

av JESPER STRÖMBECK



”Enbart utåtriktad integritet är närmast farlig; det handlar om en person som inte har några mål, övertygelser och värderingar, men bibehållen förmåga att agera.”

## Kampen för integritet

BO SETTERLINDS DIKT ”FRÄMLINGEN” säger berättarjaget:

”Fråga mig inte vem jag är, jag känner mig inte. Det har med sanning att göra”.

En sådan person, utan förankring i sig själv och utan en identitet som ger trygghet och kraft att stå emot påtryckningar, är dömd att bli omständigheternas fånge och ett redskap för andra. En sådan person kan inte heller värna sin integritet.

Ordet integritet kan härledas från latinets *integritas* som är en böjning av *integer*, vilket betyder ”hel”. Integritet handlar därmed om att vara helgjuten, sann mot sig själv och att kunna värna sin egenart. Integritet har därmed också såväl en inåtriktad som en utåtriktad sida. Integritet inåt handlar om att veta vad man står för och vilka övertygelser och mål man har. Integritet utåt handlar om en förmåga att skydda ett eget område mot intrång och att kunna stå emot påtryckningar.

Enbart inåtriktad integritet är tämligen meningslös. Det handlar om en person som har mål, övertygelser och värderingar, men som inte alls kan värna dessa. Enbart utåtriktad integritet är närmast farlig; det handlar om en person som inte har några mål, övertygelser och värderingar, men bibehållen förmåga att agera. I SNS Demokratiråds senaste rapport ”Mediernas integritet”, av Olof Petersson, Monika Djerf-Pierre, Lennart Weibull och mig själv, betecknar vi en sådan person som ”en samvetslös person med skyddsväst”.

Resonemanget skulle kunna överföras till organisationer, exempelvis medier, politiska partier eller intresseorganisationer. Lika viktigt som det är för individer att ha såväl inåt- som utåtriktad integritet, lika viktigt är det för dessa typer av organisationer.

Det kan komma att bli mer än tydligt under det år som väntar före nästa riksdags-

val när partier kommer att kämpa för framgång på valdagen, intresseorganisationer för inflytande efter valdagen och medier för att vinna människors uppmärksamhet.

Samtliga dessa typer av organisationer säger sig stå för vissa värderingar och mål. Partierna säger sig stå för sina partispecifika ideologier och värderingssystem. Medierna hävdar att deras uppgift är att granska makthavare, vara ett forum för debatt och tillhandahålla sådan information som människor behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor. Vad intresseorganisationerna står för varierar självklart, men gemensamt är att varje sådan organisation har sina uttalade syften och ändamål. Om det handlar om att tillvara ta arbetarnas eller näringslivets intressen är i det här sammanhanget sekundärt.

Frågan är hur viktiga dessa mål, värderingar och övertygelser egentligen är, om eller när de ställs mot möjligheterna att nå framgång i kampen om röster, inflytande eller människors uppmärksamhet. Har partierna integritet nog att stå för sina ideologier, om eller när opinionsmätningarna visar att folket inte delar deras värderingar och åsikter? Har intresseorganisationerna integritet nog att stå för sina mål och värderingar, om eller när de kan vinna en plats vid förhandlingsborden efter valet om de inte tar konflikt med de politiska makthavarna? Har medierna integritet nog att stå emot om eller när upplage- och publiksiffror visar att det kanske är en mer framgångsrik väg att satsa på infotainment och dramatiska berättelser om valkampen än att granska makthavarna och tillhandahålla relevant och saklig information?

Svaren kommer med all säkerhet skilja sig från parti till parti, medieföretag till medie-

företag och intresseorganisation till intresseorganisation. Ändå kan jag tyvärr inte låta bli att tvivla. Det är dessvärre allt för vanligt att mål och medel blandas samman, förväxlas och flyter in i varandra, vilket är uttryck för att den inåtriktade integriteten är svag.

Samtidigt ska det erkännas att det är en balansgång, för såväl personer som organisationer. Partier kan inte isolera sig från väljarna och deras åsikter, lika lite som medierna kan isolera sig från publikens efterfrågan eller intresseorganisationerna från maktens realiteter och behov. Å andra sidan är total integration med andras mål och värderingar heller ingen lösning, eftersom då upphör allt existensberättigande för åtminstone partierna och intresseorganisationerna. För medierna är det möjligen en lösning att integrera sig helt med marknaden i form av människors efterfrågan, om populism är den framtidsroll man vill ha.

För de allra flesta finns inget annat val än att försöka värna både den inre och den yttre integriteten; att forma och ständigt påminna sig om de egna målen, värderingarna och övertygelserna och att värna dem så långt det går utan att hemfalla åt isoleringens strategi.

Hur partier, medier och intresseorganisationer lyckas med detta finns det all anledning att granska, inte minst tiden fram till nästa val. För inte vill vi väl ge vårt stöd, vår uppmärksamhet eller våra röster till organisationer som inte kan svara på frågan om vad de står för, som är främjningar för både sig själva och andra?

*Jesper Strömbeck är medieforskare vid Mittuniversitetet och Demokratiinstitutet i Sundsvall. I sina krönikor analyserar och kommenterar han den politiska kommunikationen mellan medier, medborgare och politiker.*