



# MEDIEKRATIN

## kväver den fria opinionsbildningen

JAN GILLBERG

### Mediekratin

Det av valda församlingar utövade "folkstyret" är snart ett minne blott. I hela den demokratiska världen har makten flyttats från de folkvalda parlamenten till medierna. Mediamakten har blivit en alltmer uppenbar realitet.

Samtidigt har de olika partiernas ledare mer och mer kommit att spela roll som marionetter underordnade den så kallade "medielogiken".

Och den som inte är partiledare utan bara "vanlig folkvald" ges ett alltmer begränsat medieutrymme och får därmed ett alltmer begränsat inflytande – i många fall för att inte säga de flesta fall inget inflytande alls. (1)

Innehavarna av denna makt - "mediamakten" - har med åren bildat sin egen hierarki. För att få en framskjuten position i denna hierarki har en i framförallt TV återkommande exponering blivit en allt viktigare "framgångsfaktor". Att tilldelas ledarskapet för ett viktigt samhällsprogram kan jämföras med när i forna tider särskilt utvalda tilldelades förläningar, över vilka de sedan kunde om inte fritt så dock i kungligt samförstånd råda.

Den som väl vunnit en ledande sådan position gör sitt yttersta för att behålla den, vilket ställer stora krav på både förslagenhet och förmåga att läsa av stämningssläget i det förhärskande åsiktsklimatet – ett klimat de själva är med att skapa.

Riktigt så här är det inte. Inte ännu. Men utvecklingen går i en riktning, som gör att snart nog är det så här det kommer att vara. Inte minst i Sverige, där mediamakten trängt djupare in i samhällskroppen än i någon annan av de gamla demokratierna.

Våren 2014 – således före höstens riksdagsval – utkom **Kent Asp** och **Johannes Bjerling** – med en bok med titeln "Mediekratin – mediernas makt i svenska val" (Ekerlids Förlag, 2014).

Efter en genomgång/analys av "medievalrörelserna" under perioden 1979-2010 - tio val och tre folkomröstningar - anser sig de båda författarna kunna slå fast, att medierna lyckats skaffa sig kontroll över offentligheten i en utsträckning, som givit medierna en särställning i förhållande till andra maktaktörer - en särställning som kommit att få karaktär av ett monopol: Detta har resulterat i en maktförskjutning med avgörande betydelse för Sveriges samhällsskick:

"Framväxten av medierna som mäktiga och självständiga institutioner och politikernas ökande beroende av medierna leder till en maktförskjutning med stora konsekvenser för den politiska demokratin."

Vad skall man kalla, frågar författarna, en demokrati, där medborgarnas deltagande i politiken sker genom medierna samtidigt som politikerna anpassar sig alltmer till de krav som medierna ställer? **Asp-Bjerling** stannar vid begreppet: "mediekrati".

### Makten över agendan

I mediekratin har medierna/journalisterna fått ett avgörande inflytande på vad politiken skall handla om [och inte handla om]; vilka frågor som skall ges utrymme

i offentligheten – den så kallade agendan:

"Medierna kanske inte påverkar vilka åsikter du har, men de påverkar vilka frågor du har åsikter om. Och den som bestämmer vad som är viktiga [och inte viktiga] frågor är med om att sätta premisserna för både partiernas och väljarnas agerande i politiken.

Valdebatterna ägs inte längre av partierna, utan av kommentatorer och andra professionella uttolkare av valrörelserna.

I något slags självpåtagen omsorg om väljarna har tyckare och experter trängt sig mellan väljare och valda.

I mediekratin har medierna ersatt partierna som den viktigaste länken mellan väljare och valda."

Denna maktförskjutning tar sig sitt tydligaste uttryck i att det är valrörelsernas kommentatorer/uttolkare, som i allt högre grad kommit att sätta sin prägel på valrörelserna:

"Väljarna möter därför en annan valrörelse än för 30 år sedan – en medievalrörelse där 'politik' och 'åsikter' spelar en mindre roll på bekostnad av 'tyckande' och 'vägledning'.

Journalisterna avgör genom sitt urval och sin redigering i vilken utsträckning partierna får komma till tals och hur de framställs för väljarna."

### Nyhetsjournalistiken

Mediernas/journalisternas utövande av mediamakt stannar inte vid den makt, som utövas inom ramen för den kommente-

# Mediekratin

## Ett annat Sverige

”Det långa perspektivet ger en bild av ett förändrat Sverige. Valrörelsens uttolkare – journalister, opinionsinstitut och experter – har alltmer kommit att sätta sin prägel på valrörelserna, medan åsiktsbärarna – partier och organisationer – har förlorat i terräng. Väljarna möter därför en annan valrörelse än för 30 år sedan: En medievalrörelse där ’politik’ och ’åsikter’ spelar en mindre roll på bekostnad av ’tyckande’ och ’vägledning.’”

KENT ASP och JOHANNES BJERLING

rande journalistiken. Maktutövningen har också kommit att i allt högre grad omfatta nyhetsjournalistiken.

Grundreglerna för god nyhetsjournalistik är

□ att vara rättvis, dvs att behandla olika parter och åsikter på ett sådant sätt att ingen oskäligt gynnas eller missgynnas.

□ att vara informativ, dvs att skilja på fakta och åsikter och att rapportera om sådant som för mediekonsumenten kan ha ett informativt/relevant värde.

Detta är grundregler från vilka nyhetsjournalister av idag alltmer kommit att avlägsna sig. Samtidigt har nyhetsjournalistik av det gamla hederliga slaget fått ge utrymme åt en alltmer vildsint kampanjournalistik – en journalistik i fullständig avsaknad av vad som i en alltmer svunnen tid var kännetecknet framför andra för ”god journalistik”, nämligen ”fairness”. I sig en förklaring till att journalister som yrkesgrupp förlorat i anseende. Enligt gjorda undersökningar – bland annat av **SOM-institutet** i Göteborg – är det i dag ingen yrkesgrupp som har ett lägre anseende.

Det är hög tid för ägare och redaktionsledningarna att fundera över vilka långsiktiga konsekvenser detta är ägnat att få. Långt viktigare än att jaga kortsiktiga upplageframgångar genom att mata läsekretsen med allsköns hämningslöst marknadsförda skandaler, där inslaget av sexuellt våld och kriminalitet i alla dess former fått ett allt större utrymme.

Vilket ansvar anser sig herrarna **Jan Helin** (Aftonbladet) och **Thomas Mattsson** (Expressen) ha för sina medarbetares sociala status? Och vilket ansvar anser sig ägarna ha för en affärsverksamhet, vars upplägg och inriktning är ägnad att få en på unga och då i synnerhet unga nyinvaldade läsare perverterande påverkan? Hur mycket av sexuellt våld och annan kriminalitet är framtriggad av den journalistik för

vilken herrarna Helin och Mattsson står som ansvariga utgivare? När görs det en utredning för att få frågor som dessa besvarade?

## Mediefolkets ökade inflytande

En intressant mätare på hur mediamakten under årens lopp ökat erbjuder DSM:s sedan ett stort antal år – faktiskt hela 40 år – gjorda mätningen av **Sveriges Viktigaste Opinionsbildare**. En mätning som görs med hjälp av en omröstning till vilken 300 personer (2) – företrädesvis journalister – med profession att följa debatten och den därmed sammanhängande opinionsbildningen inbjuds att delta.

Över tid visar resultatet av dessa omröstningar att företrädare för mediamakten är den kategori, som bedömts ha det inflytande över opinionsbildningen som ökat mest. Även ett valår som 2014 – kallat ”supervalåret” – lyckades 9 journalister placera sig på 20-i-topp-listan. Året innan – som inte var ett valår – var antalet hela 13. På 2014 års lista placerade sig Sveriges statsminister **Stefan Löfven** först på fjärde plats bland annat distanserad av **Lena Mellin** på Aftonbladet, som placerade sig på andra plats. Se vidare DSM 1/2015.

En kategori som på ett markant sätt fått sitt inflytande över opinionsbildningen reducerat är företrädare för företagsamheten. Det gäller också **Organisations-Sverige**.

Går man 20 år tillbaka får man en helt annan bild än dagens av hur inflytandet över opinionsbildningen fördelar sig.

## Varför så tyst om årets OP-lista?

Länge har det för journalister ansetts meriterande att hamna på listan över Sveriges Viktigaste Opinionsbildare – ju högre upp,

desto mer meriterande. Det förekommer också att journalister som **Jan Guillou** och **KG Bergström** omnämmer sina placeringar i sina presentationer på nätet.

Tillkännagivandet av den årliga listan över Sveriges Viktigaste Opinionsbildare fick också stor uppmärksamhet. Tidningar som **Aftonbladet** och **Expressen** ägnade saken helsidor. Och **TT** försedde sina abonnenter med omfattande pressmaterial. Så är det inte längre. I år verkar inte någon av de stora tidningarna överhuvudtaget ha omnämnt listan.

En förklaring som cirkulerar är, att DSM genom denna årligen återkommande omröstning lyckas skaffa sig en uppmärksamhet, som ”man” (vilka nu ”man” är) inte vill att tidskriften skall få. Helst vill ”man” att tidskriften med sina ofta kritiska analyser skall tvingas upphöra med sin utgivning.

En annan förklaring skulle kunna vara att **Jimmie Åkesson** vid årets omröstning fick överlägset flest röster och därför hamnade som nr 1. Det var ju nu de som deltog i omröstningen – i huvudsak journalister – som röstade fram honom till denna placering. Därmed inte sagt att de behöver sympatisera med Åkesson och hans parti. Inte så få satte Åkesson som nr 1 samtidigt som de i sin motivering lade till ett ”tyvärr”. Så gjorde exempelvis **Olle Wästberg**. (3) En viktig förklaring till Åkessons placering är givetvis all den uppmärksamhet – positiv och negativ, mest negativ – som **Journalist-Sverige** ägnat honom och hans parti. Uppmärksamhet är något som i sig i sammanhang som detta räcker långt. (4)

## Hans Schöiers Varningsord

En viktigare men också allvarigare förklaring är, att medierna själva upplever detta med sin ökade makt som tveeggad och helst inte vill att det skall talas om den. **Hans Schöier** var tidigt ute med att varna för ett alltför öppet stoltserande med mediernas ökade makt:

”Tjatar vi för mycket om vår makt skall vi inte bli förvånade om man också kommer att fråga oss efter vårt mandat.”

**Lena Mellin** – en av de under många år högst rankade på DSM:s Opinionsbildarlista – har varit konsekvent med att förklara, att hon inte upplever det som att hon har någon ”makt”. Hon tycks ha blivit bönhörd i denna sin uttalade uppfattning, när **FOKUS** sammanställde 2014 års lista över de ”mäktigaste”. Där finns hon inte med. Märkligt. Men vid den nu senast av

DSM anordnade omröstningen hamnade hon på 2:a plats. (5)

En annan opinionsbildande journalist, som under senare år fått en hög ranking på DSM:s lista, är **Anna Dahlberg** på **Expressen** – nu senast på 7:e plats. Hon besvarade häromåret samma fråga som Mellin så här:

”Det är förstås väldigt roligt. Som opinionsbildare vill man ju bli läst och få genomslag för sina åsikter.”

Men sådana ambitioner anser sig Mellin inte ha. Säger hon.

Är det någonstans här - det Schöier varnar för och Mellin ger uttryck för - som vi har förklaringen till att DSM:s i alla år – tidigare mycket stort – uppmärksammade årliga lista över Sveriges Viktigste Opinionsbildare plötsligt blivit en icke-nyhet? Och nästa fråga: Hur får man detta ”*icke-omnämmande*” att ”*fungera*” tvärsöver hela Media-Sverige? Och ytterligare en fråga: I vilka andra sammanhang kan det ”*fungera*” på ett liknande sätt?

## Mediernas maktutövning

Centrala frågor i Asp-Bjerlings bok är: 1) Mediernas ansvar samt 2) Mediernas legitimitet. Två frågor som medierna gör vad de kan för att och i kraft av sin makt också lyckas skydda från närmare granskning:

”Mediernas egna makthavare tenderar att --- tona ned eller förneka sin egen makt.”

Denna maktutövning har kommit att utövas på ett alltmer varierat men också kraftfullt sätt. Centralt i denna maktutövning är, att det är medierna som i betydande utsträckning – som Asp-Bjerling uttrycker det – sätter ”*politikens gränser*”:

”De bestämmer i hög grad den politiska världens plats i den politiska offentligheten och medierna kan genom sin premissmakt också påverka vilken plats politiken kommer att inta i samhällslivet.”

Lite förenklat uttryckt är det medierna som i allt större utsträckning kommit att ”*sätta agendan*” - avgöra vilka frågor som skall ges utrymme i ”*offentligheten*” men också vilka frågor som *inte* skall ges ett sådant utrymme.

Tydligast kommer mediernas ökade ”*agendamakt*” till uttryck i den ”*undersökningsverksamhet*”, som de statliga

# GRAMSCIVÄNSTERN

## lade grunden för manipulerad opinionsbildning

Mediekratin är inte något som vare sig Riksdag eller Regering beslutat om att införa. Inte heller är dess införande något som beslutats om vid en folkomröstning.

Inte heller är mediekratin något som införts från den ena dagen till den andra.

Mediekratin är en följd av en under flera decennier pågående process. En de små stegens process, där det ena steget liknar det andra intill förvirring. Därför har den kunnat pågå nästintill ostört.

### Antonio Gramsci visade vägen

Ingen har betytt mer för den ”*revolutionsidé*”, genom vilken ”*den borgerliga hegemonin*” skulle ersättas med en socialistisk än **Antonio Gramsci** (1891-1937).

Det är genom ”*kulturell hegemoni*”, som den härskande klassen håller sig kvar vid makten, förklarade Gramsci. Vad det gäller är att urholka och ersätta denna med en socialistisk. Inte genom våld utan genom infiltration av de institutioner, som bär upp den borgerliga hegemonin.

I Sverige handlar det om **Sveriges Television**, **Sveriges Radio**, de stora tidningarna liksom **Media-Sverige** i övrigt. Men också **Organisations-Sverige**.

Att Gramsci förordade en icke-

våldsstrategi har dock ingenting att göra med att han i sig skulle vara motståndare till våld. Alls inte. Strategivalet var taktiskt betingat relaterat till den kamp mot fascismen i Italien, som han var engagerad i. Svartskjortorna var duktigare på att organisera sig och därför effektivare i sin våldsutövning. Därför gällde det att vara listigare.

Det är också i hög grad med list som den infiltration bedrivits, som successivt kommit att ersätta demokratin i Sverige med en vad **Kent Asp** och **Johannes Bjerling** kallar mediekrati.

### DSM-artiklar om Gramscivänstern

DSM har under årens lopp publicerat ett stort antal artiklar på temat ”*Gramscivänstern*”, varav ett tiotal finns att tillgå på DSM:s hemsida: [www.dsm.nu](http://www.dsm.nu) Detta under arkivfliken ”*Gramscivänstern*”.

Se också artiklar – sammanlagt 25 – samlade under arkivfliken ”*Media-censuren*”.

På senare år har de olika artikelarkiven tyvärr inte blivit uppdaterade, varför de artiklar det här hänvisas är av äldre datum, vilket dock inte – märkligt nog - gör dem mindre aktuella.

### Vårt beroende av rättvis och informativ nyhetsförmedling

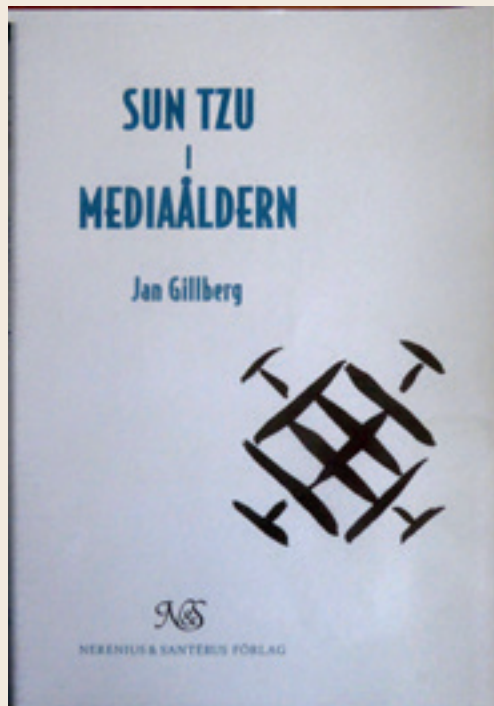
Om den fria åsiktsbildningens beroende av rättvis och informativ nyhetsförmedling uttrycker sig författarna så här:

”Ju mer rättvisa och ju mer informativa nyhetsmedierna är, desto mer bidrar de till fri åsiktsbildning och till medborgarnas möjligheter till autonoma och välgrundade politiska beslut.”

Vad blir då följden av att det omvända blir alltmer förhärskande: när den rättvisa och informativa nyhetsförmedlingen trängs undan och successivt ersätts av en av statliga medier (7) bedriven ”*uppföstrande kampanjournalistik*”?

etermedierna i en allt större omfattning bedriver (6). Detta är ett relativt nytt men snabbt expanderande fenomen. Det går numera snart sagt inte en dag utan SVT och/eller SR kan presentera resultatet av en ”*undersökning/granskning*”, som de själva är beställare och/eller utförare av. Resultat som sedan ”*följs upp*” med kommentarer i de olika nyhetssändningarna. Om det är något ”*stort*” sker uppföljning i program som **Agenda** och **Debatt**.

Sammantaget får detta inte sällan karaktär av kampanjournalistik samtidigt som den strikt informativa nyhetsjournalistiken ges ett allt mindre utrymme. Utmärkande för kampanjournalistiken är, att den är starkt subjektiv samtidigt som – ligger i själva begreppet – den driver en viss linje och därför är partisk. Man kan också uttrycka det som att den är ”*indoktrinerande*”.



## 287 maximer om att vinna och betvinga opinioner

Var 1989 först med att ge ut Sun Tzus maximer i svensk översättning, Ett antal år senare fick jag idén att med Sun Tzus tänkande i bakhuvudet skriva ihop en maximsamling anpassad till vår tid: Mediaåldern.

Sun Tzus grundtes var att segra är inte lika mycket värt som att besegra. För att segra krävs strid. Så nödvändigtvis inte för att besegra.

Min till Mediaåldern anpassade tes var och är: "Kampen om själarna är kampen om makten."

Boken kostar 240 kronor + porto. Kan beställas genom att skicka ett ordermejl till [order@dsm.nu](mailto:order@dsm.nu) • Kan levereras så länge ett mindre restlager räcker.

utgången av de allmänna valen:

"Mycket tyder på att det är medierna som sätter igång spiralerna"

Inte sällan i nära samarbete med den av **Statens Kulturråd** delfinansierade **Expo-Researchgruppen**, kunde de ha tillagt.

Asp-Bjerling tycks dock tveka inför hur långt de anser sig kunna gå i sina slutsatser om mediernas/journalisternas inverkan på utgången av de allmänna valen:

"Att journalister avgör svenska val är visserligen en förenkling men bilden är ändå inte helt fel. Journalisterna påverkar inte bara bilden av partierna och deras politik, de påverkar också deras valresultat."

"Att påverka" behöver förvisso inte vara detsamma som "att avgöra", men i vissa lägen kan det vara detsamma. Det räcker långt för att påstå, att i mediokratin har journalisterna kommit att bli ett hot mot demokratin – rentav det allvarligaste hotet. Inte minst genom deras "makt" att kunna förhindra en öppen och fri debatt i frågor de upplever som "obekväma" och/eller på tvärs med den egna "agendan".

En central och särskilt känslig fråga, som Schöier väckte i sitt uttalande, gäller mediernas/journalisternas legitimitet:

"Den legitimitet som våra folkvalda får genom att ställa upp i fria och allmänna val saknar journalisterna och jämfört med politikerna utövar de också sin makt utan några egentliga motviker: Vem granskar granskarna?"

Svaret på den frågan är, att den som gör det – som **DSM** alltemellanåt gjort i många år – tvingas leva med att aldrig uppmärksammas i "de stora/legitimerade medierna" - nu senast i samband med publiceringen av den årliga listan över **Sveriges Viktigste Opinionsbildare**.

## Mycket vill ha mer

I en tid då granskningen av mediamakten framstår som mer angelägen än någonsin har en av mediernas specialiteter – kampanjournalistiken (8) – kommit att ges ett allt större utrymme inom delvis nya områden. Mycket vill ha mer. Det gäller områden med avgörande betydelse för Sveriges relationer till omvärlden – dvs områden där det borde vara särskilt angeläget att undvika just kampanjournalistik.

Sitt tydligaste uttryck har detta fått i det närmast unisona kampanjandet mot **Putin**

Därmed kommer Asp-Bjerling in på frågor, som berör demokratins innersta kärna: den fria och oberoende opinionsbildningen i största allmänhet och i samband med allmän val i synnerhet.

Vid sin granskning av de tio valen under perioden 1979-2010 uppehåller sig författarna vid fenomenet med att ett parti kan hamna i en uppåtgående men också i en nedåtgående spiral:

"Partierna kan hamna i uppåtgående spiraler, där en gynnsam mediebehandling leder till opinionsframgångar, som i sin tur leder till positiv publicitet och ytterligare opinionsframgångar etcetera. Och på samma sätt kan de också hamna i nedåtgående spiraler."

Studiet av dessa spiraler visar, enligt författarna, att medierna här förfogar över en styrmekanism med potential att påverka

och **Ryssland**. Detta samtidigt som en lång rad journalister plötsligt börjat förorda Sveriges anslutning till **Nato**. Till detta kommer hur Sverige med **Margot Wallström** introducerat en "feministisk utrikespolitik", vars hittills tydligaste uttryck varit ett "tonläge", som på flera olika håll uppfattats som "konfliktskapande" och därför ägnad att försämra Sveriges relationer till omvärlden.

Detta får mig att särskilt fästa mig vid en formulering i Asp-Bjerlings bok "Mediekratin":

"När politiker och andra aktörer i samhället tänker om medierna har anpassningen till medierna nått sitt sista stadium."

En mycket farlig anpassning. Någon har också sagt: "Journalisterna är det största hotet mot demokratin."

(1) Om detta har **Ann-Marie Pålsson** skrivit både informativt och tänkvärt i boken "Knapptryckarkompaniet" (Timbro, 2011)

(2) Att låta journalister rösta om vilka som kan anses gälla som **Sveriges Viktigste Opinionsbildare** är en ordning som infördes för cirka 30 år sedan. Från början var det ett antal akademiker verksamma på **Sveriges Marknadsförbund** som ställde samman listan. Således en ordning liknande den, som tillämpas av tidningen **FOKUS**, när tidningen ger tre "researcher" i uppdrag att en gång om året komponera en lista över **Sveriges 100 mäktigaste**.

(3) Så här motiverade **Olle Wästberg** sitt val av **Jimmie Åkesson** som nr 1: "Jimmie Åkesson har – tyvärr – förändrat det politiska landskapet."

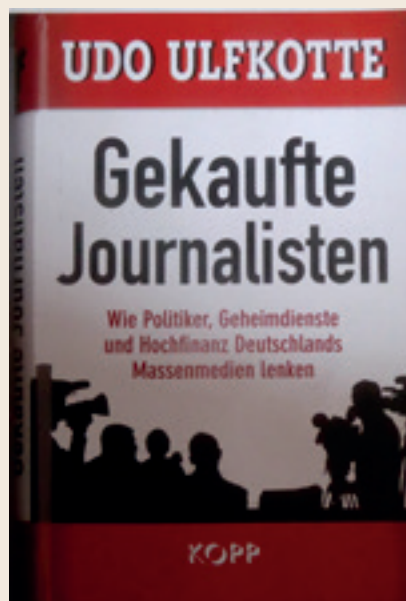
(4) Det finns läsare som tolkat det faktum att **Jimmie Åkesson** fick flest röster som att **DSM** och/eller jag som tidskriftens utgivare på något sätt skulle ha "gynnat" Åkesson. För det första är **DSM** strikt partipolitiskt obunden. För det andra har jag i konsekvens med detta – vilket jag ett antal gånger särskilt påpekat – valt att inte ens delta i de allmänna valen. Det hindrar mig inte från att ha tydliga åsikter i skilda frågor, som kan ligga i linje med än det ena, än det andra partiet. Obundenheten har – så upplever jag det – underlättat detta att vara "tydlig".

(5) Aftonbladets chefredaktör **Jan Helin** bestrider dock inte, att tidningen genom sin nyhetsjournalistik utövar ett betydande inflytande på "agendan" och därmed besitter en betydande "mediamakt". Så här uttalade han sig i samband med de nyligen i Göteborg avhållna **Mediedagarna**, där han utnämnde den egna tidningen till "Sveriges mest engagerade nyhetskälla" med motiveringen: "När Aftonbladet tar sig an ett ämne sätts det på agendan."

(6) Emellanåt ger **SVT/SR** uppmärksamhet även åt "undersökningar" som **DN** eller **SvD** låtit göra. Detta lite som kompensation för all den medieuppmärksamhet etermedierna skaffar sig genom sin egen undersökningsverksamhet.

(7) Dessutom understödd av långa raden pk-media som "de stora dagstidningarna".

(8) Utmärkande för "kampanjjournalistiken" är, att den i sin strävan att fånga publiken tillämpar tekniker som förenkling, tillspetsning, konfrontation och personifiering. Allt tekniker som inte är lämpade för en analytisk och sakinriktad journalistik.



## Köpta Journalister

På tyska **Der Spiegels** Bestsellerlista för "Sachbücher" finns sedan mer än ett halvår en bok, vars existens den samlade tyska journalistkåren inte vill kännas vid. När detta skrivs ligger den på 4:e plats.

Den handlar om något för "Die Freie Press" mycket känsligt, nämligen förekomsten av "köpta journalister" – om journalister som låter sig köpas av underrättelsetjänster och finansintressen. Tjänster och intressen med USA-kopplingar.

Författaren – journalisten och statsvetaren **Udo Ulfkotte** – har själv låtit sig köpas. Detta under 17 år då han arbetade för en av Tysklands mest välrenommerade dagstidningar, nämligen **Frankfurter Allgemeine Zeitung**. Han var också rådgivare till den tidigare förbundskansler **Helmut Kohl**. Som tidigare etablerad journalist fick han motta ett flertal utmärkelser.

I dag lever han isolerad och under ständigt återkommande hot. Han har drabbats av flera hjärtinfarkter. Det är dock inget som hejdar honom. Det är det pris han tvingas betala. Sanningen måste fram.

I boken namnger han i ett tabellarium 70 journalister/mediechefer och deras olika funktioner. Personer som han menar låtit sig lieras med amerikanska/globalistiska intressen och som han –

vilket han också visar – har kopplingar till organisationer som **Atlantic Brücke**, **Bilderberggruppen** och **CIA**. Bokens undertitel lyder: "Wie Politiker, Geheimdienste und Hochfinanz Deutschlands Massenmedien lenken."

Det Udo Ulfkotte avslöjar är både sensationellt och skrämmande. Ändå har boken inte fått den uppmärksamhet, som den borde ha fått – trots den höga rankingen på **Der Spiegels** Bestsellerlista. I Sverige har den förbigåtts med total tystnad.

Vad har då förmått Ulfkotte att skilja sig från sitt förflutna och försätta sig i en situation, där han riskerar sitt liv? Hans svar är att han befarar att starka amerikanska intressen försöker dra in Mellanöstern, Europa och Ryssland i ett storkrig. Detta måste bringas i ljuset innan det är för sent.

Efter att ha läst Ulfkottes bok inställer sig en fråga, som bör ställas hur olustig den än är: Finns det några köpta journalister i Sverige med liknande kopplingar, som de som Ulfkotte avslöjar i sin bok – kopplingar tjänande samma intressen med samma målsättningar? Kanske utan att de som låter sig köpas förstår det stora sammanhanget. Varför skulle det inte finnas ett antal sådana journalister i Sverige?

JG