

5 Medierna och internationaliseringen

Alexa Robertson

STOCKHOLM. Den 15 mars 1999 startar den nya kanalen SVT24 sina sändningar. Därmed förenar sig Sveriges Television med de TV-företag världen över, både privata och public service, som sänder nyheter dygnet runt. Redan några månader före premiären har SVT, TV4 och deras radiokollegor trätt in i digitaliseringen. Därigenom har de markerat övergången till en teknologisk värld sammanlänkad av ett universellt digitalt språk av ljud, bilder och data, i vilken journalistens roll förändras. Journalisten kan nu själv redigera, presentera och sända nyheter, lika väl som att avge rapporter direkt från fältet. Och för första gången når svenska rapporter ett internationellt auditorium genom SVT Europa, som sänder utanför Sverige på Canal Digital, och genom Scandinavian Channel, som via satellit når Nordamerika. Vid millennieskiftet är Sverige en del av "den globala byn".

Mindre än ett år tidigare, i samma del av "byn", publicerade UNESCO en grundläggande rapport om kulturpolitik, belyst utifrån förändringarna i mediavärlden. I bakgrundsdokumentet till Stockholmskonferensen i mars 1998, kallat *The Power of Culture*, heter det att teknologin visserligen ökar valmöjligheterna men att den allt större ägarkoncentrationen i mediavärlden i praktiken minskar tillgången på alternativ. "Hur", frågade man konferensdelegaterna, "kan vi säkerställa att medier i alla länder erbjuder ett diversifierat utbud av program som inte bara stärker den gemensamma nationella identiteten utan också ger ett pluralistiskt uttryck för mångfalden i samhällsliga, politiska och kulturella värderingar?" Anpassningen av public service-utbudet till de "enorma förändringarna på kommunikationsområdet" sades vara en nyckelfråga (UNESCO 1998).

Detta kapitel handlar om dessa "enorma" förändringar. Det handlar om hur medier — både "gamla" och "nya" — påverkar och påverkas av internationaliseringen. Utgångspunkten är att omvälvningarna i fråga, liksom internationaliseringen i sig, är del av en dialektisk process, vilket innebär att de kretsar kring en grundläggande motsägelse. Man kan säga att de drar åt två olika håll på samma gång eller, annorlunda uttryckt, att medier kan spela både en revolutionär och reaktionär roll.

Kapitlet är upplagt kring de två föreställningar som introducerades ovan. Föreställningen om "den globala byn" ger uttryck för kommunikationsrevolutionens

omvälvande kraft; en knuff ("push") fram mot ett internationellt samhälle. *The Power of Culture*, å andra sidan, syftar på mediernas mer konservativa tendens att förstärka kulturella skillnader och nationella identiteter; ett ryck ("pull") tillbaka till det nationella samhället.

Vad har detta att göra med politikens internationalisering? Mediernas rapportering utgör grunden för de åsikter som människor har om sin politiska omgivning, åsikter som i sin tur styr om de handlar politiskt eller ej. Om man skall förstå vilka faktorer som påverkar nyhetsrapporteringens utseende, möter man flera begrepp som är centrala inom statsvetenskapen, begrepp som makt, politisk identitet och demokrati. Förutsättningarna för informationsspridning, graden av politiskt deltagande och karaktären av detta deltagande är faktorer som kan påverka en demokratis funktionssätt. Det finns därför skäl att undersöka vad utvecklingen inom kommunikationsområdet betyder för demokratin. Är det så att den nya teknologin återupplivar den offentliga sfären och samtidigt lägger grunden för ett riktigt internationellt samhälle? Eller gör den kanske medborgarna till passiva åskådare av sin internationaliserade politiska omgivning, istället för aktiva deltagare i denna? Det sista avsnittet av detta kapitel kommer att behandla dessa frågor.

Den globala byn — en knuff mot ett internationellt samhälle

Uttrycket "den globala byn" används ofta för att beskriva en värld som har krympt till följd av mediernas accelererande utbredning. Begreppet myntades i början av 1960-talet av den kanadensiske samhällsteoretikern Marshall McLuhan, som resonerade i termer av en "by", då den elektroniska teknologin enligt hans synsätt medförde en återgång till en gemensam kultur likande den man finner i samhällen baserade på muntlig kommunikation. En huvudsaklig likhet är betydelsen av ritualen. I den elektroniska tidsåldern är enligt McLuhan televisionens symbolism och bildspråk — d.v.s. ritualen att bli informerad snarare än informationen som sådan — det avgörande. Utifrån detta resonemang myntade han även ett annat uttryck, lika berömt som "den globala byn" och inte mindre betydelsefullt i nutida sammanhang: "the medium is the message".

Idag, tre decennier senare, är det viktigt att påpeka, att den *globala* byn fortfarande är en framtidsvision. Modern kommunikationsteknologi må ha förändrat vår värld från att ha varit en samling utspridda kontinenter till att bli en enda plats, men det är inte alla som har ett hem i byn. Det som hitintills illustrerats med metaforer kan även belysas med statistik. Medan antalet TV-apparater som för in utrikesnyheter i hem världen över ökade från 192

miljoner 1965 till 1157 miljoner 1995 — eller 204 TV-apparater per tusen invånare¹ — finns det idag fortfarande endast elva TV-apparater per tusen invånare i u-länderna. Man bör hålla i minnet att när begreppet "global" används i analyser av kommunikation på en internationell nivå avses nästan alltid västerländska aktörer (Sreberny-Mohammadi 1996:199).

För att begreppet ska fungera, måste det användas i betydelsen av ett samhälle där alla känner till alla och är tillräckligt nära varandra för att kunna kommunicera. Andra aspekter av begreppet är dock mindre lämpliga som t.ex. dess övertoner av stillasittande, av fixering till en viss plats. Detta då denna internationaliserade tidsålder är befolkad av kosmopoliter snarare än av bybor. Européer reser regelbundet utomlands; i affärer eller på nöjesresor, genom studentutbyten eller helt enkelt för att köpa öl. De reser även allt mer hemma i sina vardagsrum. Detta syns i siffror över tidningsimport, vilken i Sverige ökade från 24 miljoner dollar 1980 till 69 miljoner dollar 1990 (UNESCO 1997:7-60). Vyerna hos befolkningen i i-länderna har inte bara vidgats genom turism, utan också på grund av migration föranledd av fattigdom och krig. En hel skola av "travel theory" har växt fram ur upplevelser av "Third World people" som lever i exil i världens metropoler, och ur idén att kultur i en internationaliserad tidsålder inte längre är knuten till territorium. En del anser att televisionen nu, i större utsträckning än nationalstaten, skapar ett rum för tvärkulturella möten (Loshitzky 1996).

Begreppet "rum" kan sägas vara nyckeln till McLuhans texter. Under medeltiden var manuskript bundna till fysiska rum. Ofta förvarades de bakom lås och bom i kloster och på bibliotek, vilka var maktcentra dit forskare och lärjungar färdades från hela den kristna världen. I den elektroniska tidsåldern är resandets riktning den omvända. Nu får vi information (i motsats till kunskap) från hela planeten till oss, in i våra hem och till våra arbetsplatser — inte alltid efterfrågad — via telefonen, TV:n, radion och datorn. Dessa är medier som McLuhan betecknar som "coola" eftersom de ger större utrymme för mottagarna att delta (McLuhan och Zingrone 1997). Med ankomsten av interaktiv, digital television förväntas detta rum vidgas ytterligare.

Efter några års gurustatus föll McLuhan i vanrykte och under 1970- och 1980-talen samlade hans orörda böcker damm i bibliotekens hyllor. 1990-talet innebar dock något av en renässans för hans verk. Nu, i kommunikationsrevolutionens kölvatten, läses de om med nya, intresserade ögon.² Hans argument att det dominerande kommunikationssättet — vare sig det är muntligt, skriftligt eller digitalt — har grundläggande betydelse för samhällets

¹ Siffrorna för Sverige är 478 TV-apparater per tusen invånare (UNESCO 1997:6-6).

² Se exempelvis, "Marshall McLuhan and the Cultural Medium" i Stevenson (1995, kapitel 4).

organisation, är starkt. Icke desto mindre, som hans kritiker mycket riktigt påpekat, är kommunikation något mer än en fråga om teknologi. Det handlar också om mening, om hur människor använder de budskap de mottar och om hur de meningar de ger budskapen påverkas av den kultur de tillhör och de rådande maktrelationerna i denna.

Trots att begreppet är problematiskt, är McLuhans globala by en bra utgångspunkt för en diskussion om kommunikation i en internationaliserad tidsålder, då det sammanlänkar frågor kring teknologi, mening (eller relationen mellan nyhetsmakare och mottagare) och socio-politisk förändring. Begreppet erbjuder också en inkörsport för resonemanget om hur medierna påverkar, och påverkas av, internationaliseringsprocessen, och det införlivar också en för media typisk motsägelse genom att antyda, att teknologiska framsteg har "krympt" världen till storleken av en by samtidigt som de "vidgat" det offentliga rummet. I nästa avsnitt görs en genomgång av ett antal av de senaste årens viktigaste teknologiska förändringar och deras betydelse. Därefter följer två avsnitt där förändringarna i det globala medialandskapet behandlas, dels från en ekonomisk synpunkt, och dels i perspektiv av de politiska och institutionella initiativ som har tagits.

Betydelsen av teknologiska innovationer

Vår politiska värld domineras allt mer av bilder. Samtidigt som befolkningen i Sverige har stigit, har antalet dagstidningar sjunkit, från 528 per tusen invånare 1980 till 476 per tusen 1997 (UNESCO 1997:7-49, TS-boken 1998:2:3, 2:12). Under samma period har bilderna utmanat det skrivna ordets ställning och televisionen ersatt tidningarna som väljarnas främsta källa till information. Allt oftare ses politiker anpassa sitt beteende till kraven som ställs av "the soundbyte" (Negrine 1996).

Det är värt att fundera över den centrala position som bilder har i det politiska livet, och hur detta påverkar människors intryck av sin omvärld. Det har påpekats att, i ett bilddrivet medium som TV-nyheter, "vanligt" nyhetsstoff ofta får stå tillbaka för dramatiska och många gånger våldsamma filmsekvenser (Gurevitch et.al. 1991:206). Detta innebär att mindre spektakulära nyheter, som t.ex. angelägenheter inom den Europeiska unionen, EU, tenderar att underrepresenteras i den huvudsakliga nyhetsrapporteringen (Machill 1998). Detsamma gäller konflikter som den mellan islamistiska fundamentalister och den algeriska regeringen som, trots att den kostat många liv, knappt uppmärksammas, då den inhemska censuren effektivt osynliggjort våldet (Hellman och Robertson 1997a).

Övergången från en verbal till en visuell kultur — eller från tryckt till elektroniskt, som McLuhan skulle ha uttryckt det — är de teknologiska förändringsprocessernas

grundläggande innebörd. Mot denna bakgrund är tre tendenser värda särskild uppmärksamhet, då de alla påverkar nyhetsrapporteringens karaktär och kvalitet.

För det första innebar övergången från film till videoband under det tidiga 1980-talet att nyhetsrapporteringen blev både billigare och mer effektiv. Journalister kan röra sig snabbare och påkalla mindre uppmärksamhet när de inte längre omges av ett stort team med klumpig utrustning. Många av nutidshistoriens mest omskakande händelser har kunnat dokumenteras av privatpersoner eller frilansare på platser som Himmelska fridens torg, tack vare en smidig och relativt billig utrustning. Vidare har censurregler kringgåts genom användandet av kompakta videoband som är lättare att smuggla ut från "heta" platser än film. På detta sätt kunde bilder av det våldsamma undertryckandet av demonstranter, som krävde demokrati i de baltiska staterna 1991, lämnas i Vilnius i jackfickorna på svenska journalister och därigenom omintetgöra Sovjetunionens försök att förhindra bevis om dess metoder från att nå omvärlden.

För det andra har satellitteknologin radikalt ökat räckvidden av och hastigheten i nyhetsförmedlingen, lika väl som den lett till nya institutionella former. Den teknologiska utvecklingen på detta område har medfört att sändningskostnaderna sjunkit markant under hela 1990-talet. 1993 kostade en tio minuters sändning via satellit från Australien till London omkring 1200 pund. Fem år senare var kostnaden 300 pund (*The Economist* 1998c:20). Sedan införandet av satellitteknologin, vars genomslagskraft först stod klar i samband med genombrottet för CNN (Cable News Network) under Gulfkriget, har global television också kommit att betyda "live" television. Journalister medger att "getting it right" får stå tillbaka i jakten på att vara först med en nyhet. Men det ligger mer i detta än så. Globala direktsända nyheter har också förändrat relationen mellan händelsen, reportern och publiken. Numera kommer världen rakt in i våra vardagsrum. Vi får bilder från händelsernas centrum utan att de först passerat genom nationella nyhetsredaktioner för redigering och tolkning.

För det tredje råder det en bred övertygelse om att digitaliseringen håller på att revolutionera nyhetsrapporteringens karaktär och journalistens roll. Den kommer dessutom att leda till en situation där tittarna får tillgång till så många som 500 kanaler. I huvudsak innebär digitalisering att bilder flyttas över från videoband till datorer. Sedan augusti 1998 anländer bilder på händelser som äger rum utanför Sverige i digital form till SVT där de går direkt in på en server. På servern kan de sedan redigeras och därefter sändas direkt från en persondator. Detta ökar dramatiskt mängden utländska nyheter som kan användas, samtidigt som det minskar antalet personer som behövs för att producera ett nyhetsprogram. När t.ex. det amerikanska TV-bolaget NBC digitaliserades, övergick det från tre timmar nyheter per dag 1996 till sändningar dygnet runt två år senare, och detta bara

med några få extra reportrar (*The Economist* 1998c:19). Och medan redaktionen på SVT:s Aktuellt, som producerar två nyhetssändningar per kväll, består av 140 journalister och tekniker, har SVT24 sändningar dygnet runt med en personalstyrka på sammanlagt trettio personer.

Trots att aktörer som NBC och SVT är väletablerade inom nyhetsförmedling, kan digitaliseringen även innebära inledningen till en mer pluralistisk nyhetsera inom televisionsmediet. Oberoende journalister utrustade med bärbara datorer och små digitala kameror kommer att kunna avge rapporter från tidigare otillgängliga regioner, i vilka stora, statsfinansierade bolag varit ovilliga att investera resurser. Lokala TV-stationer kommer att ha möjlighet att producera och sända egna utrikesnyheter utan att de är tvungna att gå genom de nationella TV-bolagen. Digitalisering kan med andra ord betraktas som en bekräftelse på en rörelse från den nationella axeln till den globala/lokala, en förflyttning som observerats av många (Giddens 1991, Morley och Robins 1995, Castells 1996 och 1997).

Genom digitaliseringen förenas etermedier och datateknologi och tillsammans för de jordens olika delar närmare världens mediakonsumenter. Tack vare den tvåvägskommunikation som digitaliseringen möjliggör, kan den nya teknologin också fungera i den motsatta riktningen och föra "vanligt" folk samman med deras internationella omgivning. Den digitala televisionens interaktiva potential återstår fortfarande att utveckla, men alla studenter är bekanta med de interaktiva möjligheterna i ett datanätverk. De elva tusen nätverk, mer kända som Internet, som startades i slutet av 1960-talet, länkade 1998 samman miljontals människor runt om i världen. Den amerikanske presidenten Bill Clintons "Information Superhighway"-politik är kanske det mest omskrivna exemplet på ett officiellt stöd för denna teknologiska utveckling, men överallt har regeringar blivit allt mer involverade i elektronisk mediaproduktion och distribution för att förenkla allmänhetens tillträde till den nya infrastrukturen (Castells 1996, Sreberny-Mohammadi 1996:181). De nordiska länderna har särskilt utmärkt sig i detta avseende (Keskikangas 1998).

I sin inflytelserika trilogi *The Information Age: Economy, Society and Culture* skriver den spanske sociologen Manuel Castells att den teknologiska revolutionen har lett till ett nytt stadium i den samhälliga utvecklingen, där den industriella produktionsmetoden har ersatts av en ny "informationell" metod. I informationsåldern ligger källan till produktivitet i den teknologi som frambringar kunskap samt i informationsbehandling och symbolkommunikation. En ny social struktur växer fram tillsammans med "informationalismen", menar han (Castells 1996 och 1997).³

³ Andra författare har fortsatt på denna tankelinje, inklusive Daniel Bell (se t.ex., *The Coming of Post-industrial Society*, vilken först publicerades 1973) och James Rosenau (särskilt i *Turbulence in World*

Uppbyggandet av en "information superhighway" är mer än en teknologisk fråga. För författare som Castells är det ett tecken på början till en ny historisk period. I vilket fall som helst handlar det om en global "big business". De flesta experter förutser att vi i slutändan kommer att se en sammanslagning av data-, television-, telefoni-, konsumentelektronik-, förlags- och informationsbolag till en enda interaktiv informationsindustri. Det sammanlagda värdet av denna industri uppgick 1996 till 1.4 triljoner dollar och förväntas öka till 3.5 triljoner dollar år 2001 (Kahn 1993).

Detta för oss till en annan aspekt av internationaliseringsprocessen och till att överväga hur djupt insnärjda medierna är i denna process. Castells påpekar att teknologisk utveckling inom kommunikationsområdet har varit en förutsättning för den ekonomiska omstrukturering som har kommit att känneteckna internationaliseringens tidsålder. Utvecklingen inom mediaområdet har i sin tur på ett betydelsefullt sätt påverkats av det senaste decenniets ekonomiska trender. Detta ömsesidiga förhållande kommer att stå i fokus i nästa avsnitt.

Ekonomins betydelse

Inte långt efter Stockholmskonferensen 1998 blev de svenska tidningsläsarna på ett kraftfullt sätt varse den rädsla för ökad ägarkoncentration i mediabranschen, som uttrycktes i UNESCO-dokumentet. En av chefredaktörerna för Dagens Nyheter, landets största morgontidning, avgick i protest på grund av den konflikt han uppfattade förelåg mellan hans värderingar som journalist och de affärsmässiga målsättningar som tidningens ägare, Marieberg, satte upp. Han beklagade att journalistik i allmänhetens tjänst fick en allt mer underordnad ställning, i förhållande till Mariebergs strävan till vinstmaximering. Hans kollegor på tidningens kulturredaktion stödde offentligt hans kritik mot Mariebergs ekonomiska expansion i Sverige och i utlandet, och uttryckte sin oro över den ökande ägarkoncentrationen. I en kommentar till avgången sade Mariebergs koncernchef Bengt Braun:

"Mycket har hänt i mediavärlden under de här åren. Det är en väldigt snabb utveckling, och den kan man inte välja att avstå från att delta i".⁴

Brauns synsätt är inte radikalt. Det delas (om än oftast beklagande) av beslutsfattare och mediaforskare, likaväl som av magnater inom den europeiska industrin. Den ökande

Politics, först publicerad 1990). Deibert (1997) har också hävdats att "the landscape of world politics is undergoing rapid and fundamental transformation related to the advent of digital-electronic communication."

⁴ Telefonintervju i Rapport 15 juli 1998.

dominansen för ett fåtal affärskoncerner i mediavärlden är på intet sätt unik för Sverige. Det är inte heller den trend inom etermedia, vilken paradoxalt nog går i motsatt riktning, där statliga monopol inom alla områden har lämnat plats för avreglering och privatisering. Ett huvuddrag i den internationaliserade världen är att den offentliga sektorn allt mer får träda tillbaka för den privata, att nationella mediamonopol får lämna plats för internationella oligopol och att denna utveckling, som Braun antydde, är både snabb och ofrånkomlig.

Mediakoncentrationen

Sedan genombrottet i början av 1990-talet, då Gulfriget fördes rakt in i vardagsrum världen över, har CNN kommit att likställas med den globala nyhetsbranschen och hänvisningar till "CNN-effekten" görs i en mängd olika sammanhang. Men istället för att associera till televisionsdiplomati och förmågan att fastställa den globala politiska dagordningen när vi talar om "CNN-effekten", bör vi kanske tänka i termer av global handel.

CNN startades med mycket små medel under mitten av 1980-talet av Ted Turner, som 1995 sålde bolaget vidare till Time-Warner. På grund av en företagsfusion 1989 var Time-Warner redan världens största mediaföretag med en personalstyrka på 340 000 medarbetare och dotterbolag på fem kontinenter. Men det är inte bara dess globala utbredning och jättelika storlek som gör Time-Warner till arketyper för mediabolag vid seklets slut: företaget är också ett exempel på "vertikal integration", där hela produktionsprocessen inkorporeras i samma koncern, med företag som producerar nyhetsprogram, företag som säljer den elektroniska hårdvaran med vilken de sänds och tas emot och företag som kontrollerar det kabel- och satellitsystem som distribuerar dem.

CNN är inte längre den enda kanal som förser världen med direktsända nyheter dygnet runt. Nu får den konkurrens av BBC (som har utökat sin globala bevakning avsevärt under den senare hälften av 1990-talet), Euronews, Sky News och en mängd nationellt baserade satellitkanaler, från Frankrikes TV Cinq till Tysklands 3sat och Deutsche Welle. Sedan 1996 tittar arabvärlden på Al Jazira, som 1997 följdes av Arab News Network. I Indien, kan nu den växande och allt mer välbärgade medelklassen ta del av både India TV och dess konkurrent Star News, som 1998 lanserades av Rupert Murdoch (*The Economist* 1998c:19).

Explosionen av nya satellit- och kabelbolag äger rum mot bakgrund av den ökande liberalisering på telekommunikationsmarknaden som sker inte minst i Europa. Under den senare hälften av 1990-talet kunde en ständig ström av sammanslagningar inom mediabranschen iakttas. Exempel på dessa är dataföretaget Microsoft som gick samman med

TV-bolaget NBC för att kunna kombinera televisions-, kabel- och datateknologi (Dahlgren 1996:60), elektronikproducenten Westinghouse som slogs ihop med CBS och Disney som tog över ABC. I Europa slog sig de franska jättarna inom telekommunikation, Alcatel Alsthom och Havas, samman och 1995 köpte de 49 procent i Euronews, som startades på initiativ av EU (Machill 1998).

Medan antalet kanaler snabbt ökat, har kontrollen över världens mediaföretag allt mer kommit att koncentreras till ett fåtal händer. Time-Warner toppar listan, följt av Disney Corporation, den tyska Bertelsmann-gruppen, Rupert Murdoch's tidnings- och televisionsimperium och Havas. Statistik som UNESCO presenterar visar, att "globala" mediaföretag fortfarande kontrolleras av västerländska (och japanska) företag, något som kan förklara att den oro för "kulturimperialism", som kom till uttryck under 1960- och 1970-talen, fortfarande förekommer. Som en författare nyligen uttryckte det så är kartan över globala kulturella flöden mer komplex under 1990-talet men har annars inte förändrats på något fundamentalt sätt (Sreberny-Mohammadi 1996:190). Relationen mellan den finansiella och den redaktionella kontrollen av mediaföretagen har länge varit föremål för kritisk granskning av forskare inom masskommunikationsområdet. Deras granskningar har blivit än mer värdefulla i samband med de ekonomiska utvecklingar som beskrivits ovan och de som kommer att behandlas i nästa avsnitt.

Avregleringen

Ett faktum som är lätt att förbise i och med att många undersökningar om mediers politiska roll har skrivits i ett amerikanskt perspektiv, är att television och telekommunikation i de flesta länder till nyligen var statliga monopol — med ett stort undantag, USA. Fram till början av 1980-talet var etermedier runt om i Europa beroende av staten. I Storbritannien var BBC — prototypen för i stort sätt alla public service-företag — den dominerande aktören ända fram till 1982, då det kommersiella Channel 4 startade i samband med Margaret Thatchers beslut att introducera aggressiv konkurrens inom brittisk television (Tunstall 1997:252). I Frankrike blev TV-industrin allt mer komplex under hela 1980-talet och en betydande ökning av antalet kanaler med varierande former av legal status och grund skedde. Sedan mitten av 1980-talet har även de tyska statliga etermediaföretagen ARD och ZDF samexisterat med kommersiella konkurrenter vilka i slutet av 1990-talet kontrollerades av Kirsch- och Bertelsmann-imperierna. Avregleringen möjliggjorde för Bertelsmann-gruppen att gå samman med det luxemburgbaserade CLT. Därigenom blev denna den största aktören på den europeiska televisionsmarknaden och kontrollerade sammanlagt 19 TV- och

23 radiobolag (Kleinstueber 1997: 88). I Italien introducerades kommersiell TV 1980. Sedan dess har den oreglerade konkurrensen lett till att mediasituationen i landet jämförts med Vilda västern (med den ökända Silvio Berlusconi, ägare till Fininvest och politisk "maverick," som oftast styr diligensen) Tillsammans med det statligt ägda men reklamfinansierade RAI kontrollerade Fininvest 90 procent av den italienska marknaden fram till 1995, då Berlusconi sålde 20 procent av sina andelar till tyska, saudiarabiska och sydafrikanska finansiella intressen (Mazzoleni 1997:129—137). I Sverige behöll staten sitt monopol fram till 1988. Vid den tiden hade Radio- och TV-lagen, som förbjöd reklam, redan kringgåts av TV3 (ägd av skogs-, stål- och kommunikationskonglomeratet Kinnevik) och Filmnet (ett joint venture mellan holländska och amerikanska investerare och det svenska förlaget och kontorsmaterialföretaget Esselte) genom att de sände över satellit från utlandet. Vid slutet av 1990-talet fanns sju kommersiella kanaler och fyra betalkanaler tillgängliga för de 3.6 miljoner svenska hushållen vid sidan av den stora utbudet av utländska kabel- och satellitkanaler (Gustafsson och Hultén 1997:219—220).

Dessa utvecklingar är ganska odramatiska, om man jämför med den situation som uppkommit i Central- och Östeuropa sedan 1989. Från en situation dominerad av statliga monopol slungades de nya demokratierna ut i kommersiell konkurrens. På en del håll saknas public service-kanaler helt, och de etermedier som finns kontrolleras i många fall av utländska investerare. Fram till 1995 saknades laglig reglering av TV- och radiosändningar i de forna socialistländerna. Initiativet till lagstiftningen togs ironiskt nog av ett privat företag, det tjeckiska Cable Plus.⁵

För att denna utveckling inte bara ska ses i ett rent politiskt perspektiv, som ett resultat av ett decennium av nyliberalism i väst och kommunismens fall i öst, bör påpekas att det finns starka rörelser för avreglering även i stater i södra Afrika och i en mängd andra länder som Sydkorea (1993), Pakistan och Peru (1994), Bolivia och Indien (1995). Skälen är att fattiga eller små länder är beroende av utländska investeringar, kunskap och teknologi för att förnya sina kommunikationsnät. I denna situation betraktas ofta privatisering som den enda utvägen.⁶ Endast arabländerna har i dagsläget kvar sina statliga monopol på markbunden television, men även i denna del av världen startades 20 satellitsända TV-kanaler bara under 1994 (Sreberny-Mohammadi 1996:195).

Vad har då den politiska reaktionen varit på det senaste årtiondets teknologiska och ekonomiska utveckling? Kan institutioner och politiska organ på samma sätt som mediabolag betraktas som pådrivande i riktning mot den globala byn?

⁵ UNESCO, "Challenges of a Media-Rich World: the search for principles in national settings" (<http://www.kit.nl/kvc/boekteksten>).

⁶ Ibid.

Institutionella och politiska initiativ

Svaret på ovanstående fråga är ja. Försök att med hjälp av media undanröja hinder för internationell förståelse och befrämja framväxten av en transnationell gemenskap, byggd på gemensamma värden, görs på flera olika nivåer. Två av dessa kommer att nämnas här. Det första är ett nätverk av public service-företag, vilkas verksamhet alltför ofta förbises i diskussioner om "CNN-effekten". Det andra är EU, som har som uttalat mål att främja europeisk integration och framväxten av en gemensam europeisk identitet.

Eurovision — ett försök till fria informationsflöden

Trettio år innan CNN flyttade in i den globala byn länkade Eurovision News Exchange, EVN, samman public service-företag från hela den europeiska kontinenten i ett icke-kommersiellt, icke-statligt samarbete. Dess startdatum sammanföll med dödsdagen för påve Pius XII vilket fick huvudredaktören på den holländska televisionen att utbrista: "I want the dead pope live".⁷ Sedan dess har bildmaterial från påvliga aktiviteter utgjort en stor del av den italienska televisionens bidrag till utbytet inom EVN.

1998 hade EVN 63 medlemmar, av vilka SVT är en. Organisationen sträcker sig från Berings sund till Island, från Svalbard till Sahara, med de nordafrikanska staterna inkluderade. Enligt ett pool-avtal får de amerikanska stationerna ABC, NBC och CBS delta, precis som Euronews, även om den Lyon-baserade organisationen inte erbjuder några egna nyhetsinslag.

Det gör däremot alla de andra europeiska medlemmarna. Nyhetsutbytet inom EVN fungerar så att medlemmarna erbjuder varandra oredigerat bildmaterial, producerat av deras egna nationella nyhetsredaktioner, som sedan kostnadsfritt får användas i nationella nyhetssändningar i medlemsländerna. 1997 utbyttes omkring 23 000 inslag, vartera ungefär två minuter långt, på detta sätt. Av dessa låg SVT bakom 691, vilket inte är ett obetydligt antal med tanke på att de fyra franska medlemmarna tillsammans stod för 1099 (och att 1029 inslag kom från de italienska hovleverantörerna av påvliga nyheter).

Inslagen från EVN passerar från ett nationellt nyhetsrum till ett annat genom åtta schemalagda sändningar per dag. Extrasändningar sker om så är nödvändigt. Fram till 1997 roterade uppgiften att välja inslag till sändningarna mellan medlemmarna och en erfaren journalist spelade rollen som redaktör på EVN en eller två veckor per år. Därefter har

⁷ Tony Naets, EBU Head of TV News Division (Cohen et.al. 1996).

antalet "gatekeepers" sjunkit till en handfull, även om de fortfarande arbetar från sina hemmabaser i Haag, Paris, Dublin och Oslo, istället för från EVN:s administrativa högkvarter i Genève.

Före övergången till digitalisering i augusti 1998 kostade en tio minuters överföring via en av de tolv analoga kanaler som kontrolleras av European Broadcasters Union (som innefattar EVN) 10 000-15 000 kronor. Till skillnad från de västeuropeiska medlemmarna klarade många TV-bolag i fattigare delar av världen inte av att täcka dessa tekniska kostnader. Tack vare ekonomiskt stöd från EVN-medlemmar i de rikare länderna i norr och genom institutionella åtgärder som ett svar på TV-nyheters globala spridning, kan nu EVN samarbeta och utbyta nyhetsmaterial med mindre bemedlade bolag och nyhetsorganisationer såsom Asian Broadcasting Union och Arabsat. En internationell forskargrupp som studerat EVN:s verksamhet och användandet av dess material påpekar att dessa arrangemang ifrågasätter tesen om "mediaimperialism", som var i ropet under 1960- och 1970-talen och enligt vilken västerländska mediainstitutioner och intressen dominerade det globala mediasystemet och därmed på ett otillbörligt sätt påverkade ekonomier och kulturer i tredje världen (Gurevitch et.al. 1991:198—9, Gurevitch 1996, Cohen et.al. 1997). De menar att

... the era in which two or three global news agencies dominated the flow of world news from bases in London, Paris or New York is, perhaps, gradually being superseded by one in which Tokyo and Kuala Lumpur (the coordinating centres for Asiavision) play a role more on a par with the one played by the centers of the EBU news exchange system in the various European capitals.

(Gurevitch et.al. 1991:199)

I dessa institutioner kan man urskilja en drivkraft mot den globala byn. Då samma bildmaterial kan användas i olika nationella nyhetssändningar, finns förutsättningar för att tittare i olika länder ska kunna forma liknande föreställningar om världen och de krafter som verkar inom den. Och själva samarbetet — de dagliga konferenserna där journalister från olika medlemsstater diskuterar vilket material som ska ingå i sändningarna — kan bidra till framväxten av en delad yrkeskultur med en ny gemensam nyhetsvärdering. Eurovision News Exchange, och dess motsvarigheter på andra kontinenter, har med goda skäl kallats "den globala nyhetsredaktionen".

EU presenterar "Television utan gränser" och Euronews

Om EVN bidrar till mediainternationalisering på en professionell och institutionell nivå, kan EU anses försöka åstadkomma något liknande på den politiska nivån. En 300 miljoner stor paneuropeisk publik, som inte längre är målgrupp endast för skyddade nationella programföretag, trädde fram under 1990-talet. Från EU:s sida är man väl medvetet om detta, och om det faktum att medan det fortfarande återstår för denna publik att bli ett integrerat europeiskt folk, utgör den redan en massmedial konsumentmarknad som öppnar sig allt mer för internationell konkurrens och kommersiella krafter (Østergaard 1997:ix). Det politiska svaret har dock varit tvetydligt. Protektionism har förespråkats vid vissa tillfällen och frihandel vid andra.

I slutet av 1989, då Berlinmuren föll och taggtrådsstängslen runt Östeuropa revs ned, inte av NATO-soldater utan av västerländska medier, enades EU om ett direktiv som symboliskt nog kallades "Television utan gränser". Huvudmålet i direktivet, vilket baserades på den Europeiska Kommissionens förslag från 1984, var att skapa de nödvändiga förutsättningarna för fri rörlighet för TV-sändningar inom EU.⁸ Tillsammans med MEDIA-programmet — EU:s huvudsakliga stödform för den audivisueella industrin — var tanken att man skulle befrämja utvecklingen av program med en "europeisk dimension" samt den "transnationella distributionen" av europeiska program och, på detta sätt, även framväxten av en gemensam europeisk kulturell identitet.⁹

Mot denna bakgrund startades Euronews, som kallats det europeiska svaret på CNN, av ett EU som på grund av sina ofta abstrakta och utdragna processer endast sällan var föremål för journalistisk rapportering och därför ville skapa en bild av sig själv i TV-rutan (Machill 1998:428). På Euronews högkvarter i Lyon arbetar journalister i samma redaktion, under samma redaktör och med samma råmaterial, med att sammanställa fem olika program per skift på tyska, franska, engelska, spanska och italienska.

Men kanalens *raison d'être* var inte bara dess bidrag till europeisk integration. Den var också en av flera strategier för att "skydda" Europa från en flod av amerikanska TV-bilder (ibid.:429), detta mot bakgrund av det ökande handelsgapet mellan USA och Europa inom den audivisueella sektorn.¹⁰ Genom att föreslå en 50 procentig kvot på importerade program avsåg EU med sin policy att överskrida endast vissa gränser.

Européerna, ledda av fransmännen, åkte till GATT-förhandlingarna 1993 (Uruguay-rundan, se kapitel 2) med en kulturprotektionistisk hållning i sina portföljer. Deras

⁸ <http://europa.eu.int>

⁹ Direktivet uppdaterades 1995 med hänsyn till nya teknologiska utvecklingar och förändringar på marknaden.

¹⁰ 1995 hade USA ett överskott på 6.3 miljarder dollar till den europeiska audivisueella sektorn.

ståndpunkt var att den Europeiska gemenskapen EG, precis som en gammaldags nationalstat, hade ett kulturellt rum som den hade rätt att försvara, inte minst genom att skydda den inhemska audivisuela produktionen (Schlesinger 1997:371). Amerikanerna hade en annan syn på kultur och hävdade att en kulturell produkt är en vara som likt andra varor kan köpas och säljas på den internationella marknaden.

Sedan dess har dock ett antal av de trender, som tidigare beskrivits i detta kapitel, tillsammans lett till en förskjutning i den officiella europeiska hållningen. Avregleringen och den allmänna liberaliseringen av marknader inom telekommunikation har övertygat eurokraterna om att det bästa sättet att främja ett starkt, integrerat Europa kanske inte är att skydda nationella audivisuela industrier utan att förbättra förhållandena för europabaserade industrijättar som Havas, Alcatel, France Télécom och Deutsche Telekom (Machill 1998:441). Digitaliseringen och konvergensen mellan etermedia har också bidragit till att kvotpolitiken nu anses vara föråldrad, då tittarna snart kommer att ha tillgång till 500 kanaler. Europas gemensamma kommunikativa rymd betraktas i huvudsak inte längre som kulturell utan snarare som teknologidrivna. Kulturella skillnader mellan Europa och USA kvarstår dock ty, som det heter på EU:s hemsida, medan amerikanerna talar om "information superhighways", föredrar européer att använda begreppet "information society".¹¹

Trots denna metaforiska skillnad var stämningen en helt annan, då representanter från världens 29 rikaste nationer möttes under 1998 års förhandlingar om "Multilateral Agreement on Investment" (MAI) än den varit under Uruguay-rundan. Kritiker befärar att överenskommelsen kommer att ha en dramatisk inverkan på de länder som begränsar utländska investeringar för att skydda inhemskt producerade medier, underhållning och informationstjänst. Man är orolig för att nationella kulturella intressen och intellektuell äganderätt hotas. Så medan de europeiska lagstiftarna får finna sig i att följa sina amerikanska motparter på vägen till den audivisuela marknadens liberalisering, har journalister världen över förbundet sig att kämpa mot MAI.¹²

"Inget utträde ur den globala byn"

När man ska bedöma medias roll på den internationella nivån, bör man vara noga med att varken överdriva en enskild aktörs inflytande eller det nya i situationen. Det är trots allt så att den globala byn länge har haft sin djungeltelegraf: internationella nyhetsbyråer har

¹¹ <http://europa.eu.int/pol/infso/en/infso>.

¹² International Federation of Journalists, <http://www.ifj.org>.

funnits i över 150 år (Johnston 1995). Man bör också vara försiktig med att uttala sig om orsakssamband, då det är omöjligt att fastställa om internationaliseringen av medierna är en konsekvens av ömsesidigt ekonomiskt beroende eller en drivande kraft bakom detta. Mycket tyder på att detta är en hönan-och-ägget-situation.

Det finns dock övertygande skäl för slutsatsen att vi nu befinner oss i en kvalitativt ny historisk situation, i vilken informationsteknologin intar den centrala positionen. Etermedierna har förenats med datateknologin för att ge oss, om inte det omtalade fönstret mot världen så åtminstone en öppen patiodörr. Vi kan välja att ta steget över tröskeln eller stänga dörren och vända blicken inåt.

De ekonomiska och politiska dagordningarna har sammanstrålat så att våra liv nu är till brädden fyllda med prylar och informationsflöden, vilket suddat ut gränsen mellan information och underhållning. Positivt eller negativt: medierna utgör en förändringskraft i internationellt liv som kan ta McLuhans globala by ut ur science fictionens fantasivärld och in i våra vardagsrum.

Men staten har inte vittrat bort. Till och med för Castells, som hävdar att teknologiska innovationer underbygger den globala kapitalistiska omstrukturering som är kärnan i internationaliseringsprocessen, är den centrala roll som staten spelar i denna process tydlig. Ställda inför samma problem har samhällen reagerat olika och detta som en följd av särarterna i deras historia, kultur och institutioner. Informationssamhällen världen över är alla lika på så sätt att de är kapitalistiska och integrerade i ett globalt kapitalistiskt system, men samtidigt skiljer de sig åt i kulturellt och institutionellt hänseende (Castells 1996:13—20).

Kulturell mångfald är just det som UNESCO-konferensen i mars 1998 önskade säkra. Väl medvetna om de teknologiska och ekonomiska trender som beskrivits ovan har författarna till bakgrundsdokumentet uppenbarligen uppfattat denna mångfald som hotad.

Kulturens makt — ett ryck tillbaka till det nationella samhället

En växande mängd tecken tyder på att den oro som UNESCO uttrycker är överdriven. Trots ökningen i antalet globala kanaler visar aktuella uppskattningar att det nationellt baserade TV-tittandet svarar för 94 procent av det totala tittandet i Europa (Schlesinger 1997:384). CNN:s expansion in i spansk- och tyskspråkiga sändningar kan ses som en spegling av det hot som *nationella* medier, pådrivna av teknologisk innovation och demokratins utspridning världen över, utgör mot *globala* företag. Den globala publiken — om den nu någonsin existerat — kan löpa risk att fragmenteras.

För att förstå denna till synes motstridiga utveckling måste vi anlägga ett annat perspektiv och förflytta vår blick från den producerande sidan till den mottagande. Tidigare i detta kapitel nämndes att McLuhan har ställts till svars för sin teknologiska determinism: kritiker har hävdats att mediet *inte* är budskapet. Budskapet finns i texten och i den innebörd som det ges av läsaren, lyssnaren eller tittaren. Om man fokuserar på frågan om innebörd — frågan om hur bilder av den internationella miljön görs begripliga av publiken i olika nationella kulturella omgivningar — framkommer det att medier lika väl kan spela en konservativ som en omvandlande roll i internationaliserat politiskt liv.

Nyhetsexternas förändrade karaktär — från verbalt till visuellt

Som påpekades tidigare har det faktum att TV-nyheter är ett bilddrivet medium vissa konsekvenser. På grund av de fotogeniska kvaliteter som spektakulära bilder av dramatiska händelser har, tenderar dessa att dominera den skildring vi får av vår internationella omgivning, detta på bekostnad av inblickar i mer vardagliga frågor och osynliga processer. Då bilder köps och säljs på en allt mer konkurrensutsatt global marknad, är en viss homogenisering i rapporteringen ofrånkomlig. Väpnade konflikter, naturkatastrofer, och färgrika tvister ”säljer” överallt. Bilder på raserandet av Berlinmuren, Ceaucescus lik i snön, grymheterna på Balkan och massörjandet av prinsessan Diana har blivit delar av vårt gemensamma europeiska kulturarv.

Att bilder kommit att definiera vår omvärld för oss — och, som UNESCO-dokumentet uttrycker det, ”oss själva liksom även våra handlingar” (UNESCO 1998) — har även andra konsekvenser, som snarare drar oss bort från den globala byn. Som strax ska visas finns det goda skäl att hävda, att ett nyhetssystem baserat på visuellt material kvalitativt skiljer sig från ett system byggt på verbala nyhetssändningar. Detta då visuella texter är mer ”öppna” än verbala.

Verbala texter, som exempelvis nyhetsartiklar i den tryckta pressen, tenderar att vara ”stängda”, då informationen presenteras på ett sådant sätt att läsaren ska ledas fram till en given slutsats. Visuella material (”visuals”) däremot — särskilt det slags oredigerade bildmaterial med endast naturligt ljud som utbyts inom EVN — är ”öppna” texter, vilket innebär att de är möjliga att tolka på flera olika sätt (Gurevitch 1991). Inte nog med att en bild kan säga mer än tusen ord, den kan även berätta ett dussin olika historier och detta på ett kvalitativt annat sätt än en tidningsartikel.

"Domesticating the foreign"

UNESCO-dokumentet representerar ett kulturpluralistiskt perspektiv i dess normativa form. Med andra ord hävdar man i dokumentet att kulturspecifika särdrag, värderingar och uppfattningar *bör* främjas och skyddas mot ett globalt "likformighetsvirus" som sprids av ekonomiska och teknologiska bakterier.

Ett kulturpluralistiskt perspektiv förekommer även inom den akademiska världen bland forskare som intar en analytisk snarare än en normativ ståndpunkt och visar att nationella kulturer har varit anmärkningsvärt motståndskraftiga i internationaliseringens tidsålder. Framsteg inom mediaforskning, särskilt i fråga om s.k. mottagarstudier, har kunnat åberopas som stöd för detta perspektiv. En rad studier har visat att olika auditorier har olika referensramar och applicerar sina egna synsätt på mediatexter och genom detta motstår, omtolkar och omformar utländska, "hegemoniska" kulturprodukter (Sreberny-Mohammadi 1996:181). Med andra ord, medan kulturimperialismens tes från 1960- och 1970-talet ofta såg internationella kommunikationsflöden som doser av amerikanska värderingar som injicerades i sårbar icke-amerikansk publik, har 1980-talets "mottagarstudier" bidragit till en mer nyanserad syn på internationell kommunikation på 1990-talet. Publiken antas nu aktivt göra "utländska" händelser begripliga genom att tolka dem genom kulturspecifika ramverk. Följaktligen har de teknologiska, ekonomiska och institutionella trender, som behandlades i den första delen av detta kapitel, ironiskt nog bidragit till en visuell mediakultur i vilken innebörden av händelser som dokumenterats på bild är mer öppen för tolkning utan hjälp av journalister än vad den varit under tidigare decennier. Ett sätt att uttrycka innebörden i denna paradoxala utveckling är att säga, att internationaliseringen i detta hänseende har bidragit till att förstärka snarare än att försvaga nationella perspektiv.

Denna utveckling har visats i studier av användningen av nyhetsinslag från EVN i nationella sändningar. Cohen, Levy, Roeh och Gurevitch gjorde en innehållsanalys av 2569 nyheter sända i nationella program i 18 av EVN:s medlemsländer. Fastän varje inslag som utväxlades inom EVN under den undersökta perioden fick plats i nationella nyhetssändningar, något som tyder på likhet i nyhetsvärdering, förekom inte ett enda inslag som användes av samtliga medlemmar. I undersökningen fann man också att de inslag som användes mest frekvent tenderade att vara "hårda", ofta "breaking"-nyheter, vilket bekräftade det mönster som beskrivits i den första delen av detta kapitel. Mer intressant är att de fann, att

... while the same visual materials might be used by editors in different countries, the final shape of the stories they are telling, their narrative and thematic structures, and the

meanings embedded in them remain in the hands of the editors working with different national audiences in mind.

(Gurevitch 1991:204)

För att förklara de nationella skillnaderna i användningen av material från EVN föreslår de begreppet "the domestication of the foreign". Detta syftar på en tendens hos nationella TV-kanaler att rapportera om internationella händelser på ett sätt som gör dem mer bekanta, lättbegripliga och tolkningsbara för deras publik. Resultaten av EVN-studien fick författarna att varna för "naiva" universalistiska antaganden och de hävdar att denna tendens att "domesticate" utrikesnyheter kan betraktas som en motsatt riktad kraft — ett ryck bort från globaliseringen (ibid.:207).

Dessa slutsatser ligger i linje med den ökande mängden forskning som visar att samma internationella händelse skildras på olika sätt i olika länder. En sådan studie visar att utbrottet av CJD, "galna ko-sjukan", i mars 1996 skildrades olika inom ett antal medlemsstater i samma politiska union, d.v.s. i fransk, tysk, svensk och brittisk public service-television. I nyhetssändningar i de tre förra länderna skildrades paniken som ett i första hand brittiskt problem, och ett intryck av brittisk nonchalans i frågan skapades. I BBC:s rapporter däremot handlade bevakningen mer om ekonomi och politik än om hälsa och konsumentssäkerhet. Den version som gavs britterna var inte den om människor som led av en svår nervsjukdom orsakad av smittat kött utan en om ruinerade brittiska bönder och en problemtyngd köttindustri. Här var inte Storbritannien boven i dramat: det var EU som gjorde livet svårt för britterna (Hellman och Robertson 1997b:17—18).

En annan studie visar att två olika former av berättande kan utskiljas i de militärt allierade staterna Storbritannien och Västtyskland i medierapporteringen om kontroversen kring spridningen av kärnvapen under det tidiga 1980-talet. Den ena handlade om ett starkt, beslutsamt Storbritannien som tog strid med en utländsk tyrann. Det var en berättelse med ursprung i det andra världskriget (om inte tidigare), med den brittiska fredsrörelsen i rollen som vilseledd fredsmäklare — en roll som Chamberlain hade spelat under tidigare perioder. Den tyska berättelsen, däremot, var en berättelse om civilkurage, om medborgare av alla slag som tillsammans protesterade mot den inhemska regeringen, när denna i folkets namn begick något som framstod som orätt. Även denna historia kan spåras tillbaka till 1930-talet. Då var dilemmat detsamma men intrigen en annan (Robertson 1992).

Det är inte bara historien och den politiska kulturen som fungerar som filter i televisionens nyhetsrapportering. Det finns belegg för att även språkliga skillnader har betydelse för vilken information som når tittarna. En innehållsanalys av nyhetsnotiser skrivna av journalister som arbetade med samma material under samma skift på Euronews

visar, att både format och informationsinnehåll varierade utifrån det språk som notisen var förebredd på. Informationsinnehållet var lägst i den franska varianten och högst i den tyska, med de spanska, italienska och engelska versionerna någonstans emellan de två extremerna (Machill 1998:431—435).

Castells kan därför ha en poäng när han hävdar, att det i sökandet efter förståelse för de senaste årens globala förändringar är nödvändigt att fokusera på fler faktorer än strukturella likheter relaterade till ett till stor del gemensamt tekniskt-ekonomiskt paradig. Historiska och kulturella särdrag måste med andra ord tas med i beräkningen (Castells 1996:21—22). Man bör hålla i minnet att världshändelserna är grund för historier som berättas på skilda sätt i olika länder.

Var hamnar då den globala nyhetsredaktionen? Kanske i Lyon, fastnaglad mellan global marknad och politisk vision, där ett gemensamt utgångsläge för de ansvariga journalisterna i kombination med olika språk och kulturella bakgrunder, resulterar i olika versioner av internationella händelser. Euronews kan vara det nya millenniets modell.

Utsikterna för demokrati och jämlikhet i den globala byn

Politikens internationalisering har spritt demokratiska värden över jorden. Som en iakttagare uttryckte det, är BBC World Service inte längre samma ovärderliga källa till information som det var under det kalla krigets dagar, av den anledningen att det idag är få platser där människor inte kan se TV som är fri från statlig kontroll (*The Economist* 1998c:20).

Dock har närmare 500 journalister dödats under 1990-talet, och det berodde inte alltid på att de fastnat i korselden i någon krigszon. Enligt International Federation of Journalists (IFJ) är journalister ofta måltavlor för myndigheter som motarbetar ett öppet samhälle.

Som framhölls i kapitel 1 kan samhällsinternationalisering komplicera demokratin. IFJ är en av dem som kritiskt granskar den. Förutom att noggrant hålla räkning på journalister som dödats i tjänst följer IFJ informationssamhällets utveckling. Samtidigt som man applåderar teknologiska framgångar, som kan stärka demokratin och främja folkets deltagande i beslutsprocessen, varnar denna organisation av journalister för att utvidgningen av "the information superhighway", om den fortsätter att drivas fram av teknologin och marknaden, kan ge mediakonglomerat ett otillbörligt politiskt inflytande, göra mediaproduktionen inriktad på underhållning istället för information och öka gapet mellan världens rika och fattiga.¹³

¹³ "Access and Pluralism in the Information Society", International Federation of Journalists, <http://www.ifj.org>.

Det är allmänt erkänt att ett demokratiskt samhälle behöver ett fritt flöde av information och en bred offentlig debatt för att medborgarna ska kunna fatta upplysta beslut i politiska frågor. Däremot råder det delade meningar om huruvida dessa demokratiska förutsättningar bäst tillhandahålls av staten eller av marknaden, eller genom en kombination av de båda (och i så fall i vilken proportion). Den utveckling som beskrivits på förgående sidor visar, att dessa frågor är mer aktuella nu än någonsin tidigare. Den sista delen av detta kapitel kommer att belysa vissa frågor som måste tas i beaktande, om man försöker fastställa den inverkan internationaliseringen av medier kan ha på demokratin.

Den offentliga sfären i informationsåldern

Mediakonglomerat kan utöva politiskt inflytande på olika sätt. I Italien utnyttjade Silvio Berlusconi sitt kommersiella TV-monopol för att föra fram sig själv till den politiska makten. I Storbritannien har en omfattande mediaforskning kritiserat de nära banden mellan Rupert Murdochs pressimperium och det konservativa partiet, vilket regerade oavbrutet i 18 år fram till 1997 (då riktades intresset istället mot Murdochs band till det nya regeringspartiet Labour) (Negrine 1989, 1996, Curran och Seaton 1988, *Independent on Sunday*, 981011). Och i världspolitiken tillskrivs ofta CNN den mäktiga rollen som "televisionsdiplomat", särskilt i den offentliga dialogen mellan motsträviga parter i Mellanöstern och den amerikanska regeringen.

Detta avsnitt handlar inte om dessa uppenbara fall av politiskt inflytande, snarare om vad teknologisk innovation, marknadsliberalisering och ökad ägarkoncentration inom mediabranschen betyder för hur man talar till publiken.

De kan ha stor betydelse. När nyhetsmakeri blir en ekonomisk snarare än en politisk fråga — en angelägenhet för globala mediamoguler istället för nationalstater — tenderar tittarna att tilltalas som konsumenter med en livsstil snarare än som medborgare med politiska preferenser. Med den globala expansionen av mediaföretag och vågen av specialiserade satellitkanaler, som bara sänder nyheter, musik, sport eller film, har den globala publiken omgrupperats utifrån sociologiska kriterier snarare än nationella. Prognosen är att den relativa minskningen av nationella public service-företag kommer att utmynna i transnationella nischer som omstrukturerar de europeiska konsumtionsmönstren (Schlesinger 1997:380).

Om svenskar från alla olika samhällsklasser samlades framför TV-apparaten för att se Rapport för tjugo år sedan, är det följaktligen idag mer troligt att tonåringarna i familjen tittar på MTV:s Top Selection i sina sovrum, samtidigt som föräldrarna informeras eller

underhålls av det TV-program som står på i vardagsrummet eller i köket, vilket ofta är beroende av vilken samhällsklass de tillhör. Detta är ett mönster som upprepas av tonåringar och föräldrar i sovrum, vardagsrum och kök världen över. Det är mer troligt att de ser program och reklam av samma slag som människor från samma grupp och socialklass i andra europeiska länder, än av samma slag som människor från en annan grupp och socialklass i Sverige. Och det är mer troligt att de tittar på TV ensamma än tillsammans med familjen (se fotnot 1), vilket är något som sociologer kallar "atomiseringen" av samhället. Människors medvetenhet om världen omkring dem styrs på så sätt mindre av ideologi än av marknadsandelar; mindre av val av politiskt parti än av val av livsstil; mindre av kollektiva värden än av individuella preferenser. Masskommunikation tillhör det förflutna. Denna individualisering av TV-utbudet är ett av internationaliseringens karaktärsdrag (Schlesinger 1997, Aldrich 1998). Det hävdas ibland att detsamma sker med nyhetstidningar som allt mer övergår i livsstilsmagasin, med "mjuka" nyheter som ersätter de "hårda" (Aldrich 1998:118).

När konsumenten ersätter medborgaren, handlar inte längre nyheter om "vi" (det svenska samhället) och "dem" (utlandet) utan istället om "dig", som till exempel syns i inslag som informerar publiken om att den amerikanska medicin som botar din impotens kommer att tillåtas för försäljning i Sverige, eller som tipsar om du ska sälja dina aktier eller ha is imagen och vänta ut stormen på marknaden, eller berättar vad en ny dagisreform innebär för din hushållsekonomi (*The Economist* 1998c:21).

Kommentatorer varnar för att den parallella utvecklingen av digitalisering och vertikal integration medför, att nyhetsbranschen blir mindre av ett yrke och mer av en tillverkningsprocess. Mot bakgrund av den ökande globala konkurrensen kan nämnas ett fenomen, som i den anglosaxiska litteraturen betecknas som "water-coolism" men som i skandinaviska sammanhang lämpligen kan kallas "kaffeautomatism". Uttrycket syftar på en plats där kontorspersonalen står och diskuterar dagens aktuella frågor — om det nu är den amerikanska presidentens förehavanden med vita hus-praktikanter eller alkoholkonsumtionen hos det svenska Vänsterpartiets ledare. I en allt mer konkurrensutsatt nyhetsmiljö har inte redaktörer råd att ignorera sådana historier och de investerar i dem på bekostnad av "riktiga" nyheter (*The Economist* 1998c:21).

Som nämndes tidigare råder det olika uppfattningar om huruvida det är bäst för demokratin med medier som är reglerade och statligt finansierade eller med "vakhundsinstinkterna" hos privatägda medier. Båda argumenten har blivit allt mer problematiska på senare år. Integreringen av ekonomiska och politiska dagordningar — ännu ett av internationaliseringens karaktärsdrag — har gjort det allt svårare att identifiera var den politiska makten egentligen ligger. Ett växande antal överstatliga organ påverkar idag

samhället och politiken inom staterna, och den medborgare som strävar efter att hålla sig välinformerad måste följa med och förstå sig på verksamheten i en förvirrande stor samling statliga och icke-statliga organisationer. Journalisternas oförmåga att hantera denna komplexitet, och ägarnas obenägenhet att i nyhetssändningar ge utrymme åt redogörelser för sådana processer på bekostnad av "sexiga" bilder av väpnade konflikter eller glimtar ur politikens privatliv, gör det svårt att förverkliga den vision av den välinformerade medborgaren som demokratiteorin vilar på.

Min egen syn på detta är att både public service och kommersiella medier behövs i en internationaliserad politisk miljö, men också att båda alternativen har sina nackdelar och därför kontinuerligt bör vara föremål för kritisk granskning. Särskild uppmärksamhet bör ägnas åt vad utvecklingen på den gemensamma europeiska marknaden kan betyda för möjligheterna att komma till tals i politiken. I de flesta europeiska länder har medborgarskapet än så länge skyddat kulturella minoriteters rättigheter. Vilkas intressen kommer den framväxande telekommunikationsmarknaden att tjäna? Kommer de dominerande etniska grupperna att gynnas, eller kommer mångfalden av europeiska röster att komma till tals? (Schlesinger 1997:380, 382, 385).

Jämlikhet i tillgång — nord/syd, rik/fattig

Som resultat de ekonomiska och teknologiska framsteg som beskrevs i den första delen av detta kapitel har de regionala skillnaderna i tillgång till information minskat dramatiskt. Man behöver inte längre besöka centralstationen i en huvudstad för att köpa en utländsk tidning, då publikations- och distributionsarrangemang har gjort dem tillgängliga utanför kosmopolitiska centra. Där de ännu inte finns tillgängliga i tryck, kan de nås i elektroniska form via Internet. Globala medier har även nått länder i tredje världen, vilka tidigare lidit av informationsunderskott, tack vare att ekonomiska intressen har blivit varse den tredje världens potentiella köpkraft, vilken kan aktiveras via satellit (Sreberny-Mohammadi 1996:197). Som resultat av detta kan nu publiken i syd ta del av CNN, BBC World, MTV, Star TV och India TV. Vissa kommentatorer har hävdats att konkurrensen från satellitkanaler har stärkt det demokratiska deltagandet i ett land som Indien. Före introduktionen av de nya kanalerna dominerades den indiska televisionen av bilder på politiker som klippte av band. Nu har den blivit mer sevärd, och vissa ser detta faktum som en anledning till det ovanligt höga valdeltagandet 1996 (*The Economist* 1998c:20). Spridningen av televisionen på bekostnad av de tryckta medierna har även inneburit att analfabetismen inte längre är ett hinder för att nå kunskap om världen utanför.

Entusiaster menar att även Internet har möjlighet att radikalt förstärka icke-statliga organisationer, s.k. NGOs, och göra visionen om ett globalt civilt samhälle till verklighet (Frederick 1993, Castells 1997, Hamelink 1995). NGOs och nya social rörelser tenderar att bestå av volontärer som saknar ekonomiska möjligheter att regelbundet möta åsiktsfränder från andra ställen på jorden. Tryck- och distributionskostnader har också gjort det svårt för dessa grupper att sprida sina budskap. Men elektronisk kommunikation har förändrat allt detta, hävdas det:

New communications technologies now facilitate communication among and between national civil societies, especially within the fields of human rights, consumer protection, peace, gender equality, racial justice, and environmental protection ... The development of communications technologies has vastly transformed the capacity of global civil society to build coalitions and networks.

(Frederick 1993:285)

Ett sådant nätverk, vars arbete tenderar att överskuggas av prinsessan Dianas personliga engagemang, är en sammanslutning av ett tusental organisationer kallad International Campaign to Ban Landmines. Den och dess koordinator Jody Williams tilldelades 1997 Nobels fredspris. Zapatista-rörelsen — känd som den första "informationella" gerillarörelsen — som spred sitt budskap till världen med hjälp av en powerbook och ett modem från Lacandonskogen i Mexico, är ytterligare ett exempel på denna trend och kanske det mest omtalade (Castells 1997). Även under UNESCO-konferensen i Stockholm användes modern informationsteknologi. Privatpersoner världen över hade möjlighet att följa konferensen över nätet och kunde själva bidra med inlägg via en chat-grupp som bildats för detta tillfälle.

Den lysande demokratiska potentialen i en sådan utveckling har dock en baksida, som inte alls har samma glans. Medan medelklassen i utvecklingsländerna har blivit allt rikare, har de fattiga blivit allt fattigare, och en betydande del av befolkningen har ingen TV som kan motverka dess analfabetism. Endast fyra procent av världens datorer finns i tredje världen (Hamelink 1995:62) och stora brister inom telefoni medför, att även om en dator skulle doneras till något fattigt samhälle i Afrika och Asien, skulle Internet vara utom räckhåll. Den direkta övergång från en muntlig till en elektronisk kultur, som sker i många utvecklingsländer, innebär att det mellanliggande stadiet av tryckerikultur och allmän läs- och skrivkunighet hoppas över, vilket är något som kan få allvarliga konsekvenser. Som Sreberny-Mohammadi påpekar:

[I]f print is connected to the development of rational logical thinking (Ong), to the development of modern ideologies not linked to church or aristocracy (Gouldner), and the growth of a public sphere, open debate and active citizenry (Habermas), then the limited if non-existent development of this mode of communication in developing countries has profound political and social consequences which have barely been acknowledged.

(Sreberny-Mohammadi 1996:194)

Exemplet med tidningar på Internet — s.k. elektroniska tidningar — kan också användas för att illustrera den mörkare sidan av förhållandet mellan demokrati och teknologi. Elektroniska tidningar är vanligtvis en web-variant på publikationer som existerar i tryckt form. Det överväldigande flertalet tidningar — morgontidningar såväl som tabloider — är kommersiella vågspel och beroende av försäljning och annonsintäkter. Mängden nyheter i en tidning varierar med antalet annonser: ju fler annonser, desto fler artiklar.

I den tryckta versionen är förhållandet mellan nyheter och annonser ömsesidigt. På Internet är det annorlunda: där kan en annonsör publicera sin produkt utan att hyra utrymme av tidningen. På motsvarande sätt, medan konsumenterna fortfarande kan vara beredda att betala några kronor för en tryckt tidning, är de knappast villiga att betala för att ladda ned nätvarianten, då de redan betalar för datorn och telefonlinjen. Elektroniska tidningar behöver därför subventioneras av en tryckt "moder". Farhågor har dock uttryckts för att denna "modertidning" inte kommer att ha möjlighet att ge dessa subventioner på längre sikt. Pessimister hävdar att uppbyggnaden av en "information super-highway" hotar överlevnaden av den press som brukar anses nödvändig för god demokrati (Sparks 1996:45—46).

Brittisk forskning visar att elektroniska tidningar ofta läses från arbetsplatser (ibid.:52). Detta innebär att det är de välutbildade som har denna förmån, de som också har råd att köpa datautrustning och internetuppkoppling till hemmet. Dessa människor kan inte bara snabbt ögna igenom de senaste nyheterna, de kan också nå djupare förståelse genom att söka bakgrundsinformation i de tidningsarkiv som finns tillgängliga på nätet. Med ett klick med musen kan de utöka sin kunskap genom att konsultera ett överflöd av databaser och online-bibliotek. För dessa människor kan teknologisk innovation innebära att de blir mer välinformerade medborgare än vad demokratiteoretikerna någonsin föreställt sig. Busschaufförer, sjukvårdsbiträden, dagispersonal och städare, däremot, har i allmänhet inte tillgång till datorer på sina arbetsplatser, och de har inte heller alltid en tillräcklig disponibel inkomst för att kunna investera i dem privat.

Det är möjligt att finna belägg för en sådan trend i Sverige. Bland de 200 000 personer som besökte de stora partiernas hemsidor under den svenska valrörelsen 1998 var den

partipolitiska fördelningen ojämn. Enligt SIFO-undersökningar hade de icke-socialistiska partierna omkring 20 000 fler besökare än de traditionella arbetarpartierna (s och v). Om man studerar enskilda partier snarare än block, var det parti som hade flest besökare efter det styrande Socialdemokratiska partiet Miljöpartiet, vilket har sitt främsta stöd bland akademiker. Västerpartiet, fäste för arbetslösa och lågutbildade kvinnor med lågstatusjobb, hade betydligt färre besökare på sin hemsida (Carlbom 1998:A11).

Det finns dock tydliga indikationer på att situationen i de nordiska länderna är mindre dystert än på andra håll. Finland, Norge, Danmark och Sverige är världsledande när det gäller andel av befolkningen med internetuppkoppling.¹⁴ Ambitionen i Sverige är att göra Internet tillgängligt för skolbarn och biblioteksbesökare över hela landet oavsett deras bakgrund. Skillnader i användning av Internet är därför snarare en generationsfråga (och på så sätt ett övergående problem) än en social eller regional fråga (vilket skulle tyda på att problemet är mer varaktigt).

Trots detta finns i Sverige, liksom på alla andra håll, oro för att folk hellre investerar i underhållning — t.ex. i "svarta lådor" till sina TV-apparater — än i information. Då vi tidigare var tvungna att ta oss igenom en nyhetssändning och ett antal dokumentärer eller utbildningsprogram innan vi kunde se en film eller ett sportprogram på den enda tillgängliga kanalen — en markbunden public service-kanal — kan vi nu se sport, filmer och musikvideor dygnet runt. En ny offentlig sfär växer fram på denna våglängd, då tittare världen över kan följa Oprah Winfreys gäster när de förvandlar privata angelägenhet till offentliga debattfrågor i en ny form av internationellt samhälle.

En konsekvens av mediernas internationalisering kan alltså bli att de välbärgade och högutbildade koncentrerar sig på att bli bättre informerade, samtidigt som den lågutbildade arbetarklassen allt mer ägnar sig åt underhållning.

Frågor för framtiden

Kommer kommunikationsrevolutionen att resultera i en återupplivad offentlig sfär och i framväxten av ett genuint globalt medborgarskap? Eller kommer den att leda till en fragmentisering av samhällen och en "atomisering" av publiken? Kommer människorna inte vara annat än konsumenter som passivt sitter framför sin hemelektronik, aktiva endast i sina val av produkter, eller kommer de att vara medborgare som agerar tillsammans för att förbättra sin politiska omgivning? Kommer förbättrad tillgång till information och

¹⁴ 1998 var antalet datorer med internetuppkoppling per 1000 invånare 98 i Finland, 67 i Norge, 41 i Sverige och 33 i Danmark. I Tyskland var antalet 14. (Keskikangas 1998).

kommunikation att utsträckas till alla delar av världen, eller skapar internationaliseringen av medierna, liksom internationaliseringen i allmänhet, en mångfald för en tredjedel av jordens befolkning, varifrån resten utesluts?

Syftet med detta kapitel har inte varit att besvara frågor som dessa utan bara att ställa dem och peka på några av de överväganden som man bör göra när de diskuteras. Det är dock tydligt att internationaliseringen av medierna inte har lett till en homogen världsbild eller till en gryning för ett globalt medborgarskap. Tvärtom: allteftersom kommunikationsteknologin blir bildstyrd eller multimedial, ökar sannolikheten för att globala händelser tolkas kulturspecifikt. Den spännande frågan är om de tolkande kulturerna kommer att förbli i huvudsak nationella eller om de snarare blir lokala eller klassmässiga.

Ett annat syfte med detta kapitel har varit att illustrera, att medierna inte är perifera i internationaliseringsprocessen: de utgör i själva verket en stor del av den. De faktorer som måste beaktas när man försöker förstå medier fångar egentligen internationaliseringsprocessen i ett nötskal, med dess växelverkan mellan ekonomiska imperativ, politiskt agerande och kulturell kontext. Vi gör klokt i att, som Castells, se slutet av millenniet inte bara som en internationaliseringens tid utan också — och kanske framför allt — som början till en ny era: informationsåldern.