

Alla dessa analytiker

Examensuppsats inom marknadsföring

Författare: Martin Edblad
Johan Greiff

Handledare: Pr. Dharma Deo Sharma

Framläggning: 17 december 2004, 15:15 i sal C606

INLEDNING/BAKGRUND	3
Affärspress	3
Finansanalytiker	3
Studien	4
SYFTE	4
Struktur	5
METOD	6
Kvantitativ innehållsanalys	6
Fördelar och nackdelar med metoden	6
Urval och avgränsningar	7
Bortfallsanalys	8
Reliabilitet och validitet	8
Intervjuer	9
BAKGRUND	9
Affärspressmarknaden	9
Definitionen av en affärsnyhet	10
Daglig affärspress	10
Veckoaffärspress	11
Affärsbevakning i daglig morgonpress	12
Affärstidningarnas innehåll	13
TEORETISK REFERENSRAM	13
Villkor för medierna:	13
Arbetsvillkor för journalisterna:	14
Finansanalytikerns roll	15
Etiska riktlinjer	16
Reglerande och legal utveckling i finansbranschen	16
Finansanalytikern ur ett institutionellt perspektiv	17
Analytisk referensram	18
Institutionell-/nyinstitutionell teori	19
Svensk nyinstitutionell teori	20
Expertis	20
Legitimitet	22
Ansvar	23
Auktoritet	23

Nätverk	24
EMPIRI	26
Kodschemat	26
Q1 – Motiverat uttalande	26
Q2 – Analytikers egenskap i text	27
Q3 – Antal analytiker	27
Q4 – Antal aktörsparter	28
Q5 – Antal åsiktparter	28
Q6 – Tempus	28
Q7 – Anonymitet	29
Q8 – Kommentar	30
Q9 – Stöd för resonemang	31
Q10 - Oemotsagt uttalande	32
Q11 – Artikelinnehåll	32
Q12 – Artikelbudskap	33
Q13 – Analytikeruttalande	34
Resultatbeskrivning	34
Inledning	34
Generella deskriptiva data	35
Skillnader i artiklar baserat på år	39
Skillnader mellan medier	44
Skillnader mellan artiklar baserat på längd	49
Deskriptiva data om artiklar med experter	52
Sammanfattning	55
INTERVJUER	56
ANALYS	58
Djupanalys	61
Nätverk	67
SLUTSATSER	69
KÄLLFÖRTECKNING	71
Intervjuer:	75
APPENDIX I – LAGTEXTER, ETISKA REGLER	76
Publicitetsregler	76
SFF:s Etiska regler	77
APPENDIX II: DESCRIPTIVES	79
Descriptive I	79
Descriptive II	80
Descriptive III	81

Inledning/bakgrund

Affärspress

Affärspressens framväxt har gått rasande fort de senaste decennierna. Från en undanskymd tillvaro före 1980-talet har affärspressen blivit svensk mediemarknads stora framgångssaga, framför allt under 1990-talet (Hadenius & Weibull, 2003). Numer ägnar både etermedia och press dagligen stort utrymme till ekonominyheter. Även inom nya mediekkanaler, främst Internet, har ekonominyheter blivit ett betydande och viktigt inslag (Karaszi, 1998).

Hvitfelt och Malmström (1990) har studerat ekonomijournalistikens utveckling. Studien indikerar en dryg fördubbling av utrymmet ägnat åt ekonomibevakning. En liknande utveckling har också noterats i Danmark (Kjaer & Langer, 2000). I konkreta termer visar sig utvecklingen inte minst i antalet verksamma ekonomijournalister i Sverige: 1975 var det totala antalet affärsjournalister omkring 60 stycken. 25 år senare omfattade bara Dagens Industris redaktion, som är Sveriges största på området, omkring 100 journalister. Enligt alla upptänkliga mått har ekonomijournalistiken alltså vuxit lavinartat (Grafström, 2001).

Samtidigt har ett skifte skett i affärspressens bevakning. Från att tidigare främst fokuserat på samhällsekonomi och arbetsmarknadsfrågor har tyngdpunkten de senaste åren flyttats till rapportering kring enskilda bolag och framför allt har ett kraftigt ökat börs- och aktiefokus kunnat noteras (Grafström 2001, Kjaer & Langer, 2000). En stor del av förklaringen till detta ligger av allt att döma i att svensk affärspress stora framväxt har gått hand i hand med en mycket snabb utveckling på världens och Sveriges finans- och kapitalmarknader (Harrysson & Abrahamsson, 1999).

Värdet av de finansiella tillgångarna i Sverige har i relation till BNP fördubblats sedan andra världskriget, vilket på sätt och vis också kan sägas ha fördubblat den finansiella sektorns betydelse i Sverige (Larsson & Sjögren, 1995). I börsvärde mätt har den svenska aktiemarknaden bara under de senaste tio åren vuxit från 976,2 miljarder utgången år 1994 till 2067 miljarder kronor utgången 2003 (siffrorna inflationsjusterade, Stockholmsbörsen). Omsättningen har under samma period ökat med över 350 procent (www.stockholmsborsen.se).

Finansanalytiker

Den fysiska representationen av finansmarknaden har under de senaste decennierna i allt större utsträckning kommit att utgöras av finansanalytiker, vilka överlag kommit att betraktas som fristående och oberoende bedömare (Mersin & Ollila, 2003, Unger et al, 2002). Denna ställning har dock i allt större omfattning kommit att ifrågasättas – framför allt i samband med ett antal omfattande och uppmärksammade skandaler i slutet av 1990-talet (ibid). Det har visat sig att analytiker inte bara har

lämnat tveksamma aktierekommendationer, som i många fall varit förlustbringande, utan att de i vissa fall också har gjort det medvetet (ibid).

Vidare visar Johanssons (1998) att det är betydligt vanligare att finansanalytikerna ger köp- än säljrekommendationer och att de dessutom har en benägenhet att ge överdrivet optimistiska vinstestimater. I ett antal uppmärksammade fall har analytiker (Unger et al, 2002) åtalats och dömts till långa fängelsestraff för korruption och missledande råd. Ett stort antal ledande investmentbankerna i USA har också tagit på sig ett mer omfattande ansvar för missförhållanden. I en förlikning har nyligen flera av de största investmentbankerna och mäklarfirmorna gått med på att betala motsvarande 1,4 miljarder dollar i böter och kompensationer för bland annat dåliga aktieråd (BusinessWeek.com).

Studien

Vi anser att det faktum att näringslivsjournalistiken under de senaste decennierna har ökat i omfattning utgör ett starkt skäl för att studera denna. Ser man till hur aktiemarknaden utvecklats och expanderat både storleksmässigt och i betydelse under samma period blir intresset av en närmare granskning än större. Mot ovanstående bakgrund finner vi det dock särskilt relevant och angeläget att kartlägga och analysera hur affärspressens källor på finansmarknaderna används.

Syfte

I ljuset av affärspressens ökade inflytande och betydelse, samt med tanke på den kraftiga slagsidan mot bevakning och kommentering av börsen och börsbolag under 1990-talet (Grafström, 2001, Kjaer & Langer, 2002), har vi för avsikt att undersöka hur affärspressen i sin börsbevakning förhåller sig till finansanalytikerna, som under de senaste åren positionerat sig som finansmarknadens ledande börsuttolkare (Harryson & Abrahamsson, 1999 & Unger et al, 2002).

Affärspressens roll som främsta förmedlare av börsinformation till allmänheten, samt de skandaler som visat på tveksamheter kring analytikernas oberoende anser vi vara viktiga skäl till att undersöka hur finansanalytikernas råd och rekommendationer behandlas i affärspressen.

Mot denna bakgrund har vi för avsikt att undersöka hur förhållandet mellan affärspressen och analytikerkåren tar sig för uttryck idag, samt hur detta förhållande har utvecklats under den gångna 20-årsperioden.

Det inledande syftet med denna uppsats blir därför att ta reda på om affärspressens användning av analytiker har ökat, varför undersökningen i ett första stadium är helt explorativ.

Efter denna inledande kvantitativa studie gör vi en utbyggd explorativ, och till viss del deskriptiv, studie av hur förhållandet mellan affärspressen och finansanalytikerna ser ut. Därefter analyserar och tolkar vi våra resultat med hjälp av relevant teori.

Mot bakgrund av ovanstående frågeställningar blir vårt syfte att:

- Undersöka i vilken omfattning affärspressen använder sig av finansanalytiker i sin börsrapportering, samt hur användningen dessa källor utvecklats under de senaste 20 åren
- Blottlägga hur/på vilket sätt affärspressen använder sig av finansmarknadsanalytiker i sitt arbete och, specifikt, i sin börsbevakning.
- I en kvantitativ innehållsanalys undersöka hur affärspressens användning av analytiker förändrats/utvecklats över åren. .
- Med hjälp av relevant teori göra en ansats att förklara varför ovanstående förhållanden ser ut som de gör.

Vi problematiserar affärspressens användning av analytiker utifrån studier i institutionell teori. Vi behandlar härvidlag bland annat idéer/teorier om expertis, legitimitet, ansvar och auktoritet och nätverk som institutioner. Vi gör det i ljuset av tidigare relevant forskning.

Struktur

Studien följer så långt möjligt Danes (1990) kriterier för undersöknings/rapportarbete, med en stegvis fördjupning och utveckling av ämnet. Med tanke på att utbudet av tidigare studier på området är ytterst begränsat har denna undersökning/ uppsats formen av en explorativ studie. Teorin i en explorativ studie fungerar inte första hand som en utgångspunkt vars förklaringsförmåga ska testas, utan som begreppsapparat och analysverktyg för att skapa förståelse och idéer kring de bakomliggande orsakerna till de resultat som kommer fram i empirin. Med andra ord fyller teorin företrädesvis en tolkande roll.

Uppsatsens uppläggning/struktur är, mycket schematiskt, följande:

1. Upptäcka – Vårt fokus ligger på hur affärspressen förhåller sig till analytiker. För att ta reda på detta gör vi en explorativ undersökning som bygger på innehållsanalys av 950 artiklar i svensk affärspress.
2. Beskriva – Detta är en explorativ studie där vi har för avsikt att undersöka hur affärspressen förhåller sig till finansanalytiker kåren i sin börsbevakning – beskrivning blir härmed en naturlig följd.
3. Förklara – Vi gör en ansats att förklara utveckling och förhållande mellan pressen och analytikerna i ljuset av relevant teori.

Metod

Kvantitativ innehållsanalys

Journalistik är ett massfenomen, och i kraft av detta bör studiet av denna ske i former som kan hantera stora mängder data (Ekecrantz, 1997).

Vi har för denna studie därför valt att använda oss av kvantitativ innehållsanalys. Det innebär att vi har läst ett stort antal artiklar (analysenheter) i för ämnet relevant press, vilka vi har bedömt och kategoriserat utifrån ett i förväg utarbetat kodschema. Vi har därpå behandlat resulterande data i statistikprogrammet SPSS, med avsikt att blottlägga utvecklingar, tendenser och mönster för materialet.

Ibland säger man att som man frågar får man svar – det kan jämföras med tolkning och analys av en text. Varje text kan läsas och tolkas utifrån olika perspektiv, utan att den ena behöver vara mer rätt än den andra. Trots att kvantifierade data är det slutgiltiga resultatet av innehållsanalysen ska den, mot bakgrund av ovanstående, alltså inte förväxlas med fakta i någon naturvetenskaplig mening. Till grund för innehållsanalysen ligger subjektivt uppställda kriterier. Målet är givetvis att nå en rättvisande bild av det undersökta fenomenet/verkligheten. Men i ljuset av ovanstående måste resultaten i första hand ses som indikationer/tendenser – varför intersubjektivitet i idealfallet alltså blir resultatet, snarare än ovedersägliga fakta.

Fördelar och nackdelar med metoden

Naturligtvis finns det problem med innehållsanalys, precis som med vilken annan metod som helst. Ett problem grundar sig i människors stora tilltro till siffror, vilket gör att metoden lätt kan missbrukas och att förhållanden kan feltolkas (Holme & Solvang, 1997). Ett annat problem är att metoden inte kan svara på omfattande eller spekulativa frågor (ibid). Innehållsanalys fungerar dock exempelvis mycket bra för initial kartläggning av ett fenomen, samt som grund för diskussion och fortsatt forskning (ibid).

Vidare presenterar Krippendorff vissa andra fördelar med metoden i förhållande till andra metoder. Först och främst är innehållsanalys en metod som behandlar sekundärdata och därmed inte påverkar undersökningsobjektet. För vissa andra metoder kan fallet annars vara att undersökningsobjektet tar på sig en roll som respondent gentemot forskaren, och svarar så som hon tror att det förväntas av henne, eller så som forskaren önskar.

En annan styrka med innehållsanalys är att stora mängder data kan hanteras. Fördelen med detta är framför allt att generaliserbarheten ökar ju större mängd data som ingår i undersökningen. Problemet kan samtidigt vara att mängden data ofta överstiger det en person klarar av att gå igenom ensam. Det innebär ofta att flera personer kodar parallellt och att det därmed finns det en risk att de kodar olika.

Mot denna bakgrund är det, för att uppnå en acceptabel reliabilitet och intern validitet, viktigt att genomföra intersubjektivitetstest (det vill säga att kontrollera att tolkningen är samstämmig). I vårt fall har brist på resurser och tid inneburit att vi fungerat som testpersoner gentemot varandra.

Urval och avgränsningar

Eftersom generalisering är ett av de viktigaste målen hos kvantitativ innehållsanalys som metod är det väsentligt att fundera över hur urvalet ska göras. För att kunna göra generaliseringar och dra korrekta slutsatser krävs att stickprovet blir tillräckligt representativt för populationen. En stor del av uppsatsarbetet har därför lagts ned på att välja en relevant urvalsperiod och ett representativt stickprov.

Då intresset främst har riktats mot hur affärstidningarna använt sig av analytiker i sin rapportering om bolag på börsen, har ett urval av företag valts med målet att så nära som möjligt spegla börsen. Företagen är fördelade på olika branscher som vi har viktat efter branschrepresentation på Stockholmbörsen (vi har här fått benäget bistånd av Mikael Runsten, Assistent Professor på institutionen för Accounting and Managerial Finance vid Handelshögskolan i Stockholm).

Sökkriteriet för undersökningen har varit ordet ”*Analytiker*”. Texter som undersökts har härmed innehållit sökordet *analytiker* tillsammans med ett eller flera av följande företag: Atlas Copco, Electrolux, Skanska, Hennes & Mauritz, Cardo, Carnegie, Enator, Holmen, Skandia och Brio. Dessa bolag har – för att i möjligaste mån undvika statistiska felkällor – alla varit noterade på Stockholmbörsen under hela den period som studeras, det vill säga från 1985 till 2003.

Perioden som studeras är vald dels av praktiska skäl; arbetet med vår uppsats inleddes våren 2004 och artikelarkivet i Affärsdata, som vi använt, sträcker sig till just 1985. En initial undersökning visade också att analytiker förekommer i så liten utsträckning i affärspressen innan 1985 att närmare granskning inte framstår som fruktbar.

På grund av begränsningar i tid och resurser har vi valt att undersöka artiklar från vart tredje år sedan startdatumet 1985. Undersökta år är alltså – förutom 1985 – åren 1988, 1991, 1994, 1997, 2000, 2003. Vi ansåg att detta var en rimlig metod för att få fram en hanterlig mängd data, utan att – mot bakgrund av vårt syfte – reducera tillförlitligheten i undersökningen. Genom att undersöka varje valt år genomgående istället för att exempelvis undersöka var femte artikel under hela tidsperioden, anser vi också att vi förvissar oss om en högre validitet i undersökningsresultatet – vi kan vara säkrare på att resultaten är korrekta, men under ett begränsat antal år. Alternativet hade varit att undersöka varje år med en avsevärt lägre noggrannhet. Eftersom vår ambition var att undersöka en förändring över tid och inte kartlägga hela tidsperioden anser vi att detta förfarande är det bästa.

För de år där urvalet trots detta blev ohanterligt valde vi slumpmässigt ut varannan artikel, något som blev aktuellt åren 1997 till 2003. Ovanstående ledde fram till ett slutgiltigt urval om cirka 950 artiklar, vilket vi ansåg vara en lämplig mängd för vårt syfte.

Vårt syfte med ovanstående arbetssätt har varit att skapa en så tillförlitlig mätprocess som möjligt. Men även om vi tror att vi funnit en godtagbar metod för undersökningen måste man vara medveten om att några helt neutrala perioder inte existerar i verkligheten. Det händer alltid någonting som är exceptionellt för ett visst företag, en viss bransch eller för ett helt samhälle, som kan ge upphov till felkällor.

Bortfallsanalys

Ur ett stickprov brukar ett bortfall uppstå, så är även fallet i vår studie. Bortfall har dels berott på att artiklar saknats på grund av tekniska fel i databasen och dels på att analytiker förekommer i artikeln på ett sätt som inte stämmer överens med det syfte som vi definierat för undersökningen (en mer detaljerad genomgång av detta följer under avsnittet variabelbeskrivning i Empiri-delen).

Reliabilitet och validitet

Frågan om reliabiliteten (pålitligheten) hänför sig till hur precist mätningen har skett och tangerar den om generaliserbarhet. Mot bakgrund av undersökningsmaterialets storlek anser vi oss kunna göra en del generaliseringar. Vidare har vi kontinuerligt gjort så kallade intersubjektivitetstest, för att försäkra oss om att vi har en samstämmig syn om kodningarna. Detta har skett genom att vi har motläst/motkodat var tionde artikel.

Under intersubjektivitetstesten har vi nått en genomsnittlig överensstämmelse om ca 85 procent (en viss ökning har skett under arbetets gång), vilket vi med utgångspunkt i den valda metoden ansett hålla godtagbar nivå och därmed ge en acceptabel reliabilitetsnivå.

En av nycklarna för att nå en hög validitet vid användningen av kvantitativ innehållsanalys är att frågeställningarna operationaliseras väl i kodschemat. Detta har vi lagt ned mycket arbete på. Vi har testkodat flera gånger och arbetat med kodschemat på ett iterativt sätt. Kodschemat har vidare genomgått ett flertal revideringar (se vidare punkten variabelbeskrivning i Empiriavsnittet).

Vad avser reliabilitet och validitet gäller generellt att rent kvantitativa undersökningar har högre reliabilitet än kvalitativa, medan ett omvänt förhållande ofta kan sägas gälla när det kommer till validiteten. Så är med all sannolikhet även fallet i föreliggande studie (Malhotra, 2004).

Med utgångspunkt från dessa resonemang är frågan om vår undersökning uppvisar acceptabel reliabilitet och validitet fortfarande öppen. Explorativa studier är ju, av naturliga skäl, av den typen att

de är svåra att jämföra med andra/tidigare undersökningar och teorier. Därmed vill vi dock inte beteckna reliabilitet och validitet hos resultaten som otillfredsställande, utan bara reservera oss för att de är svåra att bedöma.

Intervjuer

Utöver den kvantitativa innehållsanalysen har vi även genomfört intervjuer med nyhetschefen på Veckans Affärer, Anders Billing och Christer Mårdbrant långvarig redaktionschef på Dagens Industri, samt numer chefredaktör för di.se. Vi har valt dessa publikationer då de är de mest framträdande, mätt i upplaga, på den svenska affärspressmarkanden. Personerna har vi valt på grund av att de har det dagliga ansvaret för källkontroll, urval och policybeslut, vilka är centrala områden för vårt studiesyfte.

I regel är målet med intervjuer att nå en bredare förståelse för det undersökta fenomenet. Detta var också det övergripande målet med intervjuerna i den här studien. Metoderna för att genomföra intervjuer är många och skiljer sig åt beroende på situation, tillgänglig tid och syftet med intervjuerna. Det utmärkande draget hos personliga intervjuer, som det gäller i föreliggande fall, är en dialog mellan intervjuaren och respondenten, något som är tidskrävande men i regel också givande. Vår avsikt med detta intervjubaserade avsnitt är att ge en bild av hur berörda personer i de branscher som berörs av vår undersökning själva tolkar från undersökningen framkomna data.

Bakgrund

Affärspressmarknaden

Marknaden för svensk affärspress involverar ett stort antal aktörer. Den här studien begränsar sig dock till ett urval om nio svenska ledande rikstäckande affärsmedier: Affärsvärlden, Dagens Industri, Dagens Nyheters ekonomisidor, Di.se, E24, Finanstidningen, Privata Affärer, Svenska Dagbladet Näringsliv samt Veckans Affärer.

Den gängse uppfattningen är att den journalistiska produkten utformas och påverkas av omkringliggande samhälleliga sociala system och ramverk (Hadenius & Weibull, 2003 & Karaszi, 1998). För affärspressen har exempelvis förhållanden på kapitalmarknaden, politiska beslut, samt inte minst mediernas interna och externa organisation, därmed stor betydelse för dess inriktning och utveckling (ibid).

Då även, av naturliga skäl, sociala strömningar, kunskapsnivå och föreställningar hos allmänheten påverkar utformning av, och inriktning på, journalistiken är det följaktligen en komplex process med många faktorer som påverkar medierna i stort, och därmed också affärspressen.

I ljuset av detta blir det svårt att ge ett entydigt svar till varför en viss utveckling skett inom affärsmedierna. Det är heller inte det primära målet med den här studien. Syftet är snarare beskriva en utveckling, blottlägga rådande förhållanden inom det granskade fältet, samt ge vissa tolkningar till varför dessa förhållanden föreligger.

Marknaden för svensk affärspress är relativt outforskad. För att skapa en bättre utgångspunkt för förståelse av affärspressmarknaden, och för vår studie generellt, görs nedan en snabb genomgång av vad vi här väljer att kalla affärspressfältet.

Definitionen av en affärsnyhet

Det är praktiskt taget omöjligt att exakt avgöra vad som är en affärsnyhet. Ekonomiska och finansiella uppgifter ingår i allt större omfattning inom all rapportering i massmedierna. Vidare, beroende på bakgrund, utbildning etc., definierar olika människor skilda uppgifter och fakta såsom av ekonomisk eller finansiell karaktär.

För att undvika svåra gränsdragningar har vi därför valt att gå på pressens/mediernas egna definitioner om vad som är affärsnyheter.

Vi har alltså koncentrerat oss på uttalad affärspress och affärsavdelningar inom övrig press (exempelvis DN ekonomi, och Näringsliv i SvD). Detta val innebär visserligen att vissa affärsnyheter, och medier, undgår granskning men samtidigt tror vi att fördelarna i detta tillvägagångssätt överväger nackdelarna.

Forskarna Hvitfelt och Malmström (1990) hävdar att affärsnyheters uppfattade nyhetsvärde i Sverige har fördubblats mellan åren 1976 och 1990. Till grund för denna slutsats ligger en studie där forskarna har mätt antalet affärsartiklar som tidningarna puffat för på förstasidan.

Liknande resultat har även uppnåtts i danska studier – även här har de gångna decennierna visat på en betydande uppgång för affärsbevakningens nyhetsvärde, vilket tyder på att detta är ett generellt fenomen, åtminstone i vårt närområde (Kjaer & Langer, 2000).

Som en grund för förståelse för affärspressens snabba utveckling presenterar vi nedan en kort historik med data om upplaga och fördelning av redaktionellt utrymme i svensk affärspress. Uppgifterna presenteras i en historisk kontext med målet att förmedla en bättre bild av affärspressens utveckling under de gångna decennierna.

Daglig affärspress

I början av 1970-talet beslöt dagliga Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning att inrikta sig på ekonominyheter, något kan sägas ha varit startskottet för daglig affärsbevakning i Sverige.

Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning hade dock vissa problem och gick mot en snar nedläggning 1973 (Grafström, 2001).

Tre år senare, 1976, grundades dock en ny komplett affärstidning, Dagens Industri, av Bonniers. Dagens Industri var i grunden en sammanslagning av åtta fackpublikationer (Bringert & Torekull, 1995).

Från början tilläts ingen börsbevakning i Dagens Industri då Bonnier ville undvika en eventuell kannibalisering på Veckans Affärer som vid tidpunkten var den ledande affärspublikationen i Bonnierstallet. Det dröjde till 1979 innan börsbevakning infördes i DI (Bringert & Torekull, 1995).

Från DI:s start tog det ett bra tag innan någon konkurrent dök upp på marknaden. Ekonomisidorna i allmän morgonpress, som i DN och SvD, expanderade visserligen men det dröjde över tio år, till 1989, innan en verklig utmanare lanserades i Finanstidningen.

Den uttalade ambitionen hos Finanstidningen var att presentera finansnyheter på ett mer seriöst sätt än marknadsledande DI. Planen var att Finanstidningen skulle bli Sveriges första finansiella dagstidning (Grünthal, 1989).

Finanstidningen var en uppskattad produkt bland Stockholms finansfolk. Men upplagemässigt nådde den inte i närheten av Dagens Industri. Finanstidningen markerade dock ett trendskifte mot större finans- och börsfokus i affärspressen, vilket även fick DI att öka dessa inslag (Mårdbrant, 2004).

1998 övertogs Finanstidningen av Stenbeck-ägda MTG. Då var upplagan 11 000, jämfört med DI:s 109 000, och det slogs fast att "elitfasen" som präglade finanstidningen var över och att tidningen skulle bli en heltäckande affärstidning i DI:s anda. (MTG, van den Brink, 2001).

Från mitten av 1980-talet fram till slutet av 1990-talet ökade upplagorna för Finanstidningen och Dagens Industri kraftigt. Relativt sätt var Finanstidningen en av Sveriges mest framgångsrika publikationer. Men det var DI som stod för den verkligt breda ökningen.

Marknaden för daglig affärspress ökade sammanlagt från 25000 exemplar 1977 till 160 000 exemplar 2000 (Projektet Nya Lundstedt, 2004).

Veckoaffärspress

Men även om antalet aktörer inom svensk affärsmidia har vuxit kraftigt under de senaste decennierna är det långt ifrån ett nytt fenomen. Sveriges äldsta affärstidning, Affärsvärlden, såg dagens ljus redan 1901. Grundare var Helmer Key, dåvarande chefredaktör för SvD. Förebilden var brittiska the Economist (Fagerfjäll, 2001), texterna var långa och komplexa och bilder hörde till ovanliga undantag.

Det dröjde till 1965 innan Affärsvärlden fick sällskap bland affärsveckopress. Då startade Veckans

Affärer med amerikanska Business Week som förlaga.

VA förde in en ny inriktning bland affärsmedierna med mycket bilder och mer braskande rubriker och skiljde sig därmed från Affärsvärlden som var mer inriktad på analys.

Veckans Affärer blev en omedelbar framgång med en upplaga från start på cirka 25 000 exemplar. Vid slutet av 1980-talet hade denna nära dubblats till omkring 50 000 exemplar (Projektet Nya Lundstedt, 2004).

Under samma period nära nog fyrfaldigade Affärsvärlden, som anammade mycket konkurrentens mer lockande layout, sin upplaga från 5 600 exemplar till omkring 26 000 (ibid).

Under krisären i början av 1990-talet sjönk upplagan för både Veckans Affärer och Affärsvärlden, men när ekonomin åter expanderade i slutet av decenniet skedde en viss återupphämtning (ibid).

Affärsbevakning i daglig morgonpress

Dagens Nyheter, Sveriges största dagstidning grundades av Rudolf Wall 1864. Målsättning var att Dagens Nyheter skulle bli den ledande och mest lästa tidningen i Sverige (Hadenius & Weibull, 2003), något som snart lyckades.

1884 startade "den andra" svenska rikstäckande allmänna dagstidningen – Svenska Dagbladet.

Omkring 1990 stod dagstidningsupplagorna på topp i Sverige, men sedan dess har upplagorna kanat rejält, och orsaken till den totala nedgången i upplaga i svensk press återfinns till stor del i de stora morgontidningarna SvD:s och DN:s upplagefall.

Upplagan för de två har minskat kontinuerligt sedan 1995, med en liten återhämtning 1999. Däremot har andelen ekonominyheter, d.v.s. ekonomisektionerna, ökat drastiskt utan avbrott under de gångna fem decennierna (Hvitfelt & Malmström, 1990).

SvD har mer än trefaldigt ekonomibevakningen sedan 1985 (ibid). Svenska Dagbladet har därmed en betydligt större andel affärsbevakning än konkurrenten Dagens Nyheter, som "bara" dubblat sin upplaga.

Sammantaget har svensk affärsrapportering ökat mycket kraftigt under den gångna 50 åren, även om utvecklingen varierat något mellan dagliga affärstidningar, affärsmagasin och ekonomibevakningen inom allmänna dagstidningar.

Anmärkningsvärt är att upplagan för affärspressen kontinuerligt och stadigt ökat att det senaste decenniet, trots att den totala upplagan för dagspressen i Sverige har minskat under samma period.

Affärstidningarnas innehåll

Bevakningen av enskilda företag och aktiemarknad ökar mest i svensk affärspress (Grafström, 2001). Denna kategori utgjorde 1990 omkring hälften av det innehåll som puffades för på förstasidan i Dagens Industri, för Finanstidningen var det omkring 22 procent. Tio år senare hade både Finanstidningen och Dagens Industri omkring 64 procent nyheter om enskilda företag, företrädesvis med börsfokus (ibid).

Grafström (2001) menar i sin studie att det ökade intresset för rapportering kring enskilda företag och branscher i affärspressen har skett på bekostnad av bland annat politik, arbetsmarknad och internationell ekonomi. Studier av Hvitfelt och Malmström (1990) visar på en liknande utveckling även för allmänna dagstidningar i Sverige. Kjaer och Langer (2000) konstaterar att situationen är densamma i dansk press där fokus har skiftat från konflikter på arbetsmarknaden med ett tydligt klassperspektiv till villkor och utveckling för enskilda, börsnoterade företag.

De senaste åren har även en kraftig skiftning skett mot att affärspressen lägger större vikt vid företagsrepresentanter. Det gäller i huvudsak verkställande direktören, men även ägarrepresentanter förekommer i betydligt högre omfattning (Grafström, 2001).

Slutsatsen är att affärspressen blivit mer fokuserade på enskilda företag och aktiemarknaden, samt att de blivit mer personcentrerade. Detta tycks inte inskränka sig till affärsmedierna – utan vara en generell utveckling.

Teoretisk referensram

Villkor för medierna:

Sveriges ekonomiska journalistik präglas av två huvudsakliga ansatser; aktiv ekonomi och aktiv politik. Aktiv ekonomi tar sin utgångspunkt i att ekonomin är den dominerande kraften gentemot politiken, vilket innebär att det ytterst är marknadskrafterna som är rådande i samhället (Mårtensson & Lindhoff, 1998). Enligt aktiv politik är situationen den motsatta.

Den aktiva ekonomiska ansatsen inom journalistiken har de senaste åren blivit allt mer dominerande, något som tydligt visar sig i mediernas val av källor och perspektiv, menar Mårtensson och Lindhoff. Brytpunkten spårar de till 1990-talet. Till skillnad från tidigare började då rapporteringen kring exempelvis krisdrabbade företag (vilket var ett vanligt förekommande tema under krisåren i början på 1990-talet) koncentreras mer vid deras framtid på börserna än kring de människor som riskerade förlora jobben. Mårtensson och Lindhoff har i sammanhanget undersökt 103 artiklar från 1992 i DN-sektionen Arbete och Pengar (numer DN Ekonomi) som innehöll orden ekonomi och kris. Det visade sig att endast en anställd/drabbad förekom medan näringslivet och kapitalmarknaden var mycket generöst representerat.

Arbetsvillkor för journalisterna:

När en reporter ska förmedla en nyhet ställs denne inför en rad olika krav. En komplex verklighet ska reduceras till en artikel som står i samklang med journalistiska normer och etiska riktlinjer. Aspekter som tidsbrist, redaktionella krav, källkritik, trovärdighet, samt givetvis krav från publiken måste då tas hänsyn till (Hadenius & Weibull, 2003, Karaszi, 1998).

Ekström och Nohrstedt (1994) räknar upp fyra grundläggande objektivitetskrav som journalister antas leva upp till i nyhetsförmedlingen:

Korrekthet – att återge en händelseutveckling på ett opartiskt och sakligt sätt, utan att manipulera bilder eller fakta.

Källkritik – att vara kritisk mot olika källor, noggrann med urvalet av källor och uppge vilka intressen de representerar, såvida de inte är oberoende.

Allsidighet – att låta flera parter komma till tals i en viss fråga. Få händelser är av den karaktären att det är acceptabelt att skildra dem utifrån endast ett perspektiv.

Mångfald – När verkligheten inte är entydig är det centralt att ge utrymme för olika källors tolkningar av hur verkligheten är beskaffad.

Enligt Nohrstedt och Ekström bryter i praktiken dock många journalister mot ovanstående riktlinjer och det finns en tendens att undvika analys och istället endast rada upp faktauppgifter. Thurén (1985) anser att denna utveckling hänger samman med att reporterns kunskaper i en allt mer komplex och specialiserad omvärld ofta är bristfälliga. Ofta får experter ta över rollen att stå för sammanhangs- och förklaringsbeskrivningar. Han nämner i detta sammanhang fyra olika strategier som reportrar i dessa fall ofta använder sig av:

- Reportern refererar den expert som har de bästa formella meriterna.
- Reportern refererar den åsikt som uttrycka av de flesta experterna.
- Reportern refererar den expert var åsikt stämmer mest överens med hans egen.
- Reportern refererar den expert som han anser personligen är fri och oberoende av ekonomiska och andra intressen som gör honom eller henne partisk.

Thurén (1985) menar att ingen av dessa strategier håller måttet. Han anser att journalister som inte upplever sig kapabla att analysera sakfrågan istället bör klargöra hur, och på vilka punkter, experternas åsikter går isär. Då har läsaren själv en möjlighet att bilda sig en uppfattning i frågan.

Ekström och Nohrstedt (1994) hävdar å sin sida att journalistiken för att kunna skildra komplexa skeenden kräver reducering av fakta och antal berörda. Att allsidigheten och mångfalden får stryka på foten anser de främst förklaras av tidspress, vilken de menar är inbyggd i den journalistiska yrkesideologin och i mediernas organisation (Norstedt & Ekström, 1994).

Slutresultatet blir emellertid även enligt detta resonemang att journalister i större utsträckning vänder sig till elitföreträdare. Experter utgör en snabb och i omvärldens ögon legitim väg att få kommentarer kring komplexa skeenden. Ofta blir resultatet dock att endast två parter, i regel båda på elitnivå, kommer till tals. Konsekvensen blir att eliterna får fullt definitionsutrymme i medierna, på svagare grupper bekostnad (ibid).

Vidare blir urvalet ofta skevt även när det gäller expertkällor. Journalister har för vana att upparbeta ett kontaktnät av lättanvända källor som de gärna återkommer till av rutin. Genom att använda upparbetade kontaktnät fylls kravet på snabbhet och effektivitet. Rutiniseringen inverkar dock negativt på kvaliteten. Källorna som ingår i nyhetsnätet (som detta brukar kallas) skapar ofta en skevhet till förmån för vissa positioner och intressen, på bekostnad av andra (Sahlstrand, 2000).

Med andra ord anser Sahlstrand, Thurén samt Nohrstedt och Ekström att den journalistiska verksamheten inte alltid står i samklang med andemeningen i de pressetiska reglerna (Appendix I). Det gäller exempelvis normer om att vara kritisk mot källor, generös med bemötanden samt att höra båda sidor av en historia.

Även tidningarna själva har uppmärksammat ovanstående problematik. Dagens Industri skriver till exempel följande angående användning av aktieanalytiker i sitt policydokument:

”Anonyma citat bör enbart användas för aktörer i händelseförlopp eller andra källor som av självklara anledningar inte kan gå ut med namn. Anonyma citat från exempelvis aktieanalytiker bör undvikas helt.”

Finansanalytikerns roll

Finansanalytikerns arbete är i grunden att analysera och råda investerare i bedömningen av olika placeringsobjekt. Arbetet handlar företrädesvis om att vara ett stöd, ta fram objekt och presentera olika placeringsalternativ för en investerare/kund (Hägglund, 2001).

Målet är att givet en viss risknivå uppnå högsta möjliga avkastning. Arbetet kretsar företrädesvis om att framställa matematiska beräkningsmodeller, där exempelvis det analyserade bolagets framtida kassaflöden analyseras, eller där dess värdering ställs mot andra jämförbara bolags (multipelvärdering). Analytikern när härmed fram till ett teoretiskt värde på placeringen vilket, om det är högre än priset, utgör ett potentiellt investeringsalternativ. Analytikerna är ansvariga för den presenterade värderingen av företaget, men kunden tar den finansiella risken (Hägglund, 2001).

Vid analys av ett företag anses all tillgänglig information vara av värde, hänsyn bör alltså tas till både kvalitativa och kvantitativa uppgifter. Den information som används i analytikernas värderingsmodeller är dock till övervägande del av kvantitativ karaktär. Denna information anses av analytikerna vara "bra information" (ibid). För att informationen ska bedömas som "bra" ska den vidare helst passa med analytikerns tidigare uppfattning om företaget (ibid).

Analytikerns uppgift är med andra ord att utifrån vissa ramar sammanställa en analys och förutspå bolags framtida värdeutveckling. Men analytikern tar alltså sällan hänsyn till all tillgänglig information och handlar, bland annat genom att lägga vikt endast vid kvantitativa uppgifter, ofta begränsat rationellt (ibid).

Etiska riktlinjer

Analytikerkåren har de senaste åren drabbats av en rad skandaler. Men det råder i grunden ingen brist på etiska förhållningsregler i kåren. Sveriges Finansanalytikers Förening, SFF, har exempelvis sedan länge givit ut etiska riktlinjer, vilka flertalet fondkommissionärer, investmentbanker och mäklarfirmor har förbundit sig att följa (Appendix I).

Vidare arbetar branschen för att bli mer professionaliserad. Flertalet arbetsgivare kräver numer förutom lämplig examen även godkänd diplomandutbildning för finansanalytiker eller mäklarkörkort

Det finns en liknande tendens världen över, vilken syftar till självreglering. Efter de senaste årens kraftiga skandaler har dock finansbranschen i ökad omfattning blivit föremål också för legala åtgärder.

Reglerande och legal utveckling i finansbranschen

Efter redovisnings- och finansskandalerna i slutet av 1990-talet började börser, mäklarfirmor och finansinstitut världen över instifta nya regler för att hantera intressekonflikter för finansanalytiker (Unger et al, 2002).

Nya regler som begränsar analytikernas privata investeringar samt när och de tillåts lämna rekommendationer har bland annat kommit från NYSE och NASDAQ (ibid). De ledande investmentbankerna har börjat redovisa hur stor andel av rekommendationer som hänför sig till kategorierna köp, sälj, behåll eller övervikt (ibid). Vidare arbetar amerikanska SEC för att analytiker personligen ska tvingas försäkra att de står bakom lämnade rekommendationer (ibid).

I Sverige pågår också ett kontinuerligt arbete med att harmonisera och förnya lagstiftningen inom mäklar- och förvaltningsindustrin. Sverige deltar även aktivt inom EU:s arbete på området (Mersin & Ollila, 2003). Bland annat sker i Sverige just nu en översyn av kommissionlagen från 1917. Här

diskuteras till exempel nya regler för fondkommissionärernas handel med eget lager samt prissättning vid sådan handel.

Branschorganisationer har också tagit initiativ till ökad självreglering genom bland annat är körkortet för aktiemäklare och diplomandutbildning för finansanalytiker exempel på detta.

Sammanfattningsvis ligger dock processen kring lagstiftning inom EU och Sverige efter utvecklingen i USA (Mersin & Ollila, 2003), där de nya reglerna redan kraftigt påverkat mäklarfirmor och aktieanalytiker.

Det har utdelats böter och i flera fall har anställda dessutom fått sparken (Unger et al, 2002). Vissa "fullservice-banker" har vidare gjort researchavdelningen, dit finansanalysen är förlagd, helt oberoende (Citigroup). Bonussystem för aktieanalytiker har också förändrats (ibid).

Finansanalytikern ur ett institutionellt perspektiv

Finansanalytikerna har alltså att förhålla sig till ovanstående etiska och legala riktlinjer. Emellertid förekommer en mentalitet och kultur inom finansbranschen som på många sätt går på tvärs med dessa (Norberg, 2003). Mentaliteter kan i det här sammanhanget beskrivas som tröga föreställningar och vanor som dröjer kvar över långa tidsperioder och som är djupt inrotade i människors vardagsliv:

[Mentaliteter] präglar en grupp individer inom ett geografiskt område. Skilda företeser vinner legitimitet i kraft av att överensstämma med mentaliteten. En mentalitet befinner sig på en delvis omedveten nivå och en person präglas av den mentalitet som råder i den omgivning denne lever och verkar i. [Men] genom sin verksamhet bidrar en person också till att en viss mentalitet utbreder sig (Norberg 2004).

Finansmarknadens aktörer bygger tillsammans upp en gemensam mentalitet och ett förtroendekapital inför omvärlden, varigenom verksamhet och beteende ges intern och extern legitimitet.

Norberg menar att följande fem mentaliteter kraftigt präglar finansanalytikerns värdegrund:

Girighet – många anställda inom finansmarknaderna har en abstrakt vinningslystnad. Det innebär att de vill "tillvälla" sig objekt. Norberg kallar det abstrakt girighet då det inte företrädesvis handlar om en vilja att inneha objekten, utan att rang i gruppen snarare avgörs av en **möjlighet** att förvärva nämnda objekt. Monetära tillgångar blir härmed centrala för att avgöra status i gruppen.

Då finansanalytikerna är rörliga och besitter ett intellektuellt kapital som är gångbart över hela världen kan denna girighetsmentalitet bli globalt spridd och rådande inom hela sektorn.

Rörlighet – finansmarknadens anställda är lättroliga. Deras arbetsmarknad är global och de är utpräglade individualister. Därmed, menar Norberg, riktas lojaliteten till den egna personen och till nätverket

bestående av andra med samma mentalitet (dvs. andra aktörer på finansbranschen), men inte till ett specifikt företag.

Kortsiktighet – Finansbranschen präglas av kortsiktighet och historielöshet. Det beror på att tonvikten läggs vid framtiden och historiska skeenden betraktas som irrelevanta. Finansanalytikern fokuserar på nuet och framtiden. En föreställning om att framtiden på ett vetenskapligt sätt kan förutses är utspridd.

Avskärmning från omvärlden – Branschen kännetecknas av meritokrati. Flertalet anställda inom finansbranschen är relativt ointresserade av den verkligheten som inte går, eller är problematisk, att reducera till kvantifierade data och kan processas i matematiska modeller. Ett skäl till ovanstående, och samtidigt en konsekvens av detta, är elitmentalitet, teknifiering och objektivisering i yrkesutövningen. Detta är samtidigt något som ökar legitimiteten och statusen i omvärlden. Vidare rekryteras nya medarbetare typiskt från ett litet urval prestigefyllda skolor med stark kulturell prägel av den bransch de utbildas för (jmf Pernilla Petrelius, 2003, Norgren, 2004)

Brist på ansvar – Finansvärlden aktörer har svårt att uppfatta sin plats i samhället och upplever ett elitbetonat främlingskap inom det omgivande samhället (Lasch, 1995). Detta distanserade ovanifrån-perspektiv gör att finansanalytikern sällan reflekterar över de potentiellt negativa följder hans handlingar kan få. Finansanalytikernas ersättningssystem förstärker denna mentalitet genom att vara starkt beroende av hur individen bidrar till firmans intjäning. Därtill, menar Norberg, anser sig finansanalytikern verka på en perfekt marknad där personligt ansvar så gott som helt reduceras bort. Finansanalytikern känner härmad i regel inte personligt ansvar för sina beslut:

Analytisk referensram

För att analysera data på ett mer djupgående, strukturellt plan har vi valt att huvudsakligen utgå från ett institutionellt/nyinstitutionellt perspektiv. Detta har vi gjort med anledning av att affärspressen utgör ett förhållandevis väldefinierat och sammanhållet institutionellt fält vilket lämpar sig väl för analys utifrån nämnda teori.

Vidare anser vi att institutionell teori är en lämplig grund för förståelse av det studerade området då både journalistiksektorn, vilket vi tidigare konstaterat, är ett område som präglas mycket starkt av för tiden förhärskande normer och strömningar i samhället (Hadenius & Weibull, 2003 & Karaszi, 1998) – samtidigt som det är en bidragande kraft till att reproducera, skapa och förstärka en viss samhällssyn och vissa normer (Meyer, 1996). Institutionell teori kan härvidlag tränga bakom det synbara, och blottlägga de underliggande drivkrafterna bakom en viss utveckling.

Ovan redovisade studier visar vidare att både finans- och journalistyrkeskåren inte alltid följer rationella verksamhetsramar i sitt arbete och att de stundtals bryter mot professionella förhållningsregler. Institutionell teori kan förklara dessa handlingsmönster.

Fenomen som med framgång kan förklaras/förstås utifrån institutionell teori och som förekommer i vår studie är exempelvis expertpreferenser, diskrepans mellan organisatorisk handling och beslut, organisatoriska legitimitetssträvanden, undvikande av ansvar, samt uppbyggande av nätverk och relationer inom och mellan fält.

Vi inleder nedan teoriavsnittet med en genomgång av vad institutionell/nyinstitutionell teori innebär och hur förhållanden kan förstås och tolkas utifrån detta teoretiska ramverk.

Teorigenomgången varvas med resultat och presentationer av tidigare forskning och studier inom områden parallella till vår studie.

Institutionell-/nyinstitutionell teori

Institutionell och nyinstitutionell teori bygger på varandra. Institutionell teori kom först och den nyinstitutionella skolan bygger vidare på denna, med vissa mer eller mindre stora förändringar. De båda betraktas emellertid i regel som enhetliga skolbildningar (DiMaggio & Powell, 1991). Gemensamt för de institutionella teorierna är en skeptisk inställning till en rationalistisk organisationssyn. Teorierna är istället inriktade på att blottlägga en organisatorisk verklighet som ofta rimmar illa med formella målsättningar och tron på en rationell verksamhetsstyrning (Johansson, 2002). Båda sysselsätter sig vidare med förhållandet mellan organisation och omgivning och bägge betonar kulturella aspekters betydelse för hur verksamhet utformas (Johansson, 2002).

Gemensamt för institutionalister är också en syn på samhället som uppbyggt av mer eller mindre närstående institutioner eller institutionella fält (exempelvis professioner, branscher etc.). En institution betecknas i det här fallet som en organiserad och etablerad struktur eller procedur, baserad på mer eller mindre för-givet-tagna formella eller informella, medvetna eller omedvetna, regler (ibid). Förekomsten av en institution innebär alltså att det finns ett accepterat, icke i grunden ifrågasatt, sätt att utföra eller förhålla sig till det som institutionen omfattar.

Skillnaderna mellan teorierna kan lite summariskt sammanfattas i att den institutionella teoribildningen koncentrerar sig på ett lokalt sammanhang, med direkta kontakter inom och mellan intressegrupper och organisationer, medan nyinstitutionalismen tar ett större grepp och koncentrerar sig på organisatoriska sektorer och fält (överensstämmer ungefär med branscher, professioner o dyl.). Med andra ord lämpar den nyinstitutionella teorin väl för att förstå och tolka överorganisatoriska faktorer, medan den äldre

skolan kan användas för att förstå inomorganisatoriska förhållanden. Vi kommer i denna uppsats att använda oss av båda ansatserna parallellt, vilket överensstämmer ganska väl med den svenska ansatsen.

Svensk nyinstitutionell teori

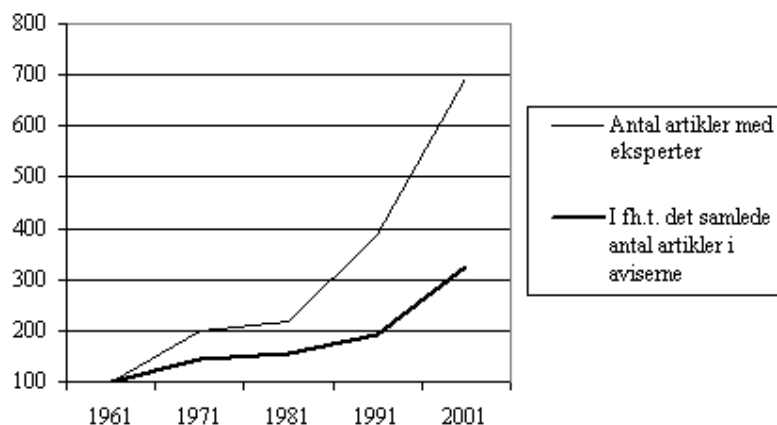
Svensk nyinstitutionalism har skilt sig från den amerikanska såtillvida att den inte är lika renodlat kognitiv. Betoningen på orubbliga för-givet-tagna mönster för handlande och struktur sätts här åt sidan för ett synsätt som erkänner att enskilda organisationer/aktörer kan agera strategiskt, och exempelvis ägna sig åt medvetet legitimitetssökande genom anpassning till normer i omgivningen etc.

Liksom all institutionalism vilar den, som vi här kallar för den svenska (Johansson, 2002), i grunden på en syn på institutioner som sociala konstruktioner – dvs något som är skapat av människor och som kontinuerligt skapas och återskapas av människor i interaktion med varandra. Vi behandlar nedan de begrepp/fenomen inom denna teoribildning som är särskilt centrala i vår studie och vilka vi kommer att använda för att tolka data i analysavsnittet.

Expertis

I den allmänna debatten talas ofta om att vi lever i ett expertsamhälle. De danska forskarna Kjaer och Langer (2000), konstaterar att experter fått en kraftigt ökad ställning i Danmark den gångna 20-årsperioden. En annan omfattande utredning, Maktutredningen, visar på följande utveckling i Danmark generellt vad gäller användningen av experter som källor/uttolkare och därmed auktoriteter i dansk press.

[Væksten i antal artikler med eksperter. Indekstal med 1961 som 100]



Mycket talar för att utvecklingen är likartad i Sverige (Tamm Hallström). Enligt nyinstitutionell teori (Johansson, 2002) kan man tala om institutionella fält där föreställningar och informella regler om hur saker bör göras inom fältet sprids. Brunsson (1989) talar i detta hänseende om de som agerar och de

som pratar, medan Meyer (1996) målar upp om en rollfördelning i "actors" och "others". Enligt Brunssons definition kan experter i huvudsak klassificeras som de som pratar, i Meyers vokabulär är de "others". Enligt Meyer sprider dessa "others" idéer och föreställningar om hur saker och ting bör göras, vilka sedermera institutionaliseras och kommer att betraktas som sanningar.

Men varför vill dessa others sprida sina idéer? Tidigare, skriver Meyer, har det varit vanligare att hålla idéer för sig själv. Svaret är, menar Meyer, att moderna organisationer legitimerar sig genom att ge sig ut för att vara exempel på ett universellt sant, progressivt och rationellt verksamhetsmönster. Ju mer konsensus dessa "others" kan bygga kring sina modellers generaliserbarhet desto större och starkare blir dess legitimitet. Det handlar enligt Meyer om att övertyga organisationens egna medlemmar om den optimalt rationella verksamhetsmodellen (internal legitimacy) liksom att övertyga omgivningen (external legitimacy) om dess förträfflighet.

Men varför ska "the actors" då lyssna på "the others"? Meyer menar att företräden som hög status, prestige och yttre framgångstecken är sådant som ger ökat inflytande, men pekar också på den allmänna tron i samhället på rationalitet och vetenskaplighet. Han menar att jakten på "det bästa sättet att utforma verksamhet" härmed sporrar ständig förändring. Stabilitet och existensberättigande förhöjs genom hänvisning till "the others". Others legitimerar sig i sin tur genom att tillhandahålla "expertkunskap".

Det finns gott om "others"; managementkonsulters, handelshögskolors, forskares, finansiella rådgivares och andra experters roll blir allt större (Giddens, 1990). Enligt Meyer kan svaret på den ständigt ökande tillgången återfinnas på två plan. Dels finns det som nämnts ovan ett sug från "actors" eftersom de uppnår legitimitet genom att hänvisa beslut, handlingar etc till experter – vilket i förlängningen innebär hänvisning till det universellt rationella förnuftet, dvs något vetenskapligt bevisat. Dels kan "others" ses som tjänare av ett högre samhälleligt ideal – den av en högre uppsättning lagar, som sökandet efter rationella, naturliga och vetenskapliga sätt att utforma världen.

För att göra det lite mer konkret: actors legitimerar sig genom att använda sig av others. Others legitimerar sig genom att hänvisning till högre värden och sanningar som premieras i vår tid, som vetenskap, förnuft och sanning. Det finns alltså ett ömsesidigt intresse som premierar expertframväxten.

Bengt Jacobsson varnar dock för utvecklingen i *Standardization and expert knowledge* (2000):

Expert knowledge is all around us and hard to avoid. Experts play a major role in organizations and societies [...] to the danger that groups of experts will set their own agenda, often claiming scientific basis for their knowledge. This basis in science is the foundation of their legitimacy, although in reality the scientific connection may be quite tenuous.

Vidare varnar Haas (1992) för att problem som "depoliticization, technicalization, and the emergence of regulation without responsibility" riskerar uppkomma vid för stor tillit till experter. Haas anser sig

skönja en trend mot en förstärkt roll för experter i samhället. Risken med att sätta för stor tilltro till experter kan alltså bli att man blir manipulerad samt att ett system av ansvarsundvikande uppkommer.

Legitimitet

Under avsnittet "experter" ovan har vi bland annat berört legitimitetsaspekten i att följa expertrekommendationer. I detta avsnitt ska gå djupare in på legitimitetsbegreppet.

Brunsson menar att organisationer (medlemmar i organisationer) ofta möter motstridiga krav från olika intressegrupper (Brunsson i Czarniawska, 1998). Organisationens verksamhet kan ge legitimitet och stöd för organisationen så länge den avspeglar värden, normer och krav som finns i dess omgivning (Parsons 1956). Problem uppstår dock när folk i organisationens omgivning hyllar olika normer som strider mot varandra (Brunsson). Lösningen kan enligt Brunsson bli att:

"[...] organisationen handlar i enlighet med vissa normer och beslutar i enlighet med andra: därigenom kan organisationen avspegla [flera motstridiga] externa normerna. Ett företag kan t.ex. ställas inför både lönsamhetskrav och krav på att inte förstöra miljön. Företaget kan då t.ex. fortsätta med den miljöförstörande, och lönsamma, verksamheten men samtidigt fatta beslut om ett miljöprogram."

Brunsson kallar ovanstående handlingsmönster för ett slags hyckleri (hypocrisy). När externa normer är motstridiga menar han att detta (en diskrepans mellan handling och ideal) kan vara en lösning. Brunsson (1998) går så långt som att hävda att beslut i en riktning kan kompensera för handling i en annan.

Ett typiskt sätt att legitimera handling är att hänvisa till rationellt, påstått universellt sanna normer, dvs något som företräds av framstående experter på området, vad Meyer (1996) ovan kallar "rationalized others" – exempelvis vetenskapsmän, forskare eller managementkonsulter (Furusten & Garsten, 2000). Det finns dock flera sätt att legitimera verksamhet. Ett annat är att hänvisa till att marknaden kräver det – om fallet exempelvis gäller medieföretag, att hänvisa till läsarna eller tittarna, och att man handlar för deras räkning (Kjaer och Langer, 2000).

Det finns olika strategier och metoder att vinna ovanstående gruppers samtycke. Ett sätt är att besluta och handla i en för dem önskvärd riktning, ett minst lika effektivt är dock prat (Rombach, 1986). Brunssons tal om att separera prat och handling kan härmed vara ett sätt att nå legitimitet på flera plan.

Prat ger möjlighet att lyfta fram preciserade, och ibland motstridiga budskap. Brunssons term, hyckleri, för detta leder tankarna mot en medveten spridning av motstridiga budskap i rent legitimeringssyfte. Det är emellertid inte något som Brunsson vill gå med på (1985, 1989). Han håller visserligen med om att det handlar om en strävan att erhålla legitimitet, men menar att inkonsistenserna vad gäller prat och handling inte fördenskull måste vara medvetet uttänkta. De är snarare resultatet av en genuin strävan tillfredställa oförenliga krav i omgivningen.

Ansvar

Ansvar är ett begrepp som beskriver det uppfattade sambandet mellan aktör och handling (Edwards 1969, Spiro 1969). Val/beslut ger den som väljer/beslutar ansvar. Om en person uppfattas som orsak till en händelse är han eller hon också ansvarig för den (Brunsson i Czarniawska 1998).

I äldre organisationsteori anses ansvar vara förknippat med makt – den som orsakar något har makt och vederbörande har också ansvaret. Makten accepterades, och motiveras även idag med argumentet att den också medför ansvar (Simon 1965).

Men ansvar uppkommer, mot bakgrund av ovanstående resonemang, bara när det handlar om ett val. Att det måste handla om aktiva val får också konsekvenser för ansvarsfördelningen. För att val/beslutsprocessen ska kunna skapa ansvar, måste den också tydligt peka ut beslutsfattarna som de som har valt, och därmed orsakat något. Ansvaret förstärks, menar Brunsson, om valet bryter mot den rationella beslutsprocessen (dvs alla alternativ inte har gått igenom och bedömts och det bästa valts ut etc), samt om beslutsfattaren personligen bundit sig till valet/beslutet (något som blir en direkt följd om denne frångått den rationella beslutsprocessen).

Ovanstående aspekter skapar alltså ansvar, men omvänt kan de användas för att undvika/undkomma ansvar. Då handlar det istället om att ej binda sig personligen till beslutet och att hänvisa till rationella beslutsprocesser (Brunsson & Malmer, 1978).

Hur mycket ansvar en enskild beslutsfattare får påverkas vidare av antalet beslutsfattare. Ju fler som kan sägas vara delaktiga i något, desto mer utspädd blir respektive aktörs ansvar. Om det däremot bara finns en tydlig beslutsfattare får denna det fulla ansvaret. Omvänt blir effekten att om alla är ansvariga är i praktiken ingen det. Det finns de som vill gå så långt som att hävda att marknaden är det allra mest ansvarsutspäddande fenomenet.

Auktoritet

Hittills behandlade begrepp – expertis, legitimitet och ansvar – ligger alla nära idéer om auktoritet. Kristina Tamm Hallström (2002) hävdar i sin doktorsavhandling *Kampen för auktoritet – standardiseringsorganisationer i arbete* att idén om expertis är en av de viktigaste grunderna för auktoritet.

Hon menar att föreställning om experter är att de är sakkunniga personer som besitter specialistkunskap, och att de därmed har möjlighet att dra generella slutsatser. En expert kan utifrån sin expertis ge goda råd till andra. Det handlar inte om slutsatser som dragits i en politisk beslutsprocess, inte heller något tyckande, eller råd utifrån gamla traditioner. Det rör sig i stället om vetenskapligt definierad kunskap.

Enligt Tamm Hallström anses en expert arbeta vetenskapligt och intresseoberoende. Ett sätt att klara av att framstå som intresseoberoende, menar hon, är att använda en begreppsapparat och en argumentation som är förankrad i "tekniska" och "rationella" argument (Abbot, 1998).

Tamm Hallström menar vidare att det finns ett samband mellan expertis och teknik i så måtto att båda är knutna till idén om att det i objektiv, teknisk mening går att fastställa kunskap. Enligt denna idé har just experter förutsättningar för detta. Ett tekniskt inriktat, rationellt, nästintill mekaniska arbetssättet gör att experter kan förstås som neutrala oberoende personer. Därmed har, och får, de även auktoritet – menar Tamm Hallström.

Ett sätt att öka och befästa expertisen och auktoriteten är professionella koder och tillhörighet. Förutom existensen av professionsorganisationer, brukar universitetsutbildningar och akademiska tidskrifter i ämnet lyftas fram som auktoritetsskapande och något som stärker expertisens makt.

Enligt Tamm Hallström finns vidare fyra utpräglade strategier för att uppnå auktoritet (dessa strategier gäller standarder, men de kan i lätt modifikation även överföras till andra områden):

- Argumentera för standardföljandets positiva effekter (övertyga om att gruppens/organisationens sätt att göra saker är värdefulla och ger förtjänst).
- Stärka sin egen auktoritet genom sättet att organisera verksamheten (till exempel rekrytering etc).
- Stärka sin egen auktoritet genom att samarbeta med relevanta referensorganisationer.
- Dra nytta av andras makt (övertyga andra organisationer med auktoritet på sitt område om att standarderna är användbara för deras arbete, och låta dessa organisationer "saluföra" idéerna).

Den främsta nyttan med att inneha auktoritet är givetvis att det ger legitimitet och möjlighet att styra och påverka andra. I affärsvärlden är detta i förlängningen inom många verksamheter en avgörande faktor för lönsam affärsverksamhet. Det gäller exempelvis konsulter, finansiella rådgivare, massmedier etc (Furusten, 1996).

Nätverk

Nätverksbegreppet har bland annat diskuterats med anledning av aktörers möjligheter att utöva makt över andra (Rose & Miller, 1992). Det finns i detta sammanhang två sätt att förstå makt- och nätverksrelationen. Det ena sättet betraktar makt som en förutsättning för att bygga upp ett nätverk, och att nätverket därmed är en effekt av makt (Bourdieu, 1986). Det andra ser uppbyggandet av ett nätverk som en förutsättning kunna utöva och nå makt (inflytande) (Rose & Miller, 1992).

I en studie av modeindustrin åskådliggör Bourdieu sin idé om nätverk. Han visar på modeskaparens makt att styra vad andra kommer att uppfatta som modernt. Samtidigt understryker han att

modeskaparen också är beroende av stöd från andra aktörer på fältet för exploatering och spridning av mode, för att nå ut med sina idéer och produkter. Bourdieu menar att makten främst ligger i att kunna mobilisera nätverket för sina egna syften:

Skaparens makt är ingenting annat än förmågan att mobilisera den symboliska energi, som producerats av alla de agenter som är engagerade i fältets funktion – journalister, som objektivt sett fått i uppdrag att höja värdet på skaparnas värdehöjande operationer (med hjälp av hela apparaten av tidningar och tidskrifter som möjliggör deras agerande), mellanhänder och på förhand omvända kunder, samt slutligen andra "skapare" som i och med sin egen konkurrens bekräftar värdet av det som står på spel i konkurrensen.

Modeskaparen tillsammans med mellanhänder, massmedia och konsumenter utgör enligt Bourdieu ett fält, och därmed anser han att de bör analyseras gemensamt som ett nätverk.

Bourdieu menar vidare att personer med gynnsamma positioner på ett fält (starkt kulturellt, ekonomiskt, eller socialt kapital) har möjlighet att påverka idéers konstruktion och spridning genom att mobilisera nätverket. Genom att aktivera detta stöd åt en idé kan andra människor bli övertygade och idén sprids, användas och refereras till på ett mer generellt plan.

Latour (1987) menar att en mäktig aktör är den som, i en given tidpunkt och utifrån rådande omständigheter, framgångsrikt lyckas engagera och mobilisera personer, procedurer och artefakter, som maskiner arkitektur, inskriptioner, utbildningsprogram, böcker, förpliktelser, dokumentations- och kalkyleringstekniker till förmån för sina mål.

Rose och Miller talar i samma anda om hur nätverk av allierade intressen växer fram och förstärks genom gemensamma principer och kommunikation mellan nätverkets aktörer.

I den utsträckning aktörer förstår sin situation enligt ett liknande språk och en liknande logik, och tolkar sina mål och sitt öde som sammanflätade, är de sammanlänkade i mobila och löst sammanhållna nätverk. Gemensamma intressen konstrueras [...] och gemensam perceptionskanaler formas, inom vilka vissa händelser tolkas enligt överensstämmande språk (Rose & Miller, 1992).

En styrka i detta synsätt är att det förklarar hur en profession genom olika närverksaktiviteter deltar i formandet av sin egen roll på ett fält (Tamm Hallström, 2000, Bang, 1999).

Ett nätverk med flera starka aktörer kan härmed bygga ett kraftfullt och inflytelserikt fält som kan prägla och styra omgivande institutioner i en för fältet önskvärd riktning (Tamm Hallström, 2000).

Empiri

Kodschemat

Nedan följer en beskrivning av vårt kodschema, som återfinnes i sin helhet i appendix II. Kodschemat består av sjutton variabler, varav fyra för identifikation och deskription, och tretton för den egentliga innehållsanalysen av artikeln.

De fyra första är generiskt beskrivande och heter Artikel-ID, Relevans, Medieföretag och Artikellängd. Artikel-ID är ett unikt ID-nummer för varje artikel, taget från Affärsdata. Relevans är en boolesk variabel, där artiklar som är relevanta för vår undersökning är markerade med 1 och de som av någon anledning inte är relevanta markeras med 0. En relativt stor del av artiklarna ansågs ej relevanta, eftersom vårt initiala urval var medvetet grovhugget – alla artiklar med ordet ”analytiker”. Vi vill understryka att vi är medvetna om att mäklare och analytiker också kallas för andra ord, och att vi inte utger oss för att ha fått en komplett sammanställning av analytikeruttalanden för de valda åren. Den beskrivna metoden var helt enkelt tänkt som ett grovt säll för att få fram en artikelmängd, som sedan kunde sorteras beroende på relevans. Vår grundläggande definition av relevans är följande:

”Artikeln är relevant om namngiven eller icke namngiven analytiker refereras med uttalande eller kommentar som aktiv part eller som representant för analytikerkåren eller annan analytikergrupp, i artiklar rörande börsföretag eller kapitalmarknad i en bred definition.”

Diskussion kring detta återfinnes under avsnittet ”Bortfallsanalys”. Medieföretag är helt enkelt mediet som artikeln kommer ifrån, och Artikellängd är antalet tecken inklusive blanksteg och ingress.

De tretton frågevariablerna benämns Q1 till Q13, och är flervalsfrågor där endast ett alternativ är möjligt. I de fall där valet av alternativ varit tveksamt, har individuella riktlinjer för varje fråga följts, som redovisas under genomgången av varje variabel/fråga. Genomgående har dessa riktlinjer utformats för att nå så hög signifikans och validitet som möjligt, genom att hålla en kritisk inställning till undersökningens resultat. Exempelvis har analytiker ansetts vara icke-anonyma i de fall där tvivel rått, eftersom vår tes är att de är till stor del anonyma. På så vis kan vi vara säkra på att ett resultat med en hög andel anonyma analytiker verkligen är korrekt och inte en effekt av undermedvetet ”välvillig” tolkning under kodningsprocessen. I de frågor vars svar har varit mest relevanta för våra premisser, har reglerna utformats och följts särskilt hårt.

Q1 – Motiverat uttalande

Den första frågan rör huruvida analytikern motiverar sitt uttalande eller kommentar, eller om den helt enkelt bara uttrycker en åsikt eller ett faktum. Detta definieras som om analytikern följer upp sitt uttalande med en förklaring eller motivation om varför så är fallet med en normativ eller subjektiv

argumentation. Svartalternativen är två: ja och nej. Notera att ingen hänsyn tas till om analytikern faktiskt velat motivera sitt uttalande men inte getts utrymme till detta av artikelförfattaren. Alltså får vi vänta oss att denna variabel ger ovanligt höga resultat på nej-sidan i medier med utrymmesbrist, främst di.se, utan att de för den skull kan lastas för detta ur ett journalistiskt etiskt perspektiv. Om tvivel rätt har uttalandet ansetts motiverat.

Q2 – Analytikers egenskap i text

Här frågas i vilken egenskap analytikern har i artikeln och om vederbörande representerar expertis eller marknaden. Svartalternativen är tre; representerar huvudsakligen marknad, representerar huvudsakligen expertis, eller annan representation. Frågan försöker utröna av vilken anledning journalisten valt att ta med ett citat eller åsikt från analytikern; är det i egenskap av representant för "marknaden" för att kommentera skeenden, reaktioner och hur analytiker har valt att handla, eller är det i egenskap av finansiell expert? Ett exempel på en artikel där vi definierat analytikern som representant för marknaden är "Bankerna gick mot strömmen på svag börs" (DI, 2003-02-20, artikel-ID 2841352). En icke namngiven mäklarchef säger:

"Något av en mellandag. Bortser man från Telia Sonera var det inget kraftigt säljtryck. Omsättningen var så låg att det blir ett ordentligt genomslag av det lilla säljmaterial som finns ute."

Ett exempel där representationen bedömdes vara som expert finns i "Försiktig optimism från TV4" (DI, 2003-02-11, artikel-ID 2830098), där Daniel Ek, analytiker på Carnegie, kommenterar resultatet:

"Sammantaget ett rörelseresultat i linje med förväntningarna och en hygglig försäljningstillväxt trots en tuff reklammarknad. Bolaget har nog gynnats av de nya reklamreglerna som tillåter reklamavbrott i programmen."

Alternativ tre avser de tillfällen som inte faller in under de första två och innehåller endast ett fåtal artiklar, mindre än en procent. Kodningen av denna variabel gav upphov till ringa tvivel, eftersom tendenserna till representation var tydligt polariserade. Därför behövdes inga närmare riktlinjer för kodning än de redovisade.

Q3 – Antal analytiker

Här undersöks antalet analytiker som refereras i artikeln. Svartalternativen är en analytiker, flera analytiker eller analytiker som yrkesgrupp. Det första alternativet avser de artiklar där endast en namngiven eller icke namngiven analytiker refereras – exempelvis "... sa en mäklarchef" eller "... säger NN, på förvaltarfirman XX". Det andra alternativet avser de artiklar där flera personer citeras eller refereras, som individer. Det tredje avser de tillfällen då man hänvisar till mäklarkåren eller en grupp av

individer utan att någon uttalar sig med ett citat. Ett exempel på detta finns i artikeln "Börshumöret vände upp" (DN Ekonomi, 2003-01-11, artikel-ID 2794706):

"En rundringning bland analytiker som Reuters har gjort visar att marknaden förväntar sig att försäkringsbolaget Skandia ska redovisa en försäljning för december månad, exklusive den nu avyttrade USA-verksamheten, på 6,2 miljarder kronor."

Frågans syfte var till största delen deskriptiv och gav inte upphov till några nämnvärda tvivel: antingen refereras en eller flera individer, eller inte. Alltså behövdes inga närmare riktlinjer om tvivel skulle uppstå.

Q4 – Antal aktörsparter

Denna variabel beskriver antalet parter som uttalar sig i artikeln, med alternativt en eller flera. Med parter menas i det här fallet inte nödvändigtvis parter med olika eller åsikter eller intressen i konflikt, utan endast antalet aktörer som uttalar sig i en fråga. Med part menas egentligen aktörsgrupp - exempelvis företrädare för bolag, offentliga institutioner, finansmarknad etc. Typen av part och dess storlek varierar beroende på artikelns innehåll och kan vara allt från "marknaden" eller "näringslivet" till två olika divisioner på ett företag. Exempelvis skulle en artikel som beskrev konkurrensen mellan Ericsson och Nokia innehålla två parter om personer från bägge företagen uttalade sig, och tre parter om en person från Post- och Telestyrelsen också uttalade sig. Eftersom det kan anses vara god journalistisk sed att låta samtliga parter i en fråga uttala sig, tolkades vid tvekan denna variabel som att flera parter uttalat sig.

Q5 – Antal åsiktsparter

Denna variabel beskriver, till skillnad från den förra, huruvida två eller flera parter med skilda eller divergerande åsikter får utrymme att uttala sig i artikeln. Den är också boolesk, med alternativt ja eller nej. Vi anser den vara en viktig beskrivningsfaktor, eftersom det som redan nämnts anses vara god journalistisk sed att låta flera, allra helst alla, parter i ett mål uttala sig, i synnerhet om de är i tvistemål eller är av skilda åsikter. Man kan visserligen hävda att stora delar av artikelmaterialet är deskriptivt, och bara beskriver exempelvis ett skeende på börsen och i sådana fall är det kanske svårt att hitta olika parter med olika åsikter. Trots det åtföljs sådana skeenden ofta av en kommentar från en analytiker eller liknande, och våra erfarenheter av analytikerkåren är att den sällan är rörande överens. Variabeln har tolkats som ja om tvekan funnits, av samma anledning som vid föregående variabel.

Q6 – Tempus

I tempusvariabeln försöker vi svara på om analytikerns uttalande har ett huvudsakligt à priori eller à posteriori-fokus. Variabeln är tänkt att vara deskriptiv för att få en bild av om uttalandena i huvudsak

försöker spå i framtiden eller diskutera redan skedda händelser. Endast två svarsalternativ finns – à priori eller à posteriori, vilket betyder att svaret avser uttalandets huvudsakliga fokus. Det huvudsakliga fokuset har också definierats som fokus i sak och inte fokus i utrymme. Nedan ett exempel på ett à priori-uttalande från Dagens Industri i artikeln "Aktien en trist läckerbit" (DI, 1997-09-24, artikel-ID 420094):

"En tråkig men undervärderad aktie som mycket väl kan komma att bli uppköpt. Det är analytikernas åsikt om Swedish Match och bilden av en uppköpskandidat stärks i takt med att allt fler svenska institutioner säljer sina aktier."

Ett exempel på à posteriori-uttalande finner vi i artikeln "Brittisk analytiker värderar Skandia till 20 miljarder kr" (DI, 1991-12-17, artikel-ID 1252524):

"KÖPENHAMN - UNI Storebrand och Hafnia har gjort en bra affär när de köpte Skandia aktier till kurs 222, trots att börskursen nu ligger kring 170 kr. Det anser den brittiske försäkringsanalytikern Jonathan Walker hos Baring Securities i London. Han har räknat ut att Skandia skulle ha ett styckvärde på drygt 20 miljarder kronor, vilket motsvarar 262 kr per aktie."

I de fall där tvivel förekommit, har inga särskilda riktlinjer för det ena eller andra alternativet funnits, eftersom svarkriterierna redan är öppna för relativ godtycklighet. Variabeln är dessutom ingen av dem som är centrala för att besvara våra premisser, utan snarare deskriptiv.

Q7 – Anonymitet

Denna variabel avhandlar analytikerns anonymitet. Svarsalternativen är tre; analytikern är anonym, analytikern är inte anonym, eller analytiker refereras som yrkesgrupp. "Anonym" betyder enligt våra kriterier "ej namngiven", vilket betyder att uttryck som "en mäklarchef på en av Stockholms större fondförvaltare" fortfarande anses vara anonym. I de fall där tveksamhet uppstod beslutade vi att behandla analytikerna som ej anonyma, eftersom det kan anses vara god journalistisk och finansiell sed att sätta ett namn bakom uttalanden som kan tänkas vara kursdrivande. Vid undersökningen visade det sig att väldigt få fall var tveksamma, vilket inte är så konstigt: antingen namnges källan vid ett citat, eller så namnges inte källan. Det tredje alternativet, analytiker refereras som yrkesgrupp, korresponderar direkt till motsvarande alternativ i fråga Q3 – Antal analytiker. Ett sådant svar där medför alltså automatiskt ett likadant svar i den här frågan, och gav inte utrymme för tvivel. Nedan ett exempel på detta från artikeln "Procordias årsprognos justeras uppåt" (DI, 1991-11-05, artikel-ID 1250429):

"Flera av de analytiker som Direkt talat med har skrivit ned sina prognoser för 1992 med upp till ett par hundra miljoner kronor efter bakslaget med Mictrol."

Q8 – Kommentar

Fråga 8 försöker utröna om reportern kommenterar analytikerns uttalande själv, och i så fall om det görs kritiskt eller okritiskt. Alternativen är reporter/skribent kommenterar analytikeruttalande – kritiskt, reporter/skribent kommenterar analytikeruttalande – okritiskt och reporter/skribent kommenterar inte analytikeruttalande. En ”kommentar” avser någon form av självständig analysering eller värdering av reportern, och för att den skall räknas som ”kritisk” enligt våra kriterier krävs att reportern uttrycker skepsis, ifrågasätter uttalandet eller för ett resonemang som helt eller delvis motsäger analytikerns. Det behöver alltså inte betyda att reportern är öppet negativ eller av skild åsikt. En artikel som föll under det kriteriet var en börskrönika, ”Upp med 25 procent”, av Björn Wilke: (DI 2003-09-20, artikel-ID 3058059)

”Den långsiktiga värderingen som pekade på minst 25 procents uppsida för de vanliga 28 storbolagen bygger alltså på analytikernas prognoser för de kommande åren. Det finns ingen anledning att betvivla hundratalas duktiga analytikers omdömen, men optimismen är en yrkesskada. Ingen behöver betvivla att det kommer en ljusning med bättre konjunktur och ökande resultat. Det är bara tidpunkten som är oklar.”

En ”okritisk” kommentar kan vara en sådan där reportern påminner om att uttalandet trots allt ger uttryck för en enskild persons åsikt eller värderar alternativt analyserar den på annat sätt. Som ”okritiska” kommentarer räknas alltså också alla kommentarer där reportern över huvud taget refererar till uttalandet. Ett exempel på ett sådant fall finns i en annan börskrönika, ”Övertygande plan saknas”, som handlar bland annat om Skandias val att sluta använda embedded value-metoden i sin redovisning: (DI 2003-09-30, artikel-ID 3708199)

”Tidigare har kritiker av denna ytterst svajiga värderingsmetod fått finna sig i att bli idiotförklarade av såväl Skandias ekonomer som av analytiker: ’Alla livbolag använder ju embedded value.’ Visst, det är inte precis så enkelt att räkna på Skandias produkter som hade det handlat om bilar. En mindre skräll är det ändå att läsa mäklarfirman Enskildas sägning av embedded value-konceptet i en Skandia analys:

’När allt kommer omkring Vad är värdet på ett bolag om det inte kommer att producera kassaflöden som kan försvara det värdet på många år?’ frågar sig Enskilda. ’Vi föredrar att fokusera på den legala redovisningen och kassaflödet eftersom de ger en bättre förståelse för den underliggande rörelsen’, skriver Enskilda.”

Det sista alternativet är de fall där reportern inte gör den minsta ansats till att kommentera uttalandet, och helt enkelt låter det stå för sig själv utan vidare kommentar. Man bör notera att även fast reportern inte kommenterar ett uttalande, betyder det inte alls att det står oemotsagt - åsikter från andra parter kan framhållas i artikeln, men fångas i så fall upp av fråga Q10 – Oemotsagd analytiker. Eftersom vår

huvudtes är att analytikernas uttalande behandlas okritiskt och i många fall får stå mer som fakta än som kommentar från en inblandad aktör, har vi i de fall där tvivel uppstått betraktat uttalandet som kommenterat snarare än ej kommenterat, och kritiskt kommenterat snarare än okritiskt.

Q9 – Stöd för resonemang

Här undersöks huruvida reportern eller skribenten använder analytikernas uttalande som hjälp eller stöd för att underbygga ett eget resonemang. Variabeln är boolesk, med alternativen ja och nej. Notera att vi i frågans formulering inte avser fenomenet att en reporter beskriver och kommenterar ett uttalande eller ett skeende, utan att reportern använder ett uttalande eller skeende som stöd, exempel, argument eller bevis för en egen resonemangsföring. I det första fallet skulle en hypotetisk formulering kunna råda "Bilbolagets kurs är i gungning – flera analytiker vi talat med har uttryckt oro för den kommande kvartalsrapporten som väntas bli sämre än prognoserna.". I det andra fallet skulle reportern kanske ha skrivit "Lågkonjunkturen slår hårt mot bilindustrin – bilen anses mer och mer som en lyxvara och inte ett transportmedel. Exempelvis är Bilbolagets kurs i gungning på grund av den kommande kvartalsrapporten som väntas bli sämre än prognoserna." Det senare fallet skulle alltså ha gett ett positivt svar på vår fråga, eftersom reportern driver tesen att bilindustrin numer går ovanligt dåligt i lågkonjunktur, och använder oron för kursen som ett bevis eller stärkande argument. Ett exempel på en artikel som gav ett positivt svar är "Vinnaraktierna om Stockholm får OS", där reportern driver tesen att förväntningarna om ett uppsving i ekonomin tack vare ett OS kanske är överdrivna: (DI 1997-09-01, artikel-ID 413796)

"Om Stockholm vinner OS-omröstningen på fredag kan man på kort sikt vänta sig en positiv kursreaktion i några branscher som teknikkonsulter, bygg, hotell- och fastighetsbolag. Men det finns anledning att varna för överoptimism i förväntningarna kring ett svenskt OS. Det är lätt att hitta många aktier som skulle kunna få ett lyft men i dagsläget kan analytikerna bara plocka ut en handfull bolag som relativt säkert skulle få ett långsiktigt lyft av OS.

För många stora bolag handlar det om summor som bara har en marginell effekt på aktieägarniva medan det för andra mindre bolag är långt ifrån självklart att de över huvud taget får vara med och dela på OS-kakan. En rundringning bland ett antal mäklarfirmor visar att analytikerna bara vågar plocka fram fem bolag som redan nu känns relativt säkra att investera i om Stockholm får arrangera OS år 2004."

Vi vill påpeka att vi inte på något vis insinuerar att ett sådant användande skulle vara ovanligt, icke tillrädligt eller inte vara god journalistisk sed. Att en artikel ger svaret ja på den här frågan är inte skäl till höjda ögonbryn – det intressanta är i vilken kombination de andra frågorna i schemat är besvarade. Om en journalist skulle använda ett uttalande från en anonym, oemotsagd, okommenterad analytiker som stöd för en egen argumentation i en artikel som kan vara potentiellt kursdrivande så är saken en helt

annan. Eftersom det generellt sett kan sägas vara mer neutralt och objektivt att bara beskriva ett skeende än att använda det i en argumentation, har vi vid tveksamheter besvarat denna fråga med ett nej.

Q10 - Oemotsagt uttalande

Denna variabel är tänkt att främst vara ett generellt deskriptivt mått för att kunna användas för frekvensundersökningar och filtrering, men också vara en "uppsamlingsvariabel" för de fall där analytikerns uttalande är emotsagt men inte fångas upp av de övriga frågorna. Även denna variabel är boolesk, och alternativen är alltså Oemotsagt uttalande från analytiker och Ej oemotsagt uttalande från analytiker. Vårt ordval, med dubbla negationer, kan tyckas lite märkligt, men ska ses med bakgrunden till variabeln i åtanke. Vår mening var att skapa en variabel för uppsamling och deskription som enkelt fastställer om analytikerns mening på något sätt möts av en avvikande, något som i vår mening borde vara självklart. Vi ville också tolka variabeln så välvilligt som möjligt. På grund av detta valde vi den befintliga formuleringen, och valde vid minsta tendens till avvikande mening alternativet "Ej oemotsagt...". Ett exempel på hur välvilligt vi tolkat denna variabel finns i artikeln "Bilspedition: Vinner på ägarbytet i ASG" i Veckans Affärer: (VA 1997-10-13, artikel-ID 425351)

Efter kursrallyt finns det inte speciellt mycket uppsida kvar i aktien. För den som tror på analytikernas snittprognos, att man ska tjäna 3,40 kr per aktie 1999, fordras en vinsttillväxt på 11 procent för att motivera aktiekursen på 39 kr. Det ser ut att gå. Men inte mycket mer.

Denna kommentar ledde också till att artikeln kodades som "Reporter/skribent kommenterar analytikeruttalande – kritiskt" under fråga Q8, trots att formuleringen inte kan sägas vara särskilt hård eller kritisk. Med detta exempel vill vi understryka hur välvilligt vi har tolkat frågorna under kodningen av artiklarna, för att säkerställa att resultaten – om de skulle visa sig negativa ur ett journalistiskt perspektiv – verkligen skulle vara korrekta.

Q11 – Artikelinnehåll

De tre sista frågorna i kodschemat har samma svarsalternativ: positivt, negativt, och neutralt. De rör artikelns ämne, artikelns budskap eller vinkling, och analytikerns uttalande om artikelämnet och är tänkta att fungera tillsammans för att undersöka om det finns någon inbördes korrelation. Om man till exempel kan fastställa att tonen i analytikerns uttalande har ett klart samband med vinklingen av artikeln, kan man säga att reportrar antingen väljer analytikeruttalande för att bekräfta vinklingen, eller att analytikerns uttalande faktiskt påverkar vinklingen. Den första frågan, angående artikelinnehållet, rör ämnet för artikeln i största allmänhet. Ett skeende kan sägas vara en "god" eller "dålig" nyhet – exempelvis är rapporter om nya ordrar, expansion, gott resultat och dylikt "goda" nyheter, medan nedläggningar av fabriker, olyckor, varsling av anställda och dylikt är "dåliga" nyheter. Detta är ett vedertaget begrepp bland journalister, och bekräftas också av deras arbetssätt – ofta försöker man till exempel i radio och TV få in en "god" nyhet på slutet i nyhetssändningar som haft en dyster ton

(Karaszi, 1998). Om ämnet i artikel kunde sägas vara en huvudsakligen "god" nyhet, valdes alternativet "positiv" i kodningen och vice versa för huvudsakligen "dåliga" nyheter, som alltså fick alternativet "negativ". Vi är medvetna om och hade själv misstankar om att det finns risk för att kodningen av en variabel av den här typen kan bli arbiträr, men vi upplevde under själva kodningen att problemen var mindre än väntat och att artiklarnas innehåll var relativt polariserade kring de tre alternativen. Ringa tvekan uppstod, och i så fall valdes alternativet "neutral". Ett exempel på en sådan "neutral" artikel är "SKF först ut av tungviktarna" från Finansstidningen 15 juli 1997, som nedan citeras i sin helhet:

"Under tisdagen sätter rapporteringen igång på riktigt med tungviktaren SKF. Det allmänna läget ser annars positivt ut med inledande uppgång i New York och en fortsatt stark dollar.

BÖRSEN IDAG

I fokus för marknadens intresse under dagen är naturligtvis SKF:s delårsrapport. Företaget är först ut bland de riktiga tungviktaren i årets rapportflod. Resultatet får därmed fungera som en första konjunkturmätare.

Enligt en sammanställning av 15 analytikerprognoser, gjord av SIX Market Estimates, förväntas SKF ha tjänat 1110 miljoner kronor. Intervallet sträcker sig från en miljard kronor upp till drygt en och en halv. Allmänt verkar marknaden tro på en förbättrad konjunktur på den västeuropeiska marknaden, medans det finns tecken på en viss avmattning i Sydostasien.

Ingen av de tillfrågade analytikerna trodde på några större strukturförändringar av den typ som Electrolux nyligen offentliggjorde. Även tevebolaget TV4 kommer med sin rapport under dagen. Enligt SIX sammanställning över analytikerprognoser förväntas ett resultat på 60 miljoner kronor. Samma period förra året redovisades en förlust på 35 miljoner, orsakad av en engångsersättning till reklamförmedlaren Airtime. För en tid sedan nåddes en förlikning i en annan tvist, denna gång med STIM. Uppgörelsen innebar en merkostnad på 5 miljoner kronor utöver det belopp som tidigare reserverats.

Wall Street inledde måndagens handel positivt. Optimism om kommande rapporter gav stigande kurser. Ett orosmoment är den statistik angående detaljhandelsförsäljningen som presenteras under tisdagen. Alltför starka siffror kan leda till nya spekulationer om en förestående räntehöjning."

Q12 – Artikelbudskap

Denna fråga rör den samlade bedömningen av artikelbudskapet och vinklingen på artikeln – om händelsen som rapporteras eller presenteras i artikeln framställs i en positiv eller negativ dager. Likt fråga Q11 och Q13 har frågan alternativen positivt, negativt och neutralt, och utgångspunkten för bedömningen har varit i om positivt eller negativt laddade värdeord har använts i artikeln. Det

förväntade resultatet är ju att goda nyheter beskrivs positivt och dåliga nyheter beskrivs negativt – alltså att svaren i fråga Q11 och Q12 korrelerar, men vi ville undersöka om det fanns andra fall och i så fall kunna identifiera och undersöka dessa. Ett hypotetiskt exempel på en artikel med negativt innehåll men positivt budskap skulle till exempel kunna vara en rapport om en varslning av anställda som trots allt är hoppfull i tonen och kanske beskrivs som en kraftfull och nödvändig åtgärd för att rädda ett företag. Även denna fråga löper risk att bli arbiträrt kodad, men enligt vår bedömning minskar risken avsevärt i och med utgångspunkt i värdeorden och med själva insikten om att risken finns.

Q13 – Analytikeruttalande

Den sista frågan undersöker tonen i analytikerns uttalande – om det är en normativt positiv eller normativt negativ utsaga. Bedömningen av detta har skett med utgångspunkt i om laddade värdeord används, exempelvis "bättre än väntat", "över förväntan", "sämre än väntat" etc. Utgångspunkten har också varit i en samlad bedömning av hur analytikerns uttalande behandlas i text. Ett exempel på en artikel där analytikerns uttalande bedömt som positivt finns i "Börs och finans: Stor uppgång" (DI 1997-09-23, artikel-ID 419801):

"Elektronikföretaget OEM, som bland annat är underleverantör till Ericsson, noterade en stor uppgång. Aktien steg med 7 kronor till 142 kronor och noterade därmed ett nytt all time high. Matteus var den största köparen. Sedan början av augusti har aktien stigit med drygt 30 procent. Analytiker förklarar uppgången med den starka halvårsrapport som bolaget presenterade i augusti.

'Det är ett mycket bra och välskött företag som lyckats bra med sina förvärv. Det senaste i raden är Cyncrona. Långsiktigt tror jag att bolaget har fortsatt potential att stiga', säger en analytiker."

Resultatbeskrivning

Inledning

Vi har tidigare diskuterat bakgrunden till vår undersökning, dess avgränsningar och samt vårt tillvägagångssätt. Vi ska nu mer ingående redovisa dess resultat, men först några inledande ord kring vår resultatmängd och hur vi valt att behandla samt redovisa den.

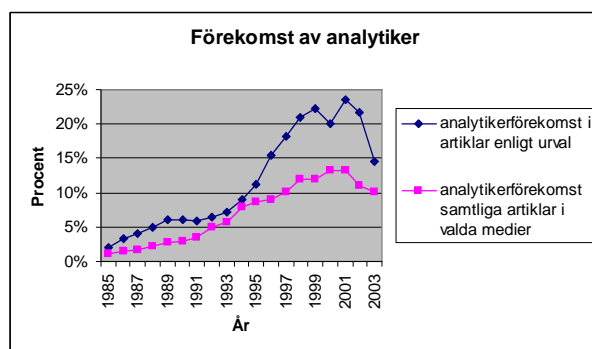
De statistiska data som redovisas nedan är ett urval av den statistikmängd vi genererat. Tabeller med mer komplett deskriptiv data återfinnes i appendix II och hänvisas till löpande i texten, medan vi här kommer att lyfta ur de för uppsatsen mest relevanta delarna. De statistiska mått vi använt är relativt elementära, men icke desto mindre tjänliga för vårt syfte – en övergripande studie och innehållsanalys över hur analytiker använts i ekonomipress. Att använda mer ingående mått – konfidensintervall, varians etc. skulle för det första inte vara till någon fördel för vår undersökning. För det andra är vi medvetna om att vår undersökning på grund av sin natur kan ha hög osäkerhetsfaktor på grund av sin

natur. Datan som använts är ju inte absolut, utan insamlad genom vår innehållsanalys av artiklarna. Oberoende av hur hårt kontrollerad och styrd en sådan analys är, kan dess reliabilitet och validitet aldrig jämföras med motsvarande resultat i en rent kvantitativ undersökning. Det är ytterligare en anledning till att inte använda andra statistiska mått än de rent grundläggande, eftersom noggrannheten i måtten aldrig kan vara högre än noggrannheten i originaldatan.

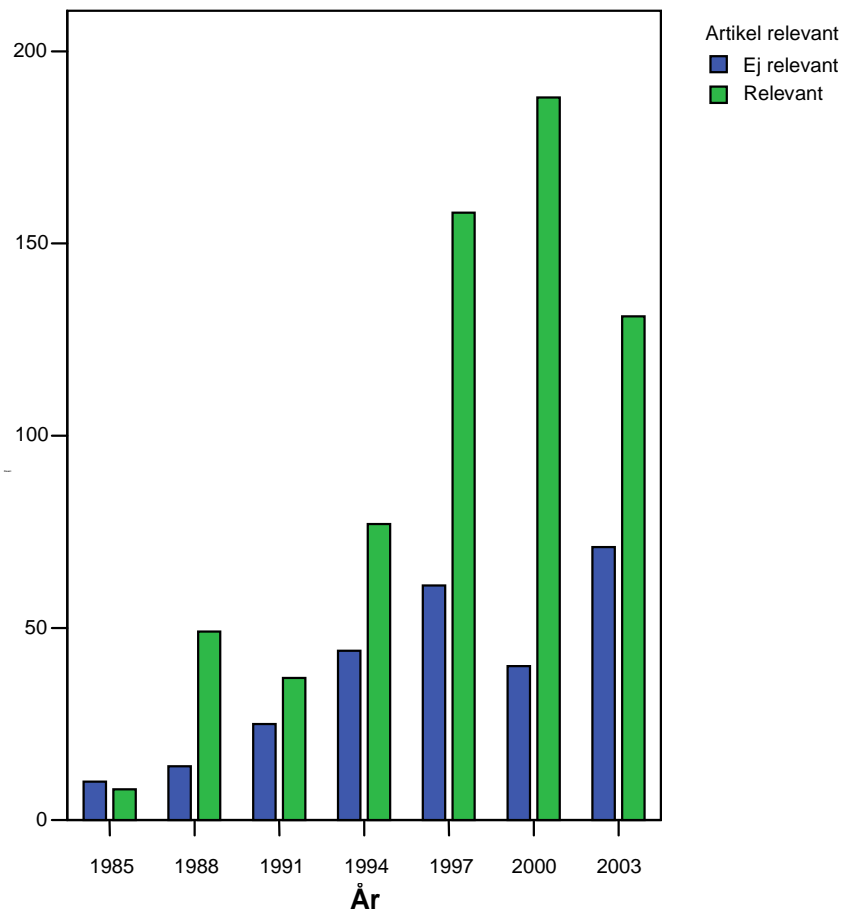
Vi inleder vår resultatbeskrivning genom att redovisa vissa generella deskriptiva data, för att skapa en översiktlig bild om datamängdens natur. Därefter går vi närmare in på resultaten vi fått när vi sårstuderat datamängden baserat på de hypoteser, och frågor vi ställt i uppsatsens syfte och problemformulering; på vilket sätt har användningen ändrats över tiden, på vilket sätt skiljer sig användningen mellan olika medier, på vilket sätt skiljer sig användningen när artikellängden varierar och avslutningsvis, på vilket sätt används analytiker när de representerar expertis?

Generella deskriptiva data

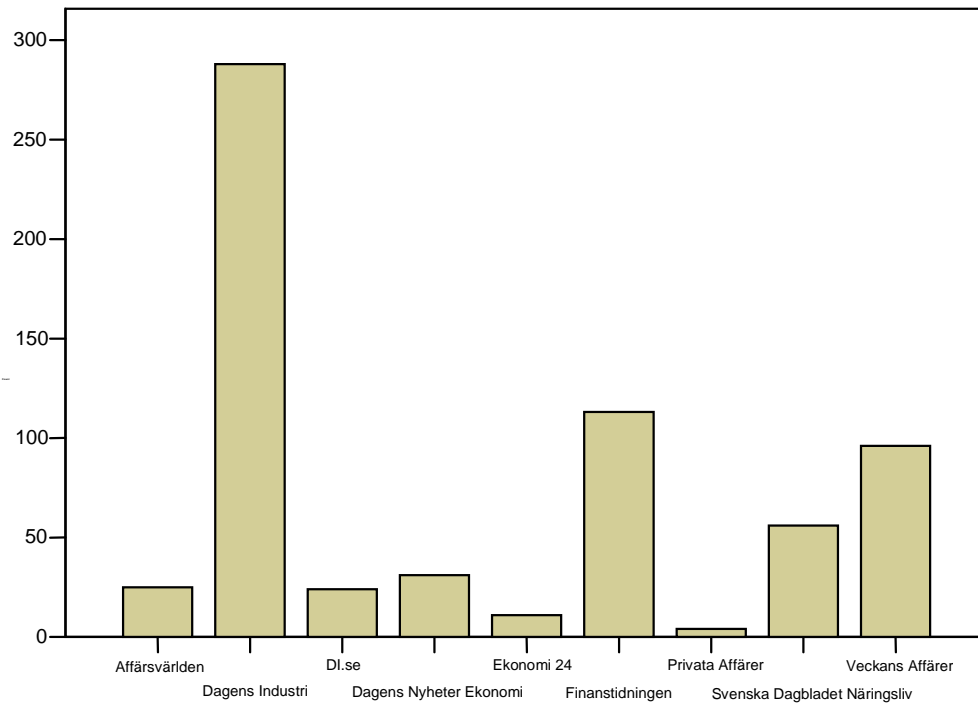
Under det inledande arbetet gjorde vi en grovhuggen beräkning av hur pass omfattande användningen av analytiker har varit i affärspress. Vi gjorde en sökning på samtliga artiklar i de källor vi valt år 1985, efter ordet "analytiker". Ordet "analytiker" förekom i 90 artiklar av totalt 15428, eller 0,58 %. Samma sökning i artiklar år 2003 visade att "analytiker" förekom i 3113 artiklar av totalt 36275, eller 8,58 %. Detta innebär en ökning med 1371 %. Även fast detta som sagt är ett mycket grovhugget mått, som inte säger något om på vilket vis analytiker används, är det ändå en tydlig fingervisning om hur pass mycket mer uppmärksamhet och utrymme analytiker fått under den utvalda tidsperioden. Diagrammet nedan visar denna utveckling: dels förekomsten av analytiker totalt sett, dels förekomsten av analytiker i våra valda medier.



Vår huvudsakliga datamängd omfattar exakt 913 artiklar. Av dessa ansågs en knapp tredjedel, 265 stycken eller 29 %, vara ej relevanta, vilket resulterar i 648 relevanta artiklar (Descriptive I). Sett över hela tidsperioden är andelen irrelevanta artiklar ungefär samma - den enda avvikelser är året med största antalet artiklar, vilket ytterligare stärker vårt antagande att ordet "analytiker" var ett väl valt urvalskriterium.



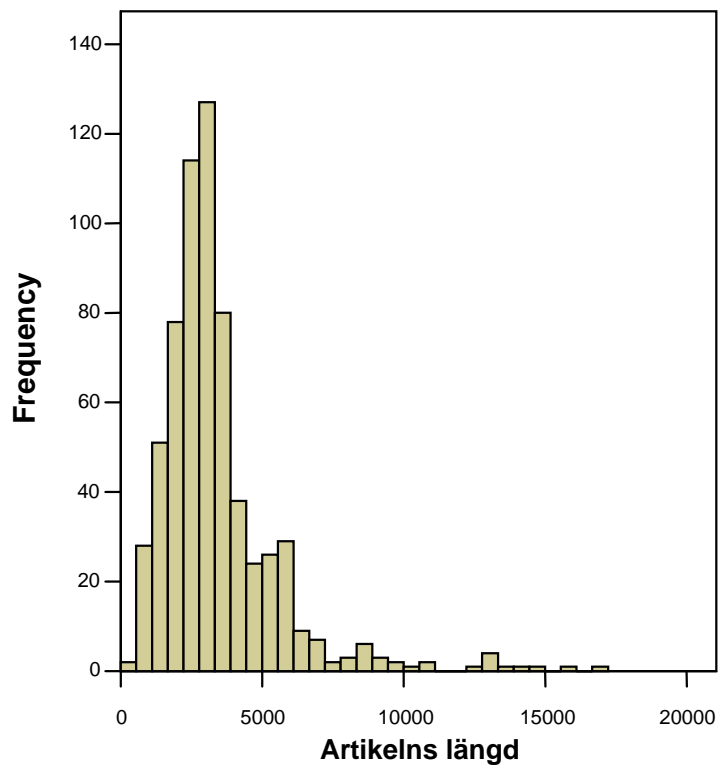
Som diagrammet ovan visar är datamängden föga överraskande huvudsakligen centrerad kring de sista åren. Artiklarna mellan 1997 och 2003 står för 73,6 % av datamängden, vilket tveklöst stödjer vårt och andras påstående att mediemängden har ökat (Descriptive II).



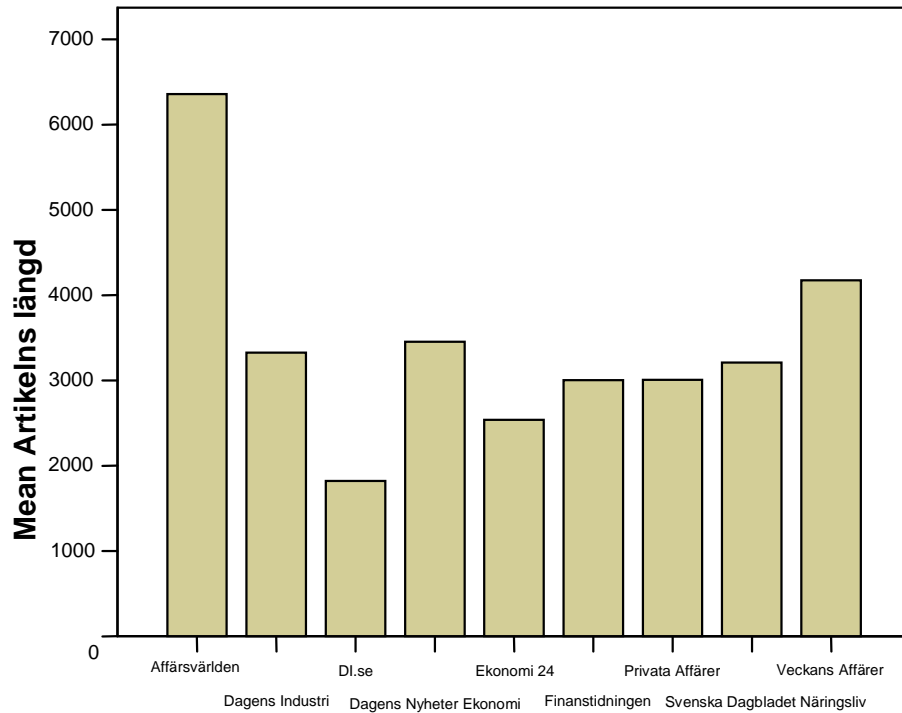
Medie

Uppdelat på medier är Dagens Industri överlägset störst representerad med 44,4 % av artiklarna. Finanstidningen och Veckans Affärer kommer därefter med 17,4 % och 14,8 %, respektive. Därefter kommer SvD Näringsliv med 8,6 %. Alla övriga medier hade under 5 % representation (Descriptive II).

Histogram



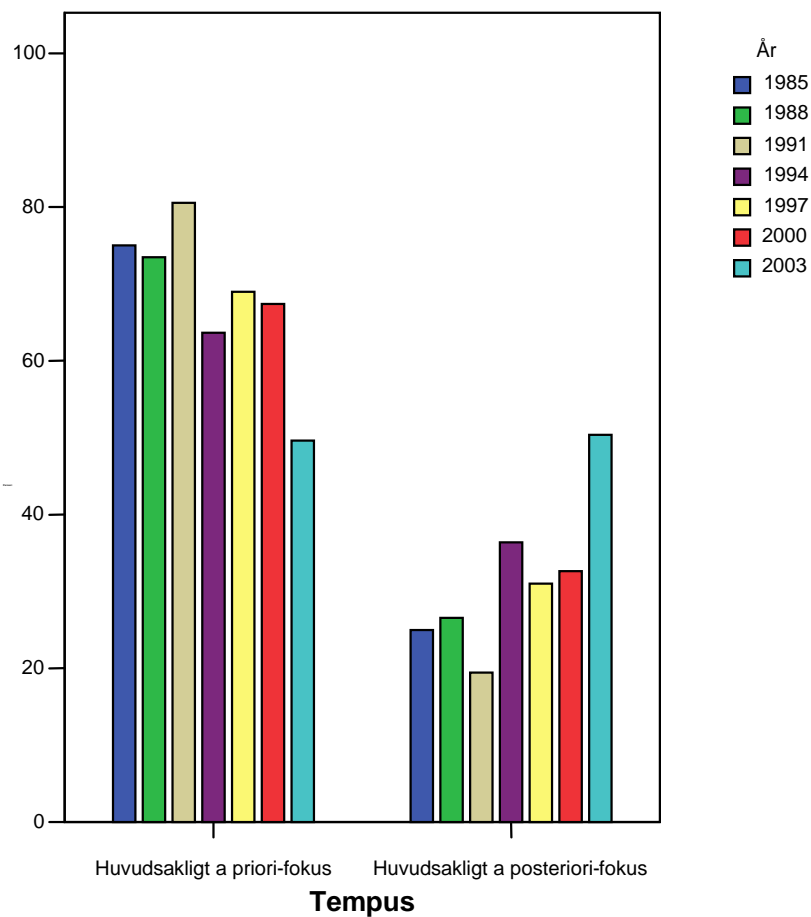
Artiklarnas längd varierade från 500 tecken inklusive blanksteg till 16700 tecken, med ett medelvärde på 3439 tecken (Descriptive III). Som histogrammet ovan visar, var artikellängden till största delen centrerad kring medelvärdet.



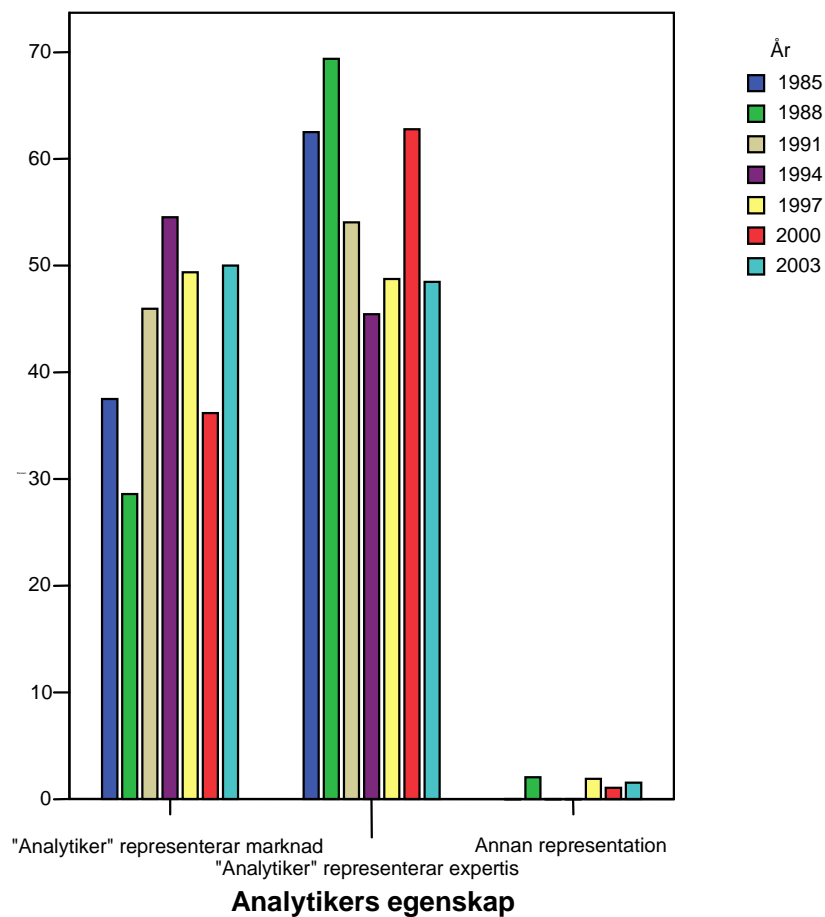
Medie

Skillnader i artiklar baserat på år

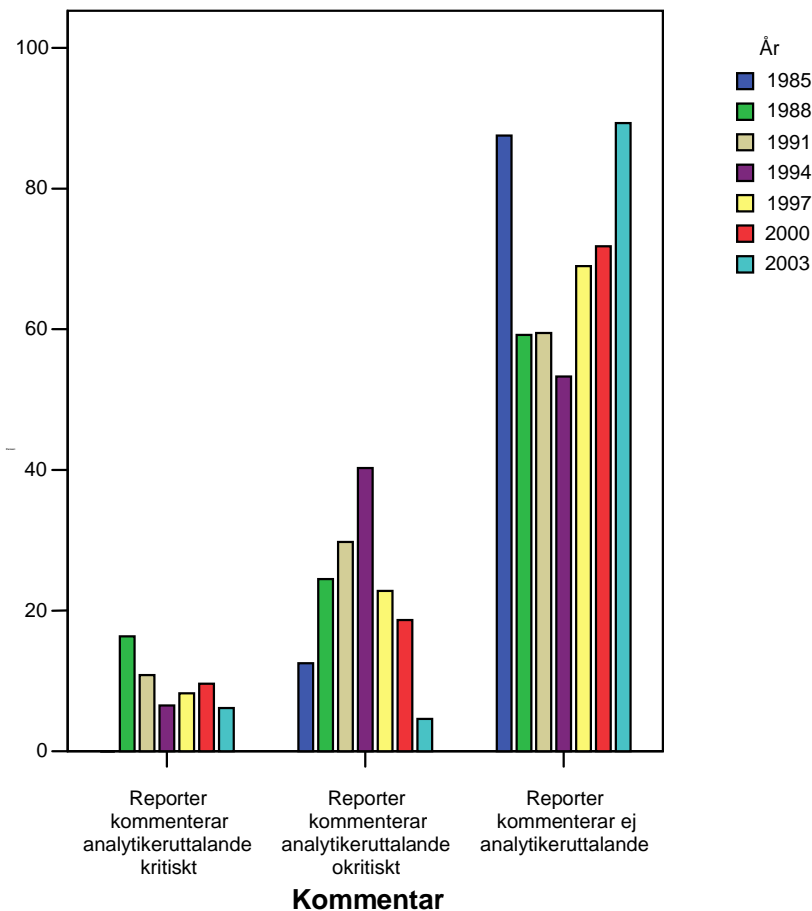
Vi är medvetna om att det ringa antalet artiklar som datamängden innehåller från de första åren i vår undersökning kan leda till en skev fördelning i resultaten. Det är dock fortfarande intressant att se tendenserna som uppstår, särskilt om de innebär en entydig sådan.



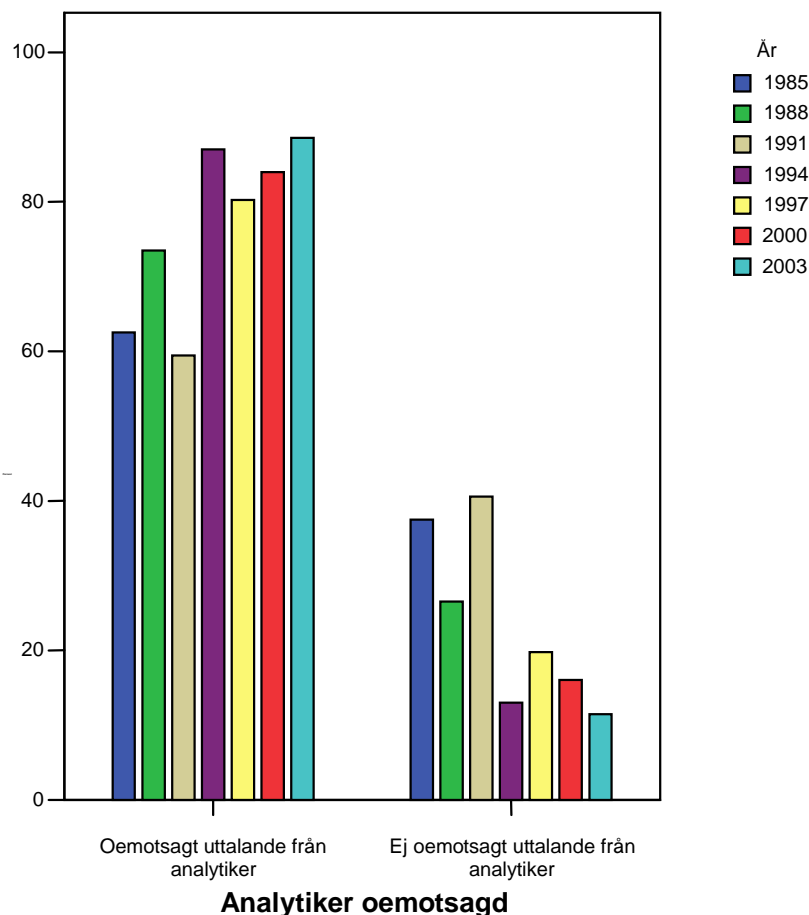
Den första uppmätta tendensen på årsbasis gäller vilket fokus i tid som analytikernas uttalande har. Vi ser här en klar övervikt och stigande tendens mot a posteriori-fokus, vilket alltså betyder att analytikerna kommenterar skeenden i efterhand istället för att försöka förutspå dem. En möjlig tolkning av detta resultat är att affärspressen mer och mer "drar öronen åt sig" efter kritiken som uppkom från och med början av 2000-talet, och inte vill ta risken att i förväg göra utfästelser om framtiden. I vilket fall som helst ser vi en tydlig tendens; från att ha legat kring 20-30 % stiger antalet a posteriori-kommentarer till över 50 % år 2003.



Vad gäller analytikernas roll – huruvida de får representera marknaden som en röst för dess agerande eller om de representerar expertis - ser vi ingen tydlig tendens i tid. Däremot kan vi konstatera att analytikerna till stor del behandlas som experter.



Nästa diagram visar hur ofta reportern eller skribenten kommenterar analytikerns uttalande, vare sig det är kritiskt eller okritiskt. Förutom en tydlig övervikt mot att reportern ej kommenterar uttalanden själv, ser vi också en tydlig tendens i tid mot att reportern kommenterar uttalanden mindre och mindre varefter tiden går. Diagrammet är något missvisande vad gäller denna tendens eftersom vi har en hög andel ej kommenterade artiklar 1985. Detta är en anomali, och hänger ihop med det låga antalet undersökta artiklar 1985; endast 8 stycken eller 1,2 % av totala antalet (Descriptive I). Tendensen mot att ej kommentera i senare artiklar kan möjligtvis förklaras, om än inte ursäktas, med det ökade arbetstempot och utrymmesbegränsningen på senare år. Denna tendens diskuteras utförligare i analysavsnittet.

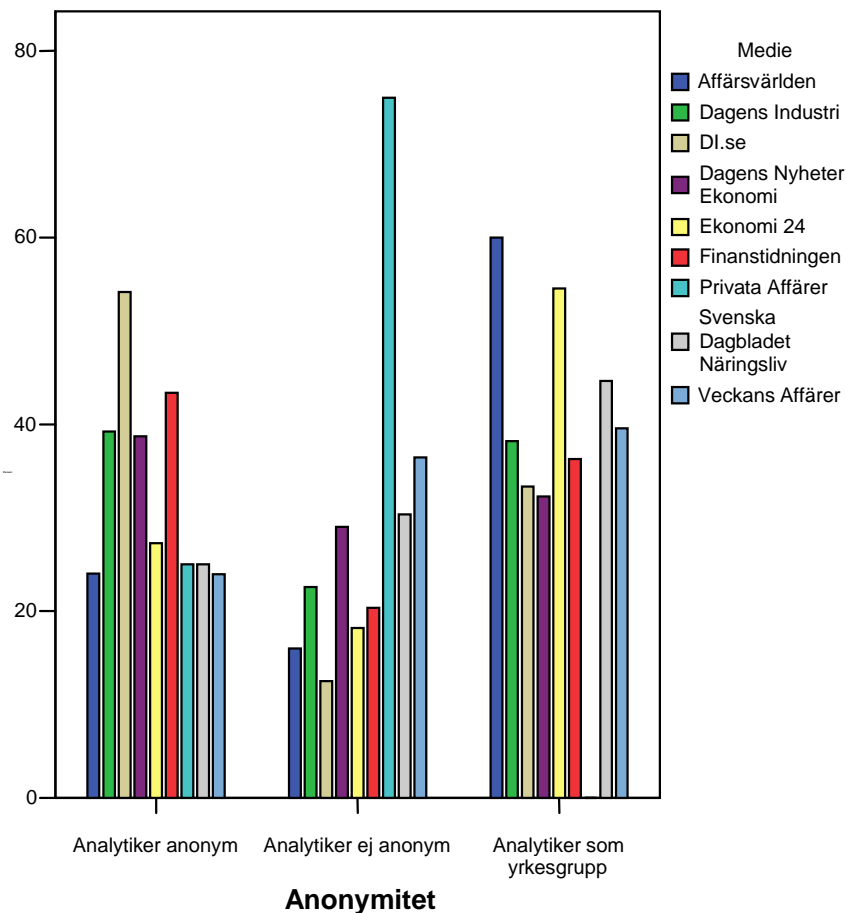


Det avslutande diagrammet i denna sektion beskriver i vilken utsträckning analytikernas uttalande får stå fullständigt oemotsagda. Till skillnad från det föregående diagrammet beskriver detta alltså de tillfällen där varken reportern eller någon annan framställer en avvikande åsikt mot analytikern. Likt tidigare diagram ser vi dels en förkrossande övervikt mot att analytikernas uttalanden får stå oemotsagda; likt tidigare diagram ser vi också att denna tendens förstärks under senare år med kulmen 2003, där andelen bestridna uttalanden har fallit till 12 %.

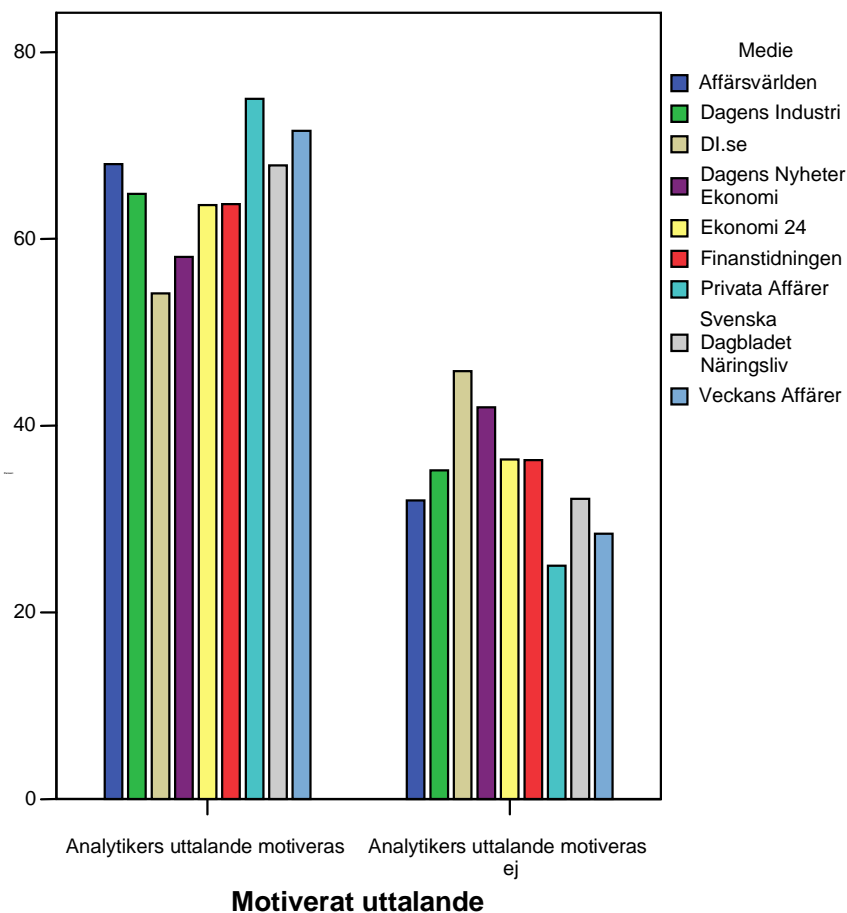
Sammanfattningsvis visar alla våra resultat vad gäller uppdelning i tid tydliga tendenser: att analytiker behandlas som experter och inte som representanter för marknaden; att deras uttalanden ej kommenteras av journalisten; och att deras uttalande ej heller emotsägs av andra parter eller över huvud taget. Våra resultat har inte bara en övervikt mot detta, vi ser också en tendens i tid mot dessa resultat. För övrigt sker dessa uttalanden mer och mer med ett a posteriori-fokus.

Skillnader mellan medier

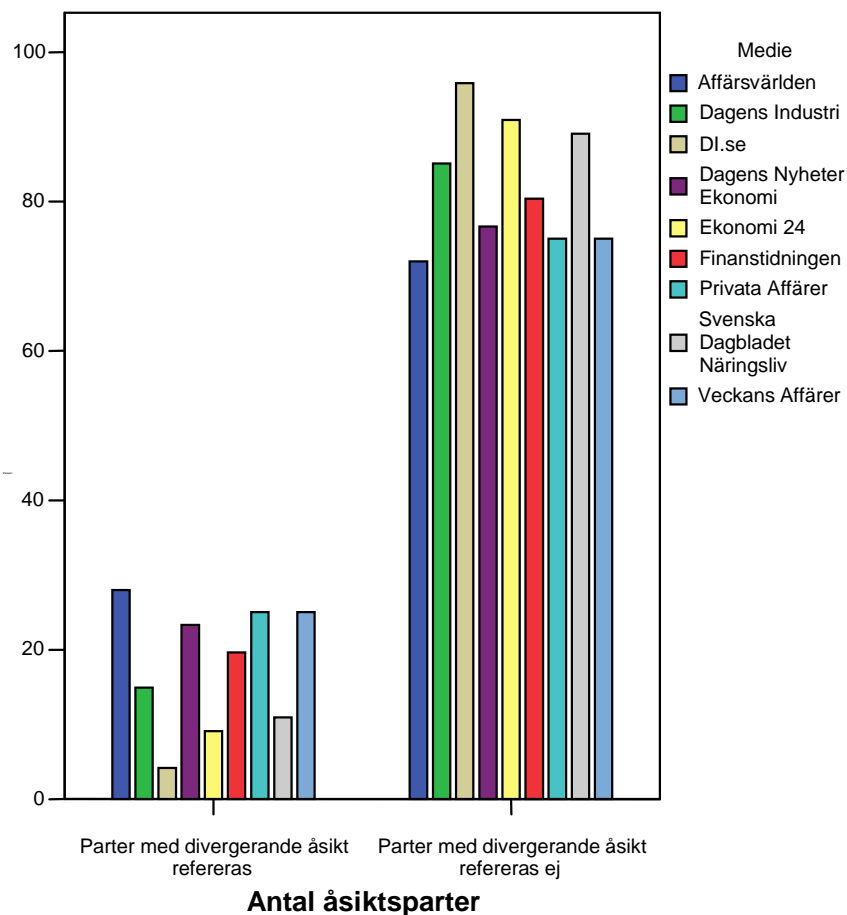
Vi ska nu gå närmare in på skillnaden i resultat mellan olika medier. Är vissa medier "sämre" än andra?
Kan skillnader mellan medier ursäktas eller förklaras av skillnaden i natur mellan dessa?



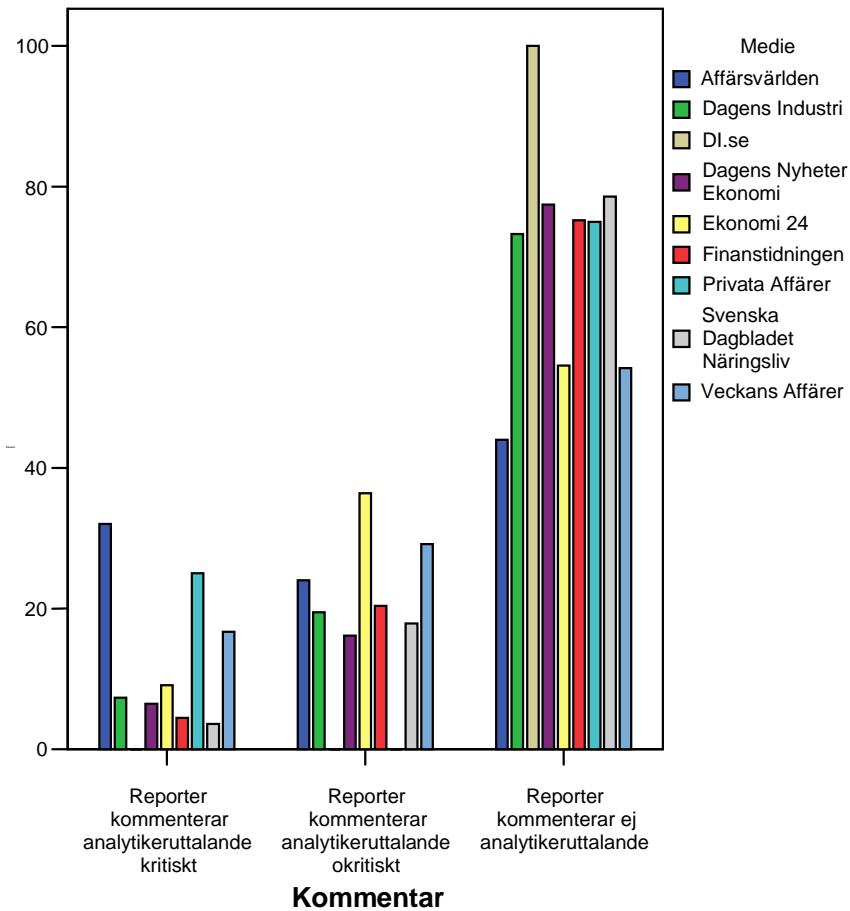
Ovanstående diagram visar om analytikern i artikeln var anonym, namngiven eller refererad till som yrkesgrupp – "Analytiker skyllde utvecklingen på...". Vi ser att resultaten är relativt jämna: namngivna analytiker förekommer i mellan ca 15 och 40 % av artiklarna. Det enda undantaget är Affärsvärlden, som i ¾ av fallen sätter ut namn. Dagens Industris nätupplaga är mediet med mest anonyma citat. Däremot skiljer sig pappersupplagan inte nämnvärt. Huruvida detta kan förklaras av mediets inneboende egenskaper vad gäller krav på tempofylld och kortfattad publicering eller dylikt återkommer vi till i analysavsnittet.



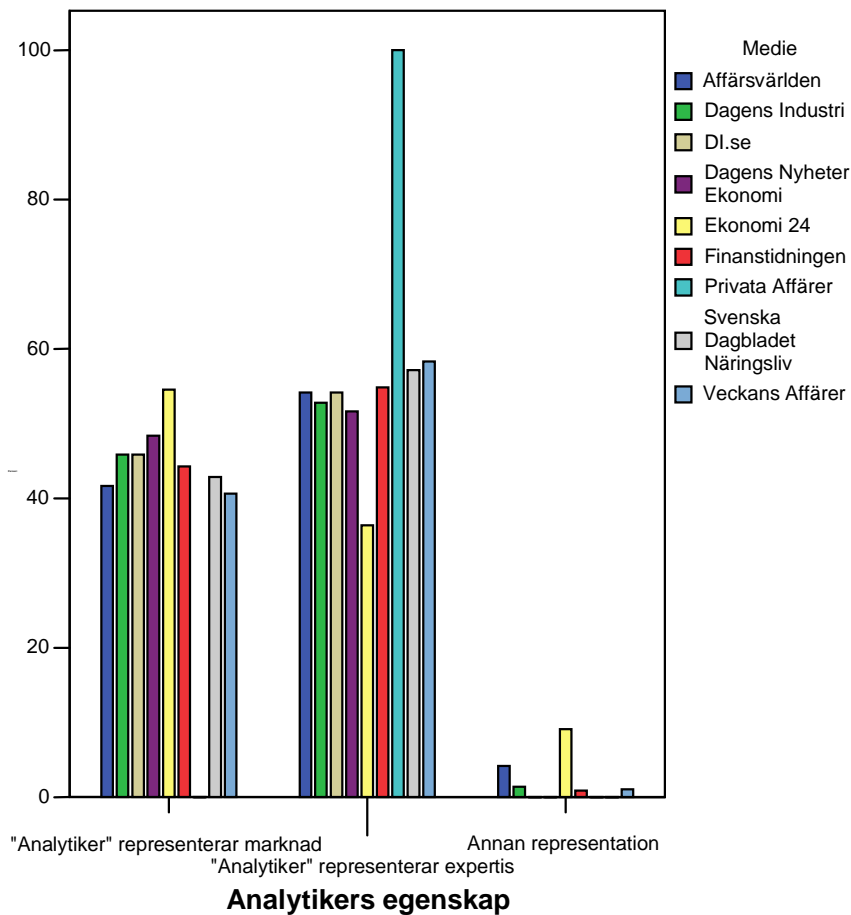
Även när vi undersöker huruvida analytikerna motiverar sitt uttalande ser vi att resultaten är jämna mellan medierna överlag. Vår fråga i det här fallet är alltså om analytikernas påståenden får stå för sig själva eller om de motiveras detsamma genom en vidare diskussion, hur kort den än må vara. Andelen fall där analytikerns påståenden ej motiveras – och därmed presenteras mer eller mindre som rena fakta – ligger i genomsnitt runt nästan 40 %. Vi noterar också att våra resultat är konsekventa med de tidigare redovisade i bemärkelsen vilka medier som konsekvent följer pressetiska riktlinjer – exempelvis har Privata Affärer högst andel motiverade uttalanden, medan DI.se har lägst.



Vad gäller antalet åsiktsparter som refereras i artikeln – alltså om journalisten låter flera ”parter i målet” uttala sig – ser vi också tydliga tendenser. I cirka en femtedel av fallen följer ekonomijournalisterna de pressetiska riktlinjerna och refererar parter med divergerande åsikt. Diskussionen om ekonomijournalistikens roll och huruvida det är nödvändigt eller önskvärt för ekonomipressen att referera flera parter förs på annan plats i uppsatsen; här nöjer vi oss med att konstatera att så inte görs.



Nästa diagram rör reporterens egen roll i artikeln. Återigen ser vi konsekventa resultat från de tidigare redovisade – samma medier som förut har höga respektive låga resultat. Likaså ser vi att i lejonparten av fallen kommenterar reportern ej analytikerens uttalande, varken kritiskt eller okritiskt, och att resultaten är genomgående lika mellan medierna, dock som sagt med vissa mindre avvikelser.



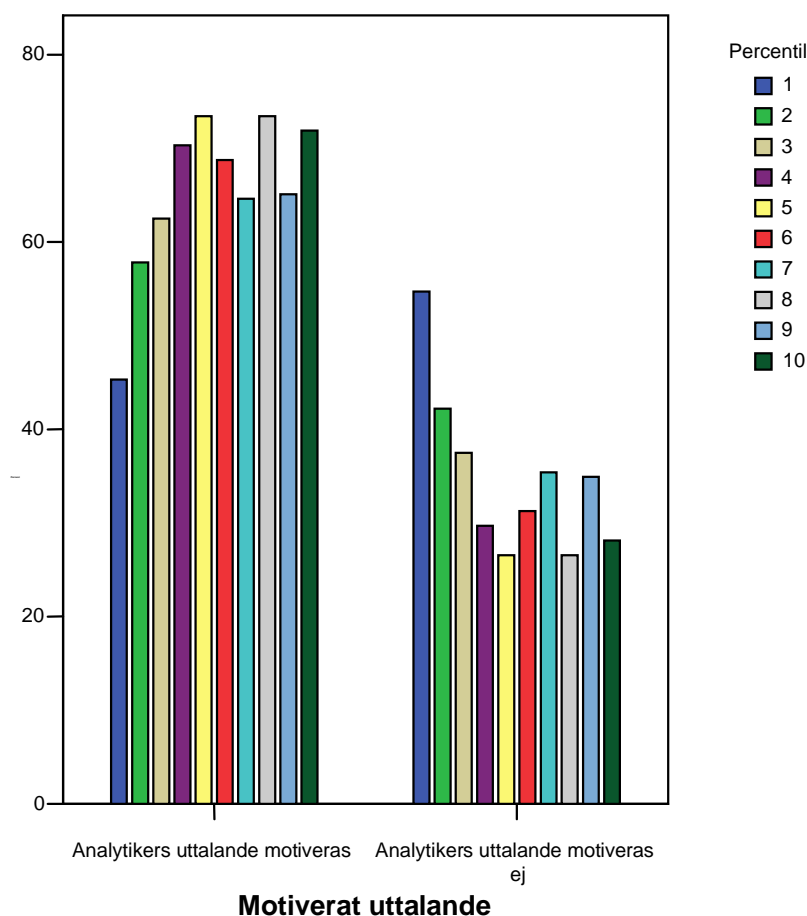
Det sista diagrammet med avseende på skillnad mellan medier rör vilken egenskap, implicit eller explicit, analytikerna tillskrivs i texten. Vi ser genomgående likriktade resultat, trots att diagrammet är något missvisande på grund av skalan. I samtliga artiklar från Privata Affärer representerar analytikerna experter – denna outlier gör att man inte lika tydligt ser skillnaden mellan frekvenserna i representation av marknad och representation av expertis. I det tidigare fallet är frekvenserna uppdelat mellan medierna i stort sett samlade runt drygt 40 %, medan de i det senare fallet ligger runt nästan 60 %.

Sammanfattningsvis kan vi i denna sektion fastställa att även fast det förekommer vissa variationer och skillnader mellan medierna, tenderar resultaten till största delen att vara desamma sinsemellan. Vi kan alltså säga att detta är en **generell tendens** i ekonomipressen, och inte en tendens i enskilda medier. Vi kan alltså också vederlägga eventuella farhågor om att överrepresentationen av enskilda medier – företrädesvis Dagens Industri – i vår undersökning får oss att dra förhastade slutsatser om generella tendenser i ekonomipressen. De skillnader som faktiskt finns mellan medierna är klart grupperade efter publiceringstiden – de medier med högst krav på tempo och maxlängd är Internet-baserade och de är också de där analytiker oftast står oemotsagda, okritiserade och där deras uttalande ej motiveras. Det

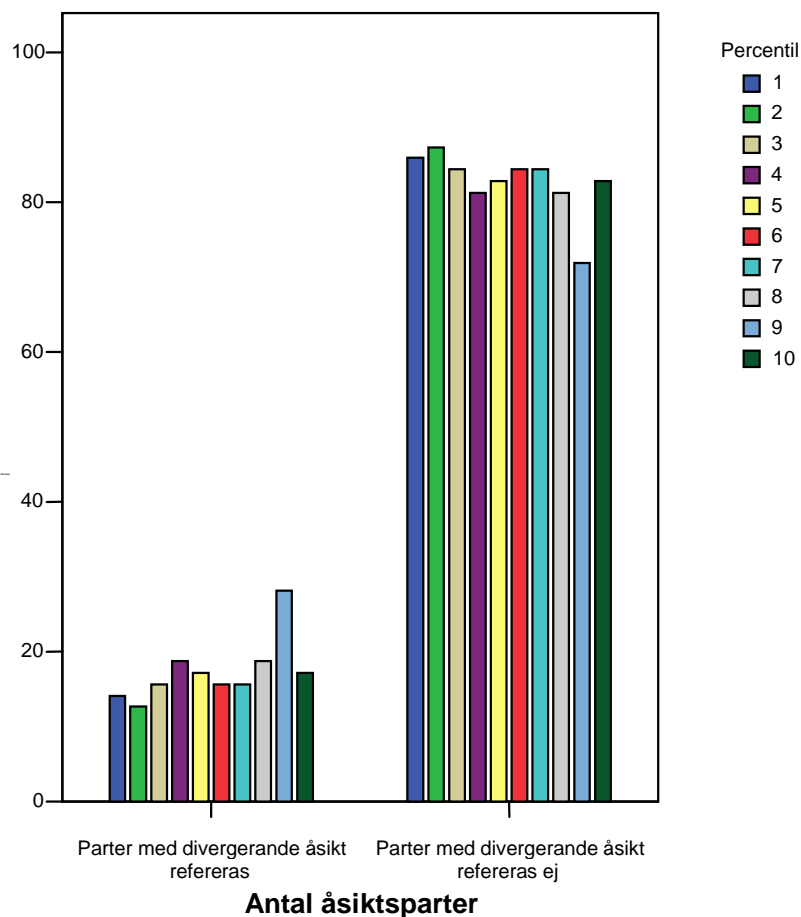
omvända förhållandet gäller också – de medier som oftast följer de pressetiska riktlinjerna är veckomagasinen.

Skillnader mellan artiklar baserat på längd

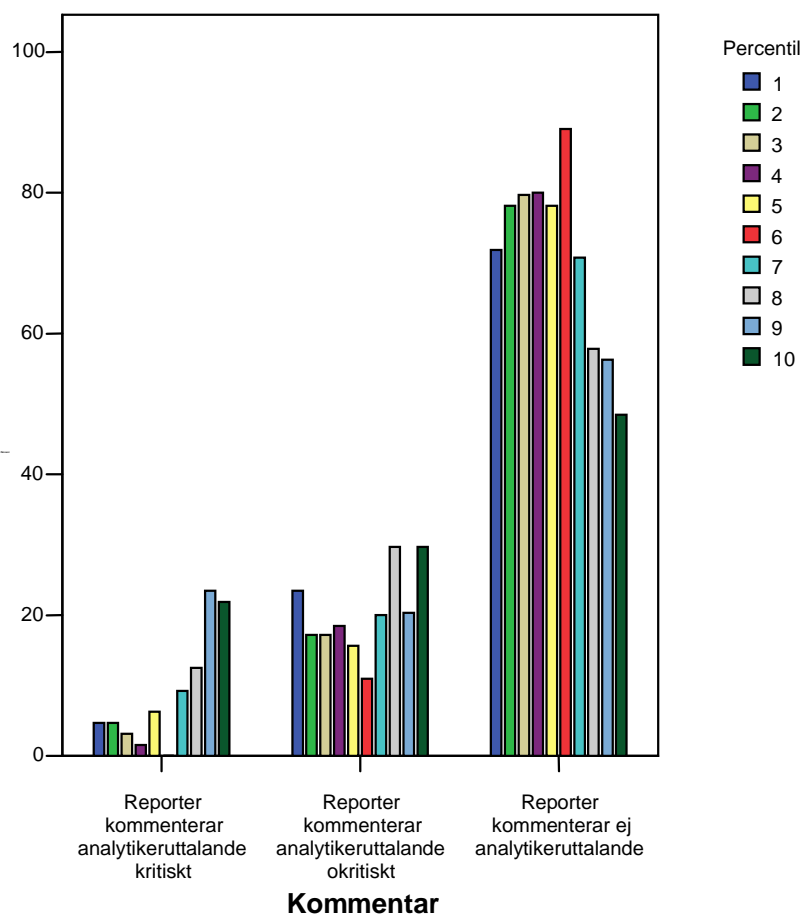
Den avslutande övergripande undersökningen rör skillnader mellan artiklarna, baserat på längd. Vi har redan fastslagit att artiklarna i undersökningen rent generellt inte följer vad som kan sägas vara god journalistisk sed, men om detta som vi tidigare nämnt kan förklaras genom det ökade publiceringstempot och krav på kortfattlighet borde de längre artiklarna vara mer enhetliga med god journalistisk sed.



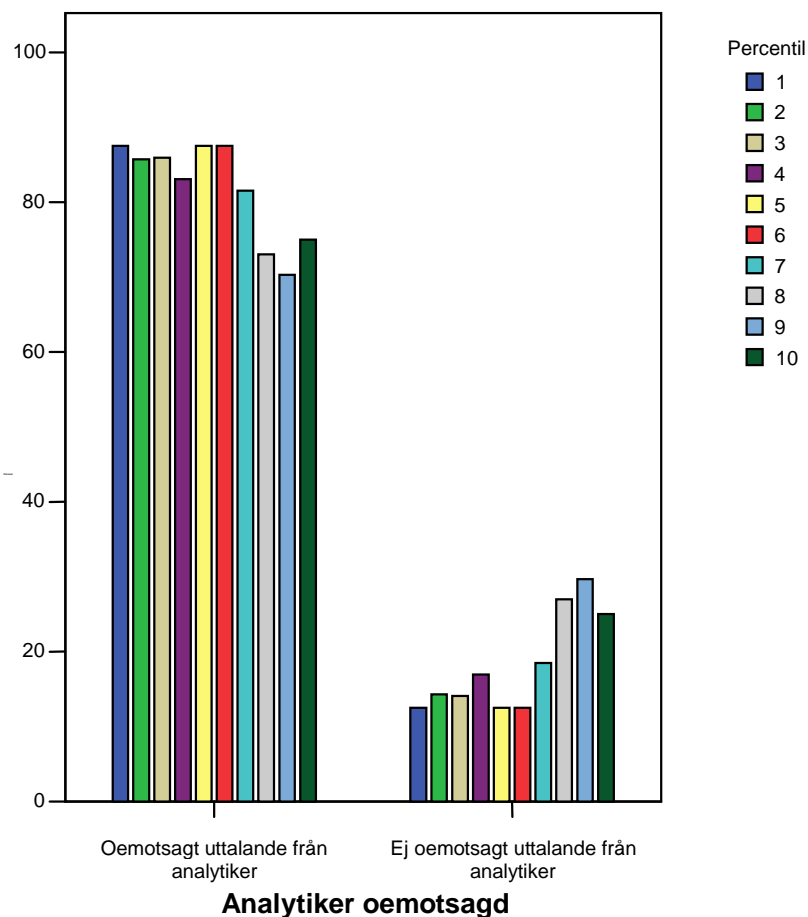
Det första diagrammet visar klart en korrelation mellan artikellängd och huruvida analytikerna motiverar sitt uttalande eller inte. Detta kan alltså till viss del vara en utrymmesfråga – i de kortaste 10 procenten av artiklarna motiveras uttalandena endast i ca 45 % av fallen, en siffra som stiger till och varierar runt 70 procent redan vid den tredje percentilen.



Till skillnad från motivering av uttalande tycks artikelns längd inte ha någon inverkan på om journalisten låter parter med olika åsikt uttala sig. Likt tidigare går vi här inte vidare in på om redovisning av skilda åsikter är nödvändigt i ekonomipress, utan nöjer oss med att konstatera att detta inte görs. Däremot är detta diagram möjligtvis en fingervisning om ekonomijournalistikens karaktär i stort eftersom resultaten är så jämna – eftersom artiklarnas innehåll och syfte ofta är mer deskriptivt än i annan press kanske journalisterna känner att behovet av att redovisa olika åsikter är mindre, och kommentarerna som används kanske är just mer deskriptiva än argumenterande.



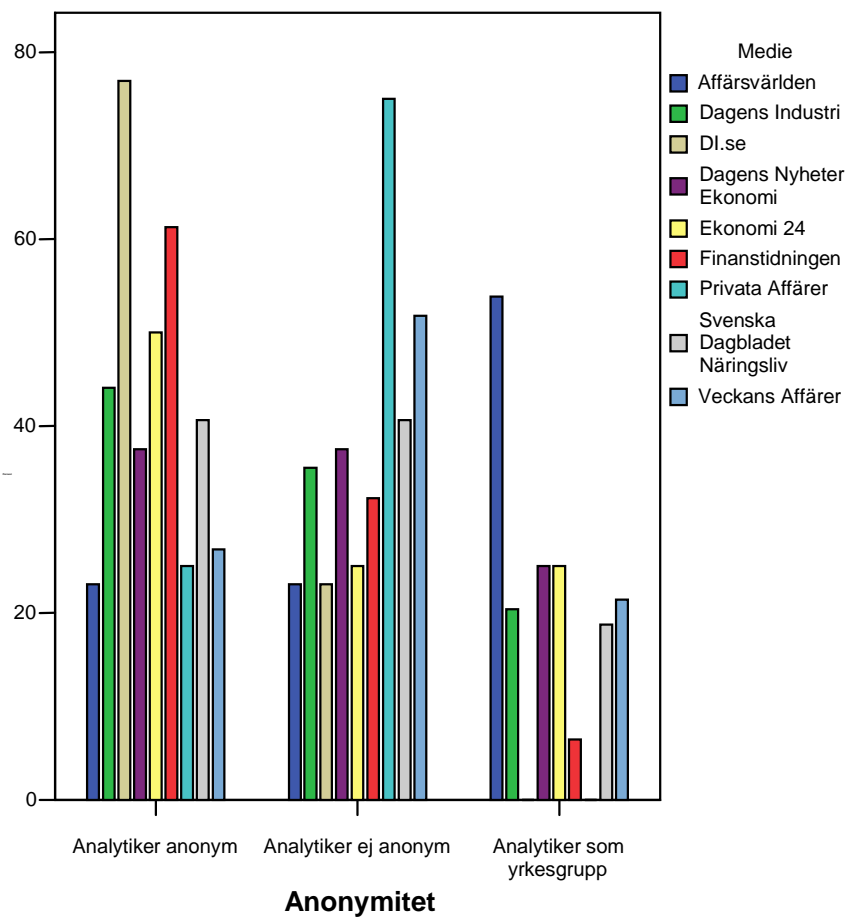
Även om journalisterna kanske inte känner behovet av att låta fler åsikter redovisas - kanske på grund av att avvikande sådana inte finns – kan man ändå med fog hävda att det hör till god journalistisk sed att kommentera uttalandet i någon form. Ovanstående diagram visar att vår tes om att den ökade utrymmesbristen kan vara en anledning till att kommentarerna uteblir. De kritiska kommentarerna förekommer i ca 5 % av de kortare artiklarna, medan förekomsten i de längsta är över 20 %. Vi ser också att de allra längsta artiklarna är de där journalisten oftast kommenterar uttalandet över huvud taget.



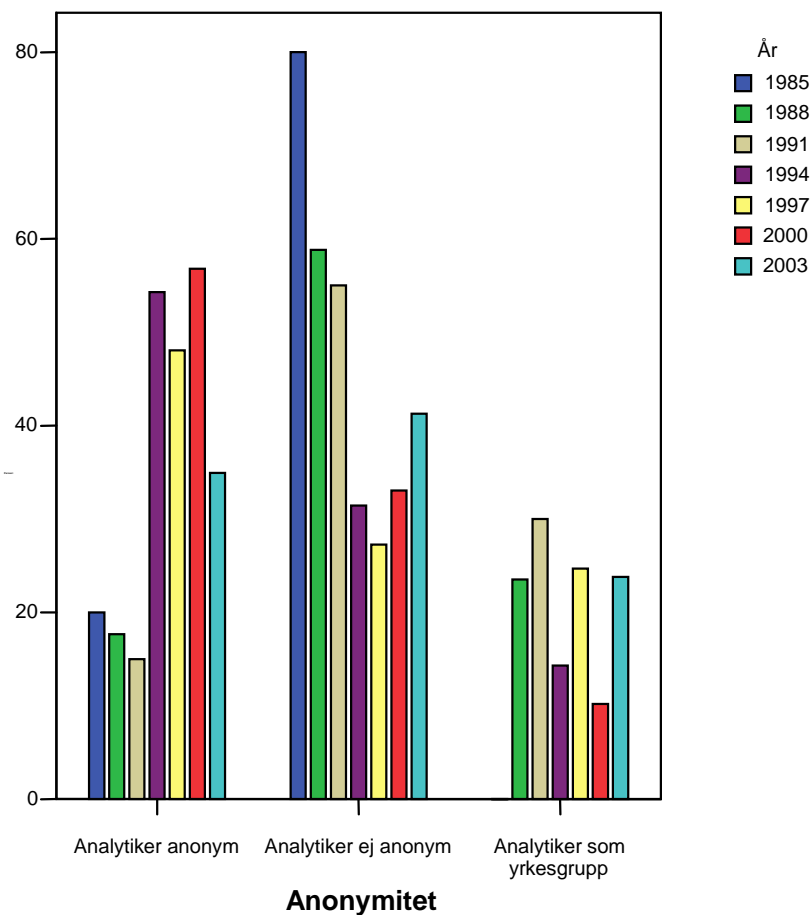
Avslutningsvis redovisar vi vår samlingsvariabel – de artiklar där analytikern får stå oemotsagd, sammantaget. Vi ser att värdena är samlade kring ca 80 %, men att de sjunker med artikellängden. Vi kan alltså sammanfattningsvis konstatera att vår tes om att den ökade utrymmesbristen verkar ha inverkan på hur analytiker används – i de artiklar där utrymmet är mindre används analytiker på ett sätt som traditionellt sett ej är förenligt med god journalistisk sed. Den ökade publiceringstakten, som ofta nämns i samband med utrymmesbristen, har vi ej kunnat undersöka eftersom vi inte på något sätt kan utreda hur stressad journalisten var när artikeln skrevs. Däremot kan man spekulera i att de kortare artiklarna och notiserna förmodligen har ett högre krav på publiceringstakt, och i så fall stöder våra resultat också denna tes.

Deskriptiva data om artiklar med experter

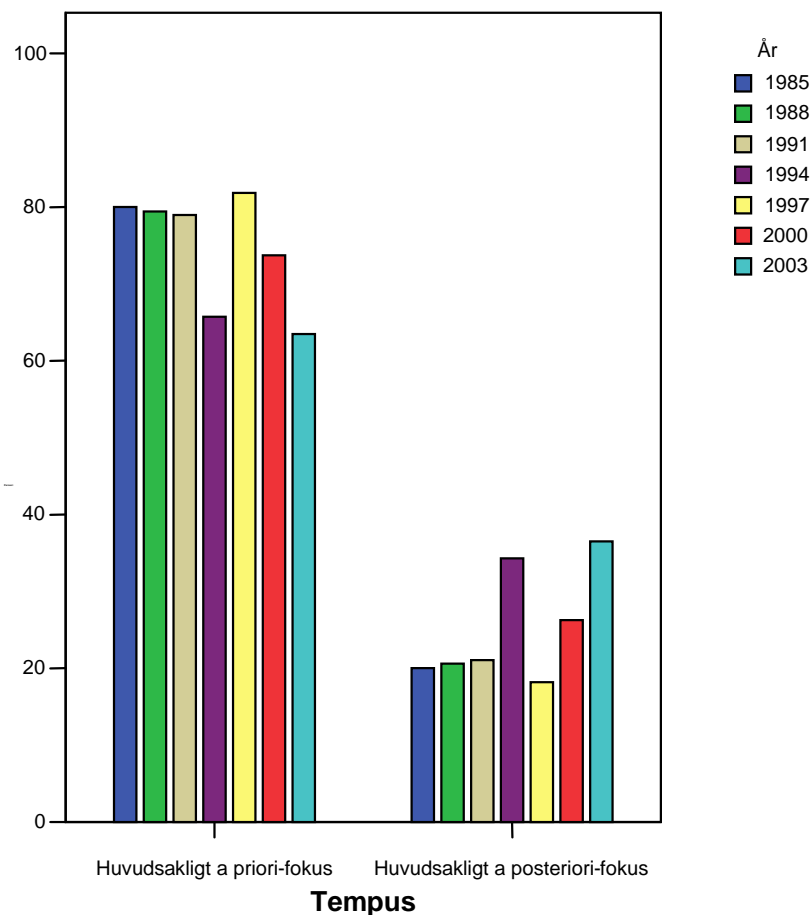
Efter att ha gjort en övergripande statistisk undersökning av våra resultat gick vi sedan vidare till att undersöka närmare hur analytikernas kommentarer och åsikter framställdes när de refererades till i egenskap av experter, för att kunna se om och i så fall hur detta överensstämde med befintlig teori.



I ovanstående diagram ser vi återigen hur skillnader mellan mediatyper – framför allt vad gäller publiceringstid – får stort utslag i hur analytiker behandlas. De medier där kraven på tempo och korthet är lägst, alltså veckotidningarna, är de som i minst utsträckning låter analytikerna vara anonyma.



Detta diagram behandlar också anonymitet, men uppdelat på tid istället för medier. En klar tendens kan skönjas – analytiker i egenskap av experter är inte anonyma förrän efter 1991, då ett klart trendbrott sker. Mellan 2000 och 2003 sker en sänkning – möjligtvis en backlash efter kritiken mot börsspekulationerna och IT-bubblan.



Också detta diagram, över tempusfokus uppdelat på år, uppvisar klara tendenser – närmast linjära. A posteriori-fokuset hos experter har ökat till det dubbla mellan 1985 och 2003, närmast det dubbla.

Sammanfattning

Vidare slutsatser från vår undersökning dras i avsnitten med analys och slutsatser, men vi vill här påpeka och diskutera några av de viktigaste. Framför allt har vi upptäckt att man generellt i affärspress låter analytiker uttala sig anonymt, oemotsagt, och okritiserat. Vi har också upptäckt att när analytiker uttalar sig i en expertroll, är de i ännu större utsträckning anonyma. Avslutningsvis har vi sett att i de variationer som finns mellan medier och längd, korrelerar dessa med avseende på publiceringstid; i de medier där kraven på att vara kortfattad och publicera fort är högst, är också benägenheten att följa de pressetiska reglerna lägst.

Intervjuer

Vi redovisar nedan intervjuer med Anders Billing, biträdande redaktionschef och nyhetschef på Veckans Affärer, samt Christer Mårdbrant, fd. redaktionschef på Dagens Industri, samt chefredaktör för di.se. Vi har valt att intervjua dessa då de är och har varit operativa chefer för Sveriges i upplagor mätt största renodlade affärspublikationer. De har därmed det dagliga ansvaret för nyhetsförmedlingen och källanvändningen, vilken står i fokus för vår studie. Syftet med intervjuerna är att få en bild "inifrån" av det undersökta fenomenet samt kommentarer till de resultat vi redovisat ovan.

Mårdbrant förklarar den ökade förekomsten av analytiker med att man behöver någon som kan förklara och dechiffrera rörelser på börsen. Han menar också att det av journalistik-tekniska skäl behövs någon som kan uttala sig med viss auktoritet. Den stora ökningen av användningen av analytiker anser han beror på ett allmänt ökat börs- och aktiefokus i affärspressen såväl som in samhället i stort.

Anledningen till att anonyma analytiker refereras i stor utsträckning anser han dels beror på det höga arbetstempot, dels på analytikerna inte går med på att ställa upp med namn. Det borde vara en självklarhet att namn och arbetsgivare alltid nämnas när analytiker refereras. Det skulle stärka trovärdigheten för bägge parter, säger Mårdbrant. Mårdbrant anser samtidigt att en stor del av problemen faller på analytikerkåren. Han menar att affärspressen är beroende av en röst från insidan som kan förklara beteenden och skeenden på börsen. Men det blir en svår balansgång när läsarna efterlyser information och uttalanden från analytiker, och de inte vill ställa upp officiellt, anser han.

Mårdbrant tror vidare att antalet anonyma analytiker i affärspressen ökat på grund av att finansbranschen vuxit och kontakten mellan enskilda journalister och analytiker ökat:

"De enskilda analytikerna har blivit fegare sedan jag började arbeta med daglig affärsrapportering 1985. Tidigare var branschen var mindre och de som uttalade sig var få, kända och respekterade. Då vågade de stå för vad de sade och hade också befogenheten att göra det."

Mårdbrant menar att firmorna numer är så stora, hierarkiska och centralstyrda att folk helt enkelt inte vågar uttala sig med namn och titel längre, med risk för att läxas upp av huvudkontoret. När det är kort om tid är då kan i regel bara uppbåda någon analytiker som beredd att uttala sig anonymt. Men de är viktiga för tidningen eftersom de ändå kan ge en förklaring till ett komplext skeende.

Vidare menar Mårdbrant att det är fel att analytikerna får stå oemotsagda, men att det beror på att journalisten ofta refererar analytiker med syftet att han eller hon ska säga det reportern själv anser, men av legitimitets och trovärdighetsskäl inte kan hävda själv personligen.

Billing förklarar den ökade förekomsten av analytiker med att de är bäst skickade att förklara kursrörelse på börsen, som i många fall kan vara svåra för andra aktörer att förstå. Han menar att analytiker i stor

omfattning citeras anonymt och får stå oemotsagda, och att de generellt refereras sämre än andra källor. Emellertid är det något man försöker undvika – inte minst gäller det givetvis anonyma analytikerцитat.

”Det var runt 1995-1996 började analytiker citeras i större omfattning, och då citerades analytiker anonymt. Det ansågs vara ett problem redan då”, säger Billing.

Till sist blir det ofta en avvägning mellan deras (analytikernas) eventuella intressen och att få veta något intressant. Och då får det sistnämnda ibland komma i första rummet.

”Sammanfattningsvis kan man väl säga att analytikerna behövs eftersom börserna är så otroligt svår att beskriva i journalistiska termer. Valet står lite mellan att strunta i att försöka förklara, eller att göra så gott man kan. Då är det bättre att åtminstone försöka, tycker jag.” säger Anders Billing.

Billing och Mårdbrant anser båda att den stora förekomsten av referenser till analytiker beror på att börserna och aktiemarknaden vuxit i betydelse, och samtidigt blivit mer komplex. Analytikerna sitter nära marknaden och är experter på marknadens rörelser, därmed används de i stor utsträckning för att förklara dylika skeenden.

Mårdbrant tror vidare att det stora antalet anonyma analytiker beror på att analytikerkyren som helhet, samt enskilda analytiker är rädda för att bli förknippade med misslyckade råd. Han anser vidare att mycket av problemen med källhanteringen av analytiker byggdes upp och kulminerade under 2000 när börserna vände.

”Jag tror att vi alla rycktes med i den vansinniga börsuppgång som föregick den toppen. Sedan, i och med fallet, har förtroendet för analytikerna tryckts i botten, och alla har börjat använda dem med betydligt restriktivare. Kort sagt kan man väl säga att analytiker anses vara sämre källor idag än 2000. Deras rykte blev ordentligt skamfilat efter att botten gick ur när börserna vid millennieskiftet.”

Mårdbrant påpekar att policyn egentligen alltid varit att exempelvis anonyma analytiker inte ska förekomma, och att analytiker överhuvudtaget ska användas i mycket begränsad omfattning. Men han menar att diskussionen och uppfattningen på tidningen speciellt sedan IT-kraschen blivit betydligt klarare på den punkten.

Billing menar att användningen av analytiker blivit mer restriktiv sedan börskrisen.

”Cynismen mot analytiker har ökat. Jag tror också att det har skett ett uppvaknande om aktieanalytikernas betydelse som marknads- och kursdrivare. Och att ambitionen måste vara att se den verkliga marknaden.”

Analys

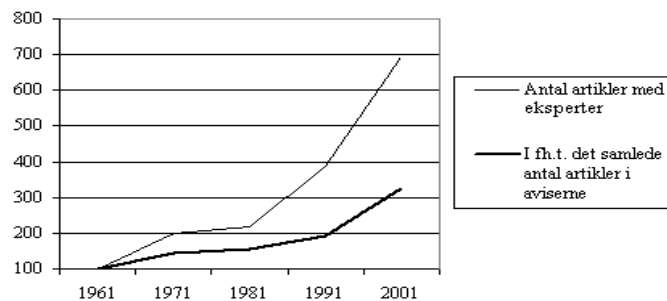
I empirin har vi kommit fram till att användningen av finansanalytiker i affärspressen ökat kraftigt de gångna decennierna. Från en förhållandevis låg nivå under mitten av 1980-talet har förekomsten av analytiker ökat drastiskt under mitten av 1990-talet.

Enligt tidigare forskning har det under den undersökta perioden skett ett skifte från samhälls- och arbetsmarknadsorienterad affärsjournalistik till mer börs och företagsorienterad journalistik (Mårtensson & Lindhoff, 1998). Detta stöds av våra resultat; att finansanalytiker ökat kraftigt som källor i affärspressen är i sig ett bevis för att fokus kring börs och enskilda företag har ökat.

Huruvida finansanalytiker är en drivkraft i denna utveckling eller resultat av den är däremot en öppen fråga. Eftersom analytiker är centrala aktörer inom området aktiehandel och företagsanalys är en ökad förekomst av finansanalytiker delvis en naturlig följd av ökat bolags- och börsfokus. Våra resultat tyder dock på att analytikerna också är en drivande faktor i denna utveckling, något vi återkommer till senare i analysen. Sannolikt handlar det därför om en växelverkan – där den ökade förekomsten av analytiker är ett resultat av en mer börscentrerad journalistik och samhällsutveckling, men där finansanalytikerna också är med och driver på ett större börsfokus i pressen och i samhället.

Enligt teorin har experter har positionen och förmågan att påverka och driva samhällsutvecklingen i en viss riktning (Meyer, 1996). Våra resultat visar att analytiker sorteras in under denna kategori av affärspressen, vilket stärker ovanstående tes.

I ljuset av detta kan den ökade användningen av analytiker i affärspressen också förklaras närmare. Tidigare forskning visar nämligen på en generell utveckling mot större användning av experter i pressen och samhället överlag (Maktudredningen).



[1960 är basår med index = 100]

Enligt Mårtensson och Lindhoff (1998) har, vad de kallar aktiv ekonomi, de senaste decennierna fått rollen som den förhållandevis ideologin inom affärspress. Det innebär att marknadskrafterna anses vara överordnad politiken i samhället.

Våra resultat ger stöd för detta; Vi har så långt kunnat konstatera att börs- och bolagsfokus i affärspressen stärkts kraftigt de gångna decennierna, att finansanalytiker uppfattas som experter, samt att förekomsten av analytiker har ökat betydligt under den undersökta perioden. Därtill visar våra resultat att analytiker i affärspressen får står oemotsagda i 7 fall av 10. I särskilt stor utsträckning gäller det när finansanalytiker har rollen av just experter i affärspressen.

Vid dessa fall, när deras uttalanden verkligen är av betydelse – det handlar exempelvis om när de ger råd och rekommendationer om aktier – är analytikerna i 8 av 10 fall anonyma. Vidare visar undersökningskategorin ”antal aktörsparter” att det i 7 fall av 10 bara förekommer en aktör i en artikel. Denna röst tillhör nästintill undantagslöst näringslivsföreträdare.

Ovanstående går på tvärs med journalistiska riktlinjer (Thurén, 1985, Nohrstedt och Ekström, 1994). Det stämmer däremot väl in på Thuréns argumentation kring att den praktiska journalistiken går i otakt med idealen. Våra resultat visar att normer om allsidighet, mångfald och källkritik behandlas ytterst styvmoderligt av affärspressen. Trots att samtliga undersökta publikationer har policier om att dessa kriterier ska vara uppfyllda är det ingen som når upp till kraven.

Thurén (1985) menar att detta till stor del kan förklaras av inkompetens. Huruvida så är fallet kan vi inte svara på inom ramen för denna undersökning. Våra intervjuer tyder dock på att det finns en känsla av oförmåga inför att förklara komplexa förhållanden på aktie- och kapitalmarknad inom affärspressen. Emellertid anser vi inte att vi har tillräcklig grund för att kunna dra slutsatsen att affärsjournalisterna har bristande kompetens. Vi kan dock inte heller säga att så inte är fallet.

Nohrstedt och Ekström (1994) hävdar däremot att det främst är tempot i jakten att vara först ut med en nyhet eller inslag som förklarar att allsidighet, mångfald, källkritik och andra grundläggande journalistiska riktlinjer (se även pressens etiska regler, appendix I) åsidosätts.

Enligt deras åsikt är det därmed alltså tids- och resursproblem som är att skylla för de brister som vi har funnit i empirin.

Våra resultat stöder detta. De medier som har kortast pressläggning är de som är sämst på att nå upp till krav de källkritiska krav som Thurén och Nohrstedt och Ekström talar om. Det innebär att webbutgåvorna, med di.se i spetsen, är de största syndarna på denna punkt, följda av de dagligt utgivna publikationerna - medan de veckoutgivna affärsmagasinen håller högst nivå, eller kanske bättre uttryckt, är minst dåliga.

Våra resultat indikerar vidare att kvalitetsnivån sammantaget har sjunkit under den undersökta perioden. Det resultatet som kanske är den mest anmärkningsvärda i undersökning – att 7 av 10 citerade analytiker är anonyma, samt att ännu större andel är anonyma när de citeras i egenskap av experter – har dock förbättrats något de senaste åren.

Mot bakgrund av intervjuer samt teorier kring legitimitet och trovärdighet (Jacobsson, 1989) tror vi att detta beror på att skandalerna som skakat finanssektorn under de senaste åren har fått affärspressen att dra öronen åt sig. Vidare har finansbranschen, vilket framgår av stycket "Reglerande och legal utveckling i finansbranschen" bemött skandaler med skärpta regler och lagstiftning, vilket möjligen kan ha gett upphov till den observerade utvecklingen (Jacobsson, 1989).

Detta stöds vidare av att användningen av analytiker i affärspressen från och med 2000 har sjunkit generellt. Intervjuerna ger dessutom en indikation om att redaktionerna blivit mer restriktiva till analytiker och mäklare efter att, i IT-haussens kölvatten, ha fått kritik för lättvindig förmedling av exempelvis aktieråd.

Allmänt framställs finansanalytiker i teorin dels som en yrkeskår med starkt rationella ideal och utpräglat framtidsfokus (Hägglund, 2001), dels som en opålitlig skara (Johansson, 1998, Hägglund, 2001) med mycket tveksam mentalitet (Norberg, 2004).

Huruvida dessa teorier och studier är rättvisande för verkligheten är utom ramen för denna uppsats. Emellertid kan konstateras att analytikerna i affärspressen refereras som företrädare för det rationella. Våra resultat visar att de företrädesvis står för faktauttalanden med ett utpräglat vetenskapligt anslag.

I ljuset av tidigare studier samt mot bakgrund av relevant teori kan vi dock konstatera att varken finansanalytiker eller journalister i någon vidare utsträckning följer rationella verksamhetsramar (Hägglund, 2001, Norberg, 2004). Våra resultat visar därtill att de konsekvent bryter mot uttalade policys i sina arbeten (Mårdbrant, Dagens Industri – välkommen ombord, Unger et al, 2002). Analys av denna diskrepans återkommer vi till i djupanalysen, nedan.

Vidare har vi ovan konstaterat att finansanalytiker betecknas, och uppfattas, som experter i affärspressen. Detta går emellertid på tvärs mot gängse syn på vad som konstituerar en expert:

"Föreställning om experter är att de är sakkunniga personer som besitter specialistkunskap [...] Det handlar inte om slutsatser som dragits i en politisk beslutsprocess, inte heller något tyckande, eller råd utifrån gamla traditioner. Det rör sig i stället om vetenskapligt definierad kunskap. [...] En expert [anses] verka vetenskapligt och vara intresseoberoende." (Tamm Hallström)

Att finansanalytiker inte är intresseoberoende torde mot ovanstående stå alldeles klart. De företräder kommersiella intressen som banker, fondkommissionärer och finansinstitut, samtidigt som tidigare studier visar att de återkommande brister i saklighet och personligt oberoende (Mersin & Ollila, 2003, Unger et al, 2002). Johansson (1998) har vidare visat att aktieanalytiker har en systematisk benägenhet att rekommendera köp framför sälj, samt att de kontinuerligt överdriver sina bolags vinstestimater.

Enligt Norberg (2004) finns en tendens till girighet och statustänkande hos analytikerkåren och, åtminstone tidigare, har analytikers kompensation i flera fall varit kopplad till om de lyckats generera affärer till bankernas övriga avdelningar. Sammantaget tyder därmed teori och tidigare forskning på att den gängse definitionen av expert inte är applicerbar på finansanalytikerna.

Som nämnts ovan har vi funnit indikationer på att detta förhållande kan förklaras av bland annat av tidspress. Emellertid anser vi att tids- och resursbrist endast är en del av förklaringen. Det visar sig exempelvis att publikationer som borde ha lång tid på sig att kontrollera källor och hitta experter endast är marginellt bättre än övriga.

I ljuset av detta tror vi att förklaringen till affärspressens ofta bristfälliga användning av analytiker även måste sökas på ett mer djupgående, strukturellt plan. Det gäller exempelvis affärspressens benägenhet att definiera analytiker som experter, diskrepansen mellan vad pressen påstår sig stå för och hur den verkligen handlar, samt varför analytiker i så stor utsträckning citeras anonymt.

I nästföljande avsnitt gör vi en ansats att förklara detta utifrån institutionell teori, men först summerar vi våra slutsatser hittills:

- Marknadskrafterna har de gångna decennierna fått ökat spelutrymme i affärspressen.
- Finansanalytiker har i affärspressen rollen som experter i uttolkande av börs- och företagsrelaterade områden.
- Den ökade användningen av analytiker kan dels förstås mot bakgrund av ett ökat företags- och börsfokus i samhället, dels av det faktum användningen av experter – vilka finansanalytikerna enligt våra resultat betraktas som – generellt ökat i pressen.
- Tidsbrist är en central faktor för den journalistiska kvaliteten inom affärspressen. I de publikationer med kortast pressläggning är allsidigheten, mångfalden och källkritiken mest bristfällig.
- Finansanalytiker har i affärspressen rollen som rationella uttolkare av skeenden inom bolag och på börsen...
- ... men finansanalytiker är enligt tidigare studier och forskning inte att betrakta som opartiska och oberoende aktörer. De uppfyller därmed inte heller de kriterier och för att betraktas som experter.
- Skandalerna i efterdyningarna av det sena 1990-talets börshaus har lett till mer restriktiv användning av analytiker i pressen – men minskningen är marginell.

Djupanalys

Ovan har vi konstaterat att marknadsfokus dominerar i affärspressen, samt att en stressig arbetssituation är en del av förklaring till de observerade bristerna i affärsjournalistiken. Men även om det går snabbare

att endast referera en källa och att få ett uttalande från en analytiker som tillåts vara anonym, så ger tidsaspekten, enligt vår mening, endast en grundlig förståelse för fenomenet och utvecklingen.

Institutionell teori kan här ge en mer djupgående förklaring till varför analytiker exempelvis kräver att få vara anonym och varför journalister går med på detta när det just gäller finansanalytiker, medan de kanske inte skulle göra det om det handlade om exempelvis politiska experter (Karazzi, 1998).

Utifrån de aspekter vi tidigare elaborerat i teoriavsnittet går nedan, i samma följd, igenom våra resultat utifrån institutionell teori.:

Expertis – Enligt institutionell teori hämtar experter sitt existensberättigande i att de företräder vetenskapen och förnuftet. Dessa ledstjärnor har så hög ställning i vårt moderna samhälle att deras storhet betraktas som truismer, enligt Meyer (1996), som menar att vi lever i en världsomfattande rationalistisk kultur.

Vi har i teoriavsnittet kunnat konstatera att finansanalytiker i sitt arbete betonar kvantifierad information och tekniska beslutsmodeller. Detta ansluter väl hur en expertposition grundläggs enligt teorin. Vidare understryker analytiker genom organisationer (SFF, Appendix I) och i sin kultur (Norberg 2004, Hägglund 2001) vikten av dessa tekniska arbetsmodeller och beslutsprocesser i sitt arbete.

Centralt för att i realiteten uppfylla kriterierna för en expert är dock opartiskhet och oberoende. Det är något som finansanalytikerna, som är anställda av mäktiga aktörer på finansbranschen, svårligen kan påstå sig vara.

Våra resultat visar emellertid att analytikerna ändå betraktas som experter av affärspressen. Denna roll har därtill endast i liten omfattning ruckats efter de stora skandaler som skakade finansbranschen omkring 2000, och som visade på just avsaknad av oberoende. Affärspressen användning av analytiker har gått ned marginellt och de refereras fortfarande i egenskap av experter. De får även i majoriteten av fallen stå oemotsagda.

Möjligen kan detta förklaras utifrån ovan nämnda strategier. Framför allt i USA har finansbranschen tacklat skandaler genom att bland annat knyta sig närmare till oberoende professionella organisationer, skapa tydligare gränsdragningar mellan sälj och analys och förstärka en redan tidigare rigorös rekryteringsprocess. Dessa åtgärder stämmer väl överens med Meyers (1996) Furustens (2000) teorier kring hur expertens auktoritet och inflytande stärks.

Vidare skriver Meyer att moderna organisationer legitimerar sig genom att hänvisa till yttre idéer och nya sätt att göra saker. Finansanalytiker har, vilket vi konstaterat ovan, ett tekniskt rationellt sätt att göra saker. Vidare är det enligt Meyer för finansbranschen ändamålsenligt av vilja förekomma i press och andra offentliga sammanhang, då det bygger konsensus och verkar för ökad extern och intern

legitimitet.

Summering: Finansbranschen knyter an till vår tids religion – vetenskapen. Rationalitet kan ses som evangeliet i denna religion och finansbranschen är högljudda förkunnare av detta evangelium. Härmed vinnas legitimitet och auktoritet – samt grund för analytiker att ta rollen som experter.

Analytikerkåren och finansbranschen i stort kopplar alltså sin verksamhet till rationella verksamhetsideal och söker en prägel av vetenskaplighet (Hägglund, SFF), och har stor anledning att göra så. Samtidigt visar dock studier och historik på att kåren har svårt att leva upp till dessa ideal. Huruvida finansanalytikerna skulle betraktas som experter, enligt de kriterier som Tamm Hallström (2000) redogör för ovan, torde alltså vara mycket tveksamt.

Att affärspressen väljer att betrakta och använda finansanalytiker som experter är alltså ingen självklarhet. Att så är fallet är däremot mycket tydligt utifrån våra resultat.

Enligt Meyer (1996) kan detta beteendet i sin tur förstås som en strävan hos affärspressen att i sin tur hänvisa till den rationella samhällsnormen. Affärspressen är i detta sammanhang att betrakta som "actors" och dess existensberättigande bygger bland på att söka "det bästa sättet att göra saker", vilket bland annat handlar om att visa att man strävar efter att införliva de senaste vetenskapliga rönen i verksamheten (Meyer, 1996). Detta kan i sin tur vara en förklaring till den stora ökningen vi ser av hänvisningar till just finansanalytiker. Experterna (analytikerna) legitimerar sig i sin tur genom hänvisning till högre värden, som vetenskap, rationalitet etc.

Summering: Finansanalytiker bygger upp legitimitet profession genom att betona starka rationalitetsideal och på så sätt positionera sig som experter. Denna legitimitet stärks internt och externt genom att spridning av idéer och tankar i exempelvis pressen. Pressen å sin sida vinner legitimitet genom att hänvisa till och referera experter.

Ovanstående situation har stora likheter med ett självspelande piano: Experter konstitueras ur en rationalitetsnorm, men de vinner legitimitet och auktoritet, och grundlägger därmed sin expertroll, genom förekomma i denna roll i offentliga sammanhang. I detta fall i pressen. Pressen å sin sida vinner trovärdighet och legitimitet genom att hänvisa till experter. Dessa teorier skulle därmed kunna vara en del av förklaringen till att förekomsten av experter ökat så kraftigt i pressen under de gångna decennierna. I förlängningen kan det vara en förklaring till våra resultat som visar på en likartad utveckling för analytikeranvändningen i affärspressen.

Legitimitet – Brunsson (1989) talar om att en diskrepans mellan prat och handling kan vara ett effektivt sätt att överbygga motsättningar verksamheten. Dagens Industri, Veckans affärer och de flesta andra affärstidningar har policies om att i möjligaste mån undvika att använda sig av finansanalytiker eftersom de inte anses tillräckligt goda källor, något som givetvis i än högre utsträckning

gäller anonyma sådana (Billing, 2004, Di – Välkommen ombord, 2002).

Våra resultat visar dock att de ändå gör detta i mycket stor utsträckning. Mårdbrant och Billing talar om att det finns ett sug från allmänheten att få råd om aktier, samt ett behov av att få svärtydda svängningarna på börsen uttolkade.

Enligt Kjaer och Langer (2000) är ett sätt att nå legitimitet att uppfylla ett visst uttalat behov. Då läsarna uttrycker en önskan efter rekommendationer och råd om köpvärda aktier, eller lågt värderade bolag, uppfyller affärspressen ett behov genom att förmedla analytikers råd, värderingar och rekommendationer.

Däremot går de emot sina egna etiska riktlinjer genom att presentera exempelvis anonyma eller oemotsagda analytikerkommentarer. Affärspressen betar sig här motsättningsfullt – de säger sig stå för en ska, men handlar på ett helt annat.

Våra resultat tyder emellertid att detta hanteras genom vad Brunsson benämner prat – i det här fallet att affärspressen har en uttalad policy som föreskriver ett visst beteende, men att handlar på ett helt annat. Genom att särkoppla prat och handling hävdar Brunsson (1989) att en aktör kan nå legitimitet på flera plan.

”[...] organisationen handlar i enlighet med vissa normer och beslutar i enlighet med andra: därigenom kan organisationen avspejla [flera motstridiga] externa normer. Ett företag kan t.ex. ställas inför både lönsamhetskrav och krav på att inte förstöra miljön. Företaget kan då t.ex. fortsätta med den miljöförstörande, och lönsamma, verksamheten men samtidigt fatta beslut om ett miljöprogram.”

Ett typiskt sätt att legitimera handling är att hänvisa till framstående experter på området, vad Meyer (1996) ovan kallar rationalized others, – exempelvis vetenskapsmän, forskare eller managementkonsulter (Furusten, 2000). Det finns dock flera sätt att legitimera verksamhet. Ett annat är att hänvisa till att marknaden kräver det – om fallet exempelvis gäller medieföretag att hänvisa till läsarna eller tittarna – och att man handlar för deras räkning (Kjaer & Langer, 2000). Våra resultat tyder på att detta är en strategi som används när det gäller förekomsten av anonyma analytiker i affärspressen (Mårdbrant 2004, Billing, 2004).

Summering: Affärspressen bryter mot sina egna policies genom den frekventa användningen en finansanalytiker som källor, särskilt är så fallet när de citeras anonymt. Detta handlingsätt är i linje med vad Brunsson kallar hypocrisy – att besluta i en riktning och handla i en annan. Enligt teorin är detta dock förnuftigt då affärspressen på detta sätt kan tillgodose flera divergerande krav i omgivningen.

Auktoritet – Enligt teorin är auktoritet en nödvändighet för att exempelvis kunna uttala sig i en expertroll. Tamm Hallström (2000) menar att det finns ett samband mellan expertis och teknik i så

mätto att båda är knutna till idén om att det i objektiv, teknisk mening går att fastställa kunskap.

Enligt denna idé har just experter förutsättningar för detta. Ett tekniskt inriktat, rationellt, nästintill mekaniska arbetssättet gör att experter kan förstås som neutrala oberoende personer som har auktoritet att formulera råd om hur andra bör gå tillväga i olika situationer. De har därmed även auktoritet – menar Tamm Hallström (2000).

Ett sätt att öka och befästa expertisen och auktoriteten är professionella koder och tillhörighet. Förutom existensen av en professionsorganisation, brukar universitetsutbildningar och akademiska tidskrifter i ämne lyftas fram som auktoritetsskapande och något som stärker expertisens makt. Vi har tidigare konstaterat att finansanalytiker betraktas, och söker positionera sig som experter. De handlar härvidlag enligt tidigare refererade studier mycket nära strategier som Tamm Hallström målar upp som användbara för att nå auktoritet. Våra resultat ger dock vid handen att auktoriteten, och därmed expertpositionen, fått sig en knäck i och med börsfallet kring 2000. Emellertid har användningen av analytiker inte drabbats av en särskilt kraftigt nedgång. Detta skulle enligt Tamm Hallström kunna förstås i ljuset av att branschen knutit sig närmare till professionella organisationer (se Reglerande och legal utveckling i finansbranschen).

Enligt Tamm Hallström finns fyra strategier för att uppnå auktoritet (dessa strategier gäller standarder, men de kan i lätt modifikation även överföras till andra områden):

- Argumentera för standardföljandets positiva effekter (övertyga om att gruppens/organisationens sätt att göra saker är värdefulla och ger förtjänst).
- Stärka sin egen auktoritet genom sättet att organisera verksamheten (till exempel rekrytering etc).
- Stärka sin egen auktoritet genom att samarbeta med relevanta referensorganisationer.
- Dra nytta av andras makt (övertyga andra organisationer med auktoritet på sitt område om att standarderna är användbara för deras arbete, och låta dessa organisationer "saluföra" idéerna).

Av dessa strategier tyder våra resultat på att finansbranschen aktivt använder sig av: att stärka verksamheten genom rigorös rekrytering, att samarbeta med relevanta referensorganisationer, samt genom att dra nytta av andras makt samt genom att argumentera om de positiva effekterna av att följa den egna gruppens handlingssätt (Brytting, 2003).

Vi återkommer till detta i avsnittet Nätverk nedan, men vi kan redan nu konstatera att våra resultat indikerar att analytiker kåren i stor utsträckning bygger upp sin auktoritet genom affärspressen:

Finansbranschen samarbetar aktivt med ett flertal självreglerande organ, i Sverige exempelvis SFF och Sweco och Akademien. Detta stärker auktoriteten enligt ovanstående teori. Men framför allt visar våra resultat att analytikerna har ett mycket nära samarbete med affärspressen. Mot bakgrund av detta tyder

mycket på att pressen är en av de viktigaste kanalerna och referensorganisationerna i att stärka finansanalytikernas auktoritet. Detta faktum kopplar också över till nästa strategi; att dra nytta av andras makt. Pressen har en oöverträfflig position att nå ut till en bred allmänhet, och har därför en stor makt över samhällsdebatt och normbildning. Genom att utnyttja pressen för att nå ut till, och positionera sig inför, allmänheten kan finansanalytikerna dra nytta av pressens makt. Detta leder i sin tur fram till Tamm Hallströms sista strategi för hur auktoritet grundläggs och stärkt: att argumentera för de positiva effekterna av att följa det egna handlingsmönstret. Vi har ovan konstaterat att analytiker har rollen som experter, samt att de argumenterar utifrån tekniskt rationella modeller – resultatet av deras resonemang är att det lönar sig att följa deras råd, vilket är själva grunden för finansanalytikernas kommersiella existensberättigande. Våra resultat visar att man använder sig av affärspressen för att nå ut med denna argumentation.

Summering: Finansanalytikerna använder sig av Affärspressen för att stärka sin auktoritet. De gör det genom att utnyttja ett flertal parallella strategier som syftar till att grundlägga och befästa en aura av makt och auktoritet.

Ansvar - Beslut innebär enligt teorin inflytande vilket är åtråvärt, men det betyder också ansvar – vilket är mindre eftertraktat, åtminstone om valet beslutet kan ge potentiellt negativa följder. I sådana fall blir ansvaret oönskat. Enligt teorin kan man anta att beslutsfattaren därför kommer att vilja undvika ansvar.

Ansvar undviks enligt teorin främst genom att göra beslutet eller sin egen roll som beslutsfattare mindre synlig. Detta kan ske genom att hänvisa till opersonliga, rationalistiska modeller, men också genom att hävda att man inte kunde påverka beslutet eller att man tvingades av yttre krafter (Brunsson, 1983).

Vår studie tyder på att just detta föreligger när det gäller referat av analytiker i affärspressen. Affärsjournalisterna själva ger i regel mycket få råd och uttalar sig värdeladdat i liten utsträckning. Däremot får analytiker uttala sig oemotsagda i rollen som experter i allt högre grad. Följaktligen visar användningen av finansanalytiker i affärspressen stor korrelation med teorin som säger att aktörer som kan komma att pekas ut som ansvariga för ett råd/beslut vill undvika att förknippas med beslutet i fråga, eftersom det kan innebära negativa följdverkningar för dem.

Detta kan på ett djupare plan förklara resultaten som visar att experter i regel är anonyma, samt att de får stå oemotsagda i stor utsträckning. Analytikerna vill inte förknippas med beslut som kan ge negativa följdverkningar genom att sparare förlorar pengar. Affärspressen godtar ändå användandet eftersom de själva inte vill ha ansvaret samt att det finns ett sug efter rekommendationer – kompromissen tycks härmed bli anonyma råd.

Vidare visar våra resultat att affärspressen ofta väljer att hänvisa till analytikerkåren. Även detta kan förstås utifrån teorier om att sträva efter att undvika ansvar:

Hur mycket ansvar en enskild beslutsfattare får påverkas nämligen av antalet beslutsfattare. Ju fler som kan sägas vara delaktiga i något, desto mer utspädd blir respektive aktörs ansvar. Om det däremot bara finns en tydlig beslutsfattare får denna det fulla ansvaret. Omvänt blir effekten att om alla är ansvariga är i praktiken att ingen det. Det finns de som vill gå så långt som att hävda att marknaden är det allra mest ansvarsutspäddade fenomenet. Att hänvisa till marknaden, eller analytikerkåren i det här fallet, är ett effektivt sätt att späda ut ansvar.

Genom att agera på ovanstående sätt kan affärspressen sammanföra det svärförenliga i att möta markadens krav på råd och rekommendationer och samtidigt undvika personligt ansvar.

Summering: både finansbranschen och affärspressen vill undvika ansvar för lämnade råd och rekommendationer – eftersom de då annars kan drabbas av negativa följdverkningar. Resultatet är anonyma citat, att hänvisa till marknaden eller till en hel yrkeskår.

Nätverk

Vi har ovan kunnat konstatera att finansbranschen och affärspressen hyser ett ömsesidigt beroende. Finansbranschen bygger, enligt Tamm Hallströms definition, upp auktoritet genom medverkan i affärspressen. Affärspressen möter i sin tur läsekretsens behov genom att publicera råd, bedömningar och rekommendationer från analytiker.

Detta tyder på att affärspressen och aktieanalytikerna tillhör ett gemensamt nätverk (Torsten Sverenius, 1999).

Nätverksbegreppet har bland annat diskuterats med anledning av aktörers möjligheter att utöva makt över andra (Rose & Miller, 1992). Det finns i detta sammanhang två sätt att förstå makt- och nätverksrelationen. Det ena sättet betraktar makt som en förutsättning för att bygga upp ett nätverk, och att nätverket därmed är en effekt av makt (Bourdieu 1986). Det andra ser uppbyggandet av ett nätverk som en förutsättning kunna utöva och nå makt (inflytande) (Rose & Miller). Vi kan inom ramen för denna undersökning uttala oss om vilken typ av nätverksrelation som råder i föreliggande fall. Däremot kan vi konstatera att nätverket utgör en maktfaktor.

Latour hävdar vidare att makt stabiliseras i nätverket genom gemensamma artefakter och sätt att göra saker. Det handlar om gemensamma normer för maskiner, arkitektur, inskriptioner, utbildningsprogram, böcker, förpliktelser, dokumentations- och kalkyleringstekniker etc.

Vi kan konstatera att affärspressen och analytikerkåren i allt större grad rekryterar från samma utbildningsprogram och skolor (Harryson och Abrahamsson, 1999), samt att de båda yrkeskategorierna använder gemensamma teoretiska konceptuella utgångspunkter och analysmodeller i sin verksamhet.

Rose och Miller talar om hur nätverk av allierade intressen växer fram och förstärks genom kommunikation mellan nätverkets aktörer. Vi har ovan kunnat konstatera att utbytet mellan affärsjournalisterna och analytikerna är omfattande. Ovanstående talar för att nätverket är aktivt och de gemensamma synsätten för att det är stabilt.

Ett nätverk med flera starka aktörer som arbetar enligt ovanstående mönster har grunden att bygga ett kraftfullt och inflytelserikt fält som kan prägla och styra omgivande institutioner i en för fältet önskvärd riktning (Tamm Hallström, 2000). Vi anser att finansbranschen och affärspressen utgör ett sådant fält.

Detta kan förklara den ökade användningen av analytiker i affärspressen. Det kan vidare förklara utvecklingen mot en allt mer dominerande ställning för aktiv ekonomi, samt ge en indikation till varför affärspressens aktörer i så liten utsträckning ser anledning att kritisera eller ifrågasätta analytikernas utsagor.

Summering: analytiker och affärsjournalister tillhör ett gemensamt nätverk, som ömsesidigt förstärker de båda aktörernas samhälleliga ställning

Slutsatser

Vi har i föreliggande uppsats kunnat konstatera att finansanalytikernas ställning i affärspressen stärkts mycket kraftigt de gångna decennierna. Sedan 1985 har förekomsten av analytiker ökat med 1190 procent i affärspressens, justerat för ökningen i det totala antalet artiklar. Trots att finansanalytiker enligt tidigare studier och forskning inte är att betrakta som opartiska och oberoende aktörer, och därmed inte uppfyller gängse definitioner för experter, är det deras vanligaste roll i affärspressen.

Resultat och teori visar att finansanalytikerna grundlägger sin expertroll genom att positionera sig som företrädare för Vetenskap och Rationalitet. Finansbranschen knyter därmed an till vad Michel Foucault (1979) har kallat vår tids religion – vetenskapen. Våra resultat visar också att finansanalytiker härmed får stor definitionsmakt i affärspressen och därmed i samhället som helhet. Detta överensstämmer med tesen om att marknadskrafterna i affärjournalistiken är överordnad politiken (aktiv ekonomi).

Genom affärspressen får analytikerna härmed en kanal att stärka sin legitimitet och auktoritet både internt och externt genom att spridning av idéer och tankar i exempelvis pressen. Som vi konstaterar ovan kan analytikerna emellertid vid en närmare anblick inte leva upp till gängse krav på experter. Enligt pressetiska regler bör de därmed inte heller användas som källor i denna egenskap. Denna slutsats understryks av att flertalet affärstidningar enligt sina interna policydokument uttrycker stor skepsis till att använda aktieanalytiker som källor och avråder helt från att citera dem anonymt. Att detta ändå sker i så stor omfattning tycks ha flera förklaringar.

En är tidsbrist, som tycks vara en framträdande orsak till de brister vi har upptäckt. Medier med kortare pressläggning, som exempelvis webbredaktionerna, håller en lägre nivå än dagstidningarna som i sin tur är sämre än veckopublikationerna.

En annan är att pressen har mycket att vinna på att referera analytiker – dels erhålls legitimitet genom att hänvisa till och referera experter, dels finns en efterfrågan hos läsarkretsen om att få råd och rekommendationer från analytiker. Följaktligen är beteendet kommersiellt rationellt.

Att pressen medvetet tycks bryta mot sina egna regler tyder på fältet präglas av vad Brunsson (1989) benämner hypocrisy – det vill säga att man säger en sak och gör en annan. Enligt Brunsson är det inget konstigt, utan tvärtom förnuftigt på så sätt kan fler motstridiga krav uppfyllas samtidigt. Genom att ha policies som förbjuder användning av exempelvis oemotsagda analytiker tillgodoser affärspressen pressetiska och publicistiska krav, något som ger branschen legitimitet på ett plan – att fungera som tredje statsmakt etc. Genom att ändå okritiskt citera analytiker når man legitimitet på ett annat plan – att ge folk vad de vill ha, vilket i sin tur är en kommersiell förutsättning.

Ett anmärkningsvärt resultat i vår undersökning är att analytiker som refereras i affärspressen i 7 fall 10

är anonyma. Enligt teorin är ett framträdande skäl till detta att både finansbranschen och affärspressen vill undvika ansvar för lämnade råd och rekommendationer, då de annars kan de drabbas av negativa följdverkningar.

Ovanstående resultat visar sammantaget på att analytiker och affärsjournalister har nära kontakter, likartade arbetsuppgifter och ömsesidiga intressen. Detta tyder på att de – medvetet eller omedvetet – tillhör ett gemensamt nätverk vilket ömsesidigt förstärker de båda aktörernas samhälleliga ställning.

Vi har tidigare snuddat vid diskussionen om huruvida affärspress har en annan karaktär än övrig press – just börsrapportering, som ju den övervägande delen av vårt artikelmaterial utgörs av, kan sägas ha en mer deskriptiv och just rapportrande roll. På ett sätt kan detta te sig oskyldigt – ett nyligen inträffat skeende på börser eller på finansmarknaden beskrivs kort och fakta kommenteras av en insatt expert.

Men man får inte glömma några viktiga fakta: för det första läses denna rapportering av en bred publik, som ofta inte är insatt i finansmarknaden. För det andra kan man med fog hävda att denna rapportering är kursdrivande. Och för det tredje, och kanske viktigaste: även om rapporteringen enligt ovanstående argumentation inte skulle behöva följa de pressetiska reglerna, så är rapporteringen efter eget val underkastad dessa regler. Den utger sig också – implicit eller explicit – för att följa dessa regler, och skall – inte bör - därför göra det, eller i annat fall på något vis signalera att så inte är fallet. Vi kan därför med stöd av ovan framlagda teorier, resultat och analyser konstatera att alla dessa analytiker får i svensk ekonomijournalistik ett utrymme som de enligt gängse normer inte skall ha.

Källförteckning

- Abbot, Andrew. 1988. *The Systems of Professions – An Essay on the Division of Expert Labor*. The University of Chicago Press, Chicago
- Adler, Emanuel. & Haas, Peter M.. (1992). Epistemic communities, world order, and the creation of a reflective research program. *International Organization*, 46 (1).
- Bang, H. 1999. *Organisationskultur*. Studentlitteratur, Lund.
- Bourdieu, Pierre. 1986. Kultursociologiska texter i urval av Donald Broady och Mikael Palme, kapitel "Modeskaparen och hans märke". Salamander, Stockholm
- Bringert, Lars & Torekull Bertil. 1995. *Äventyret Dagens Industri*. Wahlström & Widstrand, Stockholm.
- Brunsson, Nils & Jönsson, Sten. 1979. *Beslut och handling om politikens inflytande på politiken*. Liber Förlag, Stockholm.
- Brunsson, Nils. 1983. *Projektinstitutionalisering – ett fall*. EFI, Stockholm
- Brunsson, Nils. 1985. *The irrational organization: irrationality as a basis for organizational action*. Wiley Cop., Chichester.
- Brunsson, Nils. 1989. *The Organization of Hypocrisy: Talk Decisions and Actions in Organizations*. John Wiley & Sons, Chichester.
- Brunsson, Nils. 1998. "Beslut som institution", i Czarniawska, Barbara (red). *Organisationsteori på Svenska*. Liber, Malmö.
- Dane, Francis C. 1990. *Research methods*. Brooks/Cole Publishing. Co., cop, Pacific Grove, California.
- DiMaggio, Paul J & Powell, Walter W. 1991. *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. The University of Chicago Press, Chicago
- Edwards, Richard C. 1969. *Freedom, responsibility and obligation*. Marinus Nijhoff, Haag
- Ekecrantz, Jan.. 1997. Journalism's "Discursive Events" and Sociopolitical Change in Sweden 1925-87. *Media, Culture & Society*. Carlssons, Stockholm
- Fagerfjäll, Ronald. 2001. *Affärsvärldens hundra år*. Affärsvärldens Förlag, Stockholm.

- Foucault, Michel. 1976. *The Archeology of Knowledge*. Harper and Row, New York
- Furusten, Staffan & Garsten, Cecilia. 2000. *Temporary ties : the construction of expertise and authority in temporary consulting services*. SCORE, rapportserie, 2000:17, Stockholm
- Furusten, Staffan. 1996. *Den populära managementkulturen: om produktion och spridning av populär "kunskap" om företagsledning*. Nerenius & Santérus, Stockholm
- Giddens, Anthony. 1990. *The consequences of modernity*. Polity, Cambridge.
- Goldstein, Matthew. 2003. "Ex-Merril Analyst Accuses of Schmoozing Tyco". Preprint, url: <http://www.thestreet.com/pf/markets/matthewgoldstein/10090039.html>. TheStreet.com.
- Grafström, Maria. 2001. *Power of the Pink Press – Business News in Sweden, 1976-2000*. Masters Thesis. Uppsala Universitet, Department of Business Studies, Uppsala.
- Greenwood, Royston & Hinings, Christopher R, et al. 1998. *The role of professional associations in the transformation of institutionalized fields*. Stanford University, Stanford.
- Grünthal, Raoul. 1989. "Nu är vi här!", *Finansstidningen*. December 9, 1989.
- Haas, Peter M.. 1992. *Introduction: Epistemic Communities and International Policy Coordination*. i *International Organization*.
- Hadenius, Stig & Weibull, Lennart. 2003. *Massmedier : en bok om press, radio & TV*. 8 ed. Albert Bonniers förlag, Falun.
- Hägglund, Peter B. 2001. *Företaget som investeringsobjekt: hur placerare och analytiker arbetar med att ta fram investeringsobjekt*. Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (EFI), Stockholm
- Harrysson, Cecilia & Samuelsson, Karin. 1999. *Affärspressen under 20 år – en fallstudie av Ericsson*. Masters Thesis. Handelshögskolan i Stockholm, Institutionen för Redovisning & Finansiering, Stockholm.
- Holme, Idar & Magne och Bernt Solvang. 1997. *Forskningsmetodik. Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. 2 ed. Studentlitteratur, Lund.
- Hvitfelt, Håkan and Torsten Malmström. 1990. *Ekonomi och arbetsmarknad. Journalistik i förändring*. Svensk Informations Mediecenter, Stockholm.

- Hvitfelt, Håkan. 1985. På första sidan – en studie i nyhetsvärdering. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, Stockholm.
- Jacobsson Bengt. 2000. "Standardization and Expert Knowledge" i Bengt Jacobsson och Nils Brunsson: *A World of Standards*. University Press, Oxford.
- Jacobsson, Bengt. 1989. *Konsten att reagera: intressen, institutioner och näringspolitik*. Carlsson,
- Johansson, Jeaneth. 1998. *Direct Contacts between Financial Analysts and Traded Companies*. Licentiate Thesis. Luleå University, Department of Business Administration and Social Science, Luleå.
- Johansson, Roine. 2002. *Nyinstitutionalismen inom organisationsanalysen*. Studentlitteratur, Lund.
- Karaszi, Peter. 1998. *Använd pressen : handbok i hur ditt företag kan använda pressen som informationskanal*. PK fininformation, Stockholm.
- Kjaer, Peter & Langer, Roy. 2000. "Business News as an Institution: An historical analysis of the Danish business press". CBS, Köpenhamn.
- Krippendorff, Klaus. 1980. *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, Inc, California, USA.
- Larsson, Mats & Sjögren, Hans. 1995. *Vägen till och från bankkrisen. Svenska banksystemets förändring 1969–94*. Carlssons, Stockholm
- Larsson, Mats & Sjögren, Hans. 1995. *Vägen till och från bankkrisen. Svenska banksystemets förändring 1969–94*. Carlssons, Stockholm
- Lasch, Christopher. 1995. *The Revolt of the Elites and the Betrayal of Democracy*. W W Norton, New York.
- Latour, Bruno. 1987. *Science in Action: How to Follow Scientist and Engineers through Society*. Harvard University Press, Cambridge.
- Lindhoff, Håkan och Mårtensson, Bo (nr 1-2).1998. *Stat, marknad, kris – nyhetsjournalistik om ekonomi under 1990-tal och 1930-tal*. Nordicom, Göteborg.
- Malhotra, Naresh K. 2004. *Marketing research: an applied orientation*. 4. ed. Prentice-Hall International, Upper Saddle River.

- Mersin, Ewran & Ollila, Peter. 2003. Företagsskandalers påverkan på preferensfaktorer viktiga för kundnöjdhet hos institutionella kapitalförvaltare. Masters Thesis. Handelshögskolan i Stockholm, Institutionen för Redovisning & Finansiering, Stockholm.
- Meyer, John W. & Rowan, Brian. 1977. "Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony", *American Journal of Sociology*.
- Meyer, John W. 1996. Otherhood: "The Promulgation and Transmission of Ideas in the Modern Organizational Environment" i Barbara Czarniawska & Guje Sevón (red.) *Translating Organizational Change*. De Gruyter, Berlin.
- Miller, Peter & Nikolas, Rose. 1990. "Governing economic life", *Economy and Society*, Vol. 19, Nr. 1, s. 1-31.
- Modern Times Group. 1998. "Finanstidningen nyförvärv i expansiva MTG:s rörelse". Preprint url: http://www.mtg.se/press/980513finans_s.htm. 2004
- Nohrstedt, Stig Arne & Ekström, Mats. 1994. *Ideal och verklighet – Nyhetsjournalistikens etik i praktiken*. Örebro Universitet, Örebro
- Norberg, Peter. 2004. *Mentalitet i Finansmarknadens nätverk*. Centrum för Ekonomi och Etik vid Handelshögskolan i Stockholm. Working Paper SSE, Stockholm.
- Parsons, Talcott & Smelser Neil J. 1956. *Economy and Society: a study in the integration of economic and social theory*. Routledge & Kegan Paul, London.
- Petrelus, Pernilla. 2003. *Old Boys' Network: Hur sociala faktorer i rekrytering – och urvalsprocesser leder till homogena företagsledning och styrelser*. Working Paper, Handelshögskolan i Stockholm, Stockholm.
- Projektet Nya Lundstedt. 2004. Kungliga Biblioteket, Stockholm, url: <http://www.kb.se/nl/navuppl.htm#UPPLTIT>
- Rombach, Björn. 1986. *Rationalisering eller prat: kommuners anpassning till stagnerande ekonomi*. Doxa, Lund.
- Rose, Nikolas, Miller Peter. 1992. *Political power beyond the State: problematic government*. *British Journal of Sociology*, vol. 43, issue 2.

Sahlstrand, Anders. 2000. De synliga – Nyhetskällor i svensk storstadsmorgonpress. Stockholm Universitet, Institutionen för Journalistik, Medier och Kommunikation, Stockholm

Simon, Herbert. 1965. The shape of automation for men and management. Harper & Row, New York.

Spiro, Herbert J. 1969. Responsibility in government: Theory and practice. Van Nostrand Reynhold, New York.

Sverenius, Torsen. 1999. Vad hände med Sveriges ekonomi? SOU 1999:150

Tamm Hallström, Kristina. 2000. Kampen för auktoritet : standardiseringsorganisationer i arbete. Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (EFI), Stockholm

Thurén, Thorsten. 1985. Orientering i källkritik. Almqvist & Wiksell förlag/Liber AB, Stockholm

Timmons, Heather & McNamee, Mike. 2002. "Penalizing Wall Street: Pick a Fine, Any Fine". Prepring, url: http://www.businessweek.com/magazine/content/02_51/b3813106.htm, Business Week.com.

Tomas Brytting. 2003. Förtroendebegreppet i företagsekonomi. Akademin för etik i arbete. Handelshögskolan i Stockholm, Stockholm

Unger, Laura S & et al. 2002. "Concerning conflicts of interest faced by brokerage firms and their research analysts". Symposium Compendium. Carlson School of Management, Minnesota.

Van den Brink, Rolf. 2001. "Affärspressen trappar upp". Dagens Media, Oktober 23, 2001.

Intervjuer:

Billing, Anders, 2004, Intervju, Stockholm, April 14 2004

Mårdbrant Christer, 2004, Intervju, Stockholm, Maj 27 2004.

Appendix I – lagtexter, etiska regler

Publicitetsregler

(enligt YGL och tryckfrihetsförordningen)

Ge korrekta nyheter

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

Var generös med bemötanden

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

Respektera den personliga integriteten

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

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

Var varsam med bilder

11. Vad som i dessa regler sägs gäller i tillämpliga delar även om bildmaterial.

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

Hör båda sidor

13. Sträva efter att ge personer, som kritiserats i faktaredovisande material tillfälle att bemöta kritiken samtidigt. Sträva också efter att återge alla parterers ståndpunkter. Var uppmärksam på att anmälningar av olika slag kan ha till enda syfte att skada den som blivit anmäld.

14. Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättssak bör redovisas.

Var försiktig med namn

15. Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.

16. Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.

17. Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.

SFF:s Etiska regler

A. (A-H) Följ gällande lagar och andra regler

Naturligtvis skall en finansanalytiker i sin yrkesverksamhet följa alla de lagar, föreskrifter och andra regler som är tillämpliga. En medlem i SFF bör hålla ett betryggande avstånd till regelverkets gränser. Ett grundläggande krav i lagstiftningen på värdepappersmarknaden är att god affärssed skall iakttas i förhållande till uppdragsgivaren och att verksamheten skall bedrivas på ett ärligt och rättvist sätt, med erforderlig skicklighet, omsorg och skyndsamhet. Sveriges Finansanalytikers Förening Etiska riktlinjer

B. Arbeta objektivt och seriöst

Arbeta objektivt och självständigt och sträva efter bästa möjliga underlag för analyser, rådgivning och beslut. Ge aldrig sken av att kunna garantera resultatet av en åtgärd, som du själv inte är beredd att bära risken för.

Uppträd även i övrigt sakligt och korrekt samt så att förtroendet för yrket upprätthålls. Visa kolleger hänsyn och respekt. Representation, resor, gåvor och tjänster kan vara eller kan misstänkas vara otillbörliga förmåner, om de inte utgör ett naturligt led i mottagarens tjänsteutövning eller inte är att betrakta som uttryck för allmänt godtagbara umgängesformer.

C. Diskretion

Undvik att lämna känslig information om nuvarande eller tidigare uppdragsgivares eller arbetsgivares förhållanden, om inte denne har givit sitt tillstånd.

D. Intressekonflikter

Utnyttja aldrig för egen eller annans vinning information om uppdragsgivares eller arbetsgivares förhållanden eller annan kunskap som är förtrolig

Låt dig aldrig påverkas i din yrkesverksamhet av egna, familjens eller andra närståendes privata förhållanden. Upplys alltid uppdragsgivaren eller annan berörd om potentiella intressekonflikter eller annat som kan inkräkta på förtroendet för din objektivitet eller självständighet eller inge tvivel på din förmåga att obundet tillvarata uppdragsgivarens intressen.

E. Ansvar mot uppdragsgivaren

Uppdragsgivarens intressen skall gå före egna intressen.

Undvik privata affärer med uppdragsgivaren, om de inte är av rutinmässig karaktär.

F. Ansvar mot arbetsgivaren

Bedriv inte likartad verksamhet utan arbetsgivarens medgivande. Underrätta arbetsgivaren om beroendeförhållanden eller annat som kan påverka ditt yrkesmässiga handlande. Underrätta arbetsgivaren om uppdrag, ersättningar och förmåner från andra än arbetsgivaren.

G. Egna och närståendes affärer

Iaktta försiktighet i privata och närståendes värdepappersaffärer. Beakta – förutom dessa riktlinjer – även de regler i dessa frågor som har utfärdats av Svenska Fondhandlareföreningen eller andra.

H. Sanktioner m m

Föreningens medlemmar skall skriftligen förbinda sig att iaktta dessa riktlinjer. SFFs styrelse har rätt att utesluta medlem som bryter mot riktlinjerna. I lindriga fall kan medlem i stället tilldelas varning. Styrelsen bestämmer på vilket sätt tillkännagivande av uteslutning eller varning skall ske.

Appendix II: Descriptives

Descriptive I

Frequencies

Statistics

		Medie	Artikel relevant
N	Valid	913	913
	Missing	0	0

Frequency Table

Medie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		265	29,0	29,0	29,0
	Affärsvärlden	25	2,7	2,7	31,8
	Dagens Industri	288	31,5	31,5	63,3
	DI.se	24	2,6	2,6	65,9
	Dagens Nyheter Ekonomi	31	3,4	3,4	69,3
	Ekonomi 24	11	1,2	1,2	70,5
	Finanstidningen	113	12,4	12,4	82,9
	Privata Affärer	4	,4	,4	83,4
	Svenska Dagbladet	56	6,1	6,1	89,5
	Näringsliv	96	10,5	10,5	100,0
	Veckans Affärer	96	10,5	10,5	100,0
	Total	913	100,0	100,0	

Artikel relevant

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ej relevant	265	29,0	29,0	29,0
	Relevant	648	71,0	71,0	100,0
	Total	913	100,0	100,0	

Descriptive II

Frequencies

Statistics

		Medie	År
N	Valid	648	648
	Missing	0	0

Frequency Table

Medie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Affärsvärlden	25	3,9	3,9	3,9
	Dagens Industri	288	44,4	44,4	48,3
	DI.se	24	3,7	3,7	52,0
	Dagens Nyheter Ekonomi	31	4,8	4,8	56,8
	Ekonomi 24	11	1,7	1,7	58,5
	Finanstidningen	113	17,4	17,4	75,9
	Privata Affärer	4	,6	,6	76,5
	Svenska Dagbladet	56	8,6	8,6	85,2
	Näringsliv	96	14,8	14,8	100,0
	Veckans Affärer	96	14,8	14,8	100,0
	Total	648	100,0	100,0	

År

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1985	8	1,2	1,2	1,2
	1988	49	7,6	7,6	8,8
	1991	37	5,7	5,7	14,5
	1994	77	11,9	11,9	26,4
	1997	158	24,4	24,4	50,8
	2000	188	29,0	29,0	79,8
	2003	131	20,2	20,2	100,0
	Total	648	100,0	100,0	

Descriptive III

Frequencies

Statistics

Artikelnns längd

N	Valid	642
	Missing	6
Mean		3438,95
Median		3032,00 ^a
Mode		2585 ^b
Std. Deviation		2119,455
Variance		4492088
Skewness		2,542
Std. Error of Skewness		,096
Kurtosis		9,510
Std. Error of Kurtosis		,193
Range		16196
Minimum		504
Maximum		16700
Sum		2207806
Percentiles	10	1562,50 ^c
	20	2033,60
	30	2401,60
	40	2721,30
	50	3032,00
	60	3255,70
	70	3623,60
	80	4402,10
	90	5698,30

a. Calculated from grouped data.

b. Multiple modes exist. The smallest value is shown

c. Percentiles are calculated from grouped data.