



Adverse media vs mediakontroll

Är du bekant med begreppet adverse media? Och vad skiljer en adverse media-kontroll och en vanlig mediakontroll åt? Dessa frågor besvarar vi här!

VAD ÄR DET EGENTLIGEN FÖR SKILLNAD?

Adverse media vs mediakontroll

En **adverse media-kontroll** (eller "negativ mediakontroll") skiljer sig från en vanlig mediakontroll genom sitt specifika fokus på att identifiera negativ, kontroversiell eller potentiellt skadlig information om en person eller organisation i offentliga källor. Det man alltid ska ha med sig när det gäller all form av bakgrundskontroll är att den bör utgå från det berättigande intresset. Här blir det tydligt att en adverse media-kontroll - som endast tar med risker - bockar i det berättigade intresset för en arbetsgivare, jämfört med en generell koll av kandidatens sociala medier, där det blir svårare att stödja sig på det berättigade intresset. Eller hur?

Här listar vi 6 punkter varför en adverse media-kontroll kan vara bättre än en vanlig mediakontroll i många sammanhang:

- 1 Identifierar risker och hot**

En adverse media-kontroll är särskilt inriktad på att hitta negativa rapporter som kan signalera juridiska, etiska eller säkerhetsmässiga risker. Detta kan inkludera information om kopplingar till brottslighet, korrupcion, bedrägerier, penningtvätt eller andra oegentligheter som kan påverka en persons eller ett företags rykte och trovärdighet. Vanliga mediakontroller tenderar att inkludera både positiv och neutral information, medan adverse media-kontroller specifikt letar efter varningstecken.
- 2 Tidigare upptäckta problem**

Genom att fokusera på negativ mediebevakning kan adverse media-kontroller avslöja problem som kanske inte framkommer i vanliga bakgrundskontroller eller CV. En person kan till exempel vara inblandad i rättsprocesser, skandaler eller ha varit föremål för undersökande journalistik utan att det nämns i traditionella kontroller. Adverse media-kontroller går djupare för att avslöja dessa dolda risker.



3

Förhindrar affärsskador

Att upptäcka potentiellt skadlig information tidigt kan hjälpa företag att undvika allvarliga problem som kan uppstå om en anställd eller affärspartner visar sig ha varit involverad i olagliga eller oetiska aktiviteter. Detta kan hjälpa till att skydda företagets rykte, affärsverksamhet och relationer med kunder, investerare och andra intressenter.

4

Mer fokuserat och effektivt

Eftersom adverse media-kontroller är riktade mot att hitta specifik negativ information, kan de vara mer effektiva i riskbedömningsprocesser. De hjälper företag att snabbare identifiera röda flaggor och ta välgrundade beslut kring anställning, partnerskap eller investeringar, vilket sparar tid och resurser jämfört med att filtrera igenom en stor mängd blandad information.

5

Global och bred täckning

Många adverse media-kontroller utförs över ett brett spektrum av källor, inklusive internationella nyhetskällor, domstolsregister etc. Detta ger en mer heltäckande och global bild av potentiella risker, särskilt när företag verkar på olika marknader eller har internationella relationer.

6

Compliance och regel efterlevnad

Många branscher, särskilt inom finans, juridik och offentlig sektor, är under strikt tillsyn av regleringsorgan som kräver att företag gör tillräckliga riskbedömningar av sina affärspartners och anställda. Adverse media-kontroller hjälper företag att följa dessa regler och standarder för att säkerställa att de inte samarbetar med personer eller organisationer med kopplingar till kriminalitet eller korruption.

Sammanfattning:

En adverse media-kontroll ger en mer målinriktad och riskbaserad insyn i potentiella röda flaggor, jämfört med en vanlig mediakontroll som även inkluderar positiv och neutral information. Genom att fokusera på att hitta och analysera negativ mediebevakning kan företag bättre skydda sig mot juridiska, ekonomiska och renommégrisker, vilket gör adverse media-kontroller till ett kraftfullt verktyg i riskhantering och beslutsfattande.

Vill du läsa mer på ämnet?

- ["Sluta granska jobbkandidaters sociala medier"](#)
- [Granskar du kandidater via sociala medier?](#)
- [Ska man googla eller söka på sociala medier vid rekrytering?](#)