

# AJOURNERAD JOURNALISTIK BEHÖVER OMSTART

Nu räcker det inte längre med att stoppa tidningspressarna. Det är dags att ajournera hela journalistiken, tänka och starta om. Det behövs ett nytt och bättre sätt att göra gammal god relevant och läsvärd journalistik. Såväl i ord, bild, ljud, video som i hypertext med helt nya medieformat och på gamla och nya medieplattformar. Ari Nyqvist hävdar att vi behöver traditionell journalistik även i ett förändrat medielandskap.

Text: Ari Nyqvist

**U**nder de senaste tio åren har olika experter och forskningsinstitut förutspått att dagstidningens död lurar bara några få staplande steg bakom hörnet. En av de mer trovärdiga och multidimensionella spådomarna (futureexploration.net) siar att dagtidningen i Finland senast år 2021 inte längre ur marknadens (allmänhetens?) synvinkel är ett signifikant massmedieformat. Och faktum är att antalet prenumeranter och annonser, dagstidningens existentiella fundament, år för år sjunker i så gott som alla länder. Det kombinerat med ökade tryck- och distributionskostnader och allt hårdare (även lokal) nyhets- och annonskonkurrens från nätet med jättar såsom Google och Facebook i spetsen, har fått mediekoncerner såsom HSS Media i Österbotten och KSF Media i Nyland att ta till gamla beprövade saneringsmetoder. Uppsägningar, sammanslagningar, återanvändning och utbyte av redan publicerade artiklar mellan olika tidningar och webbsidor och större fokus på en snabb och ytlig skrämplatjournalistik som kostnadseffektivt fyller både tidningsspalter, hemsidor och mobilskärmar med bra 7-sekunders material. Det vill säga sånt som gör att vi åtminstone sju sekunder (snittlängden på ett tv-nyhetsklipp) tittar på det vi tagit fram på skärmen innan vi klickar vidare till nästa godispåse.

## Gammal god journalistik?

I det här akuta ekonomiska nödläget för nästan alla dagstidningar till exempel i Finland, sparas det alltså varje år även på tidningsredaktionerna; på special- och allmänreportrar, på inhoppare och frilansare, på duktiga och kunniga journalister i allmänhet. Det finns alltså betydligt mindre resurser än tidigare för "gammal god dagstidningsjournalistik". Och tidningsägarna talar numera hellre om innehållsproducenter än om journalister eller redaktörer. Samtidigt som det inom ekonomi, kommun och stat och politik i allmänhet i Finland pågår stora men svårbegripliga och radikala reformer och förändringar, finns det alltså färre journalister än ti-

digare som ur det allmänna bästas synvinkel fritt och kritiskt professionellt bevakar och granskar den pågående nedmonteringen av den solidariska nordiska välfärdsstaten. Bara för att nämna ett exempel på ett allt viktigare granskningsansvar som idag vilar på allt färre och vekare journalistaxlar. Kulturbekavningen kunde vara ett annat exempel.

## Vad är högkvalitativ journalistik?

I den pågående "vad då göra åt detta"-diskussionen talas det ofta om två helt olika lösningar på problemet. Antingen att till exempel via statliga åtgärder garantera en fortsatt högkvalitativ samhällsrelevant men dyr granskande journalistik eller att snabbt gå in för det som kallas Journalistik 3.0. En ny journalistik där publiken men också till exempel olika före-

Problemet med Journalistik 3.0 är att den för långt lägger det publicistiska ansvaret på mottagaren själv.

tag samarbetar med mediehusen. Det här via sociala medier, med crowdsourcing och funding, via interaktivitet och så kallad kurering av olika texter över alla olika medieplattformar och format för att snabbt och billigt kunna producera det som intresserar den stora allmänheten. Problemet med Journalistik 3.0 är att den för långt lägger det publicistiska ansvaret på mottagaren själv. Att de professionella journalisterna avsäger sig en för stor del av det gamla grundläggande journalistidealet där journalistikens integritet är en central utgångspunkt. De trendiga nyckelorden i Journalistik 3.0 är i stället, förutom de ovannämnda, transmedialt berättande, crossmedia marketing, advertorials, digitala köpstigar, innehållsmarknadsföring, digitala ekosystem. Trenden sägs också vara att journalistiken på 2010-talet snabbt går över till allt mer konsumeras via bloggar, vloggar och podcasts och sociala medier i allmänhet. Och att allt fler yngre mediekonsumenter har Facebook och Twitter som sin enda nyhetskanal.

Fick för övrigt just en tweet om att SVT:s reporter i Grekland hjälpte en syrisk flyktingpojke att fly till Sverige där han nu går i skola. Ännu ett nytt intressant inslag i journalistrollen på 2010-talet.

Problemet med ovanstående två lösningar på dagstidningskrisen och inom hela journalistiken är att båda är resultat av ett förstelnat slentrianmässigt tänkande. Epitetet högkvalitativ journalistik används ofta av alla andra än läsarna och mottagarna själva. Högkvalitativ journalistik som bara få hittar, läser och förstår kan inte vara bra journalistik. Är en artikel automatiskt högkvalitativ journalistik om den är fylld av substans, fakta och relevans? Eller är bra journalistik också att på ett lättläst och underhållande sätt presentera hela verkligheten åt så många som möjligt utan att göra det till underhållning? Högkvalitativ journalistik uppnås endast om journalisterna fortsätter stå på folkets, på läsarnas sida då de åt oss och ingen annan berättar om vad makteliterna inom ekonomi, politik och kultur hittar på i det dolda.

#### Journalistens ansvar inför allmänheten kvar

Trots alla nya och viktiga möjligheter dagens interaktiva digitala (mass)kommunikation ger massmedier och journalistiken att samarbeta och interagera med mottagarna, minskar inte journalistens traditionella moraliska och yrkesetiska ansvar inför allmänheten. Det vill säga att på ditt och mitt och vårt allas gemensamma uppdrag kritiskt och fritt granska och så objektivt och lättläst som möjligt berätta för oss om rådande makthegemonier, om deras beslut och om deras konsekvenser för oss.

#### Kurerad (medborgar)journalistik

Därför behöver vi mer än någonsin journalister som klarar av att både skriva till och för oss vanliga läsare och att samarbeta med oss. Vi behöver professionella journalister som kan sociala medier och som kan transmedia och crossmedia storytelling på olika multimediala plattformar med olika format. Som dessutom samtidigt har en bra och personligt färgad penna eller pensel (med så neutrala färger som möjligt) och som kan både ljud, bild, video och hypertext. Och som till råga på allt även har en fast och orubbad tro på att demokratin och social rättvisa inte klarar sig utan journalister som

kan forska, gräva, sammanställa, ta reda på, koppla ihop, granska, kritisera och ifrågasätta rådande makthegemonier inom ekonomi, politik och kultur.

En del av journalistiken har alltid varit och är idag mer än tidigare att citera, "klippa och klistra" och att kureras (omredigera, sammanställa, förbättra, kommentera) färdigt medieinnehåll. Och att idag att göra det via sociala medier tillsam-

Högkvalitativ journalistik som bara få hittar, läser och förstår kan inte vara bra journalistik.

mans med publiken och enskilda kunniga mottagare. Men parallellt med det behövs alltså fortfarande integritetssäkrade, fritt och så objektivt som möjligt tänkande och handlande "edsvurna" journalister. Oberoende journalister vars medieinnehåll sedan kan och ska kureras, delas och kritiskt granskas i sociala medier av dig och mig och av alla medborgare som fortfarande vill påverka samhällsutvecklingen.

Journalister ska just därför också i fortsättningen varken vara maktens eller folkets kommersiella tandlösa och skötsamma famnhund men fortfarande demokratins bitska och lyhörda vakthund. Och till alla mediemoguler: en sådan morrande och lite vild hund säljer dessutom bra medieinnehåll också på nätet och i morgon.



Ari Nykvist, universitetslärare och PD, ansvarar för biämnet masskommunikation vid Åbo Akademi Fakulteten för samhällsvetenskaper och ekonomi i Vasa.