

EFTER AVGÅNGEN



EN STUDIE AV AFFÄREN LITTORIN



EFTER AVGÅNGEN - en studie av affären Littorin

Text & redigering:

Anders Hovne
Christoffer Malm
Sara Rönnerberg

Kontakt:

anders.hovne@student.gu.se
gusmalm61@student.gu.se
gusronnsa@student.gu.se

Handledare:

Jenny Wiik

Omslag:

Johan Leion
www.johanleion.com

Musik:

<http://bit.ly/hBwgRZ>

**Journalistprogrammet
Institutionen för Journalistik, Medier och Kommunikation
Göteborgs Universitet**

HT 2010

INNEHÅLL

INLEDNING

Prolog: Det var en gång en minister.....	4
Affärens nyckelhändelser.....	5



BAKGRUND & TEORI

Saklighet, relevans och sensation.....	7
Etik som enar och delar.....	8
Om kommersiella krav och ekonomiska villkor.....	10
Skandalens recept.....	12



METOD & RESULTAT

Kort om metod.....	15
Tidningarna.....	15
Från skandal till debatt - affären Littorin i siffror.....	16
Vad skrev Aftonbladet?.....	20
INSTICK N ^o 1: Aftonbladets bekymmer.....	22
Att skriva eller inte skriva?.....	23
INSTICK N ^o 2: Tre etiska problem.....	25
Att göra en BBC.....	26
INSTICK N ^o 3: Skandal eller inte?.....	27



INTERVJUER

Jonathan Falck har aldrig sett något liknande.....	29
Thomas Mattsson spelar gärna skurken.....	32
Daniel Sandströms tidning är annorlunda.....	34
Martin Jönsson väntade på nyhetsvärdet.....	36
Åsa Tillberg ser fortfarande frågor.....	38
INSTICK N ^o 4: Intervjukommentarer.....	39



KOMMENTAR

“Det oväntade är det effektiva”.....	41
“Journalisterna är storviltjägare”.....	42
INSTICK N ^o 5: Den nya offentligheten.....	43



AVSLUTNING

Tecken i tiden.....	44
Epilog: Så var sagan all...?.....	46



PROLOG: Det var en gång en minister...

Onsdagen den 7 juli år 2010, klockan halv nio på morgonen, avgick Sveriges arbetsmarknadsminister Sven Otto Littorin.

På en snabbinkallad presskonferens i ett högsommargrönskande Visby berättade han med tårar i ögonen och darrande underläpp om den mediebevakning som han utsatts för. I samband med en uppslitande vårdnadstvist hade hans privatliv vänts ut och in av svenska journalister. Rösten brast nästan när han redogjorde för hur de nyhetshungrande reportrarna hade belägrat hans hem, och till och med ringt hans barn. Till sist orkade han inte stå i rampljuset längre. Nu fick det vara nog. Få som såg honom lämnades oberörda.

Avgången fick stor medial uppmärksamhet. För många kom den oväntat. Senare på hösten skulle det hållas riksdagsval i Sverige, och det såg ut att bli mycket jämnt. I och med arbetsmarknadsministerns avhopp försvann en av regeringens förgrundsfigurer, en av arkitekterna bakom de nya Moderaterna och en av statsminister Fredrik Reinfeldts personliga vänner. Dessutom skedde det hela mitt under den så kallade Almedalsveckan på Gotland. Politik stod på medias dagordning och avgången måste teta sig som ett gyllene tillfälle för politiska redaktörer att få fundera och spekulera kring eventuella följder inför det stundande valet.

Så långt inget konstigt. Ministrar har avgått förr, och kommer med all sannolikhet att göra det igen. Men historien skulle den här gången ta en synnerligen oväntad vändning. Ett par dagar efter presskonferensen publicerar nämligen Aftonbladet en högst uppseendeväckande uppgift. Man hävdar att Sven Otto Littorin inte uppgivit det verkliga skälet till sin avgång. Istället, menar nu tidningen, skulle orsaken vara att Littorin konfronterats med uppgifter om ett brott han skulle ha begått, och som redaktionen fått kännedom om. Vilket brott det handlar om avslöjar man dock inte och inte blir det klarare av att den numera före detta ministern går under jorden och vägrar lämna några kommentarer. Detta kom att bli starten på affären Littorin, en affär fylld av frågor. Att Aftonbladet bara ett par dagar senare gjorde helt om och ändå redogjorde för vilket brott det handlade om och att brottet var sexköp, som den sittande regeringen kraftigt profilerat sig emot, gjorde inte saken bättre.

Under de kommande två veckorna skulle affären hinna ta ytterligare några vändningar. Idag, nästan sex månader senare när löven för länge sedan fallit över Almedalen, framstår det hela som en på många sätt unik svensk ministeravgång. Också för media blev affären ovanlig. Den satte fingret på en mängd etiska frågor. Hur förhåller man sig till en enda anonym källa? Hur behandlar man en person som vägrar uttala sig? Hur länge är man en offentlig person? Var går gränsen mellan det privata och det offentliga?

Sven Otto Littorin försvann som sagt, och med tiden också affären. Men frågorna finns kvar. Detta magasin är ett försök att besvara några av dem. Ett försök att sätta oss in i vad man valde att skriva då och hur man tänkte. Ett försök att förstå varför det blev som det blev, vilka inre och yttre mekanismer som styr publiceringsbesluten. Medieetikern är föränderlig, men för att se förändringen måste man då och då stanna upp och se sig över axeln.

Det är det vi vill göra.

AFFÄRENS NYCKELHÄNDELSE

Tisdag 6 juli:

- Aftonbladet konfronterar Sven Otto Littorin med uppgifter om en brottsmisstanke på Visby Flygplats. Han ställer in ett planerat framträdande på kvällen. Aftonbladet utlovas en intervju dagen efter.

Onsdag 7 juli:

- Sven Otto Littorin håller presskonferens och avgår med hänvisning till medias bevakning av honom och hans familj. Därefter lämnar han Gotland i regeringens flygplan och Aftonbladet får ingen intervju.

Torsdag 8 juli:

- Aftonbladet publicerar uppgifterna om att man har konfronterat Sven Otto Littorin, men berättar inte vilket brott det handlar om.

Lördag 10 juli:

- Aftonbladet berättar att det handlar om ett sexköp som ska ha inträffat 2006. Brottet är preskriberat.
- Fredrik Reinfeldt håller en snabbinkallad presskonferens.
- Sven Otto Littorin förnekar brott via sin advokat.

Onsdag 14 juli:

- Sven Otto Littorin uttalar sig om affären via en e-post-intervju i Dagens Nyheter.

Torsdag 15 juli:

- Expressen publicerar vad man anser är en dementi från Sven Otto Littorins pressekreterare Agnes Palinski, som hon ska ha gjort till Aftonbladet den 6:e juli.



ADITET

AKASA

TORAN

AVGA

Yun Minsiters Danikaystun

SAKLIGHET, RELEVANS OCH SENSATION

I en väl fungerande demokrati har media några mycket viktiga grundläggande funktioner. Enligt den svenska pressutredningen från 1994 ska svensk media dels förse medborgare med sådan information att de fritt och självständigt kan fatta beslut i samhällsfrågor, dels granska de inflytelserika i samhället och dels bidra till att olika åsikter och kulturyttringar kommer till tals. Dessa tre uppgifter bör vara vägledande för medias arbete. Ibland kallas de för "medias demokratiska uppgifter". Kring detta diskuterar Jesper Strömbäck och Lars Nord i boken *Medierna och demokratin*: För att journalistiken ska nå upp till de grundläggande kraven krävs att den så långt det går strävar efter att vara *saklig*, alltså att det man skriver är sant. Journalistikens första krav måste alltid vara sanningen. Utifrån denna tes ställer de upp sju huvudkrav som bör kunna ställas på journalistiken:

1. Att tillämpa principen om två av varandra oberoende källor.
2. Att i huvudsak vara beskrivande.
3. I den mån tolkningar förekommer, att tydligt skilja mellan fakta å ena sidan och spekulationer och tolkningar å andra sidan.
4. Att alltid tydligt skilja mellan bekräftade

och obekräftade uppgifter.

5. Att vara tydlig med vilka källor som använts.
6. Att inte dramatisera på ett sätt som suddar ut gränsen mellan sanning och fiktion.
7. Att inte anspela på allmänt hållna stereotyper och fördomar på ett sätt som bidrar till att de sprids och förstärks.

VID SIDAN AV saklighet är *relevans* ett viktigt begrepp. Eftersom medier, till skillnad från världen i övrigt, är begränsade, är det omöjligt för media att återge all sann information om allting. Varje tidning har en sistasida. Man måste göra ett urval och detta urval motiveras ofta utifrån vad som anses vara relevant eller äga *allmänintresse*. Allmänintresse är emellertid ett oklart begrepp som saknar en exakt definition. Det definieras ofta i stunden av den enskilde publicisten. Medieforskaren Hans-Gunnar Axberger och Göteborgs-Postens tidigare ansvarige utgivare Kenth Andreasson har båda resonerat kring detta. Enligt dem är skillnaden mellan allmänintresse och det man kan kalla *allmänt intresse* att det vi läsare har nytta av att veta äger allmänintresse, medan det vi vill veta för vår förströelses skull inte gör det. Skillnaden går alltså mellan vad vi har praktisk nytta av

att veta och vad vi bara tycker är roligt eller spännande. Motsatsen till allmänintresse är *särintresse*, alltså att något gynnar en viss part. Det kan hävdas att det som medierna kallar allmänintresse hos läsarna i själva verket är ett särintresse hos medierna, som bidrar till ökad försäljning och därmed ökade inkomster.

ATT NYHETSURVALET SKA styras av kraven på saklighet och relevans är det nog få som ifrågasätter. Emellertid finns det ytterligare en faktor, en mera tveksam sådan, som i praktiken påverkar. Nämligen *sensationen*. Medieforskaren Marina Ghersetti tar upp denna i sitt kapitel i *Medierna och demokratin*. En nyhet blir sensationell när den på något vis är oväntad och överraskande och därmed dramatikhöjande. I många fall är saklighet och relevans raka motsatser till sensation. Trots detta tenderar sensationen att värderas högre än saklighet och relevans i praktiken.

I EN ALLT MER kommersialiserad nyhetsvärld är det de sensationella nyheterna som säljer bäst, på bekostnad av de traditionellt seriösa, vilka i ett framtidsperspektiv riskerar att förpassas till smala och publikmässigt små medier. ■

ETIK SOM ENAR OCH DELAR

Sveriges pressetiska system organiserades tidigt. Det har präglats av att hänsynen upphöjts till norm och fått en mer central roll än redovisningen av verkligheten. Från att från början ha varit helt frivilligt och inte ställt några hårdare krav på pressen har systemet gått mot att bli relativt kontrollerande och övervakande. Trots detta har det inte tappat sin karaktär av självsanering.

De pressetiska regler som svenska medier måste förhålla sig till finns samlade i *Spelregler för press, radio och tv*. Inom spelreglerna finner vi de tre kategorierna Publicitetsregler, Yrkesregler och Riktlinjer för textreklam. Det är under publicitetsreglerna som reglerna för publicistiska beslut återfinns. De uttrycks i sjutton punkter samlade under sex rubriker som sammanfattar den grundläggande samsynen på hur journalistik bör gå till: ge korrekta nyheter, var generös med bemötanden, respektera den personliga integriteten, var varsam med bilder, hör båda sidor samt var försiktig med namn.

HANS-GUNNAR AXBERGER är professor i medierätt och före detta pressombudsman och han skriver i *Pressetik - pressetiska konflikter, regler och synsätt* om att "pressetiken är rik på genuina etiska problem som saknar entydiga lösningar, där utrymme alltid finns att hävda olika meningar och där det saknas möjlighet för en domare att med användande av generella principer slutligt avgöra vem som har rätt. Därför diskuteras ofta pressetik. Entydiga lösningar bör kanske inte eftersträvas, det kan leda till schablonmässiga och dogmatiska normer".

Den egentliga pressetiken består enligt Hans-Gunnar Axberger av den enorma mängd etiska konflikter och frågeställningar som kan uppkomma i publicistisk verksamhet. Den reglerade pressetiken, med en regelsamling och en domstolsliknande instans, är bara en del av denna.

ÄVEN BRITT BÖRJESSON och Lennart Weibull poängterar i *Publicistiska seder* att pressetiken inte bara handlar om regelsystemet utan också om bedömningar i enskilda fall, som i sin tur leder till diskussioner och frågor kring hur systemet ska fungera och som påverkar systemets utveckling.

I PRESSETIKEN LIGGER EN inneboende kluvenhet, och rentav en konflikt, mellan två grundläggande krav: sanningskravet och hänsynskravet. Det som publiceras måste vara sant, samtidigt måste hänsyn tas till den individ som publiceringen handlar om. Även om strävan efter att alltid föra fram sanningen tillhör ett av journalistikens grundkrav, så får man inte hur som helst berätta kränkande eller nedsättande saker om enskilda personer, även om uppgifterna är sanna.

DE TVÅ GRUNDLÄGGANDE kraven på pressetiken kan härledas till två ideologier. I boken *Journalistikens etiska problem* skriver Mats Ekström och Stig Arne Nohrstedt om de två inriktningarna. Anhängare av den *frihetliga ideologin* förespråkar fri opinionsbildning, oberoende kritisk granskning och att publiken ska få all den relevanta information den är berättigad till. För att man ska uppnå detta krävs att sanningen går före allt, journalistikens integritet är viktigare än andra hänsyntaganden. Enligt den *sociala ansvarsideologin* däremot är det journalistikens ansvar att ge publiken en allsidig och nyanserad bild av verkligheten. Medierna har en roll som upplysare, och då måste det enligt ansvarsideologin finnas vissa gränser och regleringar.

AVVÄGNINGEN MELLAN DEN frihetliga ideologins sanningsideal och den mer hänsynsbetonade ansvarsideologin är det som framför allt gör pressetiken till en debattarena och en "levande materia" som ständigt måste diskuteras och problematiseras.

SKYDDET FÖR DEN ENSKILDES integritet är inskrivet i grundlagen och har i

någon form funnits med i svensk lag sedan 1700-talet. I dag finner vi den under förtalsparagraferna både i Brottsbalken och Tryckfrihetsförordningen. I utvecklingen av svensk lag har diskussioner ofta förts kring förtalsbestämmelserna, diskussioner som mynnat ut i att skyddet för individens anseende är starkt och går före sanningskravet, så länge sanningen inte har ett "oavvisligt allmänintresse".

DAGENS PRESSETISKA REGLER har sin grund i diskussioner som fördes i Publicistklubben (PK) under de första åren av 1900-talet. I PK organiserade sig journalister, publicister, tidningsutgivare och andra i branschen för att föra debatt kring publicistik. Ett PM som PK skickade ut till landets tidningsredaktioner 1901 tog upp rekommendationer för namnpublicering i samband med rapportering av brott. De kallades för PK-reglerna och var det första frötet till dagens publicitetsregler. De påföljande 70 åren skulle de komma att revideras och utökas tills PK, Svenska Journalistförbundet och Tidningsutgivarna år 1975 tillsammans gav ut *Spelreglerna för press, radio och tv*, i vilka Publicitetsreglerna behandlar de etiska aspekterna av all publiceringsverksamhet.

HÄNSYNTEN TILL PRIVATLIVETS helgd är som nämnts tidigare grundläggande inom både pressetiken och rättssystemet. Vidare gör pressens roll som granskare och samhällsupplysare i ett demokratiskt samhälle att vi ser det som naturligt att den offentliga arena varifrån samhället styrs ska vara öppen för granskning. Fullständig insyn i det offentliga är en självklarhet. På samma sätt är det en självklarhet att det vid sidan av den offentliga arenan måste finnas en privat sfär. Den som i sitt yrke befinner sig i en makt- eller förtroendeposition är en offentlig person, och med positionen godkänner denne att hennes eller hans roll i offentligheten är tillgänglig för insyn och granskning. Men när denne kliver ur yrkesrollen ska hon eller han kunna vara ifred som privat person i sin privata sfär.

I *PUBLICISTISKA SEDER* SKRIVER Britt Börjesson och Lennart Weibull om "en markerad rågång" mellan privat och offentligt liv, och hur denna rågång under vissa förutsättningar får överträdas, men bara om det som sker i den privata sfären på ett tydligt sätt påverkar den offentliga sfären.

HANS-GUNNAR AXBERGER diskuterar också hur offentliga personer i princip får

tåla att kränkande uppgifter publiceras om dem, men då krävs att uppgifterna har allmänintresse. Dessutom är det viktigt att den utpekade får en chans att komma till tals.

EN AV SOCIOLOGINS GIGANTER, Erwin Goffman, har också resonerat kring den tidigare tydliga uppdelningen mellan det privata och offentliga. Han utvecklade en mycket inflytelserik teori som kallades den dramaturgiska modellen. Han använder teatern som en metafor för den mänskliga samvaron. I den bakre regionen, back stage, är vi oss själva. Där är vi Jaget. Avslappnade, personliga, där finns våra tankar, känslor och liknande. När vi sedan kliver ut på scenen, den främre regionen träder vi in i de olika roller som offentligheten kräver av oss. Yrkesroller, klassens clown, seriös vuxen eller vad det nu kan vara. ■

LÄS MER

Hans-Gunnar Axberger
Pressetik, pressetiska konflikter, regler och synsätt
Britt Börjesson & Lennart Weibull
Publicistiska seder
Mats Ekström & Stig Arne Nohrstedt
Journalistikens etiska problem

PUBLICITETSREGLERNA

Press, tv och radio skall ha största frihet inom ramen för tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen för att kunna tjäna som nyhetsförmedlare och som granskare av samhällslivet och för att kunna publicera det som är av vikt och betydelse för medborgarna. Det gäller dock att skydda enskilda mot oförskyllt lidande genom publicitet. Etiken tar sig inte i första hand uttryck i en formell regelutläggning utan i en ansvarig hållning inför den publicistiska uppgiften. De etiska reglerna för press, radio och tv är ett stöd för den hållningen.

Ge korrekta nyheter

1. Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling.
2. Var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.
3. Löpsedel, rubrik och ingress skall ha täckning i texten.
4. Slå vakt om den dokumentära bilden. Var noga med att bilder och grafiska illustrationer är korrekta och inte utnyttjas på ett missvisande sätt.

Var generös med bemötanden

5. Felaktig sakuppgift skall rättas, när det är påkallat. Den som gör anspråk på att bemöta ett påstående skall, om det är befoget, beredas tillfälle till genmäle. Rättelse och genmäle skall i lämplig form publiceras utan dröjsmål och på så sätt att de kan uppmärksammas av dem som har fått del av de ursprungliga uppgifterna. Observera att ett genmäle inte alltid kräver en redaktionell kommentar.
6. Publicera utan dröjsmål Pressens Opinionsnämnds klandrande uttalanden i fall som rör den egna tidningen.

Respektera den personliga integriteten

7. Överväg noga publicitet som kan kränka privatlivets helgd. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.
8. Iakttäta stor försiktighet vid publicering av självmord och självmordsförsök särskilt av hänsyn till anhöriga och vad ovan sagts om privatlivets helgd.
9. Visa alltid offren för brott och olyckor största möjliga hänsyn. Pröva noga publicering av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga.

10. Framhäv inte berörda personers etniska ursprung, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet, religiös åskådning eller sexuell läggning om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande.

Var varsam med bilder

11. Vad som i dessa regler sägs gäller i tillämpliga delar även om bildmaterial.
12. Bildmontage, retuschering på elektronisk väg eller bildtext får ej utformas så att det vilseleder eller lurar läsaren. Ange alltid i direkt anslutning till bilden om den är förändrad genom montage eller retusch. Detta gäller även vid arkivering.

Hör båda sidor

13. Sträva efter att ge personer, som kritiserats i faktaredovisande material tillfälle att bemöta kritiken samtidigt. Sträva också efter att återge alla parter ståndpunkter. Var uppmärksam på att anmälningar av olika slag kan ha till enda syfte att skada den som blivit anmäld.
14. Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättssak bör redovisas.

Var försiktig med namn

15. Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.
16. Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.
17. Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.

Källa: po.se

OM EKONOMISKA VILLKOR OCH KOMMERSIELLA KRAV

Varför inte börja med en maxim? Pengar och journalistik har alltid varit beroende av varandra. Utan pengar ingen journalistisk produkt. Och journalistik är en dyr, personalintensiv produkt.

Ingela Wadbring, docent som forskar kring mediernas kommersialisering, är tydlig: Det första som måste göras när man vill lära känna nyhetsjournalistikens ekonomiska villkor är att beskriva annons- och publikmarknaden.

I sitt kapitel i boken *Medierna och demokratin* beskriver hon hur tidningsbranschens finansiering vilar på trenne ben. Det ena är konsumentens betalning, det andra är betalningar för annonsutrymme och det tredje är det statliga stödet som går till vissa tidningsföretag.

Robert McChesney, inflytelserik amerikansk medieforskare, konstaterar kallt att annonsörerna, inte konsumenterna, är medias viktigaste kunder. Detta innebär att mediemarknader får en egen logik där konsumenternas intressen måste filtreras genom annonsörernas krav.

OCH KAMPEN OM annonsörernas pengar har intensifierats under det senaste part decennier. Flera medier, främst inom radio och tv, har gått över till reklamfinansiering. Också helt nya medieformer, främst via internet, har med växande publikunderlag sett dagens ljus. Detta innebär att fler ska dela på en, i och för sig, ständigt växande reklamkaka. Mellan 1997 och 2008 steg annonsörernas investeringar i mediereklam från ungefär två miljarder till nästan tre och en halv miljarder kronor.

Dagspressen tar fortfarande den största andelen av annonsmarknadens pengar, med internet som en dark horse som växer snabbt och under 2009 gick förbi tv i andel av reklampengarna.

Hur ser det då ut för tidningsbranschen och dess finanser?

En traditionell modell över produktion, marknad och vinst ser ut ungefär såhär:

En vara produceras av en person som får mindre betalt för arbetet än det värde som produkten senare säljs för.

Konsumenten som köper produkten betalar alltså inte bara för det värde varan har i sig men också för det värde som varan kan säljas för på marknaden.

Mellanskillnaden mellan tillverkningskostnad och bytesvärde hamnar i fickorna på den som äger produktionsmedlen, det vill säga det råmaterial, de verktyg och så vidare som krävs för att tillverka varan.

Mediemarknaden och framför allt produkten tidning skiljer sig på ett väsentligt sätt från den här modellen och därmed andra marknader. Konsumenten betalar nämligen bara en mindre del av vad produktionen kostar. Resten av pengarna kommer från en tredje part. Annonsörerna. Därför blir det mycket viktigt för medieföretagen att visa att man har en stor publik. Ju större publik du har desto mer intressant blir det för annonsörerna att köpa annonsplats i just din tidning.

Dagspressen är hårt annonsberoende, vilket gör dem mer känsliga för konjunktur och andra svängningar. Institutet för reklam- och mediestatistik presenterar varje år siffror över hur mycket pengar som läggs på reklam och hur stor del som går till reklam i media. De visar att 2009 var ett riktigt skitår för reklambranschen. Jämfört med 2008 sjönk reklaminvesteringarna i media med hela 12 procent. Trots detta omsatte reklambranschen över fem och en halv miljarder kronor under 2009. Av dessa gick ungefär 2,8 miljarder till reklam i media.

MORGONTIDNINGARNA LEVER GOTT på sina prenumeranter. Hela 95 procent av morgontidningarnas upplaga går ut som prenumerationer. Men på grund av de låga

priserna för prenumerationer så kommer tre fjärdedelar av morgontidningarnas intäkter från annonsering. För kvällstidningar gäller det omvända läget. I stort sett varenda exemplar går som lösnummerförsäljning men bara ungefär en fjärdedel av inkomsten kommer från annonsörer. Av de totala investeringarna i reklam i media lägger morgontidningarna beslag på 12,4 procent. Kvällstidningarna delar på 2,5 procent av samma kaka.

Men delar av dagspressen är också beroende av offentligt stöd för att överhuvudtaget överleva. Det statliga presstödet kom till efter 1950-talets "tidningsdöd" då många tidningar försvann. Långt in på 60-talet brottades flera tidningar med ansträngd ekonomi och 1972 röstade riksdagen genom Socialdemokraterna och Centerpartiet, som vid tillfället var de två största partierna, tillsammans fram ett direkt presstöd. Till saken hör att tidningsdöden främst drabbat tidningar som tillhörde dessa båda rörelser. Presstödet var egentligen tänkt att vara ett tillfälligt stöd men blev snabbt en form av permanent stöttepelare för tidningar som kanske inte hade klarat sig på egen hand.

DET SOM ÄR kanske allra viktigast när mediemarknaden diskuteras i förhållande till andra marknader är att det som säljs – medierna i sig själva och journalistiken de innehåller – är av offentligt intresse. Därmed har företagen ett alldeles särskilt ansvar. I medierna existerar en stor och viktig del av det offentliga rummet. Det är här åsikter möts, debatter utspelas och beslut formas. Folkrörelsernas tid med sina stormöten är förbi, de grekiska torgen med sin offentliga debatt har för länge sedan lagts i ruiner, arbetarrörelsens demonstrationer på första maj är idag en rännil jämfört med förr. Allt som dessa forum tidigare innehöll existerar i mångt och mycket i den medialiserade

Tidningsbranschens symbios mellan annonsörer och publicister är ingen nyhet. Och pengarna behövs givetvis. Men vad händer med tidningarnas innehåll när det övergripande målet för våra viktigaste nyhetsförmedlare är att generera vinst?

delen av offentligheten och ingen annanstans. En del av vårt gemensamma rum som kontrolleras och regleras av privatägda företag.

Mediebranschen befinner sig därmed i en ständig konflikt mellan två ytterligheter. Den ena beskriver journalistiken som ett medel för att skapa ekonomisk vinst och utdelning till ägarna. I den andra änden är pengarna bara ett medel och den goda journalistiken är målet. Lars Hultén, doktor i journalistik, menar i sin bok *Orden och pengarna* att tidningsbranschen i Sverige förr lutade mer åt den andra ytterligheten då partipressen var stark och tidningarna användes som ett sätt att bedriva klasskamp och verka politiskt. Under de senaste decennierna har denna del av branschen nästan försvunnit. Dagspressen drivs nu som delar av multinationella mediekonglomerat och vågen har i de flesta fall svängt över åt den första ytterligheten – produkten journalistik som ska ge avkastning.

FINNS EN KONFLIKT mellan att tjäna marknaden och allmänheten? John McManus påpekar förtjänstfullt att även vinstdrivande nyhetsmedier kan arbeta i allmänintressets tjänst. Så varje definition av kommersialisering medför att även marknadsagerande medier kan tjäna allmänheten. Men bara i den utsträckningen att det är ekonomiskt lönsamt. Marina Ghersetti, medieforskare vid Göteborgs Universitet, uttrycker det som att medierna i dagsläget vacklar mellan publicistiska ideal och krass ekonomisk verklighet, mellan kvalitet och försäljningssiffror.

PÅVERKAR ÄGARNAS KRAV på vinst journalistikens innehåll? Ingela Wadbring skriver att det vore naivt att tro något annat än att marknadsanpassningen av mediebranschen påverkar journalistiken.

Nyhetsjournalistik kräver pengar. Ett medium som lever på annonsintäkter kan inte agera mot marknad och ekonomiska principer som fenomen. Man kan helt och klart fastslå att inget medium står utanför den ekonomiska marknaden.

Annonsörerna väljer vilka medier de alls vill annonsera i. Genom att välja ett medium och inte annat ger de det ena mediet konkurrensfördelar. Särskilt tydligt blir det på tidningsmarknaden. På detta sätt påverkas de allmänna ekonomiska resurserna. Annonsörer väljer väl det medium där de får mest spridning för pengarna.

Hur påverkar då de kommersiella förutsättningarna branschen och journalistiken? Robert McChesney, kallad en av världens främsta medieforskare, har några poänger värda att nämna i sammanhanget.

MCCHESENEY MENAR ATT det inte finns någon stor och hälsosam konkurrens mellan medier. Den fria marknaden är en myt. Snarare köper man ut, slår samman eller gör sig till partner med sina konkurrenter för att undvika just konkurrens. Även den danske medieforskaren Claus Bruhn Jensens tankar om konvergens stämmer väl in på det här påpekandet. Det finns en tydlig centraliseringstendens.

Mediekonglomeraten som ger ut tidningar i Sverige har blivit färre och större. Detta leder till att marknaden uppmuntrar enhetlighet. Varje producent lägger sig på en outtalad lägstanivå. Den nivå som krävs för att så billigt som möjligt upprätthålla konsumentintresset och därmed maximera publiken. Det här blir kanske extra problematiskt för nyhetsmedia, där mångfald, bredd och olika synsätt får anses vara viktigt.

Det är också så att konsumenter enbart kan förhålla sig till och uppskatta sådant de faktiskt blir erbjudna. Medieföretagen vill givetvis erbjuda sina konsumenter allt de

vill ha, den perfekta produkten. Men det gör man bara så länge det är ekonomiskt lönsamt. Om den goda journalistiken ligger bortom den gränsen får konsumenten hålla till godo med sämre journalistik.

Slutligen menar McChesney att marknader är odemokratiska i sin natur. De väljer alltid att följa pengarna. Detta innebär att de förmögna och inflytelserika gagnas på bekostnad av andra strata i samhället. Ju mer pengar en konsument har, desto större blir hennes möjlighet att få tag i varor av hög kvalitet, det vill säga media med god journalistik.

HUR MAN ÄN vänder och vrider på det är det svårt att se journalistiken som annat än en biprodukt. Den svenska tidningsbranschen ska göra pengar. Pengar för att kunna fortsätta med sitt journalistiska arbete, men också pengar till alla de som köpt aktier i företagen som driver tidningarna. Det är det övergripande målet för alla medieföretag.

Så långt har vi rört oss i det teoretiska. Men hur påverkade kommersiella användanden affären Littorin? Kostade tidningarna på sig den svårare – och dyrare – undersökande och kritiska journalistiken? Vågade man sig på en egen linje i affären eller lade man sig på den gemensamma lägstanivå McChesney beskriver? Läs vidare! ■

LÄS MER

Lars J. Hultén
Orden och pengarna: om kamp och kapitulation i journalistiken

John H. McManus
Marktdriven Journalism: Let the Citizen Beware?

Ingela Wadbring
Nyhetsjournalistikens ekonomiska villkor ur Medierna och demokratin

SKANDALENS RECEPT

I den moderna journalistiken har skandalen kommit att bli ett etablerat och väl beprövat berättartekniskt grepp. I medieskandalen har medierna en väl fungerande dramaturgi som är lätt för läsarna att ta till sig.

Två forskare som fördjupat sig i medieskandalens uppbyggnad och funktion är amerikanerna James Lull och Stephen Hinerman, bland annat i boken *Media Scandals*. De menar att den moderna medieskandalen i grunden är ett socialt fenomen som ursprungligen härstammar ur ryktesspridning, som länge varit en metod för att straffa individer som bryter mot samhällets sociala normer och regler. Under 1800-talet kom ryktesspridning att bli en viktig del av dåtida nyhetsmediers knep för att locka läsare. Man ville dels ge läsarna information, men också underhållning vilket skulle locka dem till fortsatt läsning. Resultatet blev en journalistisk genre som kom att kallas "sin and corruption", synd och korruption. Redan här framträdde några grundläggande regler för hur medieskandalen formas och utvecklas, något vi ska återkomma till.

I TAKT MED ATT massmedierna har utvecklats har samhällets politiska ledare blivit allt mer synliga och därmed välkända. Man brukar tala om samhällets medialisering, där medierna har blivit ett eget, offentligt rum. Detta faktum och dess konsekvenser diskuteras av John Thompson, bland annat i böckerna *Media and modernity* och *Political Scandal*. Till att börja med menar Thompson att den ökade synligheten som massmedia fört med sig har givit politiker och makthavare att antal fördelar. Med hjälp av massmedia kan man plötsligt nå ut till långt mycket fler människor än tidigare, då man var begränsad av vilka man faktiskt fysiskt kunde träffa via debatter och politiska möten. Media har gjort att publiken kan befinna sig var

som helst och ända lyssna på budskapen som förs ut. Med hjälp av radio och TV har mediepubliken också lärt sig hur politikerna ser ut och låter, och i dagens medialiserade samhället har våra politiker slutligen blivit en form av kändisar. Vi upplever dem i högre grad som människor vi känner personligen, snarare än avlägsna beslutsfattare, vilket gör att de kan använda personliga karaktärsdrag i debatten, exempelvis utnyttja att de har ett förtroendeingivande sätt eller en lugn röst. Thompson kallar detta för en medierad intimitet, när makt-havare med hjälp av medierna spelar på sina personliga egenskaper och försöker framställa sig som vanliga människor snarare än just makthavare.

DEN ÖKADE SYNLIGHETEN kan alltså vara något som politiker kan utnyttja till sin fördel, men den kan också utgöra en fara. Ökad synlighet för också med sig en ökad granskning. Samtidigt som man kan använda goda personliga egenskaper till sin fördel, kan eventuella snedsteg i det privata livet hållas emot en person. Thompson talar om den främre regionen, det offentliga livet, där man är på sin vakt och tänker noga på vad man gör och säger, och den bakre regionen, det privata, där man slappnar av och kanske inte alltid är lika försiktig. Faran för politikerna uppstår när något mindre smickrande ur den bakre regionen, läcker ut och blir synligt i den främre. I ett allt mer medialiserat samhälle kan ett sådant läckage snabbt spridas till en stor publik och grunden till en skandal är ett faktum.

SOM NÄMNDES OVAN finns det vissa givna

ingredienser och mönster som återkommer i de flesta medieskandaler. Kring detta diskuterar såväl Thompson som Lull och Hinerman. För det första krävs det som vi sett att en person bryter mot någon form av social norm eller regel. Detta sker ofta i den bakre regionen, alltså i det privata livet, vilket gör att allmänheten inte omedelbart får kännedom om det. Nästa steg är således att någon rapporterar om normbrottet till media, som i sin tur publicerar det och gör det allmänt känt. Skandalen uppstår nämligen först när tredje part genom media får kännedom om det hela, och denna kännedom leder till att den skyldige drabbas av ett allmänt ogillande. Följaktligen bedöms skandalen utifrån vad som är allmänt socialt accepterat eller inte, och vad som har potential att bli en skandal kan således variera med tid och rum. Om människor över lag inte blir upprörda över uppgifterna som publiceras och ger uttryck för detta via exempelvis inlägg på debattsidor, uppstår heller ingen skandal. Skandalen kräver inte bara allmän kännedom utan också uttalat allmänt ogillande. När skandalen sedan fått fäste ger sig andra medier in och kommer med nya avslöjanden och uppgifter som håller skandalen vid liv.

EFTERSOM EN PERSON som drabbats av en skandal riskerar att drabbas av kraftigt skadat personligt anseende försöker denne i allmänhet försvara sig mot anklagelserna. Thompson kallar detta för kampen om namnet, den drabbade gör allt för att komma ur skandalens grepp med anseendet i behåll. Försvaret kan ske på flera sätt. En försvarsmetod kan vara att förvisso

erkänna överträdelsen men mena att man handlade i ett så gott syfte att handlingen därigenom rättfärdigades. En annan kan vara att erkänna överträdelsen och på så vis hoppas på folks medkänsla och att detta ska leda till att affären snabbt klingar av. Den tredje och kanske vanligaste vägen att gå är att förneka uppgifterna och gå till motattack genom att exempelvis hota med eller rent av vidta rättsliga åtgärder för att rentvå sitt namn. Vanligt är också att komma med motkritik mot medias sätt att arbeta. Detta är en strategi som innebär risker. Ifall ens nekande blir motbevisat tar detta skandalen ett varv till. Då har man inte bara gjort sig skyldig till den ursprungliga moraliska överträdelsen utan också försökt skydda sig med hjälp en lögn, vilken med tiden kan visa sig vara till ännu större skada för det personliga anseendet än den ursprungliga skandelhändelsen. Thompson kallar detta den andra överträdelsen och den kan leda till att skandalen fortsättningsvis kan komma att handla om helt nya saker och så att säga börja om från början igen. På det här sättet kan skandalen sedan rulla på varv efter varv så länge nya uppgifter tillkommer och publikintresset finns och publiceringarna kan motiveras publicistiskt.

LULL OCH HINERMAN MENAR att det går att dela in medieskandalerna i ett antal olika kategorier utifrån deras grundläggande beståndsdelar. Det som skiljer skandalerna åt är dess huvudsakliga aktörer samt var i samhället de utspelar sig. *Stjärn-skandalen* har en känd person, gärna artist eller liknande i fokus. Så kallade stjärnor ges ibland lite större utrymme för excentriskt och udda beteende än vanliga människor, men när de väl anses ha överträtt

en moralisk gräns slår detta tillbaka desto hårdare. Stjärnskandalen handlar ofta om att stjärnan bryter mot den bild som media har målat upp. Det för med sig att ett agerande som för en stjärna är helt accepterat leder till en skandal för en annan.

DEN ANDRA SKANDALEN som Lull och Hinerman identifierar är *psykodramat*. Den här typen av skandaler, som vanligen förekommer i tabloid- och skvallerpress, involverar tidigare okända människor men som blir kända just genom att de begår moraliska överträdelser och därmed hamnar i media. För att detta ska ske måste överträdelsen på något vis vara udda eller spektakulär.

TILL SIST TAR DE UPP den institutionella *skandalen* som uppstår när det moraliska övertrampet sker inom någon form av institution såsom en regering eller ett företag. Ett sådant övertramp färgar av sig på institutionen och förstärks av att personen har ett stort samhälleligt ansvar. Vi ställer andra krav på en minister än på gemene man vad gäller moral och en enskild ministers dåliga moral kan försätta en hel regering i dålig dager. Men på samma sätt kan en enskild och kanske helt okänd kommunal tjänsteman som exempelvis fuskar med skatten drabbas av en skandal just därför att han är en del av det offentliga och därmed har andra förväntningar på sig än om han hade varit egen företagare och bara representerat sig själv. Viktigt här är ett missbruk av förtroende och makt, och politiska skandaler tillhör i allmänhet denna kategori.

THOMPSON FÖRDJUPAR Lull och Hinermans teorier vad gäller just politiska

skandaler. Han menar att det finns tre huvudområden där en politiker kan begå moraliska snedsteg som kan ge upphov till en skandal; privata övertramp som ofta är av sexuell natur, ekonomiska oegentligheter såsom förskingring eller att man tillskansat sig ekonomiska fördelar samt maktmissbruk.

SOM SYNES FINNS DET vissa givna förutsättningar för att en händelse ska utvecklas till en medieskandal. I samband med Sven Otto Littorins avgång är det lätt att se att flera av dessa förutsättningar förelåg. Till att börja med var Littorin, i egenskap av minister, en offentlig person som dessutom var en del av en mycket viktig institution, regeringen. Just Littorin var också en av sin regerings mest profilerade ministrar med ansvar för den mycket viktiga arbetsmarknadsfrågan, som varit en av partiets kärnfrågor under valet. Den normöverträdelse, ett sexköp, han kom att anklagas för var en fråga som i den svenska sociala kontexten och i den aktuella debatten, alltså i både tid och rum, var mycket känslig. Den politiska allians Littorin ingick i hade tidigare kraftigt profilerat sig mot sexköp. Det var en handling som utfördes i den bakre regionen, men som genom "Annas" berättelse läckte ut till den främre, genom att den nådde media, i det här fallet Aftonbladet som i sin tur hade för avsikt att redovisa den för tredje part, allmänheten och på så vis göra den mottaglig för människors eventuella missaktning. ■

LÄS MER

John B. Thompson
Political Scandal
James Lull & Steven Hinerman
Media Scandals



KORT OM METOD

I vår granskning har vi valt att utgå ifrån Aftonbladets rapportering kring Sven Otto Littorins avgång. Det var Aftonbladet som från första början konfronterade Sven Otto Littorin. Det var de som hade all bakgrundsinformation och som satte affären i rörelse.

Utöver Aftonbladet har vi undersökt de övriga fem storstadstidningarna: Expressen, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Göteborgs-Posten och Sydsvenskan. Dessa var de tidningar som i

övrigt rapporterade mest kring avgången och efterföljande händelser. Rapporteringen i media var i stort sett fokuserad till en tvåveckorsperiod från den 7 juli 2010, dagen då Sven Otto Littorin avgick, till den 20 juli 2010. Efter detta datum upphörde den intensiva rapporteringen nästan helt. Vi har försökt att få med samtliga artiklar om affären Littorin som publicerades i de utvalda tidningarna under perioden. Efter visst bortfall återstår 261 stycken.

Vi inledde vår undersökning med att genomföra en kvantitativ textanalys av artiklarna i vårt urval. I den tittade vi till exempel på vilket fokus artiklarna har, vem som uttalar sig i artikeln, om man okritiskt återgivit Aftonbladets uppgifter eller om man fört en publicistisk diskussion. Vidare gjorde vi en kvalitativ textanalys dels av Aftonbladets totala publicering, dels av de artiklar i vilka de övriga tidningarna diskuterade och motiverade sina egna publiceringar kring affären Littorin. ■

TIDNINGARNA

Aftonbladet

Kvällstidning, Stockholm
 Oberoende socialdemokratisk.
 Huvudägare: Schibstedt
 Upplaga: 358 600/utgivningsdag (2009)
 Spridningsområde: Hela Sverige

Expressen

Kvällstidning, Stockholm
 Obunden liberal.
 Huvudägare: Bonnier
 Upplaga: 291 000/utgivningsdag (2009)
 Spridningsområde: Hela Sverige

Dagens Nyheter

Morgontidning, Stockholm
 Oberoende liberal.
 Huvudägare: Bonnier
 Upplaga: 316 200/utgivningsdag (2009)
 Spridningsområde: Hela Sverige, huvudparten i Stockholmsregionen

Svenska Dagbladet

Morgontidning, Stockholm
 Obunden moderat.
 Huvudägare: Schibstedt
 Upplaga: 196 900/utgivningsdag (2009)
 Spridningsområde: Hela Sverige, huvudparten i Stockholmsregionen

Göteborgs-Posten

Morgontidning, Göteborg
 Oberoende liberal.
 Huvudägare: Tidnings-AB Stampen
 Upplaga: 236 400/utgivningsdag (2009)
 Spridningsområde: Göteborg med omnejd

Sydsvenskan

Morgontidning, Malmö
 Oberoende liberal.
 Huvudägare: Bonnier
 Upplaga: 121 200/utgivningsdag (2009)
 aa
 Spridningsområde: Skåne

FRÅN SKANDAL TILL DEBATT

Affären Littorin i siffror

Den kvantitativa innehållsanalysen visade vad som faktiskt skrevs under affären Littorin. Nedan följer redovisningen av våra resultat under ett antal sammanfattande rubriker.

Om antalet artiklar

Kvällstidningarna har något fler artiklar än morgontidningarna. Svenska Dagbladet har flest artiklar av morgontidningarna. Skillnaden är dock inte särskilt stor tidningarna emellan. Svenska Dagbladets siffror bygger till stor del på en mycket stor andel webbmaterial, hela två tredjedelar av resultatet. Kvällstidningarnas artiklar består till tre fjärdedelar av tryckt material och de övriga dagstidningarna vid sidan av Svenska Dagbladet fördelar sig nästan jämt mellan tryckt och webbmaterial. Sydsvenskan har mycket färre artiklar än övriga tidningar, men samma procentuella fördelning mellan webb och tryckt som de andra (se figur 1).

Antalet artiklar ökade markant vid tre tillfällen: Onsdagen den sjunde och torsdagen den åttonde juli, lördagen den tionde juli och söndagen den elfte juli samt den fjortonde och femtonde juli. Men även övriga dagar skrivs mycket.

Ser man på antalet artiklar per dag och tidning verkar Sydsvenskan koncentrerat sina artiklar till de datum vi nämner ovan. Däremellan publicerar man väsentligt färre artiklar än de övriga tidningarna.

Dessa toppar i artikelantal sammanfall-

er i tiden med ett antal nyckelhändelser under affären. Dessa är Littorins avgång, Aftonbladets publicering av sexköpsanklagelserna samt Dagens Nyheters e-postintervju med Sven Otto Littorin. Dagen efter dessa händelser syns tydliga toppar i antalet artiklar (se figur 2). Affären hålls levande även mellan dessa nyckeldatum. Det skrivs varje dag, även om inget nytt hänt.

Det verkar som att publicisterna bedömde att allmänintresset var väldigt stort för den här frågan. Man låter experter uttala sig, ledare skrivs, analyser görs. Trots att inget nytt egentligen tillförts ur nyhets- och faktsynpunkt. Det kan också vara så att medierna förväntade sig en annan utveckling av affären och därför höll den levande på nyhetssidorna för att hålla intresset uppe bland läsarna.

Affärens natur medgav att man kunde använda sig av billig journalistik, typ tyckande opinion, lätta intervjuer med forskare som i princip bara behövde tycka något. Man kunde som redaktion inte efterforska speciellt mycket. Det fanns därmed stora möjligheter till att producera billiga spaltmeter. Denna tanke får

stöd om man ser på fördelningen mellan olika artikeltyper.

Artikeltyp

Sextio procent av det totala undersökta materialet är nyhetsartiklar. Övrigt material är opinionsartiklar, analyser, faktabakgrunder och så vidare.

Sydsvenskan har lägst andel nyhetsartiklar och följdaktligen högst andel övriga artiklar (se figur 3). Göteborgs-Posten är deras motsats med en mycket hög andel övrigt material. Noterbart är att Göteborgs-Posten har nästan tio procentenheter högre andel nyhetsartiklar trots låg grad av egen bevakning.

Affären Littorin präglades av en låg faktatäthet. Det var inte lätt att veta något om skeendet men däremot att tycka. Detta präglade också rapporteringen.

Ämnesfördelningen

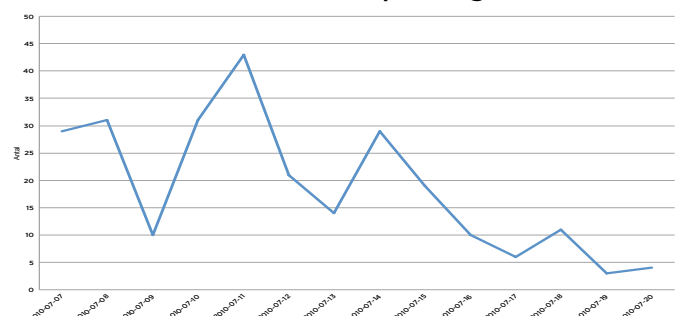
Vi valde att ställa upp ett antal schabloner av vilka ämnen som dryftades i det undersökta materialet (se figur 5 och 6). Det visade sig att i princip alla artiklar passade in under någon av dessa ämnen. Tre ämnen var lika vanligt förekommande. Dessa

Totalt antal artiklar

Tidning	Antal artiklar	Papper	Webb
Expressen	51	36	15
Svenska Dagbladet	51	18	33
Aftonbladet	48	37	11
Göteborgs-Posten	45	23	22
Dagens Nyheter	42	24	18
Sydsvenskan	24	15	9
Totalt	261	153	108

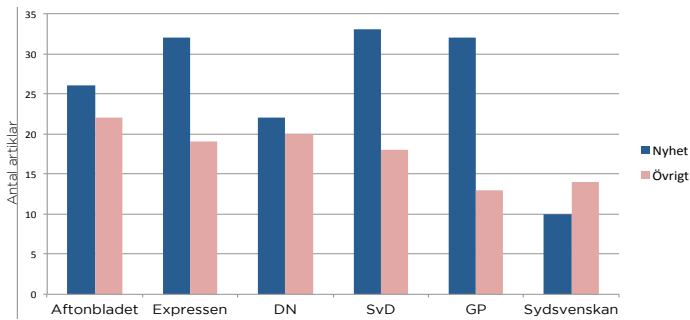
Figur 1. Totalt antal artiklar i alla tidningar, samt fördelning papper/webb, under perioden 7-20 juli 2010.

Antal artiklar per dag



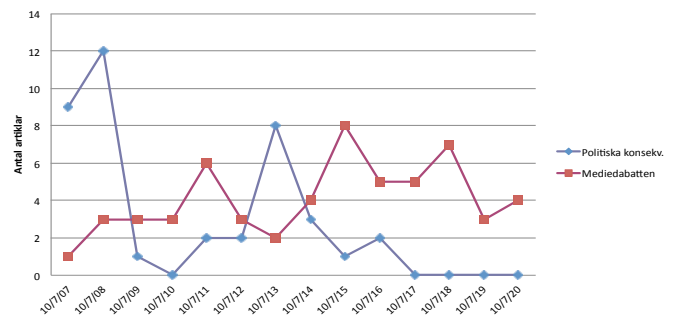
Figur 2. Totalt antal artiklar i samtliga tidningar fördelat på dag under perioden 7-20 juli 2010. Totalt 261 artiklar.

Artikeltyp per tidning



Figur 3. Fördelningen mellan nyhetsartiklar, opinionsartiklar och faktaartiklar hos samtliga tidningar. Totalt 261 artiklar.

Mediedebatten och politiska konsekvenser



Figur 4. Utvecklingen för artiklar som har mediedebatten (totalt 57 artiklar) och politiska konsekvenser (totalt 40 artiklar) som primärt fokus i samtliga tidningar.

är personen Sven Otto Littorin, sexköpsanklagelserna och mediedebatt. Noterbart är att det näst minst förekommande ämnet är politiska konsekvenser, om man bortser från kategorin "annat". Detta i en affär som alltså bygger på en ministeravgång, under Almedalsveckan, mitt i en valrörelse.

Över tio procent av artiklarna räknas till kategorin skandalhantering, något som kanske inte i någon större utsträckning uppbär allmänintresse i sammanhanget. Ämnet PR och skandalhantering är vanligare förekommande i kvällstidningarna.

Det är slående hur rapporteringen kring Sven Otto Littorin, avgången och politiken med tiden dör ut och en livlig mediedebatt tar vid. Detta blir tydligt om man jämför antalet artiklar som handlar om politiska konsekvenser och artiklar som handlar om mediedebatt. Mediedebatten tar fart redan i början av affären och stiger därefter konsekvent tills affären är över (se figur 4). Artiklarna om politiska konsekvenser förekommer mest i början, utöver en peak den trettonde juli då en SIFO-undersökning om förtroendet för regeringen presenteras.

Mediedebatten

Trots att Aftonbladet av många anklagades för dålig publicistik så har de valt att inte delta i mediedebatten i någon större utsträckning. Gällande primärt fokus ägnas ungefär sex procent av deras artiklar åt mediedebatt. I de fall de har deltagit har det i stor utsträckning handlat om att försvara sig mot angrepp som förts fram i andra tidningar. Detta kan jämföras med Svenska Dagbladet som ägnar över 40 procent av sina artiklar åt mediedebatt. De andra tidningarna ligger mellan 16 och 26 procent. Mediedebatten fördes helt enkelt mest i morgontidningarna. I kvällstidningarna var den mycket mindre vanligt förekommande. Eftersom mediedebatten fått så stort utrymme ville vi undersöka den för sig. Vilka argument som fördes fram och kanske framför allt hur man diskuterade det publicistiska. Detta återkommer vi till längre fram i magasinet.

Vad kan sägas om etiken?

Det är svårt att ha ett kvantitativt angreppssätt på etik. Hur mäter man god publicistik i siffror? Hur räknar man fram om tidningarna har tagit sitt ansvar? Vi har

valt att fokusera på några mätbara saker som vi tycker åtminstone speglar etiskt agerande och tänk.

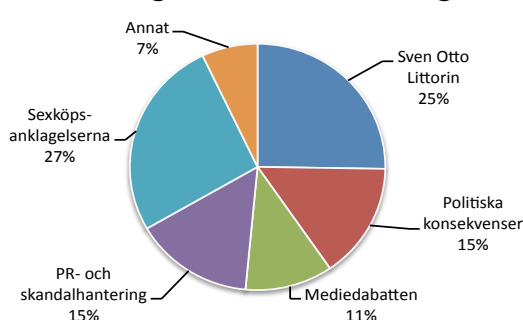
Återgivna detaljer

Till att börja med valde vi att se på hur man återgav detaljer kring det påstådda sexköpet. Där valde vi att kalla exempelvis prissumman, tidsåtgång, sexuella preferenser och liknande för ovidkommande detaljer. Dessa behövs inte för att förstå skeendet och dess följder för samhället i stort. Därmed kan de inte motiveras med hänvisning till allmänintresset.

Expressen har i flest fall, i fem artiklar, publicerat detaljer kring det påstådda sexköpet. Aftonbladet har gjort detsamma i fyra artiklar, Dagens nyheter har tre, Göteborgs-Posten två och Svenska Dagbladet har, trots sin stora mängd artiklar, inga tveksamma detaljer. Inte heller Sydsvenskan har publicerat några tveksamma detaljer. I vårt material förekommer däremot några tveksamma detaljpubliceringar kring Littorins vårdnadstvist.

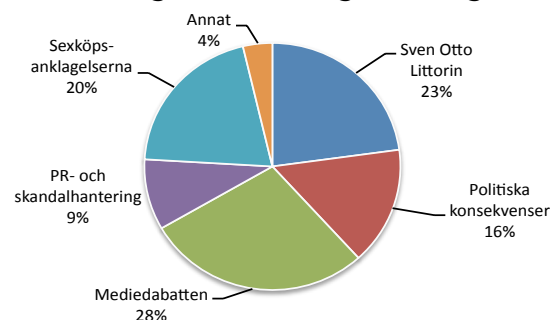
Före detta pressombudsmannen Pär-Arne Jigenius kritiserade dagstidningarna under affären. Han menade att man skrivit

Huvudsakligt fokus i kvällstidningarna



Figur 5. Huvudsakligt fokus i samtliga artiklar i Aftonbladet och Expressen under perioden 7-20 juli 2010. Totalt 99 artiklar.

Huvudsakligt fokus i morgontidningarna



Figur 6. Huvudsakligt fokus i samtliga artiklar i Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Göteborgs-Posten och Sydsvenskan under perioden 7-20 juli 2010. Totalt 162 artiklar.

betydligt mer detaljerat kring sexköpet än vad allmänintresset krävde. Publicisterna ställde sig väldigt frågande till detta påstående. Vår undersökning lägger sig närmare publicisternas syn på saken än Jigenius. I den totala publiceringen är det väldigt få fall där man gått steget för långt.

Okritisk återgivning

Alla detaljer och fakta kring det påstådda sexköpet kommer från Aftonbladets publiceringar, främst under lördagen den tionde juli. De etiska reglerna för press, radio och tv påpekar i paragraf två att man ska vara kritisk mot nyhetskällorna och kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. I det här fallet var det mycket svårt. Den enda tidningen som fick träffa "Anna" var Aftonbladet. Det var alltså i praktiken omöjligt för de andra tidningarna att leva upp till kravet ovan. Ändå valde alla att återge sexköpsanklagelserna.

en felaktig bild av verkligheten och eventuellt till att ha förtalat en person. Det är just för att undvika dessa risker som man ställer så höga krav på sig själva gällande kritik mot nyhetskällor och kontroll av sakuppgifter.

Att nämna brottet

En annan sak som media bör vara försiktiga med är att måla upp en negativ bild av någon som inte förtjänar den. Enligt tryckfrihetsförordningen får man inte utpeka människor som klandervärda så att de drabbas av andras missaktning. Gör man det kan man dömas för förtal. Dessutom kommer anklagelserna mot Sven Otto Littorin inte kunna prövas rättsligt. Eftersom han därmed inte heller kan frias måste man vara mycket försiktig med hur han framställs.

De etiska reglerna för press radio och tv påpekar också att man alltid ska betrakta människor som oskyldiga tills de har dömts i domstol. Vi har räknat i hur många fall man har valt att nämna brottsmisstanken, "sex-

Bilden som målas upp är entydig. Sven Otto Littorin köpte med största säkerhet sex. Han kommer troligen aldrig bli fri från den bilden. Förmodligen blir det svårt, om inte omöjligt, för honom att bli en offentlig person igen. En viktig poäng i sammanhanget är att omnämningarna av sexköpsanklagelserna ofta förekommer som ett påhäng till en artikel som i grund och botten handlar om en annan aspekt av affären.

Spekulation

God journalistik bör inte vara spekulativ. Snarare ska den vara allsidig och korrekt. Att räkna artiklar med spekulerande inslag är alltså ännu ett sätt att mäta tveksamma publicistiska beslut.

Dagens Nyheter har en stor mängd artiklar innehållande spekulativt material. Också procentuellt sticker de ut med över sextio procent spekulerande material. Övriga tidningar rör sig mellan 24 och 46 procent. Antalsmässigt varierar de mellan elva och tjugo stycken artiklar per tidning.

"Hade tidningarna till punkt och pricka följt de etiska reglerna de satt upp för sig själva hade ingen annan än Aftonbladet kunnat skriva speciellt mycket."

Vi har räknat hur ofta man återpublicerar andra mediers fakta. I undersökningen räknar vi inte bara med återgivanden av Aftonbladets fakta utan också återgivanden av exempelvis TT-material och Dagens Nyheter e-postintervju med Sven Otto Littorin.

De som i flest antal fall återger andra mediers fakta är Göteborgs-Posten och Dagens Nyheter. Bäst på att skriva eget material är Aftonbladet och Expressen, men på nästan samma nivå ligger Svenska Dagbladet. Vi undersökte också hur ofta Aftonbladet används som nyhetskälla. Detta förekom i ungefär 35 procent av de undersökta artiklarna.

Hade tidningarna till punkt och pricka följt de etiska reglerna de satt upp för sig själva hade ingen annan än Aftonbladet kunnat skriva speciellt mycket om den här historien. Man verkar dock ha bedömt att allmänintresset var så stort att det var värt att göra avsteg från reglerna i det här fallet. Det vanskliga med detta beslut är att om Aftonbladet senare skulle visa sig ha fel så har alla tidningar bidragit till att ge

brott", "sexköp" och så vidare i artiklarna. Vi menar att det kan finnas en risk att ett allt för stort upprepande av detta skulle kunna bidra till att etablera en bild som eventuellt är osann. Men givetvis ska det nämnas. Sven Otto Littorin var en framstående minister som nu anklagades för att ha begått ett allvarligt brott. Det ska beskrivas men i försvarbar utsträckning.

Totalt förekommer denna typ av omnämningarna i nästan 60 procent av alla nyhetsartiklar. Flest fall återfinns i Expressen, därefter följer Göteborg-Posten. Antalsmässigt ligger Sydsvenskan lägst, med sexton fall. Procentuellt sett är samma tidning däremot i klar topp, nästan sju av tio artiklar nämner anklagelser om sexbrott. Den tidning som har lägst andel sexbrottsomnämningarna är Svenska dagbladet där hälften av de publicerade artiklarna hänvisar till sexköpet.

Sammantaget är det sex av tio artiklar som etablerar bilden av Sven Otto Littorin som misstänkt sexköpare.

Kvällstidningarna sticker ut genom att inte spekulera. Enbart fyra av tjugosex nyhetsartiklar i Aftonbladet innehåller spekulation. I Expressen är det sju av trettio.

Givetvis behöver spekulation inte vara något dåligt. Exempelvis måste en ledarsida eller en opinionsartikel kunna spekulera i politiska följder av en ministeravgång. Därför behöver man även titta vad man spekulerar om för att kunna dra slutsatser kring etiken.

Spekulationsämne

I de allra flesta fall när spekulationer förekommer, omkring fyra av tio, handlar de om politiska konsekvenser. Inget konstigt i det i samband med en ministeravgång. 18 procent av spekulationen handlar om sexköpet. Dock innehåller nästan 60 procent av alla artiklar inga spekulationer alls. Enbart fem artiklar innehåller spekulation kring Sven Otto Littorin som person. Morgontidningarna spekulerar en del kring medidebatten. Kvällstidningarna gör det i princip inte. ■



VAD SKREV AFTONBLADET?

Aftonbladet kom att spela en särskild roll i affären Littorin. Det var Aftonbladet som fick kontakt med kvinnan som påstod sig ha sålt sex till ministern. Tidningen blev den naturliga motorn i affären. Men längs vägen fattade man publicistiska beslut som var okonventionella och med tiden skulle komma att bli kritiserade. För att få full förståelse för affären Littorin är det alltså viktigt ha en bild av Aftonbladets agerande.

Onsdagen 7 juli

Till att börja med skiljer sig Aftonbladets rapportering inte från övriga mediers. Reporteren Hans Olsson rapporterar från presskonferensen där avgången presenteras och konstaterar att den beror på att Sven Otto Littorin känt sig pressad av media. Man citerar den numera före detta ministern när han säger att han är "bitter på medias behandling av vårdnadstvisten". På sin webbsida låter man statsvetare uttala sig om avgångens poli-

tiska följder. Man har där också en artikel där man fördjupar sig i vårdnadstvisten och låter den före detta hustrun uttala sig. Littorins politiska motståndare Mona Sahlin och Lars Ohly uttalar sina sympatier och slutligen citeras statsminister Fredrik Reinfeldt som på frågan om det fanns andra orsaker till avgången än de Littorin uppgivit svarar: "Han gav mig som skäl till sin avgång samma grund, samma ord och samma beskrivning som han tidigare angivit."

Torsdag 8 juli

Dagen efter avgången låter man inledningsvis Kenneth Andreasson på ledarplats diskutera huruvida Littorins skäl till avgång var rimliga eller om en minister får leva med att vara påpassad av media. Men det är också på torsdagen man släpper bomben. Under rubriken "Här tar det slut. Aftonbladet frågar ut ministern om ett påstått brott - då väljer han att avgå" skriver reportern Mattias Carlsson att han

konfronterat Littorin med uppgifter om ett brott den senare ska ha begått, men man nämner i det här läget inte vilket brott det rör sig om. I artikeln sägs att brottet ska ha begåtts under valrörelsen 2006, alltså innan han blev minister och att det har fängelse på straffskalan. Men man nämner inte att brottet är preskriberat. Mattias Carlsson redogör för hur konfrontationen på Visby Flygplats gick till och hur man sedan inte lyckats få tag på Littorin. Dock nämner man att hans pressekreterare Agnes Palinski framför uppgiften att Sven Otto Littorin sagt till henne att han inte begått något brott.

Tillförordnade ansvarige utgivaren Lena Mellin skriver denna dag också en ledartitel där hon motiverar beslutet att publicera uppgifterna om att man konfronterat Littorin med brottsmisstankar utan att redogöra för vilket brott det handlar om. Hon menar att Sven Otto Littorin kommit med felaktiga uppgifter om sin avgång och att man därför måste berätta att det låg andra orsaker bakom, men att han inte längre är en offentlig person och att man därmed inte vill publicera själva brottet.

Fredag 9 juli

På fredagen fokuserar Aftonbladet på hur mycket regeringen och statsministern visste om vad man menar är den egentliga orsaken till avgången, nämligen brottsmisstanken. Tonen är hård och under rubriken "Hur mycket vet Fredrik Reinfeldt" skriver Eva Franchell angående avslöjandet dagen innan: "Uppgifterna ska vara mycket trovärdiga och avslöjar i så fall att brottet ska ha begåtts veckorna innan Littorin blev arbetsmarknadsminister. Det innebär att Sverige kan ha haft en brottsling i regeringen."

Man lyfter också frågan om Moderaternas krishantering och det faktum att Sven Otto Littorin har gjort sig otillgänglig. Man kritiserar nu också Littorins agerande under presskonferensen och menar att han själv har hängt ut sina barn för att skydda sig själv. Men inga egentliga nya fakta läggs på bordet under fredagen och man väljer fortfarande att inte redogöra för vilket brott det rör sig om.

Lördag 10 juli

Nästa tunga publicering kommer på lördagen. Under rubriken "Sålde sex till Littorin. Anna 30: Han betalade redan i hallen - 2000 kronor kontant" presenterar man

till sist vilket brott det handlar om. Detaljerat återberättar man "Annas" historia. Man lägger också fram vad man menar är bevis för att hennes uppgifter stämmer. Ett telefonnummer som "Anna" säger att Littorin ska ha använt kan enligt tidningen knytas till honom.

Lena Mellin skriver också en ledare där hon motiverar varför man nu gjort helt om och publicerar de uppgifter man två dagar tidigare sagt att man inte skulle publicera. Hon menar att det tillhör den svenska historieskrivningen och att det därför äger "starkt och berättigat allmänintresse". På webben låter man Littorins advokat förneka anklagelserna. Man låter också PR-experten uttala sig om Moderaternas krishantering som man också kritiserar på ledarplats.

Söndag 11 juli

På söndagen skriver man på ledarplats att Fredrik Reinfeldt har misslyckats med att reda ut krisen som man anser har uppstått kring Littorins avgång. Man menar att han gömt sig bakom ett PR-maskineri och agerat kallt och cyniskt när man inte försvarat Littorin. Johanne Hildebrand menar att Littorin blivit "raderad på Stalin-maner".

I dagens stora artikel låter man "Anna" få bemöta det förnekande som Sven Otto Littorin dagen innan lämnat via sin advokat. Man skriver att detta är första gången Littorin har förnekat uppgifterna, trots att man publicerade ett uttalande från hans pressekreterare med samma innehåll redan på torsdagen.

I en ledare upprepar Lena Mellin att hon anser att Aftonbladets konfrontation var den egentliga orsaken till avgången.

Måndag 12 juli

Måndagens ledare ägnas åter igen åt att kritisera statsministern och Moderaterna utifrån hanteringen av Littorins avgång. Man publicerar även ett uttalande från Mona Sahlin som anser sig vara sviken. Ett antal personer får också uttala sig kring hur affären kommer att påverka det kommande valet.

Tisdag 13 juli

Aftonbladets huvudnyhet på tisdagen är en SIFO-undersökning man låtit genomföra, som visar att förtroendet för Fredrik Reinfeldt kraftigt har sjunkit de senaste dagarna, vilken man också låter statsvetar-

en Ulf Bjereld kommentera. Även Lena Mellin kommenterar undersökningen i en ledare men hon menar att affären troligen inte kommer att påverka valutgången alls.

Onsdag 14 juli

En vecka efter Sven Otto Littorins avgång uttalar han sig för första gången. Det är Dagens Nyheter som fått en intervju via mail. Aftonbladet återger stora delar av intervjun under rubriken "Littorin talar ut". I samband med detta publicerar man en intervju med Lena Mellin, där hon återigen understryker att det var viktigt att publicera uppgifterna eftersom Littorin uppgivit andra orsaker till sin avgång. Hon säger här också att om Sven Otto Littorin sagt att han absolut inte köpt sex av kvinnan så hade man inte publicerat uppgifterna. Man nämner inget om Palinskis dementi från torsdagen den åttonde.

Torsdag 15 juli

På ledarplats ser man tillbaka på Littorin-affären. Man menar att affären är unik på grund av att Littorin avgick utan att svara på frågor. Man diskuterar också Moderaternas PR-strategier.

På webben talar Lena Mellin för första gången om Agnes Palinskis dementi som man publicerade den åttonde, detta efter att Expressen samma dag skrivit om den. Mellin kallar den för en "tramsig skenmanöver". Hon menar att man inte accepterade dementin eftersom den framfördes via ombud. Hon menar att hon över huvud taget inte uppfattade det Palinski sa som en dementi.

Fredag 16 - tisdag 20 juli

Nu börjar affären klinga ut. På fredagen förklarar Lena Mellin ännu en gång varför man publicerade uppgifterna. Nu menar hon att det faktum att affären tidigt lyftes till en hög nivå inom Moderaterna bidragit till att man valde att publicera. Att såväl statsministerns pressekreterare och hans högra hand HG Wessberg blev inblandade redan på tisdagskvällen, alltså samma dag som Aftonbladet konfronterat Littorin på flygplatsen. Hon konstaterar att det "måhända var dumt" att dela upp publiceringen på två tillfällen och inte släppa hela historien på en gång. Men hon säger också att hon i grunden inte ångrar något. Aftonbladets sista artikel har den träffande rubriken "Fortfarande saknas svar". ■

Aftonbladets bekymmer

Efter att ha granskat Aftonbladets agerande under affären kan man se ett antal moment som verkar ha bidragit till att försätta tidningen i svårigheter. Vi vill diskutera tre punkter närmare.

Till att börja med var det ett underligt tillvägagångssätt att publicera en del av historien, brottsmisstanken, istället för att skriva allt. Man sa inte vilket brott det faktiskt rörde sig om förrän ett par dagar senare. Till att börja med motiverade man detta med att Sven Otto Littorin efter sin avgång inte längre var en offentlig person. Detta gav upphov till spekulationer och ryktesspridning och är ett agerande man under affären fick stark kritik för. Man har flera gånger i efterhand tagit avstånd från det. I Sveriges Radios mediemagasin *Medierna* från 21 augusti säger Aftonbladets ansvarige utgivaren Jan Helin, som var ledig under affären, att det var ett felsteg att hålla inne med uppgifterna. Också Lena Mellin har vid ett seminarium i Göteborg den 19 oktober ångrat sig i frågan. Hon sa då att det var dumt att säga A men inte B, att det skadade Littorin och att publiceringen i efterhand var korkad.

Nästa punkt i Aftonbladets agerande som kan tyckas märklig är hanterandet av den dementi som man redan på tisdagen ska ha fått från Littorins pressekreterare Agnes Palinski. Detta är viktigt. Aftonbladet har under hela affären varit noga med att om man bara hade fått en dementi så hade man inte publicerat uppgifterna alls. Problemet här tycks vara huruvida man definierar det som Palinski sa som en dementi eller inte. Att en minister uttalar sig via sin pressekreterare är inget ovanligt. Det är snarare praxis. Men i det här fallet menar Aftonbladet att frågan var så allvarlig att man ville ha Sven Otto Littorin egna ord. Det man fick från Palinski verkar man inte ha uppfattat som en dementi, utan snarare som en panikreaktion. Både Helin och Mellin påpekar att formen på dementin inte var särskilt officiell. Det var ett telefonsamtal där Palinski sa att "ministern säger att han aldrig någonsin har betalat för sex". I Sveriges Radios *Medierna* säger Helin att detta inte kan uppfattas som ett offentligt uttalande från Sven

Otto Littorin. Han berättar också att man gick med på att vänta ett dygn med att publicera uppgifterna mot att man skulle få en personlig intervju med Littorin där man skulle kunna få en tydligare dementi. Det fick man inte. Ministern avgick och försvann med regeringens plan till Stockholm. Tidningen blev alltså lurad. "Vad har vi för skäl att sätta tilltro till en dementi från en person i andra hand, som dessutom lurar oss?", frågar Jan Helin retoriskt i programmet. En smula motsägelsefullt är det dock att både Helin och Mellin försvarar sig med att man ändå skrev om dementin redan i den första artikeln på onsdagen.

En tredje punkt där Aftonbladet kan ifrågasättas är frågan om hur de har bevisat att deras uppgifter stämmer. Historien bygger på en enda persons berättelse, "Annas". Aftonbladet bedömer uppenbarligen henne som mycket trovärdig. För att ytterligare styrka "Annas" historia säger man att ett telefonnummer man fått från "Anna" ska ha tillhört Sven Otto Littorin tidigare. Den som påstår det är den nuvarande innehavaren av samma telefonnummer, en föreståndare för ett daghem i Stockholmstrakten. Lena Mellin konstaterar på seminariet den 19 oktober att det var en svår situation. Det fanns inga handfasta bevis, som bilder och filmer, men man hade tillgång till kvinnans dator, där hon bland annat sparat telefonnumret samt en chattkonversation som skett via MSN under flera år. Mellin säger att kvinnan var synnerligen trovärdig i sitt sätt, men att hon naturligtvis kan ha misstagit sig. Sammanfattningsvis menar alltså Aftonbladet att man så långt det är möjligt kontrollerat uppgifterna man bygger sin publicering på. Att de andra stora tidningarna återpublicerade en stor del av uppgifterna visar också att de hade stor trovärdighet. I den här typen av situationer får man som publicist förlita sig på sitt eget omdöme, och Lena Mellin och Aftonbladet verkar i det här fallet ha varit mycket säkra på sin sak. ■

ATT SKRIVA ELLER INTE SKRIVA?

Den politiska skandalen blev i mycket en mediedebatt. Vår undersökning visar att nästan en femtedel av artiklarna på något vis diskuterar medieetik och publicistik. Därför är det viktigt och intressant att titta speciellt på denna aspekt av affären Littorin. Ser man närmare på hur debatten fördes kan tre faser urskiljas.

Fas 1: Förnekelsefasen

Sven Otto Littorin avgår för att skydda sina barn från aggressiva journalister. Det är vad han berättar på presskonferensen på onsdagsförmiddagen. Initialt möts Littorin av sympatier från alla läger. Politikerkolleger, framför allt från oppositionen, går ut och beklagar mediernas hårdhet och förstår Littorins beslut. Kommentarer i pressen är förstående samtidigt som var och en svär sig själva fria från de anklagelser Littorin kommer med. Lena Mellin, Aftonbladets tillförordnade ansvariga utgivare, säger i en kommentar till Svenska Dagbladet att hennes tidning ”inte pratat med hans barn, vi har inte publicerat deras namn, vi har absolut ingen del i den hårda bevakningen som Littorin pratar om”. Lena K Samuelsson, chefredaktör på Svenska Dagbladet, går på samma linje och menar att ”svenska medier är till skillnad mot andra länder mycket återhållsamma när det gäller höga politikers privatliv”. Hennes tidning har inte rapporterat om skilsmässan och den följande tvisten, men om det leder till en avgång som i detta fall menar hon att det är relevant att berätta om orsakerna till det.

Thomas Mattsson, chefredaktör på Expressen, går ett steg längre. Han skriver dagen efter avgången att det förvisso är helt rimligt att medierna bevakar domstolsförhandlingar där ministrar är inblandade men tycker inte uppmärksamheten kring Littorins vårdnadstvist varit särskilt stor. Därför ställer han sig frågande till Litto-

rins anklagelser och undrar vilka tidningar och journalister han egentligen syftar på eftersom alla slår ifrån sig anklagelserna. Sammantaget verkar åsikten vara att det kan ha funnits ett tryck från pressen mot Littorin, men inte från den tidning man själv företräder och framför allt att ingen försökt intervjua barnen på det sätt som Littorin hävdar.

Samma dag frågar sig Dagens Nyheters ledarskribent Lars Linder om det finns andra orsaker till avgången än de som Littorin uppger och att beskyllningarna mot media är en skenmanöver. Han antyder att det kan finnas ett missnöje med Littorins politiska gärning i bakgrunden.

Den här initiala mediedebatten om det som Littorin säger vid avgången upphör i den stund som Aftonbladet kommer med sina första avslöjande om brottsmisstankarna. Då vänder debatten. Sanna Rayman, ledarskribent på Svenska Dagbladet kallar presskonferensen för ett sista halmstrå som brast efter Aftonbladets publicering. Plötsligt ses barnargumentet som ett svepskäl och mediedebattens första fas är över.

Fas två: Fikonlövsfasen

På lördagen kommer så Aftonbladets stora stund. Man lägger fram sexköpsanklagelserna och de bevis man har. I samband med detta motiverar den tillförordnade ansvarige utgivaren Lena Mellin publiceringen. Hon menar att orsakerna bakom en ministers avgång är viktig his-

torieskrivning, oavsett vad uppgifterna består i. Tidningens etiska dilemma var att man publicerade ”Annas” utsaga obemött eftersom Littorin vägrat uttala sig.

De andra tidningarna hade ett delvis annat problem. För dem gällde det att bestämma sig för om man över huvud taget skulle återpublicera Aftonbladets uppgifter. Det verkar ha varit väldigt krångligt att förhålla sig publicistiskt till uppgifterna för de andra utgivarna. Man har ett ansvar att grundligt efterforska uppgifter man återpublicerar. Samtidigt har man en informationsplikt och det framstod nog som nästan omöjligt för redaktionerna att inte haka på taget.

Nästan alla tidningar valde att återpublicera större delen av Aftonbladets anklagelser. Tillsammans med detta lät många den ansvariga utgivaren skriva en kommentar där de försöker rättfärdiga och förklara sina ovanliga publicistiska beslut. Pär-Arne Jigenius, före detta pressombudsman, skriver någon vecka senare en kritisk artikel på DN Debatt där han menar att ”många tidningar hängde ut ett fikonlöv i form av en kommentar från den ansvarige utgivaren, där denne förklarade varför allmänintresset var så starkt att det just i detta fallet var en plikt att vidarebefordra kvällstidningens uppgifter”. Hur formuleras då dessa så kallade fikonlöv?

När Fredrik Reinfeldt valde att kalla till presskonferens och kommentera Aftonbladets uppgifter gick frågan från att vara ett rykte till att bli en del av svensk storpolitik. Därmed menar publicisterna att

det fanns ett klart och tydligt allmänintresse i att skriva om affären Littorin, inklusive att berätta om anklagelserna om sexköp.

Mest utrymme får frågan av Svenska Dagbladets redaktionschef och tillförordnade ansvarige utgivare Martin Jönsson. Under rubriken ”Orimligt att tiga om Littorinaffären” konstaterar han att ”det finns (...) ingen som helst möjlighet att dra några som helst slutsatser om huruvida det ligger någon sanning i anklagelserna”. Tidningen skulle normalt avstått från att publicera Aftonbladets uppgifter. Journalistik ska bygga på källor och fakta man själv kan kontrollera. Man ska också vara mycket försiktig med uppgifter som kan vara integritetskränkande. Enligt Jönsson är de politiska effekterna av en ministeravgång så pass viktiga att frågan behöver belysas i alla sina aspekter. Han utvecklar också resonemanget på sin blogg på svd.se.

Sydsvenska Dagbladet har fram till söndagen den 11 juli legat betydligt lägre i rapportering än övriga tidningar. Men denna dag skriver chefredaktör och ansvarig utgivare Daniel Sandström en text om hur debatten gick från medial självvrannsakan till en helt annan och mer komplicerad debatt. Sydsvenskan valde att inte skriva om de generella brottsanklagelserna. Detta för att de ”inte kunde ta ställning till påståendena”. Han utvecklar resonemanget kring konflikten mellan granskningskravet och allmänintresset och skriver att ”eftersom avgången har så stor inverkan på valrörelsen på en rad olika sätt gör det att uppgifterna har stort allmänintresse”.

Göteborgs-Postens Jonathan Falck, chefredaktör och ansvarig utgivare, sam-

manfattar den generella ståndpunkten på ett bra sätt. I en liten fråga-svarartikel som trycks den 11 juli säger han att ”det finns ingen polisanmälan och därför heller ingen utredning, det finns alltså ingen möjlighet att säga något om Sven Otto Littorins eventuella skuld, men anklagelserna är nu en del av svensk inrikespolitik. Det finns flera oklarheter kring hans avgång och Sveriges statsminister har kommenterat uppgifterna vid en presskonferens. Det finns därmed ett nyhetsvärde och ett allmänintresse i att berätta om dem. De allvarliga anklagelserna måste därför rimligen publiceras, kommenteras och analyseras”.

Dagens Nyheter, som i vår undersökning inte skiljer sig från andra tidningar vad gäller publicistiska beslut, avstår helt från att motivera och kommentera sina publiceringar inför läsarna.

Fas tre: Metadebatten

”Aftonbladet står med brallorna nere”. Så rubricerar Svenska Dagbladet ett frontalangrepp från ledarsida på sin pressgranne. Skribenten är Göran Skytte. Artikeln är ett typexempel på den tredje fasen i mediedebatten. Nu ska experter och tyckare av skilda slag säga sitt. Och alla vill de klaga. Göran Skytte skriver att ”det som var en Littorinaffär och, i varje fall lite grand, tycktes hota borgerligheten, håller idag snarare på att bli en Aftonbladet-affär”. Mediedebattens tredje fas har lämnat Littorin bakom sig. Nu är det publicistik man diskuterar.

Det har nu, via Expressen, blivit känt att Aftonbladet handskats tveksamt med de

dementier och kommentarer som Littorins läger kommit med redan innan affären briserade och det blir bränsle på debattens lågor. Även bevisfrågan är en het potatis. Jesper Strömbäck, forskare i politisk kommunikation, säger till Svenska Dagbladet att han inte anser det vara pressetiskt motiverat att publicera de anklagelser Aftonbladet gjorde utan att ha mer fakta. Dagen efter förs samma diskussion i Göteborgs-Posten av tidningsutgivare, jurister och experter.

Den 16 juli svarar Lena Mellin på en del av de frågor om Aftonbladets publicering som väckts under mediedebattens tredje fas. Hon är till viss del självkritisk men säger åter att huvudskälet till att de skrev om sexköpsanklagelserna var att belysa och förklara bakgrunden till en ministeravgång. Hade Littorin inte avgått hade de kanske inte publicerat som de gjorde.

Den 18 juli, när affären är på väg att ebba ut ger sig Dagens Nyheter, som hittills enbart fungerat som arena för andra tyckare, in i debatten. Ledarskribenten Peter Wolodarski går ut mycket hårt mot Aftonbladet i allmänhet och Lena Mellin i synnerhet. Wolodarski menar att ”vilka budord som vägleder de ansvariga på Aftonbladet är oklart, men i den så kallade Littorinaffären har tidningens pressetik befunnit sig i fritt fall” och kallar Aftonbladets artiklar för ett publicistiskt haveri. Både Göran Skytte och Peter Wolodarski kritiserar också Aftonbladet för att driva en politisk kampanj mot Moderaterna på ledarplats, med affären som täckmantel. ■

Tre etiska problem

Överlag höll sig den sammantagna publiceringen i affären Littorin inom ramarna för god publicistisk sed. Men vissa moment balanserar vanskligt nära gränserna och det finns framförallt tre springande punkter inom pressetiken som publicisterna är nära att snubbla på:

”Var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats.”

Som vi tidigare nämnt så var det Aftonbladet som satt inne på all information kring det påstådda sexköpet, de var den enda nyhetskällan. Ett sådant läge gör det svårt för andra att kontrollera uppgifterna. Att leta fram egen information om Aftonbladets anonyma källa och hennes påståenden var dödfött. Tidningarna fick således vara nöga med att i samband med sina återgivanden poängtera varifrån informationen kom och svårigheterna för dem själva att kontrollera den. Alla de övriga tidningarna publicerade Aftonbladets uppgifter om det påstådda sexköpet, vissa i större utsträckning än andra. Alla tidningar valde att publicera historien, som ett bevis på dynamiken i pressetiken. Hade man följt paragraferna ordagrant såsom de är nedskrivna så skulle ingen utom Aftonbladet ha kunnat publicera något. Men den rådande samsynen tillät dem alla att återge, dock med en diskussion kring problematiken det medför.

”Överväg noga publicitet som kan kränka privatlivets helgd. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.”

När de övriga tidningarna återpublicerade Aftonbladets uppgifter uppgav de alla allmänintresset som avgörande faktor. Även om Sven Otto Littorin själv avgått och teoretiskt inte längre var politiker och offentlig person ansåg man det fortfarande viktigt att skriva om de privata uppgifter som det hela handlade om. De flesta tidningarna hänvisade till att frågan fått politisk tyngd i och med att Fredrik Reinfeldt kallade till presskonferens efter att Aftonbladet gått ut med ”Annas” påståenden. Att en fråga kommenteras av statsministern innebär att den är viktigare än att den bara berör den enskilde individen, Sven Otto Littorin i detta fall. På så vis påverkar frågan regeringen, i affären Littorin var det

framförallt dess trovärdighet som stod på spel.

De anklagelser som Aftonbladet gick ut med var av privat natur och skulle ha ägt rum inom Sven Otto Littorins privata sfär. De påverkade inte nödvändigtvis inte hans yrkesroll. Men i och med att han avgick som minister i samband med att hela affären rullades ut så påverkade hans privata sfär den offentliga roll han hade i sitt ämbete. Händelsen fick politiska konsekvenser och publicisterna på våra största tidningar ansåg att den därmed ägde allmänintresse.

”Sträva efter att ge personer, som kritiseras i faktaredovisande material tillfälle att bemöta kritiken samtidigt.”

Att Aftonbladet försökte hålla sig till denna punkt i reglerna är rent krasst det faktum som ledde till att affären Littorin drog igång över huvud taget. Enligt Aftonbladet ville de inte publicera förrän de fått en kommentar till sina uppgifter från Sven Otto Littorin själv. Helt i linje med de etiska reglerna ville de som goda publicister ge honom tillfälle att bemöta uppgifterna. Lena Mellin som var ansvarig utgivare vid tidpunkten hävdar att de till och med kunnat låta bli att publicera alls om Sven Otto Littorin hade kommit med en direkt dementi till deras påståenden. I stället avgick han, försvann från offentlighetens ljus och gjorde sig fullständigt onåbar. I det här fallet kanske Aftonbladet var väl hänsynsfulla gentemot Sven Otto Littorin. Vid sin första konfrontation med honom på flygplatsen i Visby valde Sven Otto Littorin att inte ge några kommentarer. Man har alltså givit honom chansen att uttala sig men han har inte tagit den. Detta hade egentligen kunnat räcka för publicering.

Det är inte alls otänkbart att tystnaden var en medveten strategi från Sven Otto Littorin, som en ny typ av krishantering från politikerhåll. Kanske är detta något som medierna kommer att behöva lära sig att förhålla sig till i framtiden. ■

ATT GÖRA EN BBC

Om man som seriöst medium och med äran i behåll vill rapportera om frågor av mer snaskig natur finns det ett sätt att göra detta. Man skriver inte om frågan i sig. I stället tar man upp andra mediers bevakning och diskuterar den utifrån etiska frågeställningar. På det viset behåller man sin seriositet men får snaska lika mycket som alla andra. Expressens chefredaktör Thomas Mattsson kallar detta att göra en BBC.

Säg att du har en seriös, ansvarstagande morgontidning eller varför inte en allvarlig, offentligt finansierad tv-kanal. De andra oseriösa tidningarna skriver om snaskiga grejer som läsarna älskar att gotta sig i. Du vill skriva om de här spännande grejerna också. Det finns ju ett uppenbart intresse bland konsumenterna att ta del av det här. Samtidigt vill du inte solka ditt varumärke med att ta upp den här sortens nyheter. In träder metadebatten! Låt oss ta ett engelskt exempel.

Det är år 2006. Fotbolls-VM närmar sig. Sven-Göran Eriksson är Englands förbundskapten. Alla tidningar skriver om hans otrohetsaffär med den från Sverige importerade tv-personligheten Ulrika Jonsson. BBC är ett mycket seriöst medium. De kan inte nedlåta sig till att rapportera om otrohet. Men många av deras konsumenter har betalat massor av pengar för att åka till Tyskland och se landslaget spela. Hundratusentals människor har löst Sky News-abonnemang, miljoner pund har spelats hos vadslagsningsfirmorna. Otrohetsaffären kan påverka resultaten på fotbollsplanen. Och fotboll är viktigt i England. BBC vill verkligen berätta om det här. Lösningen är lika enkel som genial: Istället för att själva rapportera om otrohetsaffären kan man prata om hur andra medier rapporterar om den. Har de etiska gränserna i pressen förflyttats? Är mediernas bevakning av fotbollstränare för hård och närgången? I studion finns representanter för tidningarna som får förklara och försvara det man publicerat.

EXPRESSENS CHEFREDAKTÖR Thomas Mattsson berättar ingående om det här fenomenet. Han menar att man kan se

denna mediedramaturgi i alla skandaler och affärer.

– Om det är en riktig debatt så är det riktiga publicister som står i studion och tycker till om varandra. Om det är en konstruerad debatt står en PR-konsult där som marknadsför sitt eget företag på så sätt och om det är riktigt, riktigt dåligt står en professor i journalistik där. De vet ännu mindre om verksamheten, säger han.

GIVETVIS ÄR DET BRA när etik diskuteras. Pressetikerna är, med Sydsvenskans chefredaktör Daniel Sandströms ord, levande materia. Den är i ständig utveckling. När man under debattens första fas diskuterade om media intervjuat och använt sig av Littorins barn var det en sund debatt. Denna diskussion ledde fram till att fler delar av sanningen bakom Littorins avgång kom i ljuset. Om det inte var bevakningen av barnen, vad var det då som var orsaken?

DEN ANDRA FASEN är den som gjorde att vi ville undersöka affären Littorin. Eftersom utgivarna tydligt gick ut och motiverade och försvarade hur man tänkte fick läsarna en inblick i det publicistiska tänkandet, som de annars sällan får. Flera av publicisterna vi talat med säger att läsarna numera är intresserade av pressetik och gärna deltar i sådana diskussioner. Om processerna bakom svåra publiceringsbeslut lyfts upp i ljuset och diskussionerna förs mer offentligt är det bara av nytta.

DEN TREDJE FASEN är av en annan natur. Här verkar den närmast parasiterande kedjan där man anklagar varandra för att underminera branschens gemensamma

etiska grund infinna sig. Men gjorde svenska medier en BBC i samband med Littorinaffären?

VÅR UNDERSÖKNING VISAR att den politiska skandalen gick över till att bli en mediedebatt. Så långt inget konstigt. Givetvis finns det fog för att diskutera hur medier rapporterat kring och, till viss del, varit upphov till en ministeravgång. Men på vilket sätt bedrevs debatten mot slutet av affären? Undersökningen visar också att Svenska Dagbladet var den flitigaste aktören i mediedebatten. Så långt verkar teorin stämma. I slutet av vår undersökningsperiod ger sig också morgontidningarna på Aftonbladet och kritiserar dem för bristande etik. Detta kan du läsa mer ingående om i artikeln om publicistikdebatten. Med Thomas Mattssons ord ser det ut såhär.

– Morgontidningarna förfasar sig över kvällstidningar. Radio och tv förfasar sig över dagspressen i största allmänhet. Det brukar sluta med att någon i tidningarna säger att det här gör radio och tv bara för att ni själva hycklar och gör en BBC. Så skrattar alla och rodnar.

MORGONTIDNINGARNA GAV sig i slutskedet av affären på kvällstidningarna. Trots att de hade skrivit samma saker som dem och hänvisat till kvällstidningarna som källa. Också Sveriges Radio har i flera program granskat affären och publicistiken omkring den. Att vi skriver det här magasinet några månader senare visar att metadebatten lever än. Om vi är det sista steget i Mattssons uppräknade personer som deltar i debatten låter vi vara osagt. Att svenska medier faktiskt gjorde en BBC framstår däremot som klarlagt. ■

INSTICK N° 3

Skandal eller inte?

Som vi såg tidigare finns det vissa element som krävs för att en händelse ska utvecklas till en medieskandal. Men hur är egentligen fallet med Littorinaffären, kan vi tala om en skandal den här gången?

Som vi såg tidigare krävde skandalen att en person, gärna känd, begår ett normbrott i sitt privatliv som denne vill hålla borta från offentligheten. Men på något sätt når uppgifterna ändå media som väljer att publicera dem. Då får en tredje part, det vill säga allmänheten, ta del av dem. Och visst. Sven Otto Littorin var som minister en synnerligen välkänd person och att köpa sex är en synnerligen tabubelagd handling i Sverige. Och dessutom olagligt. Som minister var Littorin en del av en viktig institution, nämligen den svenska regeringen. Hans historia nådde Aftonbladet via den anonyma källan "Anna". Så långt ser det alltså ut att vara upplagt för en så kallad institutionell skandal, med vissa inslag av stjärnskandal, och allt följer än så länge den teoretiska skandallogiken.

Men här händer något mycket oväntat som helt bryter mot mönstret. Sven Otto Littorin avgår plötsligt, innan några som helst graverande uppgifter har publicerats. Aftonbladet står således med en ministerskandal i händerna, men ingen minister står att finna. Situationen är såpass ovanlig att det inte direkt finns något prejudikat för Aftonbladet att falla tillbaka på. Man vet helt enkelt inte hur man ska hantera situationen

Skandalens nästa steg borde enligt teorin bli att Aftonbladet publicerar uppgifterna om sexköpet och att Sven Otto Littorin därmed drabbas av folks missaktning. Men här sker ytterligare något mycket oväntat. Aftonbladet väljer att inte gå ut med uppgifterna,

med motiveringen att Sven Otto Littorin genom sin avgång inte längre är en offentlig person. Tidningen lägger krokben för sig själva genom att plocka bort ett av skandalens grundelement. I samma ögonblick som Littorin utnämns till privatperson slutar han att vara en del av institutionen regeringen. Ur skandalteoretisk synvinkel borde Aftonbladet kanske ställt affären här, undvikit att publicera. Men istället väljer man att publicera ett fragment av den.

Ett annat viktigt moment i skandalteorin är bemötandet. Den utpekade ska få en chans att försvara och förklara sig. Dessa förklaringar fungerar som en motor som driver skandalen vidare. Ur dessa uttalanden kan medierna fånga upp nya tveksamheter att spinna vidare på. Men i Littorins fall blev detta omöjligt, eftersom han gick under jorden och gjorde sig oanträffbar. På så vis bromsades skandalutvecklingen ytterligare.

Vid det här laget hade Littorins avgång blivit en etablerad nyhet, men själva skandalutvecklingen hade stannat av så pass att övriga medier inte riktigt kunde haka på den vinkeln. Men Aftonbladets lite oortodoxa beslut hade givit upphov till en ny ingång, nämligen att rapportera om Aftonbladets tidigare rapportering.

Sålunda gjorde ett par klart urskiljbara avsteg från den teoretiska skandalens mönster att affären kom att utvecklas från en politisk skandal till en medie-debatt. ■



JONATHAN FALCK HAR ALDRIG SETT NÅGOT LIKNANDE

Jonathan Falck är chefredaktör och ansvarig utgivare på Göteborgs-Posten sedan 2001.

Hur upplevde du inledningen på affären?

Jag satt som nyhetschef vilket jag gör varje sommar, i direkt operativ funktion. Min upplevelse av presskonferensen var att Littorin väldigt tydligt talade om att han avgick efter mediernas allt för närgångna bevakning av honom som privatperson och hans familj. Han tyckte att det hade lastats på under lång tid och nu hade bägaren runnit över. Han hänvisade till sina barn, talade om vad de hette, sade att det var för deras skull och sen gick han. Jag satt här i Göteborg men vi hade två politiska reportrar på plats i Almedalen, en ledarskribent samt en fotograf.

Hur reagerade du på att han motiverade sin avgång med bevakningen av barnen?

Jag reagerade med stor förvåning för jag kunde inte påminna mig om ett enda tillfälle då jag i morgontidningarna läst om Sven Otto Littorins barn. Jag vet att Göteborgs-Posten aldrig skrivit om dem. Min minnesbild är att även kvällstidningarna varit mycket försiktiga med detta. Man skrev om hans skilsmässa och vårdnadstvist och det har även GP noterat. I samband med det var han entledigad från att vara minister, vilket påverkade hans ämbetsutövning. Det har vi skrivit om, men inte om barnen.

Gick det rykten i Almedalen om andra anledningar till avgången?

Nej. Inte som jag hörde. De kom dagen efter när Aftonbladet skrev att det finns någonting annat bakom. Att han inte sagt

hela sanningen. Vi hörde en massa rykten. Då försökte vi ta rätt på vad det handlade om, men vi kom inte fram till något som vi tyckte var publicerbart.

Hur såg du på Aftonbladets publicering om brottsmisstankar och sexköpsanklagelser?

När vi inte själva kunde få fram eller belägga något fick vi utgå från vad som var sagt. Vi fick göra rak, saklig nyhetsjournalistik kring detta. Sen hände verkligen något på lördag morgon då Aftonbladet publicerade uppgifter om att Sven Otto Littorin ska ha köpt sex av en kvinna som berättar om deras möte. Allting gick mycket snabbt.

Ganska kort efter det kallade Fredrik Reinfeldt till en pressträff senare under lördagen. Då kan man lugnt säga att Aftonbladets publicering blivit en del av svensk politik. Uppgifterna i sig är anmärkningsvärda. Politiker bygger sin ämbetsutövning på förtroende och det är klart att det här urholkar det förtroendet. Det fanns ett nyhetsvärde och ett allmänintresse. När statsministern anser att uppgifterna har den digniteten att han direkt kallar till presskonferens är det givet att vi publicerar och hänvisar till de här uppgifterna. Något annat kunde vi inte göra i det läget.

Varför publicerade ni en TT-artikel redan på fredagen om odefinierade brottsmisstankar mot Littorin? Uppgifter som på inget vis var belagda?

När Sveriges största tidning tapetserar landet med löpsedlar med detta innehållet är det något vi måste och ska förhålla oss till. Vi kan inte låtsas som om det regnar. Det blir en del av debatten och vi måste förhålla oss till det, en del av mediedramaturgin och händelseutvecklingen.



Foto: Sara Rönnberg

I grunden bygger var och en på sina egna bedömningar och fattar sina egna publicistiska beslut men samtidigt finns man i ett sammanhang och det är självklart att när stora medier lyfter fram en fråga och gör den stor får man fundera över om även våra läsare också ska få veta om detta. Ska vi inte på något sätt förhålla oss, problematisera och ge perspektiv på det? Ofta landar man i att man ska skriva, men man måste tänka noggsamt på hur man gör det. Vi ska göra det på vårt sätt och i de här fallen är Göteborgs-Posten generellt mycket försiktiga med uppgifter om den privata sfären. Vi skriver om saker som påverkar en makt-havares ställning och position. Så det är klart vi ska tänka noggsamt efter om de här synnerligen privata uppgifterna spelar roll för den här personens jobb och funktion.

Hur kan man vara säker på att det man återpublicerar från andra medier stämmer? I det här fallet fanns bara källan

“Det finns ett starkt och ökande intresse bland läsarna för medieetik. Det har ökat jättemycket de senaste tio åren”

”Anna” som bara Aftonbladet fick träffa, riskerar man inte att bli okritisk?

Jag håller inte med om att det är okritiskt publicerat. Man måste skriva om vad det handlar om för att det ska vara begripligt, men vi var oerhört noga att inte ha för mycket detaljer. Vi publicerade grunderna för att det skulle vara begripligt för läsarna. Det handlar om vilken detaljnivå man lägger sig på och att man är oerhört tydlig med att förklara var det här kommer från så att läsaren kan bedöma källan. Det är en väldig skillnad på källor och källor. Det är klart att Sveriges största tidning, som i grunden omfattas av samma pressetik som vi, är mer trovärdig än andra. Men jag bedömer det ändå utifrån min erfarenhet och utifrån situationen. Vi diskuterade väldigt noggsamt med våra politiska reportrar och de på plats i Almedalen om det här verkade rimligt. Vi visste inte om uppgifterna var sanna men de var ändå såpass sannolika att de var rimliga att publicera.

Vad tycker du om de bevis Aftonbladet lagt fram?

De har två saker; en kvinnas berättelse och telefonnumret. Kvinnan är väldigt svår att veta något om men hon har en berättelse som i sina detaljer låter rimlig. Telefonnumret är jag lite förvånad över. Jag trodde nog man hade mer. Här sitter vi på Göteborgs-Posten och alla andra medier i en ganska besvärlig sits. Vi kan bara se det Aftonbladet publicerar och vi tror ju bara att de kan ha mer, vi vet inte. Det helt avgörande är kvinnans trovärdighet och man behöver ju träffa henne för att kunna säga någonting om det. Det jag funderade över var helheten. Jag kan vara frågande över hur Aftonbladet resonerade under den första tiden där man i två dagar talar om att man vet någonting utan att publicera det. Det tycker jag var märkligt. Säger man A måste man säga B.



Tror du det fanns kommersiellt tänkande i att man drog ut på publiceringen?

Jag tror inte det här var någon jättesäljare. Jag tror inte det var det som låg bakom att man drog ut på det. Nog sjutton var det rätt svårt att sälja tidningen dag två när det stod exakt samma sak som dag ett. Min erfarenhet är att man inte resonerar i de termerna.

Hur såg det ut med läsarespons och liknande hos er? Var det en uppmärksam grej?

Det var det. Det pratades mycket bland alla läsare. Det är ovanligt att en minister avgår och så tydligt pekar ut medierna som orsak till avgången. Det finns ett starkt och ökande intresse bland läsarna för medieetik. Det har ökat jättemycket de senaste tio åren. Det faktiska i avgången och hur medierna hanterade det hela samverkade till att folk var intresserade av det som skedde. Det var mycket reaktioner för att vara juli månad och semester men väldigt få ifrågasatte att vi publicerade Aftonbladets uppgifter.

Hur värderade ni faktumet att Sven Otto Littorin inte kan frias i rättslig mening när ni valde att berätta om sexköpsanklagelserna?

Medieetik kan reduceras till två saker: Det ska vara sant men man publicerar inte allt som är sant av hänsyn till människor. Göteborgs-Posten är som andra morgontidningar generellt försiktiga med den privata sfären för vi anser att det inte har allmänintresse. Men påverkar det som sker privat ens yrkesutövning exempelvis om en minister avgår eller får ändrade arbetsuppgifter blir det en annan sak. Det här påverkade i allra högsta grad skeendet.

I det här fallet var det framför allt detaljrikedomen vi plockade bort av hänsyn till Littorin. Detaljerna behövs inte för att man ska förstå skeendet.

Var lade ni den gränsen?

Man läser varje ord som vi ska publicera. Man läser varje artikel. Man diskuterar med sina närmaste medarbetare och reportrarna om vilken nivå man ska lägga sig på. Vad som är rätt nivå en dag behöver inte

vara den rätta en annan dag. Det kan ha skett saker som flyttar gränsen. Jag tycker alla tidningar var återhållsamma i sina publiceringar.

Hur ser du på er mängd artiklar? Publicerade ni lagom mycket?

Ja det tycker jag. Vi låg på en rimlig nivå. Jag tror vi låg på ett eller två uppslag per dag ungefär. Vi försökte gå efter två spår. Dels att skriva om vad det betydde politiskt, dels ett mer medieetiskt och rättsligt spår. Vi ville skildra vad som hände och ge perspektiv och analyser kring detta. Då jobbade vi med vad som skedde politiskt genom analyser och intervjuer med statsvetare och andra. Dessutom gick vi på spåret om medieetik, det eventuella rättsläget, om Sven Otto Littorin skulle kunna tycka att det här var på gränsen till förtal. De två spåren försökte vi göra.

Ni hade mycket TT-material. Hur förhåller ni er och granskar det i en sådan här känslig fråga?

Vi använder våra egna resurser på att göra det som är vårt eget. Det finns ingen anledning att göra om jobb som TT kan göra precis lika bra. Vi vill använda våra reportrar till att göra unika saker som analyser. Självklart går vi genom TT-materialet ytterst noggrant, alltså mening för mening, för att se att de lägger sig på den rätta etiska och journalistiska nivån. Det tycker jag de gjorde.

Jag har en minnesbild av att vi tog ned dem i längd för det inte fanns någon anledning att ha med för mycket uppgifter.

Hur ser du på den totala rapporteringen i frågan?

Om man ser på etiken så tycker jag man i grunden har skött sig. Det är inget snack om att man självklart skulle publicera, det talar allt för. Jag tycker de svenska medierna i grunden ska ha godkänt för hanteringen av Littorinaffären. Generellt är svenska medier duktiga på etik. Kunniga, väl inlästa. Man har i grunden en samsyn som har mejslats fram under många decennier.

Hur tror du medieetiken kommer ut-

vecklas i framtiden?

Snabbheten i dagens medier påverkar. Detta att allt är tillgängligt för alla i samma sekund. I vissa fall blir tidningarna betraktade nästan som ett informationshinder. Uppgifter kan stå på massa ställen förutom i tidningarna och då är det berättigat att fråga varför inte även vi skriver. Vi kan bara svara för vår etik. Till exempel kan man aldrig säga att man namnger någon bara för att namnet förekommer på alla andra ställen. Men det är klart det påverkar. Det blir liksom en rörelse och den är att mer och mer från den privata sfären tas in så sakteliga. Jag ser det som en långsam rörelse utan dramatiska förändringar.

Vad tror du medievärlden har lärt sig av Littorinaffären?

Jag tycker man som utgivare ska undvika att hamna i en situation där saker får en egen motor så man måste göra saker och ting. Att publicera en halv sak ökar pressen på att man måste säga allt. Hade det då inte varit bättre att hålla an redan från början? Jag sitter inte inne med facit för hur Aftonbladet resonerade men jag har sällan sett något liknande. Om ens någon gång.

Du kan alltid lägga till saker och ting men du kan aldrig backa. Det är därför jag säger att snabbhet aldrig får vara det främsta kriteriet i journalistiken. Det måste vara sakteligheten, noggrannheten, allmänintresset.

Tror du affären Littorin är över?

Ja. Och jag tror det beror på att ingen har intresse av att öppna den igen. Dyker det upp nya intressanta saker får man våga dem nogsamt. Saker och ting som skulle kunna kasta ljus på vad som egentligen hände är givetvis av intresse. Det händer inte allt för sällan att det går ett antal år och sen ger sig kanske forskare på det och hittar nya saker man inte såg just när det rullade.

Det blev tyst snabbt och uppenbarligen hade ingen intresse av att driva frågan vidare. Sven Otto Littorin gjorde inga anmälningar. Det var mycket tydligt att Moderaterna inte ville prata mer om det här. Jag noterar också att Aftonbladet inte drev affären särskilt länge. Man kan fundera på vad det beror på. ■

THOMAS MATTSSON

SPELAR GÄRNA

SKURKEN

Thomas Mattsson är chefredaktör och ansvarig utgivare för Expressen sedan 2009.

Hur upplevde du inledningen på affären?

Jag var i Almedalen och skulle resa hem samma kväll. Vi fick veta att Sven Otto Littorin hade kallat till presskonferens och att han skulle lämna sitt jobb. Vi hade 10-15 medarbetare på plats. Från presskonferensen kom uppgifter om att Sven Otto Littorin skulle attackera media, och kvällstidningarna specifikt.

Hur reagerade du på att han motiverade sin avgång med bevakningen av barnen?

Jag kunde inte ens se vad en sån kritik skulle handla om. Att en politiker slentrianmässigt skyller på medierna är man van vid. Det gör alla politiker som granskas för någonting. Med min kunskap om hur stora svenska medier jobbar kändes det helt osannolikt att svenska journalister skulle kontakta barn för att prata om deras sjuka föräldrar.

Hur såg du på Aftonbladets publicering om de initiala brottsmisstankarna?

Under onsdagseftermiddagen deltog jag i *Studio Ett* och avslöjade att Expressen fått uppgifter från regeringen om att den verkliga orsaken till Sven Otto Littorins avgång var att en annan redaktion hade konfronterat honom med uppgifter som ännu var opublicerade. Detta sade jag rakt ut i radion men ingen tog någon riktig notis om det. Därefter kommer de första artiklarna i Aftonbladet. Den första artikeln som säger halva storyn innehöll inte bara själva saken utan också en del uppseendeväckande resonemang kring att Sven Otto Littorin inte längre är en offentlig person. De resonemangen var nog tillkomna i ett stressat

läge. Man ville redogöra för de verkliga orsakerna till en regeringsombildning som sker kort innan valet. Sådana uppgifter är relevanta vad de än innehåller. Man hoppades nog att Sven Otto Littorin skulle kommentera det och det är ett arbetssätt som inte är kontroversiellt. En redaktion är ju också skyldig att låta den berörda komma till tals. Men det ska inte vara möjligt för en berörd att förhålla en publicering genom att göra sig onåbar. Vid något tillfälle löper karensen ut och man får publicera uppgifter utan kommentar.

“Det är inte osannolikt att en minister kan ljuga Sveriges största tidning rakt upp i ansiktet“

Hur ser du på Aftonbladets hanterande av dementier från olika håll. Den blev ju sedermera ert starka kort i affären?

Aftonbladets uppfattning är å ena sidan att man har redovisat dementier men å andra sidan att man inte fått någon riktig dementi. De menade att skälet till att man inte redovisade de tidiga dementierna fullt ut var att man ville höra ministern själv men ställde inför kritiken att man faktiskt fått dementier så ändrar man sig. Det är inget ovanligt att besked från offentliga personer meddelas via presstalesmän. Men när det gäller väldigt integritetskänsliga uppgifter vill man gärna prata med huvudpersonen själv. Resonemanget är inte orimligt men Aftonbladet borde redovisat

tydligare att man mottagit dementier. Men i ett sådant här sammanhang, där en minister lämnar regeringen med en förklaring som av allt att döma är en lögn, kan man som redaktion kräva att få tala med ministern själv. Politiker och deras presstalespersoner ljuger ofta för journalister. Kanske är det så att man på Aftonbladet är medvetna om detta och därför är mindre benägna att publicera de dementier som inkom via ombud. Det är inte osannolikt att en svensk minister kan ljuga Sveriges största tidning rakt upp i ansiktet men det är lite svårare att för en politiker att ljuga framför en kamera jämfört med att dementera via en pressekreterare. Därför tror jag Aftonbladet var väldigt måna att få prata direkt med Sven Otto Littorin.

Vad tycker du om de bevis Aftonbladet lagt fram?

Det källmaterial man redovisat offentligt, det vill säga kvinnans berättelse och det telefonnummer hon uppger att den här mannen ska ha ringt ifrån, att hon ska ha känt igen honom från tv samt den hårdisk där man sparat mejltrafik är i formell mening teknisk bevisning men skulle inte hålla i domstol. Vem som helst av er kan starta ett hotmail-konto under det här samtalet med mina uppgifter. Ni har ju mitt telefonnummer också som ni kan skriva med. Sedan kan ni gå in på en massa dejtingsajt sajter och porr sajter och sen blir jag uppringd av Resumé nästa vecka.

Också Aftonbladet vet att deras bevisning är svag. Det vore oseriöst att värdera Aftonbladets bevismaterial utifrån vad som är känt. Min erfarenhet säger mig att Aftonbladet har betydligt mer informationer än man gjort gällande. Om det här var Expressen hade vi naturligtvis haft tillgång till mer källmaterial än det vi berättat om. Jag kan inte föreställa mig att Afton-

bladet agerat på något annat sätt. Jag tror de som kritiserar Aftonbladet utifrån deras kända bevismaterial är helt okunniga om hur undersökande journalistik bedrivs.

Alla de så kallade publicister och pr-konsulter som uttalar sig tvärsäkert om Littorinaffären är avslöjade: De har aldrig haft den sortens publiceringsbeslut som de Lena Mellin ställdes inför. Att tvärsäkert säga att man inte borde skrivit något för-rän man sagt hela sanningen är att sätta sig på väldigt höga hästar. Å ena sidan har man konsekvensneutraliteten, det vill säga att man ska informera läsarna om varför Sven Otto Littorin avgick. Å andra sidan står publicitetsskadan han kan lida av detta. Med facit i hand blev nog mellanpubliceringen inte vad Aftonbladet hade önskat. Man kan vända på resonemanget. Säg att Sveriges största dagstidning är den enda redaktionen i landet som vet hela bakgrunden till varför regeringen ombildas strax före valet men väljer att inte skriva om det under flera dygn. Då hade ni skrivit samma uppsats men med ett helt annat angreppssätt. Då hade man hävdat att Sven Otto Littorin fått styra förutsättningarna för en publicering. Det var en omöjlig situation tycker jag.

Hur värderade ni faktumet att Sven Otto Littorin inte kan frias i rättslig mening när ni valde att berätta om sexköpsanklagelserna?

Givetvis är det viktigare med pågående brottslighet eller brott med högt straffvärde. Men bara för att ett brott är preskriberat kan man inte ta det som intäkt för att låta bli att skriva om det. Det handlar snarare om en förtroendefråga. Kan man anta att den här ministern och riksdagskandidaten blir omvald till riksdagen om de här uppgifterna blir kända? Är det rimligt att väljarna ska gå till allmänna val utan att ha hela bilden av den här personen? Då inträder relevansen i att redovisa de här uppgifterna. Det är inte rimligt att det parti i riksdagen som har den kan-

ske mest hårdföra kriminalpolitiken har en minister som gjort sig skyldig till ett brott som faller under allmänt åtal.

Ni valde att skriva om att Sven Otto Littorin hade sexchattat. På vilket sätt har det nyhetsvärde och allmänintresse?

Det man måste ta ställning till när man publicerar en sådan uppgift är för det första om det är sant. Uppgifterna om sexchattande framkom i samtal mellan Sven Otto Littorin och statsrådsberedningen.



Foto: Wikimedia commons

Man får anta att uppgifterna är sanna eftersom de kommer från Sven Otto Littorin själv. För det andra frågar man sig om det är relevant. Sven Otto Littorin lämnade regeringen efter att ha konfronterats med uppgifter om ett brott mot sexköpslagen. Att han då i ett samtal med statsrådsberedningen uppger att han sexchattat bidrar till att komplettera bilden av honom. En bild han inte gett av sig själv på valaffischer och i sin blogg. Sant är det eftersom uppgifterna är hans egna. Relevant blir det när han lämnar regeringen på grund av händelser

som är kopplade till hans sexual- och privatliv. Det är inte brottsligt att sexchatta men ändå är det försvarligt att publicera. Därefter måste man bedöma rimligheten. I 99 fall av 100 är det inte rimligt att publicera sådana här uppgifter. Men det finns undantag och de etiska reglerna är bara regler i så måtto att de är rekommendationer. Det är fortfarande upp till den enskilda redaktionen vad man publicerar.

Var drar man gränsen för allmänintresset?

Varje publiceringstillfälle är helt unikt. Om man ska generalisera litegrann kan man säga att uppgifter som för andra skulle vara personliga eller till och med privata har lägre integritetsskydd om de är kopplade till någons offentliga roll eller tjänsteutövning. Om exempelvis en jordbruksminister håller ut gift i sin trädgård är det givetvis allvarigare än om en kommunpolitiker som jobbar med helt andra frågor gör det.

I de etiska reglerna står det att om det föreligger uppenbart allmänintresse är det rimligt och tillåtet att publicera uppgifter som i alla andra sammanhang skulle vara integritetskränkande och ge upphov till publicitetsskada. Det är den ansvariga utgivaren själv som bedömer om det finns allmänintresse. Det är därför medierna fattar olika beslut kring relativt likartade publiceringar.

Var det en uppmärksam grej? Sålde ni bra? Vad sålde ni på?

Det här är inte en typ av nyheter som säljer tidningar. Trots att Sven Otto Littorin var minister var han en relativt okänd politiker som inte förekom i offentligheten förutom att han lade ut bilder på sig själv och sambon på Facebook. Dessutom var det en tekniskt komplicerad historia och Expressen hade bara tillgång till andrahandskällor. Vi rapporterade mindre om det här än Aftonbladet. Men naturligtvis är det av mycket stort allmänintresse att rapportera

om en regeringsutbildning och bakgrunden till den.

Hur ser du på mediedebatten som uppstod? Vad tar du med dig från affären Littorin?

Det går inte att dra några slutsatser utifrån att det uppstår en mediedebatt. Också okontroversiella publiceringar kritiserar av andra redaktörer så det blir en metadebatt. Kvällstidningar blir ofta skurken i sådana debatter, men det är bara en del av spelet. I affären Littorin slapp Expressen det. Det är en del av hyckleriet från andra redaktioner. Det finns en näringskedja där svenska

medier gärna förfasar sig över utländska mediers rapportering men samtidigt gärna berättar vad den handlar om. På samma sätt redovisar kvällstidningar vad som står i böcker och tidskrifter. Morgontidningarna förfasar sig över kvällstidningar. Radio och tv förfasar sig över dagspressen i största allmänhet. Det brukar sluta med att någon i tidningarna säger att det här gör radio och tv bara för att ni själva hycklar och gör en BBC. Så skrattar alla och rodnar.

Tror du affären Littorin är över?

Nej, jag tror det kommer komma något mer. Den är över som affär men det finns

så många obesvarade frågor. Omständigheter som behöver redovisas. Någon gång kommer Sven Otto Littorin ge en riktig intervju eller skriva sina memoarer och då vaknar frågan igen. Det är klart att den minister som avgår utan att säga varför alltid kommer ha ett stort allmänintresse. Om det är något man lärt sig av affären Littorin är det att politiker inte talar sanning, politiker är beredda att ljuga, politiker är beredda att använda medierna som slagträ och medierna är alltför ofta benägna att tro på politikerna trots att det snarast finns empiriskt underlag för motsatsen. ■

DANIEL SANDSTRÖMS TIDNING ÄR ANNORLUNDA

Daniel Sandström är chefredaktör och ansvarig utgivare på Sydsvenskan sedan 2008.

Hur upplevde du inledningen på affären?

Jag hade egentligen semester och fick ett samtal när jag var på typ Autobahn om att Sven Otto Littorin hade avgått av personliga skäl. Plötsligt började folk ringa och säga att det var något konstigt med den här avgången. Jag fattade inte riktigt vad som hänt först. Jag fick köra in med familjen på en McDonalds där de hade trådlöst nätverk. Jag satt i en timme och försökte läsa in mig. Då fick jag ganska snart ta ställning till vad vi skulle skriva. Aftonbladet skrev ju från början att Littorin avgår efter ett påstått brott. Uppgifterna var vaga och vi valde att inte skriva om det eftersom vi inte kunde styrka de uppgifterna på något sätt. Jag minns att jag ringde vår advokat från det där McDonaldskontoret för att diskutera förtalsaspekten av det hela. Att bara vidarebefordra uppgifterna är juridiskt svårt.

Därefter går Aftonbladet ut med att de har uppgifter om att Sven Otto Littorin ska ha köpt sex. Om jag minns rätt gör vi bedömningen att allmänintresset är så stort att vi måste berätta vad Aftonbladet går ut med. Vi gör det i begränsad form, det vill säga att vi inte återger kvinnans berättelse och vi har berättat om det på ett så kort, torrt och sakligt sätt som möjligt.

Hur reagerade du på att han motiverade sin avgång med bevakningen av barnen?

Vi hade inte skrivit om hans vårdnadstvist så vi tog inte till oss av den kritiken. I efterhand talade vi mer om att han sagt vissa saker på presskonferensen men att det egentligen fanns andra skäl till hans avgång. Om man tänker efter var det ju så att Sven Otto Littorin själv lyfte fram barnen på presskonferensen. Vad som sedan händer i slutet på den veckan när Aftonbladet lägger fram sina uppgifter är att frågan lyfter från en privat angelägenhet till att bli en regeringsfråga. Hur hanterar regeringen sanningen när de låter Sven Otto Littorin gå ut med uppgifterna som de förmodligen vet inte är sanna. I samma ögonblick som det blir en fråga om regeringens krishantering och bristande sanningskrav blir det läge att skriva om det och då måste man berätta åtminstone delar av historien.

Övervägde ni någon gång att inte publicera uppgifterna alls?

När man jobbar med utgivarfrågor har man inte hela facit. Man sitter jämt i ett förlopp där man ställer sig frågan vad man vet just nu. När Aftonbladet gick ut med uppgifterna om ett odefinierat brott visste jag att jag inte bara kunde sprida de här uppgifterna utan att riskera att bli skyldig till någon form av förtal. Jag kunde inte säkerställa uppgifternas sanningshalt och trovärdighet helt enkelt. Det är ett sådant punktbeslut

man fattar i det ögonblicket. När mer kom ut kunde jag uppvisa en ansvarig hållning inför de publicistiska uppgifterna, som det heter. Det är så man funderar som utgivare. Varför vill jag publicera detta? Hur kan jag försvara att jag gör det? Det resonemanget ändrar sig från dag till dag. Det finns ingen strategi eftersom man inte har en aning om hur frågor utvecklas.

Ni har skrivit betydligt mindre än de andra tidningarna. Hur kommer det sig tror du?

Vi är inte Stockholmscentrerade. Vi har ingen fast medarbetare i Stockholm. Vi har TT. Det är en resursfråga. Att Svenskan och DN skriver mer om detta är ganska självklart, de är lite mer rikstidningar och vill ha den framtoningen. Vi har ingen riksdagsreporter och prioriterar vårt spridningsområde. Därför kan vi inte vara lika nära källorna.

Det är lätt att ryckas med när det sker sådana här dramatiska saker. Man blir hungrig på att skriva mycket men vi skriver det vi vet, kan bekräfta och ta ansvar för och mycket i den här historien var sådant vi inte kunde bekräfta själva. Vi kan berätta att Aftonbladet skriver om detta men det var inte så att bevisen var av sådan överväldigande karaktär att vi kunde skicka dem vidare och säga att det här är oproblemiskt.

Ni har hög andel analys- och opinionsartiklar jämfört med de andra. Varför?

Analyserna är ett sätt för oss att problematisera och förklara en nyhetshändelse där nyhetstexten i sig inte räcker till som genre. Den raka nyhetstexten är bra för raka nyheter men är dålig på att förklara komplexiteter, därför behöver man en stor palett av alternativa textformer. Jag tror att när faktagläset är så komplicerat som det var i detta läget, och inga nya fakta tillkommer, kan analysen vara ett sätt att prata om saken utan att ta fram egna fakta.

Var det en uppmärksam grej?

Det är sällan vi får starka reaktioner på riksmaterial. Däremot kan folk tycka att det är konstigt att vi namnger arbetsmarknadsministern, men inte någon som är inblandad i till exempel en bilstöld här i Malmö. Man kan ställa en namngivning mot en annan namngivning. Det var inte en jättefråga hos våra läsare. Den innehöll en viss nyhetsdramatik och intresserade journalister för att den innehöll publicistiska knivigheter, som till exempel att Aftonbladet gick ut med A men inte B. Det var en väldigt märklig form av publiceringsgång. Vi inom media tycker det här är angeläget och viktigt men jag är inte säker på att läsekretsen förstod hur central Sven Otto Littorin var för de nya Moderaterna eller hur själva spin-hantering gick till.

Hur ser du på publiceringen i stort?

Jag var upprörd över DN:s e-postintervju med Sven Otto Littorin. De kan inte avgöra om det är Sven Otto Littorin som besvarat frågorna. De kan redogöra för hur intervjun kommit till men det är ett sätt att frångå hur man vanligtvis kommunicerar med media. På det sättet kan man undvika följdfrågor. En väldigt enkel fråga till Sven Otto Littorin är varför han inte tog förtalsfrågan mot Aftonbladet, men Sven Otto Littorin såg till att han inte behövde besvara några sådana följdfrågor. Jag hade inte publicerat en sådan artikel utan en kommentar från ansvarig utgivare, man måste ha en publicistisk disclaimer vid sådana tillfällen.

Men även Aftonbladets agerande väcker ganska många frågetecken. Hur de agerade och varför de gjorde som de gjorde. Jag hade aldrig publicerat uppgifterna utifrån vad Aftonbladet skrev eller sade, så mycket kan jag säga. Faktumet att en person säger något om Sven Otto Littorin och har hans mobilnummer kanske är graverande men är det tillräckligt för att gå så långt som man gjorde? Hela affären blev väldigt märklig med tanke på

att han gjorde som han gjorde i sin tur. Det är en väldigt bisarr och unik händelse.

Hur ser du på Aftonbladets hanterande av dementier från olika håll?

Om någon anklagat mig för att ha köpt sex hade jag inte bara dementerat en gång utan varenda minut och dragit dem till rättegång omedelbart. Jag hade gjort allt för att sätta dit den som kommer med sådana påståenden om mig. Av någon anledning valde Sven Otto Littorin att dementera på ett så försynt och subilt sätt att ingen fattade att han dementerade. Det är något där som är lite knepigt.

Aftonbladets agerande och hur de tänkt är delvis för mig höljt i dunkel men som



Foto: Daniel Bävman, Sydsvenskan

dementi betraktad tycker jag den var väldigt svag med tanke på sakens natur. Dementin var svag som dementi om han tyckte det var viktigt att dementera.

Hur tror du medieetiken kommer utvecklas i framtiden?

Hela förfarandet, Littorins snabba avgång, Reinfeldts distansering från honom och så vidare visar att krishantering ser annorlunda ut nuförtiden än för några år sedan. Regeringen har blivit skickligare på att hantera ett drev, inte så att det kommer medborgarna till gagn men så att skadan för dem själva blir ganska marginell.

Jag tycker också utgivarna i dag agerar mer oförutsägbart och det hänger delvis ihop med att regeringen agerar mer oförutsägbart. Att Littorin hoppar av och hänvisar till att han numera är en privatperson man inte kan ställa frågor till är ett knäppt agerande. Men det gör också att Aftonbladets agerande blir rätt så märkligt. Hela spelet innehåller lärdomar om att varje affär har sin egen dynamik. DN:s e-postintervju visar hur fler kommer att agera framöver. Man hittar sina egna kanaler för att få ut informationen.

Nuförtiden är det mer av fall till fallbedömningar när det gäller hur utgivare agerar. Jag tycker det finns goda skäl att inte vara principiell. Den binära logiken om att aldrig namnge försvinner och byts ut emot ett mer lyhört förhållningssätt. Man kan inte riktigt schematisera som man kunnat göra tidigare. Det är spännande men också lite problematiskt.

Innebär det här att pressetiken förstärks eller försvagas?

Måste den göra något av det? Pressetiken är levande materia. Den förändras helt enkelt. Jag tror faktumet att det blev en stor debatt stärker pressetiken som någonting närvarande och kollektivt. Jag tror också läsarna blir medvetna om att pressetiken är en föränderlig och klurig sak. Den här oförutsägbarheten i pressetiken i någon mån kanske kan hota det Saltsjöbadsavtal som finns mellan publicister och stat och så vidare som vi haft i Sverige. Ju mindre pressetiken går att reglera desto mer nervösa kommer makthavarna bli.

Tror du affären Littorin är över?

Det finns fortfarande avgörande frågor som inte är ställda. Det sättet han lämnade offentligheten på var bra för regeringen men jag är inte säker på att det var bra för Sven Otto Littorin om han någonsin vill vara en offentlig person i Sverige igen. Om frågan är över beror på Sven Otto Littorin själv om det inte kommer fram andra uppgifter. ■

MARTIN JÖNSSON

VÄNTADE PÅ

NYHETSVÄRDET

Martin Jönsson är redaktionschef och tillförordnad ansvarig utgivare på Svenska Dagbladet.

Hur upplevde du inledningen på affären?

Jag var inte på plats i Almedalen utan hade semester. Det var känt att han befann sig i en vårdnadstvist. Dock var det bara vissa medier som rapporterade om det. Det var inte överraskande att han avgick på grund av en svår personlig situation. I sak blev jag inte särskilt förvånad.

Hur reagerade du på att han motiverade sin avgång med bevakningen av barnen?

Om han vill avgå på grund av en jobbig personlig situation så har jag den största förståelse för det. Däremot tyckte jag det var konstigt att han refererade till att det var ett starkt medietryck kring hans privatsituation. Alla medier utom Aftonbladet, Expressen och Metro har helt hållit tyst om hans privata vårdnadstvist. Vi skrev inte om det för vi gjorde bedömningen att det tillhör den privata sfären. Kvällspressen och Metro har rapporterat om det, men inte på ett enormt uppskruvat plan. Mediedrevet mot Sven Otto Littorin hade inte existerat.

Hur såg du på Aftonbladets publicering om de initiala brottsmisstankarna?

Den tyckte jag var mycket konstig. Även om jag hade semester hade jag flera gånger om dagen kontakt med desken om huruvida vi skulle publicera detta. Vi kom fram till att det inte fanns något att publicera på torsdagen. Att vi skulle vidarereportera att en annan redaktion visste något när vi inte vet vad skulle te sig absurt. Det enda man kunde göra i det läget var att bedöma



Foto: Svenska Dagbladet

att det inte fanns något av nyhetsvärde att rapportera förrän Aftonbladet kunde lägga fram någon bevisning eller precisering kring det. I det läget valde vi att inte publicera alls.

Och sexköpsanklagelserna?

När Aftonbladet presenterade sexköpsanklagelserna ställdes vi inför ett antal frågor. Har Sven Otto Littorin och Fredrik Reinfeldt angivit felaktiga skäl till varför Littorin avgår? Anledningarna till att en minister avgår har stor relevans och finns det en annan förklaring än den som givits till svenska folket är det intressant att redogöra för den. Skälen till avgång är inte utan betydelse. På lördagsmorgonen diskuterade vi mycket och kom till bedömningen att det är rimligt att gå in på diskussionen om sexköpsanklagelserna men utan detaljer om när och hur. I synnerhet när vi fick besked om att Fredrik Reinfeldt skulle kommentera detta på en presskonferens så blev det fullständigt givet att vi skulle

prioritera detta som en hyfsat stor nyhet. Om statsministern kallar till presskonferens för att kommentera vad han känner till kring en ministers avgång går det inte längre att ignorera. Då blir det en del av storpolitiken.

Jag tror presskonferensen bidrog till att göra det till en politisk fråga även om pressen möjligen hade fortsatt ändå. Man ska inte glömma att det här utspelade sig under Almedalsveckan. Den vecka på året då politikerna gör sig som mest tillgängliga. Att ledande moderater då skulle göra sig helt otillgängliga finns inte på kartan. Alla ledande moderater var i Almedalen och var delaktiga i att bemöta medier och publik och kommunicera. I det läget hade de nog inte klarat sig utan att kommentera detta.

Vi valde att vara väldigt återhållsamma kring Aftonbladets uppgifter eftersom det här var sådant vi inte själva kunde få bekräftat. Det var väldigt svårt att bedöma källornas trovärdighet. Men eftersom uppgifterna fick politiska effekter var man tvungen att skriva om efterspelet. När blev Reinfeldt informerad? Vad hade han för kommentar till Littorins avgång? Har Reinfeldt på något sätt bidragit till att ge en felaktig bild av varför han avgick? Även frågan om Moderaternas krishantering dök upp ganska snabbt. Det fanns mycket som var relevant att rapportera utan att gå in i detalj kring frågan om Littorins påstådda sexköp.

Vad tycker du om de bevis Aftonbladet lagt fram?

Det var inte bevis som räckte för att vi skulle återpublicera uppgifterna i detalj. Det intressanta för oss var huruvida Littorin och Reinfeldt angivit felaktiga skäl för avgången.

“När politik utspelar sig så snabbt och aktivt som det gjorde här ställer det väldigt krav på besluten om hur man publicerar.”

Man kan tänka sig en situation där Littorin kallar till presskonferens och berättar att han blivit kontaktad av en tidning som har uppgifter om honom som inte stämmer men som påverkar hans situation så att han inte orkar längre. Då hade den här frågan dött. Istället kallar man till presskonferens med ett helt oväntat besked om avgång. Då är det klart att frågorna aktualiseras. I och med att det kom så oväntat finns det skäl att anta att Aftonbladets konfrontation var skälet till avgången. Därmed inte sagt att Aftonbladet hade rätt men det kan vara så att Littorin inte orkade med den sortens misstänklighöjande.

En uppfattning som finns är att kvällstidningarna får stå för det journalistiska grovgörat och de krångliga publicistiska besluten medan morgontidningarna skriver om affären genom att kritisera kvällstidningarna. Hur ser du på det?

Jag kan inte erinra mig att vi har bedrivit kritik mot kvällstidningarna. Det här är däremot Dagens Nyheters paradgren. DN Kultur älskar att göra så. Vi har varit noga med att inte göra det. Jag tycker det är en ganska feg och fullkomligt absurd lösning på situationen. Jag har själv, under mina år som chefredaktör för Journalisten, granskat hur metadebatter uppstår men har säkert syndat någon gång själv också. Generellt försöker vi undvika det där. Om man vill göra en metadebatt är det väldigt viktigt att uppge skälen till varför man gör det och inte bara skriva runt händelsen.

Ni skrev mest av alla dagstidningar, dubbelt så mycket som Sydsvenskan. Varför är det så?

Svenska Dagbladet skriver mycket mer om politik. Det är ett väldigt tydligt prioriterat område för oss. Detta var under den politiska högsåsongen i Almedalen så det är huvudförklaringen. Man får inte blanda äpplen och päron för mycket.

Hur ser du på den totala rapporteringen

i frågan?

Det utspelade sig under en tid på året som traditionellt är nyhetsavg. De första veckorna i juli är normalt sett inga tunga nyhetsveckor. Då blir det ofta så att om en nyhet blir stor så blir den dominerande under en period. Hade detta utspelat sig i slutet på augusti hade det kanske inte blivit lika dominerande.

Svenska Dagbladet har en mycket stor andel webbmaterial, två tredjedelar, jämfört med de andra tidningarna som ligger på 50-50. Varför?

Vi jobbar lite annorlunda med vår webb. Styrkan med webbpublicering är att det är live. Vi jobbar med vad som händer just nu. Papperstidningen är mycket mer sammanfattningar, sammanhang, läsoplevelse, överblick. Vi jobbar med ett väldigt högt nyhetstempo på sajten och har många uppdateringar varje dag, många debattartiklar varje dag. Vi jobbar med en väldigt hög puls på sajten och det är en väldigt medveten strategi. Det är samma sak oavsett vilket ämne det är. Webben drivs mycket av det som är stort just nu.

Fick ni mycket uppmärksamhet från era läsare? Var det en uppmärksam grej?

Jag fick en del mejl och samtal från läsare som ansåg att vi inte behövde rapportera över huvud taget om det här. Det får man alltid när man skriver om saker som berör den privata sfären. Men det var ingen läsarstorm, det var det inte.

På det stora hela var det inte Svenska Dagbladet som blåste upp Littorinaffären och gick längst på personliga detaljer och så vidare. Vi höll oss till dess effekter för realpolitiken, framför allt frågan om regeringens trovärdighet. Det är en väldigt relevant fråga som vi måste bevaka.

Ni nöter in påståendena om Sven Otto Littorins sexköp. I hälften av artiklarna nämns det. Hur resonerar du kring det?

Han skulle kunna bli rättsligt friad i den

bemärkelse att det blir ett tryckfrihetsmål som säger att publiceringen är klandervärd utan att gå in på själva sakfrågan. Utan att frossa i det måste man kunna berätta vad det handlar om, vad själva saken är. Men frågan är hur man gör det. Är det i rubriker, är det att återanvända en bild hela tiden? Det behöver man inte göra, man ska vara saklig och korrekt.

Har du som publicist lärt dig något av detta och vad tror du mediasverige tar med sig från affären?

Jag tror Aftonbladet framför allt lärt sig något av affären. De blev så förvånade av händelseutvecklingen. De hade nog inte väntat sig den här reaktionen. De satt på en bra story, ett bra tips, och förväntade sig någon form av reaktion men det blev något helt annat än vad de trodde. De tänkte väl att de skulle få en kommentar som bekräftade eller dementerade men istället fick de en avgång. Då fick de lite kalla fötter och valde en mellanväg där de säger att de har något men inte berättar vad. Det tycker jag var ett misstag och det gör de nog själva också. Om de anklagar Sven Otto Littorin för att mörka och inte ange korrekta skäl för sin avgång så borde de själva låtit bli att mörka. Istället borde de berättat exakt hur det gick till. Det gjorde de men för sent. Då hade man kommit för långt in i storyn. När politik utspelar sig så snabbt och aktivt som det gjorde här ställer det väldigt krav på besluten om hur man publicerar. Jag tror de gjorde en felbedömning, mellanpubliceringen blev väldigt konstig.

Tror du affären Littorin är över?

Det är lite upp till honom själv. Idag tror jag ingen jagar Littorin utan det är om han själv kommenterar någonting. Jag tror inte det blir en fråga igen. Det viktiga för oss var ju om det påverkade förtroendet för regeringen Reinfeldt. Den frågan är avgjord. Nej, det hade ingen betydelse. Sen skiter vi fullständigt i om Littorin har gjort det eller inte. ■

ÅSA TILLBERG SER FORTFARANDE FRÅGETECKEN

Åsa Tillberg är redaktionschef och tillförordnad ansvarig utgivare på Dagens Nyheter.

Hur upplevde du inledningen på affären?

Det var väldigt överraskande att han avgick. Men det fanns inte så mycket att säga om hans skäl. Han angav ju privata skäl då.

Hur reagerade du på att han motiverade sin avgång med bevakningen av barnen?

Jag kände inte igen det över huvud taget. Jag kände mig rätt skeptisk till den argumentationen. Jag har svårt att tro att det låg särskilt mycket verklighet bakom det faktiskt.

Hur såg du på Aftonbladets publicering om de initiala brottsmisstankarna?

Det är klart att det var lite märkligt men samtidigt så trodde jag absolut att Aftonbladet hade väldigt bra på fötterna. Men deras uppgifter var inte det enda vi hade. I den artikeln där vi refererade till en del av det som Aftonbladet anförde så hade vi också pratat med Fredrik Reinfeldt och Per Schlingmann. Vi upplevde att båda två bekräftade Aftonbladets uppgifter. Så vi upplevde att det var stärkt från flera håll. Och inte vilka håll som helst utan statsministern och partisekreteraren.

Hur resonerar man när man publicerar uppgifter man inte själv kan kontrollera?

Aftonbladet är en stor tidning med en kompetent politisk bevakning så när de

publicerar något som indirekt bekräftas av statsministern och partisekreteraren och det dessutom handlar om en minister, eller en framstående moderat politiker, så tycker jag att det känns självklart att vi ska publicera det.

Hur ser du på de bevis som Aftonbladet sedan lade fram?

Vi tyckte de var relevanta.

Hur ser du på Aftonbladets resonemang kring att Sven Otto Littorin upphörde att vara en offentlig person efter avgången?

Det tyckte jag var lite konstigt. Jag tycker inte man som minister och central person i ett regeringsbärande parti slutar vara en offentlig person direkt när man avgått.

Alla de andra tidningarna i vår undersökning motiverade i artiklar varför de valde att publicera uppgifterna, men inte ni. Hur kommer det sig?

Vi kände inte något behov av det då. Men frågan blev mer komplicerad med tiden när det framkom uppgifter om att Littorin hade dementerat direkt till Aftonbladet. Vi skrev också flera ledare i den här frågan.

Dagens Nyheter valde att publicera en e-postintervju med Sven Otto Littorin. Hur resonerade ni kring denna, och de svårigheter en sådan intervju för med sig, vad gäller följdfrågor? Hur vet ni att det var Sven Otto Littorin som svarade?

Den kritik vi fått kommer ju av att de andra tidningarna är sura för att de inte fick den själva. Det är förstås klart att det

är en komplikation att man inte vet vem som svarar. Men jag tror ingen annan hade tackat nej i det läget. Vi redogjorde ju också klart och tydligt för att det var just en e-postintervju.

Hur tror du medietiken kommer utvecklas i framtiden? Vad tar mediesverige med sig av affären Littorin?

Det var väl inte direkt några nyheter. Man måste vara extremt försiktig och noggrann i sådana här känsliga frågor. Man kan inte chansa och gangstra på något sätt.

Tycker du överlag att medierna skötte sig bra i den här affären?

Jag tyckte inte det var något särskilt anmärkningsvärt annat än en del av Aftonbladets publiceringar och resonemang. Till exempel att det visade sig att Littorin hade dementerat direkt. Det verkar inte varit någon vidare kommunikation mellan desk, nyhetsreportrar ute på fältet och ansvarig utgivare. Det var i alla fall det intrycket man fick.

Tror du affären Littorin är över?

Ja. Det som möjligen skulle få den att vakna till liv är om det kommer fram nya uppgifter om Fredrik Reinfeldts inblandning och hur länge han hade känt till olika saker om Littorin. Det verkar som att Littorin inte var vid någon vidare psykisk status. Frågan är hur länge det varit så? Om det kommer fram någonting som visar att man kan ifrågasätta statsministerns omdöme så är det klart att det skulle kunna påverka. Men själva Littorin är en passerad historia känns det som. ■

INSTICK N° 4

Intervjukommentarer

Vi har talat med chefredaktörer och ansvariga utgivare för fem av de sex tidningarna i vår undersökning. Tyvärr saknas Aftonbladet. Detta beror på att vi trots upprepade försök inte lyckats enas om en intervjutid med dem. Detta gör naturligtvis att vi inte får en fullständigt heltäckande bild. Men de övriga intervjuerna har gett oss mycket intressanta infallsvinklar och åsikter. Så vad är det då som sägs?

Man kan till att börja med skönja en gemensam syn på affärens inledning. Flera av publicisterna berättar att det till en början var mycket svårt att veta hur man skulle förhålla sig till det som hände. Nästan alla vittnar om att de tidigt kände på sig att något var märkligt med själva avgången. De kände inte igen sig i den bild Sven Otto Littorin målade upp på presskonferensen. Dessutom berättar flera av dem om att de ställde sig frågande till Aftonbladets initiala publiceringar. Därefter valde man olika vägar. Göteborgs-Posten och Dagens Nyheter valde liksom Expressen att referera Aftonbladets uppgifter med en gång. Svenska Dagbladet och Sydsvenskan valde att vara mera återhållsamma och invänta mer fakta. Men oavsett när man publicerade motiverar man publiceringen på ungefär samma sätt, man hänvisar till Aftonbladets stora trovärdighet. Definitivt allmänintresse fick historien när Fredrik Reinfeldt kallade till presskonferens. Därmed blev uppgifterna en del av svensk politik.

Samtliga publicister berättar att man lade stor vikt vid de etiska frågorna i samband med publiceringarna. Daniel Sandström på Sydsvenskan var till exempel i kontakt med sin redaktion flera gånger dagligen, trots att han under affären var på semester utomlands. Man anade att man kunde vara ute på hal is. Anklagelserna mot Littorin var mycket allvarliga. På grund av frågans känsliga natur var man också mycket noga med vad man skrev, och med vilka av Aftonbladets uppgifter man valde att återge. Daniel Sandström uttrycker det som att det är lätt

att ryckas med när det sker dramatiska saker, men i det här fallet verkar svenska mediers känsla för etik fungerat väl.

En svårighet som publicisterna tvingades förhålla sig till var den eventuella svagheten i de bevis Aftonbladet lägger fram. Bevisen var inte så starka att man kunde återpublicera dem hur som helst. Flera av de intervjuade antog att Aftonbladet hade mer på fötterna som de valde att inte skriva om.

Man kan konstatera att åsikterna i intervjuerna är påfallande lika. Den som framför allt sticker ut är Expressens Thomas Mattsson. Där de andra är kritiska väljer han att försvara Aftonbladets agerande. Han säger sig förstå hur Aftonbladet tänkte när de fattade det kritiserade beslutet att bara publicera delar av historien, men konstaterar också att resultatet inte blev särskilt lyckat.

Det är slående hur levande och aktiv den etiska diskussionen tycks ha varit på redaktionerna i det dagliga arbetet. Man läser varje artikel ord för ord för att se till att varje artikel ligger på rätt nivå, och nivån är ungefär densamma på alla reaktioner. Jonathan Falck uttrycker det som att det finns en samsyn som har mejslats fram genom decennier. Affärer som den kring Littorins avgång bidrar till att frågorna lyfts och diskuteras, och att etiken därmed utvecklas och förändras. Med Daniel Sandströms ord: Debatten stärker pressetikerna som någonting närvarande och kollektivt. ■



“DET OVÄNTADE ÄR DET FRAMGÅNGSRIKA”

Under affären Littorin valde allmänhetens pressombudsman, Yrsa Stenius, att inte uttala sig. Ärendet kunde nämligen hamna på hennes bord vid en anmälan. Men ingen anmälan kom in och i efterhand tycker hon att Aftonbladets vaga publiceringar var mycket olyckliga.

– Ibland kan vaghet skada huvudpersonen mer än uppriktighet, säger hon.

Yrsa Stenius har varit allmänhetens pressombudsman sedan 2007. Hon har tidigare varit kolumnist och även chefredaktör på just Aftonbladet. Nu är hon försiktigt kritisk till hur tidningen hanterade Sven Otto Littorins avgång men ser också många frågor. Hon menar att en person i Sven Otto Littorins ställning får räkna med viss granskning av sitt privatliv. Men de etiska gränserna för hur långt man kan gå är inte exakta, och Yrsa Stenius hade gärna sett att en anmälan kommit in till PO så att saken kunde prövas.

– Jag tycker att en person i Sven Otto Littorins ställning får räkna med viss granskning av sitt privatliv. Men de etiska gränserna för hur långt man kan gå är inte exakta, och Yrsa Stenius hade gärna sett att en anmälan kommit in till PO så att saken kunde prövas.

– Jag tycker att en person i Sven Otto Littorins ställning får räkna med viss granskning av sitt privatliv. Men de etiska gränserna för hur långt man kan gå är inte exakta, och Yrsa Stenius hade gärna sett att en anmälan kommit in till PO så att saken kunde prövas.

EN AV DE experter som till skillnad från Yrsa Stenius uttalade sig när affären pågick var Britt Börjesson, medieforskare vid Göteborgs universitet. Hon var då, liksom många andra kritisk till Aftonbladets tillvägagångssätt, att man inte publicerade alla sina uppgifter på en gång. Hon menade då att ett skäl till tidningens agerande skulle kunna vara att dra ut på affären för att på så sätt sälja fler tidningar. Idag ser hon på saken på ett annat sätt.

– Just de dagarna när man droppade lite i taget föreföll det som att det här var något man ville dra ut på. I efterhand när det visade sig att det inte fanns så mycket mer och med tanke på hur det gick tycker jag inte det handlade om att sälja mer, säger hon.

BÅDE BRITT BÖRJESSON och Yrsa Stenius tycker att en viktig fråga i affären är källans trovärdighet. Enligt Yrsa Stenius är det en självklarhet att publicera en historia av den här typen om man tror på sina källor. Gör man bara det har man ingen övrig skyldighet att lägga fram några bevis. Britt Börjesson resonerar på samma sätt och menar att det som verkligen står på spel är Aftonbladets egen trovärdighet som tidning, och att man som läsare kräver mindre bevis från någon man verkligen litar på.

– Man spelar på sitt förtroende, säger hon. Vill man arbeta upp ett förtroende måste man göra sig förtjänt av det.

EN VIKTIG DEL i affären Littorin kom att bli frågan om när en offentlig person slutar att vara offentlig. Aftonbladet hävdade i början av affären att man inte kunde publicera, med hänvisning till att Littorin avgått och därmed försvunnit ur offentligheten, och även Moderaterna motiverade sin tystnad på samma sätt. Yrsa Stenius är starkt kritisk mot det resonemanget.

– Aftonbladet gjorde en grov miss när man fick för sig att Littorin inte var offentlig längre. Jag tyckte att det var en mycket underlig publicering, säger hon.

Britt Börjesson är av en annan åsikt. Hon menar istället att Littorin efter sin avgång inte längre är av intresse för allmänheten, oavsett vilka skälen till avgången kan vara.

– Som väljare har man faktiskt inte Littorin att ta ställning till längre. Han är väck. Han är en icke-person. Han finns inte. En politiker som inte längre är politiker är inte politiker och inget vi kan ta ställning till

som väljare. Man kan inte rösta på honom längre men om det är så att han skulle göra en comeback till nästa val så kommer saken i ett helt annat läge, säger hon.

BRITT BÖRJESSON MENAR också att Littorins hastiga försvinnande var ett resultat av en mycket lyckad krishantering från regeringen och Moderaternas sida. Hon tycker att man kan se en ny tendens i hur makthavare förhåller sig till media i krissituationer. Där man tidigare lade sig platt och gjorde en pudel, erkände och bad om förlåtelse, där lägger man nu i stället locket på. Hon menar att detta är effektivt därför att medierna i nuläget inte är vana vid det.

– I varje läge är det det oväntade som visar sig bli det framgångsrika, säger hon. I en kontext där det vanliga var att lägga locket på blir pudlarna det bästa sättet. Nu har vi, efter en stor skock pudlar, i år sett två oerhört framgångsrika lock. Littorin och kungen, i samband med boken om honom. Fram till dess att ett lock inte fungerar längre eller något annat fungerar bättre kommer vi få se det här.

HON TYCKER ATT utvecklingen är spännande, och menar att makthavarnas tystnad kan ses som ett brott mot den tysta överenskommelse som finns mellan dem och media. I längden blir det inte rimligt att låta något döda en historia genom att inte uttala sig. Britt Börjesson tror till och med att den tysta strategin skulle kunna leda till att media publicerar mer hänsynslöst än vad man gjort tidigare. ■

“JOURNALISTERNA ÄR STORVILTJÄGARE MOT POLITIKER OCH MAKTHAVARE”

Ett av de huvudsakliga argumenten från publicisternas sida för att skriva om affären Littorin var att den påverkade valrörelsen. De menade att det var viktigt att ge folk hela bilden, så att man visste vad man röstade på inför det kommande valet. Men enligt statsvetaren Jenny Madestam vid Stockholms Universitet hade affären troligen inte någon större påverkan.

– Hade det legat närmare inpå valet hade det nog fått större effekter, säger hon.

Jenny Madestam var en av de experter som fick uttala sig i tidningarna under Littorinaffärens slutskede. Hon dök upp i både Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter, och var då kritisk mot statsminister Fredrik Reinfeldt. Jenny Madestam tyckte att han verkade brista i beslutsamhet och statsmannamässighet. I dag tror hon att det berodde på affärens ovanliga natur, att statsministern inte visste hur han skulle hantera situationen.

– Det här med Littorin är ett så udda inslag i svensk politik. Att en politiker blir anklagad för att ha köpt sex, det är verkligen något som sticker ut. Politikern och kändisars sexliv brukar hållas utanför media, det är inget man petar i. Det blev ovanligt och man visste inte riktigt hur man skulle hantera det. Jag tror att alla uppfattade det som väldigt pinsamt, säger hon.

Enligt Jenny Madestam hade det bästa varit om statsministern och Sven Otto Littorin istället redan från början klart och tydligt redogjort för vad som låg bakom avgången, att det förelåg ett rykte som inte var sant. Hon tror att man då hade tagit udden av detta rykte och därmed kunnat stoppa händelseförloppet och den spekulationspiral som uppstod.

ENLIGT JENNY MADESTAM handlade tystnaden från regeringen och Moderaternas sida alltså snarare om bristande handlingskraft än en medveten strategi. Hon tror dock att en tyst locket på-strategi mycket väl kan vara effektiv i stunden, men att ett sådant förhållningssätt med tiden kan

komma att slå tillbaka mot makthavarna.

– Jag tror att medierna kommer att trappa upp. Journalisterna är storviltjägarer mot politiker och makthavare. Försöker man bråka med dem kommer det att straffa sig, granskningen kommer att bli ännu mera nitisk, säger hon.

Hon tycker sig också se att det blir allt vanligare att frågor av privat natur lyfts upp i media.

– Vi lever i en ganska gränslös tid vad gäller vad man säger och visar, via till exempel sociala medier. Gränserna för media förflyttas hela tiden. Det är en samhällstrend, vi lever i en individualiserad tidsanda, säger hon.

HURUVIDA EN mediaskandal faktiskt påverkar hur väljarna slutligen röstar är

enligt Jenny Madestam svårt att säga. Men hon menar att det är viktigt att media förstår att man spelar en stor roll i hur människor ser på världen, och att man tar sitt ansvar. Medieskandaler bidrar enligt Jenny Madestam till ett politikerförakt och urholkar väljarnas förtroende för politikerkåren. I förlängningen kan de vara direkt skadliga för demokratin. Hon är kritisk mot en journalistik som framförallt går ut på att sätta dit någon. Sådan journalistik tror hon med tiden kan leda till att människor drar sig för att engagera sig politiskt överhuvudtaget.

– Man får fundera en extra gång om man har något i garderoben, om man klarar av att bli granskad från topp till tå, säger hon. ■



Foto: Maria Skuldt

Den nya offentligheten

Det privata har tagit klivet ut i offentligheten. Men i media ser det inte likadant ut. Där jobbar man hårt för att skydda privatlivets helgd. Är det ett problem eller behöver människor skyddas från sig själva?

Offentligheten har aldrig varit större än nu. Etermedierna når i stort sett hela klotet inom några sekunder, allt är tillgängligt via internet i samma stund som någon trycker på publicera-knappen. Detta innebär också att de offentliga personerna blir fler och fler. Aldrig har vi haft så många kändisar som idag. Dokusåpakändisar, Youtubekändisar och andra halvfigurer fyller etern.

Samtidigt som offentligheten blir större och innehåller fler, ändras också innehållet radikalt. De sociala medierna har medfört en helt ny sorts offentlighet. Via Facebook, Twitter och bloggar delar människor med sig av vardagligheter, ytligheter och hemligheter. Det privata har gjort intåg i vårt gemensamma medierum. Uppdelningen mellan privat och offentligt, bakre och främre region är under kraftig förändring. Fler och fler låter en större och större del av den bakre regionen spilla ut på scen. Man delar med sig av allt man tidigare har hållt till det privata. Scenen innehåller nuförtiden också en del av logerna och allt annat som finns i teaterhusets innandömen. Miljontals svenskar lägger dagligen ut delar av sitt privatliv på internet. Helt frivilligt. Det är inte längre något konstigt att veta påfallande privata saker om varandra. Intima detaljer, starka känslor, personliga fakta. För de flesta känns det här numera naturligt. Man är van vid att det fungerar så.

Men tidningarna gör det inte. Här råder en annan inställning till det privata. Man anstränger sig att värna privatlivets helgd i så stor utsträckning som möjligt. I viss mån har gränserna förskjutits

även här, men inte på långa vägar lika mycket som i andra delar av offentligheten. Pressetiken är en levande materia och existerar inte i ett tomrum. Den påverkas ständigt av sin omvärld. Medias etiska tänk bör inte skilja sig allt för mycket från samhället i övrigt. Om de allra flesta tycker det är naturligt att ha inblick i sina medmänniskors bakre regioner är det väl inte orimligt att media resonerar likadant? De sociala nätverken har också blivit en nyhetskälla för många medier. Under affären Littorin blev det artiklar av att Sven Otto uppdaterade sin facebook-status. Ofta används bilder från exempelvis Facebook när tidigare okända människor ska vara med på bild. Twitterkommentarer med rätt innehåll blir expertutlåtanden. Om vi är vana att läsa om varandras privatliv ska det väl också spegla sig i den del av vårt gemensamma rum som förmedlas i tidningar?

Å andra sidan kanske människor behöver skyddas från sig själva? Lagstiftarna tänker åt det hållet. Många tänker ofta inte genom vad de lägger ut, därför bör medierna ha ett ansvar att inte ta med vissa fakta i offentligheten. Media ska alltså aktivt välja bort vissa saker som kan upplevas som för privata, trots att någon lagt ut det själv från första början. En annan krånglig aspekt av privatlivets intåg i offentligheten är ojämlikhet. Politiker låtsas vara privata när de twittrar, chattar med tidningsläsare och liknande. Egentligen är det pr-människor och pressekreterare som tar på sig rollen av sin arbetsgivare. Det är ungefär lika trevligt som att efter en kväll på stan bjuda hem någon på te. Och sen bara dricka te. ■

TECKEN I TIDEN

Det finns mycket att säga om affären Littorin. Syftet med detta magasin var att studera de etiska svårigheter publicister ställs inför och hur de resonerar kring och bemöter dessa. De tidningar vi undersökte skötte sig väl. Man höll sig på rätt sida av de etiska spelreglerna och mycket få övertramp gjordes. Trots affärens många fallor i form av smaskiga detaljer, frågans privata natur och de svaga källorna lyckades publicisterna manövrera rätt bland blindskären.

“Erbjuder makten tystnad i stället för öppenhet måste medierna stå för hårdare granskning.”

Den svenska pressetik- en tycks alltså må väl. Det finns en uppenbar samsyn bland de publicister vi intervjuat, man spelar efter samma regler och kommer till samma slutsatser. Vi tycker oss kunna visa att de etiska frågorna är mycket levande och omdiskuterade på redaktionerna. Etiken är en fråga som är ständigt närvarande och tas på största allvar. Det är av största vikt att det fortsätter vara så. Den dag man lutar sig tillbaka, klappar sig själv på ryggen och tar den svenska pressetiken för givet är den dag man förlorar. Diskussionen måste fortsätta vara levande.

Men det som är god pressetik i dag är inte nödvändigtvis god pressetik i morgon. Ett etiskt förhållningssätt är intet värt om det inte utvecklas i takt med sin samtid. Medierna bör varken leda eller ligga efter samhällets förändring. Man måste vara lyhörd och medveten om den omvärld man verkar i, förhålla sig till den men inte tro att man kan förändra den. Regler är alltid en följd av den verklighet vi alla delar.

Så långt samsyn och styrka. Men givetvis finns också hot och faror. Det finns flera svårigheter media måste förhålla sig till. En av dem är utvecklingen mot en allt mer kommersialiserad nyhetsförmedling där det sensationella lyfts fram på bekostnad av det sakliga och relevanta, mångfalden byts mot likriktning och det publicistiska ansvaret ställs mot en krass ekonomisk verklighet.

Affären Littorin är på många sätt ett tecken i tiden. I affären finns goda exempel på flera av de svåra frågor och förändringsvindar svensk media just nu lever genom. Den kanske viktigaste förändringen är att en ny skandalhantering tagit form. Det har länge funnits ett tyst avtal mellan svensk media och den offentliga makten. Detta avtal har förändrats i och med affären Littorin. Tidigare erbjöd

makten öppenhet och medierna bjöd tillbaka med publicistisk hänsyn. Regeringen valde denna gång en radikalt annorlunda väg. Tystnad och undandragande. Sven Otto Littorin höll en presskonferens där han talade om helt andra saker än det som visade sig vara den egentliga frågan. Därefter försvann han med regeringens flygplan ut ur offentligheten, in i tystnaden. Detta kunde han göra då media, i det här läget representerade av Aftonbladet, spelade efter det gamla avtalet. Aftonbladet hade genom kontakten på Visby flygplats bjudit in till det förväntade samtalet. Man väntade sig intervjuer och kommentarer och den sedvanliga öppenheten. Den kom aldrig. Aftonbladet visste inte hur man skulle bemöta detta. Regeringen lyckades med sin skademinimering.

Det är i det här ljuset man bör se kritiken mot Aftonbladets agerande. De stod inför en helt ny situation där ingen riktigt visste vad man skulle göra. Det fanns ingen praxis för de publiceringsbeslut Aftonbladet stod inför i det här läget och man klarade inte av att hantera dem. Detta resulterade i att huvudfrågan, en ministers avgång på falska grunder, kom i skymundan och att debatten slog tillbaka mot media.

Det är uppenbart att makten förstått att den nya strategin fungerar. Vi har sett fler exempel på den och det är rimligt att tro att den kommer att användas igen. Detta berör alltså inte bara Aftonbladet utan hela mediesverige.

Det traditionella avtalet är brutet. Av ena parten. Därmed krävs ett förändrat förhållningssätt även av den andra parten. En ny symbios måste uppnås.

“Aftonbladet stod inför en ny situation där ingen riktigt visste vad man skulle göra.”

Erbjuder makten tystnad istället för öppenhet måste medierna stå för hårdare granskning. Drar sig en part tillbaka måste den andra rycka framåt. Det ska inte gå att undvika granskning genom att gömma sig. Medias granskande funktion är grundläggande i ett demokratiskt samhälle och den granskande journalistiken har framtiden för sig. Affären Littorin visar på vikten av den levande diskussion vi beskriver ovan. Exakt hur det framtida avtalet mellan makt och media kommer se ut återstår att se. Dock är det av största vikt att denna förändring inte tillåts äga rum på bekostnad av de goda spelregler som redan finns. Det nya avtalet mellan media och makt måste tecknas utan att etiken förläckas.

Anders Hovne

Christoffer Malm

Sara Rönnberg

EPILOG: Så var sagan all...?

Efter närmare tio intensiva veckor med affären Littorin har vi nu fått många av de svar vi sökte. Det har varit en lärorik tid, fylld av nya insikter. Kunniga människor har delat med sig av sin kunskap och sina tankar. För detta är vi mycket tacksamma. Emellertid finns det ytterligare ett par personer vars historia vi sökt, men tyvärr inte fått ta del av. Till att börja med, naturligtvis, Sven Otto Littorin själv. Vi nådde honom via e-post, men han valde att avböja medverkan, med följande motivering:

“Har funderat på er förfrågan om intervju. Det är på ett sätt hedrande, men jag väljer att avstå av två skäl: dels har jag inte på det personliga planet hunnit färdigbearbeta det som hände, dels vet jag inte om vi sett slutet än. Jag är helt enkelt inte redo.”

Det är en förklaring. Vi förstår den och respekterar hans besked.

Den andra personen vars historia vi gärna hade hört är Mattias Carlsson, reportern som tog emot “Annas” uppgifter och i nästan en månad arbetade med affären innan den bröt ut. Inte heller han vill låta sig intervjuas, men lämnar följande skriftliga kommentar kring affären:

“Som reporter har jag ingen makt över publiceringsbeslut men jag är idag precis som i somras övertygad om att det var rätt att publicera. Om det enligt min mening finns något att ångra var det att vi inte publicerade vår första artikel redan dagen efter mötet med Littorin på Visby flygplats. Då hade hans avgång redan från dag ett diskuterats i rätt sammanhang. Det var ett misstag av oss att gå på Roberta Alenius lögn om att vi skulle få en intervju dagen efter konfrontationen.

Det finns enligt min mening inga som helst tvivel om att Littorin faktiskt köpte sex av Anna. Som reporter har jag som uppgift att granska och ta fram fakta. För mig som har hela bilden av bevisen mot Littorin framstår det löjeväckande att ifrågasätta våra uppgifter. Det är synd att man inte kan publicera allt man hittar.”

Eventuella slutsatser av detta uttalande lämnar vi åt läsaren att dra. Sanningen om vad som verkligen har skett kommer vi kanske aldrig att ha. Men affären Littorin har ändå satt sina avtryck i mediehistorien. I en artikel i Dagens Nyheter från den 13 november 2010 listas affären som den femte viktigaste nyhetshändelsen år 2010. Man sammanfattar på följande vis:

“En grisig sexaffär strax före ett val, en minister som offras snabbast möjligt av sin partitopp för att ta död på mediebevakningen.”

Det är i korta ordalag den version av historien media gett oss. Vi har försökt bredda och fördjupa historieskrivningen kring affären Littorin.

Tack för att du läst det försöket.

Göteborgs universitet
Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
Journalistprogrammet HT 10
Handledare: Jenny Wiik

ARBETSRAPPORT

EFTER AVGÅNGEN
- EN STUDIE AV
AFFÄREN LITTORIN

Abstract

Title:

“Efter avgången - en studie av affären Littorin”
 (“After the resignation - a study of the Littorin affaire”)

Authors:

Anders Hovne, Christoffer Malm, Sara Rönnerberg.
Journalism Programme, autumn term 2010. Department of Journalism, Media and Communication. University of Gothenburg.

Purpose:

The aim of this study is to reflect the discussion about and the ethical reasoning surrounding difficult publicistic decisions. This is done on the basis of a study of the media event that occurred when the Swedish minister for employment, Sven Otto Littorin, resigned from his post in July 2010. A resignation surrounded by peculiar circumstances. Later on the resignation and the media event following it was dubbed “the Littorin affaire”. The Littorin affaire pinpointed a number of ethical matters: What approach does one take when there is only one sole, anonymous source? How does one treat a person that refuses to give a comment? To which extent is someone a public person? Where do we draw the line between private and public? Overlaying it all is the question of differing between public interest and “the public’s interest”. Our purpose was to examine how editors and other people in charge of publicistic decisions think about such questions and what the outcome might be.

Questions:

How did the Swedish tabloid Aftonbladet act during the affaire?
How did the other daily newspapers choose to manage Aftonbladet’s information?
Was their approach in agreement with the ethical rules for press, radio and tv?
What factors influenced the publicistic decisions made during the affaire?

Material:

Our main material has been all articles about the affaire, a total of 261, published in the six major daily Swedish newspapers and their websites during the period July 7th - July 20th 2010. The newspapers are Aftonbladet, Expressen, Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten and Sydsvenskan.

Methods:

The research methods are dividable into three parts. A quantitative analysis of all the articles with 18 variables, different qualitative analysis based on the quantitative research and finally qualitative interviews with publishers of the newspapers in the study. The interviews were based on the results from the different text analysis. Interviews have also been done with junior lecturer of journalism Britt Börjesson, Swedish press ombudsman Yrsa Stenius and doctoral student of political science Jenny Madestam.

Main results:

The study has not shown any major ethical problems in the articles studied.
We have found three phases during the affaire when there was a larger amount of articles published. They were all close to major events in the affaire’s development.
We have also charted the internal media debate that took place by the end of the affair.
We also reason about the new approach to crisis management that the government might have deployed during the affair, about changing boundaries between private and public spaces and if media scandals affect politics.

Theory:

We rely on three different theoretical perspectives. The first one concerns today’s press ethics and the development of the Swedish system for internal ethical control within the media system. The second one concerns scandal theory as described by Hinerman & Lull and Thompson. The third one concerns commercialization as described primarily by McManus and McChesney.

Arbetsmetod och urval

Vi ville studera publicistiska beslut och etiska överväganden i samband med medierapporteringen kring Sven Otto Littorins avgång. Affären Littorin.

För att få en teoretisk grund att stå på valde vi några områden som vi antog kunde ha inverkan på de beslut och det händelseförlopp vi ville studera. Dessa är kommersialisering, etik och skandalteori. Valen var delvis intressestyrda, men det visade sig att de var mycket användbara för att analysera affären Littorin och vi tycker att vi utifrån vår teoretiska ram har gett en rimlig förklaring till varför det blev som det blev. Det definitiva litteratururvalet gjordes efter inledande översikt över tillgänglig litteratur, delvis i samarbete med handledare. Områdena delades upp mellan oss för inläsning.

Under denna initiala period utvecklades och förändrades våra frågeställningar ganska mycket. Vi tog oss an uppgiften utifrån en idé vi fått genom en artikel på DN Debatt av före detta pressombudsmannen och publicisten Pär-Arne Jigenius. Vår ingång i undersökningen var att se dels hur Aftonbladet skött sina publiceringar kring affären men också hur övriga tidningar och framför allt TT hade handskats menligt med känsliga uppgifter om Sven Otto Littorin. Vår arbetshypotes då var att de hade överträtt gränserna för de etiska reglerna. Detta ska ha skett med argument om "allmänintresse" som sköld. När vi började studera materialet insåg vi att så inte var fallet. Vi insåg då att en mer generell översikt och förutsättningslös kontroll av det publicerade var att föredra. När undersökningen sedan visade att tidningarna i stort sett skött sig etiskt korrekt fann vi istället en massa andra intressanta resultat att gå vidare på och våra frågeställningar utvecklades i samklang med dessa nya insikter. Mer om dem i magasinet. Vi har hela vägen försökt vara lyhörda och reflexiva för att fånga upp eventuella nya ingångar vi stött på under arbetets gång. Vi hoppas också att denna rapport kan ge insyn i och förståelse för arbetets utveckling.

Våra frågeställningar:

Hur agerade Aftonbladet under affären Littorin?

Hur valde övriga tidningar att handskas med Aftonbladets information?

Agerade de i enlighet med de etiska reglerna för press, radio och tv? Vilka faktorer påverkade de etiska besluten under affären Littorin och hur motiverades besluten?

Nu följer en beskrivning av hur själva forskningsprocessen gick till. Undersökningsmaterialet består av samtliga relevanta artiklar, 261 stycken, publicerade i Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Göteborgs-Posten samt Sydsvenskan mellan den sjunde juli 2010 och den tjugonde juli samma år. Vi valde dessa då de ses som landets ledande tidningar. Därmed kan de antas ha en normsättande position när det gäller den sortens frågor vi ägnat vår undersökning åt. Vi har inkluderat både morgon- och kvällstidningar eftersom det eventuellt kunde finnas en skillnad i hur de resonerar kring etiska frågor.

Insamlingen av artiklar gjorde vi genom att på mikrofilm gå igenom samtliga tidningar under den aktuella tidsperioden. Sedan letade vi via Mediarkivet och Artikelsök upp artiklarna och samlade dem i dokument som vi skrev ut. Detta var praktiskt då vi under hela arbetsprocessen lätt kunde gå tillbaka till artiklarna. En handfull artiklar gick inte att hitta i digital form och utgör således ett visst bortfall. Vi bedömde bortfallet som obetydligt.

Artiklarnas relevans avgjordes genom att vid en genomläsning se om

Sven Otto Littorin nämndes. I och med att vi gjort ett totalurval av relevanta artiklar i de tidningar vi valde att undersöka är generaliserbarheten total. Ursprungligen valde vi att bara titta på artiklar tryckta i pappersupplagor av tidningarna. Men snart insåg vi att en stor del av artiklarna enbart publicerades i digital form på tidningarnas webbplatser. Därför gick vi tillbaka och samlade in även dessa. Vi valde att så långt det var möjligt sortera ut eventuella dubletter, vilket i vissa fall visade sig svårt, då artiklarna kan återkomma i snarlik version på båda ställena. Vi anser dock att vi så långt det varit möjligt lyckats fånga in unika artiklar.

Undersökningens metod är en kombination av kvantitativa och kvalitativa undersökningar. De 261 artiklarna har undersökts kvantitativt genom 19 variabler enligt bilagt kodschema. Efter analys av den kvantitativa undersökningens resultat fann vi att vi även behövde analysera delar av materialet mera ingående med kvalitativt analytiska former för att få en heltäckande bild av händelseförloppet. Utifrån dessa kvalitativa textanalyser och de kvantitativa resultaten har vi formulerat och genomfört kvalitativa intervjuer med personer med publicistiskt ansvar från de tidningar som ingick i vår undersökning. Intervjuerna har vi valt att redovisa i fråga-svar-form i slutprodukten.

Styrkan i kombinationerna kvantitativt och kvalitativt samt textanalys och intervjuer är att vi får en mycket heltäckande bild av det skede vi velat undersöka och därmed hög reliabilitet. Svagheten sitter i urvalet där begränsningen till endast storstadsdagstidningar kan upplevas som problematisk.

Den kvalitativa delen av våra undersökningar består alltså av två delar. Textanalys och intervjuer. Genom vår kvantitativa undersökning gjorde vi ett antal urval som passade för att besvara några av de frågeställningar vi hade. Utifrån den kvantitativa undersökningen kunde vi lyfta ut ett antal artiklar som handlade om den mediedebatt som vi upptäckt genom analysen. Genom att analysera texterna djupare fann vi sammanhang, argumentation och liknande som diskuteras i ett antal artiklar i vår slutprodukt.

Intervjufrågorna kom huvudsakligen till utifrån den kvantitativa undersökningen, men även de kvalitativa textanalyserna. Vi ville dels ha kommentarer på våra resultat och dels ställa fördjupande frågor för att tränga in i de mer osynliga delarna av etiska frågor och publicistiska beslut. Genom vår kvantitativa undersökning hade vi kartlagt det synliga. Intervjuerna skulle ge oss det osynliga, den del som finns i publicisternas huvuden.

På grund av praktiska omständigheter var det inte möjligt att genomföra intervjuerna öga mot öga. Alla intervjuer utom en är gjorda via telefon. Jonathan Falck på GP kunde vi träffa på plats i GP-huset. Vi tror inte detta faktum inverkar menligt på resultatet. Intervjuerna drog ofta ut på tiden, uppemot timmen, och vi hann fördjupa och följdfråga så mycket som vi upplevde krävdes. Intervjuerna spelades in på diktafon, transkriberades sedan mycket noggrant i grupp och skrevs om till fråga-svar-texter. Det var den textform som vi ansåg bäst speglade vad de ansvariga utgivarna faktiskt sade.

Vi fick inte tag på någon på Aftonbladet, trots idoga försök. Även fast detta skulle kunna ses som en stor svaghet så tycker inte vi att det är det. Vi kompenenserade för Lena Mellins frånvaro som intervjuperson med att använda oss av Jan Helins argument från radioprogrammet Medierna samt Lena Mellins förklaringar från ett seminarium på JMG. Dessutom lyfter vi fram Aftonbladets agerande i en analys med tillhörande kommentar, därför anser vi att

de har fått rimlig plats även utan redaktörsintervju.

En svårighet med undersökningen har varit att vi velat mäta etik kvantitativt. Detta är mycket svårt att operationalisera. Vi har valt att lösa det genom variablerna 8, 9, 14, 17, 18 och 19 (Se bifogad kodbok). Vi anser att vi med dessa på ett tillfredsställande vis handskats med problemet och därmed lyckas upprätthålla hög validitet.

Arbetsprocessen

Överlag har arbetet flutit på väl. Vi har noggrant följt upprättade planeringar och har jobbat med att sätta deadlines vecka för vecka, vilka vi sedan följt. Vi har också valt att jobba gemensamt med i princip alla uppgifter och inte delat upp jobbat mellan oss i någon större utsträckning. Detta har medfört att alla har haft lika god koll på allt och att vi kunnat ge varandra feedback direkt. Ett mycket givande arbetssätt!

V. 40

Diskussion kring och skapande av synopsis 1. Problemformulering, övergripande teorier och metodval utformades.

V. 41

Indexering av artiklar på KTB genom mikrofilmstittande. Första mötet med handledaren innehållande viss litteraturhandledning. PM 1 författades med diskussioner kring schema, metodik, data. Man kan kalla det ett uppstartsmöte. Digitalisering av artikelindex. Insamling av artiklar och litteratur. Litteraturläsning.

V. 42

Strukturerings av Aftonbladets publicering. Förberedelse inför seminariet om affären Littorin. Vissa litteraturstudier. Seminarium och samtal med Pär-Arne Jigenius. Skrivande av PM2 och konstruktion av kodschema för kvantitativ undersökning. Se bilaga.

V. 43

Provkodning och påföljande kodning. Resultatanalys, tolkning och diskussion följde på detta.

V. 44

Strukturerings, kartläggning och kvalitativ analys Aftonbladet. Telefonintervjubokningar. Planering av slutprodukt. Preparation av den första intervjun. Kontakt med Sven Otto Littorin. Intervju med Jonathan Falck, GP och transkribering av densamma. Renskrivning av Falck, förberedelse av och intervju med Thomas Mattson. Inledande transkribering av densamma.

V. 45

Slutförande av Mattsontranskribering. Förberedande, genomförande samt transkriberande av intervju med Martin Jönsson. Skrivandet dominerade resten av veckan. Utöver detta en kvalitativ analys av publicistikdebatten och intervju med Daniel Sandström. Kontakt med Mattias Carlsson, reporter på Aftonbladet.

V. 46

Transkribering av Sandströmintervjun, djupare planering av magasinet, försök till kontakt med DN och AB. Intervju med Yrsa Stenius samt skrivande. Utveckling av Aftonbladet-artikel, frågor till DN, Slutsynopsis klart och skickat. Bokning av intervju med Åsa Tillberg.

V. 47

Intervju med Åsa Tillberg. Transkribering. Intervju med Britt Börjesson. Skrivande. Total struktur av magasin. Skrivande av slutdiskussion. Framför allt präglades denna vecka av ett ivrigt redigerande av magasinet.

V. 48

Slutredigering. Sammanställning av magasinet. Skrivande av arbetsrapport. Intervju med Jenny Madestam.

Arbetsfördelning

I stort sett samtliga moment i arbetet har genomförts tillsammans och i samförstånd. Enstaka artiklar är skrivna huvudsakligen självständigt:

Etik som enar och delar - Sara Rönneberg

Om ekonomiska villkor och kommersiella krav - Christoffer Malm

Skandalens ingredienser - Anders Hovne

Saklighet, relevans och sensation - Anders Hovne

Instick: Etik - Sara Rönneberg

Att göra en BBC - Christoffer Malm

Instick: Skandal - Anders Hovne

Intervju med Britt och Yrsa - Anders Hovne

Instick: Det privata - Christoffer Malm

Målgrupp

Flera av de intervjuade i vår undersökning påpekar att läsarna allt mer intresserar sig för presstetik och deltar i debatten kring densamma. Därmed tänker vi oss att även den vanliga mediekonsumenten skulle ha behållning av att läsa vårt magasin. Men den centrala målgruppen torde vara personer med insyn i och intresse för mediebranschen. Tänkbar publicering vore som bilaga till Journalisten.

Referenser/källor

Tryckta källor, refererade

Asp, Kent och Johansson, Bengt (2007): Makten över journalistiken i Asp, Kent (red.). Den svenska journalistkåren. Göteborg. Institutionen för journalistik och masskommunikation.

Axberger, Hans-Gunnar (1994): Presstetik – en översikt över pressetiska konflikter, regler och synsätt. Stockholm. Juristförlaget.

Bruhn Jensen, Klaus. (2009): Medier och samhälle, en introduktion. Lund. Studentlitteratur.

Börjesson, Britt och Weibull, Lennart (1995): Publicistiska seder. Stockholm. Tidens förlag/Svenska journalistförbundet.

Ghersetti, Marina. (2004): Sensationsjournalistikens mekanismer i Nord, Lars och Strömbäck, Jesper. Medierna och demokratin. Lund. Studentlitteratur.

Hinerman, Stephen och Lull, James (1997): Media Scandals: morality and desire in the popular culture marketplace. Oxford. Polity.

Hultén, Lars J. (1999): Orden och pengarna: om kamp och kapitulation i journalistiken. Stockholm. Natur och kultur.

McManus, John H. (1994): Marketdriven Journalism Let the Cit-

izen Beware?. London. Thousand Oaks.

McManus, John H. (2009): The Commercialization of News i Hanitzsch, Thomas och Wahl-Jorgensen, Karin. The handbook of journalism studies. Hoboken. Taylor & Francis.

Nord, Lars och Strömbäck, Jesper (2004): Medierna och demokratin. Lund. Studentlitteratur.

Strömbäck, Jesper (2003): Medierna som fjärde statsmakt: en studie av innebörden av begreppet granskande journalistik. Sundsvall. Demokratiinstitutet.

Thompson, John B. (2000): Political Scandal: power and visibility in the media age. Cambridge. Polity.

Wadbring, Ingela (2004): Nyhetsjournalistikens ekonomiska villkor i Nord, Lars och Strömbäck, Jesper. Medierna och demokratin. Lund. Studentlitteratur.

Tryckta källor, orefererade

Bratland, Anna och Kristiansson, Anton (2008). Med makt följer ansvar. Göteborgs universitet.

Esaisson, Peter, Gilljam M, Oscarsson H och Wängnerud L (2007): Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad. Stockholm. Norstedts juridik.

Friman, Kristoffer & Jungert, Linnea & Sidung, Erik (2008) Schenbart, en tidning om politiska skandaler i allmänhet och Schenströmmaffären i synnerhet. Göteborgs universitet.

McManus, John H. (1992): What Kind of Commodity Is News. Communication Research 19: 787

Nerman, Bengt (1996): Mellan demokrati och marknad i Ekström, Mats och Nohrstedt, Stig Arne. Journalistikens etiska problem. Stockholm. Rabén Prisma.

Oktay, Helena & Bandak, Sarol (2007): Politiska skandaler: en kritisk diskursanalys av tre länders rapportering om politiska skandaler. Örebro universitet.

Muntliga källor, refererade

Jonathan Falck, 031-624000, marta.magnusson@gp.se

Thomas Mattsson, 08-7383000, thomas.mattsson@expressen.se

Martin Jönsson, 08-135000, martin.jonsson@svd.se

Daniel Sandström, 040-281200, lena.prawitz@sydsvenskan.se

Åsa Tillberg, 08-7381000, asa.tillberg@dn.se

Lena Mellin, 08-7252000, lena.mellin@aftonbladet.se

Yrsa Stenius, 08-6924601, po@po.se

Britt Börjesson, 031-7861203, britt.borjesson@jmg.gu.se

Jenny Madestam, 08-163813, jenny.madestam@statsvet.su.se

Muntliga källor, orefererade

Pär-Arne Jigenius, 031-295951, pa.jigenius@telia.com

Tillstånd att använda bilder

Samtliga bilder i magasinet är publicerade med upphovsmannens tillstånd.

Kodbok

1. Tidning

1. Aftonbladet
2. Expressen
3. Dagens nyheter
4. Svenska dagbladet
5. Göteborgs-Posten
6. Sydsvenskan

2. Datum

3. Tid

4. Publiceringskanal

1. Papperstidning
2. Webb

5. Artikelnummer

6. Typ av artikel

1. Nyhetsartikel
2. Opinionsartikel
3. Fakta

Med nyhetsartikel avser vi allt som inte passar in i övriga kategorier. Opinionsartikel avser ledare, krönikor, analyser, inlägg och debatter. Fakta är exempelvis ”Detta har hänt”, ren sakupplysning och så vidare.

7. TT-material

1. Ja
2. Nej

8. Detaljer som inte motiveras av allmänintresse

1. Ja
2. Nej

Här hänvisar vi till diskussionen kring begreppet allmänintresse där det definieras som uppgifter som folk har nytta av snarare än sådant man vill veta av nyfikenhet. Exempelvis är det motiverat att skriva att Littorin misstänks ha begått ett sexbrott men inte om hans mentala status, vad det kostade, var det ägde rum, hans sexuella preferenser och dylikt.

9. Okritisk återgivning av påståenden från annan media

1. Ja
2. Nej

Här avser vi att kontrollera huruvida övriga tidningar och nyhetsbyråer okritiskt återgivit andra medias publicerade uppgifter. Tar man Aftonbladets uppgifter som ett faktum bland andra, eller behandlas de med den källkritik som krävs. Föreligger en publicistisk rundgång?

BILAGA 1

10. Primärt fokus

10. Personen Sven Otto Littorin
20. Politiska konsekvenser
30. Mediadebatten
40. PR och skandalhantering
50. Sexköpsanklagelserna
99. Annat

Den här kategorin avser att kartlägga vilka ämnen publiceringen rört sig kring. Detta för att kunna få en överblick över hur media hanterar den speciella publicistiska situation affären Littorin gav upphov till.

11. Sekundärt fokus

10. Personen Sven Otto Littorin
20. Politiska konsekvenser
30. Mediadebatten
40. PR och skandalhantering
50. Sexköpsanklagelserna
99. Inget sekundärt fokus

Se ovan.

12. Aktiv aktör

Skriv namn, person, sak eller "vag actor". Här vill vi se vem som kommer till tals och återges. Aftonbladet, Ronge, Moderaterna, Reinfeldt, "en säker källa", "man säger att" och så vidare är att anse som aktörer. Kan även vara oklart (flera precis jämnstora aktörer, t ex i en enkät), det vill säga 98. Kan även vara ingen, det vill säga 99.

13. Passiv aktör

Skriv namn, person, sak eller "vag aktör". Här vill vi se vem som är omtalad. Aftonbladet, Ronge, Moderaterna, Reinfeldt, "en säker källa", "man säger att" och så vidare är att anse som aktörer. Oklart, 98. Kan även vara ingen, det vill säga 99.

14. Förekommer spekulation

1. Ja
2. Nej

Här vill mäta om det är så att media skriver "luftartiklar" för att hålla ämnet levande fylla tomrum i ett ämne som egentligen inte bär. Spekulation kan exempelvis vara reportrar som gissar istället för att redovisa fakta, experter som siar om eventuella framtida konsekvenser, samt andra gissningar om framtida skeenden. Sådant som inte är fakta.

15. Vad spekuleras det om?

10. Personen Sven Otto Littorin
20. Politiska konsekvenser
30. Mediadebatten
40. PR och skandalhantering
50. Sexköpsanklagelserna
99. Inga spekulationer förekommer

16. Förekommer en publicistisk diskussion?

1. Ja
2. Nej

17. Hänvisas det till allmänintresse?

1. Ja
2. Nej

18. Nämner artikeln ordet sexköp?

1. Ja
2. Nej

Med denna variabel vill vi undersöka om tidningarna okritiskt återpublicerat Aftonbladets anklagelser om sexköp. Eftersom det inte funnits möjlighet att undersöka uppgifterna så är varje publicering om anklagelser om sexköp att betrakta som ryktesspridning.