

"VAD ÄR EN DAGSTIDNING?"

Det här numrets tema är något som också har debatterats i dagstidningar under hösten. Debatten är intressant och mångsidig, och visar flera olika röster. Lars Hertzberg ger en överblick över debatten om journalistikens kris som fördes i Finlands största svenskspråkiga tidning Hufvudstadsbladet under hösten 2014.

Text: Lars Hertzberg

Hufvudstadsbladets kulturredaktion bad i höstas några skribenter reflektera över den finlandssvenska offentligheten och dagstidningarnas roll i den. Bakgrunden var den kris som drabbat dagspressen ute i världen och i vårt land, och som bland annat lett till nedskärningar och rationaliseringar inom de tidningar som ägs av föreningen Konstsamfundet – och kopplat till detta, en artikel av föreningens vd, **Kaj-Gustaf Bergh**, som föreföll hävda att journalistiken har spelat ut sin roll i en värld där "vem som helst" (det vill säga alla som har tillgång till och förmåga att använda datorer) på internet själv kan söka upp den information man är intresserad av.

Serien inleddes 23.11 2014 av **Tom Moring**, professor i journalistik vid Svenska social- och kommunalhögskolan. Moring konstaterar att Norden och Japan är de samhällen i världen som är rikast på tidningar. Traditionen hos oss går tillbaka på det postsystem som grundades i Sverige på 1600-talet och som gjort det möjligt för tidningarna att nå ut till olika samhällsskikt, en utveckling som lagt grund till en bred delaktighet i samhällsangelägenheter. Mediesituationen för finlandssvenskarna jämfört med andra minoriteter inom EU har varit mycket god, med ett stort antal dagstidningar, egen tv-kanal och två radiokanaler. Den här situationen är hotad i dagens medievärld.

Trycket från webbmedierna medför att livsrummet för dagspressen krymper. Enligt en undersökning i Sverige läser bara 40 % av trettioåringarna en dagstidning. Samma utveckling syns i Svenskfinland: både de unga och de lite äldre överger dagstidningarna, medelåldern bland läsarna närmar

sig 60. Ett positivt undantag bland de offentliga medierna är YLE:s ungdomskanal *Radio Extrem* – vilket visar att finlandssvensk ungdom fortfarande känner sig hemma i en svenskspråkig miljö.

Moring tror ändå inte att papperstidningens tid är ute. Den har en stabil publik som är villig att betala för sina prenumerationer. Och tidningsvärlden är i färd med att förnya sig och anpassa sig till den förändrade marknaden, både genom samarbete inom och mellan tidningshusen, och genom samverkan med digitala medier.

Merete Mazzarella, författare och professor emerita i Nordisk litteratur vid Helsingfors universitet, skriver under rubriken "Den digitala klyftan är en demokratifråga" (30.11) om de känslor av kontinuitet och trygghet som dagstidningen

ger många läsare. Varje god marknadsförare vet att känslor är viktiga, men framför allt handlar "papperskramandet" ändå om tidningarnas tillgänglighet, om demokrati. Den digitala klyftan existerar fortfarande, av personer över 75 rör sig två tredjedelar inte på nätet. Höstens debatt kring Berghs artikel splittades upp mellan papperstidningen, webbsajten HBL.fi och Facebook, och

blev därigenom för många svår att överblicka eller delvis oåtkomlig. Faran är ett det offentliga samtalet upplöser sig i den nya medievärlden.

I blindheten för detta problem finns ett element av åldersdiskriminering. Mazzarella citerar mediekonsulten **Bo-Magnus Salenius** som enligt *Journalisten* har sagt: "Ifall folk skulle vara imponerade av det mediehusen gör i dag skulle läsarprofilen inte ha en tyngd på dem som är 60 år och äldre" – därmed implicerande att människor över 60 inte är "folk". Om man helt ska överge papperstidningen till



förmån för nätversioner måste man se till att alla läsare får tillgång till den nödvändiga tekniken och handledning i att använda den.

Mazzarella är skeptisk till (de i dagens läge redan förverkligade planerna) på att KSF Medias olika tidningar ska ha ett omfattande gemensamt material och på att *HBL* i högre grad ska ha karaktären av en lokaltidning. Hon saknar den tid när *HBL* var en finlandssvensk röst som lästes i det finska

Kaj-Gustaf Bergh föreföll hävda att journalistiken har spelat ut sin roll i en värld där "vem som helst" på internet själv kan söka upp den information man är intresserad av.

Finland och i Norden – nu gäller det att värna om skickliga reportrar som kan nå bortom det finlandssvenska. De exemplifierar funktioner som är unika för dagstidningen.

Under rubriken "Jag, vi och den föreställda gemenskapen" skrev **Anu Koivunen** (medieforskare och professor vid Stockholms universitet) 6.12 en artikel rik på infallsvinklar. Hon beskriver en medievärld där redaktionsarbetet styrs av användardata, där målet är att ge läsarna det de just nu är intresserade av, och samtidigt leverera en väldefinierad mottagargrupp till annonsörerna. Konceptet har drivits långt vid *Aftonbladet*: en chef vid tidningen drömmer om "digitala skärmar överallt i huset, där vi i realtid kan följa våra användare och vår affär". När allt flera blir "nyhetsundvikare", medan andra skaffar sig sina nyheter på många olika håll och på olika språk går medierna in för att optimera "användarupplevelsen" för att locka läsare och överleva i konkurrensen. Häri lotsas de av så kallade UX:are (experter på "user experience").

Men medier som *Aftonbladet* vill inte bara framstå som skapare av produkter, de vill också inta rollen som "mötesplats" och "lägereld" – begrepp som har en mediehistorisk förankring. Nyhetsförmedling och opinionsbildning har av tradition varit sammankopplade med identitets- och samfundsskapande, med kampen om samhälleligt inflytande. Koivunen anför historikern **Benedict Andersons** tanke, i boken *Den föreställda gemenskapen*, att dagstidningens historia

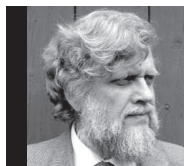
är sammanflätad med den europeiska nationalismens historia. Tidningen bidrog under 1700-talet till att forma nationella medvetanden: dagstidningen hjälper till att hos läsarna forma bilden av en "föreställd gemenskap" (ordet "föreställd" innebär inte att gemenskapen är imaginär, utan att den skapas genom samhällsmedlemmarnas medvetande). Den materiella grunden för dagspressens och därmed nationalstatens framväxt var kapitalismen och tryckningsteknologin.

Men om vi gör oss en idealföreställning om en politiskt aktiv läsande allmänhet riskerar vi bortse från att den borgerliga offentligheten aldrig har varit öppen för alla, utan begränsats av klass och genus. Farhågorna om en kommersialiserad medievärld som ett hot mot de nationella enhetskulturerorna bortser från att alla sådana enhetsidéer samtidigt förutsätter ett uteslutande. Enheten är elitens. I själva verket kan kommersialiseringen öka mångfalden.

UX:arnas problem är å andra sidan individualismens paradox: att skapa upplevelsen av att man är unik och ändå lik tillräckligt många andra för att möjliggöra en känsla av tillhörighet.

Detta, menar Koivunen, kommer lyckligtvis aldrig att lyckas: "friktionen mellan vi och jag, skriver hon, "är en garant för en levande offentlighet."

I en epilog till debatten (14.12) skriver *HBL:s* kulturchef **Fredrik Sonck** att papperstidningens död går långsamt: det är fortfarande den som står för huvuddelen av prenumerations- och annonsintäkter. Han påpekar att det som gör utvecklingen svår att greppa är att själva förändringstakten är oförutsägbar: vissa förutsedda processer är långsamma, andra sker snabbt och oväntat. Kravet på balans i journalistiken som hängde ihop med tidningens monopolställning förskjuts i riktning mot mångfald då kompletterande perspektiv är tillgängliga. På ett liknande sätt ersätts granskning av debatt mellan olika röster. Den föreställda gemenskap dagstidningen bidrog till att uppehålla har ersatts av flera och mindre gemenskaper. Hur detta kommer att påverka finlandssvenskarnas känsla av samhörighet är en öppen fråga.



Lars Hertzberg är professor emeritus i filosofi vid Åbo Akademi och medlem av Ikaros redaktionsråd.