstyrning.

Resultat: Uppsatsen visar att medieträning är en anpassning till den medielogik som idag genomsyrar samhället. Som en ingrediens i det medierade mötet kan medieträning i förlängningen få betydelse för hur medborgaren uppfattar politiken och politikerna. Dock i kombination med ett i mötet upptrappat och dramatiserat skådespel samt misstanken om symbios mellan journalisterna och politikerna. Påverkar gör även våra framodlade kognitiva scheman – som individer och i grupp – över hur medierade intervjuer ska gå till. Mötet/intervjun kan då uppfattas som en sorts scenpolitik och scenjournalistik, utförd av aktörer som framträder inför varandra och en publik. Vidare påverkas bilden av journalistikens spelgestaltningar som kan utveckla cyniska attityder hos medborgare och skapa en ond spiral; att ju mer negativ gestaltning av politik och politiker som sker desto mer negativa kan medborgarna bli. De kan också bidra till det motsatta, att spännandegöra politiken. Att en medietränad och mediemässig politiker kan spela spelet bättre är av relevans; politikern bidrar till att förstärka gestaltningarna. Det upptrappade skådespelet skapar också ett spiralartat beteende. Beroende på aktörernas gemensamma medvetenhet, moral, ansvar och förhållningssätt kan spiralerna tillsammans antingen få en mobiliserande kraft och därmed stärka medborgarnas kunskap och förmåga att delta i de demokratiska processerna – eller bidra till att medborgaren passivt betraktar spelet som en deprimerande eller showartad tillställning för redan invigda och därmed vare sig vill bry sig om det eller delta. Det blir i slutänden en fråga om politikernas och journalisternas trovärdighet – om och hur medborgarnas förtroende för och tilliten till de båda grupperna påverkas. Studien visar också att hemlighetsmakeriet kring medieträning tycks vara utbredd och att det av vissa fortfarande anses suspekt. Detta kan böttna i okunskap och även bero på en allmän begreppsförvirring eftersom det saknas en branschgemensam definition av ämnet.

Nyckelord: Medieträning, medielogik, skådespel, rollspel, teammaskopi, mediemässig, spelgestaltning, kultivering, kognitiva scheman, scenjournalistik, scenpolitik, upptrappningsspiral, moral, ansvar, förtroende, tillit, trovärdighet.

Han (den politiske talesmannen, förf anm.) var oerhört skicklig på att svara precis vad han förväntades svara i det här läget. Han svarade rappt med korta repliker, så precis så mycket som han kunde säga, täckte in allt och höll alla dörrar öppna. Det intressanta är att det var som en dans, för reportern han var likadan. De kastade repliker på varandra i ett rasande tempo som visade att det här har vi gjort förut. Och det var ett språk som inte var riktigt som vanliga människor använder – det var ett helt annat språk. Det var ett väldigt speciellt ögonblick.

Dagstidningsjournalist om en direktsänd intervju efter mordet på utrikesminister Anna Lind 2003.

Förord

Intervjusituationer i studio och på fältet, inspelade eller direktsända. Presskonferenser och pressträffar, svenska och internationella. Min funktion som press- och PR-ansvarig och på senare tid även marknadsförare i ett tv-bolag innebär till stor del att arrangera och medverka vid mediasammankomster av olika slag. På så vis upplever jag ofta på nära håll reportrars, programprofilers och medverkandes förberedelser, oro och anspänning men också ögonblick av triumf efter en särskild lyckad intervju eller sändning. I arbetet ingår även att medieträna och stötta medverkande och programprofiler inför möten med andra medier.

Under åren har jag iakttagit och ofta förundrats över den föreställning som en intervjusituation eller presskonferens kan vara; ett välregisserat skådespel eller en dans – en mediedans. Som åskådare, oavsett om man är ansvarig regissör/koreograf eller inte, finns alltid en undran över hur spelet ska gå eller vilken sorts dans det ska bli. Vilka steg som tas, när och hur, och vem det egentligen är som för i dansen – journalisten eller den intervjuade? Dessa funderingar ledde vidare till frågan om hur publiken, mediekonsumenterna, egentligen betraktar dessa medierade föreställningar och vad de kan betyda.

Att dra paralleller mellan journalistik, politik och skådespel är inget nytt inom samhällsvetenskapen, men när jag efter ett mångårigt studieuppehåll stod inför att slutföra mina studier i medie- och kommunikationsvetenskap såg jag en möjlighet att titta närmare på problematiken.

Innehåll	sid
Kapitel 1 Inledning	6
1.2 Syfte och frågeställning	7
1.2 Avgränsning och begreppsdefinitioner	7
1.3 Tidigare forskning	7
1.4 Medieträning i ett historiskt perspektiv	8
1.4.1 En medierad offentlighet	9
1.5 Disposition	10
Kapitel 2 Metod	
2.1 Kvalitativa intervjuer	11
2.1.1 Pilotstudie, intervjuer och urval	11
2.1.2 Operationalisering och empiribehandling	12
2.2 Dokumentation	12
2.3 Etiska överväganden	12
2.4 Analytisk generalisering, giltighet och tillförlitlighet	13
2.5 Reflektion och källkritik	13
Kapitel 3 Teoretisk referensram	
3.1 Medierna och makten över tanken	14
3.1.1 Från allsmäktiga till mäktiga medier	14
3.2 Sentida effektteorier	15
3.2.1 Dagordningsteoring och priming	15
3.2.2 Framing – gestaltningsteorin	15
3.2.3 Kultivationsteorin och teorin om tystnadsspiralen	16
3.3 Mediebilderna och medborgarnas uppfattning om politiken	16
3.3.1 Mediesjuketeorier	16
3.3.2 Mobiliseringsteorier	17
3.4 Mediernas ansvar, etiska ideal och praktik	17
3.5 Rollteori och intrycksstyrning	18

Kapitel 4	Empiri och analys	
4.1	Medieträning – en introduktion	19
4.2	Medieträning på gott och ont	20
4.2.1	Hemligt och lite fult?	21
4.2.2	En bot mot tråkighet	22
4.2.3	Ett nödvändigt ont	24
4.3	Alla har sina roller att spela	26
4.3.1	En gemensam iscensättning	27
4.3.2	I huvudrollen – den mediemässige	29
4.3.3	Inte ens med i kulisserna	30
4.4	Ett (o)frivilligt tvångsäktenskap	31
4.5	Scenpolitik och scenjournalistik	33
4.5.1	En spiral av anpassning och upptrappning	34
4.5.2	Två spiraler i samverkan – mediesjuka eller mobilisering?	34
4.6	Tillit? sa Bill. Tillåt? sa Bull	36
Kapitel 5	Slutdiskussion	38
Källförteckning		41
Bilaga 1	Intervjupersoner	
Bilaga 2	Intervjuguider	
Bilaga 3	Medieträning, vanliga tekniker	

1. Inledning

I en genommedialiserad samtid går vägen till medborgarna via medierna och hur vi bemöter och hanterar dem är en strategisk fråga av stort mått. Medieträning är idag ett etablerat kommunikationsverktyg men ofta omdebatterat både inom och mellan journalistkåren och PR-branschen. Förespråkare för medieträning menar att det i rådande hårda medieklimat är både oansvarigt och oetiskt av ledare och makthavare att skicka ut medieotränade medarbetare att möta nutidens drivna stjärnjournalister. När krisen står för dörren är det dessutom högst väsentligt att medialt kunna handskas med samhällsviktig information. Vid stora händelser, olyckor och katastrofer uppdateras nyhetskanalerna blixtnabbt varför en medieberedskap är ett måste. Felaktiga uppgifter som kommer i omlopp kan ställa till skada, likaså om fel eller för många personer uttalar sig (Karaszi, 2000; Palm & Falkheimer, 2005).

Den stundtals fräna kritiken handlar främst om att makthavare lär sig manipulera medier för att undgå den granskning de annars skulle ha utsatts för. Liksom att det försvårar för de tidspressade journalisterna som inte hinner med i utvecklingen och får klara sig med mindre förberedelser och träning. Följden blir enligt belackarna att vi medborgare får sämre, missvisande och tillrättalagd information och att demokratin därmed kan vara i fara. Att medieträning ofta utförs av yrkesverksamma journalister är också ett stort aber, och ses som ett trovärdighetsproblem (Assman, Nordin & Westin, 2003; Journalisten 070320; Mediemagasinet, 1/2000; Resumé, 050922; Svenska Dagbladet, 070423; Svenungsson & Ålebring, 2000).

Eftersom vår kunskap om politik och politiska sakfrågor främst baseras på det vi erfar genom medierna är problematiken angelägen att belysa. Modern politik beskrivs som medierad, att det är i och via medierna som politiken utspelas, och samtidigt medialiserad eftersom politiken anpassats till mediernas sätt att arbeta (Ekström 1999; Strömbäck 2001). Medierna är idag länken mellan medborgarna, de politiska makthavarna och medierna själva (Nord & Strömbäck, 2004). Mötet mellan journalisten och politikern – idag framför allt det medierade mötet – är centralt i sammanhanget. Det är i mötet som nyheter om politik uppstår, och som vi bygger merparten av våra uppfattningar om politiken kring (Håkansson, 2004; Wigorts Yngvesson, 2006). Som en av ingredienserna i det medierade mötet kan medieträning få betydelse för problematiken.

1.1 Syfte och frågeställning

Uppsatsens syfte är att beskriva och analysera hur journalister och politiker resonerar om medieträning och mötet dem emellan. Vidare att mot den bakgrunden reflektera över vilken betydelse medieträning och det medierade mötet mellan journalister och politiker i förlängningen kan tänkas få för hur medborgarna uppfattar politiken och politikerna.

Frågeställningar som styr undersökningen:

- Hur resonerar journalister och politiker om medieträning och mötet dem emellan?
- Vad kan de medierade mötena mellan journalister och medietränade politiker tänkas få för betydelse för hur medborgarna uppfattar politiken och politikerna?

1.2 Avgränsning och begreppsdefinitioner

Uppsatsen avser medieträning i allmänhet och utelämnar resonemang om mer specialiserad träning för kriskommunikation. Avgränsningen innebär också att uppsatsen behandlar svenska förhållanden och traditionella massmedier som dagspress, radio och tv. Även om internet och andra sociala medier i ökad utsträckning används för politisk kommunikation är det fortfarande främst genom traditionella medier som de flesta inhämtar information och kunskap om politik (Strömbäck, 2004). Tyngdpunkten i uppsatsen ligger på tv-mediet som är visuellt, och interaktionen mellan journalister och politiker därmed direkt presenterad för publiken. Begreppet medier används parallellt med termen journalistik som i uppsatsen avser nyhets- och samhällsjournalistik. Med medier avses distributionskanalerna samt organisationerna bakom dem.

1.3 Tidigare forskning

Svensk forskning om medieträning är sällsynt förekommande. Av tre kandidatuppsatser har endast en kunnat uppbringas då de andra saknas från institutionsbiblioteken. Problematiken i Assmans, Nordins och Westins *Medieträning – ett PRoblematiskt eller PRo-aktivt kommunikationsverktyg?* (2003) berör att intervjupersonen får ett övertag över intervjuaren vilket kan orsaka en maktförskjutning och kunskapsövertag samt att synen på demokrati kan påverkas. Dessutom lojalitetsdilemmat att yrkesverksamma journalister ofta fungerar som lärare vilket skapar ett trovärdighetsproblem. Det tar även Svenungsson och Ålebring upp i sin uppsats om ett annat men närliggande tema, *Makten över det offentliga rummet – om relationen mellan politiker och journalister ur ett demokratiskt perspektiv* (2000). Jag återknyter delvis till dessa tidigare uppsatser med en ambition att reflektera vidare över problematiken ur ett utökat medborgarperspektiv.

Inom journalistik- och medieforskningen har bland annat Jesper Strömbäcks avhandling *Gäster i verkligheten – en studie av journalistik, demokrati och politisk misstro* (2001) varit en källa till inspiration. I avhandlingen undersöks bland annat hur journalistiken gestaltar och framställer politiken och politikerna. Av relevans är till exempel det Strömbäck kallar journalistikens förtroendeparadox; hur journalistiken ofta försöker vinna människors förtroende genom att markera distans från politiker och hur det inkluderar ett framställande av politiken som aktiverar politikermisstron hos medborgarna. Forskning visar dock, påpekar Strömbäck, att om förtroendet för politiker sjunker riskerar samtidigt förtroendet för medierna och journalistiken självt att sjunka parallellt med intresset för politik och samhälle. Det sambandet anknyter till resonemangen i denna uppsats.

Mötet mellan journalisten och den granskade berörs även i Susanne Wigorts Yngvessons avhandling *Den moraliske journalisten, en analys av yrkesetik, ideal och dygder* (2006). I den understryks att det är i mötet mellan reportern och den intervjuade som journalistik blir till och att mötet därmed blir en händelse i sig själv. Wigorts Yngvessons avhandling har också tillfört ett moral- och ansvarsperspektiv då hon bland annat resonerar om ansvarsmoral för journalister och påpekar att all moral börjar och slutar med individen och i mötet med den andra.

1.4 Medieträning i ett historiskt perspektiv

Under partipressens guldålder, mellan 1920- och 1950-talet, var massmedierna en del av det politiska systemet i Sverige. Statsvetaren Nicklas Håkansson (2004) beskriver hur partierna kunde räkna med en välvillig, snarast vördnadsfull bevakning och det då allenarådande Sveriges Radio förhöll sig neutralt och passivt gentemot den politiska makten. Påskyndat av tv-mediets ankomst skedde stora förändringar i det svenska medielandskapet. I takt med att tidningarna blev färre och mindre lojala mot partierna förändrades de journalistiska idealen; granskning och ifrågasättande blev honnörsbegrepp. Att vara oberoende av makten och förhålla sig kritisk till den blev ett riktmärke för den förändring av yrkesrollen som forskningen kallar *journalistikens professionalisering* (Håkansson, 2004; Nygren, 2008). Styrkeförhållandet förändrades och det blev en maktförskjutning som tvingade politikerna att anpassa sig till mediernas tankemönster och logik; *politiken blev medialiserad* (Asp, 1986; Björk, 2002; Strömbäck, 2000). Politikerna kom att bli beroende av medierna för att kommunicera med medborgarna, samtidigt som de förlorade kontrollen över sin medverkan – hur intervjuer, texter och bilder kunde bearbetas (Björk, 2002). Det innebar ett nytt riskmoment för politikerna och en ökad sårbarhet för den politiska maktutövningen (Björk, 2002; Thompson, 2001).

Dessa förändrade förutsättningar för den politiska kommunikationen bidrog till *politikens professionalisering*. För partierna och politikerna blev det vardag med nya former av kampanj- arbete, mediestrategier, opinionsanalyser samt utbildning och anpassning till främst tv-mediet (Björk, 2002; Strömbäck, 2001). I tv:s barndom fanns en utbredd misstänksamhet mot mediet, en oro för att synas och stor osäkerhet inför att uppträda framför en kamera. Dåvarande radio- och tv-chefen Olof Rydbeck valde då att inleda utbildning av personer som ofta kunde tänkas hamna i tv-rutan, främst beslutsfattare från den offentliga sfären (Sandstig, Ekvall & Sylvan, 1997). Jag vill beskriva det som att medieträning som bruk och verktyg på så vis föddes i mötet mellan den professionaliserade journalistiken och den professionaliserade politiken.

1.4.1 En medierad offentlighet

Före mediernas utveckling var politiska makthavare osynliga för de flesta av sina undersåtar. Den brittiske sociologen John B. Thompson (2001) beskriver hur en politiker kunde begränsa sitt framträdande och sin självframställning till mindre och slutna kretsar i till exempel riksdag och regering. Offentlighet var kopplad till en gemensam plats och för de närvarande kännetecknades den av interaktion ansikte mot ansikte. I vår tid måste politiker anpassa sig till en offentlig synlighet som inte längre är beroende av en fysisk plats och de blir synliga i betydligt fler situationer än tidigare. *Offentligheten är medierad* – det politikerna säger och gör blir omedelbart och kan sändas till en publik som med tv, internet och mobila medier närmast är oräknelig (Thompson, 2001). Politikerna som personer och deras mediala egenskaper har därför blivit allt viktigare. Sedan 1998 har vi i Sverige ett valsysteem med inslag av personalval vilket resulterat i mer eller mindre drivna personkampanjer (Nord, 2008). Politiska rådgivare och spinndoktorer som är experter på att få snurr på nyhetskarusellen och opinionsbildningen är sedan länge en etablerad yrkeskår i flera länder, särskilt i USA där de genom stort inflytande styr presidentkampanjerna (Arte, 2005). Efter senaste svenska valet konstaterades i forskning och sociala medier att även den svenska valrörelsen mer än någonsin tidigare blivit en produkt av PR-konsulter (Lindblad & Persson, 2007). Att partier allt mer marknadsförs som produkter och att medieträning, stajlning och smarta svar är ett måste för en partiledare. ”När partiledaren är snabb i repliken, charmig och välklädd i tv ler partiets PR-folk”, skriver en krönikör för att sedan nämna partiföreträdarna och konstatera ”De har alla för det mesta varit fräscha, rappa, värtaliga, charmanta och välklädda. Det är inte sådana de självklart är i verkligheten, det är sådana de lärt sig att vara” (DI, 060916).

1.5 Disposition

Efter detta inledande kapitel följer i kapitel 2 en beskrivning av den metod jag valt att arbeta efter och i kapitel 3 presenteras den teoretiska referensramen. I kapitel 4 introduceras verktyget medieträning och empiri och analys integreras eftersom enbart en resultatdel kan ge ett sken av objektivitet, trots att resultatet av kvalitativa intervjuer aldrig blir helt objektivt. I kapitel 5 presenterar jag de viktigaste slutsatserna samt resonerar kort kring problematiken och möjliga framtidsutsikter.

2. Metod

I detta kapitel beskriver och reflekterar jag över mitt metodologiska tillvägagångssätt. Kvalitativa intervjuer som metod diskuteras kort och etiska överväganden presenteras.

2.1 Kvalitativa intervjuer

I en strävan att få fram unika berättelser och personliga ställningstaganden framstod kvalitativa intervjuer som den mest lämpliga undersökningsmetoden för denna studie. Steinar Kvale (1997) beskriver den kvalitativa forskningsintervjun som en mellanmännisklig situation, ett samtal om ett tema av ömsesidigt intresse då mening och kunskap skapas i kommunikationen mellan intervjuaren och intervjupersonerna. Motståndare mot den kvalitativa intervjun hävdar att den är snedvriden, personberoende och övergripande subjektiv (Kvale, 1997). Den kritiken anser jag är obefogad, förutsatt att forskaren är medveten om den påverkan han eller hon själv har på arbetet och att tillvägagångssättet är transparent (Östbye et al. 2004).

2.1.1 Pilotstudie, intervjuer och urval

För att säkerställa frågeställningens relevans och aktualitet samt tematisera arbetet på ett konstruktivt sätt gjorde jag vid sidan av litteratur- och artikelstudier även en *pilotstudie* i form av förintervjuer med en konsult och en journalist. Därefter genomfördes tretton intervjuer fördelat på två konsulter, sex journalister och fem politiker. Konsultintervjuerna syftade i allmänhet till att vara orienterande och bidrog till att skapa en grund för fortsatt arbete.

Urvalsförfarandet är ett *strategiskt kriterieurval* med målsättning att intervjua personer med åsikter om medieträning och som skulle vara frispråkiga i sina berättelser (Östbye et al. 2004). Avgörande kriterie för konsulterna var att de skulle representera en verksamhet som både sysslar med utbildning i medieträning och politisk opinionsbildning. Politikerna skulle vara heltidspolitiker och ha erfarenhet av medial exponering. Politisk färg, nivå och geografisk spridning bedömde jag vara av mindre intresse för denna studie eftersom det var erfarenheten jag var ute efter, inte vilket parti eller vilken landsände de representerade. Det kan förvisso finnas åsiktsskillnader och de uppgifterna kan vara nog så intressanta men i en annan studie. Journalisterna valdes inte heller utifrån geografiskt område, de skulle ha nyhets- och samhällsjournalistik som främsta bevakningsområde och för jämförbarhetens skull representera både etermedier och tidningar. *Det praktiska urvalet* baserades på yrkeserfarenhet och råd från kollegor samt kontakter inom Sveriges Informationsförening, yrkesföreningen för professionellt verkamma inom information, kommunikation och relation.

2.1.2 Operationalisering och empiribehandling

Intervjuerna genomfördes som semistrukturerade, tematiskt uppbyggda. Frågorna var av öppen karaktär då sådana medger friare och mer utförliga resonemang (Häger, 2001). Den tematiska grunden var densamma för konsulter, journalister och politiker men frågorna varierades något. För att undvika otålighet fördes huvudfrågeställningen upp snabbt. Tio intervjuer genomfördes under personliga möten och fem skedde av nödvändiga skäl på telefon (se bilaga 1). Telefonintervjuer försämrar dock intervjuarens möjlighet att utläsa reaktioner på de frågor som ställs, men å andra sidan kan det uppvägas av att risken för eventuella intervjuareffekter blir mindre (Östbye et al. 2004). Samtliga intervjuer spelades in för att möjliggöra ett koncentrerat lyssnande, underlätta följdfrågor och säkerställa citat (Ekström & Larsson, 2000; Kvale, 1997). Intervjuerna genomlyssnades och transkriberades i sin helhet för att inte gå miste om information. Åsikter jag ansåg relevanta för studien markerades systematiskt och för att göra materialet överskådligt kategoriserades svaren i enlighet med intervjuguiderna.

2.2 Dokumentation

Primärmaterialet vid sidan av empirin omfattar litteratur, forskningsrapporter, avhandlingar och uppsatser. Litteraturen om medieeffekter och politisk kommunikation gav mig en god teoretisk utgångspunkt. Till sekundärmaterialet räknar jag tidningsartiklar, tv-/radioprogram och elektroniska källor. Facktidningar som Journalisten, Resumé och Scoop har studerats, liksom ett par tv-program som belyst ämnet. Artiklar från tidningar har hämtats ur Presstext och Mediearkivet på internet, liksom en del faktauppgifter.

2.3 Etiska överväganden

I kontakterna med intervjupersonerna berättade jag att min ordinarie arbetsgivare är ett tv-bolag men att uppsatsen inte har någon koppling till detta eller till min uppgift där, annat än mitt intresse och förkunskapen om ämnet och tv-mediet. Eftersom ambitionen var att hitta personer som verkligen hade åsikter om medieträning var jag öppen och tydlig med både syfte och frågeställning (Ekengren & Hinnfors, 2006). För att underlätta för intervjupersonerna att uttala sig utan att riskera att deras svar och berättelser får konsekvenser, till exempel används i andra sammanhang, erbjöds samtliga anonymitet i enlighet med Vetenskapsrådets forskningsetiska riktlinjer (Kvale, 1997; Vetenskapsrådet, 2008). I samband med citatredovisning och resonemang anger jag endast vilken funktion de har, då det centrala är deras berättelser och inte vem som döljer sig bakom dem. I uppsatsen benämns de som intervjupersonerna, politikerna och journalisterna men samtliga presenteras med namn och befattning i bilaga 1.

2.4 Analytisk generalisering, giltighet och tillförlitlighet

I uppsatsen gör jag inget anspråk på någon universell generaliserbarhet. Däremot lutar jag mig mot Kvale i ambitionen att göra en analytisk generalisering utifrån en bedömning i vad mån resultaten kan ge vägledning för liknande fall. Detta förutsätter ett transparent tillvägagångssätt. I kvalitativa studier är det läsaren som bedömer riktigheten i generaliseringarna, till skillnad från traditionell vetenskaplig syn där det är forskaren som argumenterar (Kvale, 1997). Giltigheten avgörs av att rätt och tillräckligt antal personer intervjuats, vilket jag menar är fallet i denna studie. Tillförlitligheten avgörs av kvaliteten i insamling, bearbetning och analys av data. Att inte avsluta empiriinsamlingen för tidigt, att arbeta med öppna frågor samt att spela in och transkribera intervjuerna borgar för god tillförlitlighet. Likaså att intervjupersonerna haft möjlighet att läsa igenom sina citat och kunnat komplettera dem (Östbye et al. 2004).

2.5 Reflektion och källkritik

Att genomföra ett uppsatsarbete som ensam skribent innebär både fördelar och nackdelar. Genom att utföra allt på egen hand blir det möjligt men också nödvändigt att ha fullständig kontroll och kunskap om sitt empirimaterial. En enskild intervjuare får i regel lättare tillträde till intervjupersoner och det kan underlätta kontakten och direktheten under själva intervjun. Dessutom kan missförstånd och oklarheter i tolkningsförfarande och resonemang undvikas. Samtidigt blir detta en förlust, eftersom två personer avläser och uppfattar skeenden och berättelser olika och därmed kan ha fördel av att komplettera varandra i samband med tolkning och analys (Kvale, 1997).

Under litteraturbearbetningen och genomgången av artiklar och tv-program har jag försökt ha ett kritiskt och reflekterande förhållningssätt. Samma inställning har jag haft till behandlingen av empirin och efterföljande analys, med en insikt om att uppgifter, muntliga såväl som skriftliga, kommer från människor som vanligen har ett motiv för att handla som de gjort. Jag är medveten om att min yrkeserfarenhet påverkar såväl undersökningen som tolkning av resultaten. Valet av frågor, svar och den slutliga analysen präglas alltid av författarens bakgrund, förförståelse och intervjusituationerna som sådana (Östbye et al. 2004). Mina utgångspunkter vid sidan av etablerade teorier, tidigare forskning och aktuell empiri är således dels yrkeserfarenhet och dels tidigare studier i medie- och kommunikationsvetenskap.

3. Teoretisk referensram

I detta kapitel redogörs för de teorier som vid sidan av empirin ligger till grund för analysen.

3.1 Medierna och makten över tanken

På 1920-talet lade den amerikanske journalisten och analytikern Walter Lippman fram tesen att det är via medierna som vi genom våra medvetanden lär oss uppfatta världen bortom våra egna erfarenheter – det vi själva aldrig kan se, höra eller röra. Det vi kan förhålla oss till är mentala bilder av olika aspekter av verkligheten, det Lippman kallar en pseudoomgivning vars relation till verkligheten är föränderlig men aldrig densamma som verkligheten (Lippman, 1922). Lippman ansåg dock att medierna var dåliga på att återge verkligheten, att de enbart klarade av att återge bitar och lösryckta beskrivningar. Han tvivlade även på medborgarnas förmåga att förhålla sig kritiska till mediernas rapportering och hävdade att de flesta saknar intellektuell potential för att forma förnuft och kunskaper för att sätta sig in i politiken. Även om den aspekten idag kan tyckas förlegad inspirerade Lippmans teori om mediernas inflytande sentida teoretiker. (Severin & Tankard, 2001).

3.1.1 Från allsmäktiga till mäktiga medier

Uppfattningarna om mediernas makt och effekter har förändrats i relation till hur samhället och medieteknologierna utvecklats. Journalistikprofessor Kent Asp (1986) sammanfattar tre synsätt och perioder: från en tidig föreställning om medierna som *allsmäktiga* för att sedan kallas *maktlösa* till att därefter anses *mäktiga*. Det förstnämnda synsättet var utbrett under mellankrigstiden och fram till andra världskrigets slut. Till exempel ansågs krigspropagandan få stora effekter genom massmedierna då den genom dem blev direkt, kraftfull och samtidig (Severin & Tankard, 2001). Teorierna fick mindre gehör när de började ställas mot empiriska undersökningar som visade att de effekter som medierna uppfattades orsaka var begränsade. Forskningen inriktades på individens selektiva användning och visade bland annat att personlig påverkan, genom till exempel opinionsledare, var överlägsen annan. Dessutom att innehåll inte kan likställas med effekter och att de inte är desamma för alla individer. Viktigare än innehållet är individens egenskaper (Severin & Tankard, 2001).

Förändringar i samhället, en annan syn på påverkansprocessen och omtolkning av tidigare forskning är enligt Asp (1986) de främsta orsakerna till att medierna sedan 60-talet anses mäktiga. Tv-mediets genomslag är en betydande faktor liksom en förändrad syn på effekter. Fokus förflyttades från kortsiktiga effekter på individnivå till långsiktiga och på övergripande, kollektiv samhällsnivå. Den kognitiva psykologin, om människans informationsprocesser och

sätt att inhämta, bearbeta och använda information, kom att intressera forskarna. Sociologerna Susan Fiske och Shelley Taylor (1991) beskriver det som att vi alla bär föreställningar och att de påverkar vad vi ser. När vi tar in information gör vi urval, mer eller mindre medvetet och de intrycken måste organiseras för att vi ska kunna skapa mening i vår omvärld. De kognitiva scheman som utvecklas när vi anpassar oss efter omgivningen bär vi med oss; det sätt på vilket vi reagerar och tolkar omvärlden har betydelse för hur vi sedan agerar (Fiske & Taylor, 1991).

3.2 Sentida effektteorier

Inom samhällsvetenskapen råder det till viss del fortfarande delade meningar om mediernas påverkan på oss människor vilket vi återkommer till senare i detta kapitel. Forskningen sluter dock upp kring att det till stor del är genom medierna vi inhämtar vår bild av omvärlden, att medierna har betydelse för hur vi uppfattar verkligheten eller aspekter av den, samt har makt över vilka samhällsfrågor vi tycker är viktiga (Severin & Tankard, 2001).

3.2.1 Dagordningsteorin och priming

Agenda setting, *dagordningsteorin*, handlar om överföring av sakfrågor från en dagordning till en annan; från mediernas till medborgarnas med innebörden att mediernas urval och exponering av nyheter påverkar vad medborgarna bedömer vara viktigt och ha åsikter om. Vidare fungerar medierna som gate keepers, portvakter, för nyheter och information. Begreppet *priming* (svensk översättning saknas) är knutet till denna teori och innebär att medierna genom att uppmärksamma och betona vissa frågor, företeelser och aspekter av dem kan bidra till att vi lägger mer vikt vid vissa ämnen och inte andra (McCombs, 2004). Det kan exempelvis påverka hur vi värderar politiker och bedömer att de skött sina uppdrag (Iyengar & Kinder, 1987).

3.2.2 Framing – gestaltningsteorin

Närbesläktad med priming är *framing*, teorin om hur ett budskap ramas in av medierna – hur händelser, fenomen eller personer beskrivs och gestaltas, samt hur gestaltningarna påverkar mediekonsumenterna på individnivå (Strömbäck, 2001). Det som enligt den amerikanske forskaren Shanto Iyengar (1991) gör det särskilt intressant i förhållande till medierna, deras politiska innehåll och påverkan på politiken och medborgarna är att gestaltningar inte behöver vara uppenbara eller tydliga för vare sig mediekonsumenten eller den utförande journalisten. De, och eventuella konsekvenser behöver inte heller vara eftersträvade av journalisten (Iyengar, 1991). Vanligt förekommande när det rör politik är *spelgestaltningar*, då journalistiken inriktas på politiken som spel, sport och strategi och ord och begrepp som till exempel

seger, förlust, vinnare, förlorare, vem som leder används. Det är särskilt utbrett under valtider då politiken ofta framställs som en tävling. Dess motsats är *sakgestaltning* och kännetecknas av att journalistiken inriktas på konkreta politiska sakfrågor, förhållanden och händelser som är relevanta för sakinnehållet i politiken (Strömbäck, 2001).

3.2.3 Kultivationsteorin och teorin om tystnadsspiralen

Kompletterar dagordningsteorin gör Georg Gerbners kultivationsteori (1988) som behandlar mediekonsumtionens långsiktiga effekter hos publiken, främst tv-tittandets effekter på människors värderingar och attityder. Hur långvarigt, intensivt tittande kan odla fram föreställningar och beteenden. Mediet odlar på så vis fram värderingar, till exempel vad som är viktigt och mindre viktigt, eller att politiker eller journalister är på ett visst sätt (Gerbner, 1988).

Noelle-Neumans (1993) teori om tystnadsspiralen är också relevant för denna studie. Teorin utgår från att vi som sociala varelser inte vill bli isolerade, vi ingår alltid i olika sociala sammanhang och rättar oss ofta efter hur vi uppfattar opinionsklimatet. Vi ändrar nödvändigtvis inte åsikter beroende på vad majoriteten tycker, men vi uttrycker ogärna åsikter offentligt om de avviker från den rådande opinionen (Noelle-Neuman, 1993 se Strömbäck, 2000).

3.3 Mediebilderna och medborgarnas uppfattning om politiken

Ett relevant område för denna studie men som orsakar oenighet bland forskare är hur mediebilderna kan påverka medborgarens förtroende och uppfattning om politiken och politiker. Synsätten sammanfattas som mediasjuka- respektive mobiliseringsteorier (Strömbäck, 2001).

3.3.1 Mediesjuketeorier

Gemensamt för mediasjuketeorier är synen att medierna framställer verkligheten på ett missvisande sätt vilket kan bidra till att underminera människors politiska intresse och samhällsengagemang (Strömbäck, 2001). Fyra teman är av särskild vikt för denna studie. Det första rör journalistikens *spelgestaltningar* som förklarades i tidigare avsnitt. Enligt de amerikanska forskarna Joseph N. Cappella och Kathleen Hall Jamieson (1997) kan för mycken negativ rapportering förstärka medborgarnas cyniska syn på politik. Genom att medierna väljer att gestalta politik som spel och sport hellre än att lägga fokus på sakfrågor, tappar väljarna förtroende för medierna, politiken och demokratin. Relevant är även teorin om *medielogiken* som de amerikanska forskarna David Altheide och David Snow lade fram i slutet av 70-talet om vilket innehåll som följer av mediets format, tidsrytm, organisation, arbetsvillkor, normer och behov av uppmärksamhet; ett slags mer eller mindre uttalade regler för hur medieinnehåll

arbetas fram. Eftersom samhället har anpassat sig efter medielogiken tar vi numera för givet att det är normalt att upptäcka och få kunskap om samhällsfenomen genom medierna (Altheide & Snow, 1979; Asp, 1986). Vidare är *tv-mediets kraft* av intresse. Enligt medie- och kommunikationsforskaren Mats Ekström (1999) är grunden till tv-mediets förmåga att förföra att vi tror på det vi ser och glömmer det bilderna inte visar. Vi har svårt att skilja mellan verkliga och medierade världar och kan därför ha uppfattningar om hur politiker är; vi har ju sett och hört dem. Formatet uppmuntrar till att fokusera på politikens personer och för in känslorna i politiken på ett helt annat sätt än textbaserade medier (Ekström, 1999). Slutligen är den *marknadsstyrda journalistiken* av vikt att ta upp. Kommersiella drivkrafter har blivit allt starkare och visar sig genom en hård konkurrens om publiken och om de reklamintäkter som står för en stor del av mediernas inkomster. Innehållet marknadsanpassas och ekonomiska mål sätts före de publicistiska (McManus 1994).

3.3.2 Mobiliseringsteorier

Mobiliseringsteorierna anför att medierna främst har positiva effekter på samhället och demokratin. Visst finns det brister, men medierna och journalistiken bidrar till att medborgarna är mer informerade, kunniga och hälsosamt kritiska än någonsin tidigare menar den brittisk-amerikanske statsvetaren Pippa Norris (1999). Medierna och journalistiken bidrar till att fler kan följa utvecklingen i samhället och hitta nödvändig information för att utveckla åsikter. Den mängd politisk information som medierna förmedlar bidrar till att mobilisera medborgarna. Enligt Norris bör man fokusera på de politiska aktörernas egna handlanden snarare än på medierna om man vill förstå den misstro som finns mot politiker. Bruket att skylla medborgarnas sjunkande förtroende för politiker och politiska institutioner på medierna är att lägga skulden på budbäraren snarare än de verkligt skyldiga, menar hon. Människors kritiska uppfattningar tolkar hon som ett uttryck för sunt demokratiskt ifrågasättande (Norris, 1999).

3.4 Mediernas ansvar, etiska ideal och praktik

Den svenska pressutredningen har definierat massmediernas uppgift som att informera, granska och tillhandahålla sann och objektiv information för debatt. Journalistiken ska informera och upplysa medborgaren och därigenom uppfylla sin viktiga roll för demokratin (SOU 1995:37). Denna syn på mediernas samhällsuppgift präglas av den *sociala ansvarsideologin* vars normativa ansats även denna uppsats inspirerats av. Medieforskaren Denis McQuail (2000) sammanfattar ideologin med att nyhetsmedierna ska vara noggranna, sanningsenliga, objektiva, rättvisa och relevanta. Vidare ska de vara fria men självreglerande, följa överenskomna etiska

koder och uppföra sig på ett professionellt sätt (McQuail, 2000). Ideologin influerar de yrkesetiska regler som tagits fram av Pressens samarbetsnämnd, Spelregler för press, radio och Tv.

Att det emellertid finns motsättningar mellan journalistiska ideal och den rådande verkligheten beskriver Mats Ekström och Stig Arne Nohrstedt (1996). Viktiga honnörsbegrepp som sanning, korrekthet och kritisk granskning ges skiftande innebörd ofta beroende på praktiska omständigheter. Inte sällan ställs ett *pliktetiskt* förhållningssätt mot ett *konsekvensetiskt*: ska journalisten göra sin plikt och rapportera fullt ut om en nyhet oavsett vad publiceringen kan betyda för de inblandade – eller bör journalisten fundera över vilka konsekvenserna kan bli av att nyheten publiceras och på vilket sätt? Vad som är rätt kan inte avgöras eftersom det är en fråga om normer, moral och värderingar (Ekström & Nohrstedt, 1996). I detta sammanhang rör dessa förhållningssätt även de bedömningar en politiker kan stå inför.

3.5 Rollteori och intrycksstyrning

För att analysera socialt samspel använder sig forskare ofta av begrepp som lånats från scenkonsten. Exempelvis avser begreppet social roll definierade förväntningar som styr vad en person med en viss status eller position gör (Giddens, 1993). I delar av analysen lutar jag mig mot Erving Goffmans *dramaturgiska ansats* som visat sig vara användbar för genomgång av intervjusituationer. Goffman (1959) betraktar interaktion som en komplicerad ritual av kommunikativ kontroll – ett drama som utspelar sig på olika scener eftersom det sätt vi agerar på styrs av de roller vi har vid en viss given tidpunkt, mer eller mindreoreflekterat. Mänskligt socialt beteende blir i denna konstruktion en serie av *framträdanden* utförda av *aktörer* som gör vad de kan för att presentera sig så att de uppfattas på det sätt som de utger sig för att vara. Målet är att övertyga andra om vem och vad aktören är eller vill vara. Att vara *på scenen* eller *bakom scenen* är viktiga begrepp och en stor del av det sociala skeendet delas upp i bakre och främre regioner. Bakom scenen kan de framträdande vara avspända, ventilera känslor och bete sig på ett sätt som inte går an på scenen. *Team* står för en samling individer som samarbetar i framställningen av en rutin. Varje form av hemligt samspel och hemlig kommunikation som överförs med försiktighet för att inte skada den skapade illusionen kallar Goffman för *teammaskopi* (Goffman, 1959).

4. Empiri och analys

I kapitlets inledande del, 4.1, introduceras medieträning kort. Därefter beskrivs i 4.2 hur journalister och politiker resonerar om medieträning, dess fördelar och nackdelar i ett kortsiktigt perspektiv. Med de rönen som utgångspunkt övergår uppsatsen i mer analyserande resonemang och reflektioner i fyra delar som är avhängiga av varandra. I 4.3 belyses den ökade dramatiseringen inom journalistiken och kraven på mediemässighet, i 4.4 resoneras kring symbiosen mellan journalister och politiker och i 4.5 diskuteras scenpolitik och scenjournalistik. Mot bakgrund av det reflekteras i 4.6 över vad de medierade mötena kan tänkas betyda för medborgarnas uppfattning om politiken och politikerna, men också journalistiken och journalisterna.

4.1 Medieträning – en introduktion

Det finns idag inte någon branschgemensam beskrivning av vad medieträning är och omfattar. Enligt PR-branschorganisationen Precis (The Association of Public Relations Consultancies in Sweden) kan medieträning ingå i mediestöd, mediehantering, medierådgivning men också vara tydligt och klart definierat som intervjuträning. I regel är medieträning integrerat i konsulters allmänna kommunikationsuppdrag som en del av kundernas mediestrategi. För politiker arrangeras det även inom de egna partierna. Grundläggande medieträning handlar om att bli medveten om hur medierna fungerar, att lära sig metoder och tekniker för att komma ut med sina budskap och skaffa sig ett eget förhållningssätt till medierna. Normalt omfattar träningen både teori och praktik men svårighetsgrad och inriktning beror på tidigare medievana. Inledningsvis sker en genomgång av hur mediebilderna ser ut idag, hur en nyhetsredaktion fungerar samt om journalistens uppdrag och arbetsvillkor. Nyhetsvärdering med olika kriterier för vad som kan bli nyheter går igenom, liksom vilka spelregler, rättigheter och skyldigheter som gäller mellan journalisten och den intervjuade. Praktisk medieträning innebär intervjuövningar framför en tv-kamera och spelas in för att gå igenom efteråt. I en del utbildningar ingår även kropps- språk, röstvård, stil- och klädråd – allt som kan sända signaler till tittarna och därmed påverka utfallet i ett framträdande. I omfattande träning ingår även formulering av mediepolicy, krisberedskap med handlingsplaner, genomgång med talespersoner och upprättande av färdiga frågor och svar. Det kan också omfatta person-profilering i form av att till exempel få ut politikerns personliga sidor och intressen i media för att fånga upp nya målgrupper (Häger, 2001; Karaszi, 2000; Lind, Lindahl Persson & Borgs, 2005).

Även om de flesta rådgivare idag, enligt de intervjuade konsulterna, troligen förordar ett öppet och tillmötesgående förhållningssätt finns det fortfarande en del som förespråkar ett undan-
glidande och nedtystande förhållningssätt. Jag vill kalla det för en *öppen* respektive *sluten skola*. Olika metoder och tekniker kan naturligtvis vara lämpliga i olika situationer, till exempel beroende på vilket sammanhang det rör sig om och nyhetens karaktär. Enligt min erfarenhet irriteras journalisterna av ett försök till mörkande och det kan snarast få dem att gå på ännu ihärdigare när de väl fått vittring på en nyhet. Oavsett förhållningssätt går de flesta råd ut på att den intervjuade ska lära sig ha kontroll över intervjun, olika tekniker som kan användas för det och det mest grundläggande – att vara ordentligt förberedd. Till de allmänna råden hör att man för att vinna tid och hinna kontrollera fakta alltid kan be en journalist återkomma samt att det inte finns något som heter “off-the-record” – att allt du säger kan användas i andra syften och kanske även mot dig senare. Att erkänna eventuella misstag och felsteg, visa ånger och ha en ödmjuk attityd rekommenderas i regel i den öppna skolan, liksom att inget går att dölja – förbered istället den version du vill berätta. En uppmaning är att aldrig ljuga, men dock behöver inte hela sanningen berättas (Karaszi, 2000; Lind, Lindahl Persson & Borgs, 2005). Några vanliga tekniker sammanfattas i bilaga 3.

4.2 Medieträning på gott och ont

För en politiker kan syftet med medieträning sammanfattas som att den underlättar kommunikationen med journalister, den kan användas för att göra sig bra i medieframträdanden och få ut sitt budskap i så oredigerat skick som möjligt – samt för att vid behov undgå svara på journalistens frågor (Svenungsson & Ålebring, 2000). En erfaren journalist märker dock i regel snabbt om en person är medietränad eller inte. Det kan undgå även en väl så slipad journalist, men trots allt har det med erfarenhet att göra menar de intervjuade journalisterna – både deras egen och politikernas. En erfaren politiker kan vara oerhört medievan och därför skicklig på att hantera medier. En medievan och medietränad politiker försvårar journalistens arbete och kan orsaka viss bävan inför ett intervjutillfälle. Utrikesminister Carl Bildt omnämns av ett par journalister som ett skräckexempel och tillhör de intervjuobjekt som enligt journalisten och författaren Björn Häger (2001) ”gärna gör slarvsylta av journalisten om de får chansen”. En journalist i studien beskriver att det förr var mer kamratligt att intervjuas, att det fanns en vilja från båda håll att intervjun skulle bli lyckad. Om en journalist inte är påläst idag, trevar och tappar tråden ”så är de skoningslösa”.

Men hur pass medietrånade politiker på olika nivåer egentligen är råder det delade meningar om. Några politiker menar att det är ganska få inom toppskiktet som verkligen är medietrånade, att det är ovanligt men att det har mindre betydelse eftersom toppolitikerna är väldigt medievana. Andra, även flera journalister, framhåller däremot att ju högre politisk nivå desto mer medieträning. Ingen av politikerna i studien medgav klart och tydligt att han eller hon blivit tränad för sitt politiska uppdrag. Snarare tonades det egna kunnandet ned. Visserligen hade man "nog gått en slags intern kurs för länge sedan" och det förekommer att man som nyvald "kan få hjälp inom de egna leden" och liknande, men främst framhölls att medieträning var något man tillägnat sig på egen hand. Endast en person medgav tidigare träning men den var inte genomförd för det politiska uppdragets skull.

4.2.1 Hemligt och lite fult?

Även om syftet med denna studie inte är att kartlägga förekomsten av medieträning finns anledning att fundera kring varför ämnet tycks vara höljt i ett visst dunkel. En genomgång av tidningsartiklar om medieträning visar att medierna gärna spekulerar kring varför personer som medietränats sällan medger det, att det av vissa anses ofint, upplevs fåfängt och oäkta samt påvisar svaghet (Dagens Samhälle 070118; Loop, 2/2007, SVD 070423). Varför politiker ogärna medger att de är medietrånade resonerar de intervjuade konsulterna om:

En del politiker vill nog inte tala om det för det kan uppfattas extremt fult att ha blivit medietränad. För mig är det kontraproduktivt, att som journalist vilja göra en grej av att någon blivit medietränad.

Konsult

Det finns en risk att man inte uppfattas som spontan och äkta om man har tränat sig på medieframträdandet. Medieverkligheten idag ställer väldigt höga krav på att man inte ska förställa sig. Jag tror inte att det är någon som riktigt är sig själv i mediasammanhang eftersom en intervjusituation inte är en normal social situation. Om man ska klara av att framstå som spontan måste man nästan öva på det och sen spela sig själv som spontan.

Konsult

Märkbart är att politikernas resonemang tyder på att de har insikt i ämnet, oavsett om de är medietrånade eller inte. Det kan också vara en medveten form av det Goffman (1959) kallar *positiv idealisering*, ett försök att framstå på ett mer positivt sätt än vad fallet är eller en omedveten form av *teammaskopi*: "vi låtsas inte om det". Det visar sig att politikerna i denna studie har mycket god kunskap om mediehantering, men det går inte att uttyda vad som är resultatet av träning och vad som baseras på medievana. Om det är vanligt att politiker och andra makthavare förtiger att de är medietrånade kan det enligt min mening vara en av orsakerna till att det fortfarande anses suspekt i vissa kretsar. Hemlighetsmakeri och ett

mörkande stärker bilden av att något inte står riktigt rätt till. En paradox är att det oftast är motsatsen som lärs ut vid medieträning, att avdramatisera en händelse genom att öppet berätta hur saker och ting ligger till. En politiker som vill framstå som ärlig bör enligt dylikt resonemang medge att han eller hon är medietränad. Att intervjupersonerna här inte medger att de är medietränade kan betyda att de faktiskt inte är det, eller att de är det men med ett döljande förhållningssätt som ledstjärna. Det kan också tyda på att medietränade, oavsett yrke, inte har klart för sig vad medieträning egentligen innebär. Istället florerar fördomsfulla åsikter som främst bygger på okunskap och begreppsförvirring. Ansatsen till ett mörkande i en forskningsstudie som denna kan dock bli en möjlig felkälla eftersom intervjuaren aldrig kan vara helt säker på intervjupersonens motiv till att svara på ett visst sätt (Kvale, 1997).

4.1.2 En bot mot tråkighet

Oavsett yrkesgrupp framhåller de intervjuade samstämmigt flera fördelar med att politiker blir medietränade. Medborgarna får inte sämre information, tvärtom kan de tappa intresset för politik om de annars tvingas lyssna på någon som är omständlig och tråkig som några intervjuade uttrycker det. En konsult beskriver att många oavsett yrke blir små professorer så fort det dyker upp en mikrofon framför näsan på dem – att det blir som i skolan, att svara rätt och få fram alla fakta. Då blir folk väldigt tråkiga. Får de hjälp med att de inte behöver ha just den samtalstonen och inse att det viktigaste är att nå fram till dem de pratar med – då är mycket vunnet, menar konsulten. Att kunna förklara saker på ett begripligt sätt och då bli en bra röst för sitt parti och sina väljare anges som ett primärt skäl för medieträning. Några politiker säger:

Om det är något som är avtändande för allmänheten är det när man inte förstår vad en politiker pratar om, en politiker som inte vill ge tydliga svar.
Kommunalråd

Kritiken kommer sällan mot politiker som är tydliga utan undanlidande. Jag har aldrig lärt mig att man ska glida undan från att svara. Medieträning tycker jag alltid har det fokuset att du ska vara tydlig och rak, få fram ditt budskap och säga som det är. Man lär sig att aldrig svamla eller göra sig luddig. Det är väl snarare så att en otränad politiker svamlar för mycket. För en medietränad politiker krävs det en skicklig journalist.
Kommunalråd

Journalisterna resonerar till viss del i samma termer som politikerna. En journalist menar att om medieträning leder till att svaren blir kortare, bättre formulerade och klatschigare så är det bra för alla. Några uttrycker att det självfallet hade varit bättre om det inte förkommit någon medieträning, men det måste förstås eftersom politiker inte kan riskera att inte kunna hantera situationen med media.

Det handlar om politisk effektivitet. Du har ju en agenda för ditt politiska liv och den vill du föra fram till varje pris. Det är klart att du inte vill bli bortgjord. Tvärtom vill du trumma ut ditt budskap, tala om hur bra du är och hur dåliga de som tycker annorlunda är. Medieträning är naturligt, det är klart att de måste använda sig av de möjligheter de har. Vi måste svara med att utbilda journalisterna. Det är helt meningslöst att säga att nu ska vi inte medieträna maktmänniskor.

Tv-reporter

För journalisten handlar det också om att ”slippa intervjuva rädda och osäkra personer”. Medieträning har även en sporrande effekt menar en del journalister och leder till en mer skärpt journalistik. Det tvingar en journalist att vara ordentligt påläst när han eller hon åker ut på ett jobb, och vara medveten om att inte ställa frågor som kan angripas.

Resonemangen visar, menar jag, att medieträning kan ses som en anpassning till medielogiken. För etermedier i synnerhet handlar den i hög grad om tid i förhållande till utrymme varför budskap, nyheter och händelser som inträffat måste förpackas (Altheide & Snow, 1979). Alla nyhetsinslag är konstruktioner, att förenkla och förkorta är då helt nödvändigt menar Marina Ghersetti (2004), forskare i journalistik och masskommunikation. Formulering av budskap, så kallade *one liners* och *soundbites* – att på kort tid kunna kläcka ur sig något tydligt, kärnfullt och fyndigt, kan betecknas som grundläggande medieträning för en politiker (se bilaga 3).

Mitt jobb går så otroligt mycket ut på att nå ut i media – det är ständigt i fokus. Vilka frågor man ska välja ut som kan ha nyhetsvärde, det är ständigt det man har i tankarna. Hur ska budskapet formuleras och hur ska jag uttala mig för att det ska vara intressant för journalisten.

Kommunalråd

Anpassningen till medielogiken är dock något som det för en politiker med stor säkerhet sker både reflexmässigt och rituellt, enligt min bedömning. För redan retoriskt skickliga politiker borde det gå snabbt att lära sig att tänka i, och sedan även uttala sig i slagkraftiga rubriker som sticker ut. Ingen politiker kommer idag heller till en tv-studio helt oförberedd. Utanför studion, i mer till synes spontana mediasammanhang, är de med stor säkerhet så pass medietränade eller medievana att helt spontana infall eller utspel inför medier är sällsynta, om de inte rentav skulle vara planerat spontana. De intervjuades utsagor rimmar väl med Goffmans (1959) teori om att aktörer gemensamt bidrar till att en allmän definition av situationen upprättas; medvetet eller omedvetet blir det ett slags *modus vivendi* i interaktionen. Aktörerna är beroende av samarbetet och varandra för att upprätthålla definitionen, i detta fall hur en medierad intervju bör vara. Det blir också en sorts teammaskopi. Varje medlem måste dessutom, även om de är i olika team, lita på att kollegorna beter sig och uppträder på ett riktigt sätt – annars skapar det oro och osäkerhet i framträdandet vilket avspeglar sig på publiken (Goffman, 1959).

4.1.3 Ett nödvändigt ont

I diskussionen om medieträningens risker uttrycker intervjupersonerna en oro över dålig medieträning och för mycket medieträning. Med dålig träning anger de det förhållningssätt som förespråkar mörkande och otillgänglighet framför öppenhet, det jag valt kalla den slutna eller öppna skolan. En journalist menar att medieträning stöper språket i urtråkig form, att det är svårt att få ut ett levande språk med ärliga och uppriktiga citat. Som tidigare nämnts gillar journalister klatschiga uttalanden vilket olika tekniker också syftar till (bilaga 3).

Några intervjupersoner menar att politiker kan bli helt söndertränade och att de då inte är av värde varken för journalisten eller senare för medborgarna.

Det är viktigt att politikern är naturlig, en vanlig människa, och att politikern blir tränad på att framföra sitt budskap. Men det innebär ju inte att du behöver bli aidentifierad. Det är så otroligt viktigt för att människor ska vilja engera sig och ta emot information att politiker också har en naturlighet i sitt framträdande.

Kommunalråd

Samma politiker menar att det är fel om någon blir hårt medietränad av rädsla för att bli illa utsatt i samband med sitt uppdrag, och refererar till politiker som avrått andra från att ta uppdrag på högre poster för att de då blir för hårt granskade. Några journalister uttrycker att om medieträning innebär att förvränga sanningen, eller att inte berätta hela sanningen som medborgarna har rätt att ta del av, kan det vara ett tänkbart hot mot demokratin eftersom något de kanske ska ta ställning till inte alls kommer fram. En journalist framför att om politikerna inser att det alltid är bäst att lägga korten på bordet från början hade föraktet för politiker minskat, liksom synen på journalister som vargar jagande i flock. Detta katten-på-råttan-råttan-på-repet-resonemang kan tolkas som en viss medvetenhet om att det i slutänden är de som tillsammans skapar den medierade bilden som medborgaren möter. En politiker säger:

Oavsett om jag är medietränad eller inte kan ingen tvinga mig att svara på ett visst sätt, jag kan ju hålla inne med vissa saker. För journalistens del handlar det om att gräva fram det jag inte vill säga och håller inne med. Om journalisten inte är grävande och inte ställer följdfrågor utan bara dansar med, då är det farligt för demokratin. Men jag tycker inte ansvaret ligger hos politikern. Journalisten får ju lära sig dra ut det som döljs under de här välformulerade svaren.

Kommunalråd

Politikern här skjuter gärna över frågan om ansvaret till journalisten, samtidigt som politikern framhåller sin rätt att hålla inne med svar. Ett vanligt förekommande medieråd är att sanningen helst ska berättas och det snabbt men att man därmed inte behöver berätta hela sanningen.

Enligt mitt vidkommande finns här inget rätt eller fel, för även om man i de allra flesta lägen förordar en öppen skola finns det undantag. Det blir en bedömningsfråga från fall till fall, till exempel när det rör olyckstillbud med många människor inblandade då personliga hänsyn kan anses gå före publicistiska. Beroende på nyhetens karaktär och sammanhang blir det i slutändan en fråga om att välja skola, den öppna eller slutna, och koppla det till faktiskt och upplevt ansvar och inte minst ett moraliskt ställningstagande – konsekvensetiskt eller plikt-etiskt (Ekström & Nohrstedt, 1996; Möller, 2003). Politikern måste bedöma vilket förhållningssätt som är mest lämpligt i det aktuella läget: vad blir konsekvensen för exempelvis medborgarna, samhället, partiet och/eller politikern själv om han eller hon väljer att berätta allt, enbart lite eller inget alls – det vill säga mörkar helt? Eller ska vederbörande välja plikten framför allt – se det som sin plikt att berätta allt eller lite eller inget? Pliktfrågan kan även den omfatta plikten mot medborgarna, samhället, partiet eller partikollega.

På samma sätt blir det en bedömningsfråga för journalisten. Hans/hennes beslut, oavsett om det gäller en konsekvens- eller pliktetisk bedömning påverkar i sin tur redaktionsledning, ägare, kollegor, men inte minst publiken – medborgarna. Det blir journalistens ansvar att om möjligt driva frågan vidare och hur, eller om tidspressen gör att han/hon måste nöja sig med svaren och runda av. Både journalisten och politikern begränsas kraftigt av tid och utrymme, men också den journalistiska vinkeln som ofta är satt i förväg samt i vilken kontext intervjun sker (Ekström & Nohrstedt, 1996). Att mediet, till exempel under en direktsänd intervju i en tv-studio, upplevs ha övertaget får den medverkande politikern idag räkna med. Mediernas inflytande över politikernas dagordning (McCombs, 2004) bevisar sig tydligt när frågor som medierna väljer att lyfta fram och driva kommer upp i den politiska debatten. Dessutom påverkar även hur det sker vilka ämnen vi medborgare i nästa led betraktar som viktiga att ta ställning till och hur. Dock har en medietränad och medieskicklig politiker god chans att lyckas gå runt journalisten, gate keepern, och få ut sina budskap i minsta möjliga omarbetade form.

I ett kortsiktigt perspektiv framstår det som om fördelarna med medieträning överväger samt att de båda grupperna förstår varandra – trots att de i vissa intervjusituationer av publiken kan uppfattas som motparter. Det kan förefalla märkligt att journalisterna är så toleranta mot medieträning eftersom det trots allt försvårar deras jobb. Med ständig brist på utrymme och tid hjälps de emellertid av de korta, välformulerade svaren med nogsamt förpackade budskap. Det kan också bero på att verktyget är utbrett och självklart för många. Själva användandet av mediehanteringskunskaperna, men också journalistens bemötande av dem, får betecknas som en fråga om moral och ansvar vilket vi återkommer till senare.

4.3 Alla har sina roller att spela

Politikerna och journalisterna i studien framför att journalistiken överlag blivit mer dramatiserad än tidigare och att båda grupper blir allt skickligare på spelet och dramaturgin. Intervjuer upplevs dramatiserade på förhand och intervjupersoner tilldelas vissa roller. Att medieträning påverkar är uppenbart menar jag, eftersom politikerna därmed blir säkrare och förbereder sig allt mer. Några intervjupersoner formulerar det som att i det skarpa läge som råder i en direkt-sänd tv- eller radiointervju måste det gemensamma spelet fungera om något ska utvinnas ur situationen. En politiker beskriver hur den verkliga situationen alltid ställer saker och ting på sin spets, att den nerv och det allvar som det är under själva intervjusituationen aldrig kan förutses. I intervjuerna framgår det tydligt att såväl journalisterna som politikerna är medvetna om rollspelet och deltar i det, med sina respektive roller att spela. En reporter säger:

En bra intervju ska innehålla ett visst mått av dramatik. Det ska vara lite av match mellan intervjuare och intervjuad för att en intervju ska bli riktigt spännande att lyssna på.

Tv-reporter

Utrymmet i traditionella medier är trots allt begränsat och att klassiska berättartekniska knep används för att göra nyheter begripliga och publiken intresserad får anses vedertaget menar jag. Ghersetti (2004) beskriver hur viss dramaturgisk bearbetning av ett nyhetsinslag är alltid nödvändig, men att det är viktigt att skilja på dramaturgiska berättarknep och spel- eller skandalgestaltningar. Motsättningar förstärks och dramatiken kan ökas väsentligt genom användandet av värdeladdade ord och metaforer (Ghersetti, 2004). Istället för mer traditionella ”debatt” använder reportern ovan begreppet ”match” som tillsammans med ”duell” används allt oftare, vilket är ett exempel på den journalistiska tendensen att gestalta politik som spel eller sport (Strömbäck, 2001). Den franske sociologen och mediekritikern Bourdieu (1998) beskriver hur urvalsprincipen för tv-mediet oftast har en inriktning på det som är sensationellt och spektakulärt; mediet behöver dramatisering. Hit hör också de roller som en medverkande mer eller mindre medvetet kan bli tilldelad – till exempel skurken, hjälten, offret, den onde eller den gode (Ghersetti, 2004). En politiker berättar:

Ofta får jag bilden av att de redan bestämt vilken roll jag ska spela. Jag kan på ett sätt förstå det, för om du sitter med en nyhet vill du ha någon som spelar en viss roll. Du ska beskriva något och så finns det kritik och du måste ha en kritiker. Det är dramatiserat på förhand, vilket man säkert kan försvara ur vissa aspekter. Om man har ett perspektiv och vet att det finns de som företräder det, och så ska du på en minut dramatisera hela frågan – då behöver du personer som fyller ut rollerna. Det är farligt samtidigt för det kan vara fel från början. Det har ju hänt.

Riksdagspolitiker

4.3.1 En gemensam iscensättning

Goffmans (1959) konstruktion om socialt beteende som en serie av framträdanden belyser enligt min mening fenomenet på ett tankeväckande sätt. Som politikern antyder finns valet att tacka ja eller nej eller visa prov på dramaturgisk lojalitet och därför acceptera den tilldelade rollen. Aktörerna, politikerna och journalisterna, gör medvetet eller omedvetet vad de kan för att presentera sig själva så att de uppfattas på det sätt som de utger sig för att vara (Goffman, 1959). Medieforskarna Ekström och Nohrstedt (1996) poängterar att bakom scenen kan relationer mellan journalisten och den intervjuade kännetecknas av lojaliteter och ömsesidiga intressen. Inför tittaren kan journalisten däremot demonstrera sitt kritiska uppdrag och sin integritet med utmanande frågor; intervjun ger tittaren information om politikerns åsikter och attityder men berättar också något om hur journalisten vill bli uppfattad.

En liknande beteendepåvisning är hur politiker för debattspelets skull kan framstå som ovänner, eller det motsatta – att de före en tv-debatt eller medverkan i en ”morgontvsoffa” beter sig på ett sätt som kan tolkas som om att de accepterar och till och med gillar varandra, även om de egentligen avskyr varandra. Det kan tolkas som en form av teammaskopi (Goffman, 1959). Enligt Goffman förväntar sig dessutom publiken att aktörerna ska bete sig enligt manus och regi. Om så sker blir publiken nöjd men en störning i form av felsägning eller felgrepp kan få konsekvenser. Om vi som publik förväntar oss en debatt mellan journalisten X och politikern Y och det alls inte händer, tvärtom verkar de vara överens, blir vi troligen undrande och/eller avtrubbade. Goffman påpekar att när en teammedlem gör ett misstag i publikens närvaro måste de andra vänta med att bestraffa syndaren till publiken avlägsnat sig, annars kan interaktionen med publiken störas ännu mer. I en tv-sänd intervju kan det enligt min erfarenhet yttra sig till exempel genom att en medverkande påfallande ofta ställer upp på att bli avbruten – antingen av en medintervjuad eller studioreportern – innan svaret eller en vidare förklaring hunnit ges. Tiden är utmätt och studioreportern måste gå vidare till nästa inslag i körschemat. Att så sker måste både ”medverkandeteamet” och tv-teamet vara införstådda med. Först efteråt kan den medverkande beklaga sig över att inte ha fått sagt det han eller hon velat. En politiker säger:

I vissa sammanhang kan jag bli tilldelad en roll som jag kan vara bekväm med och som jag tycker är schysst. Om jag ska vara experten, eller om jag ska vara någon utifrån landet för att man ska ha röster från lite olika håll, det tycker jag är okey. Men jag tycker inte det är okey att man inte tar det på allvar när man beskriver en situation på ett helt uppriktigt sätt. Vilket svar du än ger så spelar det ingen roll. Det känns inte demokratiskt okey.

Riksdagspolitiker

Politikerns beskrivning påvisar tydligt komplexiteten i denna problematik. Grupperna tenderar acceptera teammaskopin, rättar sig efter och ställer upp på spelet eftersom de är beroende av varandra. Men i stundens hetta, och inte minst i efterhand, kan parterna ändå uppleva sig förfördelade och missnöjda. En av de intervjuade journalisterna framhåller att spelet är riskfullt. Om det verkar för välorganiserat kan publiken tro att det finns en överenskommelse mellan journalisterna och makthavarna.

Det är ju något slags spel mellan media och politiker där liksom båda parter känner spelreglerna, att om jag säger på detta viset så vet jag att det blir en artikel av det slaget. Outtalat är det så.

Dagstidningsjournalist

Detta symbiotiska förhållande återkommer vi till senare, men Goffmans tes om att aktörerna gemensamt bidrar till att bevara en yttre fasad av samstämmighet och att en allmän definition av situationen upprättas, gör sig påmind. Den bekräftas också av det vanliga medierådet att intervjuade ska vara vaksamma på att rollerna för medverkan till exempel en tv-sänd debatt eller studiosamtal ofta är uttänkta på förhand (Karaszi, 2000). Av erfarenhet vet jag att i regel intervjuas samtliga medverkande i förväg, inte sällan vet till och med programledaren/studio-reportern i stora drag vad de medverkande kan komma att säga. Förutom att det som en politiker påpekat kan bli helt fel, kan förfarandet för de inblandade tydligt förstärka bilden av både journalistiken och politiken som skådespel. Att medietränade politiker kan delta ännu bättre och spela spelet med större finess står dessutom klart, menar jag.

En förklaring till att mediernas dramatiserande beteende har ökat, är forskare och kritiker överens om, är mediernas problem att hålla kvar publiken – ett problem de även delar med de politiska partierna. Medierna och politikerna tvingas utforma innehållet på intresseväckande sätt, ofta genom att välja bort det vardagliga och istället lyfta fram det märkliga (Ljunggren, 2003). Förutom att det är en anpassning till medielogiken och att även marknadsstyrningen påverkar bland annat eftersom det sensationella säljer bättre (Hvitfeldt, 1996; McManus, 1994), finns det bakom detta, enligt sociologen och mediekritikern Bourdieu (1988), en utpräglad rädsla för tråkighet i samhället. Vi försöker därför roa till varje pris. Eftersom politik framstår som ett trist och deprimerande skådespel måste den göras intressant och spännande. Det gäller också hur politikerna betraktas som personer, vilket vi strax kommer in på. I sammanhanget tål att reflektera över likheterna mellan de båda yrkesgrupperna – i synnerhet mellan politiker och de journalister som är synligt verksamma inom etermedier, till exempel nyhetsankare och starkt profilerade programledare inom samhällsjournalistik.

Båda grupper är på sitt sätt estradörer menar Wigorts Yngvesson (2006). Ett nyhetsankare såväl som en politiker måste ständigt bevisa sig för sin publik såväl som för sina uppdragsgivare. Närmast dagligen genomför de strategiska, rituella framträdanden som kännetecknas av expressiva handlingar med syfte att vinna legitimitet både för dem själva och deras positioner. Dessutom är orden och språket viktiga för båda grupper (Wigorts Yngvesson, 2006). Samtliga är variabler som jag bedömer ofrånkomligen påverkar de inblandades medvetna eller omedvetna känsla av att medverka i någon form av föreställning. Anspänning och höga adrenalinnivåer bland aktörerna – till exempel i samband med en direktsändning – förmedlar känslan av scen- framträdande och förstärker därmed även skådespelet ytterligare.

4.3.2 I huvudrollen – den mediemässige

Varför vissa politiker kommer fram mer än andra i medierna resonerar flera intervjupersoner om. Den ökade personifieringen i politiken har lett till att det oavsett medieträning är nödvändigt att vara mediemässig för att nå ut brett och stort. Politikerna menar att det är en individfråga. Någon går långt i sin bedömning och säger att om medierna dömt ut en politiker som ointressant och tråkig så har han eller hon inte längre mer att komma med. Det gäller att sticka ut, antingen genom kön, ålder eller att formulera sig kärnfullt, tydligt och fränt – det ger medialt utrymme.

I grunden handlar det om personlighet. Att vissa gör det så oerhört krångligt. Vissa är medievänliga, medan andra är mindre mindrevänliga. Media är idag väldigt förutsägbara i många avseenden, hur man jobbar, att man vill ha med det ena och det andra och att det ska vara så politiskt korrekt; det ska vara folk som talar dialekter, det ska vara tjejer och killar, äldre och yngre, invandrare och svenskar. Det är mer tillrättat än vad verkligheten är.

Riksdagspolitiker

Medierna ställer vissa krav för att man ska funka, till exempel om ska man få vara med i tv. I Aktuellt kanske man ska kunna bränna av det på några korta meningar, man ska vara hyggligt kärnfull. Det blir mer och mer stereotyp tycker jag. Man ser också hur media hittar sina favoriter som körs mycket under en begränsad tid och sen är borta.

Riksdagspolitiker

Som politikerna antyder är anpassningen till medielogiken en förklaring (Altheide & Snow, 1979), men påverkar gör även nyhetsflödet – vad som i övrigt finns på den mediala agendan. Händelser som är förknippade med eller berör en viss politiker är naturligt styrande samt om det råder en konflikt. Vad som i slutänden avgör medial exponering är enligt min bedömning en kombination av en rad olika påverkansfaktorer. Förutom det ovan nämnda och PR-konsultens/pressekreterarens mediekontakter och skicklighet spelar i grunden mer djupgående variabler in. I hög grad är det en individfråga och styrs av de selektiva processer om hur vi tar in och bearbetar intryck och information, och som har samband med våra åsikter och attityder

(Fiske & Taylor, 1991). I paritet med teorierna om kognitiva scheman menar Bourdieu att journalister har sina glasögon som får dem att se vissa saker och inte andra, men också se dem på ett särskilt sätt (Fiske & Taylor, 1991; Bourdieu, 1988). För en rutinerad journalist sitter kriterierna för vad som är eller kan bli en nyhet i ryggmärgen och det skapar ett närmast instinktivt beteende vill jag beskriva det som. Något sägs, ett uttalande görs – ett enda litet frö till nyhet kan snabbt få en nyhetsredaktion att gå igång simultant. Vad som är medielogik och/eller yrkeserfarenhet, och i den en slags upp- tränad instinkt, är svårt att utröna men den kollektiva bedömningen är av särskilt intresse. Dels visar det prov på den utpräglade *yrkessocialisering* och överföring av så kallad tyst kunskap som sker på redaktionerna, hur kollegor skolas in i en social yrkesgemenskap och påverkas av omedvetna normer som i dagligt språkbruk sägs ”sitta i väggarna” (Nygren, 2008; Möller, 2003). Dels antyder det, menar jag, ett framodlat *kollektivt kognitivt grupp-schema* och beteende som liksom medielogiken kan relateras till Gerbners kultiveringsteori (1988).

Altheide och Snow (1979) beskriver det som att medielogiken legitimerar sig själv. På så vis odlar redaktionerna fram en kollektiv bild, till exempel av hur en politisk företrädare är eller bör vara för att passa in i gängse mall. Ständig priming, gestaltning och publicering enligt mallen bekräftar bilden både inom de egna leden och för publiken. I linje med hur Lippman (1922) berör stereotypisering är detta något som kan pågå över lång tid, bilder nedärvs och individen är i regel snabb att kategorisera. Så blev Bo Ringholm stämplad som ”Sveriges tråkigaste man” efter att medier citerat varandra efter en ursprunglig artikel där en journalist myntat epitetet då han inte lyckats gräva fram några skandaler (Strömbäck, 2001).

4.3.3 Inte ens med i kulisserna

Risken med de urval som beskrivits ovan är att vissa ämnen aldrig kommer fram på mediernas och medborgarnas dagordning. Följden kan bli att komplexa eller svårbeskrivna problem inte får den uppmärksamhet som de skulle behöva. Det innebär också att en del politiker och deras frågor sällan eller aldrig kommer fram eftersom de varken hamnar på mediernas eller medborgarnas dagordning (Hvitfelt, 1996; Strömbäck, 2001). Medieträning kan i detta sammanhang inte betraktas som en universallösning. En konsult säger:

Det är ganska mycket medieträning som genomförs som inte är riktigt bra, till exempel den som utgår helt från journalistens perspektiv där man hela tiden strävar efter att göra den som pratar så intresserad och citatvänlig som möjligt. Och det är ofta inte vad den som pratar egentligen vill. Ofta har ju den en agenda att få fram ganska komplicerade budskap och sammanhang.

Konsult

Flera politiker i studien menar att vissa politiker aldrig har en chans att nå ut till medborgarna eftersom de tidigt döms ut.

Alla kanske inte kan bli bra på det, oavsett hur många kurser de går. Jag tror att det är en lägningsfråga – en utstrålning som passar i vissa medier; passar i bild eller passar inte i bild. Jag har sett många exempel på hur en del inte särskilt lysande politiker kan vara lysande i tv-mediet. Man förvånas och tänker vad är detta, när som jag uppfattar det, ganska tunna personer får ett enormt genomslag i medierna för att det är någonting som tilltalar i bild. Medan personer som kanske är lite mer djupsinniga och mer intellektuellt resonerande ofta går bort sig, därför att de ska ha in aspekterna och det går ju inte i tv, eller är i alla fall väldigt svårt med för kort tid på sig. Generellt sett kanske de som inte går hem så bra, är de som har mest att tillföra i samhällsdebatten.

Riksdagspolitiker

Det finns vissa äldre människor till exempel som kan vara en oerhörd tillgång i politiken men som inte alls kommer ut i media för att det inte är mediemässiga, trots att de kanske spelar en tung och viktig roll i politiken. Jag är riktigt bekymrad över hur människor som inte är medievana och mediegångbara ska komma fram. Det behöver inte vara det, men det kan vara ett demokratiskt problem.

Riksdagspolitiker

Farhågorna som uttrycks bör tas på stort allvar menar jag. Det kan visserligen vara personliga val som ligger bakom en politikers mer eller mindre framträdande roll eller ha överenskommelser inom partiet som grund. Minns också tidigare uttalanden om risken att anses omständlig och tråkig. Det ligger nära till hands att anta att politiker som aldrig kommer till tals i medierna till slut kan tröttna och lämnar politiken. Trots att de kan ha mycket att tillföra men kanske inte anses, eller anser sig själva vara, tillräckligt gångbara som talespersoner för sina partier. De kan liknas vid en svag opinion, att de väljer att tystna för att på så sätt anpassa sig till en rådande, starkare opinion – för att associera till Noelle-Neumans tystnadsspiral (1993). På samma sätt kan det ske att journalister med avvikande åsikter, kanske om en bestämd politiker, rättar sig efter den rådande opinionen på redaktionen. Även de drivna av individens benägenhet att anpassa sig efter den sociala omgivningen. Majoritetsåsikten om en politiker blir den som får råda, det är den som framförs och den som vidarekultiveras. (Noelle-Neuman, 1993 se Severin & Tankard 2001; Gerbner, 1988)

4.4 Ett (o-)frivilligt tvångsäktenskap

Ett återkommande resonemang i intervjuerna är det symbiotiska förhållande mellan journalister och politiker som forskare kallar ett tillstånd av ömsesidigt beroende. Samtidigt som politiker och journalister oftast ses som motparter finns det en symbiotisk utbytesrelation mellan dem; båda vill ha något som den andre vill ha men också behöver – uppmärksamhet

respektive information som kan bli nyheter. Ingen klarar sig utan den andre, en journalist som saknar tillgång till politiker misslyckas i nyhetsjakten och en politiker som ingen vill höra når ingen framgång (Hvitfelt, 1996; Nord, 1997). En politiker säger:

Vi måste utgå från att media inte är en fiende. Och vi är beroende av varandra och är medvetna om det. Medierna är beroende av att vi producerar politik, eller reagerar på politik. Vi är beroende av att medierna meddelar allmänheten om det. Så det är ju ett samspel. Jag vill ju träffa journalister hela tiden.

Kommunalråd

Kent Asp (1997) förklarar denna samverkan som ett balanstänkande. Grupperna tillåter tillfälliga övertag, att en politiker lyckas skapa sig bra publicitet genom ett utspel eller att en reporter lyckas knäcka en politisk kohandel. Men ingen accepterar ett ständigt övertag från den andra sidan och ständigt eget underläge. Saknas balans fungerar inte symbiosen och då agerar den som tycker sig ha hamnat i underläge för att återställa balansen. En av de intervjuade journalisterna menar att i varje område där någon eller någonting bevakas under en längre tid kommer det läget att parterna lär känna varandra på ett personligt plan, att det ”till slut kommer dithän att man ogärna steker någon fast man kanske borde”. En annan journalist framför att det samtidigt inte är full symbios, och refererar åter till spelet där politiker ofta är medvetna om att de utmålas som skurkar eller goda. Om journalister och politiker drar åt samma håll hela tiden är det klart att media kan uppfattas som en del av etablissemang, menar politikern.

Bruket att en del yrkesverksamma journalister lär ut medieträning vid sidan av ordinarie journalistuppdrag oroar de intervjuade i denna studie och har även påvisats i tidigare forskning (se Assman, Nordin & Westin, 2003). Det anses omdömeslöst eftersom det kan ge upphov till lojalitetsproblem för journalister som utbildar personer de sedan ska granska vilket allvarligt skadar trovärdigheten i journalistiken. I själva verket kan det också vara en av anledningarna till varför medieträning är så illa sett bland journalister, inte att makthavare blir för farliga att intervjua, tror en intervjuperson:

Journalisterna blir generellt sett förbannade på dem som håller på med det. Då bygger de in andra arga åsikter om det men som de kanske egentligen inte tycker. Men man tycker det är ett otyg. Jag tycker också det är ett otyg om man jobbar som journalist och medietränar samtidigt. Om man delar upp branscherna kan det fungera alldeles utmärkt. Låt säga att man är nöjesjournalist och bara medietränar politiker. Men det är ett problem om man tar betalt för att hjälpa folk att framstå bra i media inom ett område som man själv sedan bevakar.

Konsult

Att det blir ett trovärdighetsproblem om samme journalist som tränat en politiker sedan ställs inför att intervjua densamme vill jag instämma i. Ytterst blir det åter en fråga om journalistens moral och journalistiska ansvar. I synnerhet två av journalistkårens egna yrkesetiska regler relaterar till det: ”En stark journalistisk integritet är avgörande för trovärdigheten” samt ”Acceptera inte uppdrag, inbjudan, gåva, gratisresa eller annan förmån – och ingå inte avtal eller andra förbindelser – som kan misstänkliggöra din ställning som fri och självständig journalist.” (Spelregler för press, radio och tv). För publiken blir misstankarna om symbios och gemensamma intressen lättväckta och förtroendet för båda grupper kan svikta.

Det tycks också finnas en okunskap inom journalistkåren om vad medieträning innebär, vad det är journalistkollegan egentligen lär ut. Att det inte enbart handlar om intervjuträning och numera allt mer sällan, enligt de intervjuade konsulterna, med ambitionen att förmedla hur politiker ska mörka och tysta ned ärenden.

4.5 Scenpolitik och scenjournalistik

I ljuset av vad som hitintills kommit fram går vi över till ett scenario där en medietränad, medievan och mediemässig politiker möter en driven journalist i en tv-sänd intervju – en medierad situation som kan betecknas som ritualiserad och regisserad. Där parterna efter kör-schema och sina respektive manus framträder både inför varandra och inför en publik. Tv-studion blir en scen och bakom denna, i kontrollrum och medverkandefojéer, finns producent, redaktör och partiets PR-folk med flera som på olika sätt försöker agera regissörer eller domptörer. Både journalisten/studioreportern och politikern vet vad som ska ske och vad som förväntas av honom eller henne. Framträdandet kan till exempel relatera till ett aktuellt politiskt utspel och intervjun genomförs i raskt tempo med ett upplägg som de flesta tv-tittare känner igen: påstående/ämnespresentation följt av fråga, svar (budskap), upptrappande följdfråga, nytt eller utvecklat svar, påstående och ny följdfråga, nytt svar, slutfråga, slutreplik och snabb avrundning – ”tack för att du kom hit”.

Med utgångspunkt i att scenariot kan betraktas som en sorts *scenpolitik och scenjournalistik* drar jag medvetet en del av de följande resonemangen till sin spets. Det är vare sig politikerna eller journalisterna i grupp som står i fokus, det gör deras gemensamma framträdande – den konstruerade, iscensatta och regisserade föreställningen. I det valda scenariot görs ingen åtskillnad beroende på till exempel demografiska, geografiska eller psykografiska variabler – jag tillåter mig här att generalisera för att försöka göra bilden tydligare.

4.5.1 En spiral av anpassning och upptrappning

Oavsett om de för oss i medborgarpubliken framstår som vänner eller fiender, medsvurna eller kombattanter, står vi inför en konstruerad och renodlad tv-händelse – en medierad bild av mötet mellan politikern och journalisten som vi inte helt säkert kan tolka och bedöma. Vi kanske inte ens förmår följa och än mindre tränga igenom en medierad intervju om den upplevs som ett tillrättalagt skådespel eller en match. Enligt flera forskare står det klart att ju mer den medierade bilden av politiken skiljer sig från politiken så som den är bortom medierna och journalistiken, desto större är risken att vår uppfattning om politiken blir snedvriden (Ahlström & Nygren, 2000; Strömbäck, 2001). Ekström och Nohrstedt (1996) konstaterar att rituella handlingar, som i det beskrivna scenariot, kan vara både rutinmässiga och strategiskt kalkylerande. Som publik kan vi heller aldrig veta om det bakom journalistens och politikerns framträdande inför varandra och inför oss finns underliggande syften och i så fall vilka. Däremot är den kollektiva kultiveringen av situationen så stark, precis som samhällets tillvänjning till medielogiken, att vi tar för givet att det är så här medierade tv-intervjuer ska gå till (Gerbner, 1988).

För en kritisk betraktare framstår det som att en anpassning från politikernas sida, både med den medieträning som går ut på att kontrollera och styra intervjuer och till journalisternas önskemål om korta och kärnfulla svar, följt av journalisternas anpassning till och upptrappning mot de medieskickliga politikerna utgör början på ett spiralartat beteende. *Medielogikens kraft* bevisar sig, men den stora frågan är om en sådan spiral är god eller ond och för vem den är något av det. Om man med *god* menar att den leder till en mer skärpt journalistik som några journalister i studien uttrycker att medieträning kan åstadkomma, borde det ju vara bra för oss medborgare. Till exempel om politiska budskap och sakfrågor men också felsteg och misstag kommer fram, belyses och förklaras på ett begripligt sätt. *On*d däremot, om beteendet gör båda yrkesgrupper så drivna, medagerande och överdrivet anpassade till varandra – både i sin teammaskopi och till själva situationen – att medborgaren varken kan följa med i resonemangen eller förstår dem och på så vis helt lämnas därhän.

4.5.2 Två spiraler i samverkan – mediesjuka eller mobilisering?

Det upptrappade skådespelet eller matchen, hårt spelad av medietränade politiker och drivna journalister, får enligt min bedömning konsekvenser när det samverkar med andra redan igångsatta krafter. Inte minst hur kollektiva gruppscheman men också individens föreställningar om politiker – och för den delen även journalister – kan kultiveras över generationer (Gerbner,

1988). Lägg till det misstänkarna om symbios de båda grupperna emellan. Som betonats kan dessutom en *mediemässig och medietränad* politiker få mer utrymme i spelet, spela spelet bättre och med all säkerhet därmed få större genomslag för sina budskap. Påverkar starkt gör framför allt Cappella och Hall Jamiesons (1997) *onda spiral* att ju mer negativ gestaltning av politik och politiker som sker desto mer cyniska och negativa kan medborgarna bli. Den spiralen består av flera rörelser, var i den första både journalister och politiker rättfärdigar sina egna cyniska attityder. Journalister är cyniska gentemot politiker, politiker är cyniska gentemot journalister och de förstärker varandras cynism. I den andra rörelsen följer att medborgarna som betraktar politiken så som den utspelar sig i medierna – i interaktionen mellan politiker och journalister – får sina egna cyniska attityder aktiverade och förstärkta. Den tredje rörelsen får näring av dessa perceptioner av vad medborgarna vill ha och belönar. Journalister motiverar gestaltningarna med att det är vad publiken vill ha, politiker hävdar att det är nödvändigt att hålla sig till enkla budskap och formuleringar eftersom medborgarna inte är intresserade av nyanserade och komplexa budskap. De tre rörelserna hakar i varandra och leder till fortsatta spiralarörelser (Cappella & Hall Jamieson, 1997).

Vid sidan av och intvinnat i den spiralen verkar *upptrappingsspiralen*. I den strävar både politiker och journalister efter att vässa sig med korta, kärnfulla formuleringar och förpackade budskap – sound bites och slagkraftiga one liners – som återges till medborgaren i dramatiserat skick. Tempot är ofta högt och det gemensamma språkbruket betecknar jag som ett eget scenspråk för dessa båda grupper, men också för andra som ofta medverkar i olika mediesammanhang. Genom sitt medvetna eller omedvetna skådespel/match, oavsett vem som tillfälligt upplevs ha övertaget eller upplevs vara i underläge, bidrar både journalisten och politikern gemensamt till en ökad dramatisering och att spelgestaltningarna förstärks; det ömsesidiga beroendet både utvecklas och bevisas. Båda spiraler kan tillsammans få bäring på hur politik och politiker tas emot och upplevs av medborgarna – vars bedömning även kan inkludera journalistiken och journalisterna. Denna dubbelspiral kan *betecknas som god* om journalisternas och politikernas anpassning till varandras ökade skicklighet – oavsett om det gäller att föra fram, förklara och stå fast vid budskap eller en granskande, grävande intervjuformåga – sker med en gemensam, helst uttalad och tydlig ambition och ett gemensamt ansvar att de tillsammans ska verka för att politiska sakfrågor presenteras och förklaras på ett begripligt sätt. Det kan motverka existerande cyniska attityder och i förlängningen stärka medborgarnas kunskap och förmåga att delta i de demokratiska processerna. Då får dubbelspiralen en mobiliserande kraft och skapar i bästa fall en vilja hos medborgarna att

själva engagera sig politiskt. Cappella och Hall Jamiesons (1997) påpekar att det trots allt inte alltid är fel att skildra politiken som spel eller match. I valrörelserna är det greppet en del av politiken och greppet kan få fler intresserade av politiken. Problemet är, menar Cappella och Hall Jamieson, när denna typ av gestaltningar helt tränger ut annan journalistik som egentligen bättre kan hjälpa människor i deras val.

Dubbelspiralen kan *betecknas som* ond om det upptrappade skådespelet medvetet eller omedvetet sker för en relativt liten och invigd krets – de själva och de närmast inblandade i den politiska och mediala sfären. Medborgarpubliken kan varken relatera till frågan eller skådespelarna och än mindre identifiera sig med dem det handlar om. Istället betraktar han eller hon skådespelet och tänker att det inte är på riktigt – och zappar vidare. Då besmittar upptrappningsspiralen den onda, cyniska, spiralen ytterligare. Resultatet blir att journalisten och politikern tillsammans – huvudaktörerna i detta ritualiserade och medierade skådespel – kan skapa en norm för hur och av vem politik ska bedrivas i samhället, var och hur de politiska diskussionerna ska föras och det kan samtidigt förstärka mediernas makt över medborgarnas tanke och handling. Medborgarna hamnar på åskådarplats med säkert avstånd från scenen eller spelplanen (Strömbäck, 2000). Både journalisten och politikern har då misslyckats i kampen om medborgarens uppmärksamhet och med sina uppdrag; journalisten att informera och upplysa medborgaren och därigenom uppfylla sin viktiga roll för demokratin (SOU 1995:37), politikern att lyfta fram partiets politik och vara en röst för sina väljare.

4.6 Tillit? sa Bill. Tillåt? sa Bull

För medborgaren torde den medierade bilden av mötet mellan journalisten och en medietränad politiker så som det beskrivits i denna studie i slutänden bli en fråga om *förtroende* och *tillit*. Förtroendefrågor är allt viktigare i samhället och det hänger enligt Palm och Falkheimer (2005) samman med den sociala utvecklingen i stort. Ökad konkurrens gör att immateriella värden får större betydelse för framgång i ekonomi och politik. Medierna har en viktig roll i detta spel och journalistiken blir både drivkraft och barriär menar Palm och Falkheimer. *Förtroende* handlar om att lita på någon eller något, *tillit* innebär att vara övertygad om någons goda avsikter. Begreppen utgår från mottagaren i kommunikationsprocessen medan däremot *trovärdighet* relaterar till avsändaren och är själva förutsättningen för både förtroende och tillit. Utan sändarens trovärdighet skapas varken förtroende eller tillit (Möller, 2003; Palm & Falkheimer, 2005). Sammantaget har det att göra med vilka förväntningar medborgare i ett samhälle har på varandra och på myndigheter, institutioner och företag. Skådespel eller match – med skickliga aktörer/spelare som i sämsta fall agerar efter hårdvinklade manus rika på förpackade budskap

och värdeladdade ord, och möjligen i symbios med varandra: vilket förtroende får medborgaren då för sina folkvalda och för journalisterna? Trots olika uppdrag där den ene ska bevaka den andre kan medborgaren uppfatta det som att politiker och journalister oavsett hur mycket det än tycks storma ändå sitter kvar och gungar i samma båt. Som tidigare nämnts påvisar forskning att det finns ett samband mellan förtroende för dagspress och radio/tv som institutioner och förtroendet för politiker – det Strömbäck (2001) kallar *journalistikens förtroendeparadox*. Ju större förtroende för dessa medier som människor har, desto större förtroende har de också för politiker – och tvärtom. För mig indikerar det vikten av att politiker och journalister analyserar sina beteenden i intervjusammanhang, men inte med syfte att bli bättre på spelet utan vad det kan betyda. Beaktas bör att ett annat scenario än det tidigare beskrivna kan vara väl så förödande. Om drivna journalister korsförhör nervösa och medeiosäkra politiker kan knappast någon konstruktiv politisk diskussion bli av. Eller om övertränade, extremt medieskickliga politiker blockerar de tidspressade journalisterna och tar över intervjuerna – då kommer ingen granskning till stånd och medborgaren lämnas också utanför.

Jag har tidigare lyft fram frågor om *moral och ansvar*, att det är politikerns ansvar att skapa sig ett eget förhållningssätt till medierna. I det inberäknat att ständigt göra moraliska ställningstaganden – i medietränings- och intervjusammanhang välja den öppna eller slutna skolan samt avgöra hur långt han eller hon är beredd att använda sina kunskaper, till exempel när det gäller att stå till svars för en oegentlighet. På samma sätt är det journalistens ansvar att förbereda sig, driva frågor vidare och inte nöja sig med svaren. I det medierade mötet dem emellan – som scenpolitiker respektive scenjournalist – blir moral och ansvar, vill jag påstå, en gemensam angelägenhet för dem båda och som är starkt bunden till frågan om trovärdighet. Susanne Wigorts Yngwesson, journalist och fil dr, beskriver i sin avhandling *Den moraliske journalisten* (2006) hur all moral börjar och slutar med individen och i mötet med den andra. Genom att gå in i en roll riskerar vi undertrycka den moraliska impulsen som föregår alla värderingar i ett möte menar hon. I mitt beskrivna upptrappningsscenario är journalisten och politikern iklädda yrkesroller. För båda bör det då bli ett moraliskt dilemma i vilken mån de ska vidmakthålla sina roller, tillåta sig spela skådespelet fullt ut och agera helt utan moralisk- och ansvarsmässig reflektion över om de verkliga uppdragsgivarna, medborgarpubliken, följer och förstår dem eller bara tittar på dem. Det är dock oroande om de i sitt skådespel för folket är så hårt anpassade till medielogiken och påverkade av marknadsstyrningen, att de varken hinner, orkar eller ens vill fundera över problematiken.

5. Slutdiskussion

”Att inte lära ut medieträning är ungefär som om läkarna skulle vägra lära ut livräddning, prästerna förbjuda folk att läsa bibeln och tandläkarna mörka sambandet mellan tandborstning och hål i tänderna”, raljerar statsvetaren Stig-Björn Ljunggren (2003:45) över dem som motsätter sig medieträning. Som en ofrånkomlig anpassning till *medielogiken* är *medieträning* enligt min mening *ett överlevnadsverktyg* för yrkesverksamma och andra som ofta medverkar i olika mediala sammanhang. Dels i samhällsperspektivet att i nödlägen kunna hantera en pressad mediesituation så att vi medborgare får den information vi bör ha, dels för individens integritets och professionalitets skull: att veta var de egna gränserna går, personligt såväl som etiskt och ansvarsmässigt, samt att med det som grund skapa ett eget förhållningssätt till medierna. Att hemlighetsmakeriet kring medieträning tycks vara utbrett och att det till viss del anses ”fult” bedömer jag främst bottnar i *okunskap* om vad medieträning är – att det idag främst handlar om att lära sig och förstå hur medierna arbetar och fungerar snarare än att bemästra tekniker för att sabotera intervjuer. Det råder också en *begreppsförvirring* eftersom det saknas en branschgemensam definition av ämnet medieträning, liksom ett gemensamt förhållningssätt som tillför en *etisk dimension* i både utbildningen och ämnet.

Om politiker genom medieträning blir mer tydliga och begripliga i sina budskap är det en klar fördel. Likaså om det därmed vässar journalistiken och journalisterna blir bättre på att bevaka, granska men också förklara politik och politiska sakfrågor för medborgarna. Om däremot politikernas korta, rappa svar och förpackade budskap uppfattas som alltför tillrättalagda, alltför ytliga och ogenomträngliga och journalisterna varken lyckas eller hinner tränga igenom dem kan resultatet bli annorlunda. Om dessutom *symbiosen* de båda grupperna emellan blir för stark skadar det trovärdigheten i journalistiken, inte minst när yrkesverksamma journalister lär ut medieträning vid sidan av ordinarie journalistuppdrag. De lojalitetsproblem som onekligen kan uppstå är svåra att bortse ifrån.

Som en betydelsefull ingrediens i det medierade mötet mellan politiker och journalister kan *medieträning i förlängningen få betydelse* för hur vi medborgare uppfattar politiken och politikerna, det vill jag slå fast. Det är emellertid inte den enda kryddan i anrättningen. Lutad mot empiri, tidigare forskning och yrkeserfarenhet bedömer jag att kombinationen av det allt mer dramatiserade och upptrappade spelet mellan journalister och medietränade politiker i medierade möten, samt den tydliga symbiosen dem emellan och journalistikens benägenhet att *gestalta politik som spel, sport och strategi* får konsekvenser för hur vi medborgare uppfattar politik och politiker. Att en medietränad politiker kan spela spelet bättre är av stor relevans;

politikern bidrar själv till att förstärka spelgestaltningarna. Påverkar starkt gör våra *framodlade kognitiva scheman* – som individer och i kollektiv, privata och yrkesmässiga – över hur medierade intervjuer ska gå till och som *kultiveras* vidare med medielogikens kraft. För oss medborgare kan ett medierat möte uppfattas som en sorts *scenpolitik och scenjournalistik*, utförd av aktörer som framträder både inför varandra och en publik. Mest speltid och mest vikt tillmäts de *mediemässiga* medan andra får hålla till i kulisserna. Beroende på hur vi uppfattar och tolkar spelet kan utgången ta olika riktning. Vi kan, om den beskrivna *onda dubbelspiralen* satts i rörelse, betrakta det som sker som en deprimerande eller showartad tillställning för de redan invigda – ett skådespel där vi reduceras till passiva medborgare i en åskådardemokrati (Strömbäck, 2001). Vi kan också, vägleda av den *goda dubbelspiralen* om cynismen ersatts av intresse, inspirerat följa det dramatiserade spelet och därigenom själva vilja engagera oss politiskt – kanske till och med partipolitiskt. Det står dock klart, vill jag betona, att politikern och journalisten tillsammans är *moraliskt ansvariga* för spelet i det medierade mötet. Liksom att deras medvetenhet om det ritualiserade spelet, problematiken kring både det och insikten om hur de tillsammans framträder inför medborgarna, är av stor vikt för deras trovärdighet – om de överhuvudtaget ska vinna medborgarnas förtroende och tillit.

Kan är ett betydelsefullt ord i sammanhanget. För som forskare uttrycker är de individuella skillnaderna stora, vi har alla vår respektive bakgrund, kunskap och förförståelse. Dessutom blir vi allt mer selektiva, kritiska och kräsna i vår mediekonsumtion. Medierna är inte längre allsmäktiga – även om de tillhandahåller och ”sätter scenen” för spelet och därför kan tillmätas stor makt. Politikern och journalisten förenas i att de behöver publikens/medborgarnas uppmärksamhet men vi är inte längre lika trogna och det krävs allt större insatser för att vinna kampen om vår uppmärksamhet (Nygren, 2005). Långsiktiga lojaliteter med organiserade kollektiv som politiska partier och fackförbund ersätts av en mer kritisk och ombytlig attityd. Allt fler väljer att engagera sig i olika sakfrågor istället för partipolitiken och det via nya medier snarare än de traditionella (Bengtsson, 2008). Den snabba tekniska utvecklingen medför också att medborgaren övergår från att vara mottagare till att bli innehållsproducent (Nygren, 2008). I ljuset av det kan vi fråga oss hur den medieträning som vi känner till idag ska utvecklas. Hur hanterar politiker och andra makthavare exponeringen och nyhetsflödet i de sociala medierna? Medieträning 2.0 torde snarast handla om att lära sig allt om vilka spelregler som gäller för olika sociala medier, hur de fungerar och hur man som politiker kan använda dem för demokratins bästa. I den medievärlden blir det en sorts ”offentlig osynlighet” som är väl så intressant och påkallad att forska vidare kring.

Källförteckning

Litteratur

- Ahlström, Börje & Nygren, Gunnar (red) (2000).
På väg mot medievärlden 2020. Utveckling, teknik, marknad. Lund: Studentlitteratur.
- Altheide, David L. & Snow, Robert P. (1979).
Media Logic. Beverly Hills, Cal: Sage Publications Inc.
- Assman, Jasine, Nordin, Linda & Westin, Angela (2003).
Medieträning – ett Problematiskt eller Proaktivt kommunikationsverktyg.
C-uppsats, Stockholms Universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Asp, Kent, Johansson, Bengt & Larsson, Larsåke (1997).
Nära nyheter. Studier om kommunaljournalistik.
Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs Universitet.
- Asp, Kent (1986).
Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning.
Stockholm: Förlaget Akademitratur AB.
- Bengtsson, Åsa (2008).
Politiskt deltagande. Lund: Studentlitteratur.
- Björk, Gunnela (2002).
Palme och medialiseringen i Åsard, Erik (red), *Politikern Olof Palme.*
Stockholm: Hjalmarson & Högberg Bokförlag.
- Bourdieu, Pierre (1998).
Om televisionen. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag.
- Cappella, Joseph N. & Jamieson, Kathleen Hall (1997).
Spiral of cynisim. The Press and the Public Good.
New York: Oxford University Press. Elektronisk bok/E-library Malmö Högskola.
- Collste, Göran (1996).
Inledning till etiken. Lund: Studentlitteratur.
- Ekengren, Ann-Marie & Hinnfors, Jonas (2006).
Uppsatshandbok. Hur du lyckas med din uppsats. Lund: Studentlitteratur.
- Ekström, Mats (1999).
Tv-tittarna och demokratin i *Politikens medialisering*, SOU 1999:126
Stockholm: Fritzes.
- Ekström, Mats & Larsson, LarsÅke (2000).
Metoder i kommunikationsvetenskap. Lund: Studentlitteratur.

- Ekström, Mats & Nohrstedt, Stig-Arne (1996).
Journalistikens etiska problem. Stockholm: Rabén Prisma.
- Fiske, Susan T. & Taylor, Shelley E. (1991).
Social Cognition. Singapore: McCraw-Hill Book Co.
- Gerbner, George (1988).
Violence and terror in the mass media. Paris: Unesco.
- Giddens, Anthony (1993).
Sociologi. Lund: Studentlitteratur.
- Ghersetti, Marina (2004).
Sensationsjournalistikens mekanismer i Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red),
Medierna och demokratin. Lund: Studentlitteratur.
- Goffman, Erving (1959, 2004).
Jaget och maskerna. En studie i vardagslivets dramatik.
Stockholm: Norstedts Akademiska Förlag.
- Hvitfelt, Håkan (1996).
Skurkar, kapplöpningar och sensationer. Om marknadsstyrd journalistik och politisk populism.
I Carlsson, Ulla (red), *Medierna i samhället: Igår, idag, i morgon*.
Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Häger, Björn (2001).
Intervjuteknik. Malmö: Liber.
- Håkansson, Nicklas (2004).
Politiker och journalister: kamp om presentation och representation. I Nord, Lars & Strömbäck,
Jesper (red), *Journalistik, medier och demokrati*.
Lund: Studentlitteratur.
- Iyengar, Shanto & Kinder, Donald R. (1987).
News that Matters. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, Shanto (1991).
Is Anyone responsible? How Television Frames Political Issues.
Chicago: University of Chicago Press.
- Karaszi, Peter (red) (2004).
Stora PR-boken. Stockholm: Prime PR.
- Karaszi, Peter (2000).
Använd media. Stockholm: Prime PR.
- Kvale, Steinar (1997).
Den kvalitativa forskningsintervjun. Lund: Studentlitteratur.
- Lind, Håkan, Lindahl Persson, Jenny & Borgs, Martin (2005).
Medietränad. Stockholm: Norstedts Akademiska Förlag.

Lindblad, Anna & Persson, Sandra (2007).

Politisk PR-isering. En fallstudie av nya moderaternas politiska kommunikation.

C-uppsats, Växjö Universitet, Institutionen för samhällsvetenskap.

Lippman, Walter (1922).

Public Opinion. New York: The Macmillan Company.

Ljunggren, Stig-Björn (2003).

När medierna tar makten. Ett demokratiskt omställningsprogram i upplevelseindustrins skugga.

Stockholm: Hjalmarson & Högberg.

McCombs, Maxwell (2004).

Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion. Cambridge: Polity Press.

McQuail, Denis (2000).

Mass Communication Theory. London: Sage Publications.

McManus, John H. (1994).

Market-Driven journalism. Let the citizen beware? Thousand Oaks: Sage Publications Inc.

Möller, Göran (2003).

Moralens nycklar. Skellefteå; Artos & Norma Bokförlag.

Nord, Lars (1997).

Spelet om opinionen. Möten mellan makthavare, medier och medborgare.

Lund: Studentlitteratur

Nord, Lars (2008).

På spaning efter en mediepolitik. En studie av de svenska riksdagspartiernas syn på press, radio och TV. Stockholm: Santérus Förlag.

Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (2004).

Journalistik, medier och demokrati i *Medierna och demokratin.* Lund: Studentlitteratur

Norris, Pippa (1999).

Critical Citizens. Global Support for Democratic Governance. Oxford: Oxford University Press.

Nygren, Gunnar (2008).

Yrke på glid – om journalistrollens de-professionalisering.

Stockholm: Stiftelsen Institutet för mediastudier

Nygren, Gunnar (2005).

Skilda medievärldar. Lokal offentlighet och lokala medier i Stockholm.

Doktorsavhandling, Stockholms Universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation. Eslöv: Brutus Östling Bokförlag Symposium.

Palm, Lars & Falkheimer, Jesper (2005).

Förtroendekriser, Kommunikationsstrategier före, under och efter.

KBM:s temaserie 2005:5. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.

Severin, Werner J. & Tankard, James W. Jr. (2001).
Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media.
New York: Longman.

SOU 1995:37 (Statens offentliga utredningar). Stockholm: Fritzes.

Strömbäck, Jesper (2000).
Makt och människor. En bok om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna. Lund: Studentlitteratur

Strömbäck, Jesper. (2001)
Gäster hos verkligheten, en studie av journalistik, demokrati och politisk misstro.
Doktorsavhandling, Stockholms Universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposium.

Strömbäck, Jesper (2004).
Den medialiserade demokratin. Om journalistikens ideal, verklighet och makt.
Stockholm: SNS Förlag

Svenungsson, Marie & Ålebring, Sara (2000).
Makten över det offentliga rummet – om relationen mellan politiker och journalister ur ett demokratiskt perspektiv.
C-uppsats, Lunds Universitet, Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap.

Thompson, John B. (2001).
Medierna och moderniteten. Göteborg: Bokförlaget Daidalos.

Wigorts Yngvesson, Susanne (2006).
Den moraliske journalisten. En analys av yrkesetik, ideal och dygder.
Uppsala: Acta Universitatis Upsaliensis, Uppsala universitet.

Östbye, Helge, Knapskog, Karl, Helland, Knut & Larsen, Leif Ove (2004).
Metodbok för medievetenskap. Malmö: Liber.

Tidskrifter – artiklar

Asker, A. (20070423) ”Ånger är inget för Marjasin”. *Svenska Dagbladet*.

de Faire, C. (20050922) ”Prispress på medietränare bra affär för pr-byråerna”. *Resumé*.

Ekström, A. (20071113) ”Medieträning borde vara självklart – för oss”. *Journalisten*.

Hörnfeltdt, E. (20070320) ”Medieträning inte alls suspekt”. *Journalisten*.

Nordin, A. (2/ 2007) ”Lär dig konsten att möta media. *Tidningen Loop*.

Sandstig, O., Ekvall, P.& Sylvan, C. (1/1997) ”De nya journalistiska uppdragen, Muckrakers eller buckrakers?” *Makt & Media*.

Wallén, M. (20060916) ”Charmig, välklädd”. *Dagens Industri*.

Wengström, H.a (20070118) ”Ge besked och ljug inte”. *Dagens Samhälle*

Elektroniska källor

Vetenskapsrådets forskningsetiska riktlinjer
<http://www.codex.uu.se/forskningsetik.shtml>
Hämtad 080430, senast uppdaterad 2008.

Spelregler för press, radio och TV, Pressens samarbetsnämnd
Svenska Journalistförbundet
http://www.sjf.se/portal/page?_pageid=53,38441&_dad=portal&_schema=PORTAL
Hämtad 080503, senast uppdaterad 2008.

Tv-program

Hedenmo, A. (2000). ”Träna för att manipulera media” i *Mediemagasinet*.
Stockholm: SVT2 21 september.

Arte, France (2005). “Lords of the Spin – In the shadow of Power” i *Kunskapskanalen*.
Stockholm: SVT 11 december.

Bilaga 1 Intervjupersoner

Konsulter

Jenny Lindahl Persson, konsult (nu informationschef Vänsterpartiet) (2008-04-09, telefonintervju)

Patrik Westander, VD och konsult, Westander Publicitet & Påverkan (2008-03-14)

Tommy Borglund, konsult, Hallvarsson & Halvarsson (2008-06-12, kort telefonintervju)

Journalister/reportrar

Gösta Backlund, Sydnytt, Sveriges Television (2008-03-18)

Andreas Ekström, Sydsvenska Dagbladet (2008-03-27, telefonintervju)

Erik Magnusson, Sydsvenska Dagbladet (2008-04-02)

Richard Lööf, Rapport, Sveriges Television (2008-03-31)

Maria Rydhagen, Expressen/Kvällsposten (2008-04-01)

Per-Ola Ohlsson, Aftonbladet (2008-04-22)

Karl-Gösta Bergström, Rapport, KGB, Sveriges Television (2008-06-13, telefonintervju)

Politiker

Lynn Ljungberg, kommunalråd (s) Malmö (2008-04-04)

Anneli Philipson, kommunalråd (v) Malmö (2008-04-18)

Anja Sonesson, oppositionskommunalråd (m) Malmö (2008-04-22)

Kent Härstedt, riksdagspolitiker (s) (2008-05-09, telefonintervju)

Bo Bernhardsson, riksdagspolitiker (s), f d chefredaktör tidningen Arbetet (2008-05-06)

Bilaga 2 Intervjuguider

Journalist och konsult

MÄNNISKOR och MEDIA ALLMÄNT

Upplevelsen av människors möte med media

Förändring över tid

Skillnader – likheter (yrke, ålder, kön etc)

Åsikt om relationen i allmänhet

MEDIETRÄNING ALLMÄNT

Egen erfarenhet (utbildad och/eller utbildare), åsikt

Förekomst

Hantering av medietränade intervjupersoner

Tecken som tyder på medieträning

Intervjusituationen som sådan

Svårintervjuade personer/politiker, orsaker, skillnader

Varför vissa är bättre/sämre än andra på att möta medier

HOT och MÖJLIGHETER

Hot/nackdelar/risker

Möjligheter/fördelar

Medborgarnas bild

Demokratiaspekten

FRAMTID (idéer/utblick)

Politiker

MÄNNISKOR och MEDIA ALLMÄNT

Upplevelsen av människors möte med media

Förändring över tid

Skillnader – likheter (yrke, ålder, kön etc)

Förberedelser, känslor inför intervjusituationen

Uppfattning om journalistens förberedelser

Åsikt om relationen i allmänhet

MEDIETRÄNING ALLMÄNT

Förekomst, ev nivåskillnader, uppfattning om uppriktighet kring

Egen erfarenhet, åsikt

Skillnad före/efter

Intervjusituationen som sådan, svårt/lätt

Särskilt svåra journalister att möta, orsaker, skillnader

Varför vissa är bättre/sämre än andra på att möta medier

HOT och MÖJLIGHETER

Hot/nackdelar/risker

Möjligheter/fördelar

Medborgarnas bild

Demokratiaspekten

FRAMTID (idéer/utblick)

Bilaga 3 Medieträning – några vanliga tekniker

”B-metoden”

Budskap – att i förväg tänka igenom sitt budskap som sammanfattas i max tre punkter. Budskapen ska vara enkla och tydliga, gärna slagfärdiga one liners som är lagom långa för att passa i etermedier men som inte kan misstolkas.

Blocka – konsten att undvika att svara, men aldrig säga ”inga kommentarer”. Istället hänvisa till en policy: ”Vi kommenterar aldrig affärsuppgörelser mellan oss och annan part”, eller till en annan person eftersom ”frågan ligger utanför ens kunskapsområde”. Även styra undan genom att betona vad som bör tas upp ”Låt oss först ha fakta klara för oss...” etc.

Brygga/broa – att föra över samtalen till det man egentligen vill prata om, det budskap man vill förmedla. ”Låt mig hellre säga att...” , ”Det är inget jag vill spekulera i men däremot kan jag berätta att...”, ” huvudfrågan är...” etc

Beta (kroka) – den intervjuade försöker få tala om det han vill. Genom att använda slagkraftiga och intresseväckande påståenden lockas journalisten att fråga om det den intervjuade vill. ”Vi har en radikalt förändrad inriktning” eller ”Låt oss inte glömma vad medborgaren mest vill...”

Betona – ett budskap kräver betoning, ofta upprepning för att bli tydligt. Dock upprepas inte exakt samma fras utan varierar: ”... sammanfattningsvis är det så...”, ”Låt mig klargöra att...”

Bilder – att använda sig av metaforer och liknelser är ett sätt att uttrycka sig enkelt, konkret och komprimerat när den intervjuade har kort tid på sig att svara, till exempel i tv eller radio.

ASP-metoden

Tre huvudbegrepp bildar utgångspunkt; Agenda, Sound bites och Proof points

Agenda – vad vill du uppnå ? Förmedla en känsla eller ett budskap? Avstyra ett intresse?

Sound bites – ord och formuleringar som du ska återkomma till för att förmedla ditt budskap. Kan du komprimera, konkretisera eller bygga in en konflikt? Kan du använda bilder eller liknelser? Förstår målgruppen vad du menar?

Proof points – hur kan du styrka vad du vill ha sagt? Vilka argument ska du använda?

Vilka auktoriteter ska du hänvisa till? Vilka anekdoter ska du berätta?

Sammanställt efter Lind, Lindahl Persson & Borgs, 2005; Karaszi, 2000; Häger, 2001 samt efter egen yrkeserfarenhet.

