

The Economist – kraftigt överskattad

| av Cecilia Brinck

The Economist uppfattas som en brittiskt reserverad, opartisk och saklig tidskrift. I praktiken är den välskriven, antiamerikansk och stöddig.

OM MAN ÄR EN SERIÖS nyhetskonsument räcker det inte med det som står att läsa i dagstidningarna eller som visas i TV:s nyhetssändningar. Man har behov av analys och fördjupning av ett slag som dagspress och TV inte kan erbjuda. Som svensk är man i det läget rätt illa ute – åtminstone om man inte behärskar främmande språk. Några inhemska nyhetsmagasin värda namnet finns det nämligen inte (Tempus var ett hedervärt försök som misslyckades) så man är hänvisad till den utländska marknaden. Och där finns det mycket att hämta. Tyskarna har Der Spiegel, fransmännen L'Express och Nouvel Observateur (det finns flera andra). I USA finns bland annat veckomagasinerna Time och Newsweek, båda med internationella editioner, där finns också News of the World och ett månadsmagasin som Atlantic Monthly. Dessutom finns i USA de stora dagstidningarnas söndagsmagasin som är fulla av fördjupningsläsning om veckans nyheter och en uppsjö av specialmagasin om allt mellan himmel och jord.

Men det främsta nyhetsmagasinet av dem alla anser många engelska The Economist vara.

Jag har gjort en fullkomligt ovetenskaplig rundfrågning bland vänner och bekanta och den ger ett entydigt resultat. De amerikanska nyhetsmagasinerna (som sagt finns det ju inga svenska värda namnet att tillgå) säger man sig läsa mera för förströelse medan man läser the Economist för den riktigt seriösa och sakliga bevakningen av seriösa företeelser. Ingen kommersiell amerikansk ytlighet alltså, utan rejäla grunkor!

Jag är ingen särskilt flitig läsare av the Economist – jag prenumererar inte på den utan bläddrar i den då och då och läser en och annan artikel om sådant som intresserar mig. Men inför den här artikeln har jag noga gått igenom ungefär en årgång av papperstidningen. Jag har pratat med folk som läser den mera regelbundet, jag har besökt hemsidan nästan varje dag under några måna-

ders tid och jag har läst en del tidningsartiklar om the Economist. Och jag erkänner gärna att jag inte riktigt förstår vad det är som är så oerhört överlägset.

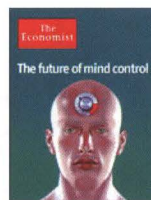
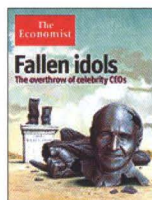
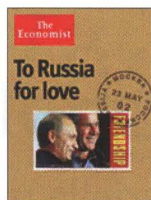
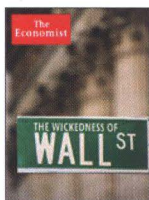
GENUINT TRÅKIG

Låt oss börja med det som först möter läsaren: layouten. Här har vi sådant som typsnitt, rubrikstilar, grad, bildmontage och allt annat som utgör en trycksaks visuella identitet och som i stor utsträckning präglar läsarens uppfattning redan från början. Economists röda logga med vit text sätter tonen direkt; den är ordentlig, seriös och typografiskt tämligen trist. Och tidningens inre är faktiskt ingenting annat än en typografisk katastrof. Den två- eller trespaltiga texten är satt på 7–8 punkter och så litet radavstånd som man anständigtvis kan. Bildmontering och bildplacering är konventionell – inga typografiska nymodigheter här inte. Den enda eftergiften åt modern typografi (näja) är den grågröna färgplatta som artikelrubriker och ingresser ligger i – mycket 90-talsmässigt...

Fortfarande kan man stöta på hela sidor utan bilder – bara trespaltig finstilt text. Nu vet jag att många läsare rynkar på näsan här och säger att det där med typografi är ju ändå bara yta – det är innehållet som räknas. Det ligger naturligtvis en del i den synpunkten. Men det finns ingen motsättning mellan kvalitet i materialet och lättillgänglig typografi. Vad Economists textmassor (artiklarna är dessutom ofta mycket långa) säger mig är att här har vi en redaktion som fullkomligt struntar i läsarens komfort och som anser att typografisk funktionalism är för fegisar. Och det ogillar jag.

FÅ NYHETER

Men självklart är det trots allt innehållet som är det centrala och här påstås det då att the Economist är överlägsen alla konkurrenter. Men hur är det egentligen med det? Tidskriften har en relativt liten egen redaktion och



använder sig i stor utsträckning av frilansmaterial och material från nyhetsbyråer och andra tidningar. Detta behöver i och för sig inte betyda att kvaliteten är dålig men då och då innebär det att man återanvänder nyheter som förekommit i dagspress långt tidigare.

För tre år sedan dissekerade den konservative amerikanske kolumnisten Andrew Sullivan *The Economist* ganska grundligt. Han konstaterade bland annat att tidskriftens USA-bevakning är dålig och dessutom har en antiamerikansk tendens som slår igenom framförallt i rapporteringen om amerikansk ekonomi. Tidskriften presenterar sin United States-sektion som något som ska ge en bild av USA som man inte finner någon annanstans och det är inte utan att man instämmer. Somligt känns irrelevant, annat relevant men alltför summariskt rapporterat (här är artiklarna nämligen korta, ibland rena notiser). Sektionen är säkert tänkt att fungera som något slags tvärsnitt av amerikansk kultur och politik men det gör den inte eftersom ämnesvalet är så slumpartat.

SPÅGUMMEVERKSAMHET

En annan företeelse som Andrew Sullivan kritiserade var *The Economist*'s förkärlek för att göra förutsägelser om framtiden. Han räknar i sin artikel upp ett antal sådana förutsägelser som senare visat sig ungefär lika korrekta som Rachel Carsons i Tyst vår. Ett exempel var när tidskriften i mars 1999 hävdade att råoljepriset var på väg att sjunka och snart kanske skulle vara så lågt som fem dollar fatet. I stället steg råoljepriset snart därefter och i juni samma år låg det på strax under 20 dollar fatet. Det tycks mig dock som om tidskriftens spågummeverksamhet har mattats något – jag har inte hittat många övningar i genren under det senaste året. Kanske har Sullivans kritik tagit skruv.

Man bör också hålla i minnet att de flesta journalister då och då faller för frestelsen att hänge sig åt kristallkuleskåderi och att de oftast får fel. *Economists* ställ-

ning på marknaden och dess rykte för vederhäftighet kan inte rimligen vila på tidningens förmåga att förutspå verkligheten – för det kan den lika lite som någon annan. Så vad vilar det då på?

Ja som sagt, inte kan det vila på mängden originalmaterial. Inte heller på formgivningen. Allsidigheten i ämnesvalet? Möjligen, även om det ibland känns ganska plottrigt. Europa kan inte granskas på något heltäckande sätt i fyra fem artiklar från lika många länder. Kvaliteten på det skrivna materialet? Tja, somligt är mycket bra, annat medelmåttigt – precis som fallet är hos konkurrenterna. Objektiviteten? Där tror jag vi närmar oss något centralt. Samtliga jag har talat med om

”ett välskrivet nyhetsmagasin om politik och näringsliv med en tydlig anti-amerikansk agenda och ett ego stort som en fotbollsplan.”

the *Economist* har nämnt tidskriftens objektivitet som en av dess starkaste sidor och kontrasterat detta mot de amerikanska nyhetsmagasinens föregivna partiskhet. ”Men de är ju så outhärdligt pro-amerikanska!”, som någon sa – vad det nu är för fel på att vara det. *The Economist* däremot uppfattas som brittiskt reserverad, opar-

tisk, saklig och objektiv.

Jag har starka reservationer mot att över huvud taget använda ordet objektivitet i sådana här sammanhang. Ingen journalistik är egentligen objektiv – någon har alltid fattat ett beslut om vad det ska skrivas om, vem som ska skriva om det och vilken vinkling artikeln ska ha. Vad man däremot bör sträva efter är saklighet och frågan är då hur *The Economist* lyckas med det. Inte särdeles bra, tyckte Andrew Sullivan 1999 och jag instämmer – åtminstone inte påtagligt bättre än kollegerna på konkurrentmagasinen.

Missuppfatta mig inte – *The Economist* är trots dessa invändningar en utmärkt läsvärd tidskrift. Men man ska ta den för vad den är – ett välskrivet nyhetsmagasin om politik och näringsliv med en tydlig anti-amerikansk agenda och ett ego stort som en fotbollsplan. Och ganska få egna nyheter. Om ens några.

Cecilia Brinck (cbrinck@banhof.se) är frilansskribent.