

Citizen Kane och infokratin

Kritiker, motiv och metoder inom mediekritiken

HEIKKI LUOSTARINEN

Ledarsidan i dagstidningen *Helsingin Sanomat* den 14 januari 1996 var synnerligen medieinriktad.

Ledarartikeln behandlar det internationella pressinstitutet IPI:s årsrapport. Journalister nedtystas med skott och genom påtryckning, men yttrandefriheten hotas också av informationsförmedlingens ständigt växande koncentration. En annan artikel utreder medieläskunskapens och mediefostrans roll i utbildningen. Enligt artikeln förekommer det mer än nog av "strunt och kvasikunskap" i såväl elektronisk media som i tryck.

Söndagsnumrets kolumn är skriven av tidningens ansvarige huvudredaktör Janne Virkkunen. Han tar ställning till president Martti Ahtisaaris förslag om att tidningarna borde överväga att grunda läsarforum eller anställa ombudsmän för läsarna. Virkkunen finner förslaget illa avvägt, men konstaterar att "tidningarna inte utan vidare kan slå sig till ro i den själv-goda föreställningen att allt är i sin ordning. Den finska pressen är trots allt inte så perfekt som ... den försöker påstå".

Timo Vuortama, huvudredaktör för tidningen *Journalisti-Journalisten*, uppträder på gästspalten i *Helsingin Sanomat*. Han kommenterar också president Ahtisaaris förslag. Vuortama anser att genomsnittsmedborgaren har skäl att kritisera medierna framför allt därför att medierna inte är intresserade av genomsnittsmedborgaren och hans problem.

Mycket annat får inte heller plats på ledarsidan: en efterskrift om fredsprocessen i Mellanöstern, en karikatyr och några urklipp ur andra tidningars ledarartiklar.

Dagen var visserligen ovanligt mediekoncentrerad men inte unik. Nyheter, ställningstaganden, intervjuer och reportage som behandlar eller tangerar media är nuförtiden vanliga i dagspressen. Ännu för ungefär tio år sedan hade man funnit mediernas offentliga självkritik och intresse för sig själva märkliga.

Under 1980-talet ökade intresset för kritik och diskussion kring journalistiken i Finland. Flera journalister, forskare, politiker och författare (t.ex. Lehtola 1983 och 1987; Malmberg 1984; K. Pietilä 1981) tog upp frågan till behandling.

Sin nuvarande vitalitet uppnådde frågan i början av 1990-talet då journalistikkritiken rönt uppmärksamhet på många

håll. De akademiska kretsarna började producera allt fler mediekritiska publikationer och inlägg om olika ämnen: ekonomijournalistik, flyktingfrågor, notiseringen i Gulfkriget. (Hujanen & Luostarinen 1990; Luostarinen & Nieminen 1992; Kriitikkiä talousjournalismista 1989; Sihvola 1992). Finlands Journalistförbund anordnade två seminarier om journalistikkritik, år 1989 och år 1992, och grundade en publikationsserie speciellt för detta ämne. I TV 2 startades det mediekritiska programmet *Maailma sanojen vankina* (Världen i ordens fångdräkt) under ledning av Erkki Saksa år 1992. År 1994 började det mediejournalistikorienterade programmet *Media-uutiset* (Medienyheter) i MTV ("Reklam TV").

År 1992 ser ut att vara ett slags genombrottsår. Som exempel kan man nämna kulturavdelningen i *Helsingin Sanomat* där det fördes en för finska förhållanden livlig debatt. Akademiker Oiva Ketonen (9.9) efterlyste offentlig mediekritik och menade att den inte undergräver mediernas trovärdighet utan tvärtom ökar den. "Den hjälper (läsaren) att dra slutsatsen att tidningen också i annat kan vara sanningsenlig eftersom den publicerar en dylik sanning". Redaktör Jeritta Roos (30.8.) var ännu skarpare: "Utän saklig och offentlig kritik förlorar medierna sin trovärdighet". Flera tidningar tog upp frågan i sina ledarartiklar.

Fram till 1990-talet hade massmedierna skyggat för detta tema av flera skäl. För det första, är det inte journalistikens uppgift att ge information om samhället i övrigt, inte om sig själv? Vem vill höra en spegel berätta "En sådan här spegel är jag!" För det andra har konkurrensen mellan medierna i Finland länge varit relativt anspråkslös. En kollegial, hövlig tystnad har rätt i branschen och denna tystnad har lett till att traditionen med debatt mellan de olika tidningarna har förtvinat. För det tredje anser massmedierna att debatten kring mediera skadar deras ställning och produktimage. Skulle till exempel en korvfabrikant på sina förpackningar frivilligt informera om problem med salt, fett och tillsatsmedel?

Det ser ut som om dessa hinder delvis hade försvunnit under 1990-talet. Samtidigt har de enskilda journalisternas förmåga att tåla kritik ökat. Jeritta Roos' (1992) bibeltravesti *Inget fördrar den och allt hämnas den* passar inte längre på journalistkåren. Naturligtvis har den största beredskapen till kritisk diskussion alltid funnits hos de medier och journalister som haft kvaliteten och etiken i skick och som inte har haft benangel i skåpen.

Också den ökade mängden mediekritik har hunnit utsättas för – vad annat än mediekritik:

Ännu för några år sedan hade politikerna och motståndarna till underhållningsväld så gott som ensamrätt till mediekritik. Nuförtiden sköter journalisterna kritiserandet själv ... och mediekritiken ingår som en del i den ”normala” journalistiken och masskommunikationen. Medierna flödar över av mediekritik. I underhållningsprogrammen parodieras andra program och uppträdare. Varenda redaktör har, precis som en teaterkritiker, på sin repertoar utvärdering av miljöorganisationernas mediejippon eller politikernas uppvisningar. (Välvirronen, 1995)

Det är möjligt att mediekritiken en tid är ”en modefluga”, precis som Timo Vuortema, huvudredaktör för tidningen *Journalisti-Journalisten*, har konstaterat (1995). Troligtvis går det med den som det gått med miljöjournalistiken: uppsvinget följs av en stagnation, men efter stagnationen kommer intresset att beständigt vara större än före ämnets aktualisering.

Begrepp inom mediekritiken

Vi har ovan stött på ett antal närbesläktade begrepp: media, journalistik, mediekritik, journalistikkritik, mediejournalistik. Vi skall här närmare utreda skillnaderna mellan dem.

Med *media* avses här masskommunikationens hela fält och system i vid bemärkelse. Också fiktionsprodukterna och underhållningsindustrin inom masskommunikationen ingår i begreppet.

Med *journalistik* avses aktuellt, faktabaserat och huvudsakligen samhällsorienterat material inom masskommunikationen samt produktion av och produktionskultur kring detta material. Tidningsnotiser och televisionens nyhets- och aktualitetsprogram är de mest typiska representanterna för journalistik.

Skillnaden mellan media och journalistik kan också uppfattas djupare, ett exempel på detta ger forskaren Jay Rosen, USA:

Media är ett jättelikt system som blir alltmer teknologiknutet och kommersialiserat. Våra möjligheter att påverka medieutvecklingen verkar vara lika små som våra möjligheter att påverka förändringarna inom det internationella banksystemet. Journalistik är förmågan att föra offentlig diskussion, en förmåga som man försöker hålla vid liv inom media, numera med allt större osäkerhet beträffande resultatet. (Kunelius & Heikkilä, 1995)

I enlighet med det ovan nämnda kan man säga att man med media framför allt avser kommunikation som storindustri och affärsverksamhet. Med journalistik avser man däremot kommunikation i egenskap av samhälllig diskussion och information, ett nödvändigt forum för ett demokratiskt samhälle.

Kritik består vanligtvis av olika värderingssystem och värderingsgrunder: något är positivt eller negativt på grund av att ... (se Malmberg 1984, 9-16). Följaktligen skulle massmediekritik innebära *diskussion om kriterierna för bra eller dålig masskommunikation samt om kommunikationens utveckling*.

Till exempel konstkritik har ofta dessutom en informerande uppgift. Kritiken belyser verkets eller konstnärens målsättning och förhållande till den övriga konsten. På liknande sätt innebär medie- och journalistikkritik inte bara ett meningsutbyte: genom kritiken försöker man förklara för publiken produktionen och kontexten kring media och journalistik.

I fråga om *mediekritik* utgörs objektet av mediesystemet i sin helhet. I *journalistikkritiken* dryftar man speciellt masskommunikationens journalistiska material och de yrkesmässiga regler och värderingar som styr produktionen, d.v.s den journalistiska kulturen. Dessa begrepp används ofta synonymt.

I de europeiska språken har ordet kritik ofta innebörden av ”att söka fel” (Hurri 1993, 28). Jernta Roos (1992) skriver om ordets syftningar och innebörd:

Mediekritik är kanske ett helt felaktigt ord: det associerar oundvikligen till negativ kritik. Att behandla media som journalistikobjekt innebär emellertid att analysera, förklara, och uppfölja praxis inom dem. Mediekritik behöver ingalunda innebära ettrig nedsabbling. Tvärtom, kritisk verksamhet omfattar också ett framhävande av de positiva egenskaperna.

För att undvika de negativa associationerna kring ordet kritik talar man ofta om *journalistik- eller mediediskussion*.

Mediejournalistik är en nykomling i begreppssamlingen. Begreppet avser den sektor inom journalistiken som behandlar notisering och presentation av bakgrundsfakta i mediebranschens frågor. Man kan jämföra den med vetenskapsjournalistiken som följer upp utvecklingen inom vetenskapen, eller med ekonomijournalistiken som följer upp ekonomiska frågor. Eftersom kvalitativt högklassig journalistik alltid åtföljs av en kritisk attityd och ambition är gränsen mellan mediekritik och mediejournalistik obestämd.

Kritikens tre plan

Medie- och journalistikkritik kan uppdelas på flera olika sätt. Uppdelningen kan exempelvis ske på basen av motiv, kommunikationsidé, kritikobjekt eller kritiker. En möjlighet är att använda en modell som ursprungligen utarbetats för vetenskapskritik (Luostarinen & Välvirronen 1991). I denna modell uppdelas journalistikkritiken i tre plan: ett där kriterierna utgörs av journalistikens egna normer, ett som undersöker sanningshalten i journalistiken samt ett som söker utvärdera journalistikens sociala och kulturella följdverkningar.

På *kritikens första plan* gäller journalistikens egna lagar och målsättningar. Hur reagerar läsaren då hon i en modern dagstidning ser följande nyhet, hämtad ur en tidning som ges ut i Ylivieska?

Lördagen den 14.8.1982 kl. 7.30 samlades Ylivieska hjärtförening på Ylivieska torg. Vi reste iväg med två bussar mot Kajanalands via Limingo, Tyrnävä, Muhos och Rokua. På vägen kunde vi beundra norra Finlands ypperliga sädes- och potatisfält, vilka speciellt i Tyrnävä gladdade vårt öga ... Under färden mot Kajanalands anlände vi till Manamasalo där vi bekantade oss med campingområdet ... Härpå följde en måltid vilken avnjöts med god aptit.

Läsaren blir kanske smått förvånad och till och med road. Berättelsen är naiv till stilen och liknar en skolkria. Men är det egentligen något fel på nyheten från journalistisk synpunkt? En för orten betydelsefull händelse återges noggrant och med exakta fakta. I Ylivieska har nyheten förmodligen lästs med förtjusning. Varför tycker då de flesta av oss att den inte är "riktig journalistik"? Helt enkelt därför att den bryter mot två centrala formregler inom den moderna journalistiken. För det första är den skriven i kronologisk ordning, då journalistiken däremot följer principen "det viktigaste först". För det andra är den skriven "subjektivt", d.v.s. av "oss i Hjärtföreningen", då journalistiken däremot vanligtvis förutsätter objektivitet, ett framförande av händelser "i allmänhet", så som de skett för andra.

På ett mycket vardagligt plan bedömer man journalistiken enligt hur mycket den liknar journalistik. I likhet med alla andra produkter på marknaden måste journalistiken i någon mån uppfylla kraven på jämn och förutsägbar kvalitet. Å andra sidan måste journalistiken, så som all annan produktion, kunna utvecklas och framvisa intresseväckande särdrag. Produkten måste profilera sig och klara sig i konkurrensen med sina medtävlare, d.v.s. tidvis förnya sig.

Mera djupgående: Inom journalistikkritiken jämför man produkten med det som journalistiken själv säger sig göra. I bedömningen kan man använda flera skalor: journalistikens reklam för sig själv (t.ex. *New York Times'* berömda motto "All the News That's Fit to Print"), journalistikbranschens egna etiska regler och målsättningar, branschrepresentanternas offentliga uttalanden, journalistikpris och av branschen godkända målsättningar för yrkesutbildningen. Utgående från allt detta kan man konstruera ett slags "festtals-journalistik", ett idealporträtt baserat på kommersiell och social image. Också kritiker utanför branschen använder ofta "festtals-journalistiken" som måttstock, för att undgå att beskyllas för censur eller krav som är oförenliga med branschen.

På *kritikens andra plan* sker en jämförelse mellan de budskap som journalistiken förmedlar och den verklighet man säger sig referera. Det mest traditionella och troligtvis vanligaste slaget av journalistikkritik sker genom utvärdering av sanningshalten och relevansen, d.v.s. objektiviteten, i den information journalistiken ger (Hemánus & Tervonen 1980). Branschen själv har sett det som utgångspunkt. De etiska reglerna som de finska journalisterna godkänt utgår från medborgarnas rätt "att få riktig och relevant information".

Kauko Pietilä talar om "kritik av vilseledande återgivande". Denna kritik framförs av "personer, grupper, organisationer, institutioner och andra liknande instanser om vilkas person eller förehavanden massmedierna ger en mer eller mindre missvisande bild och vilka enligt sin egen åsikt känner till den verkliga sanningen i den aktuella frågan" (Pietilä 1990, 23).

Många s.k. kvalitetstidningar publicerar regelbundet en korrigeringspalt. Små korrigeringar skadar inte tidningens image. Tvärtom framhäver de för läsaren hur minutiöst och samvetsgrant tidningen arbetar. Att erkänna fel i större frågor kan däremot vara svårare.

Då det gäller enskilda fakta är frågan om uppgifternas riktighet lättare än i större sammanhang: ger mediet en riktig bild

av småföretagarna, universitetsvärlden, situationen i Ryssland?

Kravet på relevans förutsätter att informationen förutom exakt också är betydelsefull i socialt avseende. Medier som specialiserat sig på skandaler och kändishistorier kan ge information som i sig är riktig men objektivt sett undermålig.

Relevansen mäter man troligtvis bäst genom att studera innehållet i och omfattningen av det som betecknas som offentligt. Journalistiken skall föra fram allt som är väsentligt för samhället men lämna bort det privata. Offentligheten kan ses som tre fält. På ena sidan ligger det rent privata som inte bör föras fram offentligt. Hit hör till exempel enskilda människors sjukrapporter. Ett undantag är ledande politiker. På andra sidan ligger det klart offentliga, exempelvis parlamentets och lokala förtroendeorgans sammanträden. Mellan dessa ligger ett vidsträckt område som är föremål för kontinuerlig förhandling eller kamp och där privata och samhälleliga intressen tävlar om offentlighet eller sekretess.

Till det omtvistade området mellan offentligt och privat hör till exempel storföretagens interna förberedande av beslut. Företagens verksamhet och investeringar hör i princip till den privata sektorn, men deras beslut kan ha vittgående följder i lokalt och nationellt liv. Finns det alltså ett offentligt intresse av att på förhand känna till stora nedskärningar av arbetsplatser? Och hur är det med politikernas privata affärer om de kan tänkas påverka politikernas verksamhet som beslutsfattare?

På *kritikens tredje plan* stöter vi på frågan om journalistikens sociala och kulturella följdverkningar. Följderna kan gälla flera olika sociala funktioner eller kulturområden: likställighet mellan könen, krig och fred, miljöskydd. I kritiken uppträder två ståndpunkter som ständigt återkommer i diskussionerna. Enligt den ena synpunkten bryter journalistiken ned intellektuell förmåga och moraliska värden. Resultatet blir ett avintellektualiserat och amoraliserat masssamhälle. Den andra synpunkten poängterar journalistikens inverkan på demokratin och medborgarnas likställda beslutsfattande.

Det har påståtts att journalistiken bryter sönder världen i en kaotisk störtflod av detaljer och händelser. Kvar blir en splittrad och ytlig världsbild. Följaktligen utgår man från att den moderna nyhetsgenren alltid bygger upp världen från början för sin otåliga publik så som för barn. Journalistiken kan också fjärra individen från verkligheten; samhällslivet sker inte för jaget i nuet, det är främmande och sköts av andra på annat håll. (t.ex. Postman 1985.) En dylik kritik slutar ofta med förslag om att ändra de journalistiska konventionerna och presentationssätten så att de blir mer aktiverande och intellektuellt stimulerande. Typiska är också förslagen om att öka allmänhetens mediäläskunskap bl.a. genom mediefostran i skolorna.

Frågan om journalistikens inverkan på de demokratiska processerna aktualiserades först i USA där kommunikationsutvecklingen var snabbast och banden till de politiska partierna lösare än i Europa. Politikerna appellerade inte till väljarna via partiorganisationer utan genom medierna i offentligheten. Speciellt efter televisionens genombrott började man fästa kritisk uppmärksamhet på mediernas sätt att omforma politiken. Mest framgång rönt de kandidater som såg bra ut, kunde uppträda och hade förmågan att appellera till publiken

under de få sekunder som televisionsnyheterna gav dem. Men var det sannolikt att en politiker som var framgångsrik i media också hade mest kunskap, eftertanke och karaktär för sin uppgift?

Enligt många kritiker omvandlade medierna politiken, såsom allt annat stoff, till underhållning, medan kontakten till människornas vardagsliv var i det närmaste fiktiv. Man antog att den här utvecklingen skulle leda till en tilltagande nedvärdering av det ledande politiska systemet i och med att folk började jämställa politikerna med alla andra skådespelare, filmstjärnor och gycklare som kämpade om uppmärksamheten i medierna.

De vidlyftigaste frågorna gäller vilken ställning institutionen journalistik intar i den strukturella utvecklingen av samhällen och internationella system, låt oss säga i uppdelningen av världen i rika länder och utvecklingsländer. Många funktioner i de moderna västländerna är beroende av den journalistiska informationsinfrastrukturen. I näringslivet, i människornas vardagliga beslutsfattande och inom till exempel diplomatin används journalistiken rutinmässigt både som informationskälla och som kommunikationskanal mellan olika grupper. Man antar alltså att journalistiken, trots alla sina brister, på något sätt kan ge en adekvat bild av vår verksamhetssfär.

Under de senaste åren har detta antagande emellertid ifrågasatts av flera olika skäl. En undersökning av notiseringen av Gulfkriget under perioden 1990-1991 har visat att hela den västerländska journalistiken med några få undantag informerade synnerligen bristfälligt om krigets realiteter (Luostarinen, 1994).

Det är också värt att undersöka hur världsomfattande information i realtid påverkar de ekonomiska och politiska besluten och processerna. Under Gulfkriget kommunicerade de stridande parterna via CNN. Information och operationer planerades så att störningarna inom den internationella valuta- och råvaruhandeln skulle vara så små som möjligt.

Om vi betecknar journalistiken som vårt fönster mot det omgivande samhället och mot världen kan man fråga sig hurudant detta fönster egentligen är, och vems? En värderingsgrund för kritiken är journalistikens diversitet. Rationellt och demokratiskt beslutsfattande förutsätter att samhället ser sig själv och den omgivande världen ur så många synvinklar som möjligt så att helhetsbilden blir rik och mångfasetterad.

Flera faktorer kan bidra till att öka journalistikens diversitet. Diversiteten ökar om det existerar en mångfald former och logiker för produktion (och ägande), om journalisterna har stor yrkeskunskap och höga ambitioner, om förbudet och tabuna i samhället och kulturen är få, om små och olikartade medier får stöd och om det på marknaden finns efterfrågan på olika slag av journalistik. Journalisternas möjlighet att påverka dessa faktorer är begränsad. För det mesta gäller det vitt omfattande frågor som berör den kommunikationspolitiska och kulturella omgivningen, d.v.s. journalistikens hela verksamhetssfär.

Kritikerna, en brokig skara

Mediekritik kan även uppdelas på basen av kritikergrupp. Vanligtvis avser vi med kritiker sådana grupper som står utan-

för masskommunikationsorganisationerna och -industrin och som offentliggör sin kritik. Ofta är emellertid organisationens interna, icke-offentliga kritikformer och -metoder mera betydelsefulla för resultatet.

Ägare och företagsledning. En viktig grupp kritiker som bedömer redaktionernas arbete utgörs naturligtvis av ägare och företagsledning. De uppställer bl.a. de ekonomiska, politiska och kulturella målen för medierna de äger eller leder. Målsättningarna och deras inbördes tyngdpunkter varierar inom de olika medierna: målsättningarna inom sensationspressen är självfallet helt andra än inom de politiska tidningarna eller de obundna kvalitetstidningarna.

Ägarna och ledarna följer upp och befrämjar verksamheten med normala företagsledningsmetoder, d.v.s. genom rekryteringspolitik, arbetsledning och utbildning av personalen. Inom många finska medier har man utarbetat ett program i vilket man definierat den redaktionella linjen.

Inom många journalistiska organisationer, och speciellt inom pressen, ser man det som ett ideal att ägarna och de som marknadsför annonsplats inte direkt och dagligen ingriper i redaktionens arbete, utan att den ansvarige chefredaktören självständigt leder det journalistiska arbetet. Detta ideal – såvida det överhuvudtaget någonsin har utövats rent – kan emellertid svikta.

Inom de flesta finska medieföretag hör samarbete mellan marknadsföring och redaktion idag till rutinen.

Redaktionsstyrelsen och kollegerna. En central del av den interna mediekritiken kommer i form av feedback från redaktionsledningen och andra redaktörer samt vid redaktionsmötena. Diskussionernas och kritikens nivå beror på ledningskiktets yrkeskunskap och redaktionens interna diskussionsklimat.

Annonsörer. Annonsörernas kritik gäller dels behandlingen av det egna företaget eller den egna produkten i medierna, dels den annonseringsomgivning som medierna erbjuder. Annonsörerna är speciellt snara att kritisera olika slag av konsumentprogram och produktjämförelser samt företagsinriktad undersökande journalistik. Resultaten kan visa sig i form av annonseringsbojkott eller ersättningskrav. Vesa Saarinen som var producent för konsumentprogrammet *Kuningaskulluttaja* (Kungskonsumenten) i TV 1 har uppskattat att programmet under sina fyra första verksamhetsår fick ersättningskrav för sammanlagt 36 miljoner mark av företag som förekommit i programmet. Produkttillverkarna har också vädjat till Rundradions och TV 1:s ledning. (Hämäläinen, 1995)

Kritiken mot mediemiljön innebär att medierna måste vara lockande för den kundkrets som den marknadsförda produkten är tänkt för, och att medieinnehållet inte får "besmitta" produkten med negativa associationer. Till exempel under Gulfkriget år 1991 led televisionsbolagen i USA grava ekonomiska förluster på grund av att annonsörerna var rädda för att deras företags- och produktbild skulle skadas om de sammanlänkades med krigsnyheterna.

Andra medier. Andra medier är centrala kanaler för medie- och journalistikkritik. Under den politiska pressens tid var det vanligt att partitidningarna skarpt kritiserade varandra och högg ner på både felaktigheter och bristande logik. I Finland fördes en hård kamp mellan de olika partitidningarna under

perioden mellan 1880- och 1930-talet. Till och med i små landsortsstäder kunde det då utkomma 3-4 olika partiers tidningar.

I Storbritannien är tidningsläsandet snarare knutet till läsarens sociala ställning och politiska åsikt än till bösättningsarten. Här råder ännu ett system som i viss mån påminner om partitidningstiden. Eftersom tidningarna representerar olika sociala och politiska grupper för de en livlig debatt och kritiserar varandra skarpt. Under Falkland-kriget år 1982 beskyllde den konservativa *The Sun* öppet sin konkurrent, Labour-partiets förespråkare *Daily Mirror*, för landsförräderi.

Alternativpressen, d.v.s. tidningar och tidskrifter som avviker från rådande uppfattningar, har alltid varit ett viktigt kritikforum. Speciellt på 1960-talet uppkom på flera håll i västvärlden en mångskiftande alternativ- och opinionspress.¹ Av de finska opinionstidningarna bör man speciellt minnas *Kanava* och *Ydin* vilka innehöll mediekritiskt material.

Kritik från andra medier kan ses som en kamp om marknaden och om den politiska och intellektuella positionen. Ibland går kampen mellan hela mediesektorer. Ett exempel på en sådan komplicerad situation ger debatten i den finska pressen beträffande den s.k. "Repo-radion". Under Eino S. Repos korta period som chef för Rundradion (1965-1969) liberaliserades och vänsterinriktades programpolitiken. Följden blev en våldsam kritik från huvuddelen av pressen vilken ansåg att verksamheten var inriktad på en socialistisk revolution.

Kritiken hade sin grund i politisk oro och i konkurrensen mellan de olika medierna. Televisionen var inne i en stark expansionsperiod beträffande både den tekniska utvecklingen och det samhälleliga inflytandet. Den traditionella pressindustrin måste konkurrera om såväl nyhetsförmedlingen som det sociala inflytandet och kände sin ställning hotad.

Liknande "sektorbundna" konkurrenssituationer och kritikförhållanden har uppträtt mellan olika medier och mediesektorer då medieindustrin har utvecklats och specificerats.

Yrkeskåren. Journalisternas yrkeskår utgör ibland den strängaste kritikern. Journalisterna är åtminstone i princip medvetna om att deras lön och sociala ställning i grunden är beroende av den image och det inflytande som skapas genom journalistikens kvalitet. Därför har till exempel journalisternas fackförbund speciellt under de senaste årtiondena utvidgat sin verksamhet från det traditionella bevakandet av anställningsvillkor till att omfatta journalistiska kvalitetsfrågor. Det här har man kunnat se i seminarie- och utbildningsverksamheten och dessutom i journalistförbundens publikationer.

Viktiga medel i den journalistiska självkritiken är yrkeskårens etiska kodex samt pressråden som bevakar journalistikens nivå. Ett sådant organ är Opinionsnämnden för massmedier i Finland.

Informationskällor och objekt. Journalistikens källor och objekt följer vaksamt upp hur deras uttalanden återges och hurdan bild man ger av dem i olika media. Stora organisationer använder bl.a. uppföljningsservice som ur informationsfloden sällar fram material som berör organisationen. Sakfel och negativ publicitet bemöts med åtgärder av olika grad. Skalan omfattar kontaktande av mediet, rättelser, bemötanden, klagomål till Opinionsnämnden för massmedier, ekonomisk på-

tryckning och rättegång. Då det gäller stora politiska frågor – i Finland har det under de senaste åren gällt t.ex. skogsfrågorna, kärnkraften och EU-medlemskapet – är uppföljningen synnerligen noggrann och reaktionerna starka.

I exceptionella fall har organisationer eller stater som blivit föremål för negativ journalistisk uppmärksamhet köpt annonsplats för att kritisera medierna och för att framföra sin egen synpunkt i den omstridda frågan.

Medborgarorganisationer. I väst finns det flera medborgarorganisationer som antingen helt koncentrerat sig på medie- och journalistikkritik eller åtminstone ser det som en central uppgift. De flesta organisationerna verkar utgående från motiv som har att göra med politik, moral och religion eller mediefostran och -läskunskap. I USA finns det idag uppskattningsvis etthundra sådana organisationer. (Detweiler, 1992)

De mediekritiska medborgarorganisationerna har utvecklat en mångfald påverkningssätt som kommer att behandlas senare.

Allmänheten. Allmänheten utvärderar och kritiserar massmedierna på många sätt och enligt flera kriterier. Från underhållningssynpunkt är det centralt att informationen är intressant, d.v.s. att den är både intellektuellt och emotionellt tilltalande. För den praktiska verksamheten är det viktigt att informationen är nyttig och användbar. Inom den här kategorin erbjuder medierna en stor mängd information som omfattar allt mellan matrecept och travtips, investeringsråd och konsumentupplysning. För social verksamhet och diskussion är det viktigt att förse tittaren eller lyssnaren med sådan information som han kan använda i sin egen krets. Beroende på kretsen kan denna information gälla ishockey, internationell politik, de senaste händelserna i såpoperan, d.v.s. snart sagt vad som helst.

Allmänhetens representanter utvärderar medierna också som företrädare för vissa intressen och intressegrupper. Lantbrukaren utvärderar televisionsnyheterna utgående från den bild de ger av lantbruket, en aktiv socialdemokrat följer upp vilken behandling hans partikamrater får i kvällstidningen, en fackföreningsaktivist intresserar sig för hurdan bild man ger av fackföreningen i offentligheten. Vidare utvärderar allmänheten också massmedierna i egenskap av "skötsam medborgare" varvid det centrala kriteriet utgörs av informationens relevans eller irrelevans (Alastalo, 1996). Att följa upp journalistiken och vara à jour med händelserna anses höra till medborgarens skyldigheter i den demokratiska processen. Även om "den skötsamme medborgaren" själv inte intensivt följer med händelserna i samhället väntar han sig att journalistiken skall förse honom med lättfattligt och mångsidigt material så att han kan uppfylla rollförväntningarna.

Konsten. Konstens, och speciellt då litteraturens, filmens och delvis också teaterns, roll inom medie- och journalistikkritiken har varit betydande.² För flera författare, bland dem Björnsterne Björnson, August Strindberg och Émile Zola, utgjorde den snabba utvecklingen inom pressen och politiken i slutet av 1800-talet en givande ram inom vilken de utforskade den moderna publicitetsprocessen samt politikens och maktutövandets väsen. Och visst fanns det också tidigare förebilder, exempelvis Honoré de Balzacs *Illusions perdues* som

utkom under åren 1837-1843. Samma motivkrets behandlades av Edgar Lee Masters i *Spoon River*-antologin som kom ut 1914-1915. På kyrkogården är chefredaktör Whedon representant för lögn, maktmissbruk och smädelse:

att förvränga sanningen, tygla den i en avsikt,
att begagna människornas stora känslor och passioner
för låga syften, för sluga ändamål,
att likt de grekiska skådespelarna ha en mask
– sin åttasidorstidning – att göma sig bakom
och ropa ut genom fetstils megafonen:
”Det här är jätten jag.”
Att därigenom också leva ett snattarliv
förgiftat av de anonyma orden
i sin hemlighållna själ.
Att krafsa jord över skandaler för betalning
och gräva upp dem att lukta till hämnd,
eller sälja papper,
döda ett namn och rykte, eller en människa,
om det behövs,
(översättning Th. Warburton, ös. anm.)

Också inom filmen har man fäst uppmärksamhet på den tilltagande skandalpressen, dess maktutövande, mediebaronerna och journalisternas cynism. Orson Welles' *Citizen Kane* blev färdig 1941, Billy Wilders *Ace in the Hole* tio år senare. Inom den nyare litteraturen har motivet behandlats av bl.a. Heinrich Böll i *Die verlorene Ehre der Katharina Blum* (1974) och av Tom Wolfe i *The Bonfire of the Vanities* (1987).

Många böcker och filmer har som ledande tema den konfliktsituation som journalisten hamnar i inför trycket från det kommersiella samt de moraliska och sociala följderna av att "sälja sin själ". Ett typiskt exempel på detta är Sydney Lumets film *Network* från år 1976. Nicolas Borns roman *Die Fälschung* (1979) beskriver hur en enskild journalist upplever det etiska trycket.

En kritiktyp kom att använda satiren som medel och angrep journalisternas obildade och alkoholdunstiga sensationslystnad med mildare eller skarpere spe. En god representant för genren är Evelyn Waugh's år 1938 utkomna roman *Scoop*. Chefredaktören och reportern som överentusiastisk och beskäftig far omkring och diktar upp nyheter i sitt eget huvud fann sin plats i filmens och underhållningens typgalleri, åtminstone efter filmen *The Front Page* med Howard Hughes som producent och Lewis Milestone som regissör. Konsten kritiserade utnyttjandet av pressen i det heta och det kalla kriget samt den hysteri och förföljelse som pressen frampiskade. Bl.a. Jean-Paul Sartre hämtade sin inspiration ur dessa motiv.

Också i Finland har medierna varit ett populärt objekt såväl inom filmen som i televisionen. De betydelsefulla verken är emellertid inte många. Som exempel kan nämnas Risto Jarvas film *Kun taivas putoaa* (När himlen rasar, 1972) samt inom den nyare litteraturen Kari Levolas Banaaninlastaajan poika (Bananlastarens son) (1987). Olavi Paavolainens *Synkkä yksinpuhelu* (Finlandia i moll) från år 1946 innehåller skarp kritik av krigstidens masskommunikation.

Myndigheterna. Med myndigheternas kritik avses här dels den kontroll som politikerna genom lagstiftning utövar på me-

dierna, dels den kontroll som sker genom att domstolarna och Statens filmgranskningsbyrå tillämpar dessa lagar. Yttrandefriheten är inte och har inte varit obegränsad i Finland. På 1930-talet begränsade man vänsterns, speciellt kommunisternas, publikationsverksamhet och efter andra världskriget förbjöds ultrahögertidningarna. Beträffande filmer som visas på biograf har förhandscensuren gallrat våld, sex och utrikespolitiskt kränkande material. Genom olika skatte- och understödsbeslut har man gynnat en viss typ av media och medieinnehåll medan andra har förbigåtts. I mitten av 1970-talet stärkte man skyddet kring privatlivet genom att stifta en lag enligt vilken det blev straffbart att utan tillstånd sprida information, antydningar eller bilder om en persons privatliv. Denna "intimitetsparagraf" var riktad mot sensationspressen. (Vuortama & Kerosuo 1994, 145-146.)

I många länder har domstolarnas ställningstagande i skadestandsfrågor haft betydande följder. Om massmedierna med avsikt förorsakar skada genom smädande och osann publicitet har de kränkta parterna naturligtvis rätt till ersättning. Speciellt i de anglosaxiska länderna har rättegångarna blivit ett problem som också berör yttrandefriheten då domstolarna utdömt miljonersättningar för enstaka rapporter eller ordval. Den positiva följden har varit att massmedierna börjat granska sina uppgifter mera omsorgsfullt. Den negativa följden däremot har varit att medierna blivit försiktigare och mindre aggressiva. I USA har många medier upphört att bedriva undersökande journalistik på grund av de allvarliga ekonomiska risker som det medför.

Under 1980-talet blev vissa ärekränkingsrättegångar i USA centrala forum för kritik och diskussion kring journalistiken. År 1984 krävde f.d. kommendören för USA:s Vietnamtrupper William Westmoreland 120 miljoner dollar av bolaget CBS. Orsaken var att bolaget i ett dokumentärprogram hade påstått att Westmoreland förmedlat förfalskade uppgifter om Vietnams militära situation åt sina överordnade och åt allmänheten. Samma år krävde den israeliske generalen och politiker Ariel Sharon 50 miljoner dollar av tidningen *Time* för ett påstående enligt vilket Sharon skulle ha uppmuntrat sina libanesiska allierade att anfälla flyktinglägren Sabra och El Shatila under Israels attack mot Libanon år 1982. Ingetdera av medierna dömdes slutligen till att betala ersättning, men händelserna fick stor publicitet. (Stoler 1986, 135-154)

Ett av de mest uppmärksammade fallen i Finland inträffade under bankkrisen, då tidningen *Salon Seudun Sanomat* i 1990-talets början rotade i orsakerna till sparbanken *Lounais-Suomen Säästöpankkis* kreditförluster. En storinvestorare som erhållit kredit av banken krävde 12,5 miljoner mark i skadestånd av tidningen. I november 1993 friade Åbo hovrätt både tidningen och de inblandade undersökande journalisterna. (Tutkivan journalismin vuosikirja 1994, 9-34.)

Forskning. Den mediekritiska aspekten finns ofta med i masskommunikationsforskning. På de första sociologdagarna i Tyskland år 1910 höll Max Weber ett tal i vilket han skisserade upp ett omfattande program för pressforskning:

För det första bör vi utreda hur pressen påverkar människan i vår tid. För det andra bör vi undersöka hur man påverkar ob-

jektiva, överindividuella kulturvärden, hur dessa värden ändras och vilka av massornas allmänna uppfattningar och önskemål som krossas, vilka däremot omskapas...

Weber poängterade att man för att trygga samarbetet mellan förläggare och redaktörer skall undvika minsta antydning av att pressens undersökning "avsiktligt kritiserar moraliskt den nuvarande situationen". Trots detta finner man i hans texter talrika, för den tidens kritik typiska hänvisningar till pressens maktutövande och psykologiska inflytande, till koncentrationen av ägande och till sensationalism. (Weber, 1985)

Webers tal återspeglar ett för journalistikforskningen karakteristiskt drag, nämligen intresset för mediernas maktutövande och påverkan. Men Weber kan också ses som ett exempel på hur journalistikforskningen har utvecklats snarare externalistiskt än internalistiskt, för att använda vetenskapsforskningens begrepp. Problemen och frågeställningarna har med andra ord inte uppstått på basen av forskningens egna inre logik eller kronologi. Snarare har de aktualiserats av ändringar i mediefältet samt av forskarnas vardagserfarenheter och politiska motiv. Medieforskningens kontakter till folkrörelser, politik och administration har varit livliga.

I jämförelse med många andra forskningsbranscher har medieforskningen varit relativt praktisk, kritikinriktad och snar att reagera på ändringar inom branschen. En god uppfattning om detta får man t.ex. genom Ullamaija Kivikurus artikel *Journalismen tutkimus* (Journalistikforskning) i publikationen *Tieto-opista mediapeliin* (Sana 1995) och från Esa Sirkkunens artikel i publikationen *Sopulisilppuri* (1996). Man kan till och med påstå att medieforskningen har varit alltför "nära" sitt objekt. Följden har varit att forskningen snarare har liknat administrativ utredning, politiskt motiverad kritik eller journalistik än avancerad och självständig vetenskaplig forskning.

Från journalistisk synpunkt kan forskning verka långsam, abstrakt och instängd i ett "elfenbenstorn". Tidningen *Helsingin Sanomat* skrev i sin ledarartikel den 23.8.1992:

Det arbete som medierna och de som är verksamma vid medierna utför utvärderas av forskarna på många olika sätt. Men fastän utvärderingen sker av forskare som är specialiserade på kommunikationsforskning, uppfyller resultaten på intet sätt kriterierna för egentlig mediekritik. Klyftan mellan kommunikationsforskarnas teorier och praktiken är enorm; forskningsresultaten är osammanhängande och kommer ut för sent.

Advokat Matti Wuori har å sin sida konstaterat att "kommunikationsforskarnas arbete är ett lamt pysslande med paradigmer".

Makten, kritikens motiv?

Såväl i Finland som i den övriga västvärlden har den kritiska diskussionen ofta flammats upp på grund av irritation hos politiker och andra representanter av eliten. Irritationen i sig är ingen ny företeelse, men till exempel presidenterna Paasikivi och Kekkonen framförde sin kritik mot medierna oftare privat än offentligt.

Mauno Koivistos intervju år 1984 kan sägas representera den nya tiden. I intervjun kallade han journalistkåren en "läm-

melskock": "Det ser ut att vara så att närhelst en journalist tar upp en fråga följer de andra efter. Uppenbarligen finns det en åsiktsledare medan de andra betar sig som en lämmelskock." (Väisänen, 1992, 42-43; Uimonen, 1992)

Några månader senare höll socialdemokratiska partiets dåvarande ordförande Kalevi Sorsa ett tal i Lahtis. Han införde begreppet "infokrati", ett begrepp som fortfarande är aktuellt:

Den parlamentariska demokratin har i informationssamhället mött sin utmanare i informationsmakten. Denna "infokrati" ser ut att vara i hög grad ointellektuell. Den verkar att undvika behandling av sociala (och andra) problem och vänder politiska frågor till personfrågor. Beträffande sin egen verksamhet är den totalt kritiklös.

Det alltmer självkritiska partiväsendet har rätt att ställa massmedierna, denna inom demokratin framväxande nya makt, frågan: när vänder ni era kritiska blickar mot er själv? (Väisänen 1992, 46)

Sorsas och Koivistos uttalanden – och många kritiska anföranden efter dem – återspeglar de förändringar som skett i förhållandena mellan den politiska eliten och journalistiken. I dagens situation då partimekanismerna sönderfaller måste politikerna allt mer förlita sig på journalistiken för att nå och kunna påverka de röstberättigade. Samtidigt, och i synnerhet efter Watergate-skandalen, har journalistiken i hela västvärlden blivit självständigare. I Finland skedde utvecklingen långsammare än i många andra västländer, men påskyndades efter att president Kekkonen avgick och den politiska avslöjningsboken *Tammieniemen pesänjakajat* (Boskiftet på Ekudden³) kom ut år 1981.

Karakteristiskt för den finska journalistikdiskussionen har varit att den på det hela taget har rört sig på en rikspolitisk nivå. Några exempel: enligt advokat Matti Wuori är "den finska journalistiken kolossalt statscentrerad. Det bästa spaltutrymmet och den bästa sändningstiden offras hos oss på tom paradoffentlighet ... Medborgarsamhällets framgång baserar sig på öppen information och oavhängigt rättsväsen. Strängt taget saknas hos oss båda dessa." (Uusitorppa 1995.)

Politikern och författaren Claes Andersson (1995) har konstaterat: "Mediernas makt baserar sig i hög grad på deras rätt att ta upp problem. De beslutar vad man diskuterar och vad man inte diskuterar, hur diskussionen förs och vilka som deltar i den. Jämsides med marknadskrafterna och den politiserade räntenivån är medierna den faktor som starkast har påverkat maktstrukturen i vårt samhälle."

Minister Max Jakobson har framfört (1995) att Finland är på väg mot ett nytt politiskt system. Detta system som är en kombination av parlamentarisk demokrati och direkt demokrati stärker mediernas politiska inflytande. I symbiosen mellan politiker och redaktörer har redaktörerna fått övertaget.

Denna diskussion, hur viktig den än är, urartar lätt till en dialog mellan makthavarna och de stora medierna. Exempel på detta ser vi i presidenternas och premiärministrarnas tvister med *Helsingin Sanomat* och Rundradion. Den akademiska kritiken å sin sida har en tendens att intressera sig för stora eller av medierna uppförstorade motiv som till exempel Gulfkriget och folkomröstningen om EU. Det lokala och vardagsnära greppet i diskussionerna uteblir.

Situationen i Finland är ingalunda unik. Skandalen som uppstod av att den socialdemokratiska ministern Mona Sahlin använde statens kreditkort för privata utgifter fungerade i Sverige som katalysator för en allmän mediediskussion. I den debatterade man om mediernas makt och om användningen av s.k. läckor i den politiska kampen. I Frankrike anklagades medierna år 1993 för att med ogrundade påståenden ha drivit f.d. premiärministern Pierre Beregovoy till självmord. I Tyskland har medierna kraftigast kritiserats av de socialdemokratiska ledarna Björn Engholm och Oskar Lafontaine. Lafontaine kräver att journalisterna skall tygla sig i sin förföljelse av politiker: "Vem skall man kalla till hjälp när också den sista demokratiska politikern har avslöjats vara en korruperad gycklare?" (Bickerich, 1995).

Journalistikkritiken är inte en institutionaliserad kritikform så som till exempel konst- eller vetenskapskritiken. Den aktualiseras när någon intressegrupp känner behov av att framföra kritik. Det centrala motivet inom journalistikkritiken i olika länder och under olika tider verkar kretsa kring frågan hur man upplever journalismens makt och inflytande.

Den moraliska och politiska oron kan ha sin grund i en överskattning och förenkling av masskommunikationens inflytande. Följden kan bli att verksamheten styrs av den kollektiva uppfattningen. I 1990-talets Finland tror man att samhället kommer att bli mediedominerat, att kommunikationen huvudsakligen kommer att ske via medier. De olika samhällsgrupperna tror att de för sin kommunikation och intressebevakning behöver allt större andel av masskommunikationen. Endast de frågor inom politiken som massmedierna tar upp till offentlig behandling synes viktiga och värda ett beslut. Det här leder till att de olika intressegrupperna inom samhället bemödar sig om att skaffa sig positiv mediepublicitet och undvika negativ sådan, samt att uppfölja och påverka media.

Enligt denna tanke ligger mediernas makt inte enbart eller i första hand i deras möjlighet att direkt och omedelbart kunna antingen befrämja eller omintetgöra något. Makten ligger i att de som uppträder i medierna måste ta hänsyn till hur medierna bygger upp sin presentation av verkligheten. Medierna utövar sin makt då de väljer ut uppträdare till sina arenor och förutsätter att dessa uppträder på ett sätt som lämpar sig för medierna. Det här förklarar varför olika intressegruppers journalistikkritik ofta gäller "snedvridning", favorisering av någon grupp på bekostnad av andra. Kritik ådrar sig också det faktum att journalistiken föredrar frågor som kan personifieras, som i sig bär på konflikter och som kan presenteras i klara episoder.

Den personifierade makten tilldrar den största uppmärksamheten. Storägare inom massmedia såsom W.R. Hearst (USA), Robert Hersant (Frankrike), Robert Maxwell (Storbritannien), Rupert Murdoch (USA), Silvio Berlusconi (Italien), Leo Kirch (Tyskland) eller släkterna Erkkö och Bonnier i de nordiska länderna har varit föremål för intensiv kritik. (jfr. Jyrkiäinen 1994). Berlusconi anklagas för att hänsynslöst ha utnyttjat de medier han äger för att befrämja sin politiska karriär, och Kirch sägs ha givit stöd åt Helmut Kohl (Jacobs 1995). Sammansmältningen av mediemakten och den politiska makten har setts som ett hot mot demokratin.

Mediekritikens metoder: censur eller diskussion?

En del av de metoder som de olika mediekritikerna kan använda har redan behandlats ovan. De flesta metoderna baserar sig helt enkelt på möjligheten att väcka kritisk publicitet. Forskarna håller föreläsningar, deltar i diskussioner, konsulterar olika medier, intervjuas i medierna och skriver opinionsartiklar, artiklar i facktidskrifter och vetenskapliga publikationer.

Den vanliga medborgaren är i en svårare ställning och har färre medel att tillgå. En enskild person kan påverka genom köpbeslut, genom att ringa till exempelvis TV-bolagens tittartjänst, genom att skriva i insändarspalterna eller genom att ta kontakt med redaktörerna eller deras chefer. Påverkningsmöjligheterna förbättras avsevärt om de enskilda personerna sluter sig samman i en medborgarorganisation. Dyliga rörelser och organisationer förekommer talrikt i synnerhet i USA. En del av dem har uppkommit spontant, andra är däremot snarare täckorganisationer för stora politiska, ekonomiska eller religiösa intressegrupper och finansieras av dem.

En närmare studie av medborgarorganisationerna i USA ger en allmännare insikt i hurdana medel mediekritiken förfogar över (Detweiler, 1992; Luostarinen, 1989).

Man anser att USA:s högerinriktade och religiösa gruppe- ringar, bland dem speciellt organisationen Accuracy in Media (AIM), hör till de mest inflytelserika organisationerna för journalistikkritik. Kolumnerna av AIM:s galjonsfigur Reed Irvine får publicitet riket runt. AIM som snart har verkat i ett kvartssekel har outröttligt angripit de stora tidningarna och TV-näten i USA för deras "liberala vridning".

Högerorganisationerna i USA verkar (åtminstone) på sex olika plan.

För det första påverkar de det politiska och administrativa beslutsfattandet vilket i sin tur på flera sätt reglerar massmediernas verksamhetsområde. Speciellt inom det republikanska partiet har medieorganisationerna genom aktiv verksamhet försökt påverka partiets linje. Organisationerna lyckades också knyta kontakt med Ronald Reagans och George Bush's regering, presidenternas rådgivare och till och med själva presidenterna. Man försöker också påverka beslutsfattarna i separata frågor genom organiserade postkorts- och telefonkampanjer.

För det andra: Medieorganisationerna har byggt upp vid, egen publicitet som består av nyhetsrapporter, televisionsprogram, radiostationer, bokförlag och informationsnät. Många organisationer har lyckats bygga upp en omfattande fältorganisation som ingriper i olika frågor på lokal nivå och som samlar ihop medel för riksomfattande verksamhet.

För det tredje: Organisationerna försöker aktivt göra sin röst hörd i amerikansk massmedia. De skriver kolumner, insändarartiklar och kommunicéer och försöker till exempel få egna experter i alla medieinriktade diskussionsprogram i televisionen. Organisationerna är också med i ny-högerns s.k. think tank-organisationer. Dessa forskningscentraler erbjuder medierna och beslutsfattarna olika utredningar och expertservice.

För det fjärde: Medieinnehållet i USA:s kommersiella massmediesystem kan effektivast påverkas genom annonsörer-

na. Om organisationerna inte gillar något TV-program kontaktar de annonsörerna eller förklarar bojkott mot de annonserade produkterna. Fast bojkotten i sig inte skulle ha någon direkt ekonomisk effekt leder den negativa publiciteten till att annonsörerna gärna flyttar sina reklamer till andra program vilket igen kan leda till att TV-stationen måste upphöra med programmet eller ändra dess innehåll.

För det femte: Organisationerna bandar TV-program och samlar in tidningsurklipp i sina klipparkiv och ställer dem sedan till förfogande för sympatiserande forskare och studerande. De har också "angivarlinjer" till vilka man kan ringa in tips om program eller redaktörer.

Just ett angivartips var grunden för det s.k. Mighty Mouse-fallet i slutet av 1980-talet. Fallet behandlades slutligen i kongressen och ledde till att CBS-bolagets vice verkställande direktör avgick. Hjälten i ett av CBS:s barnprogram, Mighty Mouse, led av olycklig kärlek, men återfick sina krafter och sin forna hurtighet efter att ha snusat på ett pulverlikt ämne i sin hand. Enligt den officiella förklaringen var det frågan om "lycko-ost", men organisationen American Family Association ställde till med stort hallå och ansåg att man här hade ett fall av öppen knarkpropaganda. (Detweiler 1992, 25-26.)

För det sjätte: Organisationerna tar direkt kontakt med mediernas utgivare, huvudredaktörer och enskilda journalister. Kontakterna varierar från vänskapliga anmärkningar till demonstrationer eller organiserade uppringningskampanjer som blockerar redaktionens telefoner. Många organisationer delar ut färdigt tryckta postkort åt sina medlemmar. Medlemmarna uppmanas att skicka korten till de medier som man för tillfället vill påverka. Några organisationer försöker köpa aktier i mediebolagen för att kunna framföra sin kritik på bolagsmötena.

Många redaktörer anser att speciellt de religiösa organisationernas vakthundar har för skarpa tänder. Bagatellartade frågor kan väcka krav på censur. Det blir svårt att ta upp omtvistade frågor utan att någon grupp går till påtryckning. Enskilda journalister utsätts för hot och smädelse av extremgrupperna. En stor del av journalistkåren upplever den kristna högerns verksamhet som ett hot mot yttrandefriheten och den personliga säkerheten i arbetet.

Man är orolig för att abortmotståndargruppernas våld skall spridas till att gälla inte endast abortkliniker utan också redaktionerna. Speciellt utsatta är de medier som inte går med

på att kalla grupperna "pro life" så som grupperna själva gör, utan talar om abortmotståndare. (Kandell, 1991)

De liberala och vänsterorienterade organisationerna för journalistikkritik i USA har försökt göra sig gällande genom att inte kräva censur eller utöva påtryckning, utan eftersträva yttrandefrihet och högklassig journalistik. I själva verket har några av de största liberala grupperna uppstått just för att motverka den kristliga högerns påtryckning.

Liberala och vänsterorienterade organisationer har sökt journalisternas gunst genom att poängtera att de inte kräver att något skall avlägsnas från masskommunikationens innehåll. Tvärtom rekommenderar de differentiering och pluralism. Trots sitt förakt för högerorganisationerna har vissa liberala eller vänsterorienterade organisationer inte skytt att låna deras metoder, d.v.s. upprätta "angivartelefoner" eller organisera demonstrationer framför redaktionerna.

Ett synnerligen intressant vänsterprojekt är Project Censored-organisationens årsbok (se t.ex. Jensen, 1995) som ger stor publicitet åt tidningsartiklar som till innehållet är betydelsefulla men som i mediefloren förbigåtts. Allmänheten kan sända in förslag och valet görs av ett råd som består av befningsaktivister och forskare. Årligen inkommer något under ettusen förslag. Av dem väljs ett tjugotal att publiceras i årsboken.

Project Censored-gruppens arbete visar tydligt att journalistikkritiken i likhet med vilken annan kritik som helst inte enbart skall inrikta sig på att söka det negativa, utan också föra fram det positiva och främja en diskussion om kriterierna för god kvalitet. Den kristliga högerns verksamhet i USA å sin sida påminner oss om det faktum att journalistikkritik från journalistisk synpunkt inte utan vidare är entydigt positiv eller uppbyggande för nivå och kvalitet. Kritiken kan också användas till censur, till att sänka journalistikens kvalitet och till att påtrycka enskilda journalister.

I Europa förekommer inte journalistikkritiska medborgarorganisationer så som i USA. Det förs snarare en akademisk, facklig och allmän kulturdiskussion som inte använder starkare påtryckningsmedel än ord och argument. I jämförelse med direkt aktion kan det verka ineffektivt. Europas historiska erfarenhet kan emellertid vara värdefull: påtryckning av media leder snarare till totalitarism än till god journalistik.

Översättning: Margareta Ekman

Noter

1. Som exempel kan vi nämna *The Nation* (USA), *New Statesman & Society* (Storbritannien), *Libération* (Frankrike), *Information* (Danmark) och *Freitag und taz* (Tyskland). Satiriska skämttidningar såsom *Le Canard Enchaîné* (Frankrike) och *Privat Eye* (Storbritannien) har också ofta kritiserat den rådande journalistiken. I.F.Stones publikation *I.F.Stone Weekly* i USA var under det kalla kriget en obönhörlig kritiker av mainstream-journalistiken (Lule 1995).

2. Avsnittet som behandlar mediekritik inom konsten baserar sig på Raoul Palmgrens bok *Täällä toimitus. Lehdistö ja lehtimiehet kaunokirjallisen kuvauksen kohteena* (Redaktionen. Pressen och journalisterna som skönlitterära objekt), utgiven år 1994 samt på Kaarina Melakoskis och Antti Selkokaris sammanställning av uppgifter om filmer med journalist-motiv. Se även Seidl, 1995.

3. Ekudden var president Kekkonens residens i Helsingfors. Ös. anm.

Artikeln ingår ursprungligen som inledningsartikel i boken *Sopulisilppuri* som är en lärobok i mediekritik.

Litteratur

- Alastalo, Marja. 1996. "Ei totuutta tuoda julki": rahvaan media-kritiikki EU-utisoimissa ("Inte kommer sanningen fram": folkets mediekritik om EU-notiseringen) i Luostarinen, H., Kivikuru, U., Ukkola, M.: *Sopulisilppuri: mediakritiikin näkökulmia* (Lämmelhackan: Aspekter på mediekritik) Helsingfors universitet, Forsknings- och utbildningscentralen i Lahtis.
- Andersson, C. 1995. Missä valta luuraa? (Var gömmer sig makten?) *Kansan Uutisten Viikkolehti* 3.3.1995.
- Bickerich, W. 1995. Mehren Medien die Politikverdrossenheit? Spiegel Special: *Die Journalisten* 1, 24-26.
- Detweiler, J.S. 1992. *Media watchers: Their concerns, their tactics and their accomplishments*. Mass Communication and Society Division, AEJMC, 1992 Open Paper Division, Montreal Canada.
- Hemánus, P. & Tervonen, I. 1980. *Objektiivinen joukkotiedotus* (Objektiv masskommunikation). Helsingfors: Otava.
- Hujanen, T. & Luostarinen, H. (red.) 1990. *Avauksia journalismikritiikkiin* (Introduktion till journalistikkritik). Tammerfors universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation. Publikationer C 12.
- Hurri, M. 1993. *Kulttuuriosasto. Symboliset taistelut, sukupolvikonfliktti ja sananvapaus viiden kaupunkilehden kulttuuritoimittuksissa 1945-80* (Kulturavdelningen. De symboliska tvisterna, generationskonflikten och yttrandefriheten i fem stadstidningars kulturredaktioner under perioden 1945-80). Tammerfors universitet, Acta Universitatis Tamperensis, ser A vol. 389.
- Hämäläinen, M. 1995. Kuningaskuluttajan tekijät ovat suurennuslasin alla (Konsumentprogrammet Kungskonsumentens redaktion under luppen). *Journalisti-Journalisten* 3.3.1995.
- Jakobs, H.-J. 1995. Makler der Macht. Spiegel Special: *Die Journalisten* 1.
- Jakobson, M. 1995. Föredrag under seminariet om yttrandefrihet i gammal litteratur. Vammala 1.7.1995. "Suora demokratia lisää toimittajien valtaa" ("Den direkta demokratin ökar redaktörernas makt") i *Aamulehti* 2.7.1995.
- Jensen, C. & Project Censored 1995. Censored. The News That Didn't Make the News – and Why. *The 1995 Project Censored Yearbook*. New York: Four Walls Eight Windows.
- Jyrkiäinen, J. 1994. *Sanomalehdistön keskittyminen. Joukkoviestinnän ja erityisesti sanomalehdistön keskittymisilmiö, sen kulku ja seuraukset jälkiteollisissa yhteiskunnissa 1980-luvun lopulla*. (Pressens koncentration. Koncentrationsfenomenet inom masskommunikationen och speciellt inom pressen, dess utveckling och följderna i de postindustriella samhällena i slutet av 1980-talet). Tammerfors universitet, Acta Universitatis Tamperensis, ser A vol. 409.
- Kandell, P. 1991. News coverage of abortion called unfair and biased. *The St. Louis Journalism Review* 21(140).
- Ketonen, O. 1992. Julkista mediakritiikkiä tarvitaan (Offentlig mediekritik behövs). *Helsingin Sanomat* 9.9.1992.
- Kritiikkiä talousjournalismista (Kritik över ekonomijournalistik) 1989. Tammerfors, Tiedotusopillinen yhdistys TOY r.f. Tammerfors universitet, centralen för kompletterande studier.
- Kunelius, R. & Heikkilä, H. 1995. Miten selviät hengissä mediassa? Journalismi ei voi olla ulkopuolinen, vastaa Jay Rosen (Att överleva i media. Journalistiken kan inte stå utanför, replikerar Jay Rosen). *Journalisti-Journalisten* 30.11.1995.
- Laatikainen, E. 1995. *Kun markkinointi hiipii toimituksiin toimitus hiipii markkinointiin* (När marknadsföringen smyger in på redaktionen smyger redaktionen in på marknadsföringen). Föredrag på Journalistikdagarna i Lappeenranta 7.8.1995.
- Lehtola, E. 1983. *Kovaa pumpulia. Journalistin päiväkirjasta*. (Hård bomull. Ur en journalists dagbok). Helsingfors: WSOY.
- Lehtola, E. 1987. *Pisaratarunta. Arkipäivän journalismia*. (Droppinfektion. Vardagsjournalistik). Helsingfors: WSOY.
- Lull, J. 1995. I.F. Stone: The Practice of Reporting. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 72(3), Autumn, 499-510.
- Luostarinen, H. 1989. Tutkimuslaitokset erikoistuvat tiedotusvälineiden arvosteluun (Forskningscentralerna specialiserar sig på mediekritik). *Sanomalehtimies-Journalisten* 9.1.1989.
- Luostarinen, H. & Nieminen, H. (red.) 1992. *Persianlahden sota ja journalismi* (Gulfkriget och journalistiken). Tammerfors universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Publikationer C 15.
- Luostarinen, H. & Väliverronen, E. 1991. *Tekstinsyöjät. Yhteiskuntatieteellisen kirjallisuuden lukutaidosta* (Textätarna. Om kunskapen att läsa samhällsvetenskaplig litteratur). Tammerfors: Vastapaino.
- Luostarinen, H. 1994. *Mielen kersantit. Julkisuuden hallinta ja journalistiset vastastrategiat sotilaallisissa konflikteissa* (Sinets sergeanter. Styrningen av offentligheten och journalistiska kontrastrategier i militära konflikter). Helsingfors: Hanki ja Jää.
- Malmberg, T. 1984. *Journalismikritiikki* (Journalistikritik). Tammerfors universitet, institutionen för journalistik och masskommunikation, Publikationer B 15.
- Pietilä, K. 1981. *Journalismin kritiikin mahdollisuuksia* (Journalistikritikens möjligheter). Tammerfors universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Publikationer C 1.
- Pietilä, K. 1990. Spontaanit ja tieteelliset mediakritiikit (Spontan och vetenskaplig mediekritik). I: Hujanen, T. & Luostarinen, H. (red.) *Avauksia journalismikritiikkiin*. Tammerfors universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Publikationer C 12.
- Roos, J. 1992. Mediakritiikki on journalismin sokea piste (Mediekritiken är journalistikens blinda fläck). *Helsingin Sanomat* 30.8.1992.
- Sana, E. (red.) 1995. *Tieto-opista mediapeliin – journalismin tutkimuksen näkökulmia* (Från informationslära till mediespel – aspekter på journalistikforskning). Helsingfors: WSOY.
- Seidl, C. 1995. Der Sinn für Whiskey und Poesie. Spiegel Special: *Die Journalisten* 1. 142-144.
- Sihvola, J. (red.) 1992. *Toimittaja ja pakolaiskysymykset. Journalismikriittisiä kannanottoja pakolaisasioiden käsittelystä suomalaisissa tiedotusvälineissä* (Redaktören och flyktingfrågorna. Journalistikritiska ställningstaganden beträffande behandlingen av flyktingfrågor i finsk media). Tammerfors universitet, centralen för kompletterande studier, publikationsserie A 1.
- Sirkkunen, E. 1996. Yksi uutinen – monta puntaria: aivovoimistelua sanomalehtiutusen ympärillä (En nyhet – många aspekter: hjärngymnastik kring en tidningsnotis) I Luostarinen, H., Kivikuru, U., Ukkola, M.: *Sopulisilppuri: mediakritiikin näkökulmia*. Helsingfors universitet, forsknings- och utbildningscentralen i Lahtis.
- Stoler, P. 1986. *The War Against the Press. Politics, Pressure and Intimidation in the 80's*. New York: Dodd, Mead & Company.
- Tutkivan journalismin vuosikirja 1994* (Årsbok i undersökande journalistik 1994). Finlands Journalistförbund. Journalistförbundets mediekritiska publikationsserie 3.
- Uimonen, R. 1992. *Julkiuspele. Imagonrakennus politiikassa* (Offentlighetsspelet. Skapande av image i politiken). Helsingfors: WSOY.
- Uusitorppa, H. 1995. Matti Wuoren mielestä lehdistö on muuttumattomuuden takuumies: "Suuret sammakot jätetään aina rauhaan"

- (Enligt Matti Wuori utgör pressen ett garanti för stagnation: ”De stora grodorna får alltid vara i fred”). *Helsingin Sanomat* 11.9.1995.
- Vuortama, T. 1995. Kritiikin rattaissa (I kritikens hjul). *Journalisti-Journalisten* 5.10.1995.
- Vuortama, T. & Kerosuo, L. 1994. *Viestinnän lait ja säännöt* (Kommunikationens lagar och regler). Karkkila: Kustannus-Mäkelä.
- Väisänen, P. 1992. *Vallan varjossa. Poliittisten toimittajien historiaa 1960-luvulta 1990-luvulle* (I maktens skugga. De politiska redaktörernas historia från 1960-talet till 1990-talet). Helsingfors: Poliittiset toimittajat r.f.
- Väliveronen, E. 1995. Mediat mediakriitikoina. Olemmeko astuneet ”täyden palvelun mediatavarataloon”, jossa media jo kritisoikin itse itseään? (Medierna som mediekritiker. Har vi stigit in i ett ”full-service medievaruhus” där medierna sköter t.o.m. mediekritiken själv?) *Peili* 2, 25.
- Weber, M. 1985. *Kohden sanomalehdistön sosiologiaa* (Mot presssociologi). Tal framfört vid Tyska Sociologföreningen 1910. Tiedotustutkimus 8(2), 16-22.

