

Hur medielogiken bidrar till den korta sikten

HANS BERGSTRÖM

The press is no substitute for institutions. It is like the beam of a searchlight that moves restlessly about, bringing one episode and then another out of darkness into vision. Men cannot do the work of the world by this light alone. They cannot govern society by episodes, incidents, and interruptions.

Walter Lippmann i *Public Opinion*, 1922

Två dagar efter sitt nederlag i det amerikanska presidentvalet 1984 sammankallade Walter Mondale en presskonferens för att meddela att han tänkte lämna politiken. Mondale gav sitt parti rådet att aldrig mer nominera en presidentkandidat som inte kunde dansa efter mediernas melodi. Mondale hade försökt föra kampanj på sakfrågorna och bl a påvisat att varje ansvarig president måste höja några skatter under den kommande fyraårsperioden, för att inte budgetunderskottet skulle rusa i väg. Men han klarade inte att få fram innehållet i sina bedömningar till väljarna. Mondale hade förberett ett sakfrågeinriktat budskap för varje dag av sin kampanj. Han höll samtidigt två-tre pressträffar per dag, då reportrarna fick ställa frågor. De förberedda sakbudskapen återgavs nästan aldrig i medierna. Journalisterna valde att förmedla helt andra saker, som de själva styrde.

I nästa presidentval, 1988, ställde Demokraterna trots Mondales råd upp med ännu en medial förlorare. I en självanalys två år efter nederlaget mot George Bush (som drev en hämningslös TV-baserad känslokampanj med den svarte våldtäktsmannen Willy Horton som huvudinslag) medgav Michael Dukakis att han inte hade förstått i vilken utsträckning nyhetsvärderingar styr en nationell valkampanj. "I said in my acceptance speech in Atlanta that the 1988 campaign was not about ideology but about competence ... I was wrong. It was about phraseology. It was about 10-second sound bites. And made-for-TV backdrops. And going negative."

Samma höst, 1988, sänktes den borgerlige huvudutmanaren Bengt Westerberg under den svenska valkampanjen, sedan han valt att

precisera även hur han ville betala en skattereform, nämligen med tusen kronor lägre grundavdrag för alla samt någon karensdag i sjukförsäkringen. Westerbergs TV-framträdanden blockerades av journalistexempel på hur skatten rentav kunde komma att höjas för deltidsarbetande och av åtföljande "gräl" med centerpartiet.

1990 föll en annan utmanare tungt, socialdemokraternas kanslerskandidat Oscar LaFontaine i det tyska förbundsdagsvalet. Han hävdade att återföreningen skulle komma att kosta, medan CDU:s Helmut Kohl lovade motsatsen. LaFontaine knockades i valet.

Ansvarsbärande och långsiktiga budskap har inte saknats i senare tiders valrörelser men de har regelmässigt massakrerats i mediekampanjen.

Helmut Schmidt var socialdemokratisk förbundskansler under åtta år (1974–82). Rolf Gustavsson gjorde en längre intervju med honom i Svenska Dagbladet den 16 oktober 1993. "Ni är ofta mycket kritisk mot dagens politikergeneration", påminde intervjuaren och ställde frågan "Är det kanske så att det har blivit svårare att bedriva politik?"

Schmidt landade i detta svar: "Öst–västkonflikten är i dag överspelad. Därför måste politikerna nu omorientera sig. Och detta är svårt för våra västliga demokratier, som har förändrats från samhällen där man läser böcker och tidningar till ytliga TV-demokratier. Detta har tyvärr förvandlat politikerna till populära opportunisterna som inte behöver gå på djupet i några frågor."

Följdfråga Gustavsson: "Är detta grunden till att det saknas den andliga dimensionen i politiken som Ni ofta efterlyser?"

Svar Schmidt: "Ja, det tror jag."

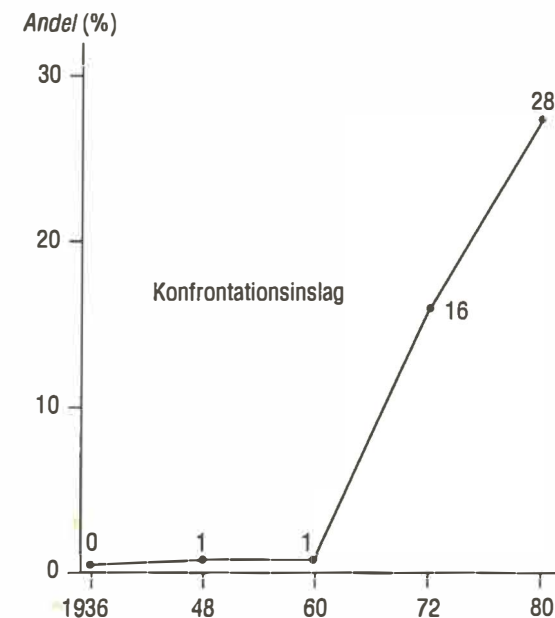
Mediernas inflytande allt större

Mediernas inflytande i den politiska processen har växt till i omfång och förändrats till karaktär. Det har växt av en rad skäl:

- Medierna har expanderat i volym, med televisionens genombrott och ökade utbud som särskilt karaktäriserande för vår tid.
- En rad alternativa former av kommunikation har samtidigt försvagats: egenkommunikationen (den personliga erfarenheten) som följd av frågornas växande komplicationsgrad och ekonomins globalisering, personkommunikationen (samtal och lärdomar i folkrörelser m m) som följd av partiernas och folkrörelsernas kris, den intellektuella vägen (läsning av böcker) genom bokhandelsns förfall, utstötningen av samhällslitteratur och televisionens ockupation av människors tidsbudget. 1948 och 1952 lyssnade 40 000 stockholmare på Vasaparksdebatterna mellan Tage Erlander och Bertil Ohlin; 1964 var antalet nere i 3 000.

- Allt fler väljare är medialt påverkbara, genom att allt färre har fundamentala politiska förankringar. Mindre än en tredjedel av medborgarna kan numera inrangeras i yrken som bildade den gamla klassbasen för partistrukturen: arbetare, bönder och kapitalägare. Andelen väljare som säger sig ha någon grad av identifiering med ett visst politiskt parti har de senaste tjugo åren minskat från två tredjedelar till mindre än hälften; detta trots att nya partier har tillkommit för nya politiska dimensioner (som miljö och invandringspolitiken). Hälften av ett urval väljare uppgav efter valet 1991 att de slutligt bestämt sitt val av parti först under loppet av själva valrörelsen; detta är en fördubbling av andelen sena röstbeslut bara sedan 1970-talet. Även rörligheten över blockgränsen har ökat på senare år, genom att socialismen (senast symboliserad av löntagarfonderna) försvunnit som stor fråga och blockbarriär. Allt det här ökar betydelsen av väljarnas information, fokus och intryck under en valkampanj och därmed makten för medierna.
- Samhällets auktoritetsupplösning gör det lättare än förr för journalister att få andra informationer och informationskällor än de officiella. Det är numera inte svårt att finna kritiska personer inom ett parti eller tjänstvilliga uppgiftslämnare inom en myndighet. De politiska ledningarnas kontroll över informationen har försvagats och därmed deras makt i förhållande till de medier som lever av information.

Figur 1.
Den nya journalistiken. Andelen inslag i Eko-sändningarna där det utdelas kritik mellan aktörerna 25-dubblades under 1970-talet. (Källa: Westerståhl/Johansson "Bilderna av Sverige")



- Den journalistiska frihetsgraden har i ett historiskt perspektiv växt. Mängden händelser, sensationer och informationer har ökat och därmed makten hos grindvakterna, de som väljer ut vad som ska förmedlas och hur. Journalistkåren har genomgått en stark professionalisering. Den har byggt upp en kraftfull egenföreställning om att journalister utgör en kår med en alldeles särskild och självständig samhällsroll, som är betydligt mer långtgående än att förmedla andras budskap eller att agera utifrån en tidnings deklarerade politiska linje. Partipressens nedgång har inte åtföljts av att normen objektiv rapportering etablerats i nyhetsförmedlingen. Den svenska journalistkåren har en mycket vidare ambition och egenuppfattning. Den nya journalistsynen på samhället tilldelar journalistkåren en unik roll, noterar svenska maktutredningen i sitt slutbetänkande (SOU 1990:44):

"Journalisternas uppdrag blir att ta ledningen ... tanken bygger på en alldeles speciell demokratiuppfattning. Det rör sig om en egenartad blandning av elitism och populism. Journalistens förmåga att genomskåda makthavarna blir avgörande för demokratin. Folket å andra sidan både upphöjs och mistros. Journalisten har folkets uppdrag att nå och förmedla den kunskap som folket inte förmår finna på egen hand. Samtidigt medför fokuseringen till avslöjandet att det också är journalisten som avgör vilken kunskap folket vill nå. Det blir journalisten och inte medborgaren som drar slutsatsen. Den allsidiga informationen får därmed stå tillbaka för hjälteådet."

I sin doktorsavhandling *Mäktiga massmedier* skriver professor Kent Asp: "Man kan skönja en mediokrati där aktörerna inom massmedierna på egen hand avgör vad den politiska debatten skall handla om, hur den skall tolkas och kanske också vilka slutsatser medborgarna skall dra av den."

Journalisternas långtgående uppfattning om den egna legitima samhällsrollen bekräftas av professor Lennart Weibulls senaste journaliststudie. Journalisterna har själva fått svara (se tabell 1) på en fråga om hur de bedömer olika gruppers inflytande över den uppmärksamhet som olika ämnen får i den politiska debatten.

Från text- till bildsamhälle

Men mediernas inflytande har samtidigt förändrats också till karaktär. Det har i mycket att göra med televisionens växt i förhållande till tidningarna, med bildens framryckning på bekostnad av texten.

Tabell 1.

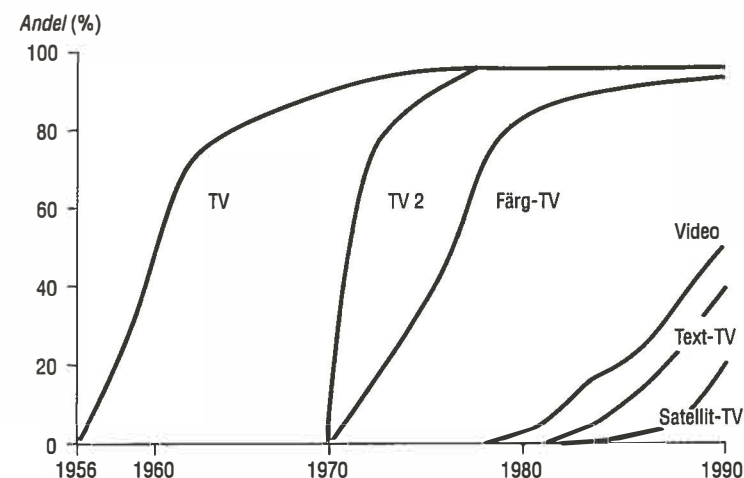
Andel journalister (%) som bedömer att olika grupper har "mycket stort inflytande":	
Journalister i press, radio, TV	60
De stora intresseorganisationerna	42
Regering och departement	37
Näringslivet	36
De politiska partierna	32
Offentliga myndigheter	18
Riksdagen	12
Folkrörelserna	7
Allmänheten	1

Olika medier har skilda huvudegenskaper. En brittisk studie säger följande om olika faktors betydelse för en tittares intryck av det som visas i en nyhetssändning i TV:

Mimik och plastik	63 procent
Tonfall	30 procent
Verbalt innehåll	7 procent

Mimik och plastik, dvs känslomässiga bildintryck, dominerar alltså hos televisionen. Men denna faktor finns inte hos radion och tidningen. Radion präglas av tonfallet och tidningen av innehållet (mimik, plastik och tonfall kan inte tryckas). En sak som bilden inte klarar att

Figur 2. Från text till bild. Tillgång till olika bildmedier bland befolkningen mellan 9 och 79 år. (Källa: Höijer, Nowak "I publikens intresse")



återge, till skillnad från texten, är abstrakta begrepp. TV-flimret visar inga tolkningsmodeller och tenderar därför att ge något bara till dem som redan vet. Som den norske maktutredaren och sociologiprofessor Gudmund Hernes uttryckt det: för den som väljer hur han skall klä sig har det föga värde att få veta att utetemperaturen är 32 grader, om han inte samtidigt vet om den mäts på en Fahrenheit- eller Celsiuskala. Texten har eftersinnande karaktär, bilden och ljudet påträngande. Texten utsätter sig mycket mer för kritisk prövning, eftersom den finns kvar för omläsning och omprövning. Bilden lämnar snabba känslospår och är sedan borta. Den är en konststart, en stämning, och bildar inte underlag för faktauppräkning eller analys. Televisionen är informationsfattig som medium, tidningen informationsrik.

Kent Asp har i "Mäktiga massmedier" undersökt hur mycket "beslutsrelevant information" som medborgaren får i olika medier. Han granskar tre variabler:

- *Informationstäthet*, andelen relevant information av det totala innehållet (ett mått på risken för att det viktiga drunknar i det ovidkommande).
- *Informationsbredd*, grad av förekomst av mängden teoretiskt relevanta argument i en fråga.
- *Informationsdjup*, dvs i vad mån ett medium tillhandahåller modeller och redskap som bidrar till att medborgaren själv kan analysera ny information, sätter in argument och händelser i ett sammanhang samt utreder orsaker och konsekvenser.

Asp finner stora skillnader mellan medierna: "I storstadsmorgontidningarna förekommer t ex sex-sju gånger så många argument – informationsbitar – som i Sveriges Radios nyhetssändningar."

Med skifte av medier följer också ett skifte i dominerande informationsegenskaper. Medier som i mindre grad än tidningen uppfattas för sitt språkliga innehåll har ökat sin andel av människors massmedietid. Enligt Mediebarometerns spenderade genomsnittssvensken 346 minuter på massmedier en genomsnittlig dag under 1992. 42 procent av tiden användes för medier som inte fanns ännu när vi fyrtilister växte upp: TV, video och kassett. Morgontidningen står nu för 6 procent av den dagliga mediakonsumtionen, etermedierna TV och radio för 71 procent. Fördelningen av den dagliga massmediatiden är den här:

lyssnande	45 procent
tittande	37 procent
läsande	18 procent

När televisionens explosiva genombrott i våra vardagsliv förenats med den nya journalistiken, "Watergateavslöjarens", har den samlade effekten blivit dramatisk. Till en del har det varit på gott; mediernas genomlysning av olika maktboningar har blivit mycket mer respektlös. Detta har skärpt kontrollmekanismerna i vårt samhälle. Risken att hängas ut i massmedierna är numera en betydligt större farhåga och anledning till varsamhet med mutor och maktmissbruk i svenska etablissemang än eventuella varningar från JO eller finansinspektion. Men massmediernas roll är mycket mer omfattande än den goda vakthundens. Medierna omskapar villkoren för debatt, politik och samhällsförståelse.

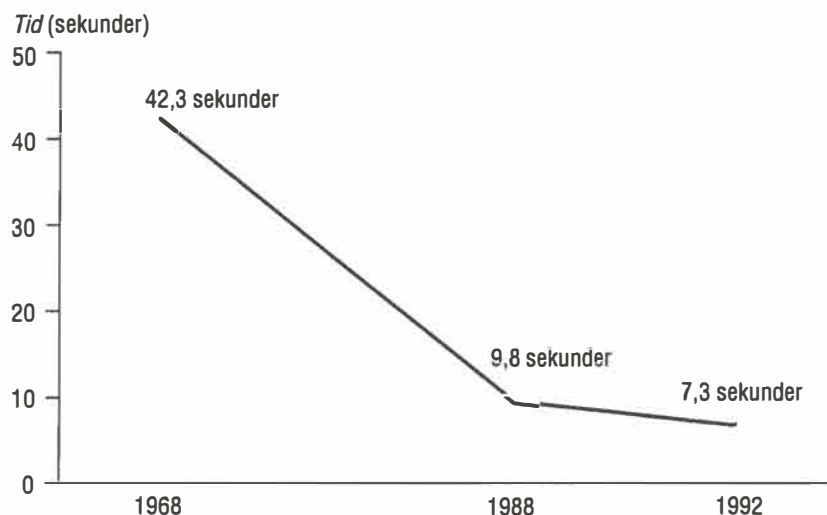
Vi får en budskapsinflation

Själva den cancerogena tillväxten av mängden budskap har skärpt dynamiken i skiftet från text till bild och från rapportering till attackerande journalistik. Detta har att göra med en fundamental fysiologisk realitet. Den tid och hjärnkapacitet vi har till förfogande som individer för att absorbera intryck under loppet av ett dygn har inte ökat. När förmågan till intag håller sig ganska konstant, medan utbudet av budskap, medier och sändningstid ökar, blir följden ett växande uppmärksamhetsunderskott. En allt större del av utbudet går individen förbi. Hon knäpper av eller uppfattar det blott som larm. Det innebär i sin tur att konkurrensen skärps om att nå fram. Vi får en budskapsinflation; vart och ett av budskapen får allt mindre värde i det allmänna bruset. Av detta följer en tendens att koncentrera budskapen, höja tempot och skärpa de dramaturgiska verktygen. Bildmediet går i spetsen, men de andra utsätts för svåra frestelser att följa efter.

- Tiden förkortas. Ännu 1968 återgavs kandidater under nomineringsprocessen för presidentvalet i USA med 42 sekunder i genomsnitt i de stora TV-stationernas kvällsnyheter. 1992 var motsvarande ljudklipp nere i 7 sekunder.
- Dramaturgin utvecklas. Det sker enligt principer som bäst beskrivits av den norske maktutredaren Gudmund Hernes, med nyckelbegreppen tillspetsning, förenkling, polarisering, intensifiering och personifiering. TV-journalistiken, i synnerhet, går ut på att skapa ett drama. Redaktören blir regissör. Han har färdiga berättarstrukturer: gamlingen som misshandlats av myndigheterna, politikererna som skär ner för vanligt folk, gladiatorstriden, David mot Goliat, den unga fräscha flickan som vinner över den förstockade teknokraten, riksbankschefen som knäcker villaägaren. Redaktören/regissören har att organisera aktörer, sceneri och dramaturgi för att kunna köra pjäsen i någon av de få grundvarianterna.

Figur 3. Televisionens budskapsförkortning. 1968 återgavs presidentkandidater med i genomsnitt 42 ostörda talarsekunder i den amerikanska televisionens kvällsnyheter. 1992 är motsvarande "sound bites" nere i 7 sekunder. (Källa: Center for Media and Public Affairs, Washington)

Genomsnittlig "ljudsutt" i TV-nyheterna för amerikanska presidentkandidater



De nyaste redaktionerna står friast från den förlegade traditionen av folkbildning. Pressens Tidning beskriver i ett reportage hur redaktionsledningen på TV 4 tänker: "Gamla mått och normer lever kvar på sina håll. Men vi kan spåra en förändrad inställning. Inte minst i TV 4s Nyheterna. Här arbetar man medvetet i dramats form. Man gestaltar. Kameran följer ett par fötter in och ut genom dörrar, längs skumt upplysta korridorer, alltmedan reportern berättar en historia. Visste man inte bättre kunde man tro sig ha hamnat i en spelfilm, en skickligt hopkommen thriller, i stället för hos exempelvis Riksbankschefen eller Bofors."

Hur väljer ni nyheter, frågar Pressens Tidning en av cheferna på Nyheterna: "Vi avstår från material som inte har bra mänskliga inslag. Människan är vårt mått. Vi abstraherar inte i onödan. Och vi vrider skruven ett varv till. I princip ska en sändning se ut så här: dagens egna reportage/människa, nöje, in- och utrikes... Kvällstidningsredigering går oerhört bra att plantera om till TV. Liksom TV passerar kvällstidningarna hjärnan och går rätt ner i magen." Man kan diskutera generaliseringen om kvällstidningarna. Det intressanta är tankeriktningen bakom Nyheternas dramaturgi.

- Nyhetslogiken förstärks och förenas med den journalistiska självuppfattningen av att ha rollen som avslöjare/avklädare å folkets vägnar. Några av nyhetslogikens drag är dessa:

Det negativa går före det välfungerande och positiva. Kritik och problem överväger helt. "Acktuellt suckar över världens elände", som Mutter & Co iakttar i Dagens Industri.

Det avvikande har försteg framför det normala. Detta är själva grundförutsättningen för att något ska kallas "nyhet", att det är nytt i förhållande till normalitet. När program efter program fylls av det anormala förvänder hela bilden av vad som är verklighetens dominerande tillstånd, i vart fall i fråga om de verkligheter som människor inte kan kontrollera via sin egen dagliga erfarenhet, främst utrikesrapportering.

Det tidsavgränsade har företräde framom det kontinuerliga. En nyhet måste ha en början och ett slut, utgöra ett i tiden koncentrerat händelseförlopp. Viktiga skeenden som inte har denna karaktär av diskontinuitet, av "event", tenderar att förbises. Ett exempel. Staffan Heimersson gjorde under sin tid som Riksradios korrespondent i Fjärran Östern ett par fantastiska timplånga program om vad som händer med familjemönster och sänkta födelsetal i stora delar av Asien, i spåren av de ekonomiska framstegen. Han gav också ut en bok i samma ämne. Han förklarade att han kunde göra det här för att "inget hände" under en period, och att han därför fick tid över för fördjupning. Medan "inget hände", enligt journalistiska nyhetsnormer, pågick i själva verket en av de största händelserna i mänsklighetens historia, nämligen att flera miljarder människor samtidigt på kort tid lyftes ur fattigdom till modernism och därvid också troligen desarmerade världens befolkningsbomb. Men denna världshistoria skrevs inte inom ramen för ett par dygn och var därför definitionsmässigt ingen "händelse".

Det konkreta vinner över det abstrakta. Nyhetslogiken skyr förklaringar i termer av processer, system och målkonflikter. Den älskar personer som skurkar och hjältar och alltings orsak. Konkretiseringen kan också ges sin legitimering i den nya journalistiska självuppfattningen. Folket har rätt att få konkreta besked som det förstår, t ex uppgift om hur många kronor ett hushåll vinner eller förlorar på en viss åtgärd, i stället för abstraktioner, såsom resenär om ekonomins dynamik och incitament.

Det duala segrar över det plurala. Kampen ska helst stå mellan två motparter, om möjligt en god och en ond eller i vart fall två slagskämpar, och inte kompliceras av eftersinnande röster eller mångdimensionella och varandra korsande intressen och aspekter.

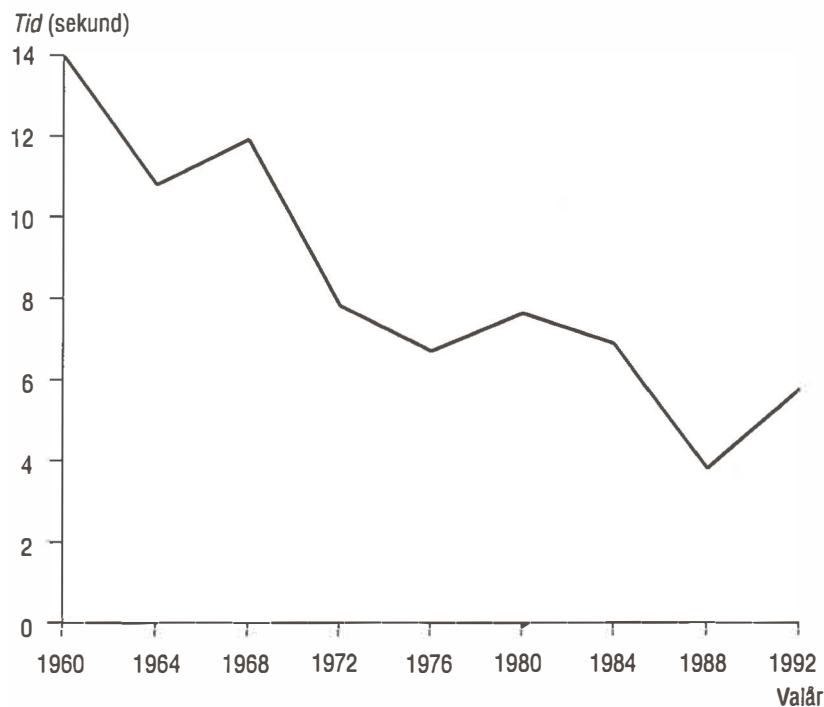
Nyhetsvärlden är digital, inte kontinuerlig. Den beskrivs med nollor och ettor, inte med en nyansrik uppsättning möjliga tal

däremellan. Antingen finns en egenskap, eller också inte. Nyhetslogiken ger inte en TV-reporter utrymme för att förklara att sannolikheten är 95 procent för att det tal som framkommit ur ett obundet slumpmässigt urval också avspeglar hela populationen, med ett intervall på plus/minus tre - eller att korrelationen mellan invandrarbakgrund och vissa våldsbrott är + 0,4. Nyhetslogiken saknar nyansering. Frågor och lösningar bör helst vara vad amerikanerna kallar "clear cut", antingen eller.

Den medievidna "verkligheten"

Den spegling som framträder ur nyhetslogiken representerar en alldeles speciell vinkling av verkligheten, en medievidna verklighet. Den är inte och bör inte uppfattas som verkligheten själv. Risken, om särskilt televisionen med dess bildberoende kommer att bli en dominerande informationskälla för många människor, är att den medievidna verkligheten övertar en för stor del av människors verklighetstolkning. Många börjar tro på den, inte som en av tjugo olika speglingar eller fragment i en stor mosaik, utan som den främsta och mest sanna bilden. De undersökningar som statsvetenskapliga institutionen i Göteborg årligen genomför av svenskarnas förtroende för olika samhällsinstitutioner visar att denna fara är reell. Enligt resultaten har svenskarna en naiv tilltro till det som sänds i TV. Andelen som uppger sig ha "stort

Figur 4. Budskapen kortas. Längd på citat av presidentkandidater i förstasidesartiklar i *The New York Times*. (Källa: Patterson "Out of order")



förtroende" för TV och radio är större än för dagspressen och mångdubbelt större än för t ex "riksdagen" och "regeringen".

Risken växer om den logik som särskilt präglar bildmediet också kommer att smitta av sig på pressen, så att vi får en massmedial homogenisering på de nya mediernas villkor. Professor Thomas E. Patterson visar i en ny och betydelsefull studie att USA har genomgått denna utveckling (boken *Out of order*, New York 1993). Även i en så respektingivande tidning som *New York Times* har längden på referat av vad presidentkandidater faktiskt säger halverats sedan 1960. En drastisk förändring har skett från artiklar med faktiska beskrivningar och uttalanden till artiklar präglade av journalistens egna tolkningar. Till 85 procent sätts nu politiska artiklar in i en journalistisk förklaring av "spelet", medan bara 15 procent av artiklarna fokuserar på sakfrågor. Och vi talar alltså här om täckningen av nomineringsprocessen i *New York Times*!

Någon motsvarande studie har mig veterligen inte gjorts i Sverige. Det allmänna intrycket är väl att utvecklingen här är mer komplex, med en morgonpress som under 1970-talet följde den nya TV-journalistiken i spåren men som inför 1990-talet mer har gått egna vägar.

En allt nervösare politik

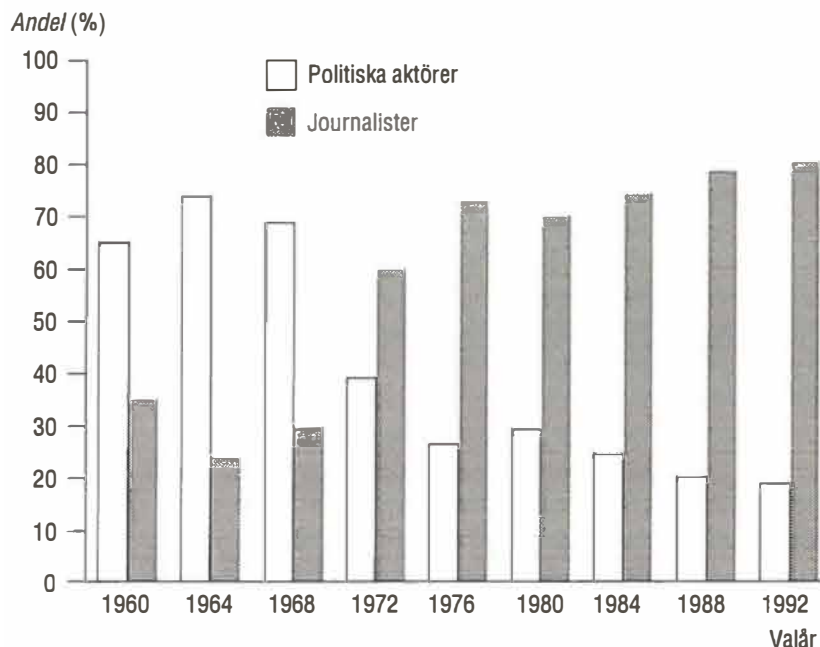
Vi har identifierat några starka allmänna tendenser:

- En ökad massmedialisering av vårt samhälle, med växande prägling av nyhetslogik, "det medievidna samhället".
- En förstärkning av bilden i förhållande till texten, vilket i kombination med budskapsinflationen har gett ökad vikt åt den mediala dramaturgins effektsökeri.
- En ny och mer självmedveten, aktivistisk, rolluppfattning hos journalistkåren med Watergateavslöjandet som tankemodell i stället för de gamla föreställningarna om journalisten som vakthund, objektiv rapportör och folkbildare.

Hur inverkar summan av de här förändringarna på tidsperspektivet i den politiska processen? Svaret är enkelt: det förkortas. Det sker via en rad olika mekanismer:

1. *Den politiska marknaden blir nervösare.* Nestorn i politisk sociologi, Seymour Martin Lipset, påpekade i en föreläsning under sitt Sverigebesök hösten 1993 att en välfungerande demokrati har som underförstådd förutsättning att en stor del av befolkningen har så starka band till några få stora partier att den följer dessa i vått och torrt. Bara med en sådan stabiliserande lojalitetsgrund får de ansvarsbärande partierna utrymme för att göra nödvändiga pragmatiska anpassningar till ekonomiska och andra omständigheter, utan att för den skull tappa

Figur 5. Journalisterna tar över. Är det de politiska källorna eller journalisten som bestämmer tonen i valartiklarna? Exemplet *The New York Times*. (Källa: Patterson "Out of order")



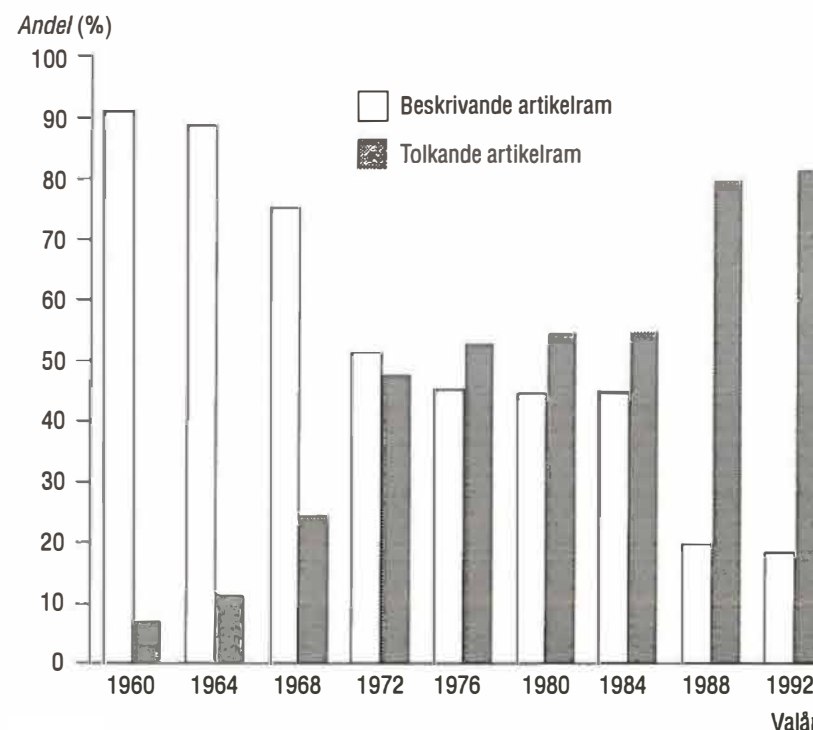
sina anhängare. De två dominerande lojalitetsgrunderna, som formar en mera bestående partiidentitet, är klasstillhörighet och ideologi. Klassidentiteten har som nämnts försvagats genom den ekonomiska och sociala utvecklingen. Ideologin, i meningen helhetssynen, ges föga plats i ett mediasamhälle som framhäver det tillfälliga, partikulära och spektakulära på bekostnad av det kontinuerliga, samlade och långsiktiga.

Om nu hälften eller mer av väljarkåren flyter omkring utan klar partiidentitet och tar ställning först i slutskedet av valkampanjen, under intryck av en tillfällig och fragmenterad mediabild, då kan straffet för ett parti och en partiledare som kommer in i en negativ mediespiral bli högt. Inom loppet av någon vecka kan väljarställningen förändras kanske 5 procentenheter upp eller ner. Den kanal man är nästan helt beroende av i sin kommunikation med väljarna är televisionen. Där ryms nästan bara korta, enkla budskap. Och så gäller det att inte ge grund för andras effektiva attacker, förstärkta av mediet, genom att säga för mycket som kan uppfattas negativt. Den som anpassar sig till villkoren kan inte bara beskrivas som feg. En partiledare har också ett konsekvensetiskt ansvar, att agera så att inte helhetsbilden av partiet förrycks av att någon kritisk aspekt blåses upp till enorma dimensioner i ett medium som man på förhand vet inte klarar mer djuplodande förklaringar.

Följden av rörligheten i väljarkåren och egenskaperna hos kommunikationskanalen blir att den politiska räntan stiger våldsamt strax före val. Med uttrycket "politisk ränta" menar jag den extra belöning något är senare som en ledande aktör kräver för att avstå från en möjlig förtjänst omedelbart. Den långsiktiga politiska vinsten måste vara mycket stor för att en partiledare skall ta en allvarlig popularitetsrisk i slutskedet av en valrörelse (genom att föra fram en obehaglig sanning för egen del eller avstå från att angripa en impopulär position hos en väljarkonkurrent). Alltför mycket står på spel inom några få dagar. "If winning is not everything, losing is not anything."

Motsättningen mellan olika tidsskeden har därmed växt. Först gäller det att samla partiet, därefter att vinna val, sedan att behärska verkligheten i exekutiven och slutligen att bilda allianser för beslut i legislaturen. Detta är de fyra strategiska huvudmålen för en partiledning. Målen implicerar olika handlingslogiker och kommer lätt i konflikt med varandra. Mycket av partiledares skicklighet består i att hantera sådana målkonflikter. De har i växande grad förvandlats till tidskonflikter, genom mediekampanjernas nya karaktär.

Figur 6. Starkare vinklingar. Den tolkande journalisten har tagit över från den beskrivande, även i *New York Times*. (Källa: Patterson "Out of order")



Två exempel, av inte så ringa betydelse för tillståndet i världsekonomin, är George Bush 1988 och Helmut Kohl 1990. Den senare behövde stabilisera sin ifrågasatta ställning inom CDU samt vinna förbundsdagsvalet 1990. Han gjorde det genom att gå i spetsen för återförening och gemensam D-mark utan höjda skatter. Priset efter valet för denna omöjliga ekvation blev att Bundesbank tvingades ta hela bördan av att hålla tillbaka inflationen, med skyhöga räntor över hela Europa samt spräckt europeiskt valutasamarbete som följd.

George Bush var mycket illa ute inför det republikanska partiets nominering av presidentkandidat efter Ronald Reagan, våren 1988. Han förlorade första primärvalet och måste absolut ta hem det andra, i New Hampshire, för att inte slås ut av sin värste konkurrent, Robert Dole. TV-kommentatorerna hade redan förklarat honom praktiskt taget politiskt död. Under en TV-debatt tar en av motkandidaterna, Pete duPont, ett typiskt TV-dramaturgiskt grepp. Ur sin ficka plockar han fram ett papper med ett skriftligt åtagande att inte höja några skatter. Han sticker fram papperet mot senator Dole, med orden "Skriver Du på?" En överraskad Bob Dole tar papperet, tittar på det och lämnar tillbaka det osignerat med kommentaren "Ge det till George". George Bush fick därmed en hållhake på den finanspolitiskt ansvarskännande republikanske senatsledaren och klarade hem primärvalet på att utmåla Dole som en skattehöjare. Med TV-formuleringen "Read my lips, no more taxes" fullföljde han det vinnande temat på partikonventet och i huvuduppgörelsen med Dukakis. Sedan satt han där efter valet, med ett budgetunderskott och en skulduppbyggnad han förbundit sig att inte göra något åt och en kongress som vägrade ta svåra besparingsbeslut så länge presidenten vägrade ta obehagliga skattebeslut.

"Overpromising" är en direkt effekt av nervositeten och medie-logiken i moderna valrörelser. En strategi för att söka undvika alltför konkreta löften men ändå klara villkoren är "negative campaigning". Genom att göra motståndarens illvilliga avsikter till huvudfråga kan man förhoppningsvis slippa att vara alltför precis själv. Men även detta medför bindningar, av mer indirekt slag. Det blir svårt att efter valet göra sådant man just angripit, och i angreppen ligger som regel en verklighetsbeskrivning som stämmer dåligt med den probleminsikt hos allmänheten man sedan skulle behöva ha som grund för egna åtgärder i ansvarsställning.

Exempel på två kast finns, som när socialdemokraterna i 1985 års valrörelse hade som ett huvudtema att angripa moderaternas Ulf Adelsohn för förslag till minskade statsbidrag till kommunerna ("knatteidrotten"), varpå den socialdemokratiske finansministern på hösten 1985 genomdrev en lika långtgående nedskärning av statsbidragen till kommunerna. Men medan priset för att hålla alltför långtgående

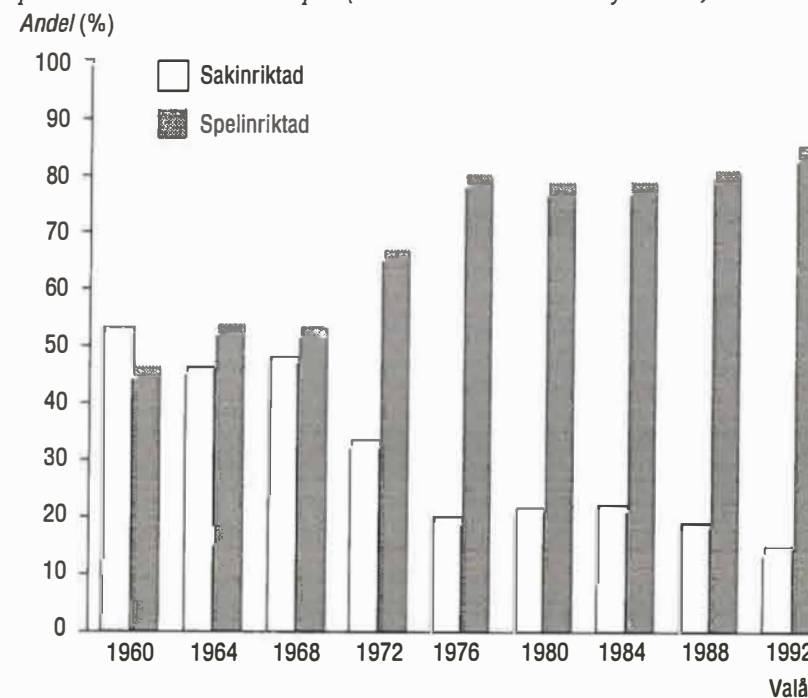
de vallöften blir att en regering tappar kontrollen över verkligheten, blir priset för att hastigt byta linje att väljarna överraskas och förlorar förtroende för vad politiker säger. Inte heller detta är någon lyckad utväg.

Cynism, spel och konspiration

2. *Långsiktigt ledarskap försvåras.* Ledarskap förutsätter ett ganska stort mått av förtroende. En ledare som framgångsrikt skall kunna lotsa ett företag, en organisation, ett land genom svåra problem klarar det inte om han av många inom organisationen betraktas som en cyniker och skurk. Ledaren måste också ha möjlighet att orientera dem han leder om sin långsiktiga strategi. Han måste ha tid och kommunikationskanaler för att tala om a) hur han bedömer det tillstånd man befinner sig i och orsakerna till att man hamnat där, b) villkoren för att nå ett bättre tillstånd, c) sin strategi för att komma ur problemen, inklusive de kortsiktiga offer den kräver för långsiktig framgång, d) vilken belöning som väntar om några år för detfall man följer strategin.

Det moderna massmediesamhället ger inte utrymme för denna typ av politiskt ledarskap. Det strider mot televisionens redaktionella

Figur 7. *Mercynisk journalistik. 85 procent av förstasidesartiklarna i The New York Times under en presidentvals-kampanj präglas numera av en bild av politiken som ett taktiskt spel. (Källa: Patterson "Out of order")*



rolluppfattning att ge ens landets statsminister tid för att kommunicera direkt med folket. Och den nya journalistiken, i kombination med nyhetslogiken, bidrar systematiskt till att allmänheten får en cynisk bild av politikens aktörer. Professor Patterson beskriver i *Out of order* hur detta går till. Det mediala grundantagandet är att politiken är ett spel. Det följer dels av medielogiken med dess krav på aktörer, berättelser och dramaturgi, dels av den nya journalistiken som räknar med att kunna avslöja någon gömd sanning, en konspiration mot folket eller en taktisk plan, bakom varje skeende. I det verkliga politiska beslutsfattandet dominerar omfattande faktagenomgångar, prövning av svåra målkonflikter och osäkerheter samt en politisk sökprocess av acceptansgrader, allianser, kompromisser och prioriteringar av politisk energi. Allmänheten får via massmedierna sällan del av den verkliga karaktären av en politisk beslutsprocess. De får den medievridna bilden av processen, som nästan alltid ger en cynisk bild av politikernas agerande och motiv.

"Maktspelet om bron. Carl Bildt och Olof Johansson i nattliga samtal", ropar löpsedeln. "Maktspel om bron in i det sista", förklarar rubriken på förstasidan. Detta är en numera typisk medial inbäddning av beskrivningar av en politisk process. I verkligheten bestod överläggningarna av omfattande sakgenomgångar enligt Vattenlag och Naturresurslag. Regeringsmakten stod förmodligen på spel, men inte som följd av ett cyniskt spel utan som konsekvens av legitima övertygelser och uppdrag. Centern och dess partiledare Olof Johansson hade en bakgrund som motståndare till brobygget och såg sig som huvudadvokat inom regeringen för miljöintressena. Carl Bildt hade som statsminister ett särskilt ansvar för att å ena sidan fullfölja riksdagsbeslut och ingångna avtal med Danmark, å andra sidan undvika regeringskris mitt under de nationellt viktiga slutförhandlingarna om svenskt medlemskap i Europeiska Unionen. Situationen rymde förvisso politiska motsättningar och politiskt sprängstoff, men för den skull inte nödvändigtvis politisk bluff och cynism. Men journalismen drivs inom ramen för en spelföreställning. Exempel ur *Rapport* måndagen den 3 januari 1994:

Reporterfråga till Bildt: "Från början var det meningen att beslutet skulle fattas före jul. Sedan skulle det fattas i dag. Börjar det inte bli lite pinsamt? Det börjar påminna lite grann om Fälldins långbänk?"

Reporteringsress: "Det är alltså den s k Citytunneln i Malmö som är det officiella skälet till dagens uppskov."

Reporterkommentar: "Men Bildts påstående att orsaken till dagens uppskov är att det krävs mer material om t ex Citytunneln är ett politiskt svepskäl. Den verkliga orsaken är att regeringspartierna inte har kunnat enas. För att undvika regeringskris har beslutet uppskjutits än en gång."

Just i brofrågan förelåg förmodligen en dramatik på hög politisk nivå. Men det fanns också omfattande sakprövningar och betydande sakliga och legala restriktioner. Och om medier vecka efter vecka, år efter år, beskriver kompromisser, sökprocesser, hantering av målkonflikter – sådant som bildar vår demokratis politiska kultur – i termer av spel och taktik kommer detta självklart att bibringa allmänheten föreställningen att politiken präglas just av spel och taktik. Genomgående får allmänheten via medierna veta att det politiska förtroendemän säger inte är sant, utan att därbakom finns helt andra och skummare bevekelsegrunder som de söker dölja. Vidare att de inte arbetar med de saköverbägganden de påstår sig göra utan nästan helt med funderingar över taktik och makt.

Senare års forskning har övertygande visat att medievridningen har effekter. När medborgarna tillräckligt länge har fått höra att politiker är skrupelfria taktiker, som tänker mest på de egna personliga positionerna och förmånerna, börjar de tro det. Bedömningen av och betygen på politikerna förbättras i USA drastiskt när väljarna får se politikerna direkt, utan journalistisk tolkning, som i valdebatter och panelutfrågningar. Detsamma gäller för Sverige.

I den nya massmediemiljön tränger informationskulturen ut den politiska kulturen. Medievridningen skapar också vad Thomas E. Patterson betecknar som "a climate of suspicion", en ständigt brinnande brasa av misstro. Detta läggs ovanpå de konfliktmönster och den kritik som demokratins uppdelning på regering och opposition naturligen rymmer, till skillnad från företagets enhetskultur. Med dessa samlade förutsättningar kan nästan inga politiska ledare vägleda.

Mediernas logik blir samhällets

3. *Tidsstressen växer.* Summan av sensationer, kriser, attacker och förfrågningar har ökat dramatiskt i det nya mediasamhället. Medier lever av nyhetsstoff, och med fler konkurrerande medier skapas mer av det stoff som medier lever av. Effekten av rundgång, "sensationsspiralen", blir starkare ju fler som driver spiralen. När alla upptäcker att samhället har blivit medievridet väljer också allt fler aktörer medel som räknas i detta nya samhälle. Myndigheter och organisationer som förr gjorde sig gällande via såvliga petitor och hövliga petitioner finner att larm i medierna krävs för att signalerna skall tränga fram till upptagna statsråd. Mediernas kriterier för intag tenderar bli alla andras kriterier för utbud. Så fullbordas medievridningen. Medielogiken är inte längre mediernas logik utan hela samhällets logik.

En effekt blir att ledande politiker tvingas handla allt mer reaktivt. Bordet fylls av telefonlappar och intervjuförfrågningar, tidsanvändningen av brandkårsutryckningar och andras initiativ. Allt mindre

utrymme ges för det givande samtalet, den lugna eftertanken, den fördjupande läsningen och den djärva strategigenomgången.

Nyhetslogik mot all förändring

4. *Krafter mobiliseras mot varje förändring.* Medierna behöver konkretion, aktörer och konflikt. När stora förändringar genomförs är det för att vinna något abstrakt i framtiden: budgetbalans om några år, nya och bättre system efter en omställningsfas, frigjorda resurser för andra ändamål, gynnsammare villkor för kommande nyföretagare, ett stabilt pensionssystem kring 2020. Sådana syften och framtida strukturer är sällan påtagligt synliga, i form av byggnader, organisationer eller aktiva företrädare i nuet. Bytesbalansen, budgetjämvikten, välförhållningarna kring år 2010 – för mål som dessa finns inga intresseorganisationer. Systemförändringar kräver också resonemang, t ex om incitamenten för utbildning eller om behovet av att långsiktigt transformera resurser från akutsjukhus till äldreomsorg, som ligger på en annan abstraktionsnivå än bilddramatikens.

Det existerande passar däremot som hand i handske för medielogiken. Den som berörs, exempelvis av en nedläggning av ett regemente eller ett akutsjukhus eller av nya intjänanderegler i ATP, existerar och är intensivt engagerad, kan visa konkret på de omedelbara negativa konsekvenserna, går i konflikt med dem som vill driva igenom förändringsbeslut och kan förstärka sin stämma med demonstrationer, fackuttalanden, lokala protester, oppositionsuttalanden och klientoro. Dessutom har medierna en färdig berättarstruktur: folket mot maktthavarnas övergrepp. Stödkrafterna är få och, ofta av kollegiala skäl i den egna närmiljön, tysta.

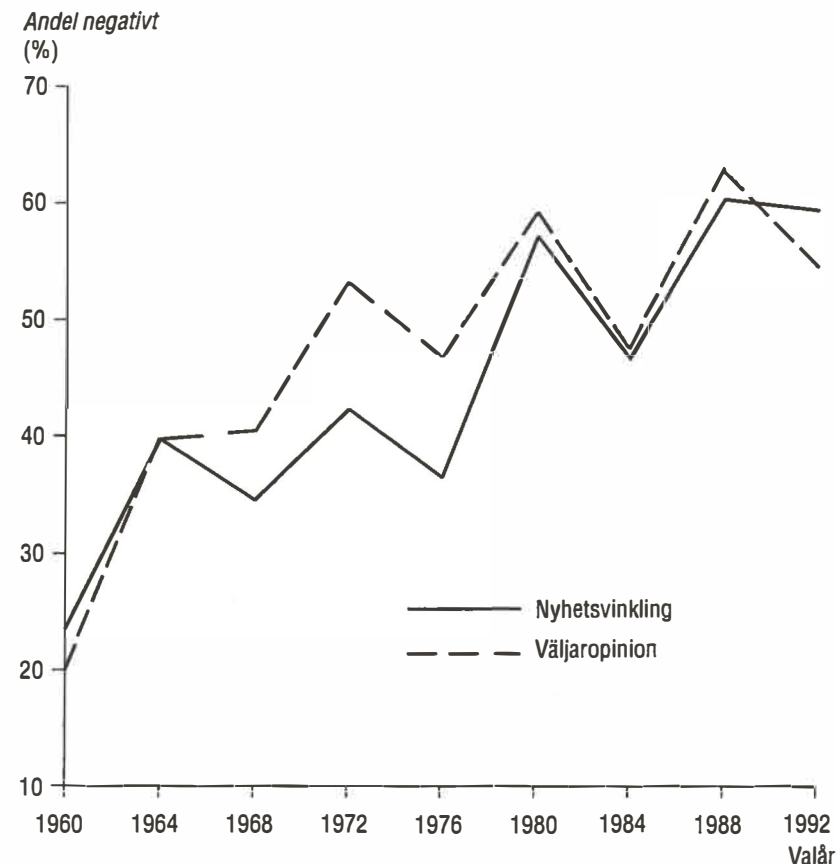
Följden blir att nyhetslogiken konsekvent stöder det existerande mot förändringar (se bl a studierna av hur lokalpressen skildrat regementsnedläggningar och omorganisationen inom sjukvården).

Missar de långa förloppen

5. *Möjligheterna till snabba resultat via politikernas aktioner över drivs.* I detta ligger en paradox. Det nya mediasamhället bygger upp en stark föreställning om politikernas maktställning; det fokuserar intresset på personerna och deras handlingar, gör statsråd till kändisar, förstärker kritik mot usla förhållanden och uteblivna aktioner, skapar scener för demonstrationer, förmedlar attacker som implicerar ett direkt samband mellan denna veckas politiska handling och nästa veckas arbetslöshet.

Men när resultat inte levereras kommer samma dynamik att sänka beslutsfattarnas anseende. Eftersom institutionen påstås ha makten

Figur 8. Mediebilden har effekt. Sambandet är uppenbart mellan en negativ bild av politiker i medierna och förtroendefall hos väljarna. (Källa: Patterson "Out of order")



måste det bero på personen att den inte nyttjas. Så sänks den ene beslutsfattaren efter den andre, genom att föreställningar byggs upp som inte har en realistisk motsvarighet i möjligheter.

Detta har mycket att göra med medielogikens personfixering och nuinriktning. Genom sin person- och aktörsfixering tenderar massmedierna att otillräckligt beskriva de underliggande skeenden och förhållanden som sätter restriktioner för politiken, sådant som ekonomins globalisering och den osäkra kunskapen om verklighetens samband. Nuinriktningen medför att publiken ständigt felinformeras om de långa förloppen. Att den ekonomiska verkligheten i ett visst moment är en följd av beslut, uteblivna beslut och oförutsedda processer två, fem, kanske 20 år bakåt i tiden och att dagens beslut inte skapar dagens verklighet utan i stället inflation och investeringsklimat om två-tre år – detta slags processorientering för långa tidssekvenser strider helt mot medielogikens karaktär. Det bryter också mot Water-

gatejournalismens jakt på enskilda skurkar. Det medievridna samhället är inget kunskapsbildningssamhälle. Svagheten är återigen dess aversion mot abstrakta tankegångar, process- och systemtänkande.

Från mogna medborgare till gnälliga tittare

I trots av alla dessa mekanismer levereras ändå långsiktiga beslut – en stor skatteomläggning, en ATP-reform m m. Men det sker till höga kostnader för de politiker och partier som genomdriver förändringarna. Regeringar slits ner under proteststormar och negativ publicitet. Partiledningar tar stora risker av röstförluster och interna slitningar. Via allianser, som med ATP, kan man söka reducera kostnaderna genom att tillfälligt upphäva varandras utnyttjande av kritikmöjligheter. Men också detta har blivit svårare, genom att det politiska oligopolet har upplösts. Även med breda allianser kommer alltid några partier och politiska entreprenörer (en Bert Karlsson, en Maria-Pia Boëthius) att stå fria för att kunna utnyttja ett mediemobiliserat missnöje. Det som var tänkt som samfällt ansvar inför framtiden förvandlas till "folket mot etablissemangen".

En totalbild av de långsiktiga förändringarnas villkor har också andra inslag, som att finansdepartementet har tagit ett effektivare grepp över utredningsapparaten och de lagrade utgiftssystemen än förr.

Vi bör också se, att det finns duktiga journalister, förs viktiga tidningsdebatter, förmedlas väsentlig information och formuleras betydelsefulla samhällsgranskningar i medierna.

Massmedier har sina funktioner och sin inneboende logik. Men de kan inte ersätta alla andra institutioner i ett samhälle. När TV-medie-logiken får verka i sin egen riktning, och bli präglande för beteendet hos allt och alla – då övergår vi från ett samhälle där massmedier har sina roller till ett samhälle där de tenderar att överta alla roller, det medievridna samhället. Det blir ett populistiskt samhälle med litet utrymme för långsiktig, ansvarsfyllt handlande, ett samhälle som förvandlar mogna medborgare till gnälliga tittare – misstrogna mot allt men ofta oförmögna till något.

Litteratur

Asp, K., 1986, *Mäktiga massmedier*, Akademilitteratur.

Esaiasson, P., 1990, *Svenska valkampanjer*, Publica.

Gilljam, M., Holmberg, S., 1993, *Väljarna inför 90-talet*, Norstedts.

Hadenius, S., Mårtensson, B., 1992, *Press och ekonomisk politik*, ESO-rapport Ds 1992:124.

Hernes, G., 1978, "Det mediavridde samfunn" i *Forhandlingsokonomi og blandingsadministrasjon*, Universitetsforlaget, Oslo.

Höijer, B., Nowak, L., (red), 1990, *I publikens intresse*, Raben & Sjögren.

Johansson, F., Westerståhl, J., 1985, *Bilden av Sverige*, SNS.

Maktutredningens slutbetänkande, SOU 1990:44.

Mediebarometern 1992, SR/PUB 1993.

Patterson, T. E., 1993, *Out of order*, Alfred E. Knopf förlag.

Svedberg, H., Weibull, L., 1994, *Sjukvårdspolitik och opinionsbildning*, SIM-Rapport 1/94.

Weibull, L., (red), 1991, *Svenska journalister*, Tiden.

En presentation

HANS BERGSTRÖM

är politisk redaktör på Dagens Nyheter. Han doktorerade med avhandlingen *Rivstart – om övergången från opposition till regering* i statsvetenskap vid Stockholms universitet 1987. Under 1970-talet arbetade Hans Bergström i riksdagen och på regeringskansliet. 1980–85 var han chefredaktör för Nerikes Allehanda. (f 48)

Makten över framtiden
– tolv inlägg om långsiktiga politiska beslut

Någonting fundamentalt har hänt i tillvaron. Någonting är fel. Ingen hade tänkt att förändringen skulle leda till ekonomisk och politisk kris.

Vad händer med den svenska modellen? Vilka visioner kan ta oss in i framtiden? Vem har ansvaret för det långsiktiga perspektivet?

I en demokrati med korta valperioder är det naturligt att politikerna i första hand tar tag i de kortsiktiga frågorna – de som väljarna ser resultatet av. Men löser man inte de långsiktiga frågorna kommer inte heller de kortsiktiga problemen att kunna bemästras.

IVA har i denna bok gett tolv personer med god inblick i beslutsfattandets konst tillfälle att ventilera hur de ser på frågan om det långa och korta perspektivet. De olika artiklarna kan ses som väckarklockor och en utmaning till beslutsfattare på olika nivåer. Alla har vi på skilda sätt ett ansvar inför kommande generationer att lämna ett samhälle efter oss som är bättre än det vi nu har.

EX OFFICIO

INGENJÖRSVETENSKAPSAKADEMIEN

Makten över framtiden

– tolv inlägg om långsiktiga politiska beslut



Hans Bergström Bo Ekman Gunnar Eliasson Johan Myhrman
Curt Nicolin Lars Nordström Hans Rausing Olof Ruin Bo Rydin
Birgitta Swedenborg Gunnar Wetterberg Carl Johan Åberg



IVA 75
INGENJÖRSVETENSKAPSAKADEMIEN
ROYAL SWEDISH ACADEMY OF ENGINEERING SCIENCES

Ingenjörsvetenskapsakademien, IVA, som under 1994 firar sitt 75-årsjubileum, är en fristående akademi med uppgift att främja tekniska och ekonomiska vetenskaper samt näringslivets utveckling. I samarbete med näringsliv och högskola initierar och föreslår IVA åtgärder som stärker Sveriges industriella kompetens och konkurrenskraft.

© Utgivare: Ingenjörsvetenskapsakademien, 1994
Box 5073, 102 42 Stockholm
Telefon: 08-791 29 00

IVA-M 291
ISSN 1102-8254
ISBN 91-7082-564-5

Redaktion: Monica af Geijerstam och Eva Reinholdtsen
Omslag: Marschall Annonssbyrå AB
Produktion: Tryckfaktorn AB
Tryckning: OH-Tryck AB, Stockholm

Beställningar tas emot av:
Juristförlaget JF AB/EX OFFICIO, Kundtjänst, Box 500 94, 104 05 Stockholm
Telefon: 08-612 41 00
Telefax: 08-612 78 50

Förord

Ingenjörsvetenskapsakademien, IVA, firar under 1994 sitt 75-årsjubileum. Även om 75 år inte är någon lång tid har ändå världen förändrats radikalt sedan IVA bildades. 1919 var det första fredsåret i Europa efter det värsta krig man upplevt. Det kunde onekligen finnas anledning att vara pessimistisk om mänsklighetens framtid och ängslig för människornas inneboende ondska. Trots erfarenheterna från kriget fanns ändå en betydande optimism och framtidstro i många läger. De tog sig bl a uttryck i bildandet av internationella och nationella organ med syfte att trygga en fortsatt utveckling av samhället: ekonomiskt, tekniskt och politiskt. En del av dessa organ överlevde inte tidens prövningar, men många gjorde det och fortsatte att utvecklas. IVA är en sådan organisation som aktivt lever med i och påverkar samhällsutvecklingen.

När IVA bildades kunde ingen förutse de stora tekniska förändringar som skulle äga rum. Men det fanns en framtidstro i varje fall i den bemärkelsen att om bara fred finge råda skulle mänskligheten kunna lösa sina problem. Tilltron till en positiv utveckling var stor under nästan hela 1920-talet. Problemen som sedan dök upp mot slutet av årtiondet överraskade många.

IVA har under tre kvarts sekel kontinuerligt och målmedvetet arbetat för att främja tekniska och ekonomiska vetenskaper och näringslivets utveckling. Inom ramen för IVAs jubileumsfirande analyseras under 1994 hur vetenskapliga och tekniska förändringar kan komma att påverka arbetets och samhällets utveckling under de kommande årtiondena. Varje avdelning inom IVA har haft ansvar för sitt speciella område. IVAs avdelning IX för ekonomiska vetenskaper har valt att analysera de ekonomiska och politiska förutsättningarna för att fatta långsiktiga ekonomisk-politiska beslut.

Numer uppmärksammas svårigheterna för de politiska institutionerna och för organisationer och partier att agera långsiktigt – samma problem som det finns paralleller till från 1920-talet. De kortsiktiga övervägandena har allt mer fått ta överhanden. För att belysa dessa frågor beslöt avdelningen inbjuda ett antal ekonomer och opinionsbildare med god inblick i beslutsfattandets svåra konst för att ventilera hur de ser på frågan om det korta och långa perspektivet.

Under rubriken *Makten över framtiden* har tolv författare fritt fått utveckla sina tankar kring detta tema. Läsaren kommer att finna att varje författare har sin uppfattning såväl om dagens situation som om

hur problemen skall angripas i mer långsiktiga perspektiv. Slutsatserna står för författarna själva. Arbetet har letts av en grupp inom avdelning IX som bestått av professor Lars Nordström (ordförande), professor Gunnar Eliasson, professor Johan Myhrman och direktör Carl Johan Åberg. I gruppen har även ingått chefsekonom Erik Hörnell vid IV A. Civilekonom Erik Grenmark har fungerat som projektledare.

IVAs jubileum är en utmaning inför framtiden. I samspelet mellan politiker, näringslivet, forskare och tekniker finns såväl möjligheter till goda lösningar som risker för låsningar och alltför kortsiktiga beslut. IVAs ambition är att som länk mellan parterna stimulera en meningsfull dialog. Denna dialog måste i mycket högre grad än hittills handla om de långsiktiga frågeställningarna. Denna skrift vill vi se som en inledning till fortsatta, stimulerande diskussioner.

Stockholm i april 1994

Hans G. Forsberg

Verkställande direktör, IVA

Lars Nordström

Ordförande, IVAs avd IX

Twelve essays on the importance of long-term economic policy decisions

In the last few years, it has become increasingly apparent that one of the problems undermining Sweden's economic development has been the inability to look far enough ahead. Short-sightedness has got the upper hand, according to many critics.

This has been the topic of numerous discussions at the Royal Swedish Academy of Engineering Sciences (IVA) in recent years and was the starting point for this book. A number of writers—industrialists, economists and a journalist were asked to describe how they view short- and long-term strategies, or lack of them, in Swedish politics, public life and business. The authors were given free rein to develop and explain their ideas. The reader will discover that each author has his or her own thoughts about the situation in Sweden today and how a number of problems might be solved if more decision-makers took the long view.

The authors discuss a number of relevant topics:

- Making long-term strategic decisions in times of radical change.
- Responsibility for coming generations in the decision-making process.
- Long-term decisions and how they are made in a democracy.
- Media coverage and how it may reinforce short-term thinking in political decision-making.
- Internationalization and how this can weaken political parties.
- The decline of industry and political short-sightedness.
- Flexibility and making decisions for the future.