

När murvlar skriver sig sams

Journalistkåren etablerar sig som en korporation bland andra, noterar Anders R Olsson. Så mycket var det oberoendet värt.

Organisationen Tidningsutgivarna, TU, ger också ut en tidning. Skam vore det väl annars. Den heter Pressens Tidning och är ofta mycket läsvärd, vilket inte enbart beror på att undertecknad tidvis skriver där.

Tidningens styrka är att den gärna, i all vänlighet, frågar uttalande personer i journalistbranschen vad de egentligen håller på med. Svaren brukar visa att flertalet inte närmare funderar på saken.

Journalistisk kvalitet

I ett färskt nr (7 99) publiceras svaren på en enkät på temat "journalistisk kvalitet". Nio publicister, journalister och en professor i statskunskap kommer till tals. (Professorn är Olof Petersson och sannolikt kvalificerade han sig genom att häromåret lansera en teori om journalistikens som en avskild samhällsklass, präglad av en egen ideologi, "journalismen".)

De får alla sex frågor. Den första lyder således: Vad är journalistisk kvalitet?

Samtliga tycks – men i ett par fall är det inte glasklart – hysa illusionen att det finns en "kvalitet" höjd över de samhällseliga motsättningarna. Därmed blir svaret i den tävlan i konsten att sväva på målet. Vissa talar bara om formen:

"En välskriven text, personlig, med rytm och balans är kvalitet för mig", berättar Staffan Ander, chefredaktör på Nya Wermlands-Tidningen. Andra – de flesta – försöker slingra sig ur greppet genom att definiera negativt. Med kvalitet menas journalistik "som är oberoende, trovärdig och självständig... som bygger på kunskap... som vågar våra kontroversiella", säger Sveriges Radios VD Lisa Söderberg.

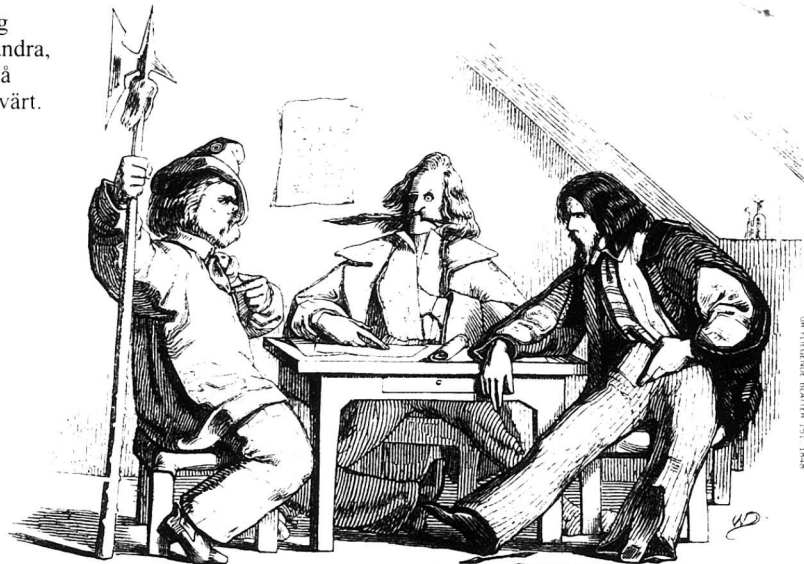
Oberoende och sann

Substansen i sådana djärva proklamationer – lika vanliga på Publicistklubbs-debatter som på Journalistförbundets årsmöten eller vid *Bonnie's uttalande av Stora Journalistpriset* – är att journalistik

- Inte ska vara beroende av någon individ eller något samhällsintresse
- Inte ska vara uppenbart lögnaktig
- Inte ska vara beroende (igen) oberoende och självständig måste ju i detta sammanhang vara samma sak)
- Inte ska bygga på okunskap
- Inte bara ska innehålla sådant som alla håller med om.

För den reporter som vid arbetsdagens början funderar över vad han/hon ska skriva om – och *hur* – är en sådan definition av journalistisk kvalitet lika mycket värd som kamelens fjärt i öknen.

Ett tredje sätt att sväva på kvalitetsmålet är att tala om mottaga-



Journalistkollektivet och samhället. "Pengar behöver vi. Jag fixar upploppen, du skriver tidningsartiklarna om dem och den där typen ordnar illustrationerna."

ren, den som konsumerar journalistiken. Petersson anser att: "God journalistik får människan att haja till, reflektera och tänka nya tankar". Jan Wifstrand, före chefredaktörn på Sydsvenskan, talar om journalistik som "berör". Själv skulle jag haja till om jag i Dagens Nyheter läste en hyllning till Joseph Goebbels, reflektera ordentligt över texten och därvid både beröras och tänka nya tankar. (Om att säga upp prenumerationen, förmodligen.) Till pudentis kärna – vilken sorts tillhjäande? tänka vilka tankar? beröras *hur*? – kommer varken Petersson, Wifstrand eller någon annan.

Även fascistisk journalistik kan vara god – skickligt genomförd enligt de formella kriterierna.

Allra enklast löser Per Amnestäl – med titeln "Journalistisk språktubbildare" – uppgiften. Journalistisk kvalitet "...är igenkännlig för journalister, behöver inte definieras". Bra journalistik är alltså vad journalister tycker är bra. Om Amnestäl därmed hugger i den gordiska knuten eller i egen fot må läsaren själv bedöma.

Kvalitet i The Sun?

Enkärens övriga frågor går ut på att relatera den gåckande storheten – den journalistiska kvaliteten – till sådant som medie företagets lönsamhet, upplagens storlek samt demokratin. Av svaren att döma råder en klart samband mellan en tidnings upplaga och dess journalistiska kvalitet. Man får således anta att Storbritanniens största tidning The Sun – tabloiden som fokuserar på tuftar, skandaler och våldsbrott – håller den högsta journalistiska kvaliteten där, och att Bildzeitung är bäst i Tyskland.

Barmhärtigt nog avstår Pressens Tidning från att fråga vad demo-

krati är. Det kan inte ens yrkespolitiker eller statsvetare riktigt ens om, och att mediaföretagarna skulle lyckas bättre ter sig osannolikt. Nu ombuds de senare således förklara vad en ökad storhet, god journalistik, har för samband med en annan okänd storhet, demokrati. Majoriteten ansluter sig till uppfattningen att sambandet är starkt.

Vill inte anstränga sig

Att flertalet enkätsvar är så enkelspåriga beror säkert på att flertalet höjdare i mediabranschen varken har tid eller lust att anstränga sig. Något bättre än så här kan de säkert. Längst i resonandet kommer också den som skrivit längst svar på frågorna – Ingrid Östlund, kanalchef på SR Västerorrland.

Uppenbart sker dock en ideologisk förslappning inom media-eliten. Det är illavarslande. Så länge nästan alla dagstidningar var partibundna var poängen med pressfriheten mest uppenbar. Man kan skildra samhället ur olika perspektiv. Ur den invandrade, lågavlönade städskans perspektiv ter sig samhället – dess företag, myndigheter och demokratiska processer – annorlunda än ur direktörens eller advokatens. Den samhälls-journalistik som är "god" för städskans är det nästan aldrig för direktören och vice versa.

Journalistik kan vara "god" genom att vissa formella kriterier är uppfyllda: att fakta och citat är korrekta, att alla parter bästa argument finns med, att redogörelsen är klar, logiskt sammanhängande och engagerande. Den kan aldrig bli objektiv, utom möjligen när Gud Fader sätter sig vid ordbehandlaren. Den kan heller inte bli neutral, lika god för alla. Även fascistisk journalistik kan vara god – skickligt genomförd enligt de formella kriterierna.

Bakom den moderna journalistikens ideologiska pansar – mot vilket enkätsvaren nu studsar som pingisbollar – finns en människa som tar sitt uppdrag någonstans ifrån. Antingen låter han/hon sig

utnyttjas – producerar de, ord någon annan vill höra – eller så tar han hon ansvar för det skrivna. Journalisten är prostituerad eller världsförbättrare och kommer inte undan det valet. Att ytterst få blir det ena eller andra till 100 procent är en annan sak, liksom att världsförbättrandet till sin inriktning skiljer sig från person till person.

Kombinationen av ökat tempo i nyhetsförmedlingen och kostnadspress på redaktionerna gör det allt svårare för världsförbättraren. Därmed skorrar också högstidstälens fraser alltmera falskt. Reportrarna måste prestera alltmer journalistik på allt kortare tid och blir därmed allt lättare att utnyttja. Därvidlag är journalistik, som gamla murvlar brukar säga, ett hantverk. Ju kortare tid man får på sig, desto sämre produkt – oavsett hur man definierar "kvalitet". (Det påpekar också Håkan Carlsson, journalistförbundets ordförande, i sitt enkätsvar.)

Det blir allt vanligare – särskilt tydligt syntes det i upphetsningen efter prinsessan Dianas död –

forskare, mediachefer och andra intellektuella utan reservationer slår ihop journalistiken till ett "vi i massmedia" och uttalar sig med största möjliga auktoritet om vad "vi" bör göra och inte göra. De tar en korporativ (eller sovjetisk) ordning för given: journalistkårens idémässiga homogenitet och kollektiva ansvar för helheten.

Journalisterna uppfattas således inte som fria intellektuella. De utgör ett kollektiv med gemensamma intressen, gemensamt tänkande och handlande och gemensamma normer för journalistisk kvalitet. Hösten 1997 enades mediabranschens elit således om att "vi i massmedia" ska ta ansvar för att ingen journalistredaktion bedömer kändisens privatliv som viktigt, på det att han/hon inte ska behöva riskera livet på flykt undan fotografer.

De principiella konsekvenserna är långtgående. Om "vi journalister" är ansvariga för tantsusket i Se & Hör, då är "vi" väl ansvariga för gubbsusket i Aktuell Rapport och Lektur också? Och vad mer?

Själv har jag skrivit några böcker och är medlem i författarförbundet. Hur länge dröjer det innan "vi författare" avkrävs självkritik för vad Per Ahlmark och Sara Lidman skriver?

De tar en korporativ (eller sovjetisk) ordning för given: journalistkårens idémässiga homogenitet och kollektiva ansvar för helheten.

Märkligast är nog flatheten hos publicisterna själva. Kanske 10 procent, högt räknat, av journalistkåren skriver någonstans om kändisar. Ändå föll domen 1997 lika tungt över alla "vi i media". Med försvinnande få undantag (Nerikes Allehandas ledarsida var ett!) fann sig hela journalistkollektivet i att vallas in i skamvrån.

Så mycket för "oberoendet", "självständigheten" och "modet att vara kontroversiell!"

ANDERS R OLSSON

Management By Love

Något som kallar sig *Support Service Institute* har nyligen hållit en nordisk konferens i Stockholm. Huvudtalare var pyramidernas fiende nr 1, Jan Carlzon, och det är klart att man kan ogilla pyramider om man är den siste att tryckas ner i kökknöddingen. Numera är det dock inte management genom rivning som förordas utan *Management By Love*. Carlzon sammanfattade den nya revolutionen sålunda:

● Nöjda kunder

● Anställda som ger så god service att kunden återkommer

Var kärleken kommer in i bilden framgår inte. Ledningen ska

lägga ut ansvar på de anställda, menar Carlzon. Förväntningar ska överträffas. Först mot slutet kommer något som med lite ansträngning kan tolkas som ett kärleksbudskap:

Nära och personliga relationer är den kritiska faktorn för de företag som vill klara sig i konkurrensen. I framtiden räcker det inte bara med att betrakta varje kund som en individ. Vi måste kunna se individen i varje kund.

Hur nära och personliga? Astra gjorde ett försök i USA. Men det gällde inte kunderna utan unga damer bland säljarna. Kunden brukar vara rätt besvuren, kanske för att de minns föregångaren i kärleksbranschen: *Screw the Customer*.

ULF JONSSON