

Världen vänder ett historiskt blad

Hur är världen konstruerad? Det lärde jag mig under ett studieår vid Syracuse University i USA 1960–61. Tron på att det var den bästa av världar, och hoppet om att den skulle bli ännu bättre, stärktes av att John F. Kennedy 1960 valdes till Förenta staternas president.

Grunden för min världsbild blev rättsstaten, Rule of Law. Byggklossarna var parlamentarisk demokrati och marknadsekonomi. Min inkörspport till världsordningen var ämnet Mass Communications, med det fria ordet som kittet som höll ihop det hela.

I dag avslöjas det som just bara ett kitt, inte betong. Hela bygget håller på att rasa.

Konstruktionen har ändå i stort sett hållit ihop i mer än halvtannat sekel, trots ett och annat världskrig. Hur hade det uppstått?

Världens byggnadsingenjör var teknologin, grundad på naturvetenskap. Den har styrt utvecklingen i modern tid. Många tekniska framsteg gjordes för 200–250 år sedan. Från mitt studieperspektiv framträdde några som speciellt viktiga:

Ångmaskinen, och senare förbränningsmotorn, gav energi för ekonomisk produktion av varor i stora mängder.

Järnvägen, med just ångloket som drivkraft, och andra fortskaffningsmedel gjorde det möjligt att transportera dessa varor långa vägar billigt, snabbt och effektivt. Liverpool-Manchesterbanan 1830 var epokgörande, liksom Helsingfors-Tavastehus 1862.

Rotationspressen utvecklades på 1860-talet så att tidningar kunde tryckas effektivt i jätteupplagor. Relativt snart i hundratusentals och småningom i tre miljoner exemplar för nationell distribution i England.

Linotypemaskinen, uppfunnen 1884, som tillver-

kade hela textrader. En teknologi som revolutionerade tidningstekniken och överlevde i 100 år. Jag har själv bett snälla sättnare på *Hufvudstadsbladet* i sista minuten rätta mina slarviga texter.

Telegrafan, möjliggjord av elektriciteten. Atlantkabeln 1866 var en milstolpe för snabb, global nyhetsförmedling. Mindre än ett halvt sekel tidigare, år 1821, hade nyheten om Napoleons död den 5 maj kommit till Åbo först tre månader senare, den 28 juli.

Med hjälp av en snabb kollektiv inlärningskurva kombinerade människan dessa element i den samhällskonstruktion som jag indoktrinerades i 1960 i Syracuse. Min professor hette inte Pangloss, men jag lärde mig liksom Candide att allting var planerat för den bästa av världar. I den spelade tidningarna en nyckelroll:

Industrin och handeln informerade med pressens stora upplagors hjälp allmänheten om de varor som hade producerats i stora mängder. Samma transportmedel som distribuerade tidningarna till läsarna levererade varorna till konsumenterna. Som företag var tidningarna guldgruvor; de fick betalt av både de läsare som köpte tidningarna i lösnummer ("the penny press") eller prenumererade på dem, och av de företag som annonserade varor och tjänster.

Att starta en tidning var inte ett företag – det var en licens att trycka pengar.

Samtidigt som tidningarna håvade in miljoner gav de läsarna den information som de behövde för att rösta på politiska partier som de trodde bäst kunde styra samhället.

Marknadsekonomins osynliga näve i demokratis handske.

Samhällets ritningar kallas för ideologier, antingen de görs upp före eller efter bygget. Den demokratisk/kapitalistiska versionen var en efterkonstruktion, med vissa element från antiken. Pressens roll i demokratin kallades för en normativ tidningsteori, och finns formulerad i boken *Four Theories of the Press* av Fred S. Siebert, Theodore Peterson och Wilbur Schramm, 1956.

Den enklaste av bokens modeller var den auktoritära, där pressen var diktatorns exklusiva verktyg. Nära den kom den sovjetkommunistiska, där pressens uppgift enligt Lenin var att agitera, propagera och organisera proletariats diktatur. Den libertarianska (frihetsivrande) teorin byggde på individens fria vilja och mediernas självständighet, i synnerhet gentemot staten. Den fjärde normativa teorin kallades för samhällsansvarsmodellen. Den byggde på ansvaret hos de personer och institutioner som styrde medierna.

Den finländske cybernetikern Yrjö Ahmavaara gav sin bok *Informaatio* (Weilin+Göös 1970) en annan, tredelad indelning: informativ, kommersiell och konfessionell masskommunikation. Jag håller mig till den Siebertska klassificeringen.

De västerländska stater som har kallat sig själva demokratiska har ansett sig bygga dels på den liberalistiska teorin om yttrande- och mediefrihet, dels på teorin om det sociala ansvaret. I sin bok *Mass Communication* (Random House 1959), ansåg Charles R. Wright att västerländska massmedier opererade med en blandning av dessa två, frihet och socialt ansvar, men påpekade att vissa skribenter sett en trend i riktning mot ökat socialt ansvar.

Fåfängt hopp!

Wright levde i samma tidsanda som jag själv. Den svenska pressutredningen 1965 konstaterade troskyldigt att ”En fri och oberoende tidningspress är av avgörande betydelse för opinionsbildningens frihet och därmed för vårt demokratiska samhällsskick”.

Redan när jag studerade i Syracuse¹ visste kritiska betraktare att tidningarna ingalunda klanderfritt uppfyllde sin idealiserade roll i den bästa av alla världar. Orsaken härtill låg i de marknads-

1 För övrigt vid Joe Bidens universitet.

ekonomiska lagar som i tidningsbranschens praktik motarbetade de mekanismer som i teorin skulle stöda demokratin.

Mellan tidningar råder en tydlig monopolistisk konkurrens. Annonserna, som allmänt taget stod för fyra femtedelar av tidningarnas intäkter, gick till den tidning som var störst inom sitt upplageområde.

Prenumeranterna eller lösnummerköparna var ett nödvändigt och kostsamt ont för att skaffa publik för annonseringen.

Tidningens innehåll var betet för att få konsumenterna att svälja reklamens krok.

Eftersom det räckte med att meta i det fiskrikaste vattnet – den största upplagan – dukade andratidningen förr eller senare under. Den hade ju inte heller råd att bjuda på det dyraste betet, det mest lockande innehållet.

Avgörande för konkurrensen var småannonserna efter text, radannonserna ”till salu”, ”köpes” och så vidare. De hade enormt läsvärde, och sålde därför tidningar samtidigt som de hämtade in pengar. Gamla tidningar var fyllda av radannonser, sida upp och sida ner. Återigen intäkter från två håll.

Samma effekt hade detaljhandelns annonsering. Den var utpräglad lokal. Det lönade sig inte för Pukeva i Helsingfors att annonsera i *Vasabladet*. *Helsingin Sanomat*, som satsade lokalt, slog ut rikstidningen *Uusi Suomi* och *Dagens Nyheter* klarade sig bättre än *Svenska Dagbladet*.

Konkurrensen utmynnade i USA i att den lokala tidningen först blev dominerande, sedan fick monopol. USA hade 1916 totalt 2519 tidningar med en sammanlagd upplaga på 26 miljoner. År 1963 hade antalet tidningar minskat till 1854 men den sammanlagda upplagan stigit till 60 miljoner.

Nästan alla tidningar dominerade ensamma sina städer. I presidentvalet 1960 stödde de enligt presskritikern A.J. Liebling (*The Press* 1961) nästan monolitiskt Richard Nixon, medan John F. Kennedy tegs ihjäl eller utmålades som en dum goddagspilt. Men televisionen avslöjade Nixon och räddade Kennedy, så i det avseendet kunde man säga att mediebranschen fungerade demokratiskt.

I dagens USA är situationen omvänd. Donald Trump stöddes massivt av Fox News. Mediet äger 17 TV-stationer runt USA och är affilierat med ytterligare 227. Fox News är syndikerat till över

500 AM- och FM-radiostationer. Det har sagts vara det närmaste man kan komma till en statlig nyhetsbyrå.

Kvalitetstidningarna *New York Times* och *Washington Post*, med en jämförelsevis begränsad läsekrets, stödde Joe Biden. De liberala tidskrifterna har också rätt små upplagor. Ännu när Kennedy blev president gjorde man ett skämt av hans porträtt och *New York Times* reklamslogan: ”I got my job through the *New York Times*”.

Syracuse, där jag studerade, var en typisk endringsstad. Samuel Irving Newhouse ägde både morgontidningen *Syracuse Herald* och kvällstidningen *Syracuse Post*. Det säger sig självt att förläggaren inte behövde bry sig om vare sig journalistisk mångfald eller kvalitet. Tidningarnas kulturella innehåll var obefintligt, vilket visade sig när vi för våra lektioner skulle klippa ut recensioner.

Inte för att stadens kulturliv annars heller blomstrade. Den var mera känd för boxningsgalor.

När jag tio år efter mina studier besökte staden hade den lilla, hemtrevliga, murgrönsprydda School of Journalism, som fostrat flera Pulitzerprisvinnare, ersatts av ett magnifikt S.I. Newhouse School of Public Communications, skapat med tidningsbaronens pengar.

Ifall man i den högskolan studerar mediehistoria kan man upptäcka många skavanker i pressens sätt att fungera demokratiskt. Presslorder som Roy Thompson i England och Randolph Hearst i USA var ingalunda några den oberoende och balanserade pressfrihetens hjältar, lika litet som deras efterträdare Rupert Murdoch. Men till exempel Watergateskandalen som avslöjades av *Washington Post* och publiceringen av Pentagonpappren i *New York Times* upprätthöll nödortfött uppfattningen om en socialt ansvarsfull press i demokratins tjänst.

Både den liberalistiska pressteorin och den som tilltrorde medierna ett socialt ansvar fick så småningom kritiker som själva stod utanför både den auktoritära och kommunistiska pressuppfattningen. Den som jag själv gillar mest är Noam Chomsky. I sin bok *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media* (1988) skrev han att medierna, enligt hans uppfattning ”utöver sina övriga funktioner betjänar och propagerar för

de mäktiga sociala intressen som finansierar och kontrollerar dem”.

Detta sker inte genom något grovhugget inflytande, utan genom ”att välja rättänkande personal och genom sådan internalisering av redaktörers och arbetande journalisters prioriteringar och definitioner av nyhetsvärde att de fogar sig efter institutens policy”.

Chomsky tänker sig nog att medierna har ett ”socialt ansvar”. Men detta är ingalunda den idealistiska uppgiften att ge allmänheten den nödvändiga informationen för att begagna sina politiska rättigheter, det vill säga att utöva en meningsfull kontroll över den politiska processen. Tvärtom innebär det sociala ansvaret att ”inpränta och försvara den ekonomiska, sociala och politiska agendan för de privilegierade grupper som dominerar det egna samhället och staten”.

Trots sin strålande affärsidé kunde dagstidningen inte fortsätta att spela sin roll med den teknologi som den grundats på för 150 år sedan. Den hade blivit hopplöst omodern, trots fotosättning och offsetpress. Man fäller skog, som kokas till cellulosa, som avvattnas och pressas till papper, som smutsas ned med trycksvärta och som transporteras på bilflak och slutligen bärs till läsarna för hand.

När samma information kan skickas genom luften, alldeles gratis! Det förstod man senast på 1970-talet, när ett amerikanskt militärt forskningsprojekt skapade Arpanet, som senare skulle utvecklas till Internet.

Det räckte ännu inte till för att hota tidningens affärsidé. Det avgörande slaget, om också inte ännu dödsstöten, kom med webben eller World Wide Web under 1990-talet. Text, bilder, video kunde överföras blixtnabbt från sändare till en eller flera mottagare, som dessutom lika snabbt kunde besvara meddelandet eller skicka det vidare.

Men detta var inte allt. De plattformar som utvecklades för informationen kunde förädla tidningarnas affärsidé på ett sätt som de gamla pressbaronerna inte ens hade kunnat drömma om. Nils Ferlin beskrev evolutionen så här:

*Stenen,
elden
och metmasken:*

*Tre trappsteg
till
Rockefeller.*

Nu har utvecklingen tagit ett språng vidare, till nätet och Zuckerberg.

Plattformarna Facebook och Google håller på att konkurrera ut dagspressen tack vare flera teknologiska fördelar. De erbjuder kanaler för reklam till miljoner mottagare till löjligt små kostnader, jämfört med tidningarnas. Dessutom möjliggör de riktad kommunikation.

De teknologiska fördelarna är också affärsmässiga. Förr sade man att hälften av all reklam var bortkastad; problemet var att man inte visste vilken hälft. Ändå måste annonsören betala enligt kontaktpolis: antalet potentiella läsare, antingen de läste annonsen eller inte, eller köpte något om de läste den eller inte.

Plattformarna erbjuder sina annonsörer tittarprofiler som annonsbudskapet kan koncentreras till.

Google inte bara eliminerar den onödiga hälften, den riktar budskapen likt radarstyrda missiler. Medlet är en algoritm som utvecklats så sent som 2013. En algoritm är en räkka av instruktioner, eller ett recept i form av ett schema som man följer steg för steg. När du använder Google så ger du bort receptet om dig själv, var du har varit, vad du har gillat tidigare, vad dina vänner gillar och vilken typ av reklam du har valt bort.

I motsats till tidningsköparna får Facebooks och Googles kunder sin information utan prenumera-tionsavgift. Om användarna betalar, till exempel för tv-serier, uppstår den absurda situationen att de själv betalar för att bli en tittarprofil, det vill säga göra sig till måltavla för reklambudskap. Mottagaren inte bara prostituerar sig själv gratis, hen betalar dessutom för det.

När de nya medierna slår ut tidningarna som affärsföretag övertar de samtidigt deras marknads-ekonomiska roll i de gamla kommunikationsteorierna. Amazon är en mångfalt effektivare länk mellan säljare och köpare än tidningsannonsen.

Mediaexperten Juho Rahikainen sammanfattade den mediala u-svängen i sin artikel ”Mediamaisema vuonna 2030” (*Kanava* 8/2017): ”När man talar

om mediernas brytningstid avser man i själva verket den kris som drabbar den kommersiella journalistikens intäktslogik. Dess främsta orsak är de stora amerikanska teknologiföretagens, Googles, Facebooks och Amazons inträde på reklammarknaden”.

Modellerna för tidningarnas roll i det demokratiska samhället innehöll ett väsentligt element: den ansvariga redaktören skulle vara portvakt, en ”gatekeeper” som juridiskt och moraliskt ansvarade för den information medierna förmedlade till sina användare. Denna uppgift har de moderna medieplattformarna av sagt sig, utom vad gäller innehållets laglighet. Det moraliska och etiska ansvaret blir kvar hos sändaren (till exempel hatprat är tillsvidare i gränzonen). Ett viktigt element i den sociala ansvarsmodellen har därmed fallit bort.

En annan del i den tidigare synen på medierna var Paul Lazarsfelds tvåstegsteori för masskommunikation (Elihu Katz och Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* 1966). Enligt den skulle informationen förmedlas till den stora allmänheten av opinionsbildare, sakkunniga personer som skulle skapa basen för det offentliga samtalet. På det sättet kunde samhällsfrågor bli allsidigt belysta som bas för röstning i allmänna val.

Denna samhällsdebatt har nu splittrats av de nya medierna. Man talar numera om ”influencers”, inte alltid sakkunniga, som ersatt opinionsledarnas sakargument med andra förebilder. Den journalistiska etiketten har bytts ut mot en annorlunda ”netikett” – om den nu alls existerar. Medieforskaren Tapio Varis har i sin artikel ”Propagandan paluu” (*Kanava* 3/2017) påpekat att den offentliga diskussionen sker i stunden, oberoende av tid, och att den blivit mera emotionell och moraliserande. Deltagarna i debatter utför en ”performance” för att visa till vilken grupp de vill höra. Gruppen kan inom sig utöva ett moraliskt tryck.

Också sociologernas tvåstegs- eller tvåvägsmodell för kommunikation har blivit antikverad, även om ”drevet” funnits från förut som en kritiserad avart. I nätet och på webben rör sig kommunikatörerna slumpmässigt, i svärmar som fåglar eller i stim som fiskar. Den gamla metaforen om journalister som lämlar var lika tydlig som liknelsen om rättfångaren

i Hameln, de följde ledaren. Enligt Varis är det svårare att hitta en logik för aktörerna i sociala medier, även om en sådan skulle finnas.

Ytterligare ett slag mot den traditionella kommunikationen slår millennialerna, födda 1980–2000, och generation Z, födda efter 2000, genom att strunta i att läsa tidningar. Enligt det svenska SOM-institutet minskade tidningsläsningen (minst 5 dagar/vecka) bland 16–29-åringar från 70 procent 1986 till 22 procent 2012. Bland annat Yles mätningar visar att trenden har fortsatt, och gäller även radio och television.

Var förs det offentliga samtalet?

När tidningen ännu hörde till alla människors vardag kallades den för ”den fattige mannens universitet”. När den förblir oläst är den inte längre ett medium för allmänbildning. I samma riktning verkar skolsystemet med sitt målinriktade, snävt kursbundna gymnasium. Jag föreslog Henrik Meinanders böcker i historia för en blivande abiturient. Svaret var att det var onödigt, ”frågorna kommer ändå från kursmaterialet”. Jag kunde inte låta bli att klämma i med ”*non scholae, sed vitae*”. Hen var ett levande frågetecken.

Visst, Google finns, och det är ett oöverträffat uppslagsverk. Men man skall känna till sökordet,

granska källan för informationen och inte frestas att okritiskt godta det första svaret.

Den bild av världen som jag fick 1960 har nödtorftigt och bristfälligt hållit ihop i 60 år. Nu förlorar tidningspressen sin roll som förmedlare av information. De nya medierna kan inte fungera på samma sätt som tidigare, varken i marknadsekonomi eller demokratin. Samhället har svårt att fungera som demokratisk rättsstat, åtminstone inte på samma sätt som tidigare, utan en gemensam offentlighet.

Detta innebär uppenbara risker, även utöver dagens tendenser hos den enväldiga politiska makten i vissa länder att överta kontrollen över media, en renässans för den auktoritära massmediamodellen.

Efter att ha skrivit detta är det tid för mig att makulera mina gamla böcker i medieteorin. Världen kommer aldrig mera att bli vad den har varit. Jag spår inte, i synnerhet inte om framtiden – med ett undantag: jag kommer aldrig att göra det.

Jag går baklänges mot ett samhälle som jag inte kan föreställa mig.

Utan dagstidningar.

PER-ERIK LÖNNFORS

NYA ARGUS

– ett tryckt val

Tankar på papper om samhälle och kultur.

Dyra ord billigt sedan 1907 kring aktuell forskning, politik, litteratur och teater.



PRENUMERATIONER: 60 euro/år, studerande 30 euro/år.

kolumbus.fi/nya.argus ◆ nya.argus@kolumbus.fi

