



Kortsiktstänkandet driver landet i **FÖRDÄRVET**

JAN GILLBERG

Svensk politik består numera av en enda lång rad ”*utspel*”. Och ju större ”*utspel*” desto större mediautrymme.

Det räcker dock inte med att utspelet skall vara stort. Det skall vara ”*strategiskt*”, varmed avses att ha förutsättningar att ”att-rahera” en tillräckligt stor och tillräckligt rörlig väljargrupp.

Även sättet att presentera utspelet är viktigt. Det skall ske så att det av största möjliga andel av väljarkåren uppfattas som ett ”*glädjebudskap*”.

Att framföra dessa budskap är i första hand förbehållet de olika partiledarna. Det är på detta sätt dessa hävdar sig i den inbördes tävlan, som är avgörande för deras popularitet.

Den som framför budskapet måste utstråla både glädje och tillförsikt. Glädje därför det är ju ett ”*glädjebudskap*”. Tillförsikt därför att mottagarna av budskapet måste fås att tro, att innehållet i budskapet inte är förenat med några nackdelar.

Detta senare uppnås numera genom att den som framför budskapet – gäller i stort sett alla partiledare – får det att uppfattas som att det är partiledaren själv som på ett trolleriaktigt sätt står för fiolerna, som inte sällan kan uppgå till flera miljarder. Även om detta är en av partiledaren framkallad subjektiv upplevelse så har

denna upplevelse betydelse för ”*image-uppbyggandet*” av de olika partiledarna.

När **Fredrik Reinfeldt** vädjade om att svenska folket skulle ”öppna sina hjärtan” var det många som uppfattade det som att han var ute efter att hämta hem politiska poäng genom att framställa sig som den godaste bland de goda och som sådan ett efterföljansvärt exempel och då inte bara genom att öppna sitt hjärta utan även genom att öppna sin plånbok.

För utformningen av ”*utspelen*” anlitas på PR-byråer verksamma specialister med vanligen ett förflutet i något parti eller ungdomsförbund. Särskilt viktiga utspel föregås av så kallad ”medieträning”.

Utspel i tiden

Viktigt för att inte säga avgörande är att utspelet ”*ligger i tiden*”. Och det skall innehålla lösningen på ett problem, som oroar en så stor grupp väljare som möjligt. Ingen fråga har på senare år oroat så många som invandringsfrågan. Det är här den så kallade sjuklövern pådriven av **Main Stream Media** (MSM) hamnat i ett katastrofläge genom att förklara invandringsfrågan med alla dess konsekvenser som ett icke-problem och därför inte skall/får diskuteras. På **Expressen Debatt** (23/8 2025) förklarar

Madeleine Eriksson, hur hon som politisk sekreterare för **Moderaterna** ”*fick order om att inte diskutera invandringen – allt för att inte gynna SD*”. Nu har hon lämnat M för SD.

I dag vet inte sjuklövern hur den skall kunna ta sig ur det kartastrofläge som den försatt sig i. Gäller särskilt Moderaterna med sin tidigare partiledare med sitt öppna hjärta och/eller sin öppna plånbok. Hur mycket Reinfeldt släppt ifrån sig ur den senare vet han bara själv.

Medierna hetsar fram kortsiktighet

En politik uppbyggd på och kring medieanpassade utspel blir med nödvändighet både ryckig och kortsiktig. Än värre är att den inte tjänar landet och dess långsiktiga utveckling utan först som sist är en ”*profileringsfråga*” för en liten exklusiv grupp människor, som valt politiken som levebröd – människor som i avsaknad av vanlig yrkeserfarenhet gjort sig beroende av sin förmåga att klamra sig fast vid vunna positioner. Detta senare ägnat att främja allsköns mer eller mindre oheliga allianser.

Därför läser jag "Marknaden"

NILS BEJEROT

"Sedan mer än ett decennium hör MARKNADEN till de tidskrifter jag nogsamtidigt följer. Framst därför att den har så mycket att ge när det gäller informationsteknik och nya grepp på verbal och visuell kommunikation. Därtill är MARKNADEN rasande skickligt gjord som facktidsskrift."

ESKIL BLOCK

"Svensk debatt tenderar att bli likriktad, veckopressen att bli ytlig, kultur-skriverierna personinriktade. Desto outhärligare är de tidskrifter som orkar fördjupa sig i principiella frågor, ge sig tid att följa upp debatten utomlands. Min erfarenhet är att MARKNADEN – trots eller tack vare sin lilla redaktion – gör detta kontinuerligt, aldrig räds att trycka självständiga ställningstaganden eller bredare analyser."

SVEN FAGERBERG

"Jag har läst MARKNADEN i många år. Det som fångat mitt intresse är hur man i denna tidskrift ständigt lyckats pricka in och formulera latenta strömningar och trender. Det är som om tidskriften var utrustad med känselspröt, som gör att den ständigt ligger minst ett halvt steg före.

MARKNADEN är en ständigt uppfriskande impulsgivare för människor med nyfikenhet på framtidens möjligheter."

HANS HAGNELL

"Mycket av vad som kommer att hända i Sverige har redan börjat formas utanför våra gränser. En hårdare, mera internationaliserad värld väntar oss. Det betyder krympande marginaler för vår handlingsfrihet. För att ta vara på det rörelseutrymme vi har, måste vi i tid inse vad som håller på att hända, i tid förbereda oss och genomföra våra egna åtgärder. MARKNADEN spanar för den som vill förstå."

STIG RAMEL

"Jag är tidningsnarkoman som dagligen läser minst fem dagstidningar samt en lång rad tidskrifter, framför allt inom områdena ekonomi och politik. MARKNADEN läser jag sedan många år därför att den hjälper mig att hålla koll på trendförändringar. Jag uppskattar också dess frifrisiga ton när det gäller att slå vakt om marknadsekonomin."

Decemberöverenskommelsen är – kan det uttryckas – ett storskaligt exempel på detta.

Den av medierna framhållna siktigheten är på väg att bryta sönder det under decennierna uppbyggda svenska välfärdssamhället samtidigt som människorna blivit alltmer beroende av de krackelerade välfärdssystemen – inte minst som en följd av den snabbt ökade belastning, som en närmast okontrollerad invandring givit upphov till.

Under mina år som ung politiker presenterade jag en idé om individuella välfärdskonton med starka incitament för den enskilde att vårda sin "välfärdsfinansiering" och samtidigt ägnat att minska medborgarnas beroende av det slags mammutsystem, som nu hotar att bryta samman. Hur mycket tryggare hade människorna inte kunnat känna sig i ett på detta sätt uppbyggt och organiserat välfärdssamhälle?

Ansvar för att inte släppa fram ny-tänkande och att inte utifrån ett sådant tänkande ge utrymme för en fri och öppen debatt vilar tungt på våra massmedier.



Vidstående är en annons hämtad från DSM 1-2/85 (DSM gavs då ut under titeln Den Svenska Marknaden/Marknaden), där några av tidskriftens läsare ger sitt omdöme om tidskriften. Nils Bejerot var stridbar motståndare till den narkotikapolitik, som genom sin allmänt slappa och av medierna uppbackade narkotikapolitik drev tusentals ungdomar i fördärvet. Eskil Block var knuten till FOA och gällde som en av landets främsta framtidsskälare. Sven Fagerberg författare och viktig opinionsbildare vars verksamma liv upphörde alldeles för tidigt. Hans Hagnell var chefsekonom på Metall och som sådan en av arbetarrörelsens viktigaste röster. Stig Ramel var Nobelstiftelsens VD.

I dag blir DSM praktiskt taget aldrig omnämnd i medierna. Knappast beroende på att DSM skulle ha blivit en ointressant/ likgiltig publikation. I stället är detta något som säger något om hur en av medierna tillämpad mediacensur drivit fram en konformism, som stänger ute såväl nytänkande som åsikter på tvärs. Därmed har medierna inte bara svikit sitt uppdrag. De har också blivit ett hot mot den fria opinionsbildningen.

Kanske lite hårdtagat sagt men inte mer hårdtagat än att det är vad fler och fler tycker.