

## Politik och nya media

# Mediemakt i kulturellt kaos

Den brittiska medieforskaren **Brian McNair** har gjort det till sin uppgift att möta kulturpessimismen med ”pragmatisk optimism”. Allt fler valmöjligheter ger också konsumenten ökad makt.



Under de senaste årtiondena har mediernas organisationsformer genomgått stora förändringar. Den teknologiska utvecklingen, globaliseringen och en allt starkare marknadsorientering av hela mediasystem har bidragit till en konkurrensinriktad mångfald där det tidigare rådde en relativt begränsad knapphet.

Utvecklingen har fört fram frågan om vilka förändringar i de samhälliga maktrelationerna som processen har bidragit till. Bakom denna fråga ligger förstas uppfattningen om att ett fungerande och mångfaldigt mediasystem är en viktig del av demokratin. Detta eftersom samhälls- och politiska institutioner opererar i en offentlighet som är utformad av massmedier. Beroende på vilken form av mediemakt som betonas – ekonomisk,

upprätthålla ett stängt diskussionssystem på dagens kaotiska och mångkulturella marknadsplats. I stället är det konsumenten som har ännu mera inflytande genom sin möjlighet att välja. Och här kommer McNair med sitt originella bidrag till debatten: konsumenten har makt genom möjligheten att välja att betala för andra medieprodukter än de vad de största mediebolagen erbjuder eller det som stöder den ledande politiska inriktningen.

McNair anser att det inte finns orsak för den kulturpessimism som de flesta av medieforskare uppmanar; framgång för **Naomi Kleins** *No Logo* och **Michael Moores** dokumentärfilmer står som exempel.

## Rum även för mediekritik

Många av McNairs påståenden påminner om postmodernism – allt går. Kulturpes-

la nätverken på webben. Där får också minoriteter och förtryckta oppositionsgrupper framföra sina egna synpunkter som läcker ut till nyhetsförmedling och andra traditionella journalistiska områden.

## Kritisk till koncentration

Ur ett kritiskt medieekonomiskt perspektiv har mediekoncentration alltid varit ett hett diskussionsämne. Bekymret har med tiden skiftat från så kallad horisontell integration till vertikal integration. Horisontell integration innebär att ett medie företag etablerar sig inom olika områden genom att utsträcka sin sfär från till exempel tidningar till tv och radio. Vertikal integration handlar om att företag i allt högre grad kan kontrollera hela kedjan, från upphovsrätten via distributionsnätet till de servicesystem som konsumenten

använder hemma. Digital teknologi gör den vertikala integrationen allt effektivare.

Däremot är tanken om att alla medieförmer, från dagspressen till film, radio och tv, är en handelsvara ett relativt nytt tänkesätt, åtminstone ur ett europeiskt perspektiv. Den symboliska makt som inhemska och lokala medierna tidigare kunde utöva i samhället är nu på väg att försvinna på grund av den nya globala marknadsföringen. Många forskare är rädda för att den kulturella mångfalden inte längre kan skyddas effektivt mot de stora mediebolagens utländska underhållningsutbud; särskilt de små språkgruppernas och minoriteternas behov är hotade. Men också majoritetens kultur blir påverkat av en konkurrensinriktning där utbudet präglas av vad som bäst säljer: sport, sex, brott och våld.

En paradox i den digitala världen är att statliga åtgärder som tas i bruk för att undvika mediekoncentration och medieimperialismens konsekvenser ofta leder till att skapa mera konkurrens, koncentration, och ännu mera kaos i det kulturella landskapet. Med tanke på det är det ironiskt att tv-digitaliseringen i Finland, som började som ett försök att bevara statens kontroll av televisionssystemet, nu är på väg att förlora de flesta av de mekanismer med vilka den kunde förverkligas.

När digital tv började införas i Finland, ansåg man att projektet kan förverkligas enligt kontrollmodellen som en befallning från ovan. En anpassning till digital utveckling är vad satellit- och kabelkanaler kunde utnyttja bäst, ansåg man. Marknätet var tekniskt begränsat och krävde reglering, därför var digitaliseringen det perfekta instrumentet för regeringen att behålla makt i medielandskapet.

Nu får alla välja bland kanaler, programtyp, språk – åtminstone i teorin. Vi har mångfald men fungerar vårt tv-system bättre? Nästan 30 000 hushåll har sagt upp tv-licensen som stöder Rundradions existens; därtill finns de ”gamla” gratisåkarna. Många är fortfarande upprörda efter kovändningen beträffande omvandlingen av digitala sändningar till husbolag och kabelhushåll. Vinnare är kommersiella bolag som har börjat överflytta det intressantaste ur utbudet till betal-tv.

Stöder digitaliseringen de målsättningar som skulle ge en sådan riksomfattande befallning legitimitet; speciellt när det förverkligas med tv-tittarnas pengar? Svar till frågorna kommer säkert senare men vad är klart redan nu är att digitaliseringsprojektet har skapat mera misstro bland medborgare angående både politikers och mediers verksamhet.



**Johanna Jääsaari** är forskare i masskommunikation vid Helsingfors universitet och har avlagt PD-examen i statskunskap vid Åbo Akademi. [johanna.jaasaari@helsinki.fi](mailto:johanna.jaasaari@helsinki.fi)

”Varken mediebolag eller politiker kan manipulera opinionen och upprätthålla ett stängt diskussionssystem.”

kulturell eller politisk – behandlar den kritiska samhällsforskningen problemet ur tre motsvarande perspektiv.

## Från kontroll till kaos

Alla tre perspektiv leder till ganska pessimistiska slutsatser som är bekanta från gamla kulturdebatter: koncentration av ägandet, kedjebildning och att den teknologiska konvergensen medverkar till att makten blir koncentrerat till stora internationella bolag. Deras utbud koloniserar ömsesidigt våra värderingar och tankesätt så att vi inte längre kan göra politiska val baserade på saklig information och balanserad debatt.

Den brittiska medieforskaren Brian McNair har dock gjort det till sin uppgift att möta kulturpessimismen med ”pragmatisk optimism”. Enligt McNair är det dags att glömma bort synen på att en ekonomisk eller politisk elit kunde kontrollera den passiva massan genom att påverka medieutbudet.

## Positiv till utvecklingen

McNair anser att varken mediebolag eller politiker kan manipulera opinionen och

simismen är onödig eller rentav ogynnsam därför att den bara upprätthåller nuvarande maktrelationer. Men så säger McNair inte. Den avgörande frågan i det nuvarande kaoset av mediekällor och olika tolkningar är hur maktförhållanden mellan olika aktörer styrs och skapades i olika enskilda situationer. Trots att mycket gott kan uppstå ur från det kulturella kaoset kan det lika väl vara tvärtom, vilket vi till exempel såg i fallet med karikatyrerna av profeten Muhammed.

Från ett kommunikationssociologiskt perspektiv anser McNair att den kritiska akademiska agendan angående medier borde koncentrera sig på journalistikens informationsinnehåll och kommunikationsdynamik i en kaotisk nyhetsförmedling samt etiken och mekanismer av kommunikationskontroll.

McNair tycks ha rätt om man tänker på **Al Gores** framgång och det stora intresset kommersiella medier slutligen har visat **Bob Geldofs** och **Bonos** kamp mot hunger i Afrika. Dessutom är det inte fråga om bara så kallade gamla massmedier som tidningar, radio och tv som nu uppstår i olika nya former, utan också om de socia-

LITTERATUR:  
Brian McNair: *Cultural Chaos. Journalism, news and power in a globalised world*. London and New York: Routledge 2006.