



Institutionen för ekonomi
Ht-2003

Kandidatuppsats

Affärspressens granskande roll

- vilka förutsättningar krävs?

Handledare:
Sven-Olof Yrjö Collin

Författare:
Jeanette Magnusson
Jesper Persson
Staffan Skarin

Abstrakt

- Titel:** Affärspressens granskande roll – vilka förutsättningar krävs?
- Ämne:** Kandidatuppsats i ekonomi, FEK 790, 10 poäng
- Författare:** Jeanette Magnusson
Jesper Persson
Staffan Skarin
- Handledare:** Sven-Olof Yrjö Collin
- Sökord:** ekonomijournalistik, affärspress, granskning
- Syfte:** Syftet med uppsatsen är att undersöka vilka förutsättningar som krävs för att ekonomijournalistiken ska kunna utföra en kritisk granskning av näringslivet och den offentliga sektorn.
- Metod:** Vi har i detta arbete gjort två undersökningar. Våra undersökningar bygger på primärdata. Dels undersökte vi journalisternas attityd till sin granskande roll och dels näringslivets syn på granskningen. Detta gjordes för att få både de granskade och granskarnas åsikter. Vi genomförde våra intervjuer via telefon. Vi antog en deduktiv ansats med induktiva inslag. De induktiva inslagen utgörs av att vi saknar journalistisk bakgrund och därmed måste vara öppna för att vi, under arbetets gång upptäcker nya förutsättningar.
- Slutsats:** Vi har med denna uppsats skapat en teori om vilka förutsättningar som krävs för att affärspressen ska kunna uppfylla en granskande roll. Vidare har vi prövat denna teori genom en empirisk studie. I vår slutsats kom vi fram till att affärspressen har de förutsättningar som krävs för att verka granskande. Dock är det så att affärspressen bara granskar företag som har ett underhållningsvärde, det vill säga att folk är intresserade av dem. Därmed kommer den stora massan av företag aldrig att hamna i affärspressens fokus.

Sammanfattning

Under det gångna året uppmärksammades ett antal skandaler inom näringslivet. De händelser man kan dra sig till minnes är medias massiva kritik mot de bonusavtal som ABB:s och nu senast Skandias ledningar tillskansat sig. Försvarsledningen som kritiserades efter det att man brutit mot gällande representationsregler och Systembolagets att butikshefer anklagades för mutbrott.

Syftet med uppsatsen är att undersöka vilka förutsättningar som krävs för att ekonomijournalistiken ska kunna utföra en kritisk granskning av näringslivet och den offentliga sektorn.

Vi skapade en modell med följande innehåll: Journalisten, Arbetsmiljö, Sanktionssystem, Juridiska klimatet och Pressen som politiskt maktmedel.

Vi genomförde två undersökningar. Dessa byggde på primärdata. Dels undersökte vi journalisternas attityd till sin granskande roll och dels näringslivets syn på granskningen. Detta gjordes för att få både de granskade och granskar-
nas åsikter. Vi genomförde våra intervjuer via telefon. De svar vi fick har analyserats och kopplas till vår teori.

Vi har i vår analys konstaterat att granskningen låter sig påverkas av ett flertal olika förutsättningar. I vår slutsats kom vi fram till att det finns förutsättningar för att affärspressen ska kunna verka granskande. Dock är det så att affärspressen främst granskar företag som har ett underhållningsvärde, det vill säga att det finns ett publikt intresse av dem. Därmed kommer den stora massan av företag aldrig att hamna i affärspressens fokus.

Förord

Vi vill passa på att tacka alla våra respondenter för att de tog sig tid och ställde upp på våra intervjuer. De har bidragit med värdefull information som har möjliggjort vår undersökning.

Vi vill även rikta ett stort tack till vår handledare, Sven-Olof Yrjö Collin, för den vägledning och hjälp som vi har fått under arbetets gång.

Kristianstad januari 2004

Jeanette Magnusson

Jesper Persson

Staffan Skarin

Innehållsförteckning

1. Inledning	8
1.1 Inledning i ämnet	8
1.2 Syfte	9
1.4 Uppsatsens disposition	9
2. Metod	11
2.1 Uppsatsens metod	11
2.2 Kapitelsammanfattning	12
3. Teori	13
3.1 Ekonomijournalistik	15
3.1.1 Granskande roll	17
3.2 Olika faktorer som påverkar granskningen	18
3.2.1 Journalisten	18
3.2.2 Arbetsmiljö	20
3.2.3 Sanktionssystem	22
3.2.4 Juridiska klimatet	23
3.2.5 Pressen som politiskt maktmedel	23
3.3 Kapitelsammanfattning	25
4. Empirisk metod	26
4.1 Undersökningens metod	26
4.1.1 Avgränsningar	26
4.1.2 Datainsamling journalister	26
4.1.3 Datainsamling näringsliv	27
4.2 Intervjuguidens utformning	28
4.3 Operationalisering	29
4.4 Urval	30
4.4.1 Urval journalister	30

4.4.1.1 Bortfall urval journalister	31
4.4.2 Urval näringsliv	31
4.4.2.1 Bortfall urval näringsliv	32
4.4.3 Urvalets storlek	32
4.5 Källkritik	33
4.6 Kapitelsammanfattning	33
5. Dataredovisning av näringslivsrespondenternas svar	35
5.1 Journalisten	35
5.2 Arbetsmiljö	36
5.3 Företagets policy gällande mediekontakter	37
5.4 Kapitelsammanfattning	37
6. Analys	39
6.1 Analys av journalisterrespondenternas svar	39
6.1.1 Journalisten	39
6.1.1.1 Drivkraft	39
6.1.1.1.1 Koppling till teori	40
6.1.1.2 Bakgrund och Kompetens	40
6.1.1.2.1 Koppling till teori	41
6.1.1.3 Kontaktnät	42
6.1.1.3.1 Koppling till teori	43
6.1.2 Arbetsmiljö	45
6.1.2.1 Redaktionen	45
6.1.2.1.1 Koppling till teori	45
6.1.2.2 Resurser	46
6.1.2.2.1 Koppling till teori	47
6.1.2.3 Bemötande från näringsliv	48
6.1.2.3.1 Koppling till teori	49
6.1.2.4 Teknik	49
6.1.2.4.1 Koppling till teori	50
6.1.3 Sanktionssystem	51
6.1.3.1 Incitament till kritisk granskning	51
6.1.3.1.1 Koppling till teori	51

6.1.3.2 Rädsla att ”hängas ut”	52
6.1.3.2.1 Koppling till teori	52
6.1.4 Juridiska klimatet	54
6.1.4.1 Juridiska möjligheter	54
6.1.4.1.1 Koppling till teori	55
6.1.5 Pressen som politiskt maktmedel	57
6.1.5.1 Dolda syften med läckor	57
6.1.5.1.1 Koppling till teori	58
6.2 Sammanfattning och diskussion kring analysen	59
7. Slutsats	64
7.1 Förslag till fortsatt forskning	69
Referenser	70
Bilagor:	
Bilaga 1: Kontaktbrev	
Bilaga 2: Intervjuguide	

1. Inledning

Detta kapitel inleds med en kort beskrivning av ämnet och problemdiskussion vilken ligger till grund för syftet. Därefter beskrivs uppsatsens disposition.

1.1 Inledning i ämnet

Så här i skrivande stund så kan det vara ett bra tillfälle att blicka tillbaka över de händelser som präglat näringslivet under det gångna året. De händelser man gärna drar sig till minnes är medias massiva kritik mot de bonusavtal som ABB:s och Skandias ledningar tillskansat sig. Försvarsledningen kritiserades efter det att man brutit mot gällande representationsregler och Systembolagets butikschef har kritiserats för mutbrott. Vidare så fick ledningsgruppen i Malmö Kommunala Bostäder kritik för att de såg till att deras barn fick attraktiva lägenheter i centrala Malmö. Detta var inte ett regelbrott men ett klart ifrågasättande från massmedias sida.

Men vilka förutsättningar arbetar då affärsjournalisterna efter? Detta är en berättigad fråga för att man som konsument ska kunna bedöma värdet av den information som dagligen förmedlas om näringslivet och den offentliga sektorn. Är det så att affärspressen utgör marknadens megafoner eller utgör de ett oberoende organ som kritiskt förmedlar, granskar och diskuterar händelser kring det svenska näringslivet och den offentliga sektorn. Som ett led i att svara på denna fråga avser vi undersöka vilka förutsättningar som krävs för att ekonomijournalistiken ska kunna uppfylla en granskande roll.

Naturligtvis är det inte så att affärsjournalistiken enbart syftar till att avslöja skandaler inom näringslivet. Större delen av de nyheter som förmedlas är rena sammanställningar av kommentarer och information som företagen själva förmedlar. Just förmågan att sammanställa all denna information och koppla

den till det företags kringliggande kontext, såsom det makroekonomiska klimatet och hot från konkurrenter, är början på journalisternas granskande arbete. Men är det så att journalisterna kan bedriva kritiskt granskande från läktaren. Vilka förutsättningar krävs för att de ska kunna uppfylla denna roll? Detta tyckte vi var ett intressant ämne och det utgör numera problemställningen i denna uppsats.

1.2 Syfte

Syftet med uppsatsen är att undersöka vilka förutsättningar som krävs för att ekonomijournalistiken ska kunna utföra en kritisk granskning av näringslivet och den offentliga sektorn

1.4 Uppsatsens disposition

Vi kommer här att redogöra för uppsatsens disposition.

I kapitel 2 redogör vi för vår uppsats metod och vi förklarar vår egen utvecklade modell angående affärspressens granskande roll.

I kapitel 3 presenteras vår teori. Här beskriver vi de faktorer som påverkar affärspressens förutsättningar för granskning. De förutsättningar som beskrivs är hur journalisten, arbetsmiljön, sanktionssystemen, det juridiska klimatet och pressen som politiskt maktmedel påverkar granskningen.

I kapitel 4 redogör vi för vår empiriska metod. Vi behandlar vårt tillvägagångssätt när det gäller insamling av den information som behövs för att besvara vårt syfte. Vi kommer också behandla källkritik under detta kapitel.

I Kapitel 5 gör vi en dataredovisning av våra näringslivsrespondenters svar. Dessa svar kommer inte att analyseras utan används för att bygga upp en bakgrundsbild samt i de fall där det går, komplettera analysen i kapitel 6.

I kapitel 6 redogör vi för de material som vi har samlat in från våra journalistrespondenter. Vi redogör för vad journalisterna har för attityder angående sin egen roll. Vi kopplar även respondenternas svar till vår teori.

I kapitel 7 drar vi slutsatser utifrån uppsatsen syfte. Vi kommer även komma med förslag till fortsatt forskning.

2. Metod

I detta kapitel redogörs för uppsatsens metod och vi förklarar hur vår egen uppbyggda teori om förutsättningarna för affärspressens granskande roll.

2.1 Uppsatsens metod

Målet med vår uppsats är att, utifrån vår egen uppbyggda teori, undersöka förutsättningarna för affärspressens granskande roll. Eftersom vi inte har någon erfarenhet av journalistiskt arbete sedan tidigare, var vi tvungna att läsa artiklar och sätta oss in i den debatt som finns kring affärsjournalistiken. Utifrån dessa erfarenheter skapade vi en teori där vi tar upp de delar som vi tror utgör förutsättningarna för affärspressens granskande roll. Eftersom vi inte hittade någon tidigare forskning kring vårt ämne så innebär det att vår teori blir svag. Det vi sedan får fram i vår observation ska vi jämföra med vår teori för att se om denna stämmer. Om det finns en överensstämmelse mellan vår teori och observationerna kan vi tolka det som ett tecken på att teorin stämmer, men vi kan dock inte dra några generella slutsatser eftersom vi endast har ett fåtal respondenter.

Vi har valt att arbeta utifrån en deduktiv ansats eftersom vi inte anser oss ha den kunskapen inom ämnet att vi skulle kunna börja med en observation för att senare gå tillbaka till teorin. Våra observationer kommer att inrikta sig på de faktorer som vi tror utgör förutsättningarna för affärspressens granskande roll men vi är öppna för förslag och förändringar av vår modell. Därmed konstaterar vi att vi även har induktiva inslag i vår ansats.

I dagens marknadsinriktade samhälle fyller ekonomijournalistiken en viktig roll som förmedlare och granskare av information som berör näringsliv, stat och kommun. Hur denna granskning utförs påverkas enligt oss av följande

förutsättningar: journalisten, arbetsmiljön, sanktionssystem, det juridiska klimatet och användandet av pressen som ett politiskt maktmedel. Dessa förutsättningar utgör grunden i vår teori. För att ekonomijournalistiken ska kunna fungera som ett kontrollorgan så krävs det någon form av avskräckande effekt med att ”hängas ut” i media. Skulle inte den avskräckande effekten finnas där så skulle det kunna leda till att fler företag och myndigheter begår svekfulla handlingar. Styrelser och verkställande direktörer hålls, i dag, personligt ansvariga i media. I och med att detta har varit aktuellt på senare tid (Skandia, Systembolaget, ABB med flera), har vi läst ett otal artiklar för att försöka skapa oss en förståelse för hur affärspressen fungerar.

De förutsättningar som vi har tagit upp är med säkerhet inte de enda som påverkar hur en granskning genomförs, men de är viktiga beståndsdelar. Att få med alla faktorer är omöjligt och för att möjliggöra vår studie har vi begränsat våra observationer.

2.2 Kapitelsammanfattning

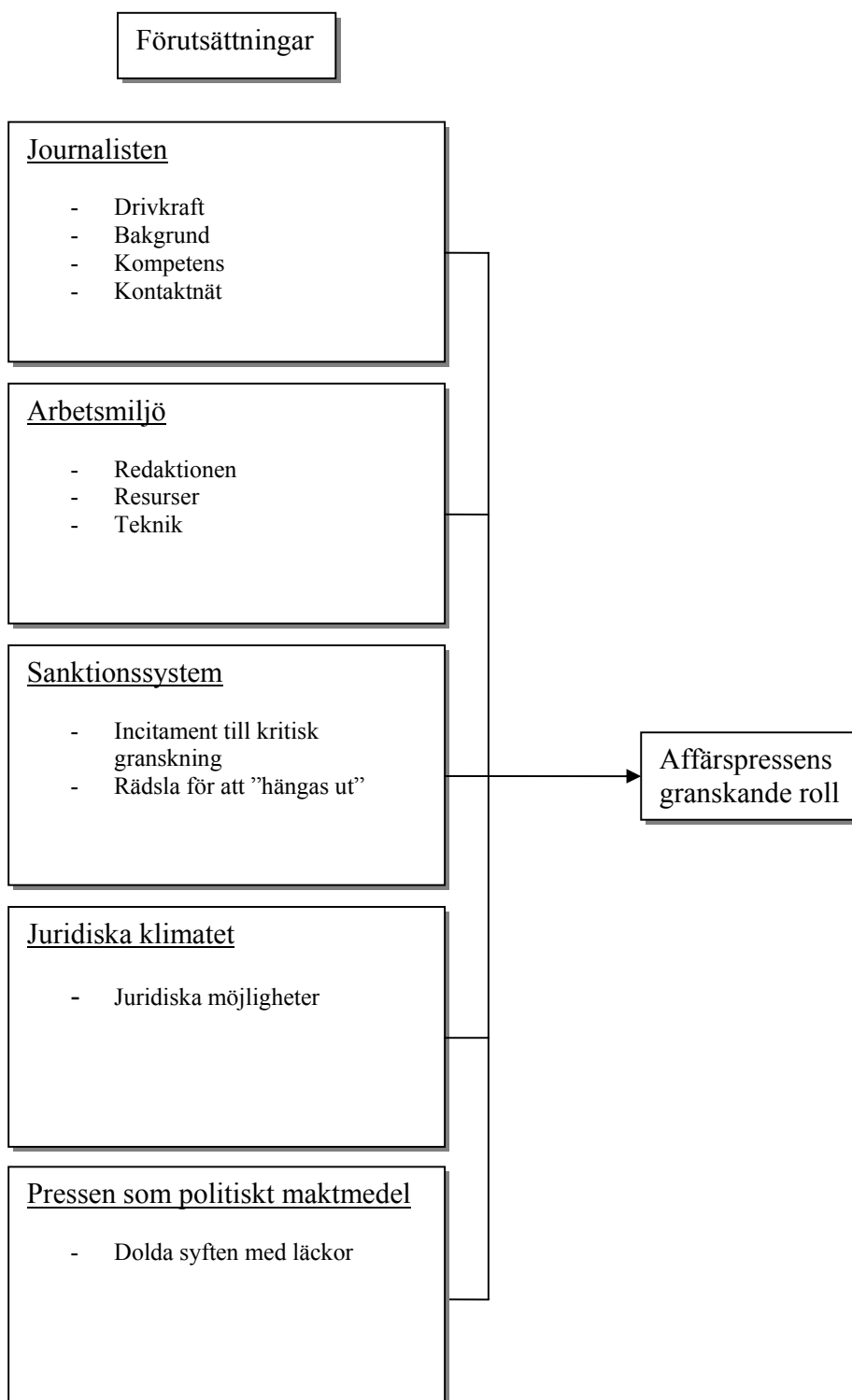
Vi har i detta kapitel redogjort för vår metod. Vi antar en deduktiv ansats med eventuella induktiva inslag. De induktiva inslagen utgörs av att vi är oerfarna vad gäller journalistiskt arbete och därmed måste vara öppna för nya förslag.

Våra undersökningar av förutsättningar för affärspressens granskande roll redogör för de attityder som finns både inom journalistiken och inom näringslivet.

3. Teori

I detta kapitel redogör vi för de faktorer, som enligt vår egen uppbyggda teori, påverkar förutsättningarna för affärspressens granskande roll. Vi kommer även att definiera begreppet affärspress och granskande roll.

På nästa sida följer en av oss uppbyggd modell, där vi tar upp de olika faktorer som vi tror påverkar utformningen av granskningen. Därefter definieras begreppet ”affärspress” samt ”granskande roll” för att man ska kunna bilda sig en uppfattning om modellens syfte. Efter detta förklaras och diskuteras de faktorer som påverkar granskningen.



3.1 Ekonomijournalistik

När vi diskuterar ekonomijournalistik i denna uppsats, syftar vi på den journalistik som förmedlar information som berör näringslivet, myndigheter och i viss mån offentlig sektor.

När vi diskuterar dagspress så syftar vi på tidningar som kommer ut dagligen. Exempel på dessa är Dagens Industri. Det kan vara renodlade ekonomitidningar men till dagspressen hör också Dagens Nyheter, Sydsvenska Dagbladet, Aftonbladet och all annan press som kommer ut varje dag.

Till veckopressen hör de tidningar och magasin som kommer ut en gång i veckan. Exempel på dessa är Veckans Affärer och Affärsvärlden.

Till sist har vi Privata Affärer. Detta är ett ekonomiskt månadsmagasin som skiljer sig från de andra tidningarna genom att de specialiserat sig på andra frågor än vad de andra tidningarna har inriktat sig på.

De senaste 10-12 åren har de datorbaserade informationskanalerna fått ett kraftigt genomslag. Genom dessa sprids information och rena rykten på minutbasis. Det är inte rimligt att anta att dessa, ytterst snabba medier, har en granskande roll (Peter Malmqvist, journalist, Sydsvenska Dagbladet, 2003-12-12).

Dagspress har fortfarande ganska korta pressläggningstider. Det blir naturligt så att de framför allt förmedlar nyheter. En trend verkar vara att Internet gjort att kraven förändrats på dagspressen och veckopressen. Internet har till stor del tagit över dagstidningarnas traditionella roll när det gäller att förmedla information. Därmed är dagstidningarna tvungna att skriva mer analytiska och granskande reportage, en roll som tidigare veckopressen förfogade över. Ge-

nom att all media har tagit ett steg framåt, hamnar veckopressen i en prekär situation då de förlorat sin traditionella roll. De tvingas därmed hitta egna nyheter med ett eget perspektiv. Den fördel veckopressen trots allt besitter, är att de har tid för att följa upp tips och rykten och därmed kan de publicera mera heltäckande reportage. Nackdelen är att de måste komma med helt egna nyheter för att de inte ska upprepa det som dagspressen och TV redan har rapporterat och kommenterat förut. Detta har visat sig svårt och de kämpar ständigt med låg lönsamhet (Peter Malmqvist, journalist, Sydsvenska Dagbladet, 2003-12-12). Problemet med den låga lönsamheten bekräftas också av andra källor. Dagens Industri har tappat både i upplaga och annonsering. Dagens Industri har fallit från Sveriges mest lönsamma tidning till en sjätte plats på ett år (Hedenborg, 2003). Även Affärsvärlden visar stora problem med lönsamheten. Rörelseresultatet 2002 hamnar på minus sju miljoner kronor. De tror inte heller att de kommer nå något positivt resultat 2003 (van den Brink, 2003).

Därutöver finns det månadsmagasin. Det mest framgångsrika exemplet är Privata Affärer. De skriver i allmänhet inte om samma saker som Dagens Industri, Veckans Affärer och alla de dagstidningar som varje dag redogör för företags ekonomi på sina näringslivssidor. För att särskilja sig från de andra tidningarna handlar deras reportage i större utsträckning om privatekonomi. De skriver om hur man bäst placerar sina pengar, köper billigast hus i Sverige eller utomlands och så vidare. De försöker vara helt oberoende av den vanliga mediepulsen (Peter Malmqvist, journalist, Sydsvenska Dagbladet, 2003-12-12).

3.1.1 Granskande roll

När pressen granskar ett företag eller en affärshändelse är det i allmänhet ur konsumenten, allmänhetens eller den anställda individens perspektiv. Det är ofta så att händelsen har passerat genom ordinarie kontrollorgan och affärspressen utgör på sätt och vis en sista instans.

När vi använder begreppet ”granskning” så syftar vi på den rapportering av näringslivet som sker löpande av ekonomijournalister. För att denna granskning ska ske effektivt och förtroendefullt så krävs att ekonomijournalistiken fungerar som ett fritt kontrollorgan utan koppling eller påverkan från näringslivet.

Det är utan tvekan så att den svenska affärspressen saknar kapacitet att granska alla affärshändelser som sker inom näringslivet. Men affärspressen har inte heller något formellt uppdrag att granska näringslivet. Därmed kommer det alltid att ske ett ekonomiskt urval av vad affärspressen granskar. ”Skandalen” måste helt enkelt sälja tillräckligt många tidningar eller väcka så pass mycket uppmärksamhet att det blir en lönsam granskning för tidningen.

Det är framför allt risken och hotet att kritiseras offentligt som verkar avskräckande på näringslivet. Detta hot tas på allvar och är ingenting näringslivet bortser från. (Peter Malmqvist, journalist Sydsvenska Dagbladet, 2003-12-12).

3.2 Olika faktorer som påverkar granskningen

Nedan behandlar vi de faktorer som vi har tagit med i vår modell som förutsättningar för affärspressens granskande roll.

3.2.1 Journalisten

Journalisten själv är givetvis den som mest influerar hur väl granskningen utförs. Människor tenderar att drivas av sina politiska åsikter och värderingar, så även journalister. En drivkraft som vi tror spelar en stor roll är att ekonomijournalister vill nå en hög status inom kåren genom avslöjande och uppmärksammade reportage. Journalistens världsbild genomsyrar hela granskningens utförande eftersom de är de bakomliggande drivkrafterna. Journalisten har ett val om vad och hur de vill granska. Därefter väljer de själv hur detta skall framställas.

Även journalistens utbildning och erfarenhet påverkar dennes förmåga att samla in och kritiskt analysera information. Att ekonomijournalistiken rycktes med åren innan börskraschen, anses av vissa bero på att man ofta anställde civilekonomer. ”...de ville inte ställa dumma frågor till branschaktörerna, utan ville vara kolleger, och det blev ödesdigert för journalistiken”, säger Gunnar Lindstedt på Veckans Affärer (Paul Frigyes, 2003).

Vi tror att journalistens utbildning inom det ekonomiska området är oerhört viktig för att en journalist på ett tillförlitligt sätt skall kunna skapa sig en kritisk bild av ett företag. Ämnen som vi tycker är avgörande för en ekonomijournalists förmåga att kunna granska är redovisning, nyckeltalsanalyser och nationalekonomi. Samtidigt räknar vi med att de är journalistutbildade för att

de ska kunna uttrycka sig på ett bra sätt och veta var de ska leta efter information.

Ekonomijournalisterna har även väckt heta känslor hos andra journalister. Publicistklubbens ordförande Jan Guillou gick under hösten 2000 till attack mot dem. Han menar att de sysslar med högerpropaganda och att de dresserar medborgarna att bli aktiespekulanter och att allmänheten luras in som kanonmat på börser. Han menar vidare att ekonomijournalisternas väldiga framsteg innebär en förening mellan näringslivet och journalisterna (Wolters, 2000).

Elisabeth Sandlund arbetade 20 år på Svenska Dagbladet, huvudsakligen inom ekonomijournalistiken. Hon anser inte att man kan dra alla ekonomijournalister över en kam. Det finns både bra och dålig journalistik inom ämnet. Hon menar att de flesta ekonomireportrar lägger ner mycket tid på att sätta sig in i fakta. Hon är samtidigt medveten om att det föreligger en risk att journalisterna kommer för nära dem de ska bevaka och tar deras värderingar för givna. Men hon anser inte att denna risk är större inom ekonomijournalistiken än inom till exempel den politiska journalistiken. Hon tycker dock att det funnits en slapphet gentemot ”den nya ekonomin”. Journalisterna har varit mjuka mot den nya ekonomins företrädare. Företag har höjts till skyarna för att sedan plötsligt sänkas. Hon menar att proffsen klarar av att bedöma och värdera vad journalisterna skriver. Det är svårare för allmänheten (Lindqvist, 2000).

Journalistens personliga kontaktnät är avgörande för att kunna föra en effektiv granskande journalistik. Kontaktnätet är viktigt för att få uppslag till nya reportage och granskningar. Ett stort och fungerande kontaktnät kan leda till tips och insiderinformation. Detta kan vara ovärderlig information som i många fall kan vara på gränsen till omöjligt att få fram genom grävande journalistik (Hörnfeldt 2002).

Det finns dock ett par frågeställningar kring användandet av kontaktnät. Först och främst måste journalisten fråga sig själv huruvida den information han erhåller är trovärdig. Detta kan denne göra genom att kontakta exempelvis företaget och be dem kommentera uppgifterna. Uppgifterna bör knappast publiceras på endast en källa som bas. Det andra spørsmålet rör vilket syfte som ligger bakom informationen. Det är inte speciellt sannolikt att uppgiftslämnaren bemödar sig med att informera en journalist utan att ha ett eget syfte. Någonstans finns ett incitament för denne och detta är någonting som journalisten måste beakta när han använder sig av informationen. Detta varierar rimligtvis beroende på vilken roll ”tipsaren” har.

Inom journalistkåren har grävande journalistik ett särskilt högt anseende. Efter avslöjande i Motala och Konradssons fall fick grävande ett enormt uppsving. Kommuner granskades men det följde inga stora avslöjanden. Problemet med grävande journalistik är naturligtvis att de saknar befogenhet och maktmedel för att få ordentlig inblick. Om någon vill dölja någonting kommer inte heller en grävande journalist att hitta det. (Hörnfeldt 2002).

3.2.2 Arbetsmiljö

Arbetsplatsen för olika journalister påverkar med största sannolikhet djupet på granskningen. En journalist som arbetar på en plats där han/hon har tillgång till inofficiell information, rykten och arbetskamrater med erfarenhet kan lättare skaffa sig en bild av vad som bör granskas än en som endast har tillgång till offentlig information. Journalister som arbetar med dagspress tvingas fatta snabba beslut om vad som ska förmedlas till allmänheten eftersom dessa har kort tid på sig för analyser och kritiskt granskande. Inom journalistkåren finns en regel om att det ska finnas två oberoende källor bakom varje nyhet. Man kan kanske ifrågasätta om detta kontrolleras inom dagspressen på grund av de

korta tidsramar som ovan nämnts. Man kan anta att veckopressen har större möjligheter att kontrollera källorna och därmed uppnår de ett större oberoende.

För ett par år sedan var det vanligare med ekonomiska veckomagasin som granskade och analyserade företag och marknader. Detta gjorde att mångfalden var relativt stor och ledde till en mer utbredd marknad för granskande medier. Idag är det annorlunda. Kvar är bara ett fåtal och andelen som går med vinst är ännu mindre. ”...ekonomijournalistiken är en bransch i kris. Varumärken som Finanstidningen, Finansvision, Ekonomi24, Vision, Smart och Kapital har försvunnit, medan veckotidningar som Affärsvärlden och Veckans Affärer kämpar för sin överlevnad. För några år sedan hade både Expressen och Aftonbladet välmatade ekonomibilagor, idag är bägge nedlagda” (Frigyes 2003). Efter börsnedgången har intresset för dessa veckomagasin försvunnit. Kan man anta att den minskade mångfalden också har resulterat i en sämre granskning av näringslivet och offentlig sektor?

Aftonbladets ekonomibilagor bedrev ingen djupare granskning. Arne Norlin, chef för Aftonbladets ekonomibilaga 1999 menar att bilagan svarade på ett intresse som växte till sig under mitten av 90-talet. ”Egentligen gjorde vi väl bara konsumentjournalistik, det handlade lika ofta om hur affärskedjor försökte lura oss med dyra lån eller hur man skulle få bästa räntan för sitt boende som om aktier och fonder. Vi följde de villkor som vi i den kommersiella pressen allmänt arbetar under, med tillgänglighet tydlighet och ”folklighet” berättar Arne Norlin (Frigyes 2003).

Nilsson (2000) skriver att de aktietips som presenteras i Aftonbladet kommer ofta från andra aktörer såsom Privata Affärer och Matteus Fondkommission. Därmed bidrog inte Aftonbladet nämnvärt till någon granskning av näringslivet. Den information de publicerade var väl känd inom branschen men det

kvällstidningarna bidrog med, var att nå ut till en större massa än vad branschtidningarna någonsin gjort. Därmed är dessa bilagor ingen stor förlust ur rent journalistiskt granskande perspektiv. Man bör snarare betrakta det som att en informationskanal har försvunnit på grund av sviktande intresse från allmänheten.

När det gäller de tekniska framstegen så är det framför allt Internet som har fått störst betydelse. De senaste åren har Internet som informationskanal växt explosionsartat tack vare bredbanduppkopplingar. Detta borde ha förbättrat journalisternas möjligheter att få snabb information från företag och andra aktörer. Samtidigt bör de få ökad närhet till marknaden och dess puls genom exempelvis alla de diskussionsforum där ekonomi, rykten och företag ständigt debatteras.

3.2.3 Sanktionssystem

Incitament till kritisk granskning enligt oss är den status som erkänt duktiga journalister har inom journalistkåren. Denna status bygger förmodligen på tidigare väl genomarbetade och uppmärksammade reportage. Ett annat incitament som kan finnas är de pris som instiftats inom journalistkåren. Exempel på dessa är Stora Journalistpriset, årets ekonomijournalist med flera.

För att man ska kunna prata om sanktionsmöjligheter krävs att affärspressen utför tillräcklig stark och bred granskning av näringslivets aktörer. Skulle de inte känna sig hotade av att ”hängas ut” i media har ekonomijournalistiken inget syfte mer än att återge vad företagen vill förmedla. Rädsla för att ”hängas ut” i media med fallande börskurser som följd kan utgöra ett starkt incitament att sköta verksamheten enligt alla gällande normer och regler. Negativ publicitet i media är en konsekvens som kan överstiga den fördel som kan fås

av att begå en tvivelaktig handling. När företag utsätts för affärspressens kritiska granskning tvingas de i allmänhet att agera. Problemen kan inte längre sopas under mattan och åtgärder måste vidtas.

3.2.4 Juridiska klimatet

Frågan är hur journalister upplever dagens juridiska klimat. Vilka möjligheter finns det för granskarna att få tag på den information som krävs för att utföra en kritisk granskning. Finns det några hot mot journalisternas granskande roll? Vi misstänker att det är mest från publika börsbolag som man kan få information. Det borde även finnas möjlighet att granska statliga bolag och departement på ett bra sätt. Offentlighetsprincipen innebär att man har rätt till insyn i dessa organisationer.

3.2.5 Pressen som politiskt maktmedel

Att använda pressen som politiskt medel i syfte att gagna sin egen sak är någonting som 100-tals svenska lobbyister arbetar med dagligen. Det finns personer inom organisationer som för egen vinnings skull ”läcker ut” information till massmedia. Med denna information kan det uppstå ett problem med journalistens objektivitet, eftersom denne endast har den ene partens version. Objektiviteten påverkas på så sätt att det kan vara känslig information som behandlas vilken inte kan bekräftas eller dementeras direkt. Wolters visar ett exempel på hur objektiviteten kan hotas i sin artikel från 1998:

”I mitten av 70-talet var Rossander med när Volvo skulle lansera en ny bilmodell.

- Efter presslunchen tog de oss på en jättelång provtur så att vi skulle komma till hotellet lagom för en drink vid 17-tiden. När det blev dags att leverera texter kom Volvo med artiklar, färdiga med rubriker och bilder. En variant för motorjournalister, en annan för landsortstidningar och så vidare.
- Artiklarna var utskrivna på telexremisor som journalister matade in i telexapparaterna”.

Men påverkan kan även komma från journalisterna själva. Dagens ekonomitidningar är noga med att påpeka vilka regler journalisterna arbetar efter. Man värnar om objektiviteten och begränsar journalisternas möjligheter att skriva om de företag som de har eget innehav i. Det är ganska generella regler som i stort går ut på att hindra journalisterna från att skriva kurspåverkande reportage samt att göra kortsiktiga placeringar (mindre än 3 månader) i företag som man kommenterar. Man ska vidare redovisa innehav till chefsredaktören. (Jansson 2000)

Det verkar emellertid som om detta är något som inte alltid tas på allvar. I en artikel om medier och aktier diskuteras detta. Fredrik Nejman, klubbordförande, svarar på frågan om det är en stor risk för insideraffärer på en redaktion som surrar av rykten och nyheter. ” – Visst finns det etiska problem. Det ligger jävligt nära insideraffärer” svarar Nejman. Han säger vidare att det inte har funnits någon organiserad diskussion på redaktionen om insideraffärer. Han menar dessutom att ekonomiredaktionen länge har haft klara regler för medarbetarnas innehav av värdepapper. ” – Men på aftonbladet verkar det mer vara allmänreportrar som skriver om de här grejerna. Och ju fler privatpersoner som håller på med aktier, desto känsligare blir kurserna för skriverier” (Nilsson 2000).

Börjar man leta runt kan man hitta exempel på hur tidningar gjort köp rekommendationer utan att vara helt objektiva. Den 23 januari 1998 rekommenderade

derade Matteus, genom Aftonbladet, läsarna att köpa aktier i Snabbmats kedjan Meaning Green. Det som inte framgick var att Matteus var den intermediär som hade ansvaret för Meaning greens nyteckning. Om emissionen fulltecknades skulle den ge nio miljoner till Matteus. Enligt Vision var det bara Aftonbladet som rekommenderade ett köp. Övriga tidningar förhöll sig tveksamma till köp. Intresset var inte så stort och i slutänden fick Matteus ställa in emissionen (Wolters 1999).

3.3 Kapitelsammanfattning

Vi har byggt upp en teori och en modell som förklarar förutsättningarna för affärspressens granskande roll. De förutsättningar som vi tar upp är följande: journalisten, arbetsmiljön, sanktionssystem, det juridiska klimatet och pressen som politiskt maktmedel.

De faktorer som tas upp under journalisten är dennes drivkraft, bakgrund, kompetens och kontaktnät.

Under arbetsmiljön tas redaktionen, om det avsätts tillräckligt med resurser samt hur teknikframsteg påverkat journalisternas arbetsmetoder.

Under rubriken sanktionssystem behandlas incitament till kritisk granskning och rädslan som finns för att ”hängas ut”.

Under juridiska klimatet behandlas hur de juridiska möjligheterna ser ut.

Rubriken pressen som politiskt maktmedel tar upp ämnen som läckor och deras bakomliggande syften.

4. Empirisk metod

I detta kapitel kommer vi att redogöra för hur vi har gått tillväga för att samla in den information som behövs för att få svar på vårt syfte.

4.1 Undersökningens metod

Vi har i detta arbete gjort två undersökningar. Dels undersökte vi journalister-
nas attityd till sin granskande roll och dels näringslivets syn på granskningen.
Detta gjordes för att få både de granskade och granskarnas åsikter.

4.1.1 Avgränsningar

Vi har i denna uppsats endast behandlat den svenska marknaden. Det hade va-
rit genomförbart att undersöka världsmarknaden eller ens den europeiska
marknaden inom de givna tidsramarna.

4.1.2 Datainsamling journalister

Vi har via Internet, artiklar och litteratur funnit information om journalistiskt
granskande arbete. Vi har använt oss av artiklar från bland annat Svenska
Dagbladet, Veckans Affärer, Dagens Industri och Journalisten. Detta gjordes
för att vi skulle kunna skapa oss en bild av journalistiskt arbete.

Vi har vid vår undersökning av förutsättningar för affärspressens granskande
roll använt oss av en kvalitativ metod för att få mer utförliga svar. Detta gjor-
des för att kunna fånga de attityder som finns inom journalistkåren angående

förutsättningarna för den ekonomiskt granskande rollen. Vår frågeställning lämpade sig inte för en enkätundersökning eftersom vi ville ha möjligheten att ställa följdfrågor för att kunna få en diskussion kring ämnet samt att vi genom denna undersökningsmetod riskerade att få en väldigt låg svarsfrekvens. Detta innebar att vi valde mellan personliga intervjuer och telefonintervjuer. Valet föll på telefonintervjuer på grund av stora geografiska avstånd samt en begränsad ekonomi och tidsbrist.

Ett problem med telefonintervjuer enligt Lekvall & Wahlbin (1993) är att man ofta är ganska begränsad när det gäller hur lång intervjun kan tillåtas vara. Så vida inte intervjun berör något ämne som i hög grad engagerar respondenten kan det vara svårt att hålla intresset vid liv under någon längre tid per telefon.

För att inte tappa någon viktig information som respondenten gav oss så valde vi att spela in samtalen i de fall då respondenten tillät detta.

Intervjuerna gjordes för att pröva vår egen uppbyggda teori. Samtidigt som detta gjordes så fick vi en inblick i ekonomijournalisternas arbete och dess granskande roll.

4.1.3 Datainsamling näringsliv

För att kunna värdera ekonomijournalisternas arbete gjorde vi på samma sätt med deras ”motpart”, nämligen näringslivets pressansvariga. Syftet var att vi skulle få deras syn på ekonomijournalisternas arbete. Utifrån detta ville vi se vilka förutsättningar som näringslivet anser att ekonomijournalisterna arbetar efter. Detta är intressant eftersom vi även ville ha någon kritisk röst gentemot ekonomijournalisterna. Detta är nödvändigt eftersom det är tveksamt om ekonomijournalisterna skulle kritisera sitt eget arbete.

4.2 Intervjuguidens utformning

Vi har vid våra intervjuer med journalister och näringsliv valt att skicka ut en intervjuguide för att respondenten ska kunna förbereda sina svar. För att respondenterna skulle få en förståelse för uppsatsen syfte och vikten av respondenternas medverkan, konstruerade vi ett inledningsbrev. I detta brev gör vi ett försök att fånga respondenternas intresse. I brevet garanterade vi dessutom att respondenternas svar skulle behandlas i enlighet med forskningsetisk standard. Vi skickade olika inledningsbrev och frågeställningar till de olika parterna, det vill säga journalister och näringsliv (Bilaga 1).

För att minska ett eventuellt bortfall bland respondenterna, valde vi att infoga övergripande frågor direkt i e-postmeddelandet istället för att bifoga dem som en bifogad fil. Detta gjorde vi för att vi ansåg att det fanns en risk för att respondenten inte skulle öppna en sådan fil, från en okänd avsändare, då det oftast är genom sådana filer som datavirus sprids.

Vårt syfte med intervjun var att skapa oss en bredare kunskap om hur journalister arbetar och försöka förstå vilka attityder som de jobbar efter. Intervjuguidens utformning var av sådan art att frågorna riktade sig direkt till respondenten för att denne skulle kunna svara utifrån sitt eget perspektiv och inte berätta om journalister i allmänhet. Frågorna och diskussionen i intervjun ska pröva den teori som vi själva skapat. Samtidigt ville vi veta hur näringslivet behandlar journalisterna och upplever deras granskning.

Vi har valt att ställa kvalitativa frågor eftersom vi ämnar undersöka journalisters och näringslivets attityder till den granskande ekonomijournalistiken.

Våra frågor är standardiserade för att vi skulle få jämförbara svar mellan de olika journalisterna och för att göra svarssituationen så lika som möjligt för alla respondenter. Vi gick likadant tillväga när det gäller frågorna till näringslivet.

4.3 Operationalisering

Operationaliseringen innebär länken mellan teori och empiri. Eftersom vi redan hade skapat en teori utifrån de kunskaper vi skaffat oss inom ämnet, ville vi ha en metod varigenom vi kunde testa denna teori. För att göra detta valde vi som vi att kontakta de som arbetar med just affärsjournalistik eller de som kunde förväntades ha åsikter om vilka förutsättningar affärsjournalisterna arbetar efter.

Vid våra kontakter med respondenterna var vi så tydliga som möjligt med att hela tiden påtala syftet med uppsatsen. Detta gjorde vi för att intervjuerna skulle följa samma tema och att det därmed skulle det bli möjligt att jämföra de olika respondenternas svar. För att höja tillförlitligheten i våra intervjuer, presenterade vi i intervjuguiden de ämnen som skulle tas upp. Detta gjorde vi för att respondenterna skulle kunna förbereda sina svar innan intervjutillfället. För att ytterligare höja tillförlitligheten valde vi telefonintervjuer före enkätundersökningar, eftersom ville ha möjligheten att förklara eventuella missförstånd. Därutöver fick vi möjligheten att höra respondenternas reaktioner.

Frågorna som ställdes följer den teori som vi själva har byggt upp. Genom de svar som vi har samlat in ska vi bedöma vår teori. För att få svar på de olika delarna i vårt teoriavsnitt så har vi valt att ställa en huvudfråga på varje ”ruta” (se sidan 14). Därifrån har vi diskuterat ämnet med våra respondenter för att få svar på våra följdfrågor.

4.4 Urval

Vi har, som tidigare nämnts, på grund av vår begränsade ekonomi och tidsbrist inte haft möjlighet att göra en totalundersökning och därmed inte kunnat fånga alla individers attityder. Istället har vi valt att göra ett litet urval bland ekonomijournalister och näringslivsrepresentanter.

4.4.1 Urval journalister

När vi skulle göra urvalet bland journalisterna så gick vi tillväga på följande sätt: vi började med att läsa en mängd olika journalistiska tidskrifter och artiklar. Därefter plockade vi ut de artiklar som fångade vårt intresse. Utifrån dessa artiklar valde vi ut ett antal av de journalister som hade skrivit dessa artiklar. De journalisterna som vi valde ut valdes på grund av att vi förväntade oss att de hade den kunskap som krävdes för att kunna ge utförliga svar på våra frågor.

De respondenter som intervjuades är:

- Ekonomijournalist på dagstidning
- Ekonomijournalist på dagstidning
- Ekonomijournalist på affärstidning
- Ekonomijournalist på affärstidning

- Grävande journalist på dagstidning
- Politiskt redaktör på dagstidning

Två av journalisterna som vi har intervjuat arbetar inte som ekonomijournalister. Anledning till att de två sista valdes ut var att de arbetar under liknande

förhållande som ekonomijournalister och kanske skulle kunna vara mer kritiska till deras arbete.

4.4.1.1 Bortfall urval journalister

Vi har haft ett bortfall på 70 % bland journalisterna. Detta har till stor del berott på att de har haft mycket att göra och inte haft tid att avsätta 25 minuter till en intervju. Detta kan tyckas vara lite märkligt eftersom en stor del av journalisternas eget arbete är just intervjuer med personer inom och kring organisationer och de förväntar sig att folk ska ställa upp deras intervjuer.

4.4.2 Urval näringsliv

När vi valde ut företag som vi ville kontakta så valde vi helt enkelt ut företag som vi tyckte hade uppmärksammats i media på senare tid. Vi valde ut stora företag som man kunde anta har erfarenheter av att handskas med media.

De respondenter som ställde upp på intervjun är:

- Presskontakt för börsnoterat bolag
- Pressansvarig för börsnoterat bolag
- Kommunikationsdirektör för börsnoterat bolag
- Pressansvarig för börsnoterat bolag
- Presschef för icke-börsnoterad organisation

4.4.2.1 Bortfall urval näringsliv

Vi hade ett mycket litet bortfall när vi skulle intervjua företagen. Det var endast ett av sex företag som tackade nej. Detta innebär att bortfallet hamnar på 17 %.

4.4.3 Urvalets storlek

Urvalets storlek spelar en viktig roll för säkerheten i inferensen (slutsatsen). Detta gäller i princip oberoende av vilken undersökningsansats eller vilken urvalsprincip som tillämpas. Ju fler undersökningsenheter man undersöker desto säkrare slutsatser kan man dra under i övrigt lika förhållanden. Det är inte möjligt att ställa upp några regler för hur stort ett urval skall vara för att ge en viss säkerhet i slutsatserna. Det får istället bedömas från fall till fall med hänsyn till undersökningens syfte (Lekvall & Wahlbin, 1993).

Vi valde att ha en urvalspopulation på tjugo personer inom ekonomijournalistiken. Tyvärr blev som tidigare nämnts, bortfallet stort och endast sex journalister var villiga att ställa upp. Efter att dessa sex intervjuer var genomförda upptäckte vi ett mönster i svaren. Dessa journalisters attityder skiljde inte sig

nämnvärt från varandra. I och med att vi endast har gjort sex intervjuer så kan vi inte dra några generella slutsatser angående vår teori.

4.5 Källkritik

Vi hade stora problem med att hitta litteratur som berörde vårt ämne på ett utförligt sätt. Svensk ekonomijournalistik är ett ämne som är tämligen outforskad och därmed finns det dåligt med gamla kunskaper som vi kunde luta oss mot. Detta innebär att det blir en högre osäkerhet eftersom vi inte kan jämföra våra slutsatser med vad andra har skrivit.

Vi ställer oss även kritiska till vårt urval av respondenter eftersom urvalet var litet och bortfallet var stort. Att vi inte kunde utöka vårt urval beror på, som tidigare nämnts, att vi är studenter med begränsade ekonomiska och tidsmässiga resurser.

Vi ställer oss också kritiska till det faktum att flera av näringslivsrepresentanterna i grunden var journalister. Vår grundtanke var, som tidigare nämnts, att näringslivsrepresentanterna skulle utgöra den kritiska rösten mot ekonomijournalisterna. Men det är inte omöjligt att det finns någon form av gammal kåranda kvar, vilket kan lindra deras uttalanden.

4.6 Kapitelsammanfattning

Vi gjorde två undersökningar. I den första undersökte vi journalisternas attityd till sin granskande roll. I den andra undersökte vi näringslivets syn på granskningen.

Vid insamlingen av primärdata valde vi att göra telefonintervjuer. Anledningen till att vi inte valde att göra personliga intervjuer var på grund av tidsbrist samt ekonomiska begränsningar.

Vi har vid våra undersökningar valt att skicka ut en intervjuguide, för att våra respondenter skulle kunna förbereda sig.

Vi har valt att ställa kvalitativa frågor eftersom vi vill undersöka journalisters och näringslivs attityder till den granskande ekonomijournalistiken samt ha möjligheten att ställa följdfrågor för att få igång en diskussion kring ämnet.

Vi hade en urvalspopulation på 20 ekonomijournalister och sex näringslivsrepresentanter. Vi hade ett väldigt stort bortfall (70 %) bland ekonomijournalisterna vilken till stor del berodde på att respondenterna inte hade tid att avsätta 25 minuter för intervjun.

5. Dataredovisning av näringslivsrespondenternas svar

I detta kapitel redovisar vi våra näringslivsrepresentanters svar. Materialet kommer inte att analyseras utan används för att bygga upp en bakgrundsbild samt där det är lämpligt, använda det i analysen i kapitel 6.

Materialet som samlades in genom intervjuer med näringslivsrespondenterna kommer inte att analyseras för sig själv eftersom majoriteten av dessa respondenter utgjordes av före detta journalister. Tanken var att dessa respondenter skulle utgöra en kritisk röst gentemot journalisterna men så blev inte fallet. Undersökning bidrog huvudsakligen med information om hur affärsjournalistiken fungerar. Anledningen till att detta kapitel finns med är att delar av det används som komplement i analysen av journalistrespondenternas svar i kapitel 6.

5.1 Journalisten

Ingen av respondenterna är negativt inställda till ekonomijournalister. Alla säger sig ha en mycket god kontakt och försöker ha ett öppet och ärligt förhållande till journalister. Kontakterna är löpande men särskilt fokuserade kring kvartalsrapporterna.

Respondenterna tyckte att journalism är en viktig företeelse i samhället, för att berätta och kommentera vad som händer inom företagen och på marknaden. Alla känner ett beroende av att vilja prata med journalister. En av respondenterna menar att de har all anledning att prata med journalister om både det som är negativt och det som är positivt. Men de är också beroende av att tidningarna behandlar informationen korrekt och sakligt. Denne personen menar att det

finns ett samhälleligt samspel. En av respondenterna tycker att ekonomijournalistiken har utvecklats väldigt de senaste åren. Detta genom att den har blivit djupare och mer personifierad. Den ekonomiska situationen i företagen kopplas mycket tydligare än tidigare till verkställande direktörer och ledande personer inom företagen och de ställs också direkt till ansvar för eventuella ekonomiska tvivelaktigheter.

Enligt våra fem respondenter är det vanligt förekommande att journalisterna kontaktar företagen. De ringer kontinuerligt och frågar om saker som rör företaget. Respondenterna säger att de generellt sett inte kommenterar rykten. Detta bland annat på grund av att det florerar så många olika rykten. En av respondenterna säger att de bara svarar på rykten i den mån det är relevant att svara på dessa rykten.

5.2 Arbetsmiljö

Antalet tryckta branschtidningar har minskat de senaste åren medan en ökning av elektroniska branschtidningar har skett genom Internet. Därför ställde vi frågan ”hur respondenterna tror denna strukturförändring påverkat affärspressens granskning”.

Två av respondenterna tyckte att intresset finns kvar och har inte märkt någon skillnad i affärspressens granskning, varken vad de skriver om eller hur de jobbar. Två andra respondenter var så pass nya att de inte kunde svara på frågan. Den femte respondenten svarade så här:

”– Det finns en intensiv ekonomisk bevakning, men däremot är det ett fåtal journalister som har en djupare ekonomisk förståelse. Det är inte speciellt många journalister som har den kompetensen idag. En del journalister på de stora vecko-/dagstidningar skulle lika gärna kunna jobba som analytiker. Där-

emot, generellt sett är det ett fortsatt intresse kring ekonomiska frågor i företag, men det är mer på bredden än på djupet.”

På frågan ”Anser ni att affärspressen är granskande”, svarade alla respondenter att de känner sig granskade av affärspressen. En respondent från ett icke-börsnoterat företag ansåg att intresset kring dem inte är lika stort som kring ett börsnoterat företag, men de känner sig ändå absolut granskade.

En av respondenterna upplever att det blir mycket grundligare reportage i veckopressen än i den återkommande granskning som finns i ex dagspress. Majoriteten av de övriga respondenterna upplever samma skillnad i granskningen och menar att denna skillnad beror på att veckopress har längre tid på sig.

5.3 Företagets policy gällande mediekontakter

Det finns en utfäst policy som börsnoterade företag skall följa. Ett av våra respondentföretag är ett icke-börsnoterat företag men den respondenten svarade att de ålagt sig själva att följa samma policy som börsnoterade företag. Alla presskontakter ska gå via de pressansvariga som respektive företag har. Om dessa inte kan svara på frågan, förmedlar de vidare kontakten till de personer inom företaget som får uttala sig kring just denna fråga. De flesta av respondenterna nämner att öppenhet står överst på listan.

5.4 Kapitelsammanfattning

Ingen av näringslivsrespondenterna är negativt inställda till ekonomijournalister utan betonar att de har goda kontakter med journalister. Alla respondenter-

na tyckte att journalister är en viktig företeelse i samhället eftersom de kommenterar och berättar vad som händer i företag och på markanden.

Respondenterna betonar att de i allmänhet inte kommenterar rykten eftersom det florerar så många olika rykten. En av respondenterna berättar att de endast kommenterar rykten i de fall då det är relevant.

Alla respondenter medgav att de kände sig granskade av affärspressen. Majoriteten upplever skillnad i granskningen mellan dagspress och veckopress. De menar att denna skillnad ligger i att veckopressen har längre tid på sig för granskning.

Våra respondenter menar att alla kontakter med media sköts från pressavdelningen.

6. Analys

I detta kapitel ska vi analysera vårt material och skapa oss en bild av attityderna inom ekonomijournalistiken. Vi kommer även att koppla samman våra svar med vårt teorikapitel.

6.1 Analys av journalisterespondenternas svar

Under denna rubrik redogör vi för journalistrespondenternas svar och kopplar samman dessa med vår teori.

6.1.1 Journalisten

Journalistrespondenternas svar angående sin roll som journalist är indelade i olika kapitel som svarar för de underrubriker som finns i vår teori (se sidan 14).

6.1.1.1 Drivkraft

Det som journalisterna har gemensamt är någon form av rättvisesträvan, viljan att hitta felaktigheter och att vara den ”lille mannens advokat”. Lusten att berätta och förvåna läsaren är andra drivkrafter. Genom intervjuerna framkom det att de är väldigt nyfikna och samhällsmedvetna människor som har en vilja att beskriva och förklara. De betonar gärna friheten inom sitt yrke. Det är givetvis så att de får uppgifter av redaktören som ska göras men de har friheten att själva driva ett projekt en längre tid vid sidan av det dagliga arbetet. De berättar att de till väldigt stor del kan välja själva vad de vill bevaka.

Dessutom fick vi intrycket av att granskande journalistik anses ha lite högre status än vanlig ekonomisk journalistik. En av respondenterna hävdar att just populariteten i granskande journalistik avspeglas bland annat genom att stora journalistpriset år 2003 gick till ett grävande reportage. Det finns förutom Stora Journalistpriset flera andra pris som delas ut till framgångsrika journalister, exempel på dessa är: Guldspaden och årets ekonomijournalist.

6.1.1.1 Koppling till teori

När journalisterna beskriver sina bakomliggande drivkrafter så är det med ord som rättspatos och viljan att vara ”den lille mannens advokat”. Vi tror dock att det även finns andra drivkrafter bakom journalisternas arbete. Det kan vara att skapa sig ett gott anseende som en skicklig journalist och därmed vinna kollegornas aktning. De skäl som journalisterna själva anger kan möjligtvis utgöra bakgrundskäl till varför de från början blev intresserade av att arbeta med journalistik. Men vi tror inte dessa skäl förklarar drivkrafterna bakom viljan att bedriva granskande ekonomijournalistik. Med ökad respekt är det rimligtvis så att journalisten får större möjligheter att granska sådant som väcker uppseende. Det är nämligen lyckade, avslöjande och uppmärksammade reportage som vi tror är en av de primära drivkrafterna bakom journalisternas arbete. Om ett reportage dessutom krönts av ett journalistpris, så har journalisten lyckats. Framgång eller jakten på framgång är antagligen en stark drivkraft. Vi fick en känsla av att de drivkrafter som verkar på journalisterna är realistiska och att det därmed finns goda förutsättningar till kritisk granskning. Skulle inte intresse finnas för att avslöja så skulle inte granskningen fungera speciellt bra. Det ligger nämligen väldigt mycket tid och arbete bakom varje avslöjande.

6.1.1.2 Bakgrund och Kompetens

Av sex respondenter har fyra mycket lång erfarenhet (ca 20 år) av journalistiskt arbete med fokus på ekonomi. En har fem års erfarenhet och den sista har vi ingen uppgift på. Två av respondenterna har arbetat många år i näringslivet varav den ena har arbetat som analytiker hos en välkänd fondkommissionär. Alla våra respondenter har arbetat på ett varierande antal tidningar.

Av sex respondenter är alla journalistutbildade. Minst fyra är ekonomutbildade på grundläggande universitetsnivå. Det finns dock en skillnad i utbildning mellan våra respondenter. Två respondenter är utbildade civilekonomer och två har läst fristående kurser på högskola/universitet. Detta innebär att det är ett ganska brett spann mellan våra respondenters utbildningsnivå.

6.1.1.2.1 Koppling till teori

Till en början behandlar vi våra respondenters utbildning. I vår teoridel antog vi att delar av ekonomiutbildningen (redovisning, nyckeltalsanalyser och nationalekonomi) var viktig för att de skulle ha en rimlig möjlighet att granska ett företag. Det är svårt att granska ett företag som ekonom och det borde vara orimligt att någon skulle kunna göra en kritisk granskning om man inte har grundkunskapen i exempelvis bokföring. Detta är något som också en av näringslivsrespondenterna betonar. Han anser att det på varje stor dagstidning finns personer med kompetens att arbeta som analytiker men att den stora massan av journalister saknar tillräcklig ekonomisk förståelse.

Vi anser att de respondenter som ingår i vår undersökningspopulation, har adekvat utbildning och därmed borde de kunna uppfylla den granskande rollen rent utbildningsmässigt.

Vi tittade också på arbetslivserfarenheten hos våra respondenter. Av dessa har majoriteten flera års erfarenhet av journalistiskt arbete med ekonomiskt tema. En av dem har också tidigare arbetat som analytiker och revisor.

Därmed borde våra respondenter ha både den bakgrund och den kompetens som krävs på dessa områden och därmed ha goda förutsättningar för att kunna bedriva en granskande ekonomisk journalistik. Erfarenhet är inte en nödvändig förutsättning men det utgör en fördel.

6.1.1.3 Kontaktnät

Huvuddelen av respondenterna menar att det är en del av yrkesrollen att vårda ett stort kontaktnät. Man vet av erfarenhet vilken kvalitet på informationen personer i kontaktnätet har för vana att förmedla. En respondent anser att om en person förmedlat information tidigare och detta visat sig vara med sanningen överrensstämmande information, kan man anta att man kommer att få riktiga uppgifter även i fortsättningen. Därmed är det en fråga om förtroende mellan journalisten och uppgiftslämnaren. Respondenterna uppger att kontaktnätet brukar bestå av kontakter på olika nivå i företaget. Vanligast är dock att det ligger på ganska hög nivå såsom verkställande direktör, styrelseledamöter med flera. Kontaktnätet kan också utgöras av analytiker och andra bransch-kunniga. Tre respondenter trycker på vikten av att ha mer än en källa. Detta gjorde man trots att man uppgav sig ha ett gott förtroende för sina informatörer. En anser att det är lite av en skrivbordsteori att man bör ha minst två oberoende källor för varje nyhet. En annan respondent anser att man kan göra fränsteg från denna regel vid vissa tillfällen. Han menar att det i vissa fall bara finns en källa till en nyhet. Denna kan vara värd att publicera trots detta men då försöker man kontrollera källan så långt det går och gör sedan en bedömning om dess trovärdighet. I de fallen, säger han, att trovärdighetsproblemet

inte är det primära utan det stora problemet är att man riskerar att få en väldigt vinklad och ensidig bakgrund till en nyhet.

En äldre respondent med flera års erfarenhet menade att yngre journalister tenderade att betrakta sitt kontaktnät som en del av bekantskapskretsen. Han ser ett stort objektivitetsproblem i att värdera den information som man får av personer man har ett privat förhållande till. Han anser att det är väldigt viktigt att man förstår att man som journalist representerar en tidning och att kontaktnätet är väl avskilt från den personliga umgängeskretsen.

6.1.1.3.1 Koppling till teori

Respondenterna förklarade vikten av ett brett kontaktnät. De anser att kontaktnätet är ett viktigt instrument som journalister har att tillgå. Samtidigt är de väl medvetna om att det alltid finns ett dolt syfte bakom all information som kommer den här vägen. Man kan anta att journalistens erfarenhet har stor betydelse för hanteringen av denna information. Detta är också något som en av respondenterna indikerade. Speciellt när det gäller att se vilka dolda syften och vilken kvalitet på informationen man får genom tips och kontaktnät. Man är väl medveten om objektivitetsproblematiken men det verkar som om det är en informationskanal som man i många fall inte vill vara utan. Det är lite oväntat att alla respondenterna trots detta uttrycker sådan tilltro till sitt kontaktnät. Antagligen är det så att journalisterna är fullt medvetna om problemet med kontaktnätets tillförlitlighet men man räknar med att kringgå detta med hjälp av att använda mer än en källa. Vidare är behovet av kontaktnätet tämligen stort då det utgör ”tentaklerna” ut till näringslivet.

Något som vi finner väldigt intressant när vi jämför journalistrespondenternas svar med våra näringslivsrespondenters är att journalisterna hävdar att de får

information från olika nivåer inom organisationerna. Detta är något som näringslivsrespondenterna inte håller med om. De hävdar att information som kommer från deras sida endast kommer från pressavdelning eller via kontakter som de har förmedlat. Detta pekar på att näringslivets pressansvariga och journalisterna har olika syn på hur information sprids.

6.1.2 Arbetsmiljö

Journalistrespondenternas svar angående sin arbetsmiljö är indelade i olika kapitel som svarar för de underrubriker som finns i vår teori (se sidan 14).

6.1.2.1 Redaktionen

Respondenterna har uttalat sig om de redaktioner där de verkar. Ett par av respondenterna menade att det på tidningsredaktionen finns väldigt mycket kunskap på en liten yta och att det därmed alltid finns en möjlighet att konsultera någon med specifik branschkunskap.

När det gäller tillgången på tips och rykten så är våra respondenter av olika uppfattning. En av respondenterna beskriver redaktionen som en puttrande gryta av rykten. En annan menar att det absolut inte går till på det viset. En tredje anser att det kom in väldigt mycket rykten och tips till redaktionen men att 95 procent åker rakt ner i papperskorgen.

I övrigt var resursfrågan någonting som betonades. Med resurser avses den tid och de medel som står till förfogande för journalistiskt arbete. Våra respondenter uppger att redaktionerna de senaste åren har slimmats och detta medför att de upplever en ökad stress och press på de journalister som fortfarande är verksamma.

6.1.2.1.1 Koppling till teori

Vi tror att en stor redaktion underlättar granskningen. Vi tror att det finns ett värde i att kunna rådfråga sina kollegor. När våra respondenter berättade hur

de upplevde redaktionen så tillskrevs just redaktionens samlade kunskap ett visst värde. I och med att redaktionerna bantas så ökar stressen för journalisterna. Det är samma antal aktörer som ska bevakas men detta görs av ett färre antal journalister. Detta gör att granskarna inte hinner läsa in sig på ämnet på samma sätt som tidigare. Därmed blir kollegors åsikter och kunskaper viktigare. Detta är ytterligare en faktor som pekar på redaktionens värde. Dock är det så att många arbetar som frilansande journalister. Detta innebär att redaktionens värde kanske ändå kan ifrågasättas som en förutsättning för granskande journalistik och därmed kan vi inte påstå att detta är en förutsättning.

6.1.2.2 Resurser

De två respondenterna som är verksamma på affärstidningarna menar att det avsätts tillräckliga resurser. En av dem kan inte se hur mer resurser i form av tid och journalister skulle kunna förbättra granskningen. Den andra betonar att de resurser som står till förfogande räcker för att man skall kunna förkasta en svag artikel istället för att publicera någonting som inte är bra.

Av de fyra respondenterna som är verksamma på dagstidningarna, beskriver tre av dem sin arbetsmiljö som slimmad, jäktad och att det ställs allt högre krav. En av dem menar att det inte bara är hans arbetsplats som drabbats av besparingsprogram utan att även analytikerna har tvingats dra ner på verksamheten. Han anser dock att de stora företagen med stort publikt intresse fortfarande är ”genomlysta” medan granskningen av mindre företag på landsbygden i större utsträckning reducerats. Granskningen av dessa företag blir därmed, ur ett journalistiskt perspektiv, beroende på lokaltidningars intresse för att bedriva kritisk ekonomijournalistik.

Detta är ett resonemang som även en annan respondent tar upp. Han bedömer att de totala resurserna som avsätts i stockholmsregionen är tillräckliga. Detta beror framför allt på att det finns fem tidningar som är verksamma i regionen. Han anser dock att det huvudsakliga problemet med ekonomijournalistiken är att det inte är lönsamt.

Den respondent som arbetar som granskande journalist på en dagstidning hävdar att det avsätts för små resurser till granskande journalistik. Detta på grund av att det är för dyrt och att ekonomijournalister är för okritiska och att de är ointresserade av att bedriva granskande journalistik.

En respondent ser ett problem i att redaktionerna slimmas samtidigt som företagen bygger upp stora informationsavdelningar bestående av duktiga journalister.

6.1.2.2.1 Koppling till teori

Det visade sig att respondenterna som arbetar på affärstidningarna anser att det sammanlagt avsätts tillräckligt med resurser för granskning. Detta är något som inte respondenterna på dagstidningarna håller med om. Där verkar besparingsprogrammen slagit hårdare och lönsamhetsproblemet med ekonomijournalistik tycks här vara mer uppenbart. Detta är på sätt och vis ganska naturligt då de renodlade affärstidningarna inte har något annat att falla tillbaka på. Affärsvärlden och Dagens Industri kan inte börja bevaka något icke-ekonomiskt bara för att börsen går dåligt och intresset från läsarna sviktar. Detta är emellertid något som dagspressen (som inte är renodlad fackpress) kan göra. När intresset för att läsa om ekonomi och näringsliv minskar, kan Dagens Nyheter och Sydsvenska Dagbladet välja att fokusera på exempelvis sport och lokalbevakning. Detta är möjligen ett skäl till varför fackpressens journalister inte

uttrycker sig likadant när det gäller de resurser som avsätts. Därmed verkar det rimligt att förutsättningarna för dagstidningarnas granskning av näringslivet minskar i lågkonjunkturer i och med att resurserna omfördelas på tidningen.

6.1.2.3 Bemötande från näringsliv

Följande stycke är en del som framkom genom intervjuerna med våra respondenter och finns därför inte med i vårt teoriavsnitt. De två respondenterna som arbetar på affärstidningar menar att en tidning med status och gott anseende snabbt når högt upp i företagens organisationer. Det är vanligt att man inom en halvtimme har fått kontakt med personer inom företagsledningen. Även andra journalister som vi har intervjuat menar att näringslivet är väldigt lyhörda och måna om sitt förhållande till pressen. Alla respondenterna hävdar att företagen har en resolut policy vad gäller börsdrivande information.

En av respondenterna som arbetar mycket med kritisk granskning av den offentliga sektorn och myndigheter anser att organisationerna ofta lägger ”locket på”, det vill säga, mycket information hemligstämplas och de uttalar sig inte i frågor som de inte absolut behöver. Dessutom hävdar respondenten att individer i organisationer ofta ljuger för att undvika granskning. Detta stöds delvis av en annan respondent som menar att departement tenderar att hemligstämpla lite väl mycket. Detta stöds emellertid inte av en annan respondent som menar att han aldrig har haft några större problem att få ut information från statliga myndigheter.

6.1.2.3.1 Koppling till teori

Som tidigare nämnts så har vi inget teoriavsnitt angående bemötandet från näringslivet. Med hjälp av de svar som vi fick så drar vi slutsatsen att de etablerade affärstidningarna med gott renommé når högre upp i näringslivsorganisationer och därmed lättare kan få exklusiva intervjuer med chefer och ledning. Våra näringslivsrespondenter uppger dock att företagen inte släpper någon börsdrivande information den här vägen.

Angående påståendena om att departement hämligstämplrar ofta och lägger ”locket på” ställer vi oss frågande. Vi har fått olika uppgifter från olika respondenter och detta gör att det blir oerhört svårt att dra några slutsatser angående detta. Detta är ett väldigt intressant påstående men det är oerhört svårt för oss att värdera. Enligt offentlighetsprincipen borde det råda relativt hög öppenhet i offentliga departement och bolag. Vilken policy som gäller vid tillämpandet av kommersiell sekretess har vi emellertid inte studerat. Är det så att offentliga bolag och departement är väldigt sparsamma med att lämna ut information så innebär det att förutsättningarna för granskningen av dessa bolag försämras.

6.1.2.4 Teknik

Alla våra respondenter hävdar att Internets genombrott har förenklat deras arbete. Internet innebär att journalisterna kan få tag på information mycket snabbare nu än tidigare. En respondent som arbetar på en landsortstidning berättar att han tidigare fick böna och be för att få de viktigaste sidorna av rapporter faxade till sin redaktion. Nu kan man enligt denne respondent enkelt hämta hem rapporterna och följa tillexempel presskonferenser direkt via Internet.

En annan respondent berättar att själva informationsmängden inte har förändrats. Denne menar att det inte finns någon information på Internet som man inte kan få tag på genom telefonsamtal. Dock är det ofta så att själva insamlandet av information har förenklats.

6.1.2.4.1 Koppling till teori

Som nämns i teorin så har Internet en stor betydelse för journalistens dagliga arbete. Det är framför allt så att Internet har ökat effektiviteten genom att den ledtid som tidigare gick åt att ringa runt och leta i arkiv, numera kan användas till mer kreativ verksamhet. Detta kan man eventuellt koppla tillbaka till ”resursfrågan” och de slimmade organisationerna.

Vi tror inte att Internet har revolutionerat ekonomijournalisternas granskande roll. Däremot har Internets genombrott resulterat i en ökad hastighet på informationsflödet. Den information som journalisterna får via Internet kunde de tidigare få genom några telefonsamtal. De journalister som arbetar utanför stockholmregionen kan numera även bedriva granskande journalistik på mer än lokal nivå. Detta innebär att själva tekniken i sig inte innebär någon förutsättning för granskningen.

6.1.3 Sanktionssystem

Journalistrespondenternas svar angående sanktionssystem är indelade i olika kapitel som svarar för de underrubriker som finns i vår teori (se sidan 14).

6.1.3.1 Incitament till kritisk granskning

Flera av respondenterna anser att kritisk granskning och grävande journalistik ligger lite i tiden. Det är något som många vill hålla på med. En annan menar att det är en dyr verksamhet som absolut inte lönar sig.

6.1.3.1.1 Koppling till teori

Ett stort rättspatos, nyfikenhet att berätta och viljan att vara ”den lille mannens advokat” verkar vara incitament för journalisterna att verka kritiskt granskande.

Stora journalistpriset gick till två grävande journalister i år och en av kategorierna benämns även, årets avslöjande. Bonnier delade även i år ut Hasse Olssons pris till årets ekonomijournalist. Den här gången med statsminister Göran Persson som prisutdelare, något som ger det nya priset ökad legitimitet.

Vi tror därmed att det kan finnas tillräckliga incitament för att journalisterna ska vilja bedriva en kritisk granskning.

6.1.3.2 Rädsla att ”hängas ut”

Alla respondenterna hävdar att näringslivet upplever en viss rädsla för journalister och risken för att kritiseras offentligt. Fem av journalisterna hävdar att näringslivet gärna undviker offentlig kritik i möjligaste mån. En av respondenterna berättar att det i allmänt är ”locket på” från början. En annan respondent berättar att det kan bli väldigt stora konsekvenser för det företag eller den privatperson som blir offentligt granskad. En av respondenterna menar att ”hängas ut” som Lars-Eric Petersson, Ulf Spång och Jan Carendi nog är det värsta som man kan råka ut för som svensk näringslivschef. Kan de inte komma med några tydliga motdrag är de för evigt borta från affärsverksamhet på svensk mark.

Det var ingen av respondenterna som ansåg att det fanns några egentliga sanktionssystem riktade mot journalisterna. Detta har sin förklaring i att det alltid finns en ansvarigutgivare som hålls juridiskt ansvarig.

En av respondenterna hävdade emellertid att han inte gärna skulle skriva en artikel som är politiskt inkorrekt såsom en kritisk artikel om feminism. Detta eftersom han misstänker att andra journalister skulle betrakta detta med väldigt kritiska ögon.

6.1.3.2.1 Koppling till teori

Det som man kan ställa sig frågande till är hur stor effekt offentlig kritik får. I mitten av 1980-talet fick Refaat El-Sayed Fermentas aktie att rasa och han blev snabbt Sveriges mest utskällda person. Detta till trots är han nu tillbaka som verkställande direktör inom näringslivet. Detta visar på att sanktionerna är mycket effektiva men samtidigt tidsbegränsade. Som en av våra responden-

ter hävdar så har mediestormen mot exempelvis Skandia skördat sina offer. Men man ska nog inte bli förvånad om någon av dem, liksom Refaat El-Sayed, dyker upp inom svenskt näringsliv igen.

Även om det inte på något sätt är meningen att journalisterna ska agera domare över näringslivet så är näringslivets reaktioner ett tecken på pressens inflytande. Detta innebär att det läggs vikt vid den informationen som förmedlas. Finns det ett inflytande så finns det också incitament för journalisterna att bedriva granskande journalistik.

Sanktionssystemet gentemot journalisterna själva verkar ligga i att man inte vill skada sitt goda anseende inom kåren. Förutom detta verkar det inte finnas några direkta sanktioner gentemot journalisterna.

6.1.4 Juridiska klimatet

Journalistrespondenternas svar angående det juridiska klimatet är redovisade i enlighet med den underrubrik som finns i vår teori (se sidan 14).

6.1.4.1 Juridiska möjligheter

En respondent hade för sig att det funnits en diskussion inom EU där man föreslagit en lagändring som innebär att företag skulle kunna stämma journalister för förtal på samma vis som personer kan stämma andra för förtal. I och med EU:s harmoniseringstanke skulle detta på sikt kunna innebära ett hot för den granskande journalistiken av idag. I övrigt ansåg han att det mest var personliga gränser.

En annan respondent tyckte att det fungerade bra som det är nu men han erkände också att han inte var speciellt intresserad eller insatt i de juridiska frågorna kring journalistens vardag.

Alla respondenterna var överlag positiva till den svenska lagstiftningen. De ansåg att Sverige har en tacksam lagstiftning ur granskningssynpunkt. Att vi har systemet med att de publika bolagen förpliktigar sig att rapportera all börsdrivande information och alla former av arvode till styrelse och företagsledning tyckte man var bra. Ett par respondenter jämförde den svenska öppenheten med sina egna erfarenheter från Tyskland och Storbritannien. Dessa respondenter anser att den svenska öppenheten står sig bra internationellt sett.

En respondent anser att det är relativt enkelt att få fram information från företagen, positiv och negativ. Han tyckte dock att börsreglernas informationsplikt gjorde det svårt för journalisterna att få tag i exklusiv information efter-

som företagen är förpliktigade att gå ut med information i samma ögonblick som de kan misstänka att någon information läckt ut.

Två respondenter menar att myndigheter och departement lite väl ofta hänvisar till kommersiell sekretess. Den ena av respondenterna ser ett problem i att även domstolarna är tämligen okritiska till de skäl till vilka sekretess tillämpas. En annan respondent håller inte alls med utan tycker att det är ytterst lite som hemligstämplas.

6.1.4.1.1 Koppling till teori

Journalisterna verkar överlag ganska nöjda med den juridiska situationen av idag. Börsbolagen tvingas till viss öppenhet och de offentliga bolagen lyder under offentlighetsprincipen. Av naturliga skäl är bolagen inte speciellt intresserade av att berätta mer än nödvändigt för journalisterna. Den information som släpps från börsbolagen måste bli offentlig för alla samtidigt. Om det finns någon misstanke om att information har läckt från företaget måste detta offentliggöras. Detta gör att en journalist aldrig kan ha exklusiv information som är av börsdrivande karaktär.

För att inte offentliga bolag ska behöva släppa information som är av intresse för konkurrenter har de möjligheten att utnyttja kommersiell sekretess. Några av journalisterna tyckte att detta var en möjlighet som de utnyttjade i allt för stor utsträckning.

Det generella ointresset bland journalisterna tyder antagligen på att det juridiska klimatet är ganska bra. Hade företagen försökt stänga dörren för journalisterna hade dessa med största säkerhet varit bättre på att hävda sina rättigheter. Därmed skulle de ha mer åsikter om det juridiska klimatet.

I slutändan är det dock så att företagen är tvingade att delge så pass mycket information att det är möjligt för journalisterna och intressenterna att skapa sig en bild över de ekonomiska förutsättningarna för dess fortlevnad. Detta innebär att journalisterna har goda förutsättningar för att bedriva granskande journalistik enbart med hjälp av den information som företagen tvingas lämna ut.

6.1.5 Pressen som politiskt maktmedel

Journalistrespondenternas svar angående pressen som politiskt maktmedel är redovisade i enlighet med den underrubrik som finns i vår teori (se sidan 14).

6.1.5.1 Dolda syften med läckor

Våra respondenter är alla medvetna om att tips och läckor alltid innehar någon form av dolt syfte. Tre av respondenterna menar att det är ett stort objektivitetsproblem för pressen. Av dessa tre arbetar två på dagstidningar och en på affärspressen. De är överens om att det ibland kan vara väldigt svårt att se vilka dolda syften som kan finnas bakom vissa läckor. En av respondenterna som är verksam på en affärstidning berättade att de får in väldigt många tips varje dag men att 95 procent hamnar direkt i soptunnan.

Den granskande journalisten anser att det är ganska lätt att räkna ut om tipsaren har några egna syften med läckan. Det är först när man kommer upp på en väldigt hög nivå i organisationen man undersöker som det börjar bli svårt att urskilja syften med läckor.

En respondent uppger att det finns två skäl till att folk i företag tipsar journalister. Den första är att man vill skada konkurrenter på arbetsplatsen och den andra är att man ser att personer tillskansar sig fördelar inom organisationen som man inte själv är berättigad till.

6.1.5.1.1 Koppling till teori

Vi anser att detta är ett problem som journalistiken antagligen alltid kommer att få brottas med. Samtidigt som tips och rykten troligen är väldigt viktiga för att journalisterna ska få nya uppslag om vad de bör granska, så kommer dessa tips med en baktanke från uppgiftslämnaren. Det är inte objektiv information som förevisas för journalisten och det är viktigt att journalisten är medveten om avsikten med informationen. Ungefär hälften av respondenterna menar att det kan vara väldigt svårt att urskilja dessa baktankar. Har man förmågan att urskilja dessa så är det givetvis en väldigt bra informationskälla. Om man däremot inte kan se baktankarna med informationen så riskerar man att gå andras ärende.

Som vi tidigare nämnt är journalisternas drivkrafter viljan att förmedla en korrekt bild, leta efter sånt som är fel och ambitionen att det inte skall finnas några sakfel. Detta kan innebära ett problem i och med att informationen som kommer genom tips inte alltid är objektiv. Detta innebär att journalisterna måste värdera alla tips mycket noga och i möjligaste mån kontrollera källorna. För att komma tillrätta med detta problem kan regeln med två källor vara mycket användbar. Problemet med detta är att en del av våra respondenter antyder att denna regel är lite av en skrivbordsteori och inte alltid används i praktiken. Vi anser att det ovan nämnda är en viktig förutsättning för granskning. Hade tipsarna inte sett affärspressen som ett politiskt maktmedel så hade inte heller lika många tips kommit in.

6.2 Sammanfattning och diskussion kring analysen

Vi tror att det finns en väldigt stark kåranda bland journalisterna. Denna kåranda tror vi utgör en sporre för ekonomijournalisternas granskande roll. Viljan att göra sig ett namn i denna krets som en skicklig journalist med känsla för vad som bör granskas och med en erkänd förmåga att göra avslöjande reportage är mycket stark. Att försöka göra ett riktigt stort avslöjande tror vi utgör den yttersta drivkraften för ekonomijournalister. Detta är en drivkraft som vi anser är en förutsättning för att journalisterna ska vilja arbeta med granskning av företag. Eftersom en av kategorierna till Stora Journalistpriset är just ”årets avslöjande” anser vi att detta är någonting som också Bonnier AB har tagit fasta på.

För att journalisterna ska kunna verka granskande anser vi att de måste ha både kunskap och erfarenhet för att kunna tolka informationen på ett rättvisande sätt. De som vi intervjuade visade sig ha båda delarna. Vi anser att detta är en fördel. Att förstå vilken information som man kan utläsa ur en företagsrapport och att veta vilka informationskanaler som finns är en förutsättning, men erfarenhet kan man bara få genom att arbeta med granskning av företag. Det faktum att det finns yngre journalister som arbetar med just granskande journalistik är ett tecken på att erfarenhet inte är en förutsättning men säkert en fördel.

Erfarenheten blir aktuell när det kommer till att värdera all information och då kanske framför allt den information som kommer via tips och kontaktnät. Något som vi tyckte var extra intressant var skillnaden i uppfattning mellan näringslivsrespondenterna och ekonomijournalisterna. Alla pressansvariga vi pratade med hävdade att det inte fanns några individer som kommunicerade med pressen utan pressavdelningens godkännande. De journalister vi pratade med uppgav att de hade kontakter på olika nivåer och att dessa kontaktades direkt

utan att man gick omvägen via företagets pressavdelning. En anledning till att vi fick dessa svar kan vara att pressavdelningen inte gärna vill uppge att information läcker ut. Eller så är man helt enkelt omedveten om det. För journalisterna är kontaktnätet viktigt men man är väl medveten om att det alltid finns dolda syften och vinklingar bakom ett tips eller en skildring. Detta försöker man kringgå genom att ha mer än en källa bakom varje uppgift. Detta kan naturligtvis vara svårt för dagspressen beroende på den korta tid de har till sitt förfogande innan pressläggning. Respondenterna verkar trots detta anse att kontaktnätet är en förutsättning för kritisk granskning.

Vi kunde inte visa på att redaktionen hade någon större betydelse ur granskningssynpunkt. Vår teori baserades på att mycket kunskap rimligtvis borde finnas samlat på en liten yta och därmed skulle högre effektivitet uppnås. Detta stötts av några respondenter. Det faktum att många ekonomijournalister arbetar som frilansare förkastar dock redaktionen som en förutsättning.

När vi frågade om resurser fick vi lite olika svar. Näringsliv/Ekonomi reporterna på dagstidningarna ansåg att redaktionerna hade slimmats de senaste åren med stress och ökade krav som resultat. Därmed borde rimligtvis förutsättningarna för att de ska kunna lägga tid på granskande reportage försämrats. Deras kollegor på renodlade affärstidningar ansåg inte att mer resurser skulle tillföra speciellt mycket till granskningen av näringslivet. Om man ser till det faktum att större publika företag är granskade av revisorer, skattemyndigheten, analytiker och av ekonomijournalister, så kan man dra slutsatsen att näringslivet är genomlyst. Intresset är nog mindre för att granska mindre företag på landsbygden, speciellt eftersom lokaltidningarna har dragit ner resurserna här. Det finns antagligen inget större publikt intresse i att läsa om detta eftersom de mindre företagen inte påverkar lika många. Därmed tror vi att det finns en koppling mellan det publika intresset som ett företag utgör och de resurser som avsätts för att granska detta företag.

Det bemötande som journalisterna upplever i sina kontakter med näringslivet är till viss del beroende på vilken tidning man representerar. Detta är något som vi inte tidigare tänkt på utan det framkom genom våra intervjuer. Det är rimligt att en reporter från en välkänd affärstidning lättare får en intervju med en känd verkställande direktör, än en reporter som representerar en liten och okänd lokaltidning. Eftersom näringslivsrepresentanterna uppger att de är resoluta med att inte släppa börsdrivande information till enskilda journalister så blir den enda fördelen att affärstidningarna kan få snabbare svar och att de kan läsa ut exklusiv information genom dessa intervjuer. Detta har rimligtvis ett värde och är, enligt oss, en förutsättning för granskning. Men det är svårt att bedöma hur stort detta värde utgör.

Vidare frågade vi oss om den tekniska utvecklingen förändrat förutsättningarna för journalisternas granskande roll. Det var främst Internet som vi trodde kunde påverka granskningen. Sedan utbyggandet av bredbandsnätet, har journalistiken blivit mindre geografisk. En ekonomijournalist behöver inte vara stationerad i stockholmsregionen för att få tillgång till snabb information. Det har inte tillkommit någon ny information och de upplysningar som journalisterna idag hämtar på Internet fick man tidigare genom telefonsamtal. Frågan är kanske om man inte har förlorat mycket av den sociala kontakten och den extra information som telefonsamtalen kunde ge.

Vi tror att tidningarna är intresserade av att löpande granska näringslivet och den offentliga sektorn. Anledningen är att ett bra och avslöjande reportage är underhållning och sånt säljer. Branschen vill därmed ha avslöjanden och därmed bör de uppmuntra journalisterna till detta. Ett bevis på detta är, som tidigare nämnts, Stora Journalistpriset. Det utgör ett incitament för journalisterna och verkar i våra ögon fungera bra för att sporra journalisterna till nya avslöjanden.

I näringslivet finns en rädsla för att “hängas ut” i pressen. Näringslivet och de offentliga bolagen har blivit personligare. Verkställande direktör och styrelse hålls numera personligt ansvariga i media. Det faktum att exempelvis företagsledningar tvingats avgå när skandaler uppdagas, tyder på att journalisten har ett inflytande på näringslivet. Om inte detta inflytande skulle ha existerat skulle det säkert inte funnits några incitament för att bedriva granskande journalistik. I förlängningen utgör därmed näringslivets rädsla att “hängas ut”, en förutsättning för ekonomijournalistikens granskande roll.

Vi undrade vidare om det juridiska klimatet i Sverige möjliggjorde kritisk granskning av näringsliv och offentlig sektor. Börsbolagen och offentlig sektor tvingas till viss insyn. Det blir därmed möjligt för journalisterna att granska dessa. Privata företag och stiftelser behöver knappt släppa någon information alls men de har i allmänhet inget publikt intresse i heller. De offentliga bolagen och departementen lyder under offentlighetsprincipen. Vi blev förvånade av att ett par respondenter uttryckte svårigheter med att få information av dessa. Detta är givetvis någonting som i så fall försvårar granskning av dessa organisationer. Överlag verkar våra respondenter nöjda med den svenska öppenheten men de verkade inte heller speciellt intresserade. Detta skulle man kunna tolka som om att företagen är ganska villiga att lämna ut information och alla aktörer är väl medvetna om vilka spelregler som gäller.

Till sist ska vi diskutera ett av journalistikens äldsta problem, något som vi till viss del redan berört i det här avsnittet. Den information som journalisterna får via kontaktnät och tips har ett inbyggt problem med dolda syften. Dessa kan vara att smutskasta en chef eller ett konkurrerande företag för att dra egna fördelar av följderna. Det är enormt viktigt att journalisten ser detta dolda syfte och inte låter sig styras, för att trovärdigheten ska kunna bibehållas. Det är inte bra om man publicerar en artikel som är tydligt vinklad och där bara ena

sidan får göra sin röst hörd. Lösningen på det här problemet är att ha mer än en källa till den händelse man skildrar. Men det finns inte alltid mer än en källa till en uppgift. Då kan det bli komplicerat att skriva en artikel som inte blivit styrd genom uppgiftslämnarens dolda syfte. Vi anser att det ovan nämnda är en viktig förutsättning för granskning. Hade tipsarna inte sett affärspressen som ett politiskt maktmedel så hade inte heller lika många tips kommit in.

7. Slutsats

I detta kapitel kommer vi att dra slutsatser utifrån vår uppsats syfte. Vi kommer även att göra egna reflektioner.

Syftet med vår uppsats var att undersöka förutsättningarna för affärspressens granskande roll. Vi byggde upp en egen modell med följande innehåll: journalisten, arbetsmiljö, sanktionssystem, juridiska klimatet och pressen som politiskt maktmedel. Är dessa fem delar förutsättningar för den granskande rollen?

Vi har i detta arbete gjort två undersökningar. Våra undersökningar bygger på primärdata. Dels undersökte vi journalisternas attityd till sin granskande roll och dels näringslivets syn på granskningen. Detta gjordes för att få både de granskade och granskarnas åsikter. Vi genomförde våra intervjuer via telefon. Intervjuerna med näringslivsrespondenterna gav tyvärr väldigt lite och utfallet har endast i undantagsfall presenterats i analysen. Vi antog en deduktiv ansats med induktiva inslag. De induktiva inslagen utgjordes av att vi inte var speciellt insatta i journalisternas dagliga arbete och därmed blev tvungna att vara öppna för nya förutsättningar.

Vi har i vår analys konstaterat att granskningen låter sig påverkas av ett flertal olika förutsättningar. Men frågan är vilka förutsättningar krävs?

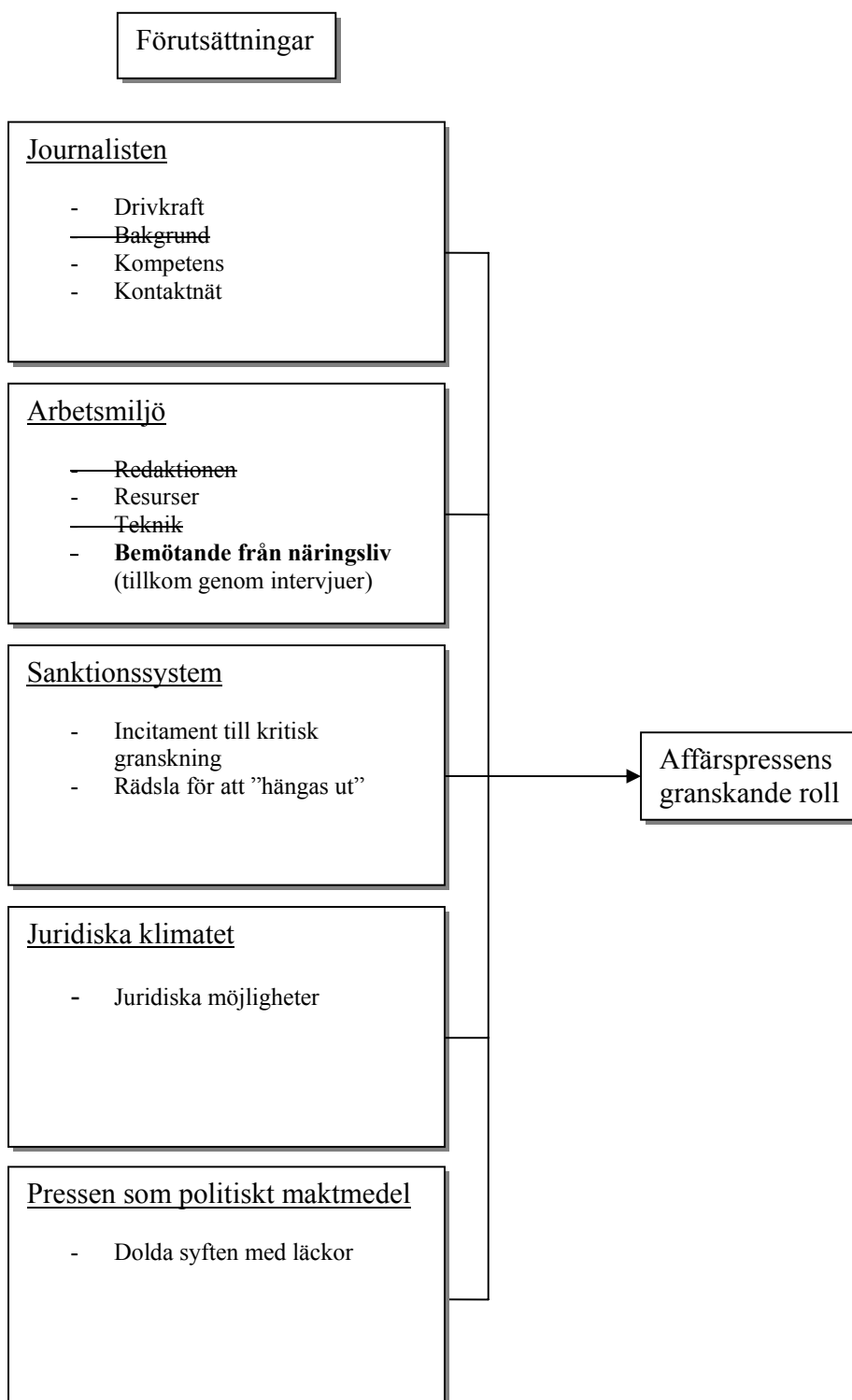
Journalisten: Vi har i vår analys bekräftat att det finns starka drivkrafter bakom ekonomijournalistens agerande. Vi anser vidare att journalistens kontaktnät är en viktig del för gransknings utförande. Likaså anser vi att vi kan bekräfta att utbildningsnivån har betydelse. Vi kan inte påvisa att erfarenhet är en förutsättning.

- Arbetsmiljö:** Vi har genom vår analys påvisat att resurser kan likställas med tid. Drar man in resurserna så påverkas därmed djupet på granskningarna. Det framkom genom vår studie att bemötandet från näringslivet har betydelse för vilken information som granskarna får tillgång till. Vi kunde däremot inte påvisa att teknikframsteg är en förutsättning. Existensen av frilansande journalister bevisar att redaktion inte är en nödvändighet för granskningen.
- Sanktionssystem:** Vi anser att de belöningar som finns utgör en drivkraft för journalisterna och verkar i våra ögon fungera bra som incitament för att sporra journalisterna till nya avslöjanden och därmed är det en förutsättning. Vi har påvisat att det krävs någon form av avskräckande effekt med att ”hängas ut” i media för att den skall fungera som ett kontrollorgan. I och med att det finns en avskräckande effekt så har media ett inflytande. Om inte detta inflytande skulle ha existerat skulle det säkert inte funnits några incitament för att bedriva granskande journalistik. I förlängningen utgör därmed näringslivets rädsla att “hängas ut”, en förutsättning för ekonomijournalistikens granskande roll.
- Juridiska klimatet:** Börsbolag, statliga bolag och den offentliga sektorn är genom lag tvingade till viss öppenhet. Det blir därmed möjligt för journalisterna att granska dessa organisationer.

Pressen som

politiskt maktmedel: Det finns ett naturligt problem med dolda syften när journalister serveras information. Är journalisterna inte medvetna om detta problem så innebär det att de riskerar att mista sitt objektiva och trovärdighet förhållningssätt. Hade tipsarna inte sett affärspressen som ett politiskt maktmedel så hade inte heller lika många tips kommit in. Därmed är detta en förutsättning.

När hänsyn tagits till de intervjuer som vi gjorde så förändrades vår modell en aning. Vår slutgiltiga modell angående förutsättningarna för affärspressens granskande roll presenteras på nästa sida.



Vi har med denna uppsats skapat en teori om vilka förutsättningar som krävs för att affärspressen ska kunna ha en granskande roll. Vidare har vi prövat denna teori utan att kunna dra några generella slutsatser eftersom vi har ett litet urval av respondenter.

Ett problem som uppstår är att affärspressen i huvudsak bara granskar företag som har ett underhållningsvärde, detta gör att det kanske inte alltid är objektiv information som förmedlas via affärspressen. När ”drevet” har gått några dagar brukar man kunna se att journalistiken blir personligare och mer inriktad på personerna bakom företaget. Dessa granskas minutiöst och i sin strävan att hitta en unik infallsvinkel, tenderar affärsjournalistiken att bli en aning skvalterbetonad. Det blir då tydligt att ekonomijournalistiken befinner sig i underhållningsbranschen. Men en skandal dyker vanligtvis inte upp ur tomma intet. Upprinnelsen till Skandia affären, började exempelvis, i notisform redan för ett par år sedan och den uppmärksamme tidningsläsaren har i affärspressen, kunnat följa utvecklingen sedan dess. Att tidigt upptäcka trender, sammanställa fakta och ren förmedling av information är en annan och sannolikt mera central roll för affärsjournalistiken. Genom att förmedla objektiv information till investerare som annars riskerar att få en något okritisk, alternativt ensidig, bild från företagen själva, kan affärsjournalistiken utgöra en motpol i samhällsdebatten. Det är då viktigt att affärspressen kan hålla ett sunt avstånd till det näringsliv som de har till uppgift att granska. Detta var någonting som de intervjuade journalisterna visste var viktigt och någonting man också betonade. Men det framgick också att journalisterna själva hade åsikter om att inte alla journalister klarar av att hålla detta avstånd. För förtroendet för affärsjournalisterna, är det nog av yttersta vikt att denna diskussion fortsätter på de svenska näringslivsredaktionerna.

7.1 Förslag till fortsatt forskning

Svensk ekonomijournalistik är en företeelse som tycks vara tämligen outforskad. Intressanta forskningsområden skulle kunna vara att testa hur stort inflytande dagens affärspress har på markanden. Ett annat intressant forskningsområde skulle kunna vara att undersöka trovärdigheten bland tidningsvärldens aktörer. Ett tredje och väldigt intressant område att undersöka är att jämföra affärspressen med ett internationellt perspektiv. Vi tror att vår teori angående förutsättningarna för affärspressens granskande roll är bra men det skulle vara intressant om denna teori kunde prövas med hjälp av en annan metod än den vi har använt oss av. Detta skulle kunna innebära att teorins reliabilitet höjs.

Referenser

- Frigyes, Paul (2003-04-15)
Ekonomijournalistik: De galna åren
www.journalisten.nu
- Hedenborg, Virve (2003-08-13)
DI inte längre lönsammast
www.dagensmedia.se
- Hörnfeldt, Håkan (2002-09-17)
En begåvad insider är bättre än tusen grävare
www.journalisten.nu
- Jansson, Per (2000-08-17)
Aktietips gynnade krönikör
www.journalisten.nu
- Lekvall, Per & Wahlbin, Clas (1993)
Information för marknadsföringsbeslut 3:e reviderade upplagan
IHM Förlag AB, Göteborg
- Lewis, Phillip & Saunders, Mark & Thornhill, Adrian (2003)
Research methods for business students, third edition
Pitman Publishing, London
- Lindqvist, Håkan (2000-10-11)
Jag trodde att jag blivit galen
www.journalisten.nu

- Nilsson, Börge (2000-03-30)
Trovärdigheten hotat varumärke – aktier + media = sant
www.journalisten.nu
- van den Brink, Rolf (2003-07-21)
Affärsvärlden back 17 miljoner
www.dagensmedia.se
- Wolters, Staffan (1998-04-29)
En ekonomijournalists bekännelse
www.etc.se
- Wolters, Staffan (1999-03-25)
Finanstidningen istället för Matteus
www.journalisten.nu
- Wolters, Staffan (2000-09-20)
Guillou sluggar vidare mot "räknenissarna"
www.journalisten.nu