Framtidens journalistik och fortbildning

40 år med Journalistfonden för vidareutbildning

Dokumentation av ett seminarium den 12 november 2009

Torbjörn von Krogh (red)

Stiftelsen Journalistfonden för vidareutbildning 1969–2009

Stiftelsen Journalistfonden för vidareutbildning 1969-2009:

Framtidens journalistik och fortbildning
Dokumentation av ett seminarium 12 november 2009
Torbjörn von Krogh (red)

Utgivare:

Journalistfonden för vidareutbildning
Sekreterarbacken 5
128 28 Skarpnäck

www.journalistfonden.se

Grafisk form: Aux Mains AB

Foto: Tusculum (s 10), Ingrid Sandell (s 4, 10, 11, 16, 21, 23, 25), Jens Alvin (s 11), Morten Clausen (s 11), Hans Fredriksson (s 11), Per Ströhm (s 7, 9, 19), fotograf okänd (s 8), Thorbjörn Lindskog (s 5), Hans Hammarskiöld (s 15), Aftonbladet (s 10)

Tryck: Cicero Tryck & Media

Stockholm 2010

ISBN 978-91-633-6206-4

journalist*fonden*
FÖR VIDAREUTBILDNING

Inledning

Denna skrift innehåller en dokumentation av det jubileumsseminarium som ägde rum 12 november 2009 i Stockholm med anledning av att Journalistfonden för vidareutbildning verkat i 40 år.

Seminariet arrangerades av MedieUtbildarna på uppdrag av Journalistfonden. MedieUtbildarna spelade in seminariet i ljud och bild. Denna skrift innehåller inte allt som sades under de fyra timmarna, men talarnas skrivna manus har i några fall kompletterats med deras spontana utvikningar samt deras svar på moderator- och publikfrågor. Paneldebatten är skildrad utifrån inspelningarna och referatet är genomläst av paneldeltagarna.

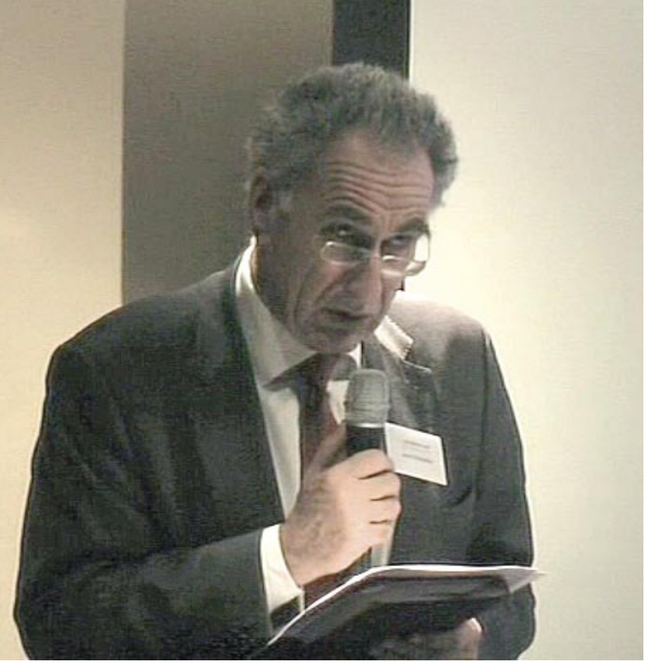
Stort tack till alla inblandade talare, debattörer, deltagare, filmare och konferensfixare för värdefulla bidrag till seminariet!

Som flerfaldig mottagare av stipendier från Journalistfonden, involverad i seminarieprogrammets uppläggning, moderator för seminariet och sammanställare av denna dokumentation önskar även jag Journalistfonden lycka till i sin fortsatta, viktiga verksamhet. Kanske blir 50-årsjubileet en un-conference?*

Stockholm 15 januari 2010

Torbjörn von Krogh

* Nätverkarnas konferensmodell beskrivs av Sandra Jakob på sidan 23.



Johan Hirschfeldt,
hovrättspresident.
Ordförande i Journalistfonden.

Välkomna!

Kära seminariedeltagare!

Jag vill hälsa Er alla hjärtligt välkomna till Journalistfondens 40-årsseminarium. Fonden instiftades som ni säkert vet när Marcus Wallenberg under det sena 1960-talet reagerade mot den kritiska mediebevakningen av näringslivet och kom på den konstruktiva och, som det har visat sig, lyckosamma idén att göra en donation till stöd för vidareutbildning av journalister. Därmed fick fonden sin ekonomiska bas för den verksamhet som bedrivs än i dag.

Efter 25 år gav fonden ut en minnesskrift och nu ville vi inte vänta till 50 utan fira jubileum redan vid 40. Varför det? Det finns goda skäl. Ett är att ekonomijournalistiken, som donatorn var särskilt intresserad av, står mycket central nu när vi befinner oss mitt i en global finansiell kris. Ett annat är att medierna just nu genomgår en dramatisk teknisk förändring.

Så Journalistfonden vill med dagens program stimulera till en diskussion om dagens behov i fråga om vidareutbildningen av journalister. Jag lämnar över till dagens moderator, Torbjörn von Krogh. Han har också svarat för dagens program.

JOHAN HIRSCHFELDT

Torbjörn von Krogh,
författare och medieforskare.
Föreståndare för Sim(o), Institutet för Mediestudier.

Konstruktiv mediekritik fondens bakgrund

Den 15 december 1969 undertecknade finans- och industrimannen Marcus Wallenberg (1899–1982) ett gåvobrev: "Härmed får jag till en stiftelse, som skall bära namnet Journalistfonden för vidareutbildning, såsom gåva överlämna följande tillgångar (...) Summa Kr 5.000.000. –"

Till gåvobrevet bifogades den nya stiftelsens stadgar. Avkastningen på kapitalet ska enligt dessa användas för stipendier till journalister som vill vidareutbilda sig eller som vill forska i ämnet journalistik. Som exempel på tänkbara vidareutbildningsämnen nämns särskilt "journalistik, samhällskunskap i vidaste mening, national-, företags- eller internationell ekonomi, språk och u-landsproblematik".

Fem miljoner kronor 1969 motsvarar drygt 38 miljoner kronor 2009. Vad var det som fick Marcus Wallenberg att skänka en sådan ansenlig summa pengar för att journalister skulle kunna bli bättre på att rapportera om ekonomi, samhälle och u-länder?

För att försöka förstå drivkrafterna måste vi tänka oss tillbaka till situationen för samhälle och medier för 40—45 år sedan.

Andra hälften av 1960-talet var en tid av omprövning. Auktoriteter inom samhällsområden som skola, universitet, fackförbund, politik, medier och näringsliv utmanades och hierarkiska system kritiserades. När medieforskare kategoriserat journalistiken inom svensk radio och tv benämns perioderna 1925–1945 "Upplysning", 1945–1965 "Spegling" och 1965–1985 "Granskning". Skiftet runt 1965 beskrivs i termer av ökad självständighet. "... det var inte längre tillräckligt att neutralt spegla skeendet, utan ett kritiskt perspektiv – särskilt på makthavarna – skulle anläggas, maktmissbruk, sociala missförhållanden och orättvisor avslöjas" (Djerf-Pierre & Weibull, 2001: 14). Näringslivet var en av de nya måltavlorna. Utlandsinvesteringar, arbetsmiljö, företagsdemokrati och reklam/marknadsföring kritiserades bland annat i tv-program som *Svart vecka i Nimba* (1966–67), *Inte en siffra rätt* (1968) och *Frihet, jämlikhet, köpmanskap* (1968).

Även pressen började förändra sin bevakning av näringslivet. 17 oktober 1967 ordnade Publicistklubben en debatt tillsammans med Industriförbundet. Klubbens ordförande Gustaf von Platen, som själv varit den förste chefredaktören för nystartade Veckans Affärer, varnade de närvarande direktörerna:

– Ni är i början på en utveckling då pressen slutar att behandla er med silkesvantar och den högaktning som er oerhörda makt och betydelse ger er. Det är klokt om ni ställer in er på hårdare tag i framtiden (Publicistklubbens årsbok, 1968:80).

Uttrycket "skjutjärnsintervju" myntades i radion i början av 1960-talet och fördes över till tv av de tre O:na Olivecrona, Ortmark och Orup. Marcus Wallenberg var inte förtjust i företeelsen. Det framkommer i en intervjuserie med Lennart Hyland som visades i Sveriges Television 1980. Ett kort avsnitt ur det första programmet visades på jubileumsseminariet. Lennart Hyland frågar där hur Marcus Wallenberg skulle ställa sig till en skjutjärnsintervju. Svaret blir avvisande. Hyland fortsätter:

Hyland: *Hur har du upplevt det när du har sett sådana utföras? När du har känt medarbetare och andra som blir utsatta för sånt?*

Wallenberg: *Som gammal idrottsman så har väl kanske jag tyckt att det inte har varit riktigt fair play. Och kanske inte heller helt meningsfullt. Ity att det är väl ingen som tycker om att bli utsatt för*

förmodanden utav att man verkar efter vissa linjer, som man inte gör. Insinuationer, kanske går de ganska nära till och med , ärerörigheter etcetera. Så jag skulle tro att en vanlig människa blir lite granna upprörd och kommer på det viset in på ett helt annat spår än vad egentligen intervjun gäller.

(Hyland, 1980)

Samtidigt som medierna kritiserade näringslivet för att vara för slutet, så fördes en intensiv debatt på 1960-talet om pressens etik och journalisternas moral. Kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen tävlade om sensationella nyheter – faktiska såväl som fiktiva – och ökade starkt i upplaga. Socialdemokrater i riksdagen som såg sina egna morgontidningar dö fruktade att borgerliga Expressen skulle bli rikslikare och hotade med att inrätta en statlig tillsyn över pressen. Journalistförbundet utredde och införde en yrkeskodex med regler för att främja yrkets

de Gaulles regim skakas av studentupproret
Över 800 skadade
Största ökningen i dagspress – fortsätter
AFTONBLADET
EXTRA
Hanoi föreslår freds-möte i Paris
BÅSTADMATCHEN BLEV STOPPAD!
Demonstranterna förstörde banan
Polisen gick till attack med tårgas
Farlig mördare jagas i Stockholm
FÖLJ FN BOJKOTTA SMITH
BÅSTAD

Proteströrelserna växte mot slutet av 1960-talet.

integritet och motverka ett tidigare "drag av korruption" i yrket (Bergling m fl, 2009:15). Pressens organisationer tillsatte en sanktionskommitté för att förekomma eventuella statliga inskränkningar, något som senare ledde fram till inrättandet av Allmänhetens pressombudsman 1969.

Till dessa ökande motsättningar inom det svenska samhället kom en växande internationell dimension med det eskalerande kriget i Vietnam, studentdemonstrationer i Paris och motstånd mot apartheidregimer i södra Afrika.

Sådan var situationen i Sverige i maj 1968 när Marcus Wallenberg ombads att tala på Tidningsutgivarnas vårmöte under rubriken "Näringslivet inför allmänna opinionen". Den 7 maj promenerade han snett över Kungsträdgården till Operaterrassen med ett tal i portföljen som angående medierna innehöll formuleringar om "uppenbara verklighetsförfalskningar" och "brister i yrkeskunskap och yrkesetik".

Under våren hade stora företag inom den Wallenbergska intressesfären kritiserats i tv och tidningar, särskilt i Aftonbladet. Asea för att bygga en miljöfarlig "lortfabrik" i samband med en etablering utanför Piteå. Läkemedelsföretaget Astra i samband med en process om ersättning för skador på grund av Neurosedyn. Asea i samband med planer på ett kraftverk i Cabora Bassa i Moçambique för eventuell elexport till rasåtskillnadens Rhodesia. Och Atlas Copco i samband med påstådda försök att undgå FN-bojkotten mot Rhodesia.

Aftonbladets artikel 31 januari 1968 om "lortfabriken" anmäldes av Asea till Pressens opinionsnämnd. Nämnden betecknade artikeln som "grovt felaktig" i väsentliga avseenden och ett foto som "uppenbart vilseledande". Tidningen klandrades för att ha "allvarligt brutit mot god publicistisk sed".

Aftonbladets artiklar 13 och 20 mars om påstådda brott mot FN-bojkotten anmäldes av Atlas Copco till Pressens opinionsnämnd. Nämnden klandrade tidningen för att inte ha kunnat belägga sina påståenden och ha "allvarligt kränkt god publicistisk sed".

Det fanns alltså näraliggande exempel på mediala övertramp som Marcus Wallenberg kände till när han ställde sig i talarstolen på Operaterrassen den 7 maj. Samma dag som studenter och poliser drabbade samman i Paris, några dagar efter det att demonstranter hade stoppat en Davis Cup-match i tennis mellan Rhodesia och Sverige i Båstad.

"Åtskilligt tyder på att en ganska negativ attityd till företag och företagare på åtskilliga håll vuxit fram eller förstärkts", konstaterade Marcus Wallenberg. "Detta förhållande återspeglas – kanske med förstoring? – i massmedia, inte minst televisionen ...". Han beklagade att dramatiska och negativa nyheter framhävs till nackdel för "en seriös analys" av även positiva framsteg inom näringslivet och hävdade att en stor del av rapporteringen inte går "att känna igen för dem som i företagen arbetar med näringslivets problem".

"Jag tänker naturligtvis då inte på de uppenbara verklighetsförfalskningar som på enstaka håll presenteras och som väl i de allra flesta fall är olycksfall i arbetet eller en följd av de brister i yrkeskunskap och yrkesetik som väl tyvärr måste räknas med i massmedia likaväl som inom alla andra yrkesområden."

(Wallenberg, 1968:28)

Marcus Wallenberg efterlyste i stället "en saklig analys och debatt om fakta" men konstaterade samtidigt att medierna har för få journalister "som är verkligt insatta i de komplicerade omvandlingsprocesserna inom näringslivet".

Bengt Nordins POLISRAPPORT
Har Astra glömt de skadade barnen?
Efter Astras vägran att förhandla:
Neurosedynoffren kan gå miste om 20 miljoner
Detta är bevisen för att ASEA tänker bryta bojkotten mot Rhodesia
Sommarvädret fortsätter i norr och längst i söder
Vi 5
Svenskt storföretag smygsäljer till Rhodesia -
FALLD!

Kritiska artiklar i Aftonbladet mot företag i Wallenbergsfären våren 1968. Några klandrades av Pressens opinionsnämnd.

Sverige är ett litet land med stort utlandsberoende, sade Marcus Wallenberg, och avslutade sitt anförande med en uppmaning om samverkan mellan olika grupper.

"Inte minst utvecklingen mot ökad ekonomisk integration och problemen på det internationella handels- och valutaområdet kräver i dag saklig information och diskussion. Vi måste lyfta blicken framåt, mot skeendet utanför vårt lands gränser. Samverkan mellan olika grupper inom vårt samhälle är synnerligen påkallad inför dagens svåra, för oss betydelsefulla problem."

(Wallenberg, 1968:30)

Mot en oviss omvärld bör svenska intressen samla sig och samarbeta för att nå så goda resultat som möjligt. Internationella medieforskare (Hallin & Mancini, 2004) har identifierat tre olika modeller för mediesystemen i Nordamerika och Västeuropa. Sverige ingår i den "demokratiskt korporativa" varianten med centrala roller för organiserade intressen, exempelvis fackföreningar, arbetsgivarorganisationer, branschföreningar med flera. Ett exempel är den frivilligt reglerade pressetiken, som utformades efter regelrätta förhandlingar mellan riksdagen och mediebranschens organisationer vid slutet av 1960-talet. Mot en krävande stat samlade sig ägare, anställda och publicister för att tillsammans avvärja hotet om lagstiftning. I stort sett samma organisationer (Tidningsutgivarna, Journalistförbundet, Publicistklubben och Pressinstitutet) förhandlade med Marcus Wallenberg om hur hans donation skulle utformas (Alfvegren, 1994). Denna gång inte i skuggan av ett hot, utan av ett löfte.

Sören Olofsson deltog i samtalen med Marcus Wallenberg 1969 som ordförande i Svenska Journalistförbundet och ingick sedan som ledamot i den nya Journalistfondens första styrelse.

Sören Olofsson deltog i formandet av fonden 1969, här med senare ordföranden Carl Axel Petri.

"Han bjöd oss på lunch uppe på banken. Vi visste att han var kritisk till en del av journalistiken. Vi visste också att vi behövde pengar för att försöka höja kunskapsnivån. När sedan fonden var bildad var han intresserad av vårt arbete och var med på lunch när vi hade arbetsmöten. Men han lade sig aldrig i vårt arbete med att välja ut stipendiater." (Olofsson, 2009).

Fonden är en självständig stiftelse med ledamöter och suppleanter från de fyra tidigare nämnda organisationerna. Dessa väljer en femte ledamot till ordförande, hittills har det varit erfarna jurister som utsetts (se förteckning över styrelsens sammansättning sid 30), och väljer en meriterad forskare till vice ordförande.

De donerade fem miljoner kronorna från 1969 har vuxit rejält.

Under de gångna 40 åren har 1 749 stipendier för sammanlagt uppemot 45 miljoner kronor delats ut. Efter avdrag för förvaltningskostnader har det ursprungliga kapitalet ändå kunnat öka från fem till 64 miljoner kronor.

Styrelsemöte i Journalistfonden vid slutet av 1970-talet, med inbjuden lunchgäst Marcus Wallenberg. Vid denna tid samlades styrelsen på strikt mansinriktade Bachelor's Club i Göteborg, vilket gjorde att kvinnliga deltagare fick "smugglas" in. Från vänster: Rolf Jansson, Örjan Wallqvist, C H Hernlund, Bertil Anders Ströhm, Lars Alfvegren (vice ordförande), Marcus Wallenberg, Lars Lagerstedt, Härje Stenberg (ordförande), Gustaf Douglas, Jan Magnus Fahlström, Christina Lundgren och Hans Axelsson (sekreterare).

Merparten av stipendierna har gått till enskilda journalister som ansökt om att få stöd för egna studier eller studieresor. Några stipendiater berättade om sina projekt på jubileumsseminariet, de refereras kortfattat och framtidsinriktat i denna dokumentation.

Fondstyrelsen har också genom åren identifierat utbildningsbehov som man försökt täcka genom att arrangera egna, ofta veckolånga, internatkurser för 15–20 journalister per omgång. De har bland annat behandlat ämnen som Ryssland, Polen, Mellanöstern, rättsjournalistik, opinionsundersökningar, statistik, språk, ekonomijournalistik, vetenskapsjournalistik, klimat och miljö.

En uppskattad del av specialsatsningarna har gällt tiodagars ledarskapsutbildningar i USA. Åtskilliga deltagare, även på jubileumsseminariet, har vittnat om bestående effekter av resorna. Dels i form av inspiration och kunskap, dels i form av bestående nätverk bland kurskamraterna.

Enligt stadgarna ska stöd kunna ges till journalister som forskar om journalistik. Redan i första stipendieomgången 1970 fanns det med ett anslag till Lars Åke Engblom för hans avhandlingsarbete om arbetarpressen i Göteborg. Han arbetade tidigare bland annat vid Sveriges Television och är i dag professor i Jönköping.

Åtskilliga journalister har fått bidrag till sin forskning över ett brett område; bland andra Göran Leijonhufvud om medier i Kina, Lars Hultén om reportagets former, Liselott Englund om krisjournalistik, Kristina Lundgren om kvinnliga dagspressjournalister, Gunilla Hultén om bilden av invandrare, Lennart Lund om politisk retorik, Knut Kainz Rognerud om ekonomijournalistik, Anna Larsson om medicinjournalistik och undertecknad om mediekritik.

Journalistfondens stipendier har på olika sätt kunnat bidra till vidgade vyer för enskilda journalister, till kvalificerade inslag, reportage och artikelserier och till fördjupad kunskap i form av forskningsresultat och olika kollegiala nätverk.

Fonden kan betraktas som ett Media Accountability System, en term myntad av den franske medieforskaren Claude-Jean Bertrand (von Krogh, 2008), för olika metoder att försöka höja mediernas kvalitet.

Behoven är dock stora, något som åtskilliga inslag i denna skrift understryker.

Tänk om fler, som ibland är kritiska till journalistikens innehåll, hade lust och möjlighet att vara så konstruktiva i sin mediekritik som Marcus Wallenberg var 1969.

TORBJÖRN von KROGH

Fotnot: Denna text är en i vissa delar utvidgad, i andra delar förtätad, version av presentationen under jubileumsseminariet.

Källor:

Alfvegren, Lars (1994): *Journalistfonden för vidareutbildning 25 år.* Stockholm: Journalistfonden för vidareutbildning.

Bergling, Mikael, von Krogh, Torbjörn och Nejman, Fredrik (2009): *40 år av övertramp. PO/PON 1969 – 2009 – pressetikens framväxt, funktion och framtid.* Visby: Juridisk Reportagebyrå.

Djerf-Pierre, Monika och Weibull, Lennart (2001): *Spegla, granska, tolka. Aktualitetsjournalistik i svensk radio och TV under 1900-talet.* Stockholm: Prisma.

Hallin, Daniel och Mancini, Paolo (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics.* Cambridge: Cambridge University Press.

Hyland, Lennart (1980): *Marcus Wallenberg samtalar med Lennart Hyland*, del 1, tv-program SVT2 20 april 1980 kl 17.15–18.00.

von Krogh, Torbjörn (red) (2008): *Media Accountability Today…and Tomorrow. Updating the Concept in Theory and Practice.* Göteborg: Nordicom.

Olofsson, Sören (2009), telefonintervju, 10 september 2009.

Publicistklubbens årsbok 1968. Stockholm: Publicistklubben.

Publicistklubbens årsbok 1969. Stockholm: Publicistklubben.

Wallenberg, Marcus Jr (1968): *Näringslivet inför allmänna opinionen*, anförande vid TU:s vårmöte 7 maj 1968, i Meddelanden från styrelsen för Svenska Tidningsutgivareföreningen, nr 329. Stockholm: Svenska Tidningsutgivareföreningen.

Styrelsemöte i Journalistfonden vid början av 1990-talet. Från vänster Birgitta Larsson, Jan Mosander, Lars Alfvegren (vice ordförande), Bertil Dejke, Johnny Flodman, Carl Axel Petri (ordförande), Staffan Johnsson, Susanne Bergman, Christina Jutterström, Bertil Anders Ströhm (sekreterare) och Lena Hörngren.

Sju stipendiater svarar på frågan: Vad bör fonden satsa på?

Olle Svenning,

stipendiat i den allra första utdelningsomgången 1970, studerade tillsammans med Villy Bergström de europeiska fackföreningarnas inställning till Europa i Belgien, Tyskland, Italien, Frankrike och England. Resorna resulterade 1971 i boken *Fackföreningsrörelsen och EEC* (Tidens förlag). Olle Svenning arbetade då som nu på Aftonbladet.

– Jag tycker fortfarande att de internationella frågorna är viktiga. Det finns en paradox i journalistiken på det sättet att ju mer internationaliserade och globaliserade vi blir desto mindre utrymme blir det för internationella frågor och analyser. Det var mer av utlandsjournalistik på 1960-talet än i dag och det kanske hade med det ideologiska klimatet att göra. Studier av internationella förhållanden bör fonden fortsätta att stödja.

Ami Lönnroth,

stipendiat 1971, studerade utbildning och jämställdhet mellan könen i Västafrika. Studierna genomfördes i nuvarande Burkina Faso, Elfenbenskusten och Senegal samt vid Unesco i Paris 1972. Ami Lönnroth var då reporter på Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning, i dag författare och frilans.

– Fonden får gärna stimulera till en fördjupning av den interaktiva journalistiken. Kanske finns det förebilder att studera någonstans i världen?

Robert Rosén,

stipendiat 1973, 1977 och 1985. Studierna gällde i tur och ordning den brittiska polisens arbetsmetoder i London, textdistribution via tele- och tv-nät i London och Stockholm samt kursen Newspaper Management i USA. Robert Rosén arbetade på 1970- och 80-talen i olika befattningar på Gefle Dagblad. I dag är han verksam som nätaktiv mediekonsult.

– Fonden bör stimulera till förändring. Jag tror att Sverker Sörlin talade om "change agents" eller något liknande. Det positiva med ledarskapskursen i USA var själva kursen, den var fantastisk, det negativa kom här hemma när det gällde att försöka få med sig organisationen på förändringsidéer. Kanske är det bättre att skicka flera personer från samma organisation.

Lena Hörngren,

stipendiat 2002, ledarskapsutbildning i USA. Styrelseledamot i Journalistfonden 1990-1999. På 1990-talet reporter och arbetsledare på VLT, i dag chefredaktör på Dagens Samhälle.

– Fonden kan ge journalister tid för eftertanke, inflöde, sånt man inte hinner med till vardags. Och det bör vara något annat än det som sköts av arbetsgivarna. Arbetsgivarna bör fortsätta att ta sitt ansvar för vidareutbildningen.

Göran Carstorp,

stipendiat 1998, ledarskapsutbildning i Seattle i USA. Göran Carstorp arbetade då som redaktionschef på Smålands-Tidningen i Eksjö, blev chefredaktör på Södermanlands Nyheter i Nyköping efter kursen och är fortfarande chefredaktör i Nyköping.

– Jag brinner för kvalificerad lokaljournalistik. Inte minst bör den nya journalistrollen studeras nu när journalistiken har förlorat sitt tidigare informationsmonopol. Det är en i grunden jättebra utveckling att medborgarna själva kan komma till tals direkt utan journalister som filter och mellanhänder. Det ger samtidigt journalistiken nya fantastiska möjligheter eftersom den här utvecklingen kan öka intresset för samhällsfrågor, och därmed för lokal kvalitetsjournalistik. Där kan fonden göra en insats.

Agneta Lindblom Hulthén,

stipendiat 1995, gick en tredagars kurs om opinionsmätningar i fondens regi, förlagd till Saltsjöbaden. Agneta Lindblom Hulthén var då anställd vid iDAG i Göteborg, sedan 2000 är hon ordförande för Journalistförbundet.

– Det finns definitivt ett ännu större behov i dag av att utbilda journalister om opinionsmätningar. Hur olika grupper i samhället använder dem för att främja sina intressen, hur de kan manipuleras. Journalister behöver verktyg som hjälper dem att hantera och genomskåda detta nu när tempot ökat på redaktionerna. En liknande kurs behövs som handlar om hur man använder statistik och varför. Vi behöver utbildningar som förmedlar praktiska verktyg. Det ska också finnas utbildningar som skänker individen ett mått av tillfredsställelse i att utveckla sin personlighet.

Gunilla Hultén,

stipendiat 1999, gjorde en förstudie till sin doktorsavhandling i journalistik vid Stockholms universitet. Avhandlingen kom 2006 och heter *Främmande sidor. Främlingskap och nationell gemenskap i fyra svenska dagstidningar efter 1945* (JMK). Gunilla Hultén var före sina doktorandstudier reporter på Bohusläningen i Uddevalla och arbetar i dag som universitetslektor i Stockholm.

– Mycket av journalistikforskningen handlar om analyser av innehållet. Det saknas forskning om hur journalister arbetar. Här kan fonden göra en insats, för forskarutbildning är inte avsedd för sådana personer som jag som har arbetat som journalist i många år och inte längre kan få studiemedel utan är helt beroende av andra finansiärer. Jag tycker också att det behövs ett större utbyte mellan journalistikforskare och journalister. Det behövs arenor att mötas på, för jag upplever att det ibland kan finnas en viss skepsis mellan grupperna.

Marcus Wallenberg,
ordförande SEB.
Sonson till fondens grundare Marcus Wallenberg.

Typiskt för farfar att hellre hoppa rakt in i problemet än att ta ett steg tillbaka

Jag vill börja med att säga att jag är väldigt glad över att jag blivit inbjuden att säga några ord och vara med att högtidlighålla Journalistfondens för vidareutbildning 40-årsjubileum.

Som många av er säkert känner till så var min farfar och namne initiativtagare till fonden. Fonden tillkom under en tid som präglades av stora motsättningar i samhället 1968 och 1969.

MW hade själv erfarit att den generella kunskapsnivån inom ekonomi inte var särskilt hög bland journalister i allmänhet. Det var ganska naturligt eftersom ekonomi som ämne dittills inte funnits med i människors vardagsliv, inte alls som det gör idag. MW ville göra något konkret för att påverka detta.

Om jag kände min farfar rätt så var det här en sådan typisk sak som han ville göra. När han hade ett mothugg så ville han hellre hoppa rakt in i problemet och försöka hjälpa till att lösa det snarare än att ta ett steg tillbaka. Han var en handlingens man och tog initiativ till Journalistfonden för vidareutbildning. Hans svar blev en donation på fem miljoner kronor.

Det var en tid då allmänhetens och därmed journalisternas intresse växte sig starkare.

1968 präglades ju av ett ofta hätskt stämningsläge mellan storföretagen och bankerna i Sverige och i sin tur vissa samhällsgrupperingar. Journalistiken kröp närmare näringslivet och kunskapsbehovet blev tydligare. Åt båda hållen.

Det har hänt oerhört mycket under dessa 40 år i hur näringslivet, företagande och börs rapporteras, analyseras och diskuteras i medierna.

I slutet av 60-talet fanns inga informationschefer på företagen. Ekonomijournalistik var inget stråk. Det är egentligen bara under de senaste 20 åren som ekonomijournalistiken i växande grad blivit ”mainstream”. Transparensen var mindre i näringslivet och i samhället i stort.

Tidningar som DN och Svenska Dagbladet hade på sin höjd en sida i tidningen om ekonomi och börs och långt in på 80-talet rapporterades börsen en gång på eftermiddagen i radions P2.

Det har hänt så oerhört mycket. Ett exempel: i tisdagens Svenska Dagbladet hade näringslivsbilagan 27 sidor, tre fler än nyhetsdelen!

Det är ett oerhört stort fokus inom journalistiken på näringslivs- och ekonomifrågor. Näringslivet och personer i näringslivet är ständigt – och återkommande – tidningars, radions och tv:s huvudnyheter.

Detta är naturligtvis också positivt. Företagens roll har stärkts betydligt i samhället, vilket glädjer en företagare som jag.

Betyder det här då att fondens syfte är uppnått och att den inte längre behövs?

Nej, det tycker jag absolut inte. Det finns nya behov och nya utmaningar.

Näringslivsfrågor är, och blir, alltmer komplexa. Det är stora värden på spel och det går allt snabbare.

Ibland för snabbt.

Artiklar läggs ut på webben innan de hinner kontrolleras. Som någon har sagt: i en första version på webben att det är bättre att chansa och vara tidigt ute än att komma som nummer två. Så länge man är hyggligt säker på att man har rätt. Positivt är dock att man alltid kan ändra något som blivit fel direkt på webben.

Tonläget har höjts och budskapen spetsas för att tränga igenom det massiva mediala bruset.

Personfokus är större och sökandet efter drama större. Det gäller såväl inom ekonomijournalistiken som inom politiken.

Nya kommunikationsvägar och kanaler växer upp som svampar ur jorden och konkurrensen är mördande.

Kombinationen av stora värden som står på spel – och en allt snabbare rapportering av mer komplex materia – gör det svårt. Det är en ekvation som inte alltid går ihop.

Här behövs Journalistfonden för vidareutbildning och de insatser den gör. Behovet av att åstadkomma lite längre perspektiv och mer långsiktighet i eftertanken är stort.

Vi är också ett litet land med en naturligt begränsad läsekrets. Resurserna finns därför inte alltid för genuin faktakoll och mer djuplodande journalistik inom ekonomiområdet.

Utbildningsbehovet kvarstår och jag hoppas och tror att fonden här gör en viktig insats.

En personlig reflektion: Jag ser en utmaning i att förena den långsiktighet som min familj står för med den jakt på ökade upplagenivåer och uppmärksamhet som ofta driver medierna i det korta perspektivet.

Det är en grannlaga uppgift.

Medierna har en stor inverkan på samhället, inte bara genom att belysa och beskriva. Utan också genom att lyfta fram positiva exempel och driva frågor som är viktiga för Sverige.

Jag tror att detta var ett av syftena med MW:s instiftande av fonden, nämligen att medierna också inom ekonomiområdet har en otroligt viktig roll att fylla. I att driva viktiga frågor för Sveriges framtid.

Här tror jag det finns en stor outtömd potential.

Det handlar förstås inte om att gå näringslivet tillmötes i allt. Det handlar om att beskriva förebilder och en miljö där det är ok att misslyckas. Det handlar om att skapa en miljö där långsiktigt risktagande premieras. Där det är fint att lyckas.

Idag läser vi mycket om misslyckanden. Det är svårt nog att starta företag med allt det innebär utan att ha omvärldens snabba reaktion på misslyckanden. Ett exempel är mobiloperatören 3 som jag var med och startade från scratch.

Det är ett långt och stort infrastrukturprojekt som tar tid att bygga och tid innan det ger vinster. Vi har nu upplevt nio år av ständigt negativa rubriker.

Ett annat exempel är IVA:s stora satsning på att hitta konkreta åtgärder för att stärka nyföretagande och omsätta forskning och teknik till kommersiella affärer. När vi lanserade detta i höstas var medieintresset i princip obefintligt.

Nyföretagare löper både en ekonomisk och en stor personlig risk. Glöm sådana som jag utan tänk någon som gått på Chalmers eller stått vid en svarv och fått en idé och ska starta ett nytt företag. Om vi ska få folk att ta den risken, som i slutändan kan generera fortsatt välstånd åt Sverige i framtiden, så kommer vi att behöva hjälp även från medierna. Ni kan bidra till att skapa en mer positiv omgivning för nya initiativ. För när det skrivs negativt om nya företag så drabbar det inte bara dem som jobbar där, som startat företaget och dem som satsat kapital – det påverkar även på ett negativt sätt dem som är potentiella kunder och som ska köpa tjänster eller produkter av det här företaget. Här skulle fonden kunna vara med och göra en insats.

En vd lägger redan i dag cirka 15 procent av sin tid på att kommunicera med investerare, analytiker och journalister. Det har bara ökat under senare år.

En företagsledare har många intressenter att ta hänsyn till i sin kommunikation. Ofta är det enklare och bättre att prata direkt med ägare, medarbetare och politiker än att gå via medierna.

Jag känner också många företagsledare som drar sig för att uttala sina åsikter och göra sin röst hörd via medierna. Rädslan är för stor för att ett uttalande ska misstolkas eller vridas till.

Det handlar inte om att skydda sig själv. Det handlar om att man hellre skyddar sin personal, sina kundrelationer, än att riskera ett uttalande som kan slå tillbaka negativt. Jag vet att många företagsledare, och även jag vid otaliga tillfällen, helt enkelt låter bli att läsa tidningarna.

Vi på näringslivssidan ska naturligtvis bidra genom att utveckla vår förmåga att förklara vad vi gör och vara tillgängliga. För den här utvecklingen måste vi vända. Jag ser gärna att diskussionen om detta fortgår från båda sidor så att vi får fler röster i den publika debatten.

Journalistiken fyller en viktig funktion och har en stor påverkan i många människors liv och vardag. Det finns en oerhörd förändringskraft som kan bidra till ett Sverige med högre välstånd över tid. Det är ett samspel mellan näringsliv och medier.

Jag är tacksam att få vara med i detta 40-årsjubileum och tycker att behovet av fonden är minst lika stort i dag som för 40 år sedan. Världen har förändrats mycket. Och förändras snabbt.

Behovet av vidareutveckling är och förblir lika aktuellt som för 40 år sedan.

Tack.

MARCUS WALLENBERG

Efter anförandet läste Marcus Wallenberg upp den dikt som signaturen Kajenn, Caj Lundgren, skrev till fondens tioårsjubileum, och svarade också på några frågor.

Det finns ett utbildningsprogram för journalister om innovationer och nyföretagande med koppling till Stanford University. Är det något liknande du tänker på när du talar om behovet av ökade insikter av långsiktighet inom ekonomijournalistiken?

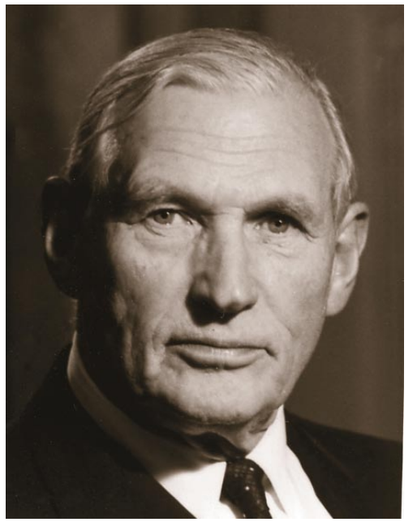
– Jag känner till programmet på Stanford. Trots förtjänster så handlar det ändå bara om några få personer. Jag tänker mig att fonden skulle kunna bidra till en bredare attitydförändring.

Din farfar var kritisk till rapporteringen, men startade fonden i en konstruktiv anda. Hur tror du han skulle se på medierna i dag?

– Jag tror att han skulle tycka att en del var svårt i dag, eftersom han hade så extremt lång sikt på frågeställningarna och mycket är så kortsiktigt i dag. Å andra sidan tror jag han skulle glädja sig åt den ökade mångfalden i medierna. Det finns ju fler vinklingar på samma problem i dag.

Hur går pratet i direktionskorridorer och styrelserum i dag om medierna? Utgör de problem eller är de en tillgång?

– Vi är nog många i näringslivet som tycker att vi kunde vara skickligare, mer välinformerade, och bättre på att få fram en mer balanserad bild i medierna. Näringslivet är försiktigt i dag, av många skäl. Blir man missförstådd så kan det vara svårt att reda ut och många intressenter kan bli drabbade. Men det är en fråga att fundera vidare på: hur kan näringslivets företrädare vara mer delaktiga i samhällsdebatten och ändå samtidigt sköta sina jobb?



Marcus Wallenberg (1899-1982).

MARCUS WALLENBERG

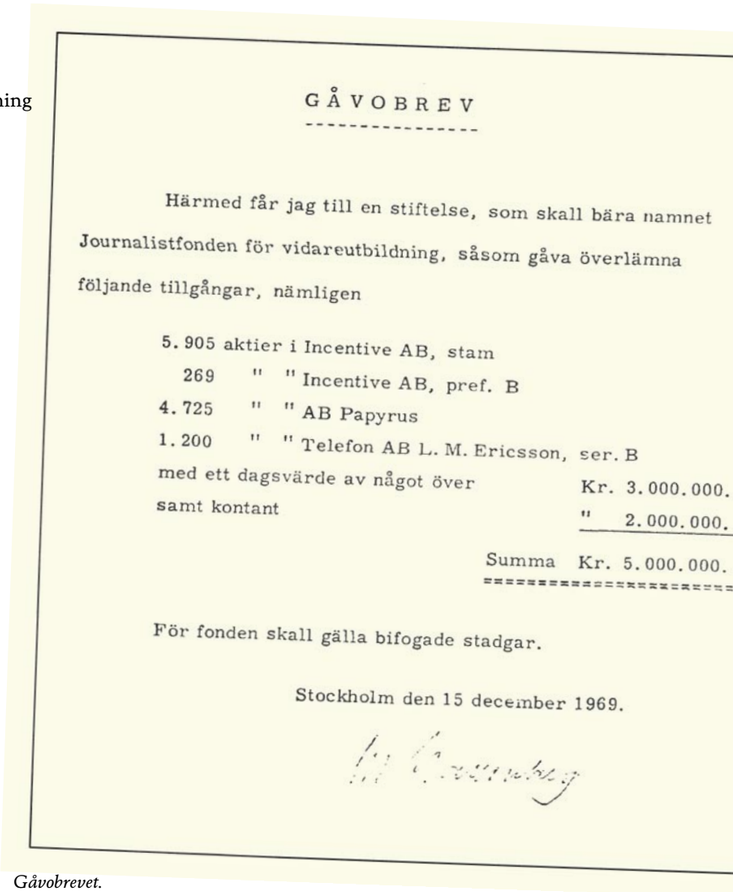
Från styrelsen för Journalistfonden för vidareutbildning vid fondens tionde stipendieutdelning den 31 mars 1979

”Mitt motto är: Att vara, icke märkas”, sa Marcus Wallenberg med gott förstånd. Sen lät han pressens arsenal förstärkas med vetgiriga journalisters fond. Miljoner har de sedan hunnit givas för att förkovra vad de redan kan. Och efter tio år bör något skrivas om denna vackra tankes upphovsman.

Från en som ej vill störas och förhöras kan gesten verka knepig att förstå. Och dock beslöt han att den skulle göras. Kanhända sa han till sig själv som så: ”Låt vara att det skvallras, spekuleras och trycks diverse strunt på sina håll. Så mycket större skäl att det studeras en sund och nykter verklighetskontroll, forskas och pluggas, fortbildas och övas språk och teknik och handel och kultur! Kunskaper kommer alltid att behövas om vem och vad och varför, när och hur: Må alltså tidningsmännens eggar brynas! En klok är alltid bättre än en dum.”

Så gick det till. Att vara, icke synas är alltjämt Marcus’ evangelium.

KAJENN



GÅVOBREV

Härmed får jag till en stiftelse, som skall bära namnet Journalistfonden för vidareutbildning, såsom gåva överlämna följande tillgångar, nämligen

5.905	aktier i	Incentive AB, stam	
269	"	" Incentive AB, pref. B	
4.725	"	" AB Papyrus	
1.200	"	" Telefon AB L. M. Ericsson, ser. B	
med ett dagsvärde av något över			Kr. 3.000.000.
samt kontant			" 2.000.000.
		Summa	Kr. 5.000.000.

För fonden skall gälla bifogade stadgar.

Stockholm den 15 december 1969.

Gåvobrevet.
Donationen som lade grunden för Stiftelsen Journalistfonden för vidareutbildning.

Sverker Sörlin, professor i miljöhistoria vid KTH.
Vice ordförande i Journalistfonden 1994–2008.

Kvalitet i medier en demokratisk angelägenhet

Kära mediemänniskor, och medmänniskor!

Tänk att vi lever i Bonnierland men att det ändå är Wallenberg som gjort så mycket för journalistikens kvalitet och förkovran. Det säger väl något om landet vi lever i. Bonniers frodas på att sälja medierna, men det är Wallenbergarna som blir föremål för journalistiken. Gamle Dodde trodde att han skulle kunna få bukt med mediefolket genom att ge dem mer kunskap.

Det var förstås en illusion. Av flera skäl. Först och främst för att det behövs så mycket mer kunskap än vad en fond av denna storlek kan ge, och den måste komma underifrån, genom en bra grundläggande journalistutbildning. Men också därför att de stipendier som fonden delat ut har lett till så speciella och oförutsägbara kunskaper och projekt att man knappast kan säga att man får bukt med någonting över huvud taget med hjälp av dem. Tvärtom, troligen.

Jag har förstås inte lika starka mediemeriter som ni som sitter här. Jag är en snyltare vid redaktionernas bord, eller de vid mitt. Jag har varit sommarvikarie på DN, det är allt. En rätt medelmåttig svensk sommar 1985. Arne Ruth bad mig komma. Och så satt jag i Journalistfonden från 1994 till 2008. Femton år som det mycket riktigt står, kusligt nog, i programmet.

Jag har också en annan merit, som jag tycker att jag just i dag vill lufta. Jag var medförfattare till Umeå universitets remissvar på Bo Präntares journalistutbildningsutredning 1987. Jag minns att vår huvudsynpunkt var att man måste komma bort från den snäva hantverksutbildningen, så säger man alltid på universiteten. Journalister skulle först ges en bred kunskapsbas i lämpliga akademiska ämnen, först därefter skulle de bli journalister. Eller varvat på något sätt. Utbildningen borde bli längre. Och den måste givetvis bedrivas i Umeå ...

Allt skulle bli bättre av det, framförallt skulle journalisterna bli kunnigare, mindre lättmanipulerade, mindre primitiva i sin åskådning, mer trovärdiga i allmänhetens ögon.

Jag skulle inte ha skrivit ett sådant remissvar i dag. Inte för att det var något större fel på svaret, det kanske skulle ha varit en fungerande argumentering under normala omständigheter. Men så kom nedläggningen av Telub och Ingvar Carlsson råkade vara där samma morgon och så blev det en utbildning för informatörer – inte journalister – i Sundsvall, inte i Umeå.

I dag skulle jag hålla med om åtskilligt, men jag skulle nog vara mer realistisk och lyhörd inför journalistikens primära roll. Jag skulle förmodligen vända upp och ned på programmet, börja med journalistiken och öka de akademiska inslagen mot slutet. Jag skulle också bygga in ett livslångt lärande i journalistyrket – ungefär som Journalistfonden fungerar, men i en helt annan skala och mer som ett självklart inslag i yrket, på det sätt det är det för de flesta legitimationsyrken.

Man får sådana tankar när man sitter i Journalistfondens styrelse. Man utvecklas helt enkelt till en bättre människa. Andra kommer att säga hur fantastiskt trevligt det är, vilka fina måltider man deltar i – det är å andra sidan inga arvoden – och hur mycket man lär sig av varandra.

Jag skulle kunna ta all min tid här till nostalgi, men jag vill bara ta den allra första bilden som kommer upp. Det var 1994, tror jag, senvinter, hög sol över fjärden utanför Grand Hotel i Saltsjöbaden (det var ju i familjen). Människor promenerade och åkte skidor på Baggensfjärdens is, det stod rök ur deras munnar. Vi drack chablis till torskfiléerna och prioriterade ansökningar parvis.

Jag skulle arbeta med ordföranden, Carl Axel Petri, det var kutym. Vi blev snabbt överens om alltihop och vi blev sällan motsagda. Det fortsatte så. Middagen var ännu bättre. Det var den i femton år.

Vad kan jag säga om svensk journalistik efter denna långa tid med Journalistfonden? Ja, kanske litet mer än jag kunnat göra som bara en obotlig storkonsument av medier och i viss mån en medverkande.

Jag kan till exempel säga att det finns en hygglig stipendielust i yrket. Jag är inte säker på om det rör sig om pull, alltså kunskapstörst, eller push, att man vill bort från arbetsplatsen. Kanske är det litet av båda. Men jag tror faktiskt mest av det förra. Journalister får ofta skäll för att de inte klarar av att ge sammanhang, och det kanske är befogat ibland, men jag tror att de är akut medvetna om att sammanhang är vad allt handlar om, och att arbetsdagen egentligen alltid är ett tillkortakommande.

Och att stipendiet på det sättet är en utopi, en längtan efter att kunna komma till det studium eller det projekt som skall kunna ge Sammanhanget. I alla fall något sammanhang, i någon fråga.

Kanske är det därför, har jag tänkt, som det är så attraktivt, även för journalister, att skriva böcker och göra filmer. I stora projekt finns drömmen om att allt skall bli avklarnat, genomskinligt och sanningen slutgiltigt kunna utropas. Och genom det personliga kan det uppstå ett sammanhang som det är svårt att göra objektivt. Varje dokumentär, och varje deckare för den delen, är ju ett universum.

Som forskare, oftast sysselsatt med längre och större projekt, vet man att också det är en illusion. Allt är blott anhalter på vägen mot den stora insikten, som är att sanningar aldrig stannar. Sanningar ”blir till”, som Sartre uttryckte det. Ingen aldrig så tjock bok rymmer det slutliga sammanhanget. Det är drömmen om det som är det viktiga. Och som driver oss vidare.

Men vägen vi går bör kantas av fakta. Det kan alla enas om.

Jag har faktiskt en fjärde merit. Ett av mina första offentliga föredrag, i SE-bankens foajé i Stockholm någon gång på 80-talet, var ett utbyte mellan svenska intellektuella och den franska televisionens främsta avantgarde. Många minnesvärda inlägg passerade, särskilt den franska gestiken kommer jag ihåg, resten har jag nog glömt. Men jag minns vad jag själv talade om: ”forskarens och journalistens gemensamma uppdrag.” Det var ungefär samtidigt som jag skrev remissvaret.

Så något måste det nog ändå ligga i min omsorg om att det borde finnas mer systematisk kunskap i yrket än det vanligen gör. Jag måste helt enkelt tycka att det är bra.

Vi har mycket gemensamt. Vi tillämpar båda källkritik. Vi har, eller bör ha, samma grundläggande syn på etik inför dem vi talar med och får information från. Vi kräver båda att alla relevanta omständigheter bör redovisas. Vi håller båda på principen om prövbarhet och upprepbarhet.

Forskningen har kanske lättast att ta riktigt hårt på dessa principer. Man har mer tid, inte samma nervösa förhållande till publiken och läsarna.

När journalistiken tummar på principerna blir den dålig. Det är den ibland. Ibland gör forskarna inte heller som de ska, alltför ofta sker det. Då är medierna framme och avslöjar. Som det ska vara. Det kunde nog ske ännu oftare.

Likheterna överväger. Skillnader finns också. Journalister jobbar snabbare, effektivare kanske, är också mer pragmatiska.

Men de är sämre på att skriva ansökningar om stipendier. Rätt svaga skulle jag vilja säga, jämfört med forskare. Jag häpnade ibland över torftigheten i argumenteringen. Det var mycket ”jag” i ansökningarna. Journalister har svårt att översätta den egna böjelsen till en argumenterbar samhällsnytta. Kanske för att själva rollen per definition anses så nyttig och är så Furhoffskt internaliserad.

De är ibland rätt svaga på att hantera svenska språket, trots att det är deras jobb. Vårt jobb. Det gäller även många forskare. Forskare ser ofta på språket som en redskapslåda, det handlar bara om att öppna den och plocka ut en skruvmejsel och vrida åt.

Behövs det överhuvudtaget någon fortbildning av journalister? Vet man inte alltid bäst och mest redan? I alla fall om hur det skall vara i medierna? Och räcker inte det?

Nej, anser jag. Det räcker inte. Och ja. Fortbildning behövs.

Jag är inte så naiv att jag tror att fortbildning löser alla problem även om den är nyttig. Jag tycker att det borde gå att göra mer. Det viktigaste är kvalitetsmedvetenheten inne i redaktionerna och i ledningarna. Där undrar man ibland hur det står till med prioriteringarna. Det förefaller pågå ett slags förråande av journalistiken under intryck från webb och bloggar. Och i ett litet land blir vi lätt sårbara eftersom vi har svårt att utveckla smalare kvalitetsnischer vid sidan av de stora medierna.

Den kvalificerade publiken, de säg 15 till 30 mer krävande procenten, i Sverige tror jag håller på att utveckla ett växande förtroendeunderskott i relation till mainstreammedier. Och lönsamheten sjunker. Frågan är då vad fort- och vidareutbildningens ärtrör kan blåsa ut för kulor mot denna globala stormvind?

Något kan man faktiskt göra. Vad är till exempel orsaken till att journalistiken ofta ger ett så torftigt resultat? Att den är så nyhetsinriktad? Så händelsestyrd?

Den första motfrågan, som säkert redan tänts i era huvuden, är, eller bör vara: Stämmer det? Är det så?

Det är en empirisk fråga. Och vi kan väl börja med att fråga så här: Vilka utvärderingar finns av svenska medier? Och när hör vi om sådana utvärderingar i svenska medier? När såg vi listan? Sveriges fem bästa ledarsidor? Mest läs-/hörvärda utrikeskorrespondenter?

Medierna brukar publicera siffror på antalet läsare och tittare. Det behöver annonsörer veta och därför finns det sådan statistik. Kanske säger man också att "Vi har ju journalistpriser". Jag satt några år i juryn för miljöjournalisternas pris. År 2006 var standarden så dålig att vi inte delade ut något pris. Det var det bästa vi kunde göra för miljöjournalistiken, tror jag.

Var det miljöjournalisternas fel? Bara delvis. Huvudansvaret låg på redaktionsledningarna, ansåg vi. En jury är en termometer, i en kropp, en dag – på ett jättesjukhus som är fullt av patienter hela året. Det slående var att den enda kunskap vi hade om miljöjournalistikens kvalitet var våra egna åsikter, och en och annan vetenskaplig studie, men de studierna handlade inte om kvalitet utan om inriktning, teman, förändring.

Jag lever i en värld där det knappt går en dag utan att man utvärderas. Nästan bokstavligen. Jag tycker ibland att det går för långt, men här är inte platsen att utveckla denna kritik, det har jag nyligen gjort i en SNS-bok som heter Forska lagom och vara världsbäst.

Sjukhusen utvärderas. Skolan utvärderas, och den kunde utvärderas bättre, tycker jag. Försvaret utvärderades länge inte alls. Hade vi därför ett effektivare försvar? I dag kunde vi läsa i tidningarna att AP-fonderna har utvärderats. De fungerar inte så bra som de borde.

Medierna svarar kanske som industrin: vi utvärderas av marknaden. Och det skall inte föraktas. Men är det på allvar någon som tror att bara för att medier existerar, så är de bra? Att tidningar i Egypten och televisionen i Iran, eller Fox News, är högkvalitativa företeelser bara för att folk glor?

Nej, vi har ju också en yrkesheder. Ett slags stolthet. Precis som i alla professioner, och enligt den finns det andra kvalitetskriterier. Inte enkla, som i höjdhopp. Allt skall dömas efter sin art. Mediers kvalitet är komplex.

Varför gör vi inte det?

Jag får politiken.se på min skärm. Jag brukar konstatera att det oftast är samma rubriker där som överallt annars, fast senare. Men för en tid sedan började jag läsa en artikel om USA:s ekonomi. Den byggde på Monthly Reviews rapportering om den globala krisen, främst artiklar och böcker av Fred Magdoff och John Bellamy Foster. Man kan tycka vad man vill om denna i grunden anti-kapitalistiska tidskrift och jag läser den praktiskt taget aldrig själv.

Men denna mycket långa, mycket initierade och djupt intressanta artikel av en svensk journalist gav mig en fullkomligt central insikt: det finns möjliga förklaringar som vi inte känner till. Det finns uppfriskande teorier. Det finns en möjlighet till sammanhang. USA:s ekonomi är verkligt illa ute. "Kriget mot terrorismen" har en djup förbindelse med USA:s utlandsskuld och med Kinas växande roll i världsekonomin. Med detta sammanhänger amerikanska ställningstaganden på viktiga politikområden som klimat och Mellanöstern.

Detta är journalistik. Ingen överdrivet jobbig eller dyr sådan heller eftersom de amerikanska forskarna ju gjort själva grundarbetet. Men att ta fram det och göra det tydligt för svenska läsare att detta är viktigt, och att det angår oss, är en icke ringa uppgift.

Jag tog sedan fram en svensk ekonomibilaga: Saab. Den sjutusentrehundratjugoförsta artikeln. Eller: "Det kan bli börsrally i råvaror i vinter". Kan bli.

"Vad gör Lundin Oils vd på semestern?" Jag har längtat ett halvår efter den artikeln.

Skulle det hjälpa med fortbildning? Fortbildningen kan inte råda bot på det nödrop som hörs från redaktionerna: vi har inte råd att gå ut i verkligheten längre. Om man av strukturella och ekonomiska skäl är så få kvar med så dryga lämningskrav att man bara hinner sitta och vittja webbsidor, så spelar det kanske inte så stor roll hur mycket man vet om det ena eller det andra.

Jo, det är klart, man måste kunna granska kritiskt, värdera, kontextualisera. Jag tar tillbaka.

Så fortbildning behövs under alla omständigheter. Det är egentligen inte lättare i dag, trots webben, att uppfylla den gamla definitionen av ett proffs: "Att kunna skriva två sidor om vad som helst på 45 minuter." Henrik Tikkanen. Om ni minns honom. Inte bara gift med Märta. Utan också en svartsynt satiriker, konstnär och författare.

Kanske fortbildningen också kan göra något annat: öka kravställandet från redaktionsgolvet. Skapa ett europeiskt missnöje i de egna leden. Jag ser inte mycket av det. Det kanske är avigsidan med att man mest får in toppresterande och välartade människor i yrket. Högskoleverket publicerar statistik över rekryteringsbasen till olika utbildningar. Journalister påminner i sociologiskt avseende allt mer om konstnärer, arkitekter, läkare och andra (forskare också, tyvärr) som har sin främsta rekryteringsbas i samhällets övre skikt.

Bland poliser och bovar och fotbollsspelare, som är dem man oftast skriver om, sker rekryteringen oftast någon helt annanstans.

Jag vet inte exakt vad det betyder, men eftersom jag råkar vara en anhängare av mångfald så är jag i grunden misstänksam när en sådan polarisering uppstår. Jag vet att journalister sällan skriver om det. Man måste nämligen arbeta länge med undersökning och analytiskt driv.

Vad jag vill säga är att fortbildningen inte räcker om den bara handlar om att JAG går en KURS. Om den inte också leder till känslan av att man måste förbättra mediernas prestationer. Och det kan inte vara de enskilda journalisternas uppdrag. Det måste göras högre upp, på ett mer genomgripande sätt.

De strukturella hindren i vår tid är formidabla för att detta skall ske. Samtidigt är detta en samhällssektor som i det långa loppet är lika viktig som högskolan och sjukvården och industrin och försvaret, och vi bör inte låta den kvalitativa journalistiken bara tyna bort som ett offer för sin egen marknadslogik. Det är väl för övrigt därför vi (ännu) har sådant som presstöd, för att vi tror att konkurrens har med kvalitet att göra. Och att vi tror att medier och mångfald är viktigt.

Jag tror att hela resonemanget om ett offentligt stöd till mediekonkurrens byggde på något ännu mer fundamentalt: att kvalitet i medier är en demokratisk angelägenhet av högsta rang. Vi ger inte statsstöd när ortens andrabageri går under, trots att människor behöver bröd.

Ord, sanning, idéer är viktigare än bröd.

Men visst är det bekvämt att inte möta motstånd.

Fyra ledande fondföreträdare studerar den jubileumsskrift som gavs ut vid 25-årsjubileet 1994. Från vänster Carl Axel Petri, Sverker Sörlin, Härje Stenberg och Lars Alfvegren.

Många i medievärlden, särskilt på de gamla, traditionstyngda medierna, brukar säga att de gör ett grundjobb som andra parasiterar på. Att kvalitet kostar. Det är så sant. Men min respekt skulle öka ännu mer om de levde som de lärde.

Kvalitet kostar ännu mer än de själva vill betala. Det gäller bara att ha sett och förstått vad kvalitet är.

Jag skulle därför vilja se en fortbildning som förde journalisterna i kontakt med de platser, miljöer och människor som fick dem att upptäcka vad kvalitet är och kan vara. Jag tror inte att det ges av franska språkkurser i Antibes. Det är för oambitiöst.

Alla jag känner som betyder något i den typ av forskning som jag har kontakt med – och jag tror faktiskt detsamma gäller de flesta forskningsfält – har tillbringat en eller oftast flera längre perioder i miljöer, oftast i andra länder, som lärt dem vad kvalitet är. Man kan dela in sitt liv som historiker, statsvetare, ekonom eller fysiker i före och efter denna formativa erfarenhet.

Det borde inte vara annorlunda med journalistik. De som återvänder från sådana erfarenheter fungerar som change agents i sin lokala verklighet. De får också tyngd och erfarenhet, deras röster hörs.

Jag tror att detta är något som fortbildningen borde ta fasta på. Kanske medier skulle samarbeta mer, kanske journalistskolor skulle intensifiera sina samarbeten.

Tänk om Journalistfonden kunde vara navet i ett växande nätverk av partner bland medieföretag, universitet och journalisthögskolor som successivt byggde ut sina samarbeten och som ökade blodomloppet mellan redaktionerna och olika kunskapscentra. Då skulle också finansieringsbasen – som nu bara är fondens hyggliga men ändå blygsamma avkastning – kunna öka med både offentliga och privata medel. Vi skulle också kunna få in fler journalister och medieforskare i Sverige. När det gäller redaktionella utbyten kanske i första hand från de andra nordiska länderna, men i övrigt utan geografiska begränsningar.

En sista bild. Berkeley i början av nittiotalet. Stor debatt på School of Journalism. Dragplåster: Jessica Mitford, en av de berömda systrarna, radikal, bosatt i det betydligt råare Oakland strax intill (om vilket Gertrude Stein fällde sitt omdöme: "There's no there there"), författare till klassikern om begravningsindustrin, *The American Way of Death* (1963). I övrigt tunga namn ur USA:s medievärld. I vår lilla svenskklan i publiken den nyligen bortgångne Torsten Husén, pedagogikprofessorn, här hemma ibland ansedd som en tråkgubbe men ute i världen ett av våra verkligt stora namn. I bakgrunden sponsorer bland de förmögnare svenskamerikanerna. På scenen Olle Stenholm, skicklig och van debattledare. Känd från tv, i Sverige alltså.

Jessica Mitford bar inte röda strumpor men väl tjocka, grå ullsockar, nedkavlade över kängorna som avslutade hennes korta ben. De nådde inte riktigt till golvet. När hon talade, alltid arg som lilla My, svängde benen rytmiskt över det fernissade trägolvet i den urgamla shinglebyggnaden vid East Gate.

Av de nämnda lever ingen längre. Men vi som lever har med oss en erfarenhet som vi alltid lever av. Vad är den? Idén om att det alltid går att göra mer. Att den enskilda journalistens röst kan göra en skillnad.

SVERKER SÖRLIN

Panelsamtal mellan utbildare och redaktörer om medieutveckling och fortbildningsbehov bland journalister.

Relevanta medier behöver bra berättare

Vi befinner oss i en stor samhällsförändring från industrisamhälle till globalt nätverkssamhälle. Även medierna och mediernas arbetssätt genomgår stora förändringar. Mediernas relevans för användarna blir avgörande för mediernas utveckling.

Under de närmaste fem till tio åren kommer behovet av fortbildning för journalister att öka vad gäller samhällskunskaper om Sverige och globaliseringen, förmågan att analysera samhällsförändringar och framför allt förmågan att gestalta kunskapen i form av fängslande berättelser.

Detta var några av huvudpunkterna i ett panelsamtal som fördes mellan

Cilla Benkö, vice vd Sveriges Radio,

Katarina Ek, utvecklingschef Medieinstitutet Fojo,

Sandra Jakob, webbredaktör hd.se,

Ulf Johansson, chefredaktör Nerikes Allehanda,

Martin Jönsson, redaktionschef Svenska Dagbladet,

och

Thorbjörn Lindskog, vd MedieUtbildarna.

1. Drivkrafter

Vilka faktorer styr mediernas och journalistikens utveckling? Utbildarna Katarina Ek och Thorbjörn Lindskog skissade några av drivkrafterna.

Medieinstitutet Fojo har i sin framtidsplanering haft tillgång till en stor omvärldsanalys som ger dagens förändringar samma dignitet som övergången från jordbruks- till industrisamhälle. Det handlar om ekonomiska, sociala, politiska och kulturella förändringar som tillsammans skapar ett hopkopplat kunskapssamhälle, ett nätverkssamhälle.

– Inom ekonomin har man länge talat om internationalisering, sade Katarina Ek, Medieinstitutet Fojo. I dag är den global och

det finns nätverk som agerar globalt och som påverkar den ekonomiska utvecklingen på olika sätt. Som journalist måste man förstå också de här faktorerna, kunna sätta in denna förändring i sitt sammanhang, för att bedriva en aktivt granskande god journalistik och kunna rätt beskriva vad som händer.

Thorbjörn Lindskog, MedieUtbildarna, betonade betydelsen av att mediekonsumtionens mönster radikalt håller på att förändras, särskilt bland unga användare. Dessutom förändras nyheternas vägar, det är allt fler som distribueras utanför de traditionella medierna och utan att ha varit i kontakt med journalister. Reklaminvesteringarna hittar nya mediekanaler, den ekonomiska situationen är kärv.

– En ödesfråga är vilka affärsmodeller som kommer att fungera framöver. Ska vi ha kvalificerad, bra journalistik så måste den finansieras, sade Thorbjörn Lindskog.

Vad betyder samhällets och mediernas förändringar för medieföretagens strategier? Först ut att svara var Svenska Dagbladets Martin Jönsson som inte ansåg att affärsmodeller eller ägarnas vinstkrav var de största problemen att förhålla sig till. Allra viktigast är förmågan att vara relevant för läsarna i en situation när det finns så många alternativ för dem att välja på.

– Relevansen är den absolut viktigaste faktorn, sade Martin Jönsson. Man måste veta mycket om läsarnas behov och hur vi kan fylla dem. Vi lyssnar och lyssnar och lyssnar, pratar med läsare och kunder, och sedan bestämmer vi vad som är viktigt för oss och vad vi ska satsa på. Vi försöker vara agendasättande, nyhetsledande och samtalsledande med hjälp av grävjournalistik och vi försöker vara digitala fullt ut.

Martin Jönsson berättade under seminariet om ett försök som gjordes förra året på Svenska Dagbladet. Samtliga på redaktionen och på marknadssidan fick i uppgift att intervjua var sin läsare om läsvanor och medievärderingar.

– Varför de läser oss, när de läser oss, allt. Vi ville göra utvecklingen konkret med nya läsargrupper och nya konsumtionsvanor. Det var faktiskt första gången flera av våra journalister verkligen talade med och lyssnade på en läsare. Vi måste ha kontakt med våra läsare och förstå mycket mer om deras behov och vanor om vi ska kunna förse dem med information som är värdefull för dem. Vi måste kunna förmedla många olika slags information vid olika tidpunkter och i olika kanaler för att människor ska tycka att det vi erbjuder är värt att betala för, sade Martin Jönsson.

Han jämförde Svenska Dagbladet med konkurrenter som the Guardian och Der Spiegel. De kan vara bättre på enskildheter, för Svenska Dagbladet gäller det att vara bäst på det som är viktigast för läsarna och på relationen med läsarna.

– Det är vårt kärnuppdrag i dag. Utan ett helhetstänk på vad som är vårt publicistiska uppdrag hade vi inte överlevt. I USA har man inte ägnat sig åt detta. Inte funderat på detta, inte varit innovativ. Man har inte gått in och tagit nya marknader utan släppt dem till andra. Man har inte sett till att vara relevant för sin publik som vi och andra försöker här i Sverige, sade Martin Jönsson.

Ulf Johansson, Nerikes Allehanda, var bekymrad över den ekonomiska situationen och befarade att den kunde hota möjligheten att producera god journalistik i framtiden.

– Någon kan ju då fråga om den här goda journalistiken verkligen behövs? Ersätter den nya tidens möjligheter det vi traditionellt har stått för? Jag är en dinosaurie, jag tror inte det, och då behöver vi kämpa för att behålla den goda journalistiken. Vi måste vara väldigt duktiga på det. Vi måste fortsätta att kompetensutveckla oss, vi måste vara smarta och vi måste erbjuda relevant information. Det är inte säkert att vi lyckas.

Med god journalistik avsåg Ulf Johansson dels det läsarna efterfrågar och vill medverka i, dels det redaktionen själv står för. Det kan till exempel gälla en förmåga att koppla ihop internationella händelser och företeelser med lokala reaktioner och aspekter i Örebro.

Även för Sveriges Radio är ekonomin viktig. Cilla Benkö påpekade att för SR sätts förutsättningarna av politiken och att viktiga besked kommer att lämnas nästa år, 2011.

– För vår del är det ju bra att vi har publiken i ryggen. Thorbjörn Lindskog pratar om den yngre publiken, och P1 har där de bästa siffrorna sedan 1995. Det visar att det i alla fall finns en efterfrågan på kvalitativ talad radio, sade Cilla Benkö.

Sveriges Radio satsar på att finnas i hela landet, att vara ett riktigt riksmedium. SR satsar på närvaro utomlands och ligger i topp vad gäller antalet utrikeskorrespondenter. SR satsar dessutom på att vara en scen för det lokala kulturlivet i landet.

Problemet för SR är att klara ett teknikskifte, från analog utsändning till digital, samtidigt som det analoga lyssnandet på FM-bandet ökar.

– Det är vår utmaning, att vara tillräckligt attraktiva i den digitala världen, i datorn, i mobilen. Utan att vi utarmar själva produkten, som är att göra bra radio. Men vi kan inte flytta alltför mycket resurser från FM till webb så länge FM ökar, det vore att svika den publiken. Detta är en balansgång varje dag, sade Cilla Benkö, Sveriges Radio.

Sandra Jakob på Helsingborgs Dagblads sajt hd.se står mitt uppe i den digitala utveckling som flera paneldeltagare hänvisat till. Hon arbetar som webbredaktör med nyheter på nätet, och även med att utbilda redaktionen i vilka verktyg som kan användas journalistiskt på nätet. Efter en trög start med motstånd från delar av redaktionen har det nu vänt.

– Jag är i grunden lokalreporter och HD har låtit mig utforska de sociala medierna i den rollen, sade Sandra Jakob. På HD missionerar vi nu internt om hur man kan jobba med sociala medier, hitta källor, hitta information. Vår nyhet i förra veckan om att MUF bjöd på sprit till minderåriga kommer från Facebook, all efterforskning är gjord via Facebook. Inga intervjuer behövde göras, vi fick allt vi behövde från Facebook och kunde sen gå in via dold kamera och visa hur det gick till.

– Vi publicerar läsarnyheter, bild och text, om händelser och annat som påverkat dem. Det som är viktigt för dem och som de vill berätta för oss. Det som engagerar dem. Vi har ett enkelt formulär för detta på vår sajt. Ett urval av läsarbidragen kommer också i papperstidningen.

Sandra Jakob är på fritiden aktiv i Geek Girls, en grupp kvinnor som beskriver sig som nätnördar. Geek Girls sitter inte och väntar på att någon ska erbjuda dem färdig fortbildning utan ordnar egna tvådagarsträffar, så kallade un-conferences.

– Det är ett amerikanskt upplägg där man låter deltagarna sköta innehållet själva. Vi bestämmer plats och tid. På en stor tavla med hållpunkter fyller deltagarna i att de vill delta och bidra. Vi tar tillvara de kunskaper som finns inom gruppen.

Modellen sprids inom HD. I första hand sköts utbildning internt om kompetens finns.

2. Fortbildningsbehov

Vad är det journalister behöver kunna om fem tio år? Vilka behov ska fortbildningen försöka fylla?

De flesta i panelen underströk betydelsen av att journalister kan berätta. Oavsett kanal och form så är det viktigt att nå fram till människor och fånga deras intresse, särskilt när man har något väsentligt att berätta. En ny färdighet som behöver utvecklas gäller berättandet utifrån snabba nyhetsflöden på webben.

Berättandet får fler dimensioner om reportern varit närvarande; närvarande på platsen berättelsen handlar om och närvarande i det sammanhang som ska skildras. Närvarande i sociala medier, visst – men också i den ickemediala verkligheten.

Omvärldsbevakning ligger Martin Jönsson varmt om hjärtat. Förmågan att organisera och systematisera den måste stärkas:

Tre herrar i publiken som förenas i klädsmak och engagemang för fonden. Från höger Stefan Koskinen, Bertil Dejke och Björn Fjæstad.

– Det är alldeles för många journalister som ser ut som frågetecken när jag frågar hur deras rss-flöden på datorn ser ut eller vilka bloggportaler de bevakar eller om de twittrar. Man behöver koll på vad som händer i omvärlden, globalt och i medierna och koll på vad som händer i ens fackämne. Det var nog inte många ekonomijournalister till exempel som för tre år sedan kunde säga att den viktigaste sakkunskapen då var att ha koll på den amerikanska bolånemarknaden.

– Det gäller att ha en strukturerad, systematisk och snabb omvärldsbevakning, alldeles för få kan det i dag. Och jag är inte säker på att utbildarna är tillräckligt bra på detta heller. Ett skäl till att vi precis som Sveriges Radio själva tar hand om mycket av vår vidareutbildning är att det rör sig så fort. Det är eldsjälar som gör det, precis som på HD. Om det sker ett terrordåd i Mumbai behöver vi någon som direkt kan gå bort till vår desk och lära dem som sitter där hur de söker i mikrobloggar och på Flickr efter bilder och uppgifter om vad som hänt, sade Martin Jönsson.

Även om man vet hur man bevakar omvärlden och hur man håller sig uppdaterad så är det viktigt att kunna förstå vad materialet man fått fram innehåller. Katarina Ek framhöll betydelsen av att utveckla journalisters analysförmåga. Att värdera material och kunna dra slutsatser, och varför inte tillsammans med kompetenta läsare/lyssnare/tittare/användare på nätet?

Ökade kunskaper i andra språk än engelska stod också på Katarina Eks lista. USA är väl bevakat, men i denna globaliseringens tid behövs många fler perspektiv på utvecklingen i världen.

Ulf Johansson var inne på ett liknande spår när han efterlyste grundläggande kunskaper om research, källkritik och faktakontroll om svenska och internationella förhållanden:

– Vi behöver veta hur vi letar fram och värderar information i andra länder. När det gäller internationaliseringen så kan vi aldrig, som en lokal tidning, vara lika bra som de stora internationella medierna på att beskriva till exempel själva konflikten i Somalia. Men om det kommer en nyhet om att den rörelsen där nere har rekryterat svenska ungdomar för att åka ner och kriga där, hur ska vi kunna bevaka det på lokal nivå? Då måste vi förstå det här. Om vi ska berätta att det är några som är lockade att åka ner och kriga i Somalia, vad beror det på i så fall? Vi måste förstå och veta var vi hittar information som vi kan värdera när vi rapporterar om detta utifrån situationen i Örebro.

Thorbjörn Lindskog menade att det går att räkna upp väldigt många ämnen som är viktiga att vidareutbilda journalister i. Men det allra viktigaste är att få företags- och redaktionsledare att inse att redaktionens samlade kompetens är en strategisk fråga. En fråga som bör bestämmas av vilken inriktning och vilka ambitioner journalistiken ska ha.

– Vilken journalistik ska man arbeta med inom företaget? Hur ska arbetet bedrivas? Har man tillräcklig kompetens internt för att göra det man vill? Behövs kompetensutveckling? Hur ska den i så fall gå till? Detta måste behandlas samlat och på en strategisk nivå. Medieföretagens ledningar måste arbeta med yrkesinriktad kompetensutveckling på ett mer strategiskt sätt än tidigare, sade Thorbjörn Lindskog.

Sandra Jakob ansåg att den viktigaste utbildningsuppgiften är att påverka många reportrars och redaktioners njugga inställning till nätets möjligheter.

– Jag tror inte att man ska försöka få alla reportrar att bli programmerare och lära sig en massa teknik. Men man ska lära dem att det inte är svårt att jobba med detta, det är inte farligt, det är inget som kan gå sönder, världen kan inte rämna för att jag håller på och jobbar med något på datorn. Det värsta som kan hända är att man kan hamna på någon konstig sida men då går man tillbaka och det är inte farligare än så.

Attitydförändring till nätet och till sociala medier, det tror jag mest på när det gäller fortbildning. Då kan man avväpna hela den här stora annalkande farliga saken som är på väg att äta upp oss allihopa, som den tydligen upplevs av en del, sade Sandra Jakob.

Cilla Benkö formulerade en appell för en bättre bevakning av Sverige. En rapportering som kräver såväl bättre kunskaper om det mångkulturella samhället som en bredare sammansättning av mediernas redaktioner:

– Det mest akuta behovet valåret 2010, om Journalistfonden vill göra en snabbkurs, är kunskaper om hur det faktiskt ser ut i det svenska samhället. Jag tror att det finns få journalister i dag som kan intervjua Jimmy Åkesson och möta hans argument med riktigt bra motfrågor. Det är ett stort problem. Vi har ett otroligt viktigt ansvar inför nästa val att granska, skildra och faktiskt ge en korrekt bild av vad som händer i det svenska samhället och inte falla i fällan att gå på en debattartikel i Aftonbladet och göra det till sanningen. Och sedan försöka analysera just den sanningen fram- och baklänges. För det svenska samhället är mycket mer komplext än så. Här finns ett problem. Våra journalister är för okunniga om det mångkulturella Sverige. Gör ni en snabbkurs där är det bra, vi gör en intern snabbkurs hos oss. Även på SR finns det brister i några avseenden.

– Annars måste man allmänt som chef inse att kunskap tar tid. Och att vi måste ge våra journalister tid att inhämta ny kunskap och tid att lära av varandra som ni gör i ert nätverk, Sandra. Vi måste avsätta pengar för detta och för att identifiera vilken kunskap som går förlorad i och med pensionsavgångarna och som måste ersättas med samma kunskap eller annan. Vi måste också vidareutbilda de journalister vi redan har.

– Sedan måste vi plocka framtidens journalister på andra ställen än på journalisthögskolorna. Vi har alltför mycket vit medelklass på våra redaktioner. Vi hinner inte vänta tills journalisthögskolorna inte är fyllda av vit medelklass. Det handlar inte om etnicitet, det handlar om att leva i det samhälle som du vill vara relevant för. Vi måste själva ta ett ansvar för detta. Sveriges Radio avsätter pengar och tar ett ansvar för detta. Vi lär personer med annan bakgrund journalistik och så utvecklas de genom att jobba hos oss i olika former, sade Cilla Benkö.

Referat: Torbjörn von Krogh

Charlie Beckett,
director of POLIS at London School of Economics.
Former reporter and producer at BBC and Channel 4 News.

Journalism: From Product to Process
Journalists: From Gatekeepers to Networkers

News media is now itself environmental, it is part of every aspect of our lives. But if journalism is to survive and thrive then it will do so by learning to love the public and work with them.

Here in Sweden your media looks healthy with fine journalism, balanced coverage and good international information. You have an educated, wealthy public. People need journalism more than ever to help interpret their media rich lives, and the demand for it is stronger than ever. So what's your problem?

And why when we look forward five years are we so worried?

My book *SuperMedia: Saving Journalism So It Can Save The World* (Blackwell) published in 2008 recognises three possibly contradictory facts.

1. Journalism has never been more plentiful and of such a high quality, there is more good quality information, analysis and debate than ever before. It's never been easier or cheaper to make good journalism, sales of quality like the Economist, Wall Street Journal are up, the BBC now has global reach for its public service international journalism online, even the liberal niche British broadsheet The Guardian has found ten million online readers outside the UK. Across the world there are booming sales of newspapers and TV channels are being launched daily.

2. New technologies are delivering opportunities for journalism. I have more processing and broadcasting power in my iPhone than I had with a whole newsroom from ten years ago. And the public want to help make news media even more plentiful and productive, and they will do it for free.

3. The same forces that offer these opportunities are also threatening the business model for mainstream media. More than that they are changing the very nature of news production and even news itself. So whatever news media survives will not be the same as before.

Now this is why we in mainstream media should all be worried.

"The social media revolution ... is all about the separation of information from its means of distribution."

(David Campbell, Durham University)

It's a boring quote but what it says is dramatic. It underpins everything else we are going to talk about. The news industry monopoly over news is broken. The platform is no longer the prison of information. All our old methods of distribution are threatened. In the book I argue that we have five years – perhaps ten – to "save' journalism.

In this talk I am going to try to put what is happening in a conceptual framework but with some examples of what works and why.

Then I am going to look at what that means for the way that journalists work and how they are trained, if they want to survive.

I am not going to make specific predictions about certain sectors, if you want me to work with you on a particular sector or publication then let's do that separately, but basically if I was able to make a good prediction I would do it to my stockbroker and not to you.

This is why there is a crisis for journalism. The news industry monopoly over news is broken. All our old methods of distribution are threatened.

There is an obvious economic problem for mainstream media across the world, yes parts of the world are seeing increased newspaper sales, radio is booming, TV is booming across much of the globe and is holding up in the West, but everywhere the business model is in crisis as consumer behaviour changes and the Internet takes money away without providing ways to monetise online MSM.

The audience is changing in its behaviour, becoming multi functional, altered habits, it is finding the information it wants and ignoring the rest, it is exercising choice and sometimes that means not choosing mainstream news.

We are doing research on digital natives which shows how behaviour is changing but in unexpected ways, there are already myths emerging which need to be critiqued with real research that goes beyond the simple numbers and anecdotes.

This is a major threat to the idea of public service value, by this I mean the value we put on the role of journalism, in the private or public sector, its usefulness as a form of information as well as entertainment.

And it is a challenge to people's trust in MSM, the bias, distortion, limitations, and selfishness of MSM is being exposed by competition from other sources, and our claim to "quality" is being undermined in the same way and we are being exposed as often superficial, formulaic, repetitive and predictable with a narrow agenda and little creativity.

There are two principle characteristics of the emerging new journalisms:

- Public participation: bloggers, online video, file-sharing, user-generated content, but also crowd-sourcing. The citizen is now involved in the production of news at every stage. They can work with professional journalists or they can do it by themselves.

- Connectivity: everything is hyperlinked, people can share, distribute, get information directly, business or government can communicate directly with citizens who can connect with each other. So instead of linear dissemination we have complex networks and interlinked data flows.

These two factors are changing the production, consumption and indeed the very nature of news itself in profound ways. Together they show we are moving towards what I call Networked Journalism.

Here are two quick examples, I could talk about Iran or Obama but I want to take two more routine, but possibly more radical, examples because they are rooted in everyday experience of news journalism:

- BBC Snow: Last April there was a massive and unexpected snowfall in southern England that brought the country to a halt. The mainstream news said it was a disaster for the country and that we would lose £2 billion in lost production. Meanwhile, the BBC were being sent photos and video by ordinary people of their experience of the day. 60,000 people sent in material for free that told a different story. It told a story about a once in a lifetime day when families went and played together in the snow instead of going to work or school. So people made the news themselves but chose to tell the story through the mainstream broadcaster. It shows how citizens are shaping agendas in a networked way.

- Netmums, set up by two women, run by volunteers, information on nursery schools, nappies, and recipies, but it has 500 000 members, and its forums provide a rich source of community, opinion, identity, debate and information, all the things that MSM was supposed to do but failed. Why isn't MSM connecting to these people? Because it spoke at them rather than with them. It was not relevant to their lives. It was not where they were at and it did not give them the space and the control over the mediation of their lives. Netmums does.

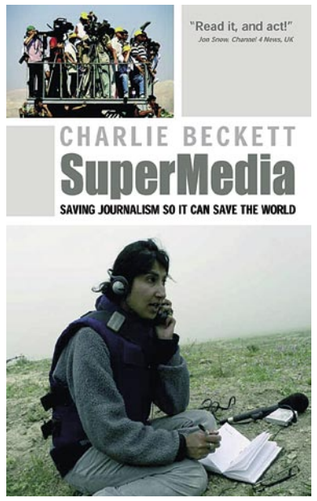
These examples illustrate these trends:

- From Product to Process
- From Manufacturing to Service Industry
- From Fortress to Network

This means we will be doing a different kind of journalism, not just different platforms.

So here are my predictions for the next five years:

1. MSM when networked will be more valued by the public but financially less valuable.



Huvudtalaren Charlie Becketts bok SuperMedia.

2. Specialised media will be more valued, e.g .finance, sport etc.

3. Public sector will sustain, and is actually growing in the US.

4. Independent online media will grow, e.g. hyperlocal appears to be taking off in the UK, but it will not replace MSM because MSM will become more networked, the two will become symbiotic.

5. In a sense all organisations with a public role are becoming media organisations. Government, business, NGO:s, unions and the rest can all now communicate directly with the citizen and act as a forum, watchdog and reporter. They become networked journalists.

6. 50 per cent of current jobs will go, there were far too many journalists considering the efficiency implications of new media technology, but possibly the equivalent of 50 per cent more jobs will be created elsewhere as societies chose to invest in NJ. We should spend the money on the new jobs, not on protecting the old ones, which is why I am opposed to subsidies and protection for Old Media.

Which brings us to how the journalist should be prepared for this brave but very difficult and complex new world.

Firstly I have to say that media literacy should be for everyone. One of the best things for journalism would be if the public is given the skills and understanding to participate in networked journalism, everything from learning how to set up a blog to thinking about ideas such as objectivity or transparency.

Then think about building journalism skills as career long, but also as conceptual, it's not enough to know how to do journalism, we all have to learn to think about what journalism IS and what it CAN BE, so critical creative thinking as well as skills.

Of course we do have to be new media literate: do we have a variety of online skills? Not all of them, but a range? And do we understand things like why it is a good idea to moderate comments but also to respond to people who do comment?

Here's a key thought. In a world where people have instant and easy access to your rival's work, what are you adding? Are you just creating Churnalism, as Nick Davies call it, or journalism?

When you create your journalism, why is it of use to the consumer? Are you providing it in a way that they can re-use and add to or link to or pass on?

And to that end, how connected are you to your audience? Are you in the same social networks they use? Are you listening to what interests them? What systems do you and your organisation have in place to gather this information? This is not just good marketing, it's newsgathering.

How relevant are you to the consumer? By that I don't just mean that you should only produce what they find useful in their lives. What I mean is how good are you at matching your output to their interests? Do you ask your public what interests them? Do you measure their response? Do you work hard enough to make your product of relevance?

And finally, how editorially diverse are you? Your public is very diverse in its ethnicity, identity, interests, emotions etc. Take the local paper, how can that represent a community which is so connected to different places, activities? I live in Camden where my children go to school and I eat and drink and play football. I work in central London but my football team is in East London, my wife is from West London. I have relatives in Bolivia and Germany and I am interested in archeology and Scandanavian literature. What's my most relevant media and can you provide it?

It's only when we have started to answer some of those questions that we can start to talk about pay-walls or public subsidies. First we must show the public that we understand that our role as journalists has changed from gatekeepers to networkers and that we can provide the traditional functions of reporting, analysis, commentary and entertainment, then when we have saved journalism perhaps the world will save us.

When you look back five years you realise how much has changed and how much might change in the next five years. But that will not be the end of it. You must now prepare for permanent impermanence.

Just when you get used to Twitter, for example, you may find that it is replaced or supplemented by something new. Moore's Law show no sign of slowing down. So by the end of the next five years you will face a new landscape, possibly more geologically different even than the new environment we face ourselves in now.

In some shape there will emerge a more semantic web that understands what you want from the Internet and seeks to provide it, so it threatens to disintermediate the editorial function entirely.

At the very least we can expect much more intelligent search so that the consumer can access information that they didn't even realise they wanted.

We will be able to tap into the power of connected online data and networks, but the Internet will be so vast that we will increasingly operate in separate clouds within that internet sphere, this has profound implications for the role of news media organisations as they shift from institutions to networks to clouds.

So my final prediction is quite simply this. We don't know what is going to happen next. All we can do is try much harder to understand and act upon change as it happens. I hope this talk has contributed to that process and I look forward to hearing from you about how you think we can save journalism so it can save the world.

CHARLIE BECKETT

During the Q & A session after his presentation, Charlie Beckett elaborated on many issues. Here is a handful:

From product to process

I am not worried that this will lead to an increased risk for sloppy reporting or from publishing inaccuracies. Not more than before. The challenge is not so much the quality of information I think, it's the complexity.

Because I think the audience can understand the instantaneosness of news today. I think they can understand the process in a profound way if you say, when you are to explain something, that this is what I know now. And in ten minutes I shall tell you more and if you come back you will learn more. I think people understand this, this is how we experience life. So actually it is a more natural way to understand events.

The problem is the complexity. How do you keep a process to be complex and deepen it rather than just being a stream that runs across the surface of everything? It's about how you find ways to show layers at certain moments, to connect people to the background, to report effects in other locations, to put things in context.

Newsroom fellowships

This means that journalists don't have to abandon their jobs. They are able to work with us on a research project at the London School of Economics and still be part of their newsrooms. They can come to the LSE and talk to various academics about how to plan a project that is relevant to their work. It's a hybrid version of the classical idea of a mid-career fellowship, a practical version.

I love the idea that Martin from Svenska Dagbladet talked about earlier about interviewing your readers. That could be a fantastic project to do together with a research-focused academic institution.

In my time at LSE I have learned as much from the economists and the philosophers as I have done from the media people about where journalism is going and how it is changing.

Long-form journalism

One of the unexpected consequences of new media is the boom for long-form journalism. There are more books published now by journalists than ever before about current affairs. There are more long-form documentaries been made and watched by people than ever before, especially in America by Michael Moore and others. People are choosing what you might call oldfashioned ways of understanding what is going on around us.

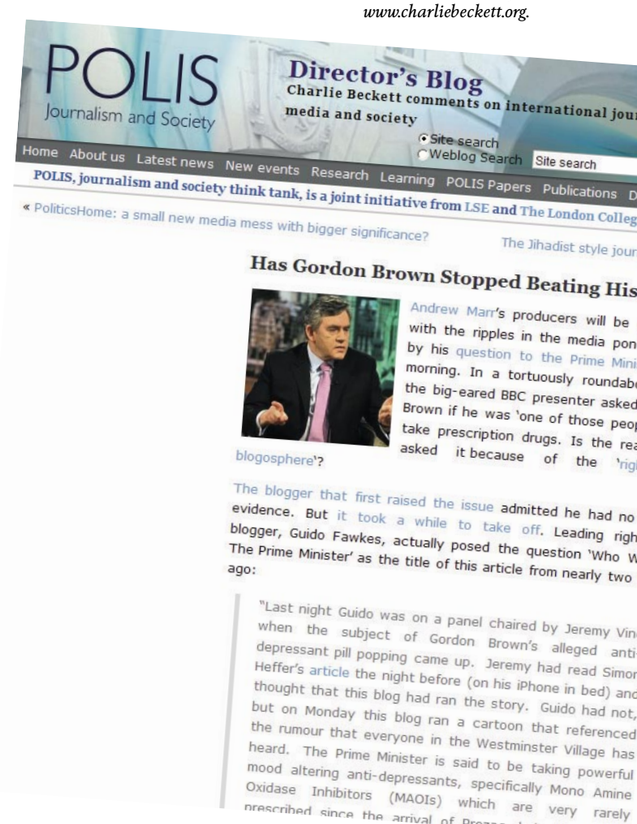
Curator, enabler, organizer – a new journalistic skill

I am not so fond of the word curator, it sounds too much of a museum to me, but this is a special skill that journalists need to develop. It's this idea of how you understand connectivity.

How do you put people in touch with the information they want? That is still a journalistic exercise because it's about me thinking that I think you will find this information interesting. This is not a problem, it's more a new opportunity.

In the past, one of our skills in identifying an important story was to put a big headline on the top of the page. Now we have to think about the equivalent online of how you get people to connect.

Charlie Becketts blogg som föreståndare för POLIS vid London School of Economics www.charliebeckett.org.



Journalistfondens styrelse

Ordförande

Sture Petrén	1970–1976
Härje Stenberg	1977–1990
Carl Axel Petri	1991–2006
Johan Hirschfeldt	2006–

Vice ordförande

Erik Lönnroth	1970–1973
Lars Alfvegren	1973–1993
Sverker Sörlin	1994–2008
Ulla Carlsson	2008–

Utsedda av SJF

Sören Olofsson	1970–1973
Jan Magnus Fahlström	1973–1987
Rolf Jansson	1973–1985
Birgitta Larsson	1986–1993
Mie Jernbeck	1988–1990
Lena Hörngren	1990–1999
Eva Dahlqvist	1994–1996
Ninni Dickson	1996–
Inga–Lena Fischer	1997–

Utsedda av TU

Tore G Wärenstam	1970–1973
Bert Lindström	1970–1973
Yngvar Alström	1973–1978
Bertil Nilsson	1973–1974
Gustaf Douglas	1974–1983
Lennart Hirschfeldt	1978–1979
Harald Hultman	1979–1982
Clas Reuterskiöld	1984–1990
Sören Olofsson	1986–1992
Christina Jutterström	1990–1996
Per Åhlström	1993–1999
Rolf Alsing	1996–1999
Anna Grosskopf	1999–2000
Anders Ahlberg	2000–2003
Mia Bjelkholm	2003–
Björn Fjæstad	1999–

Utsedda av Pressinstitutet

Jan–Otto Modig	1970–1972
Bertil Anders Ströhm	1970–1985
C H Hernlund	1972–1986
Bertil Dejke	1986–2002
Staffan Johnson	1990–1993
Bertholof Brännström	1994–2006
Anna Grosskopf	2002–2003
Stefan Koskinen	2003–
Anita Vahlberg	2006–

Utsedda av Publicistklubben

Carl–Adam Nycop	1970–1973
Lars Lagerstedt	1970–1987
John Bertil Vedin	1973–1975
Arne Andreasson	1975
Örjan Wallqvist	1975–1986
Monica Boëthius	1986–1991
Jan Mosander	1988–1993
Johnny Flodman	1991–1998
Marie Alrutz	1994–1999
Erik Ridderstolpe	1999–2002
Lennart Arnstad	1998–2001
Helena Gissén	2001–2002
Gabriella Ahlström	2002–
Jaël Waern	2002–

Sekreterare

Hans Axelsson	1970–1980
Jan–Erik Ehne	1980–1984
Bertil Anders Ströhm	1985–1996
Carsten Nilsson	1996–

Stadgar för Stiftelsen Journalistfonden för vidareutbildning

reviderade den 28 oktober 1997

§ 1

Stiftelsens namn skall vara Stiftelsen Journalistfonden för vidareutbildning.

§ 2

Stiftelsen skall ha till ändamål att genom stipendier underlätta för redan verksamma journalister som så önskar att vidareutbilda sig i Sverige eller utomlands inom något ämnesområde av betydelse för deras yrkesutövning.

Den i föregående stycke avsedda ämneskretsen omfattar – men är inte begränsad till – journalistik, samhällskunskap i vidaste mening, national-, företags- eller internationell ekonomi, språk och u-landsproblematik.

Ur fonden skall även kunna utgå bidrag till journalist för vetenskaplig forskning inom ämnet journalistik.

Styrelse och firmateckning

§ 3

Stiftelsens angelägenheter skall handhavas av en styrelse om fem personer, varav styrelserna i följande fyra organisationer var och en utser en: Svenska Journalistförbundet, Svenska Tidningsutgivareföreningen, Föreningen Pressinstitutet och Publicistklubben. De sålunda utsedda väljer själva den femte ledamoten, som tillika skall vara styrelsens ordförande. Denne bör vara en person, som gjort eller gör en betydande insats i svenskt samhällsliv och är känd för oväld och vidsyn.

För styrelsens ledamöter skall finnas personliga suppleanter, vilka utses i samma ordning som de ordinarie ledamöterna.

Styrelsens ledamöter och suppleanter utses för en tid av tre kalenderår i sänder. Om ledamot eller suppleant dör eller om avgång inträffar av annan orsak under löpande mandatperiod, skall ny ledamot eller suppleant utses till utgången av mandatperioden.

§ 4

Styrelsens säte skall vara i Stockholm.

§ 5

Styrelsen skall vara beslutför, när samtliga ledamöter kallats och minst tre ledamöter däribland ordföranden eller hans suppleant är tillstädes. Vid omröstning skall gälla den mening, om vilken minst tre ledamöter förenat sig.

Vid styrelsens sammanträden skall föras protokoll.

§ 6

Stiftelsens firma skall tecknas, förutom av styrelsen, av den eller dem, som styrelsen inom eller utom sig därtill utser.

Användning av stiftelsens tillgångar och förvaltningen av dem

§ 7

För fullföljande av stiftelsens ändamål äger styrelsen förfoga över hela den behållna avkastningen av stiftelsens tillgångar.

§ 8

Stiftelsens tillgångar skall stå under vård av Stockholms Enskilda Banks notariatavdelning och förvaltas av stiftelsens styrelse.

Räkenskapsår

§ 9

Stiftelsens räkenskapsår skall vara kalenderåret.

Årsredovisning och revision

§ 10

Styrelsen skall för varje räkenskapsår upprätta och före den 1 mars nästföljande år till revisorerna överlämna berättelse över förvaltningen av stiftelsens angelägenheter.

§ 11

Revision av styrelsens förvaltning och räkenskaper verkställes årligen av två revisorer. För var och en av dem skall personlig suppleant finnas. Den ene av revisorerna och suppleanten för honom skall vara auktoriserad revisor.

Revisorerna skall senast den 30 april varje år avge skriftlig berättelse över sin granskning.

§ 12

Länsstyrelsen i Stockholms län utser revisorer och revisorssuppleanter. Dock skall stiftelsen vara undantagen från sådan anmälningsplikt och tillsyn, som avses i lagen den 24 maj 1929 om tillsyn över stiftelser.

§ 13

Av årsberättelsen och revisionsberättelsen skall ett exemplar överlämnas till envar av de i § 3 angivna organisationerna samt till länsstyrelsen i Stockholms län.

Ändring av stadgarna

§ 14

För ändring av dessa stadgar erfordras enhälligt beslut av styrelsen och godkännande av revisorerna. Bestämmelserna i § 2 må ändras endast med samtycke av Kungl Maj:t.

journalistfonden

FÖR VIDAREUTBILDNING