DAGENS NYHETER.

En utskrift från Dagens Nyheter, 2021-11-22 10:07
Artikelns ursprungsadress: https://www.dn.se/arkiv/ledare/press-pa-pressen-del-1-press-och-profit-i-usa-som-att-se-en-alskad-oavsiktligt-bega-sjalvmord/

LEDARE

Ledare: Press på pressen, del 1/Press och profit i USA: Som att se en älskad oavsiktligt begå självmord

PUBLICERAD 2001-05-04

UTVALD LÄSNING I DIN MEJLBOX

DN:s chefredaktör Peter Wolodarski väljer ut veckans mest läsvärda artiklar.

Skaffa nyhetsbrev

Hans Bergström

Chefredaktör och ansvarig utgivare

Har balansen rubbats mellan mediers samhällsroll och kraven från börs och ägare på ekonomisk avkastning

Kring den frågan har just startat en intensiv debatt i USA. Den påverkas av sänkta annonsinkomster i spåren av ekonomisk avmattning. Den utlöstes av Jay T Harris avgång som publisher för San José Mercury News.

Harris är en ovanligt renommerad och respekterad tidningsman. Under sju år i ledningen för Silicon Valleys ledande dagstidning, Mercury News, har han förvandlat tidningen till en av USA:s absolut bästa. Jag hade den själv som husorgan under hösten 2000. I teknologi- och vetenskapsbevakning är den särklassig, i täckning av sin regions frågor ypperlig. Mercury News är så bra som tidning att den till och med kunnat göra insteg i San Francisco, med dess usla Chronicle, trots att San José förhåller sig till San Francisco som Göteborg till Stockholm.

Harris avgick, totalt oväntat, en helg i mars. I ett tal den 6 april inför American Society of Newspaper Editors motiverade han utförligt varför. Det var ett nyanserat tal, men tydligt i budskap och sprängkraft. "Jag hade bevittnat ett långt tåg av övergrepp mot traditioner och kärnvärden hos ett betydelsefullt yrke och företag, och jag hade sett nog."

Den konkreta bakgrunden är att tidningar i högteknologiregioner, som Silicon Valley och Boston, har fått se sina annonsinkomster falla mer än genomsnittligt genom krisen i IT-branschen och det våldsamma fallet på Nasdaqbörsen. Ledningen för Knight Ridder-koncernen - som äger flera goda dagstidningar, däribland Philadelphia Inquirer och San José Mercury News - krävde att de budgeterade vinstsiffrorna i stort sett skulle levereras, trots det hastigt förändrade annonsläget. Det var efter ett stentufft heldagsmöte med koncernledningen för

Knight Ridder som Jay T Harris vaknade mitt i natten och bestämde sig för att avgå i stället för att spela med.

"Vad som bekymrade mig mest med mötet var dess totalt enögda fokus på siffror. Det var inte främst kravet på nedskärningar. Jag har genomfört nedskärningar många gånger. Men nu brydde man sig över huvud taget inte om konsekvenserna för tidningen av att uppnå sifferresultaten. Där fanns ingen vilja till diskussion om den skada som kraven skulle åstadkomma på kvaliteten och ambitionerna hos Mercury News som journalistiskt projekt, eller på dess ansvar för det samhälle i vilket vi verkar. Lika viktigt: ingen uppmärksamhet ägnades skadan på vår förmåga att konkurrera och växa på sikt som tidningsföretag."

"Vår diskussion", konstaterar Harris, "gällde hur vi skulle uppnå en viss siffra i resultat, blinda för allt annat. Det var som att se en älskad oavsiktligt begå självmord."

Jay T Harris, välkänd också som den mest framgångsrike afroamerikanen i amerikansk press, är noga med att framhålla att han inte enbart försvarade journalistiken i förhållande till affärerna. "Jag avgick därför att jag såg stor skada begås mot hela tidningen - dess affärssida lika väl som dess nyhetssida. Jag var fundamentalt oenig också om affärsstrategin, med dess kortsiktighet."

Bob Giles, erfaren och eftertänksam tidningsman och numera director för journalistprogrammet Nieman Fellows på Harvard, följde upp med ett betydelsefullt anförande den 10 april rörande förhållandet mellan avkastningskrav och kvalitetsjournalistik. De stora amerikanska tidningskoncernerna, som Gannet och Knights Ridder, är börsnoterade. De strävar efter att hålla uppe börskursen, också på grund av personaloptioner som är knutna till priset på aktien. Men problemet är, konstaterade Giles, att börskursen bygger på förväntningar. De senaste två årtiondena, inte minst 90-talet, har tidningar visat exceptionella vinsttal. Vins-ten i förhållande till omsättningen, rörelsemarginalen, har överstigit 20 procent. 1999 var den för dagstidningar 22,2 procent. General Motors ligger, som en jämförelse, på 3 procent.

Dessa goda resultatnivåer har börsen extrapolerat in i framtiden. Men, menar Giles, det är att begära för mycket. 90-talet präglades av den längsta högkonjunkturen någonsin; så goda år kan man inte räkna med alltid. Priskonkurrensen ökar för tidningarna genom nya kanaler via nätet som tar lågt betalt för annonser. Tidningarna har också, hävdar Giles, haft en speciell period av höjd produktivitet på grund av de tekniska revolutionerna från datorn och offsetpressen. Detta bröt delvis pressens karaktär av en höggradigt arbetskraftsintensiv verksamhet. Det gick nu att med kapitalinvesteringar ersätta arbetskraft.

Något nytt steg av samma slag är svårt att se framöver, så länge man inte kan hoppa över hela den dryga kostnad som består av tryck, papper och distribution (mer än en miljard kronor för Dagens Nyheters del). Det är omöjligt att genom besparingar i den skrivande journalistkåren uppnå något som ens tillnärmelsevis liknar de produktivitetsstegringar som den nya tekniken åstadkommit - och framför allt går det inte utan att det

skulle drabba tidningarnas kvalitet. "Wall Street behöver förstå varför bra journalistik är dyr, varför reportrar behöver tid och utrymme för sitt arbete, varför bevakning av nya och alltmer komplexa sammanhang i vårt samhälle kräver ökade redaktionella resurser och varför färgsprakande och elegant skrivkonst blir alltmer viktig för att hålla läsarna intresserade."

Mot denna bakgrund är det ett allvarligt hot mot tidningarnas framtid om man i växande grad har ägare som inte förstår tidningar och som är fixerade vid att till varje pris uppfylla börsens förväntningar på avkastningsnivåer. När Gannettgruppen presenterar sig för investerare finns ordet "journalistik" över huvud taget inte nämnt.

I de amerikanska tidningsstyrelserna sitter numera nästan enbart företrädare för ekonomiska krav på tidningarna, sällan några som hävdar tidningarnas vidare samhällsuppdrag, konstaterar Bob Giles efter en egen undersökning.

"Balansering" är signalordet i den här amerikanska debatten. Det behövs en balans mellan ekonomiska krav på tidningarna och deras samhällsuppgift. Bara med medvetenhet om den balansen kan man undvika att kortsiktiga krav tillämpas så att de förstör pressens långsiktiga kvalitet och förtroende.

Men tanken på balans förutsätter samtidigt att några står tydligt och genomtänkt för tidningarnas publicistiska uppdrag. Inte heller det är givet i dag. Blicken måste vändas inte enbart kritiskt mot börs, ägare och koncernledningar utan även självkritiskt mot publicisterna.

+++

En andra artikel om den amerikanska debatten kring tidningarna publiceras i lördagens DN.

hans.bergstrom@dn.se

TEXT

BERGSTRÖM-HANS

© Detta material är skyddat enligt lagen om upphovsrätt