

Olof Petersson, tidigare SNS

Etik genom konkurrens

Mediegranskning var ett centralt tema för ett forskningsprojekt som för några år sedan genomfördes inom Studieförbundet Näringsliv och Samhälle. Huvudresultaten redovisades i en rapport från SNS Demokratiråd, "Medierna och yttrandefriheten" (Petersson, Brink Lund, Smith och Weibull, 2007). Viktiga impulser kom från bidragen i antologin "Medieetik under debatt" (Petersson, 2006). Ett antal medieetiska spelregler från olika europeiska länder gavs ut i boken "Medieetik i Europa", som inleddes med en analytisk översikt författad av en ledande fransk medieforskare, den numera bortgångne Claude-Jean Bertrand (Petersson och Bertrand, 2007).

Så här i efterhand kan man konstatera att detta forskningsprojekt i vissa avseenden var enkelt men i andra avseenden svårt att genomföra. Att motivera syftet var enkelt. Ingen kan rimligen förneka att självständiga medier är helt avgörande för demokratins funktionssätt, det räcker med att hänvisa till den svenska tryckfrihetstraditionen och regeringsformens portalstadgande om "fri åsiktsbildning" som en av folkstyrelsens grundläggande förutsättningar. Ingen kan heller bestrida att all makt kräver granskning och

att mediernas självständighet därför måste förenas med någon typ av regler.

Det är därför enkelt att konstatera att mediedebatten aldrig kommer ifrån denna grundläggande spänning mellan frihet och ansvar. Desto svårare är det att ange exakt var gränsen bör gå mellan tillåtna och otillåtna yttranden, mellan lämplig och olämplig publicering. Rollen som forskare innebär här ett antal begränsningar. Yttrandefrihetens gränser avgörs av lagstiftare och domare. Publiceringsbesluten fattas av journalister och utgivare. För medieetiska bedömningar finns olika slags självregleringsorgan. Däremot kan en statsvetare bidra med analyser av hur de olika granskningssystemen ser ut, hur de hänger samman och hur de fungerar när det gäller makt och ansvarskrävande. Denna kartläggning var allt annat än enkel att genomföra. Det krävde omfattande efterforskningar för att beskriva något så grundläggande som vilka spelregler som gäller för vilka medier.

Medborgarna, staten och medierna

Diskussionen om mediegranskningen visar att de finns tre huvudparter: medborgarna, staten och medierna. Den enskilde medborgaren är beroende av de institutioner som förser dem med daglig information om sitt samhälle. Statens uppgift är att skapa en solid konstitutionell grund för yttrandefriheten och att dra upp klara och förutsebara gränser för vad som får yttras offentligt. Mediernas uppgift är att genom självreglering använda det fria ordet på ett sådant sätt att

det inte undergräver mediernas legitimitet (Pettersson, Brink Lund, Smith och Weibull 2007, s. 170).

Demokratirådet konstaterade 2007 att staten spelar flera olika roller. Staten står som konstitutionell garant för rättsstat och medborgerliga fri- och rättigheter och svarar därigenom för det rättsliga skyddet för det fria ordet. Men staten sätter också gränser för yttrandefriheten och bestämmer om tystnadsplikt och sekretess. Staten ingriper dessutom indirekt i opinionsbildningen genom aktiva interventioner med syftet att främja värden som mångfald och kvalitet.

För att systemet ska fungera krävs klara gränser och en tydlig fördelning av makt och ansvar. Inom de rättsliga ramarna bör medborgare och medier ha frihet att själva bestämma hur de vill använda yttrandefriheten. Från maktsynpunkt är det i dag medieföretag, redaktioner och journalister som har störst betydelse för yttrandefrihetens användning. Den redigerande makten bygger på mediernas möjligheter att prioritera och välja bort. Dessa val kan leda till självensur och oavsedda biverkningar. I ett fritt samhälle är det medierna som väljer vilka hänsyn som de ska ta, och inte ta. Men kraven på insyn och debatt gäller också medierna. Journalister, redaktionsledare, utgivare och medieägare måste vara beredda att inför offentligheten argumentera för hur de resonerat inför en publicering och för hur de hanterar sin redigerande makt och sitt självreglerande ansvar.

Föråldrade etiska regler

Etiska spelregler bör ses som en del av mediernas redigerande makt och som ett värn mot politiska och kommersiella påtryckningar. Demokratirådet konstaterade att de svenska spelreglerna för press, radio och tv delvis var föråldrade och illa anpassade till dagens och morgondagens medieverklighet. Publicitetsreglerna präglas dessutom av en defensiv och förbjudande inriktning. Men etiska regler skulle kunna användas som offensiva och positiva inslag i den redigerande maktens självreflektion och därmed stärka mediernas legitimitet. I ett alltmer splittrat och komplext medielandskap måste man räkna med att vissa generella publicitetsregler kompletteras av olika slags riktlinjer och etikregler för enskilda företag, redaktioner och journalistkategorier. Sådana medieetiska ansvarssystem kan spela en stor roll för att hävda mediernas integritet och journalistisk kvalitet.

Systematisk kartläggning

Det var på denna punkt som Claude-Jean Bertrand gjorde en viktig insats genom sin systematiska kartläggning av medieetiska ansvarssystem i Europa (Pettersson och Bertrand 2007, s. 9–64). Med medieetiska ansvarssystem avser Bertrand olika tillvägagångssätt, som inte är statligt reglerade, för att få medier och journalister att respektera god publicistisk sed. Dessa system syftar till att förbättra nyhetsmedier genom att göra utvärderingar, övervaka, utbilda, ge respons och kommunicera. Bertrands exempelsamling omfattar både interna och externa system, både sådana som

medier sköter helt i egen regi och sådana som drivs av utomstående mediegranskare; det finns också bland varianter där medier och delar av allmänheten samverkar. Rättelsespalter, mediereportage, utgivarspalt, bakom-kulisserna-blogg, intern grävargrupp, utvärderingsgrupper, läsarundersökningar och etikrevision är bara några exempel. Man kan ta Bertrands medieetiska inventering som utgångspunkt för en diskussion av hur svenska medier har löst, och skulle kunna lösa, uppgiften att stimulera och stärka sin självreglering.

Sådana medieetiska ansvarssystem har flera fördelar. De medieetiska ansvarssystemen bygger på mångfald och dynamik. Dessa granskningssystem kan anpassas till olika medietyper, olika slags journalistik och olika ägarformer. Och medan vissa andra slag av mediegranskning kan uppfattas som försök att utifrån kontrollera medierna ägs de medieetiska ansvarssystemen av medierna själva. Därmed vinner de större legitimitet i yrkeskåren och kan bli en del av den journalistiska och publicistiska utvecklingsprocessen. De har därför stor betydelse för mediernas integritet, ett nyckelbegrepp i en annan rapport från SNS Demokratiråd (Pettersson, Djerf-Pierre, Strömbäck och Weibull, 2005). Begreppet integritet betyder att vara helgjuten, att kunna bevara sin egenart, att vara sann mot sig själv. Integritet har både en utåtriktad och en inåtriktad sida. Utåtriktad integritet innebär skydd mot intrång och påtryckningar. Inåtriktad integritet innebär att veta sitt mål och kunna handla efter sin övertygelse. För att kunna bevara sin integritet måste medierna veta vilka värden, normer och regler som ska

styra den publicistiska och journalistiska verksamheten. En välfungerande mediegranskning kan därför stärka mediernas integritet.

Dags för medieetiska märkningssystem

”Många medieföretag och redaktioner framstår för omvärlden som slutna och ovilliga att lyssna på kritik”, skrev Demokratirådet 2007 (Petersson, Brink Lund, Smith och Weibull 2007, s. 177). Men hur medierna hanterar sin redigerande makt och sin etiska självreflektion är inte bara en intern fråga utan också en fråga av ”uppenbart allmänintresse”, för att citera mediebranschens egna spelregler. Man kan förvånas över att medieföretag inte mer aktivt använder de medieetiska granskningssystemen som ett konkurrensmedel. Inom andra områden har konsumenterna fått allt större möjligheter att göra medvetna val genom märkningssystem som visar om produkten eller tjänsten uppfyller bestämda krav när det gäller exempelvis miljö och rättvisa. Tiden borde nu vara mogen för medieetiska märkningssystem.

På så sätt skulle den medvetne mediekonsumenten kunna få direkt och konkret information om hur högt utgivaren lägger ribban för etik och kvalitet. Medieetiska märkningssystem är ett stöd för medborgare som söker tillförlitlig information grundad på ansvarsfull journalistik. Erfarenheten från andra områden tyder på att märkningssystem kunde bli ett verkligt konkurrensmedel även på mediemarknaden. Mediegranskningen kan alltså organiseras så att

marknadsmekanismerna utnyttjas för att förstärka mediernas etik och kvalitet.

Referenser

- Petersson, Olof, Monika Djerf-Pierre, Jesper Strömbäck och Lennart Weibull (2005). *Mediernas integritet. Demokratirådets rapport 2005*. Stockholm: SNS Förlag.
- Petersson, Olof, red. (2006). *Medieetik under debatt*. Stockholm: SNS Förlag.
- Petersson, Olof och Claude-Jean Bertrand, red. (2007). *Medieetik i Europa*. Stockholm: SNS Förlag.
- Petersson, Olof, Anker Brink Lund, Eivind Smith och Lennart Weibull (2007). *Medierna och yttrandefriheten. Demokratirådets rapport 2005*. Stockholm: SNS Förlag.