

Vakthundarna biter på journalisterna

Olav Anders Øvrebø

Redaktionschef på *Mandag Morgen*

Det finns stunder när en journalist kan längta tillbaka till tiden innan internet blev allmän egendom. När det bara var att göra sina intervjuer, snickra ihop en text och få den publicerad, utan att man behövde bry sig alltför mycket om vad läsarna, lyssnarna eller tittarna tyckte och tänkte. Utan att man behövde oroa sig för att de skulle börja uppträda som allvetande mediekommentatorer.

Men det är just vad mediernas trofasta nyttjare gör nu, och det blir snabbt allt fler av den här nya sortens kommentatorer. En av dem är Aeolus Dill (en pseudonym). I januari i år startade Aeolus webbloggen "Patricia Wilson Watch", med ett enda syfte: att läsa, värdera och kritisera Reuters-journalisten Wilsons artiklar om den amerikanska presidentvalskampanjen. Wilson är ackrediterad till Vita huset och får som reporter i en av de stora nyhetsbyråerna sina texter publicerade i ett stort antal tidningar. Det betyder att hon har många läsare, och det var orsaken till att Aeolus valde ut Wilson. Några dagar senare utvidgade Aeolus sin verksamhet med ännu en blogg om en nyhetsbyråjournalist, Nedra Pickler från Associated Press, som också rapporterar från presidentvalskampanjen. Ungefär samtidigt startade andra bloggare liknande pro-

jekt med andra journalister som analysobjekt, och den nya webblogg-genren fick snabbt ett namn – "adopt a journalist". Andra kallade dem för "watchblogs".

Aeolus säger i en e-postintervju att hans intresse för webbloggar väcktes av Howard Deans kandidatur i presidentvalet. Drivkraften var det han upplevde som "den enorma diskrepansen mellan pressens rapportering om Deans valkampanj och mina egna iakttagelser". Aeolus använde sig inte av webbloggarna för att bedriva någon mobbningskampanj mot Wilson och Pickler, eller mot journalistiken i stort. Aeolus är en sofistikerad skribent i arbete som först och främst letar efter följande svagheter i mediebevakningen: "Upprepningar av sådant som alla redan vet, ett tanklöst och okritiskt godtagande av den republikanska propagandamaskinens fastställda debattämnen för veckan. [...] Liksom försöken att anpassa verkligheten till den historia man vill berätta, och att överdriva de dramatiska inslagen. Och slutligen anti-nyheter, rapporter om oväsentligheter som dränker de viktiga frågorna."

Aeolus delade gärna ut beröm för gott arbete, men hans kritik kunde också vara hård. Ett reportage som Wilson skrev om den demokratiska kandidaten Howard Dean fick följande beska kommentar: "Är det för mycket begärt att vänta sig lite ambition, någonting mer än att bara telefonera in en rad klichéer med trött röst? Får vi be om lite vanlig hederlig journalistik?" Det här var i januari, strax före demokraternas nomineringsval i Iowa den 19 januari där Dean överraskande kom först på tredje plats efter att ha haft ledningen i opinionsundersökningarna i flera månader. Kandidaten försökte rycka åt sig initiativet igen redan samma kväll, med hjälp av ett uppeldande tal till sina anhängare i Iowa. Som de flesta säkert minns gick det dåligt; med sitt så kallade "I have a scream"-tal gjorde Dean det ännu svårare för sig själv. Det avslutande "yiaaarrgghh"-skriket kom

Dean att framstå som mentalt obalanserad och skrämde tv-tittarna.

Men år 2004 är journalisterna inte längre ensamma om att utforma det berömda "historiens första utkast". Även om det snabbt skapades en konsensus i medierna om hur Deans tal skulle tolkas och framställas, delades den inte av alla självutnämnda mediekritiker och watchbloggare. Hur medierna hade refererat talet, om de hade varit tillräckligt rättvisa, tillräckligt grundliga – detta var frågor som upptog många av nätets små vakthundar under veckorna som följde.



Medierna kritiseras från många håll, inte minst av de olika politiska aktörerna och deras organisationer. Ofta hämtar kritikerna sin begreppsammunion från mediernas egen ideologi. Om en kritiker kan hävda att en föregivet politiskt neutral redaktion "vrider" sin bevakning i en viss politisk riktning, kan viktiga poäng kamma hem i den politiska debatten. Om ett brott mot idealet om objektivitet kan ledas i bevis har redaktionen fått en fläck på sig.

Det hör till journalistisk ideologi att inneha vakthundens roll. På allmänhetens vägnar övervakar journalister uppmärksamt vad makten företar sig. Bloggarna var långt ifrån de första att överta samma retorik och använda den mot journalisterna. På så sätt kan watchbloggar också ses som en förnyelse av en längre tradition. I USA har det nämligen funnits något som heter *media watchdogs* i många år. Några av de viktigaste är Fairness & Accuracy In Reporting (FAIR), Media Research Centre och Accuracy In Media. Dessa organisationer utför medieanalyser, utger egna publikationer med mediekritiska artiklar och organiserar olika aktioner. De tre nämnda, och flera andra, har en klar politisk målsättning bakom sitt arbete. Media watchdogs fungerar i första hand som påtryckningsgrupper, enligt Jay Rosen, professor i journalistik vid New York University. "De utövar påtryckningar genom

att dokumentera och kritisera vad de upplever som partiska inslag i nyhetsmedierna utifrån sitt eget perspektiv sett, som kan vara konservativt, vänsterliberalt, väldigt mycket vänster, väldigt mycket höger, proisraeliskt, propalestinskt och så vidare. De spelar också en roll genom att, för sina anhängare, ge röst åt många olika slags missnöje med nyhetsmedierna", säger Rosen i en e-postintervju med *Axess*.

FAIR, som startades 1968, identifierar sig med "progressiva" idéer. Det betyder enligt senioranalytikern Steve Rendall att gruppen arbetar för att främja större uppmärksamhet kring miljöfrågor, fackföreningsrörelsen, arbetare, färgade och fattiga människor i medierna. "Den verkliga snedvridningen ('bias') i amerikanska medier är obalansen mellan samhällets topp och botten. Våra medier favoriserar toppen, det vill säga de rika och de som är allierade med storföretagens intressen, och struntar i många fall i frågor som har betydelse för vanliga människor", säger Rendall till *Axess*.

50 000 människor har registrerat sin e-postadress hos vakthundsgrupperna. En av de metoder som FAIR använder sig av är att be dessa skicka e-post till en redaktion i konkreta frågor som organisationen tar upp. En sådan uppmaning leder i genomsnitt till att en redaktion får mellan 200 och 500 e-postmeddelanden, enligt Rendall. Organisationen ger också ut en egen tidskrift, och radioprogrammet CounterSpin sänds i 130 radiokanaler.

Vänstern är klart underrepresenterad i medierna – den politiska mitten och högern får nästan all uppmärksamhet, anser FAIR:s talesman. Han hävdar att detta visar sig vid valet av debattämnen och debattdeltagare i de stora tv-kanalerna: "I alla de debattprogram som visas kväll efter kväll ser man ständigt den politiska mitten debattera med högern. Vänstern är i stort sett uttraderad i våra nationella tv-medier, och det är inte mycket bättre i dagspressen." Vid sidan av tv-kanalerna är USA:s ledande dagstidning

och dagordningssättare *New York Times* av särskilt intresse för vakthundsgrupperna. "New York Times, som ofta kallas för en vänstertidning av många republikaner och konservativa i USA, är inte på långa vägar en vänstertidning. I frågor som rör nationens säkerhet står *New York Times* en aning till höger om mitten [...] I sociala frågor som rör sådant som rastillhörighet och sexuell läggning står *New York Times* för det mesta en aning till vänster om mitten", säger Rendall.

En helt annan syn på samma tidning finner man hos Times Watch, en nätsajt som drivs av Media Research Centre (MRC). Syftet med den dagligen uppdaterade tjänsten är att "dokumentera och avslöja *New York Times* politiska dagordning, som har ett vänsterperspektiv". I den just nu pågående presidentvalskampanjen gör man detta bland annat genom att ingående granska språkbruket i artiklar om demokraternas presidentkandidater, och jämföra det med hur George W. Bush framställs. Times Watch är alltså en spin-off från MRC:s vanliga verksamhet. Gruppen startades år 1987 med en ambitiös målsättning: att vetenskapligt bevisa att medierna har en politisk vridning som gynnar vänsteråsikter "som undergräver traditionella amerikanska värderingar". Den här kunskapen ska sedan användas för att neutralisera effekten av denna vänstervridning på det politiska etablissemanget i USA. I dag har MRC enligt egen utsago 60 heltidsanställda och en budget på 6 miljoner dollar.

Ett typiskt MRC-åtagande är att studera vad deltagarna i de ledande tv-kanalerna ABC, CBS och NBC:s nyhetsprogram sa om Bushadministrationens förslag till nya skattesänkningar. Studien, som genomfördes under de två första veckorna i år, visar enligt MRC att 73 procent av intervjuerna återgav vänsterargument mot skatteförslaget, medan förslagets konservativa försvarare bara kom till tals i 27 procent av intervjuerna. Med andra ord – en vänstervridning.



Just föreställningen om politisk vridning ("bias") dyker upp som det allra viktigaste när vakthundsorganisationerna ska motivera sin verksamhet. Det är själva nyckelbegreppet. Bakom anklagelserna om politisk vridning av nyhetsbevakningen ligger en föreställning om att medierna inte ska favorisera vare sig höger- eller vänstersidan, i amerikansk mening konservativa eller liberala; att de kan och ska vara balanserade. Därmed vilar också vakthundarnas verksamhet på pressens egen ideologi om objektivitet. För det är enbart om man kan föreställa sig en helt neutral, objektiv press som den eviga jakten på "bias" får någon mening.

Huvudargumentet för MRC och andra konservativa vakthundsgrupper är opinionsundersökningar som visar att en stor andel av USA:s journalister och redaktörer traditionellt sett stöder vänsterliberala idéer och värderingar. Detta leder till att vänsterideologin utgör den outtalade grunden för det journalistiska arbetet, hävdar MRC. Det var också den åsikt som journalisten Bernard Goldberg framförde i sin bästsäljare *Bias. A CBS Insider Exposes How the Media Distort the News* från 2001. En annan journalist, Eric Alterman, slog 2003 tillbaka med boken *What liberal media?* där han försökte visa att kritiken mot vänstervridna amerikanska medier var felaktig och byggde på en förvrängning av fakta – eller inte baserade sig på fakta över huvud taget. Ett centralt argument för Alterman är att konservativa och republikanska idéer och värderingar är väl representerade och sprids effektivt både genom de påstådda vänstermedierna och de uttalat konservativa kanalerna som Fox News och diverse radiokanaler. Anklagelserna om vänster-"bias" måste i första hand ses som ett sätt att påverka redaktionerna i syfte att få balansen att tippa över mot höger. Medier som ständigt angrips för att ha en slagsida åt vänster vinnlägger sig mer om att låta konservativa åsikter komma till uttryck, hävdar Alterman,

och pekar på de många föregivet vänsterliberala tidningar och tv-program som faktiskt har knutit till sig konservativa kolumnister och programledare.

Det kommer knappast som en överraskning att Altermans tes inte har fått stå oemotsagd, allra minst på nätet. I mars i år startades webbloggen "Oh, that liberal media!", ett kollektivt projekt där en rad bloggare slog sig samman för att visa att den vänsterliberala slagsidan i medierna existerar i alla fall, oavsett vad Alterman påstår.



"Bias"-kriget skulle kunna ses som ytterligare ett exempel på att det amerikanska samhället håller på att bli mer och mer polariserat. Man kan fråga sig om de olika lägren talar samma språk, om de över huvud taget kan hitta något att enas om längre. Och man kan undra om uppmaningen till medierna att avlägsna "bias" och vara objektiva längre kan tas på allvar. För vem ska till sist avgöra när något är tillräckligt objektivt?

I varje fall är det några som har tröttnat på "bias"-debatten. Jay Rosen, för många känd som en av förkämparna för "public journalism"-rörelsen i början av 1990-talet, anser att anklagelserna om politisk vridning (och de besläktade anklagelserna om "spin") har blivit en meningslös aktivitet som döljer det som mediekritiken egentligen borde handla om. "Man kan uttrycka det så här: diskussionen om 'bias', som är en viktig politisk fråga, har blivit helt genompolitiserad. Journalisterna vet det, politikerna vet det. För mig utgör det ett bevis på att föreställningen om objektivitet inte längre är en hållbar utgångspunkt för konstruktiv feedback eller kritik för journalister", säger Rosen.

Rosen är mycket aktiv med sin egen webblogg "Press-Think", som fungerar som en fortlöpande essäistisk kommentar till aktuella frågor i amerikansk journalistik. Där har han avlagt flera besök hos "bias"-vakthundarna. Är

det inte så, skriver Rosen, att bias-kritikerna önskar sig nyheter som "ska ge mig nyheter, berätta sanningen för mig, utan någon slagsida åt endera hållet". Alltså just det som journalister påstår att de gör. På detta svarar sedan bias-kritikerna att journalisternas objektivitet är en myt, menar Rosen. Men då börjar det verkligen bli förvirrande: "Är inte detta krav – att vilja ha något av journalisterna som samtidigt är omöjligt för journalisterna – lite förvirrande eller åtminstone orättvist?" frågar han.

Rosens perspektiv leder in debatten på ett annat spår som annars är märkligt frånvarande. När man tänker på allt som skrivits om det omöjliga i att vara objektiv kan hela bias-föreställningen tyckas förlegad. Kritiken av positivismen har tydligen, lika lite som de konstruktivistiska och postmodernistiska idéströmningarna, föga påverkat objektivitetens betydelse som ideologiskt fundament för journalistiken. Det Rosen kallar "the view from nowhere" är fortfarande det enklaste sättet för pressen att legitimera sin verksamhet. *Washington Posts* chefredaktör Leonard Downie säger att han inte röstar i allmänna val och är en "outsider" i samhället – för att kunna behålla så mycket objektivitet som möjligt. "Vid det här laget inser så gott som alla det orimliga i att hävda att man kan stå helt fri från politiken, inte minst intelligenta journalister som vet att världen är mer komplicerad, och frågorna mer sammansatta, än den officiella pressdoktrinen erkänner. Ändå är det den som gäller, inte för att den är klokast, utan för att den är den tryggaste pressdoktrinen att hålla sig till", skriver Rosen. Objektiviteten och utopin om att kunna vara helt "non-biased" är fortfarande väldigt levande i det praktiska arbetet. Men genom att hålla fast vid denna ideologi inbjuder pressen själv till nya anklagelser om "bias".



Flera medieforskare och kommentatorer har en egen version av tesen om vridning i mediernas arbete. De talar

ofta om medievridding, om att medierna är "mer yrkesmässigt vridna än politiskt vridna", som Martin Eide, professor i medievetenskap vid universitetet i Bergen formulerar det. När journalistik blir ideologi, eller "journalism", består samhället bara av tre grupper: beslutsfattare, vanligt folk och journalister. Journalisternas roll är att hjälpa folket och utmana makthavarna. Denna överförenklade syn på samhällets maktrelationer blir särskilt problematisk när den kombineras med en annan journalistisk tendens: rollen som impressario. "Alltför ofta nöjer sig journalister med att uppträda som impressarier. De låter de olika parterna i en fråga komma till tals och nöjer sig med det", säger Eide till *Axes*. Typiskt för detta sätt att arbeta är tv-debatten eller tidningsartikeln där två parter får presentera sin motsatta syn på en fråga, utan att journalisten försöker ta reda på om en av dem faktiskt har rätt. Det här är också det allra enklaste sättet att undvika anklagelser om politisk vridding. Genom att ge olika parter ungefär lika mycket tid att yttra sig, eller spaltutrymme, ser man i alla fall till att grupper från den ena eller andra sidan inte kan räkna sig fram till "bias".

Samtidigt har journalistiska tolkningsmodeller och förmedlingsformer haft en osedvanlig framgång under de senaste decennierna, och invaderat andra institutioner och sociala fält än medierna. "Den alltmer ökande medvetenheten om mediernas betydelse leder till att frågors och personers förhållande till medierna, deras publicistiska potential, tas med i beräkningen på allt tidigare stadier i handläggningsärenden och beslutsprocesser", skriver Eide i en artikel.

I så fall har vi en situation där samhällets olika påtrycknings- och intressegrupper besitter en sofistikerad medieinsikt som de konkurrerar om att utnyttja för att föra ut sina frågor i medierna. Redaktionerna kan på så vis ge plats åt de olika väl tillrättalagda budskapen, samtidigt som de ser till att behålla en viss kvantitativ balans mellan dem. Men när medierna på detta sätt nöjer sig med att

iscensätta konflikter går något helt centralt förlorat, säger Eide: "Det kan vara att den ena parten har rätt och att den andra har fel." Därmed har objektiviteten förfallit till att bli en strategisk ritual.

"Att ta reda på vem som har rätt" innebär naturligtvis också att göra det som journalister hävdar att de försöker varje dag – att skriva och rapportera om det som är riktigt. Längre ner mot nyhetsjournalistikens urberg är det svårt att komma. Ändå är det en väg bort från objektivitetens-iscensättning. Det är också den väg som Eric Alterman och Michael Tomasky argumenterar för i en artikel i marsnumret av tidskriften *American Prospect*. Deras kontext är rapporteringen från den amerikanska presidentvals-kampanjen, och utgångspunkten är rapporter om svåra arbetsförhållanden för de journalister som följer George W. Bush. De får nästan aldrig tillträde till presidenten och när han är i närheten får de bara ställa två tre frågor om dagens på förhand bestämda ämne. På detta sätt har administrationen lyckats tämja medierna, menar kritikerna. Alterman och Tomasky anser att det inte borde vara på det viset: "Den vanligaste metoden inom all nyhetsjournalistik – att låta först den ena sidan säga sitt och sedan den andra sidan sitt – behöver en drastisk omvärdering. I vår tid av mediepåverkan, en tid som utmärks av ständigt nya lågvattenmärken av Bush-administrationen, innebär en formel som kräver att man måste ge lika mycket tid och utrymme åt båda sidor att man hjälper den sida som ljuger."

Författarna pekar på ett uppenbart faktum: nyhetsanalyser och kommentarer är i dag ögonblickligen tillgängliga på nätet från ett otal källor. Det här har läsarna börjat vänja sig vid. Från nätet har de också lärt sig att nyheter-na kan presenteras på ett mer rakt-på-sak och kommenterande sätt. Det måste få konsekvenser också för yrkesverk-samma journalister och redaktörer: "Tidningsredaktörerna behöver omvärdera dessa konventioner så att de blir mindre

upptagna av att skänka lika mycket tid och utrymme åt båda sidor, och mer intresserade av att försöka gräva fram den egentliga sanningen", skriver Alterman och Tomasky.

På så sätt varslar nätets och bloggarnas tillväxt om att tiden håller på att rinna ut för impressarioversionen av journalistisk objektivitet. Det har sålunda blivit hög tid att undersöka vad de små vakthundarna egentligen håller på med.



Under sommaren och hösten i fjol dök det upp många reportage och analyser om Howard Dean. Guvernören från Vermont revolutionerade sättet att bedriva en valkampanj. Han använde sig av nätet för att samla in överraskande stora penningbelopp. Han använde sig av bloggformatet för att knyta till sig väljare och appellera till dem. De nya sociala internetverktygen som människor använder för att hålla kontakt med varandra och hitta nya vänner kunde också användas för att mobilisera Deansympatisörer på det lokala planet. Howard Dean lämnade, skrev kommentatorerna, ifrån sig den stränga kontroll över budskapet som hade betraktats som helt nödvändig för moderna valkampsstrateger. Därigenom framstod Dean som en politiker som kunde vitalisera demokratin underifrån.

Det är förmodligen alldeles för enkelt att ge "I have a scream"-talet skulden för att det gick så illa för Dean, som länge såg ut att kunna bli demokraternas presidentkandidat. Han hade ju förlorat i Iowa redan innan talet hölls. Ändå är det något fascinerande med hur talet återgavs i medierna – den store internetkandidaten glömde bort de traditionella mediernas makt och blev straffad. Talet och skriket visades 633 gånger i nationella tv-kanaler och kabel-tv-kanaler under de fyra första dagarna efter den 19 januari, enligt det Washingtonbaserade nyhetsbrevet *Hotline*. Medieloopen följdes av ständigt allt fler remix-versioner av talet på nätet, där Deans skrik mixades ihop med funk, hiphop och hårdrock.

Det finns emellertid en annan version av talet än den som visades i tv. Det vill säga, det är samma tal, men det är bokstavligt talat sett ur ett annat perspektiv. En Dean-anhängare gjorde nämligen en videoupptagning från golvet i salen. Intrycket man får av den är ett helt annat. Publiken skriker, jublar och klappar i händerna medan guvernören talar. Personen som filmar har människor framför sig som delvis skymmer utsikten mot podiet. Dean måste tala högt ("We will not give up in New Hampshire! We will not give up in South Carolina!") för att överrösta publiken, och det är uppenbarligen ovanligt god kontakt mellan podiet och salen. Beträktat från golvet är talet ett exempel på ytterst effektiv och medryckande kommunikation. Och skriket är i det närmaste ohörbart. Dean gjorde naturligtvis ett elementärt misstag: han glömde bort vilken publik som var den viktiga och riktade sig till den oviktiga. Det är länge sedan politisk kommunikation handlade om att övertyga några hundra människor i en församlingslokal.

Några dagar efter det att stormen kring talet hade lagt sig återvände ABC-journalisten Diane Sawyer till sin egen och andra tv-kanalers rapportering. Bland det hon upptäckte var att Dean på grund av ljudnivån i salen var tvungen att använda en mikrofon som filtrerade bort ljudet från publiken. Resultatet blev naturligtvis att Dean framstod som desto mer obalanserad.

Dean-anhängarnas video sörjde för ett konkurrerande utkast till historieskrivningen. Men det går att hitta fler nyanser. Den observante Acolus noterade hur Reuters-journalisten Patricia Wilsons beskrivning av talet förändrades på ett avgörande sätt. Wilson var på plats i salen och skildrade talet på följande sätt i sin rapport den 19 januari: "Med hes röst ropade Dean till sina anhängare: 'Vi ska inte bara ställa upp i New Hampshire', och fortsatte sedan med att räkna upp åtminstone ett dussin delstater som kommer att hålla primärval under de närmaste månaderna." Alltså

en artikel i en klassisk refererande nyhetsbyråtradition. Men tre dagar senare uppmärksammade Aeolus en helt annan beskrivning hos Wilson: "Dean försöker komma ifrån det armviftande, skrikande tal han höll efter att ha slutat på tredje plats i måndagens primärval i Iowa. [...] Hans uppträdande har fått mycket illvillig uppmärksamhet på internet och i tv-kanalernas pratshower, men det kan också vara ett allvarligt problem för hans kampanj på så sätt att det hos somliga väljare förstärker bilden av honom som en 'hetsig' kandidat som inte har rätt temperament för att bli president."

Den alternativa videon och Aeolus analys är exempel på att ett skifte håller på att ske. Webbloggar och vanliga människors videoupptagningar skapar inte en helt ny medieverklighet över en natt, något som den "officiella" rapporteringen av Dean-talet visar. Men de berövar journalistkrået det monopol som det så länge har haft på framställningen av verkligheten, och skapar samtidigt möjligheter för en mer nyanserad, varierad och personlig journalistik. Det är också lätt att tänka sig att resultatet kan bli ett ännu mer intensivt och kanske organiserat bias-krig mellan höger- och vänsterorienterade bloggare, men det påverkar inte det generella faktum att förmedlingsmonopolet försvinner.



Naturligtvis kommer mediebilderna också att bli mycket mer oöverskådliga. Det är en av baksidorna med att portvakterna förlorar monopolet. Det är också något man har insett hos watchdog-gruppen FAIR. "Det innebär definitivt att mediavärlden kommer att bli mer demokratisk. Det kommer också att innebära att den blir mer oöverskådlig. För den som just har börjat söka efter nya nyhetskällor kan det nog vara både förvirrande och svårt att orientera sig bland alla webbloggar och politiska nätsajter och försöka avgöra vilka som är pålitliga och vilka som

inte är det", säger Steve Rendall. Men generellt sett välkomnar han konkurrensen från privatpersoner: "Vi försöker inte slå vakt om vårt uppdrag. Vi försöker lära alla medborgare att bli mediekritiska och analytiska. Vi ägnar mycket tid åt det. Om alla i USA hade en egen blogg och kritiskt skärskådade medierna, skulle säkert hela samhället vinna på det."

I ännu mindre grad än förr kan journalisterna räkna med att bli lämnade i fred. De kommer att bli ansatta, trakasserade och förlöjligade. Publiken kommer att kräva att de ska kontrollera sina uppgifter tre gånger om och citera korrekt. Förhoppningsvis kommer det att göra journalistiken bättre. Det betyder hur som helst inte att vi bör avskaffa den.

På en konferens om digital demokrati i San Diego i februari i år förklarade Jay Rosen att ändamålet inte kan vara att frånta journalisterna deras legitimitet: "Till och med de stora tidningsdrakarna som vi kritiserar så hårt – det gör jag själv – är en viktig institution, och de kommer att bli tvungna att hitta ett nytt sätt att upprätthålla sin auktoritet, ett sätt som är mer öppet och interaktivt, som lyssnar bättre. [...] Institutioner som har grundat sin auktoritet på att de har varit slutna elfenbenstorn kommer att upptäcka att det inte går längre, och det är en av de viktigaste insikterna som skakar om journalistiken just nu."

Ännu har Rosen inte hört något bra, genomtänkt svar från journalister och redaktioner på de nya utmaningarna. "Jag har inte sett till något sådant ännu, förmodligen därför att det inte är särskilt många journalister som har insett frågans allvar. De är inte riktigt medvetna om att det är ett problem, att det håller på att ske något med det jag har kallat journalistikens auktoritet", säger Rosen till *Axess*. Han vill inte använda ordet identitetskris om mediernas situation. Men att de bör ta frågan på allvar hyser han inget tvivel om: "Jag skulle kanske inte kalla det för en identitetskris. Det är mer som en lergrund som har börjat glida. En vacker dag kanske ens hus rasar

ihop. Fast å andra sidan kan det kanske stå ett bra tag till.”

Det bästa sättet på vilket medierna kan hantera demokratiseringen av möjligheterna att publicera sig är troligen att spela med mycket mer öppna kort än tidigare. Journalisterna kan inte längre vägra att diskutera förutsättningarna för sitt arbete, hålla tätt om sina metoder och rutinmässigt avvisa all kritik.

Öppenheten kommer också att göra det lättare för publiken att acceptera de perspektiv som journalister och redaktioner med nödvändighet anlägger i sitt arbete. Om journalister oftare ville reflektera över sitt eget perspektiv, måste det på många sätt leda till att man erkänner sina "bias". Men också för en perspektivtyngd journalistik måste målsättningen vara att finna den mest riktiga historien, den som kommer närmast sanningen. Det säger sig därför självt att journalisterna inte kommer att skaffa sig särskilt många nya vänner genom att lämna impressarie-rollen. Men så måste det också vara, anser medieforskaren Martin Eide. "Otack måste vara journalistens lön."

Översättning: Hans-Jacob Nilsson

Källor:

Alternative Dean-video:

www.idiomstudio.com/videoservsm/emergingStorm.html

Jay Rosens weblogg: journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink

Adoptionen av Patricia Wilson: patriciawilsonwatch.blogspot.com

Adoptionen av Nedra Pickler: whatapickler.typepad.com

Diskussion om digital demokrati: www.itconversations.com/shows/detail75.html

Martin Eide: "Det journalistiske mistaket"

(www.localmotives.com/hoved/tema/nr_4/EideMistaket.html).

Eric Alterman och Michael Tomasky: "Wake-Up Time", i American Prospect nr. 3, 2004 www.prospect.org/print/V15/3/alterman-e.html).

www.timeswatch.org

www.thatlberalmedia.com