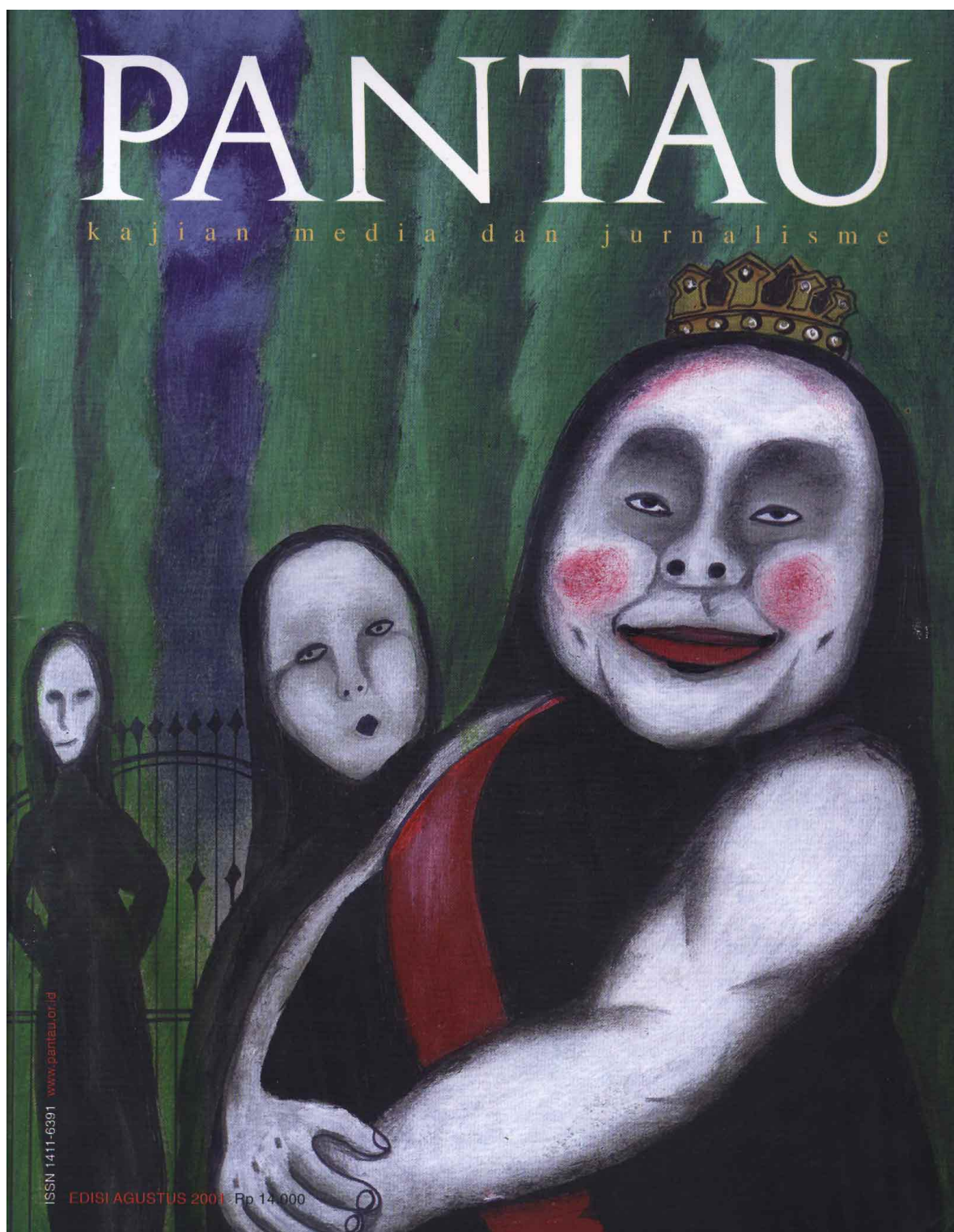


# Från motstånd till månadsmagasin



## **Ny roll för indonesisk press**

En fältstudie av Maria Nilson,  
Communication for Development, Malmö Högskola, 2001  
Handledare: Inger Lindstedt, Malmö Högskola

# Innehållsförteckning

<b>1. Introduktion</b>	1
<b>2. Indonesien i förändring</b>	
Global kraft	3
Regionala påtryckare	4
Det efterkoloniala Indonesien	5
Efter Suharto	6
<b>3. Medias roll i demokratiseringen</b>	
En demokratisk institution	8
Modell för deltagande	9
Visuell journalistik	10
<b>4. Pantau som exempel</b>	
Från motstånd till månadsmagasin	12
Andreas Harsono och hans influenser	14
Detta vill nya Pantau	15
Liten redaktion	16
Ekonomi och ägande	17
Distribution med förhinder	18
Pantau på webben	18
<b>5. Form för seriöst innehåll</b>	
Globala ideal – lokal anpassning	19
Vilken roll kan Pantau spela	20
<b>6. Metod</b>	
Redaktion och medarbetare	21
Läsarna – ett urval	22
Analys och observation	22
Att förstå varandra	23
Förtroende och kunskap	24
Intervjufrågorna	24
<b>7. Resultat: Pantau – en påminnelse</b>	
Mål och syfte	26
Målgruppen	26
Inspiration och föredöme	28
Pantau och läsarna	29
Långa texter	30
Form som skriker tyst	31
Konsten får tala	35
Bilderna – ett ambivalent förhållande	36
Hur ser framtiden ut?	39
<b>8. Ideal och anpassning</b>	
Ny tid för indonesisk press	40
Starka förebilder – nationell särart	42
Inspiration och föredöme	44
Kan läsarna påverka?	46
Att nå bortom eliten	48
<b>9. Sammanfattning och reflektioner</b>	
<b>10. Summary in English</b>	51
<b>11. Källor</b>	54

# 1. Introduktion

De senaste åren har förutsättningarna för indonesisk media radikalt förändrats. 1997 slog den ekonomiska krisen Indonesien med full kraft och året därpå tvingades president Suharto att avgå.

Den växande medelklassen hade slutligen fått nog av Suhartos misslyckade försök att komma till rätta med landets ekonomiska problem och gjorde gemensam sak med de studenter och andra förespråkare för demokratisering som genom upprepade demonstrationer visade sitt missnöje och krävde presidentens avgång.

Det var inte media som störtade Suharto, men rapporter i tidningar, radio, tv och över internet spelade en avgörande roll för utvecklingen (Sen & Hill, 2000).

Efter Suhartos fall avskaffades informationsministeriet som noga kontrollerade vem som fick starta tidningar, detta ledde till att tidningsmarknaden fullständigt exploderade. Plötsligt fanns hundratal nya tidningar tillgängliga i Indonesien.

En ny presslag har stiftats och arbetet med att inrätta en pressombudsman efter svensk modell pågår.

Under hösten 2001 har landets nya president Megawati Sukarnoputri åter inrättat ett informationsministerium. Vilken roll det får är ännu oklart och oron bland journalisterna är stor.

Flera medieprojekt pågår just nu i Indonesien. Utländska organisationer koncentrerar sig på att i första hand stödja olika radioprojekt. Det är lätt att förstå varför, radio når många och allt man behöver för att kunna ta del av sändningarna är en radioapparat. Radio och tv kämpar inte heller med samma distributionsproblem som pressen, för att lyssna på radio behöver man varken kunna läsa eller skriva och många kan dessutom lyssna samtidigt.

Men pressen har en relativt lång och inflytelserik historia och är sedan länge den viktigaste nyhetskällan i Indonesien. Det beror till stor del på att många radio- och tv-kanaler var statsägda under Suharto-tiden och nu måste kämpa med dålig trovärdighet medan pressen stått relativt fri. Privata tv- och radiokanaler har tidigare inte heller haft tillstånd att förmedla nyheter (Sen & Hill, 2000; Manzella, 2000).

Tidningar och magasin når visserligen en mindre publik än tv och radio, men det är fortfarande pressen som definierar vad som är en nyhet. Det skrivna buskapet har i Indonesien större prestige och auktoritet (Heryanto & Adi, 2001). Därför har jag valt att studera en tidning.

Månadsmagasinet Pantau är en av alla de tidningar som kommit till efter Suhartos fall och är frukten av det allt hårdare klimatet för journalister under presidentens sista år vid makten.

Bakom Pantau står några av de journalister som var beredda att

granska och kritisera regimen under Suharto-tiden. Första numret av Pantau publicerades som ett nyhetsbrev för att granska medias roll under valkampanjen 1999. I år har tidningen gjorts om till ett månadsmagasin med inriktning på mediefrågor. Det första numret av den nya tidningen publicerades i mars 2001.

Pantau är den tidning som jag valt att studera för att få inblick i vilken roll media kan ha i en demokratiseringsprocess. Det är speciellt intressant att få svar på vilka idéer och ideal som ligger bakom startandet av en ny tidning, vem tidningen vänder sig till och hur journalisterna lyckas anpassa sig till sin nya frihet. Hur man når ut till sina läsare och hur man kommunicerar med dem.

Samtidigt som förutsättningarna för media i Indonesien förändrats pågår en global process som påverkar förhållandena på mediaområdet. Stora bolag kapar åt sig allt större bitar av en marknad där underhållning säljer bättre än nyheter och där konkurrensen hårdnar om annonsörernas pengar (Castells, 2000; Hardjono, 1998; Dixit, 1998). Detta påverkar naturligtvis rapporteringen - vad man skriver om, hur man skriver och slutligen hur man utformar artikeln. Det kan vara svårt för en nystartad tidning med seriöst innehåll att hävda sig i en sådan omgivning.

Formen kan vara ett sätt att skapa en egen profil, ett eget uttryck som speglar innehållet och anger tonläget.

Mitt syfte är att ta reda på hur Pantau skapar attraktiv och användbar form för ett seriöst innehåll. Jag studerar vilka förebilder som styr hur man lägger upp formen och hur den regionala eller nationella särarten tar sig uttryck.

Hur fungerar kombinationen form/innehåll? Arbetar man med foto, faktarutor och illustrationer? Vilka kriterier gäller för omslaget? Vilka beståndsdelar innehåller tidningen?

För att få svar på dessa frågor har jag bland annat intervjuat journalisterna på Pantau, läsare och frilansmedarbetare. Jag har också gjort en analys av tidningens form.

Under arbetets gång har jag haft stor nytta av mina egna erfarenheter som journalist. De har bidragit till att jag har kunnat få en djupare förståelse för hur arbetet på redaktionen fungerar, vem som gör vad och att ställa de rätta frågorna. Det känns också som att mina kunskaper har öppnat dörrar i situationer när de intervjuade till en början varit avvaktande.

## 2. Indonesien i förändring

### Global kraft

Journalisten Thomas Friedman beskriver i sin bok *The Lexus and the Olive Tree* hur den första stora finanskrisen i globaliseringens era startade i Thailand 1997 och snabbt slog ut flera av de tidigare så framgångsrika Sydostasiatiska ekonomierna. Lokala och globala investerare valde att placera sina pengar på säkrare ställen och flera miljoner asiater förlorade sina jobb. För många kom krisen som en total överraskning. (Friedman, 2000; Coronel, 1998).

Indonesien var ett av flera länder som drabbades hårt. Men redan före det ekonomiska sammanbrottet hade landet fått uppleva effekterna av den globala finansmarknadens positiva sidor. Under första hälften av 1990-talet när Indonesien hade en stark ekonomisk tillväxt växte också medelklassen sig större och starkare och med den kraven på bättre information. Den privatägda pressen var en av vinnarna med växande upplagor och ökande annonsintäkter. Men, hävdar kritikerna, vinsterna blev viktigare än kvaliteten på nyhetsbevakningen (Luwarso, 1998).

Samtidigt hade regeringen öppnat för utländska investeringar och kapitalflöden, men fortsatte att hålla mediamarknadens aktörer i strama tyglar. En press som inte fick ifrågasätta regeringen kunde heller inte granska finansmarknaden och informera om det ekonomiska läget. Därför kom krisen som en chock även för dem som borde kunnat förutse riskerna och analysera de första tecknen på en konjunktursvängning (Coronel, 1998; Eng, 1998).

Situationen blev inte bättre av att krisen också påverkade pressen. Flera tidningar tvingades att lägga ner när annonsmarknaden gav vika och tryckpriserna sköt i höjden. Andra kämpade vidare i nedbantat format.

Flera fullformatstidningar gjordes om till tabloider och antalet sidor minskades kraftigt.

För indonesiska journalister kom det ökade internationella medi-aflödet och den tekniska utvecklingen, med kabel-tv och internet, att spela en viktig roll, inte minst under den ekonomiska krisen. Via utländsk media kunde de följa utvecklingen i hemlandet och det blev allt svårare för regeringen att kontrollera nyhetsflödet.

Journalister som fått yrkesförbud och tidningar som tvingats stänga av regeringen kunde omformas och spridas via internet och maillistor både inom och utom landet. Uppfinningsrikedomen var stor. Nättidningarna skrevs ut i skolor, på universitet, i moskéer och på andra ställen där det fanns en uppkopplad dator och en skrivare (Manzella, 2000).

Samma utveckling utgör i dag ett hot, eller snarare en utmaning, för inhemsk media i hela Sydostasien. Kampen om annonsörerna är

hård och lokala aktörer tävlar nu med större, rikare och mer sofistikerade mediaföretag (Coronel, 1998). Det får effekter för nyhetsrapporteringen.

Sheila S. Coronel, chef för det filippinska institutet för undersökande journalistik skriver:

*The downside of the information revolution is that it is mostly bringing information that titillates or amuses citizens rather than empowers them to make intelligent decisions about their lives. More and more, people have the illusion that they are informed simply because of the multiplicity and sophistication of the media available to them (Coronel, 1998:16)*

Kvantitet är ingen garanti för kvalitet. Samtidigt har det visat sig att globaliseringen har två sidor: dels ett gränslöst utbyte av nyheter och annan information, dels en ökad fokusering på det lokala (Castells, 2000).

I Sverige, till exempel, har lokaltidningarna klarat en vikande annonsmarknad och ökad konkurrens från tv förhållandevis bra just på grund av den starka lokala förankringen. Det behöver alltså inte se svart ut för den inhemska pressen i Indonesien.

Utvecklingen går mot fler och starkare lokaltidningar också i Indonesien, tidningar som kommer ut i förorterna och i de mindre städerna. Lukman Setiawan, chefredaktör på den dagliga affärstidningen Bisnis Indonesia och med en gedigen erfarenhet av olika tidningsprojekt i Indonesien, spår att antalet nationella dagstidningar med Jakarta som utgivningsort kommer att minska i framtiden till förmån för fler lokaltidningar (Setiawan, intervju 2001-10-06).

### **Regionala påtryckare**

Media har spelat en viktig roll i utvecklingen mot demokrati i flera sydostasiatiska länder och har också stor makt i de nya demokratierna som forum för offentlig debatt och påtryckare för reformer. Idealen har utvecklats i västvärlden under decennier, men det var länge sedan pressen i USA och Europa formade sina arbetsmetoder. När Indonesien nu påbörjat sin väg mot yttrandefrihet är det länder i regionen med liknande politisk utveckling, snarare än utanför, som man tar som föredöme. Thailand och Filippinerna, där pressfriheten blivit en naturlig del av samhället, har bildat modell för sina grannländer (Coronel, 1998; Eng, 1998).

Stödet från journalister och människorättsaktivister över hela världen har varit ovärderligt för att uppmärksamma problemen med censur och våld mot journalister i Sydostasien. Men makthavarna är känsliga för pekpinna från väst, därför har det visat sig att påtryckningar från regionala organisationer lättare har fått gehör för sina krav på yttrandefrihet. Thailändska tidningar har exempelvis blivit en viktig källa för nyheter och opinionsbildande i grann-

länder som Burma och Kambodja. 1998 bildade journalister från Indonesien, Thailand och Filippinerna en gemensam organisation, South East Asian Press Alliance, för att stödja varandra och påverka utvecklingen i regionen. Ett starkt regionalt samarbete kan skapa en nyttig motvikt till ett massivt inflytande från väst.

Man det finns också gemensamma orosmoln. Förutom det växande hotet från multinationella mediaföretag har pressfriheten skapat utrymme för en så kallad "euphoria press" - hundratals nya tidningar ovana vid den nyvunna friheten. Det är tidningar som skriver allt, även löst skvaller och okontrollerade uppgifter, och som är ett allvarligt hot mot pressens trovärdighet. Bristen på utbildade journalister är ett annat.

### **Det efterkoloniala Indonesien**

Försöken att kontrollera nyhetsrapporteringen i Indonesien går långt tillbaka i historien och innefattar både president Suharto och hans föregångare Sukarno (Sen & Hill, 2000; Manzella, 2000).

Lukas Luwarso, styrelseledamot i Alliance of Independent Journalists, AJI som bildades 1994, oroar sig för att ett bakslag kan komma. Erfarenheten säger, enligt honom, att nya makthavare varit ivriga att liberalisera reglerna för yttrandefrihet så länge deras makt varit svag. Men så fort de blivit säkrare har reglerna stramats åt och hot om nedläggningar och avskedanden återkommit (Luwarso:1998).

Redan under kolonialtiden stiftade holländarna på Java lagar som skulle hindra pressen att kritisera regimen. Sukarno som var det fria Indonesiens första president (från 1945) ansåg att pressens uppgift bland annat var att ena en splittrad nation och han skrev ner de fem grundpelare, Pancasila, som skulle stärka den nationella identiteten: nationalism, humanism, självständighet eller demokrati, social rättvisa och monoteism. De restriktioner som sedan riktats mot pressen grundar sig i Sukarnos nationalism (Manzella, 2000).

När Suharto kom till makten genom en kupp 1966 använde han den så kallade New Order, ett auktoritärt ledarskap, för att skapa ordning och reda i landet. Pressen förlorade sin politiska makt förutom när det gällde att stödja regeringen och kontrollerades hårt. Under Suhartos regim har förutsättningarna för media skiftat. Perioder av liberalisering har följts av hårda restriktioner. Antalet tillstånd att ge ut tidningar begränsades till 289 och tillstånden kunde när som helst dras in. (Heryanto & Adi, 2001) Ett problem för media har varit att man inte vetat exakt vilka regler man haft att rätta sig efter. Den som bröt mot reglerna visste det sällan förrän efteråt.

Regimen använde sig av flera olika sätt att kontrollera pressen, bland annat med tvånget om presslicens, att det var obligatoriskt att vara medlem av det enda tillåtna journalistförbundet för att få verka som journalist, av telefonhot, fängelse och fysiska hot. Regeringen kontrollerade också det språk som fick användas i pressen. Men

delar av journalistkåren har hela tiden hittat vägar att rikta kritik mot makten. Det politiska språket kan ofta tolkas på mer än ett sätt, och kritiken har funnits indirekt, mellan raderna. (Sen & Hill, 2000; Ohlin, 1998; Hardjono, 1998)

Förbudet att ge ut de tre populära nyhetsmagasinen Tempo, Editor och DeTIK 1994, blev slutet för den liberaliseringsvåg - keterbu-kaan- som följt i spåren av en allt starkare ekonomisk tillväxt och därmed en växande medelklass. Men förbudet blev också början till slutet för Suharto-regimen.

Bara det faktum att regimen såg sig tvungen förbjuda tre ansedda informationskanaler visar att media betraktades som ett allvarligt hot. Men, skriver Krishna Sen och David T. Hill, professorer vid Murdoch University i Australien som studerat förhållandet mellan media, kultur och politik i Indonesien:

*Clearly too... the government had only limited control over the ways in which citizens might participate in cultural activities. In the last decade of the New Order, however, the state was losing control of media products in a more general sense, due to changes in media technologies and economies (Sen & Hill, 2000:12).*

### **Efter Suharto**

Suharto ersattes vid makten av B.J. Habibie i väntan på det val som genomfördes hösten 1999. En ny vallag skapade förutsättningar för det första demokratiska valet i Indonesien sedan 1955. Även om Megawati Sukarnoputris parti var det som fick flest röster, blev det till slut efter politiskt spel, ledaren för landets största muslimska organisation, Abdurrahman Wahid som utsågs till ny president. (Johannesson, 2001). Under våren och sommaren 2001 växte sig missnöjet med Wahid så starkt att han i augusti tvingades lämna över makten till Megawati.

Statskontroll och censur har ersatts av nya medialagar som tillåter relativt stor yttrandefrihet och vad väst definierar som fri press. I november 1999 avskaffades informationsministeriet och regleringen av pressen har överförts till företrädare för branschen. Att landets nya president, Megawati, under hösten 2001 åter inrättat ett informationsministerium oroar dock många journalister.

Arbetet med att inrätta en motsvarighet till den svenska pressombudsmannen för att sätta fokus på journalistisk yrkesetik pågår (Tesoro, 2000).

Den som vill starta en tidning behöver inte längre godkännas av informationsministeriet och journalister som vill utöva sitt yrke tvingas inte längre vara medlemmar av en enda tillåten journalistorganisation, tidigare en förutsättningen för att få arbeta. Nu finns fle-



ra olika fackföreningar för journalister och flera hundra nya tidningar har startats i Indonesien sedan 1998, men många har redan tvingats lägga ned till följd av den stenhårda konkurrensen. Bäst klarar sig de redan starka inhemska mediejättarna, exempelvis Gramedia-gruppen, ägare av landets största dagstidning Kompas.

När man studerar utvecklingen för media i Indonesien finns det många frågor att ställa. Journalisterna har blivit fler och de har fått många nya problem att ta ställning till. Yttrandefrihet betyder inte att man kan skriva och trycka vilka rykten som helst. Oförsiktiga och dåligt skolade journalister kan sätta trovärdigheten på spel och på många tidningar är reportrarnas texter hårt redigerade innan de kommer i tryck (Manzella, 2000:307).

*The reskilling of journalists is a challenge. The culture of fact-checking needs to be installed in an entire generation of journalists accustomed to being told what to report (Williams, 2000:11)*

När de statliga påtryckningarna har avtagit har nya grupper som ställer krav på lojalitet från massmedia dykt upp. Det kan vara studenter, religiösa samfund, etniska grupper eller tidningsägarna själva. Detta komplicerar arbetet för media, särskilt som traditionen av självcensur fortfarande sitter i.

*Journalists have to worry not only about those in positions of power. Post-Suharto Indonesia, with its economic collapse, rising separatist, ethnic and religious sentiments and politically charged atmosphere, is simply a much more dangerous place for journalists to work. Not everyone accept the need for, or even the principle of, the free press. The resistance lies both in a lingering sense that the media is responsible for political education and in perceptions by the public of bias among publications or journalists (Tesoro, 2000:3).*

Till det kommer ökad konkurrens, inte minst från utländsk media som nu börjar intressera sig för den indonesiska marknaden. Indonesien är världens fjärde största land sett till antalet invånare, med fyrtio procent av Sydostasiens befolkning. För den som kan överbrygga kommunikationsproblemen i detta enorma örike finns pengar att tjäna.

Explosionen på tidningsmarknaden har fört med sig en rad tidningar och tidskrifter som inte är seriösa och det finns risk för att den hårda konkurrensen uppmuntrar sensationalism. Andra hot mot yttrandefriheten är ett instabilt politiskt läge och dåliga löner. Traditionen av så kallad "envelope journalism" är vitt utbredd i Indonesien. Journalister som bevakar en presskonferens eller skriver om

politiker eller företag får ett kuvert med pengar av arrangören (Tesoro, 2000). Så länge lönerna är dåliga lär det också finnas en marknad för denna form av ekonomisk påverkan. För att komma till rätta med mutor har flera tidningar infört hårda regler, frågan är bara om de efterlevs.

### **3. Medias roll i demokratiseringen**

#### **En demokratisk institution**

Städernas medelklass var den grupp som under Suharto-regimen började fråga efter information och kritiskt granskande journalistik. Den ekonomiska krisen underströk bara behovet av information, förklaringar och insyn i vad som pågick. I Indonesien hindrades pressen att rapportera om krisen eftersom den inte tilläts vara kritisk mot regeringen. För att få veta vad som hände fick journalister och andra förlita sig på utländska mediers rapportering från Sydostasien.

Efter krisen har många, även finansmän och politiker i Sydostasien insett vikten av massmedia som en demokratisk institution. Detta förutsätter att pressen har rätt att kritisera, att ordet är fritt (Coronel, 1998).

*The role of the media becomes more important during crises. More than ever, citizens need to understand what is going on around them, who is responsible, and what can realistically be done to improve the situation...A free press makes people aware of the issues and forces that have an impact on their daily lives and give decision-makers the inputs they need to make policy or institute reforms (Coronel, 1998:11-12).*

Vilken roll har då media i den demokratiseringsprocess som Indonesien just påbörjat?

Benjamin I. Page skriver att media är en av förutsättningarna för en modern demokrati eftersom befolkningen måste hålla sig välinformerad för att kontrollera vad regeringen gör. Genom media kan experter kommunicera med varandra, men också förklara och debattera på ett sätt som är åtkomligt för en stor skara medborgare. Och han understryker vikten av studera hela spektrat av media, inte bara vilka politiska frågor som tas upp i till exempel tv (Page, 1996).

*...as far as possible we should look at what all the media have to say, including elite newspapers and journals of opinion, as well as more popular communicationchannels (Page, 1996:7)*

En förutsättning för att media ska kunna spela en avgörande roll för utvecklingen är dock att man verkligen når ut. För pressen är frågan högst aktuell i ett land av Indonesiens storlek där distributionsproblemen bara är ett av många hinder för tidningarna att nå sina läsare. Där har radio och tv har en stor fördel, men de kämpar å sin sida med ett lågt förtroende hos läsare/tittare. Under Suharto-tiden ägdes alla radio- och tv-kanaler mer eller mindre av staten eller av släktingar till makthavarna. Pressen däremot stod friare (Sen & Hill, 2000).

Ett annat problem är att de flesta tidningsläsarna finns i de större städerna, bland en välutbildad elit. Men det är också den del av befolkningen som för ett offentligt samtal och driver utvecklingen framåt. Den urbana intelligentian, i postkoloniala samhällen som Indonesien har, trots att den är liten, av tradition en stark moralisk och politisk kraft som västerländska bedömare har svårt att föreställa sig (Heryanto & Adi, 2001).

### **Modell för deltagande**

Olle Törnquist, professor statsvetenskap och utvecklingsforskning vid universitet i Oslo har länge följt utvecklingen i Indonesien och han efterlyser en utvecklingsmodell som kan fördjupa demokratin. Han hävdar att de demokratiska framstegen i Indonesien undermineras om folkets faktiska möjligheter att använda sig av sina nya rättigheter inte främjas. Lagstiftning är naturligtvis ett steg i rätt riktning, men man måste också se till denna lagstiftning efterlevs och, inte minst, skapa folkligt baserade idé- och intresseorganisationer. Frågan är bara hur de ska komma till. (Törnquist, 2000).

Det kan vara något för media att ta fasta på. Jan Servaes är en av förespråkarna för en deltagande (participatory) utvecklingsmodell, som bygger på dialog och delaktighet på alla samhällsnivåer. Det är en modell som kräver samarbete på alla plan och fokus i utvecklingsarbetet flyttas från ett sändar- till ett mottagar-perspektiv. Deltagandemodellen ser vanliga människors stolthet över och kunskap om sin egen kultur som nyckel till förändring och utveckling och syftar till att utbilda och stimulera (Servaes, 1999). Men det är en modell som innebär svårigheter. Den kräver tålmod och tid eftersom bygger på att alla åsikter får komma till tals och att man bygger upp förtroenden. I Indonesien som saknar en tradition av folkligt baserade intresseorganisationer kan det vara extra svårt. Vem ska då starta dessa organisationer och var ska initiativet komma ifrån? Från regimen eller från internationella NGO:s? Ett annat problem är att de vars makt hotas kanske inte alls är intresserade av att delta i utvecklingsprocessen.

Kritiker pekar på flera faror med den deltagande utvecklingsmodellen. Till exempel att man riskerar att romantisera det lokala medan

sociala orättvisor och maktrelationer nedtonas. Att man isolerar det lokala från andra politiska och ekonomiska strukturer.

Risken är att väst genom att favorisera det lokala och genom att vara kritisk mot den egna koloniala erfarenheten uppträder som att "vi inte har något att erbjuda". Detta är ett hinder för verklig dialog och lärande. De lokala och de icke lokala behandlas som olika enheter, helt skilda från varandra. (Mohan & Stokke, 2000).

Det finns många projekt som utger sig för att vara deltagande kommunikationsprojekt. Med vad innebär det? Servaes gör en sammanställning över några faktorer som kategoriserar en deltagande kommunikationsmodell:

- 1. participatory media are internally organized on democratic lines (as worker cooperatives or collectives);*
- 2. participatory media are recognized by their opposition to cultural industries dominated by multinational corporations;*
- 3. participatory media may be traced to the liberation of linguistic and ethnic groups following a major social transformation;*
- 4. the strong existence of participatory media may be explained in terms of class struggle within the society;*
- 5. participatory media may be identified as "molecular" rather than "molar" (a collectivity of autonomous units rather than one that is homogenized and one-dimensional);*
- 6. participatory media (like the montage of Eisenstein and the theater of Brecht) by design requires a creative and varied reception from its audience. (Servaes, 1999:92)*

Servaes understryker att deltagande kommunikation i första hand är ett alternativ till media dominerad av transnationella företag. I min studie av Pantau kommer jag att undersöka hur Servaes kriterier för ett deltagande kommunikationsprojekt stämmer in på tidningen.

### **Visuell journalistik**

Varje år utser organisationen Society for News Design med säte i USA världens bästa tidningssidor. Bläddrar man i 2000-års upplaga av The Best of Newspaper Design upptäcker man snabbt att bara en bråkdel av de prisade tidningssidorna kommer från Asien och Afrika. Den latinska världen, Europa och USA delar på utmärkelserna (Society of News Design, 2000).

Vad beror detta på? I en värld full av bilder har det stor betydelse hur man kommunicerar, också visuellt. Tidningar är tydligt visuella, där sidorna är bilder i sig uppbyggda av många olika beståndsdelar såsom fotografier, teckningar, grafik, faktarutor, texter, rubriker, ramar och linjer.

Att få asiatiska tidningar finns med bland de utvalda kan bero på att de inte skickat in några bidrag till tävlingen. Det kan också bero på

att de skiljer sig så mycket från rådande ideal att de aldrig kommer på tal för några utmärkelser. Eller värre, de skiljer sig inte alls. Den amerikanske antropologen Joseph C. Manzella skriver:

*The press in the United States, in particular, has had a clear impact for better or worse on the way print journalism is practised elsewhere. It is evident in both the presentation and content of foreign newspapers, such as those in the Indonesian capital of Jakarta, and even in the world-wide rush by newspapers to establish internet sites (Manzella, 2000:310).*

En diskussion om visuell journalistik begränsas lätt till ett resonemang kring estetik. Och visst har estetiken stor betydelse eftersom läsarna bedömer tidningen delvis med utgångspunkt från hur den ser ut. Om den ser kompetent ut, med exempelvis konsekvent använd typografi och tydlig, förmodar läsarna också att texterna är det (Moses, 1999).

Samspelet mellan det visuella och texterna är ett område inom medieforskningen som hittills inte fått någon större uppmärksamhet. Av tradition har ordet, det rationella, haft företräde framför det visuella, som snarare appellerar till känslor (Hansen m fl, 1998). Men att ge ut en publikation innehåller alltid ställningstaganden i fråga om design, om det så bara gäller att välja typsnitt. Essensen av ett modernt magasin är, enligt den brittiske redaktören John Morrish, till stor del det visuella uttrycket, med omslaget som viktigaste och mest användbara säljargument. Formen ska uttrycka de underliggande idéerna och tankarna bakom magasinet och varför man publicerar en text (Morrish, 1990). Morrish listar en rad regler som styr den design vi är vana att se i bland annat brittiska, amerikanska och svenska magasin:

- ▶ Man bör ha kortare element fram och bak i tidningen där de syns för den som av en tillfällighet bläddrar i tidningen. Mittsektionen lämnas till längre artiklar.
- ▶ Tidningens djup skapas genom en väl genomarbetad helhet.
- ▶ Den sista redaktionella sidan bör innehålla något av tyngd, till exempel en populär krönika.
- ▶ Man måste bestämma sig för hur man ska hantera längre material. Det finns flera alternativ: Uppslag följt av enstaka sidor, en ingångssida följt av uppslag, enkla uppslag osv. Vissa amerikanska tidningar väljer att fortsätta texten bak i tidningen för att öka tempot i framdelen, men det finns då en risk att bakdelen blir skräpkorg.
- ▶ På en magasinssida är sidans hierarki inte uppbyggd av olika artiklar som på en nyhetssida, utan av olika element som rubrik, textmassa, boxar, tabeller, citat, by-lines och bilder.
- ▶ Bilder behöver slagkraft snarare än estetik.

## 4. Pantau som exempel

### Från motstånd till månadsmagasin

Jalan Utan Kayu är en livlig gata som ringlar sig mellan två av Jakartas breda genomfartsleder. Här ser man inga av stadens många flotta kontorsbyggnader, men bland journalister, studenter, kulturintresserade och intellektuella är Utan Kayu ett välkänt begrepp. På nummer 68H, bakom en dammig fasad och med två stora radiomaster på tomten mot gatan ligger Komunitas Utan Kayu, en mötesplats med ett lummigt kafé, teaterlokal, kontor, galleri, bibliotek, bokhandel och en radiokanal som ständigt lockar nya lyssnare. Där ligger också redaktionen för mediamagasinet Pantau.

Tillsammans med utbildningen för journalister är detta vad som finns kvar av paraplyorganisationen ISAI, Institute for the Study of Information Flows. Hösten 2000 genomgick organisationen, efter många och het-siga diskussioner, en omfattande förändring för att anpassa sin verksamhet till de nya förhållandena i Indonesien efter Suhartos fall.



Kaféet på Jalan Utan Kayu är en populär mötesplats.

ISAI bildades i december 1994 av Goenawan Mohamad, chefredaktör för det populära veckomagasinet Tempo, Fikri Jufri och Aristides Katoppo också de från Tempo, tillsammans med bland andra frilansjournalisten Andreas Harsono. Tre månader tidigare hade regeringen tvingat Tempo att stänga och beslutet väckte häftiga protester över hela landet.

Syftet med ISAI var att kämpa för pressfrihet, att stödja journalister som fängslats eller förlorat jobbet, men också att sprida nyheter om utvecklingen i Indonesien inom och utom landet.

Uppfinningsrikedomen var stor. Bland annat hade ISAI en enhet för "instant books". Pressen var visserligen hårt reglerad, men bokutgivningen som inte definierades som media, sorterades under kultur- och utbildningsdepartementet och reglerades därför inte av samma strikta lagar (Sen & Hill: 2000; Harsono, intervju 2001-10-02).

*ISAI decided to set up a book division because in the past newspapers could not print news considered to be sensitive or*

*even sensitive by the regime. So we published books that covered sensitive issues like the event of 27 July 1996*  
(Harsono, intervju 2001-10-02)

ISAI hade också en underjordisk enhet som publicerade tidningar på internet, sände ut nyheter till maillistor och arkiv eller kopierade nyhetsbrev som delades ut för hand. Organisationen hade en egen tryckpress på annan adress i Jakarta (Harsono, intervju 2001-08-31; Saptono, intervju 2001-09-10; Probo, intervju 2001-09-07). Ett "public forum" skickade ut talare och föreläsare som propagerade för demokrati, frihet och mänskliga rättigheter och man höll träning och utbildning för journalister runt om i landet. ISAI har hela tiden haft nära kontakter med studentpressen och de flesta som i dag arbetar på Utan Kayu har ett förflutet på olika studenttidningar.

Efter Suhartos fall ändrades förutsättningarna för ISAI:s arbete. Pressfrihet infördes och Tempo kunde ombildas och började komma ut igen. Det var dags för ISAI att fundera över en ny strategi. Samtidigt brottades man med ekonomiska problem och en organisation som började bli ohanterligt stor med tolv olika enheter, av vilka några inte längre behövdes. Efter hårda diskussioner avskaffades bland annat den underjordiska verksamheten, bokförlaget lades ned, liksom "public forum" och en enhet för research. ISAI:s mål är nu att den nya pressfriheten ska institutionaliseras och att förändra och förbättra de lagar som styr mediaområdet. Utvecklingen har gått fort och det har varit svårt att anpassa en organisation som bygger på motstånd till fredliga förhållanden, att gå från ideellt arbete till professionell produktion.

Under valkampanjen 1999 startade ISAI tillsammans med den brittiska organisationen Article XIX ett nyhetsbrev för att bevaka och granska hur media arbetade under valet. Tidningen döptes till Pantau som betyder att observera, att betrakta på avstånd, på Bahasa Indonesia. Nyhetsbrevet kom ut med fyra nummer, men väckte ingen större uppmärksamhet.

Efter valet gjordes Pantau om till en mer akademisk tidskrift med fokus på innehållsanalyser och med texter som var skrivna på ett komplicerat akademiskt språk. Tidningen kom ut oregelbundet och delades ut gratis, men få läste den. Av 3.000 tryckta exemplar lyckades man dela ut mellan 200 och 600. Pantau ingick i ett samarbete mellan andra "media watch"-projekt runt om i landet.

*We spent a lot of money to do this magazine but it was not widely read. The content was great, the analyses were deep, but again it was not read. There were no regular meetings, the editors were scattered in many places...* (Harsono, 2001-10-02)

När ISAI omstrukturerades var frågan om Pantau skulle läggas ned



eller göras om. Tidningen var dyr att trycka, men nådde få och gav inga intäkter. Samtidigt hade man engagerat många journalister som tidigare arbetat med den underjordiska verksamhet och på andra nedlagda enheter som nu skulle placeras någon annanstans. Ingen som arbetade inom ISAI skulle få sparken vid omorganisationen, det var överenskommelsen med facket.

Till slut kom man överens om att utöka redaktionen och förändra tidningen. Under hösten 2000 tillsattes en arbetsgrupp som skulle framtidens Pantau medan den gamla fortfarande kom ut under ledning av Veven Sp. Wardhana. Man hade två viktiga frågor att ta ställning till: Hur skulle den nya tidningen utformas och vem skulle leda den.



Pantau – från nyhetsbrev till månadsmagasin.

### **Andreas Harsono och hans influenser**

Sommaren 2000 kom sekreteraren i styrelsen för ISAI, Andreas Harsono, tillbaka till Indonesien efter ett års studier vid Harvard-universitet i USA. Han var där som Nieman-stipendiatar för att fördjupa sina kunskaper i journalistik tillsammans med andra journalister från hela världen. Med sig hem hade han mängder av nya idéer och intryck.

När ISAI skulle förändras blev han den drivande kraften. Ekonomin var körd i botten, de utländska stiftelser och fonder som stöttade ISAI hade nedvärderat organisationen och något måste göras. Efter vistelsen i USA kunde Andreas Harsono se på ISAI med nya ögon. Det var han som föreslog att antalet enheter skulle skäras ned till ett minimum. Diskussionerna inom ISAI pågick i månader. Det



var ingen lätt process, många åsikter skulle ventileras och meningarna gick isär. Beslutet att förändra tidningen och utöka redaktionen för Pantau var kontroversiellt inom organisationen. Många ville ha kvar inriktningen på innehållsanalyser och samarbetet med andra media-watch-projekt, men Andreas Harsono bland andra förespråkade en tidning med mer lättlästa texter och en större bredd på bevakningen.

Det blev Andreas Harsono som utsågs till chefredaktör för den nya Pantau och influenserna från hans år i USA har präglat utformningen av månadstidningen med det fullständiga namnet Pantau – kajian media dan jurnalisme, i mycket. För tidningens design har The New Yorker, som Harsono studerade i USA, varit förebild. Innehållsmässigt, med exempelvis införandet av en ombudsman, har den nu nedlagda amerikanska medietidningen Brill's Content stått modell. Harsono har också studerat litterär journalistik under sin tid vid Harvard och vissa element av denna genre vill han nu överföra till Pantau (Harsono, intervju 2001-08-31).

Det är inte bara Pantau som har influerats av USA. Under Suharto-tiden sökte engagerade journalister förebilder utanför Indonesien och utländska tidningar var, och är fortfarande, viktiga nyhetskällor för indonesisk media.

Som frilansjournalist har Andreas Harsono redan tidigare haft flitigt utbyte med tidningar i och utanför regionen, han medverkar bland annat i Bangkok-baserade The Nation, The Star i Malaysia och amerikanska The American Reporter.

Sedan han blev chefredaktör för Pantau skriver han inte längre för några andra indonesiska tidningar.

Andreas Harsono har som många andra på Pantau-redaktionen ett förflutet inom studentpressen. Han har ingen journalistutbildning utan studerade till elingenjör vid universitetet i Salatiga där han blev bekant med flera av de personer som nu är journalister på Pantau. Förutom ett år på The Jakarta Post har han i första hand arbetat som frilansjournalist, han har aldrig tidigare varit redaktör. Som chefredaktör för Pantau har han två huvuduppgifter, att vara redaktör och ansvarig utgivare på redaktionen och att leda arbetet på marknadsföringsavdelningen.

### **Detta vill nya Pantau**

Syftet med Pantau är att höja den journalistiska standarden i Indonesien och att verka för att pressfriheten institutionaliseras. Det är en tidning som bevakar och granskar media, som berättar vad som händer bakom kulisserna och hur media arbetar och fungerar. Upplagan låg hösten 2001 på runt 3 000 exemplar. I Indonesien finns cirka 10 000 journalister och man räknar med att tidningen som bäst kan nå en upplaga på 8 000 exemplar i månaden.

Pantau ser media som ett vitt begrepp som inte bara omfattar press, radio och tv utan också film, musikindustri, böcker och dot.com. Principerna för tidningen är enkla. Den ska vara rättvis gentemot sina läsare, ärlig också när det gäller att berätta för läsarna vilket förhållande en skribent har till det han/hon skriver om och noggrann när det gäller fakta, stavning och att kontrollera uppgifter. Att skildra flera åsikter är också en av de journalistiska principer som Pantau arbetar efter.

När Pantau gjordes om var redaktionens uppgift att ändra inriktning så att tidningen skulle locka fler läsare. En viktig förändring är att tidningen nu kommer ut regelbundet en gång i månaden och att den inte längre är gratis.

De akademiska innehållsanalyserna kompletterades med rapporter, reportage, intervjuer och kortare texter om medianyheter och branschkvaller. Goenawan Mohamad, styrelseordförande i ISAI, och många med honom ville att Pantau skulle behålla innehållet i den akademiska tidskriften som ett instick i tidningen men det blev tekniskt komplicerat och allt för dyrt (Harsono, intervju 2001-10-02). Tidningen har också infört en egen ombudsman, Said Budairy, som tar upp frågor om journalistisk etik i sin spalt varje månad. Det är en amerikansk tradition som nu införts i Indonesien för första gången. Said Budairy har en gedigen bakgrund inom indonesisk press och han har också suttit i parlamentet. Han är nu glad att han kan bidra med sin erfarenhet och sina kunskaper för att medverka till att höja den journalistiska standarden i Indonesien (Budairy, intervju 2001-10-01).

### **Liten redaktion**

Redaktionen består förutom chefredaktören av fyra redaktörer, två researchers, en webbredaktör, en grafisk redaktör, en korrekturläsare, en sekreterare och en person som ska förbinda redaktionen med de två annonsförsäljarna. Den tjänsten flyttades i oktober 2001 helt över till marknadssidan.

De flesta på redaktionen känner varandra sedan tidigare. Många har arbetat tillsammans med utbildningar och underjordiska tidningar under Suharto-tiden. När det gäller religion och ursprung är spridningen stor, men förutom sekreteraren finns det bara två kvinnor på redaktionen. Både Pantau och moderorganisationen ISAI har fått skarp kritik för bristen på kvinnor, framför allt i ledande position. Förklaringen kan vara historisk, under Suharto-tiden anställde ISAI bara folk de kände väl, arbetet var riskabelt och det var mest män som arbetade inom den underjordiska verksamheten. Detta förklarar också att flera redaktionsmedlemmar känner varandra sedan studietiden.

När Pantau gjordes om sade två äldre redaktörer upp sig och de två senast anställda är kvinnor. Samtliga journalister har universitetsutbildning, men bara några få har läst ämnen som kan förknippas med journalistik, designern till exempel studerade för att bli idrottslärare, det finns också en jurist, en biolog och en elingenjör på redaktionen. De båda researcherna har dock utbildning i statskunskap med inriktning på mediaområdet. Majoriteten av redaktörerna har inlett sin journalistbana på någon studenttidning.

Förutom de fast anställda är ett 40-tal frilansare knutna till redaktionen. Pantau satsar mycket på sina frilansare och betalar bra som ett sätt att visa respekt för de skribenter, illustratörer och fotografer som är underbetalda. Lönerna för de fast anställda däremot ligger på medelnivå.

När Pantau-redaktionen förberedde sin omgörning lade man ned mycket tid och kraft på att hitta bra skribenter som var beredda att arbeta med litterär journalistik. Andreas Harsono åkte runt i landet och pratade med tänkbara medarbetare, mest unga lovande skribenter och illustratörer. Skribenterna bjöds sedan in till en workshop i Jakarta (Saptono, intervju 2001-09-10; Harsono, intervju 2001-08-30).

### **Ekonomi och ägande**

Pantau ägs till 100 procent av ISAI som bidragit med lokaler, datorer och nätuppkoppling.

Det har varit viktigt för redaktionen att kräva självständighet gentemot ISAI. Styrelsen för ISAI kan inte sparka chefredaktören om de är oense om redaktionella frågor. I stället finns det två äldre, erfarna journalister utan anknytning till ISAI som kan rekommendera styrelsen att avskeda chefredaktören om tidningen inte lever upp till kraven på kvalitet.

Som starthjälp fick Pantau-redaktionen ett bidrag på 100 000 dollar från Ford Foundation, en amerikansk non governmental organisation, NGO, som bland annat arbetar för att stärka demokratiska värden, motverka fattigdom, främja internationellt samarbete och inom media för stödja fria och ansvarstagande nyhetsmedier. Ford Foundation stödjer också produkter med hög kvalitet som främjar offentlig diskussion, demokratiska värden och mångfald (Ford Foundation, 2001).

Tidningen söker efter fler finansiärer och har under 2001 kommit överens med Partnership for Governance Reform in Indonesia, ett samarbete mellan olika europeiska stiftelser under ledning av UNDP. Pantau för förhandlingar också med andra stora investerare som Asian Development Bank och World Bank. I övrigt finansieras verksamheten av annonsförsäljning och prenumerationer.

Annonsförsäljningen går trögt eftersom tidningens målgrupp är relativt liten, därför söker man andra typer av finansiering till exempel att stora företag prenumererar på ett antal exemplar av tidningen som de delar ut till sina anställda eller till journalister i regionen.

### **Distribution med förhinder**

Sedan Pantau gjordes om och ges ut som månadsmagasin är den inte längre gratis, att köpa den kostar 14 000 rupier och det är ungefär vad andra liknande magasin i Indonesien kostar. Morgontidningarna kostar omkring 2 000 rupier om man köper lösnummer. En vanlig arbetare tjänar mellan 10 000 och 15 000 rupier om dagen och ingångslönen för en journalist ligger någonstans mellan 1 och 1,3 miljoner rupier i månaden (Harsono, intervju 2001-08-31; Wisudo, intervju 2001-09-13).

De flesta av Pantaus läsare är prenumeranter. Tidningen säljs inte av de många försäljarna i städernas gatukorsningar eller i tidningsstånd på trottoarerna, utan i några få bokhandlar framför allt i Jakarta. Utanför huvudstaden står Gramediagruppen, Indonesiens stora mediaförlag, för distributionen. Pantau säljs i Gramedias bokhandlar i Medan, Palembang, Lampung, Bekasi, Tangerang, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Bali, Surabaya, Malang och Makassar. Med andra ord är det svårt att få tag i Pantau.

Den dåliga tillgängligheten är ett problem för Pantau, och Gramedia är den försäljare som skickar tillbaka flest exemplar av tidningen och man har inte råd med för många osålda exemplar och satsar därför på andra försäljningskanaler, till exempel telefonförsäljning och erbjudanden per brev. Tidningen säljs också på universiteten av studenter till studentpris.

### **Pantau på webben**

Samtidigt den nya tidningen kom ut i mars 2001 etablerade sig Pantau som nättidning, [www.pantau.co.id](http://www.pantau.co.id). Hela innehållet läggs ut på nätet med tio dagars fördröjning, en eftergift till marknadsavdelning som är orolig att färre ska prenumerera om de kan läsa tidningen gratis på nätet. Redaktionen har diskuterat om hela innehållet ska läggas ut, men bestämt sig för att nätversionen är bra marknadsföring. Ju fler som känner till Pantau desto bättre.

Nätversionen är ett alternativ för dem som inte kan få tag i den tryckta tidningen, och vid utformningen av sidan har det varit viktigt att en skapa ren och enkel form, att sidan går fort att plocka upp eftersom infrastrukturen utanför Java är dålig. En förutsättning är naturligtvis att man har tillgång till dator, men nätet av statliga internetkaféer är relativt väl utbyggt i Indonesien (Sen & Hill, 2000). Ett problem för Pantaus webbredaktör Priwatmo Probo är hur han ska hantera de långa texterna från den tryckta tidningen, eftersom

de blir svårlästa på en skärm. För framtiden funderar redaktionen på att översätta några av artiklarna i nättidningen till engelska.

## 5. Form för seriöst innehåll

### Globala ideal – lokal anpassning

”I do not advocate Western-style media freedom for Indonesia. Nor do I think that democracy and quality journalism are only for rich and settled countrys. They are human rights”, skriver Ratih Hardjono, en indonesisk journalist bosatt i Australien och korrespondent för den indonesiska dagstidningen Kompas (Hardjono, 1998).

Vad menar vi då när vi talar om fri press? Finns det en allmän uppfattning om vad fri press innebär?

Den amerikanske antropologen Joseph C. Manzella som har studerat förhållandena för pressen i Indonesien på plats i Jakarta anser att det i samhällen som förespråkar fri press finns en löst sammanfattad journalistisk kultur som sträcker sig bortom nationella gränser även om idealen har utvecklats i ett västerländskt politiskt och socioekonomiskt system. Men trots att utgångspunkten är densamma påverkas journalistiken av kulturella förutsättningar, politiskt klimat och andra sociala faktorer och det finns därför stora lokala skillnader. Redan före 1998 delade de indonesiska journalisterna tanken att nyhetsmedia inte ska hindras av det politiska systemet, med sina kollegor i till exempel USA (Manzella, 2000).

De indonesiska journalisterna utvecklade strategier som är specifikt indonesiska för att upprätthålla värderingar som i allt väsentligt är västerländska (Manzella, 2000).

Ett annat sätt att karaktärisera pressen är att göra upp kulturella scheman över synen på nyheter. W.A. Hachten (Hachten i Manzella, 2000) föreslår ett schema uppdelat på fem olika koncept: ett västerländskt, ett auktoritärt, ett kommunistiskt, ett revolutionärt och ett utvecklingskoncept. Varje koncept är knutet till det lokala systemet för social kontroll.

Hachten placerar Indonesien före 1998 i den auktoritära fasen, ett journalistiskt system där en auktoritär ledare (Suharto) bestämmer vad som får tryckas.

Detta stämmer inte riktigt, invänder Manzella, eftersom de indonesiska journalisterna använde väl utvecklade strategier där man till exempel hade en underförstådd mening eller använde allegorier, för att gå runt censuren.

Det bekräftas också av hur flera indonesiska journalister har beskrivit sitt arbete under Suharto-tiden (Hardjono, 1998; Ohlin, 1998; Luwarso, 1998).

Hachtens västerländska modell innehåller fyra element som också kan passa in i ett globalt kulturellt schemat över nyheter. Ett sådant system innehåller en övertygelse som gruppen (journalisterna) känner till och som är grunden för gemensamma värderingar. De är:

*Belief in the press as society's watchdog.*

*Belief in the power of writing, or the word, to affect positive social change*

*Belief in the idea of balance*

*Recognition of an egalitarian tradition* (Hachten i Manzella, 2000)

I min studie av Pantau utgår jag från Manzellas teori om att de indonesiska journalister som vill ta aktiv del i demokratiseringen har hämtat sina ideal från västerländska förebilder, men anpassat dem till lokala förhållanden. Detta gäller också den visuella journalistiken, eller det visuella uttrycket om man så vill. Det är då intressant att studera hur Pantau anpassat dessa ideal till sin nationella/regionala verklighet. Om det finns lokala skillnader och vilka kulturella förutsättningar som påverkar vad och hur man väljer att rapportera.

### **Vilken roll kan Pantau spela?**

Pantau riktar sig till en liten grupp inom det indonesiska samhället och kan därför inte sägas vara representativ för indonesisk nyhetsmedia, men ändå intressant att studera eftersom tidningen strävar efter att skapa en offentlig debatt och ett öppet samhälle.

Frågan är vilket förhållande Pantau har till sina läsare, om det finns utrymme för debatt och insändare och om läsarna komma med förslag på ämnen som bör belysas.

Andreas Harsono och flera andra journalister i Indonesien har riskerat liv och karriär för att kämpa för och försvara yttrandefriheten och arbeta för en fri press, frågan är hur det formar deras arbete som journalister i dag. En risk är att de är så starka i sin övertygelse att det kan vara svårt att vara öppen för andra åsikter.

Formen är ett sätt för tidningar att skapa en egen profil, ett uttryck som speglar innehållet. Jag har koncentrerat mig på att undersöka hur Pantau har gjort för att hävda sig i en allt starkare konkurrens från andra tidningar, radio och tv .

## 6. Metod

### Redaktion och medarbetare

Undersökningen består förutom litteraturstudier av tematiska kvalitativa intervjuer i kombination med en analys av den visuella formen. Samtliga intervjuer har gjorts tillsammans med Ingela Rutberg som studerat innehållet i Pantau. Tyngdpunkten i fältarbetet ligger på intervjuer och det är samtalen med journalisterna på Pantau som ger inblick i vilka ideal och värderingar som formar deras arbetssätt. Det journalistiska arbetet utgår mycket utifrån individerna, som journalist gör man hundratals val varje dag om vilka nyheter och bilder som ska bevakas och publiceras. Man prioriterar och väljer bort. Det är viktiga val. Intervjuerna har genomförts under augusti, september och de första dagarna i oktober 2001.

Vår tanke var att intervjua ett urval av medarbetarna på redaktionen, men efterhand visade det sig att vissa intervjuer gav mer än andra och att de intressantaste berättelserna inte alltid kom från de personer vi förväntade oss. Att intervjua all redaktionell personal skulle ge en så bred bild av Pantau som möjligt och eftersom redaktionen är liten, bara elva personer, var det också genomförbart.

Det var aldrig några problem att boka och genomföra intervjuerna. Det var självklart att redaktörer och andra fick tid att prata med oss. De flesta intervjuerna gjordes i utekaféet på Utan Kayu. Även om förhållandena inte var perfekta, det är oerhört mycket varmare än inomhus och biltrafik, hundar, hantverkare och andra kafégäster störde bandinspelningarna, var det en miljö där redaktionens medarbetare känner sig hemma och brukar ta emot besökare. I kaféet träffade vi också Said Budairy, Pantaus ombudsman.

Vi inledde med att intervjua Andreas Harsono för att få en bakgrund om ISAI och Pantau och intervjuade sedan resten av redaktionen. Vissa intervjuer blev djupare än andra beroende på språksvårigheter och anställningstid, men ingen intervju var kortare än en halvtimme. När vi hade intervjuat samtliga medarbetare återkom vi till Andreas Harsono med en längre intervju och mer ingående frågor. Harsono är den som vi intervjuat vid flera tillfällen, och intervjuerna med honom har vägt tungt för uppsatsen eftersom han och hans idéer varit tongivande både inom ISAI och vid skapandet av den nya Pantau. När det gäller utformningen av tidningen är det Andreas Harsono, tidningens designer Sijo Sudarsono och webbredaktören Priwatmo Probo som är intressanta.

Förutom de fast anställda intervjuade vi också tre av Pantaus frilansmedarbetare, fotografen Erik Prasetya, konstnären Wara Anindyah och skribenten Gita Widya Laksmi. Gita Widya Laksmi har också använts bland intervjuerna med läsare eftersom hon hade

många intressanta åsikter om tidningen. Hon har bara medverkat som skribent i Pantau vid ett tillfälle hittills. Intervjun med Wara är den enda av intervjuerna som jag inte kunnat använda.

### **Läsarna - ett urval**

Om Pantau ska nå sitt mål att inspirera och stärka journalisterna i deras arbete och i förlängningen höja den journalistiska standarden i Indonesien måste tidningen nå ut till sin målgrupp. För att få en bild av hur tidningen tas emot av har jag intervjuat ett antal läsare. Några är prenumeranter och andra har bara läst några nummer. Det har inte varit några problem att få läsarna att ställa upp på intervju, alla vi har frågat har sagt ja. I urvalet har vi haft hjälp av Pantaus prenumerationsregister och redaktionen som föreslagit namn på läsare ur olika kategorier. Vi har intervjuat redaktionsledare, studenter, politiker och reportrar. Vi har velat ha en så bred bild av läsarna som möjligt. Vi har också medvetet strävat efter att intervjua kvinnliga läsare.

Ett viktigt kriterium har varit att intervjupersonerna kan prata engelska, ett annat att de fanns i eller i närheten av Jakarta där vi genomförde vår studie. Det hade naturligtvis varit önskvärt med en större geografisk spridning bland de intervjuade, men tiden var begränsad och tillät inga längre resor

### **Analys och observation**

Vilka regler styr hur en tidningssida läggs upp? Finns det några nationella regler som skapar särart? Frågorna är inte helt lätta att besvara eftersom forskningen på området är begränsad. Några böcker eller artiklar som tar upp kulturella skillnader vad gäller tidnings/magasinsdesign har jag inte hittat. Litteratur om visuell journalistik och metoderna för att analysera samspelet mellan det visuella och texterna dåligt utvecklade. (Hansen m fl 1998).

Engelsmannen John Morrish har stor erfarenhet av magasinsarbete från redaktörskapet på Time Out, Telegraph Magazine och Private Eye och med hjälp av hans bok Magazine Editing (Routledge, 1996) har jag listat några av de frågor som en ny tidning måste ta ställning till vad gäller det visuella. Reglerna gäller i första hand de tidningar vi är vana att se i USA och Europa, men idéerna lånas flitigt över alla nationsgränser och över genregränser. Reklam och webbsidor till exempel har påverkat framförallt magasinsdesignen de senaste åren. Ett indonesiskt exempel är livsstilsmagasinet Djakarta som har ett kraftfullt bildspråk inspirerat av webbdesign och som experimenterar med form och bildmaterial.

Mina egna erfarenheter av arbetet som journalist har också varit till nytta under undersökningen eftersom jag är van vid tidningsmiljön



och har något konkret att jämföra med. Jag har visserligen aldrig arbetet på ett magasin, men har fjorton års erfarenhet av arbete på morgontidning. Under nästan hela min yrkesverksamma tid har jag arbetat med layout och formgivning. Jag har också varit med om att göra om delar av tidningen.

För att få en så mångsidig bild av Pantau som möjligt har jag gjort en analys av tidningens visuella uttryck. Jag har undersökt hur tidningen är uppbyggd och vad som påverkar formen. Jag har haft tillgång till de åtta nummer av Pantau som hade kommit ut till jag lämnade Jakarta i början av oktober 2001. Som jämförelse material har jag haft



Redaktionen högst upp i huset på Jalan Utan Kayu 68 H.

förlagan, *The New Yorker*, från den 12 november 2001. Jag har inte gått djupare in på tolkningar av bilder och illustrationer eftersom de är starkt kulturellt betingade och jag kan allt för lite om Indonesien för att kunna tolka och associera bildspråket.

Jag har också tillbringat några dagar på Pantaus redaktion i Jakarta för att för att få inblick i hur arbetet fungerar rent praktiskt, i första hand med tanke på formen. Bland annat har jag närvarat vid flera av redaktionens veckomöten.

### **Att förstå varandra**

Intervjuerna har gjorts på engelska som är andraspråk för mig och för de intervjuade. Det har varit ett problem för undersökningen. I vissa fall har vi inte kunnat gå djupare in på frågorna därför att den intervjuade inte kunna uttrycka sig på engelska. De flesta som vi träffat har också haft ett motstånd mot att prata engelska, men en del av spänningen släppte när det gick upp för dem att engelska inte heller är vårt förstaspråk. Det visade sig också att många indonesier som studerat vid universitetet kan läsa och skriva engelska, men pratar dåligt. Vid ett tillfälle när den intervjuade känt sig hindrad av sin dåliga engelska har vi kompletterat intervjun med skriftliga frågor. Metoden har sina begränsningar, man kan till exempel inte ställa följdfrågor men kommunicerar å andra sidan direkt med den intervjuade.

Tolk har vi använt bara i några enstaka fall, och då har det varit någon vän eller annan på redaktionen som har hjälp till med engelskan.

## **Förtroende och kunskap**

Även om idealen i grunden är desamma arbetar journalister i Sverige och Indonesien på olika villkor i skilda kulturer. Min bakgrund och mina erfarenheter har färgat hur jag tolkat och värderat det jag mött i Indonesien, till exempel var det första besöket på redaktionen förvirrande. Den är liten och opersonlig och skrivborden små bås. Redaktörerna delar på tre telefoner och det finns inte datorer till alla samtidigt, ändå finns det alltid utrymme för frilansmedarbetare som kommer upp för att skriva, ringa eller läsa av sin e-post. Absurt kan tyckas när man kommer från en infekterad diskussion om hur hemmaredaktionen ska sitta och om utrymmet ska räcka till allas skrivbord. Det fungerar naturligtvis så här också.

Flera på redaktionen var avvaktande mot oss i början, även Andreas Harsono. Det kan ha berott på att de inte riktigt visste vad vi gjorde där, det kan också bero på att de inte visste vad vi skulle göra med resultatet av våra intervjuer. En annan förklaring är att de tyckte att språket var en barriär. Kvinnorna på redaktionen var mer avvaktande än männen.

Under den period på några veckor som intervjuerna genomfördes tillbringade vi mycket tid på Utan Kayu. Vi åt lunch i kaféet, såg film i teaterlokalen och vi var uppe på redaktionen så gott som varje dag. Tack vare det byggde vi upp ett förtroende med de olika redaktörerna och fick vi veta saker som inte kom fram under intervjuerna. Vi var också mycket noga med att berätta om vår undersökning och vår egen bakgrund i början av varje intervju. Flera gånger lossnade det under en trög intervju när det gick upp för intervjupersonen att vi arbetade med samma sak sedan länge. Plötsligt var vi kolleger som pratade om ett gemensamt intresse.

För min egen del var yrkeskunskapen helt avgörande för att kunna ställa mer djupgående frågor om produktionen, om ideal och om sättet att arbeta.

Innan jag åkte till Jakarta undrade jag om det faktum att jag är vit och kvinna skulle få någon betydelse för hur jag blev bemött i ett av världens största muslimska länder. Det visade sig att mina farhågor byggde på okunskap, jag märkte ingen skillnad mot hur jag skulle ha blivit bemött i Sverige.

## **Frågor till medarbetarna på Pantau**

- ▶ Vad har du för bakgrund?
- ▶ Hur kom du i kontakt med Pantau/ISAI?
- ▶ Varför har du valt att arbeta för Pantau?
- ▶ Vilken är tidningens målgrupp?
- ▶ Vad är bra med nya Pantau? Hur skiljer den sig från den akademiska journalen?
- ▶ Hur skiljer sig Pantau från andra tidningar?

- ▶ Har ni fått några reaktioner från läsarna?
- ▶ Finns det några ämnen ni inte kan skriva om?
- ▶ Vad har ni stött på för problem i inledningsfasen? Vad kan bli bättre?
- ▶ Pantau strävar medvetet efter att skapa god form. Vad är god form?
- ▶ Vad tycker du om omslaget? Bilderna?
- ▶ Vilka är dina förebilder? Några skräckexempel?
- ▶ Hur ser Pantau ut i framtiden?

### **Frågor till Andreas Harsono**

- ▶ Hur förberedde ni nya Pantau?
- ▶ Vilka kompromisser gjordes vad gäller utseende/innehåll?
- ▶ Hur kan tidningen utvecklas? Visioner?
- ▶ Hur ska ni nå fler läsare?
- ▶ Vilken roll spelar läsarna för Pantau?
- ▶ Vad innebär litterär journalistik?
- ▶ Hur stor del av tidningen ägnas åt litterär journalistik?
- ▶ Hur går det till när ni bestämmer vinkel/ämnen att skriva om?
- ▶ Saknas det något i tidningen?
- ▶ Har tidningen ändrats sedan utseendemässigt sedan den gjordes om?
- ▶ Varför ska bilderna stå för humor och text för allvar i Pantau?
- ▶ Varför så få grafiska signaler, exempelvis ingresser, grafik, citat?
- ▶ Ni har inga rubriker på ettan. Bra? Dåligt?
- ▶ Hur anpassar man journalistiska förebilder till Indonesiska förhållanden?

### **Frågor till läsarna**

- ▶ Hur ofta läser du Pantau? Varför?
- ▶ Läste du Pantau innan den gjordes om?
- ▶ Vad är Pantaus målsättning?
- ▶ Känner du dig välkommen att delta i debatten, komma med idéer?
- ▶ Hur skiljer sig Pantau från andra tidningar? Är det bra eller dåligt?
- ▶ Ger den ett seriöst intryck? För seriöst?
- ▶ Känns tidningen lockande?
- ▶ Vad är bra? Vad kunde bli bättre?
- ▶ Kan du ha nytta av tidningen i ditt arbete?
- ▶ Vad tycker du om bilderna? Omslaget?
- ▶ Kommer Pantau att lyckas?

## 7. Resultat: Pantau - en påminnelse

### Mål och syfte

I en utveckling där journalister och media måste skapa sig en ny och självständig roll kan en tidning som Pantau bli väldigt viktig som ett forum för intern diskussion om gemensamma problem och värderingar (Harsono, intervju 2001-10-02). På så sätt kan Pantau fungera som föredöme och därmed vara ett led i utbildningen av andra journalister. De goda förebilderna kan sedan föras vidare till läsarna, enligt en så kallad tvåstegshypotes.

En av de stora förändringarna i ”nya” Pantau är sättet att skriva, som ska vara engagerande och lättläst även om texterna är långa. Redaktionen vill är att sätta in händelser i sitt sammanhang, genom att skriva analytiska texter. Det en litterär tidning som man ska njuta av att läsa och skribenterna får en chans att skriva till punkt. Stilen är faktabaserad men berättande, ett försök att införa litterär journalistik eller åtminstone berättande journalistik, i Indonesien. I texterna citeras aldrig anonyma källor, det är en viktig princip för Pantau som också har egna etiska regler, dessa reglerar till exempel vad en medarbetare får ta emot i form av gåvor.

Att Pantau ska arbeta för att höja nivån på journalistiken i Indonesien är medarbetarna på redaktionen överens om. De flesta är också övertygad om att det nya sättet att skriva, liksom att tidningen nu tar upp flera sidor av det journalistiska arbetet och arbetet inom media överhuvudtaget, bättre främjar den målsättningen. Det gamla sättet att skriva var torrt

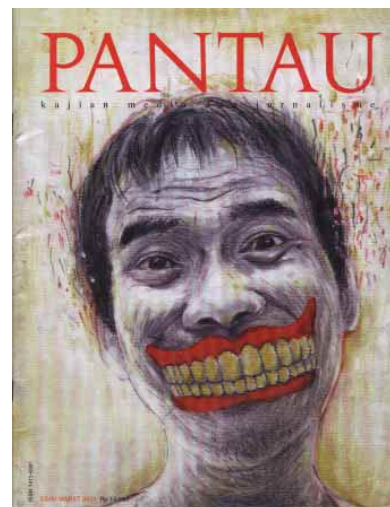
och tråkigt, säger någon, och det var bara akademiker som orkade läsa gamla Pantau. Men alla håller inte med. Det finns fortfarande de som anser att innehållsanalyser ger mer än reportage och intervjuer. Att media i Indonesien måste granskas på ett akademiskt sätt och att det var bra att Pantau användes som referens av studenter på universiteten.

### Målgruppen

Två av de läsare vi har intervjuat läste Pantau innan den gjordes om. En av dem tolkar det som om syftet nu är ett annat, att Pantau tidi-



Pantau före omgörningen.



Första numret av "nya" Pantau.

gare kunde ge tidningarna feedback och att den som media watch var mer kritisk, men är ändå nöjd med tidningen som den är nu. En annan åsikt är att tidningen fortfarande fungerar som media watch, men nu är skriven på ett populärt sätt så att alla kan läsa. Båda betonar att Pantau fortfarande är ny och ännu inte riktigt har hittat sin form.

*They seem in the process to get their identity, but when it has become a journal for media and for journalists I think it is good to improve the professionalism and journalism and also the professionalism of Indonesian press (Wisudo, intervju 2001-09-13)*

Pantau riktar sig i första hand till verksamma journalister, men tidningen har inte riktigt fått de läsare man hade tänkt sig. De "vanliga" journalisterna finns inte med på prenumerationslistan. En förklaring, enligt Andreas Harsono, är att bara "tänkande" journalister läser Pantau. Inte ens inom Komunitas Utan Kayu läser alla journalister tidningen (Harsono, intervju 2001-08-31). Varför? På redaktionen går åsikterna isär.

*Perhaps they don't have money. Perhaps they are not interested. We are doing a market survey now. I don't know for sure why (Harsono, intervju 2001-08-31).*

*I think we have succeeded to introduce the concept to journalist and the editors in executive media, but I think we not yet have succeeded to introduce the new concept to the common public, the readers (Saptono, intervju 2001-09-10)*

Antalet läsare har ständigt ökat sedan tidningen gjordes om. Att Pantau är ny i sin mer populära form kan naturligtvis bidra till att den ännu inte har hittat ut i nyhetsorganisationerna. De som prenumererar är i första hand redaktörer på olika nivåer, politiker, akademiker, företagsledare, tidningsutgivare, förlagsredaktörer och andra som är intresserade av hur media arbetar och tänker (Harsono, intervju 2001-08-31). Flera bibliotek på mediaföretagen finns också på prenumerationslistan.

Även bland de läsare vi har intervjuat går åsikterna isär om vilka som kan vara intresserade av en tidning som Pantau. Någon menar att tidningen enbart riktar sig till en mycket liten del av medelklassen eller att den är i första hand är intressant för politiker som vill veta hur media arbetar. Andra säger att det är svårt att avgöra vad marknaden i Indonesien vill ha, om folk utanför media kan vara intresserade av en tidning som Pantau. Någon tror att Pantau kanske inte är lika värdefull för dem som arbetar inom den dagliga journalistiken som för dem som forskar om journalistik och för dem

som lär ut ämnet. Journalisterna bland läsarna däremot, hävdar att de behöver en tidning om media, och att Pantau uppfyller det behovet.

*I feel journalism is really my choice, so if I am suddenly confused or maybe empty with this profession I need some reference... or some... them to make... that this work, this journalism is really my choice. I need references like that. Especially from Pantau (Ramdiastuti, intervju 2001-09-21)*

### **Inspiration och föredöme**

Majoriteten av läsarna är överens om att Pantau har en viktig roll att spela för media i Indonesien, framför allt som inspirationskälla och som en påminnelse om varför man arbetar med journalistik men att tidningen inte skulle behöva vara så exklusiv (tryckt på fint papper och med färgbilder). Det är intressant med en tidning som tar upp problem och berättar om det arbete man håller på med så att man kan lära av hur andra journalister arbetar, berättar en läsare. Den är reflekterande och den breddar kunnandet, säger andra.

*...we often discuss about the material being published in Pantau and we share and people say "I have the same experience" and we start to share. That is a good thing (Laksmi, intervju 2001-09-)*

*Maybe it is important to make our eyes open and to make our... to improve, we have to improve our performance and to correct our... yes, to correct and improve our performance, I think. Because being a journalist, or being journalist with a routine... routine agenda every day sometimes makes us robots. I think if Pantau can be signed for remind... that... "hi, journalists, your job is not good or not professional", so we can improve ourselves (Ramdiastuti, intervju 2001-09-21)*

Från redaktionens sida är Pantau tänkt att fungera som en förebild och inspirationskälla, en sorts utbildande kraft, snarare än ett forum för frågor och problem. En läsare berättar att han ofta blir förvånad när han läser Pantau, att tidningen är överraskande i sitt ämnesval och att redaktionen skapar sin egen agenda. Pantau skriver om det som tidningen tycker är viktigt och han tycker att det är berikande (Meliala, intervju 2001-09-17).

Said Budairy, ombudsman på Pantau har många års erfarenhet av arbete inom indonesisk press, är övertygad om att Pantau kan spela en roll också som utbildande kraft, en kraft som påminner om etiken inom journalistiken och om vikten att öppna och spegla flera åsikter (Budairy, intervju 2001-10-01). Budairys uppfattning är att läsarna antingen hatar eller älskar Pantau och hittills har kritiken varit tuff.

*It is also challenging because covering other journalists is, is... it requires more... how should I put it? It is more challenging. I have never been challenged in my career as hard as this. We have a very critical audience, people are v-e-r-y critical about our reports, quotations, accuracies, numbers, spelling. Even a small mist (Harsono, intervju 2001-08-31)*

Said Buairy tror att journalisterna helt enkelt är chockade över att deras arbete nu granskas. Att de häftiga reaktionerna beror på ovana och att Pantau berättar öppet om arbetet inom journalistiken.

*...sometimes the reactions are not professional, very angry. Emotional. But I try to make Pantaus contributors and the editorial staff understand and to receive all that as the power to make us better (Budairy, intervju 2001-10-01)*

Inslag som väckt många upprörda känslor är granskningen av två betydelsefulla indonesiska tidningar: morgontidningen Kompas och veckomagasinet Tempo. I Tempos fall har det varit extra känsligt eftersom Pantau och ISAI har nära knutna till personer på Tempo, exempelvis chefredaktören Fikri Jufri som sitter i ISAI:s styrelse och Goenawan Mohamad. Men läsarna uppskattar granskningarna.

Många av de äldre läsarna har kommit i kontakt med Pantau och läser tidningen tack vare Mohamad och hans goda rykte som förkämpe för yttrandefrihet och dessutom poet. Andra känner helt enkelt sympati för Komunitas Utan Kayu och dess skapare. Andreas Harsono vill inte gärna att folk läser Pantau på grund av Goenawan Mohamads goda rykte utan för innehållet, och Mohamads namn finns inte längre med i tidningens redaktionsruta.

De yngre läsarna har kommit i kontakt med Pantau via kontakter. Några har upptäckt Pantau av en slump på biblioteket eller i bokhandeln.

### **Pantau och läsarna**

Kan läsarna påverka innehållet i Pantau? Hittills har utbytet varit litet. Pantau har en spalt för läsarbrev, men den är inte särskilt väl utvecklad och publiceras inte i varje nummer. Läsarna kan också skriva till ombudsmannen om problem på mediaområdet och om de vill klaga på något i tidningen. Vad kan det bero på, undrar en läsare, att Pantau har så lite utrymme för läsarkommentarer. Kommer det inga brev till redaktionen? Andreas Harsono säger att tidningen bara publicerar brev som kritiserar Pantau, aldrig de som hyllar arbetet. Bara en bråkdel av de åsikter som kommer till redaktionen hamnar i tidningen. Däremot är atmosfären på Utan Kayu väldigt öppen, redaktörerna hjälper till att svara på frågor som kommer till redaktionen och tar sig tid att prata med studenter och andra som kommer till kaféet för att få hjälp.

En större interaktivitet skulle vara önskvärd anser dock några läsare, ett utbyte mellan redaktion och läsare. Ingen av dem vi har intervjuat har ännu hört av sig till redaktionen med åsikter om tidningen, men säger att de gärna skulle göra det om det blir aktuellt.

*I suggest that Pantau should do some kind of focus group... with five readers and make them share what they would like to read, just like any big magazine do. They come; they discuss and make sampling, something like that. Because I think it is... the material that is published is so good, but it is a waste if it didn't reach a wider audience. So yeah, they should listen to their readers* (Laksmi, intervju 2001-09-18)

### **Svårigheter att nå ut**

Den som har ett budskap vill naturligtvis förmedla det till så många som möjligt. Pantau har en upplaga på 3 000 exemplar. Räcker det? Hur ska tidningen göra för att nå ut till fler?

Majoriteten av de läsare vi har intervjuat tar upp priset som en trolig orsak till att inte fler läser Pantau. 14 000 rupier är mycket pengar för de allra flesta indoneser. Det är också en reflektion som flera av redaktörerna på Pantau gör, att folk måste räkna efter innan de kan köpa tidningen, att priset är för högt.

Andreas Harsono säger att priset inte går att sänka och att det ändå är lågt i förhållande till vad det kostar att producera tidningen (Harsono, intervju 2001-08-31). Några läsare föreslår dock att kvaliteten på tidningen skulle kunna sänkas.

*...they could reduce the quality so a bigger number of people could be attracted by Pantau, they could by, by... changing the, how to say... focus, changing the layout, revising the illustrations, something like that. But also, they could distribute a miniversion, which contain shorter articles, more popular articles, more simple photo and also illustrations* (Meliala, intervju 2001-09-17).

Sänkt kvalitet vad gäller exempelvis papper skulle inte bidra till ett lägre pris, enligt Harsono. Han vill ogärna diskutera förändringar i Pantau eftersom tidningen är så ny. Han medger dock att en kvalitetsänkning kanske skulle kunna vara rätt, men att det också finns läsare som önskar mer dyra färgbilder i tidningen (Harsono, intervju 2001-10-02)

### **Långa texter**

Ett annat problem som läsarna tar upp är att texterna är för långa, någon efterlyser en större koncentration i språket. Att läsa de långa texterna är alldeles för tidskrävande, enligt en läsare. Man blir trött av att läsa så långa texter, är en annan åsikt. Majoriteten av läsarna



efterlyser en större blandning av långa och korta texter, men säger att texterna i sig inte är svåra att förstå.

*I don't believe that this is too difficult, it is narrative, it is a story of something, this is something, this is something you can... you have to wait and pay a lot of concentration to this, to read this, but it is not heavy, it is not as heavy as reading a philosophy course. This is nice, this is fun, this is long but it is ok I think. But I don't know, some people just don't like long stories*(Prastuti, intervju 2001-10-05).

På redaktionen förekommer också åsikten att fler texter borde vara kortare, runt fyra sidor, men Andreas Harsono vill fortfarande ha de långa texterna. Och han köper inte riktigt argumentet om läsarnas tidsbrist.

Marknadsföringen tar Andreas Harsono upp som den svagaste punkten hos Pantau. Det är han som är ansvarig för marknadsföring och distribution, men han varken kan eller är speciellt intresserad av det (Harsono, intervju 2001-08-31). Eri Sutrisno som nu helt övergått från sin tjänst som förbindelseänk mellan redaktion och marknadsföring/annonsförsäljning till att helt arbeta på marknads sidan pratar om alternativa försäljningsmetoder. Annonsörerna är tveksamma till Pantau, upplagan är liten och målgruppen begränsad. Men ett försök med sponsring har slagit väl ut. Större företag förbinder sig att prenumerera på ett visst antal exemplar av Pantau som de sedan skänker bort, till exempel till journalister i den region där de verkar (Sutrisno, intervju 2001-09-06). Ett annan väg som diskuterats är att innehavare av bankkort i någon av de större bankerna får erbjudande om en prenumeration på Pantau till rabatterat pris (Harsono, intervju 2001-08-30). Veven Sp. Wardhana förespråkar en enkel metod att göra reklam för tidningen vid middagar, diskussioner, seminarier och på universitetens campus-områden. Och han lever som han lär.

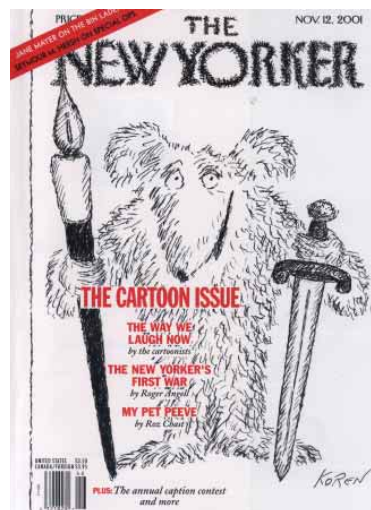
*I always bring Pantau and I must talk about Pantau at every lesson, every moment, every* (Warhana, intervju 2001-09-11).

### **Form som skriker tyst**

God design hjälper till att skapa atmosfär och ett tempo som är anpassat för innehåll och syfte. I Pantaus fall handlar det om att skapa lugn så att läsarna kan koncentrera sig på de långa texterna. Tempot är långsamt, formen ren och enkel och rubrikerna diskreta. Antalet bilder, illustrationer och andra grafiska signaler är få. Formen påminner mycket om The New Yorker som också varit Pantaus förebild i fråga om design. Papper och tryck håller hög kvalitet och

omslaget är ofta uppseendeväckande med sitt konstverk och det är rent från rubriker som berättar om innehållet. Att omslaget saknar rubriker är unikt i Indonesien.

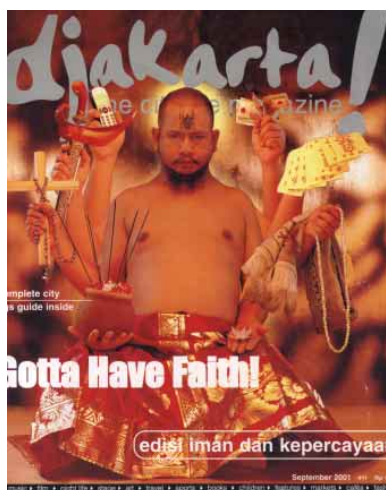
*It is also screaming, it is also about selling but without the text. And then how do people really know the content? They have to open it. Why they have to open it? Because this magazine is not going to be sold on the street, if people want to buy it they will go to a bookstore. And you can open it in the bookstore. And it is also about selling with the patience of the magazine, this magazine is going to be very slow. ... People will be invited to trust the reputation of the magazine by reading it first (Harsono, intervju 2001-10-02).*



Formen i sig är en protest mot den kommersialiserade pressen där tidningarna skriker ut sitt budskap för att sälja. Andreas Harsono ser det som ett sätt att lura köparna, att innehållet inte alltid svarar mot de lockande rubrikerna. Pantau gör tvärtom, försöker sticka ut genom att hålla en låg profil, att sälja tidningen för vad den är och inte något annat (Harsono, intervju 2001-08-31).

Förutom Andreas Harsono har tidningens grafiske redaktör Sijo Sudarsono, med ett förflutet som bokformgivare, och Syahrinur Prinka designredaktör på Tempo varit inblandade i arbetet med tidningens form. Harsono har The New Yorker som en av sina förebilder, men nämner också den indonesiska tidningen Aikon! I arbetet med Pantau har The New Yorker varit förebild för Sijo Sudarsono, men han nämner också Tempo, Gatra och det mer experimentella livsstilsmagasinet Djakarta som inspirationskällor (Sudarsono, intervju 2001-09-04)

Varje nummer innehåller 64 sidor med en sektion svart-vita sidor i



Livsstilsmagasinet Djakarta.



Nyhetsmagasinet Tempo.



Månadsmagasinet Latitudes.



rubrik och en enradig kursiv underrubrik/ingress och så författarens namn med versaler.

Liksom *The New Yorker* använder Pantau fristående teckningar som illustrationer för att lätta upp de texttunga sidorna. Istället för faktarutor och citat används så kallade ”stoppers” små teckningar som sprängts in i texten som ”pausmusik”.

Pantau ger ett tyngre intryck. *The New Yorker* har fler annonser och de fungerar som illustrationer på sidorna så att de inte känns så tunga, dessutom är sidformatet mindre och textavsnitten blir inte så kompakta som i Pantau. Det första numret av nya Pantau i mars inleddes med ett reportage på elva sidor.

En nyhet som introducerats av Pantau är så kallade firewalls, spaltlinjer som skiljer annonser och redaktionellt material åt. Flera tidningar har redan följt Pantaus exempel.

På redaktionen går åsikterna om formen isär. Andreas Harsono framhåller att fler bilder ger mindre utrymme för text och att Pantau i första hand är en litterär tidning, en tidning att läsa (Harsono, intervju 2001-10-02). Enkel och bra och därför inte tråkig att titta i är ett annat omdöme om tidningens utseende. En form som kan skapa en ny trend eftersom för många bilder och färger bara distraherar (Probo, intervju 2001-09-07).

Men Sijo Sudarsono är inte riktigt nöjd, han tycker att Pantau är för konservativ och skulle vilja göra den lättare (Sudarsono, intervju 2001). Irawan Saptono är inte lika diplomatisk:

*Actually Pantau style is very old style, old style. Ancient. Old style and ancient. We are trying to improve our standard of design, but it needs time to change* (Saptono, intervju 2001-09-10)

Flera läsare håller med om att formen kan bli bättre. I de fall de överhuvudtaget har någon åsikt om hur Pantau ser ut. Utformningen gör att Pantau är annorlunda, tycker en läsare, men fler grafiska signaler skulle vara till hjälp för läsarna. Pantau gör det svårt för sina läsare genom att inte prioritera eller värdera sitt material hårdare, anser en läsare, nu ser det ut som alla texter är lika viktiga. Finns det någon huvudartikel? Det finns också de som är nöjda med att Pantau håller en låg profil formmässigt.

*It is simple compared to Tempo and Gatra, which are too funky for me. It gives strength* (Meliala, intervju 2001-09-17).

Andreas Harsono vill inte ge läsarna hjälp att välja genom att marknadsföra materialet på något annat sätt. Han tycker att de ska läsa innehållsförteckningen och presentationen av medarbetarna och själv välja det som de tycker är intressant (Harsono, intervju 2001-10-02). Redaktionen har heller inte aktivt valt bort grafiska signaler



som faktarutor, mellanrubriker och citat, man har aldrig diskuterat det helt enkelt.

### Konsten får tala

Omslaget är tidningens ansikte utåt. En motsägelse kan det då tyckas att Pantau, som i övrigt är en relativt bildfattig men texttung tidning, valt att ha ett konstverk men ingen text förutom tidningens namn och datumuppgifter på omslaget.



Journalistik handlar inte enbart om skrivande, utan också om bilder, foton, tv, dot.com, musik, såpoperor och så vidare. Att Pantau ska främja även god konst och inhemska konstnärer var en idé som kom upp under interna diskussioner, någon förslog en målning på omslaget. Eftersom ingen annan tidning i Indonesien konsekvent använder konst som omslagsbild har det skapat tidningens särart, ett igenkänningstecken.

Att vara med på Pantaus omslag har betytt mycket för de konstnärer som hittills har medverkat. De är alla unga och lovande och en del har fått sitt genombrott efter att ha medverkat i Pantau och nu blivit så dyra att Pantau inte längre har råd att anlita dem igen. Att ständigt hitta nya konstnärer har inte varit något problem för redaktionen eftersom det finns ett galleri, Lontar, inom ramen för Komunitas Utan Kayu.

Det finns tre kriterier för omslagsbilden: den ska vara kommunikativ, den ska vara av konstnärligt god kvalitet och den ska vara politiskt korrekt. Med politiskt korrekt menas att den inte ska underblåsa etniska eller religiösa konflikter eller förstärka fördomar mot till exempel kvinnor. Bilden är fristående från innehållet i tidningen (Harsono, e-post 2001-12-20).

Omslagsbilden väljs alltid på redaktionens veckomöte, men det är den grafiske redaktören som tar kontakt med konstnärerna. Inför aprilnumret handlade diskussionen om hur kvinnor skildras. Konstnären hade tecknat en scen från ett kontor, på den konstnärligt bästa bilden satt tre män i sammanträde medan en kvinna skrev maskin. Eftersom redaktionen ansåg att bilden skildrade män som beslutsfattare och kvinnor som upppassare valde mötet en bild som var konstnärligt sämre men politiskt acceptabel. Till juninumret valde man att ta bort ordet Allah på arabiska från de huvudband två män på väg att slåss bar på bilden. Argumentet var att alla muslimer inte är fundamentalister (Harsono, e-post 2001-12-20).

Läsarna är tveksamma till utformningen av omslaget, men de läser tidningen även om inte omslaget lockar. Pantau är väldigt kulturell, är en åsikt. Bra för samlare, är en annan. En läsare tycker att omslaget speglar innehållet, som en rubrik i bild.

*The design and layout... it can be better. I mean even the covers sometimes are just too complicated... the choice of colours is too monotone, the pictures just too complicated* (Laksmi, intervju 2001-09-18)

När Pantau på omslaget till sitt augustinummer hade en bild som kritiserar det rådande skönhetsidealet med en rund och spöklik skönhetsmiss, en bild gjord av Wara Anindyah, var det många som hörde av sig till redaktionen och tyckte det var påpassligt att välja en bild av den nya presidenten Megawati Sukarnoputri. Omslagsbilden öppnar med andra ord för egna tolkningar. Det är så redaktionen vill ha det. Hittills har inget av konstverken skapat någon större ilska bland läsarna.

### **Bilderna – ett ambivalent förhållande**

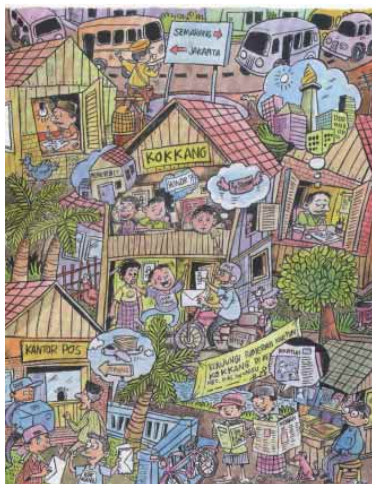
Pantau innehåller två sorters bilder, fotografier och teckningar av seriekaraktär. I enstaka fall förekommer andra typer av illustrationer till en speciell artikel, som till exempel etsningar, fotomontage eller andra konstnärliga bilder. Tyngdpunkten ligger på serierna och det är det som gör att Pantau skiljer sig från andra tidningar i Indonesien där tecknandet har en stark tradition. Tecknade serier förekommer ofta i indonesiska magasin och tidskrifter. Teckningar kan dessutom publiceras fristående från texterna och de drar inte till sig uppmärksamhet på samma sätt som fotografier (Harsono, e-post 2001-12-20).

*Photos tend to be closely related to the articles. You cannot have an article about, let's say a newspaper, and then you have a photo that is not related at all with the newspaper* (Harsono, e-post 2001-12-20).

Men det finns också en praktisk orsak till att teckningarna dominerar, det är dyrt att publicera fotografier och standarden på fotojournalistiken är låg.

Serierna ska vara seriösa men humoristiska. Här har Pantau ett problem. De tecknade bilderna tenderar att bli enkla slap sticks, schablonartade skämt om könsroller, sex, etniska och religiösa frågor.

De tror att de är roliga, men det är de inte säger en läsare som inte uppskattar serieteckningarna. Varför är de överhuvudtaget där om de inte har med texten att göra? Ska texterna vara seriösa och bilderna lustiga? Redaktionen är inte nöjd med resultatet hittills.



Illustrerad helsida, Pantau.

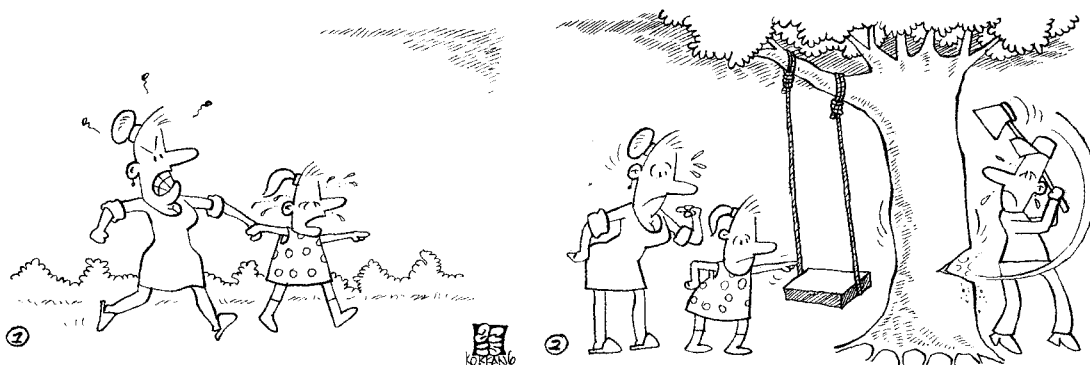


Serier i Djakarta.

*The cartoons should be intelligent. And in any way we need to elevate the standard of cartoons in Indonesia. The cartoons so far tend to be slapstick, tend to be busting laughter at ones. The Jude cartoons, the Indian snakecharmer cartoon, jail is always... jail, doing anything with jail, outside jail, inside jail... mocking the unfortunate ones etc, etc (Harsono, intervju 2001-10-02)*

Förutom teckningarna används små "vinjettbilder" i texterna. Idén har kopierats från The New Yorker. Också vinjetterna till Gosip, Obrolan dari Utan Kayu och recensionerna är tecknade. Dessutom är en av illustrationerna till porträttet vanligtvis en karikatyr.

De fotografier som används i Pantau kan delas in i tre kategorier: dels ett fotoreportage där en fotograf och hans/hennes bilder pre-



senteras, porträttbilder och vid enstaka tillfällen bilder som illustrationer till en artikel. Går man igenom de nummer av Pantau som hittills kommit ut är det svårt att se en linje i tidningens sätt att använda fotografier. Det gäller bildbehandling, layout och vilka texter som ska kompletteras med fotografier. Inställningen är ambivalent. De tar utrymme från texten och fler bilder innebär mindre utrymme för text. Samtidigt är bildjournalistiken viktig. Fotografer har låg status i Indonesien och standarden behöver höjas (Prasetya, intervju 2001-09-14).

Porträttbilderna är av amatörkvalitet, men fotoreportagen är ofta spännande. Fotografen Erik Prasetya nämner ett reportage om Jakartas unga narkomaner som bilder som aldrig publicerats i Indonesien tidigare (Prasetya, intervju 2001-09-14). Under New order var droger tabu. Men de flesta av fotoreportagen hittills har visat bilder från konflikter i Indonesien och på andra håll i världen. Män med gevär, skadade och lemlästade, folk på flykt. Artiklarna har tagit upp frågor om etiska ställningstaganden när det gäller bildpublicering och vid något tillfälle har Pantau publicerat våldsamma bilder som skapat debatt. Redaktionen anser att det kan vara befogat att visa den typen av bilder i en tidning som vänder sig till en bestämd yrkeskategori med begränsad upplaga (Harsono, intervju 2001-08-31).

Trots få fotografier kan Pantau ha betydelse för fotojournalistiken, tidningen publicerar bilder som har svårt att hävda sig i andra publikationer. Pantau har också introducerat ett sätt att arbeta som ger fotograferna stor frihet att tolka ett ämne. I de fall Pantau anlitar en fotograf för att ta bilder som hör ihop med en artikel får fotografen veta vad artikeln handlar om och vad vinkeln är. Skribenten vet däremot inte vilka bilder fotografen tar. Fotografen Erik Prasetya arbetar nära Pantau och undervisar i fotografi på universitetet.

*Two persons see something... exactly the same thing can have two opinions. So I think two opinions from one thing is better than one opinion. I like Pantau because they don't exactly direct. They give the photographer space to make their own story* (Prasetya, intervju 2001-09-14).

Han hoppas också att bildreportagen i Pantau kan hjälpa fotografer och andra journalister att skapa sig en bredare bild av vad fotojournalistik kan vara. Fotoreportagen uppskattas också av läsarna som gärna hade sett fler fotografiska bilder i tidningen. Pantau behöver förbättra sin bildjournalistik och skriva mer om arbetet som fotograf är en åsikt. Bilderna är bra och annorlunda, exklusiva, är en annan.



Bildreportage, Pantau, i september 2001.



### **Hur ser framtiden ut?**

Hur framtiden ser ut för Pantau är en fråga om ekonomi och ambition. Hur många läsare kan tidningen nå och vad händer om Pantau måste klara sig utan bidrag från olika fonder? Tidningen har en upplaga på 3 000 exemplar, men räknar med att det behövs en upplaga på 8 000 för att det ska jämt upp ekonomiskt (Harsono, intervju 2001-08-31).

Det finns de som tror att Pantau måste bredda sitt bevakningsområde i framtiden. Frågan dyker upp både bland de anställda och bland läsarna. Enligt Andreas Harsono har redaktionen en plan som sträcker sig över fem år, en tid då Pantau ska introduceras för läsarna, skapa ett förtroende. Det kommer förmodligen att ta ännu längre tid än så. Anledningen till att det inte behöver gå fortare är att tidningen inte är kommersiell, den behöver inte gå med vinst (Harsono, intervju 2001-08-31).

*It is about stamina. You are running for a marathon, you are not running for a 100 meter sprint* (Harsono, intervju 2001-08-31).

Men det finns många som oroar sig för att tålamodet kan ta slut. Det finns också en idé om att göra Pantau till en kommersiell tidning i framtiden. Det är en modig tanke, menar Irawan Saptono, som tror att det skulle vara svårt att få Pantau att gå med vinst. En förutsättning är att man kan nå ut till folk som inte arbetar inom media och då måste bevakningen breddas. Det finns exempel på att Pantau skrivit om ämnen utanför media. Saptono nämner en artikel om en skrotsamlare som mördades av sina vänner (Saptono, intervju 2001-09-10). Andreas Harsono avvisar tanken på att Pantau skulle kunna skriva om ämnen utanför mediaområdet. Uppdraget är att göra en mediatidning, ska inriktningen ändras är det något som styrelsen för ISAI måste ta beslut om (Harsono, intervju 2001-). Då ligger Veven Sp. Warhanas tankar om att Pantau måste utforska nya ämnen inom journalistiken närmre till hands. Han föreslår en större koncentration på till exempel elektronisk media (Wardhana, intervju 2001-09-11).

Lukman Setiawan, chefredakör på Bisnins Indonesia, har arbetat med flera nya tidningar. Han säger att det kommer att ta tid för Pantau att vinna läsare och att det är normalt, 2 000-3 000 läsare är bra så här långt. Han tycker Pantau ska begränsa sig till en upplaga på 10 000 exemplar och det är ett rimligt mål (Setiawan, intervju 2001-10-06). Andreas Harsonos bild av framtiden handlar mer om en vision än om upplagesiffror. Han hoppas att Pantau lyckas i ambitionen att bidra till att höja standarden på journalistiken i Indonesien. Målet är att bli en av de bästa tidningarna i Indonesien, en sofistikerad och mångfacetterad tidning.

*...a media story is always an intricate story. It is about power, it is about politics, it is about culture, art, paintings, about fame, about lost, about sadness, about happiness (Harsono, intervju 2001-).*

## **8. Ideal och anpassning**

### **Ny tid för indonesisk press**

De senaste åren har förutsättningarna för indonesisk media snabbt förändrats. När det gäller pressen handlar det inte bara om en förändring från statskontroll till liberalisering sedan Suhartos fall 1998. Parallellt med den dramatiska politiska utvecklingen har en självständig marknad för tryckta medier växt fram, en marknad med professionellt skötta företag, allt starkare mediaemperier och stenhård konkurrens (Heryanto & Adi, 2001).

*Crudely, the media's transition can be described as a process of change from one that personified an idealist force of truth-seeker constantly subjected to state repression to an increasingly autonomous, professionally managed and essentially self-serving industry. Like all transitions, the case at hand is full of contradictory elements, movements and tendencies (Heryanto & Adi, 2001:327)*

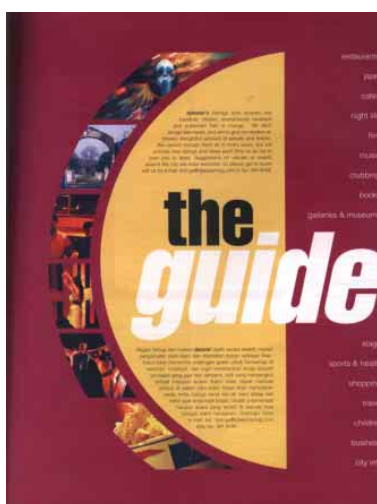
Som en konsekvens av den industrialiserade mediamarknaden har en ny generation journalister växt fram, med nya krav på personlig utveckling, sociala förhållanden och med ett nytt och mer professionellt förhållande till sina arbetsgivare. Det är en generation som rekryterats ut den framväxande medelklassen, de flesta med universitetsutbildning till skillnad från sina föregångare och inte alltid med samma känslomässiga engagemang i journalistiken. De har också fått tillgång till helt andra materiella resurser både på och utanför arbetsplatsen (Heryanto & Adi, 2001).

För medarbetarna på Pantau bygger arbetet hittills på idealism, en majoritet av redaktionen har tidigare arbetat för ISAI. De har sökt sig till organisationen före eller strax efter Suhartos fall för att stödja kampen för ett demokratiskt samhälle, för att kämpa för press- och yttrandefrihet. Men i takt med att målen har uppnåtts och samhället utanför förändras har också förutsättningarna för Pantau och ISAI ändrats. Inriktningen har blivit mer professionell och organisationen har förvandlats till en arbetsgivare med många anställda. Huvudsyftet med verksamheten är inte längre motstånd utan pro-

duktion, även om det handlar om att skapa goda förebilder som med Pantau. Utvecklingen har varit densamma inom flera andra lokala NGO:s.

Den redaktionella strukturen på Pantau skiljer sig inte från den på kommersiella tidningar, men en avgörande skillnad är att journalisterna har en gemensam historia och delar samma visioner. Idealismen är stor, liksom viljan att förändra. Pantau har lyckats förvandla sina erfarenhet och sina visioner till något konstruktivt, en tidning som kan tjäna som förebild, som ger råd och kan utbilda journalister i ett nytt och demokratiskt samhälle. Flera av redaktörerna har fått erbjudanden från kommersiella företag med bättre resurser och högre löner men har hittills tackat nej. Miljön på Utan Kayu är något som flera medarbetare på Pantau pratar om som något positivt.

*I have very dedicated friends here. Very, very dedicated friends. Irawan, Veven, Bimo, Eriyanto. I am really proud of their dedications. Without them we could not change. Eriyanto is one of the best pollers in this country I think, Veven is the best film critics... So we have a quite good team. And the atmosphere in this compound is pretty constructive (Harsono, intervju 2001-10-02)*



Pantaus diskreta stil konkurrerar med Djakartas experimentella.

Vad händer i framtiden när det kommer nya journalister med en annan bakgrund in i organisationen? Vad händer med en tidning som Pantau när idealisterna som gjort motstånd möter den nya generationens krav? Gamla hjältar glöms snabbt bort i ett samhälle där utvecklingen går fort. När man befinner sig i Jakarta är det svårt att föreställa sig att journalisterna på Pantau bara för några år sedan levde farligt. Att nyheterna måste förmedlas via underjordiska tidningar. I livsstilsmagasinet Djakarta kan man läsa följande under rubriken Nightlife om Cinnabar, en guide till utelivet i Jakarta:

*Avoid the journalists – with their "but what is Tafuik's REAL role and wasn't life kind of cool in 1998 when Jakarta was on fire" banter – and you should have a good time here"*  
(Djakarta, 2001:72)

Gita Widya Laksmini är 25 år och journalist på Tempo, hon har också medverkat som frilansare i Pantau. Hon är engagerad, men blev journalist mest av en slump och hon ser inte yrket som sin framtid. Journalister i Indonesien får för lite uppskattning, tycker hon, tidningarna måste förbättra arbetsledningen och utvecklingsmöjligheterna för sin personal (Laksmini, intervju 2001-09-17). Weny Ramdiastuti, redaktör på Bernas i Yogyakarta, oroar sig för att de unga inte intresserar sig för journalistik. Indonesien har en svag skrivkultur, och det är en viktig uppgift för Pantau i framtiden att inspirera unga journalister i sitt skrivande (Ramdiastuti, intervju 200109-21).

Vill Pantau vara en förebild och höja den journalistiska standarden är det viktigt att tidningen når utanför Komunitas Utan Kayu till "vanliga" journalister. Framtidens utmaning för Pantau blir att skriva engagerande texter och göra en tidning som attraherar en ny generation journalister, att nå ut med sitt budskap och samtidigt anpassa sig till helt nya problem och frågeställningar. Det kan bli svårt för dagens idealister morgondagens krav. Kanske måste tidningen i framtiden göra radikala förändringar.

Gita Widya Laksmini tror att miljön på Utan Kayu skrämmer bort en del journalister.

*...because they are sort of frightened of the big names who come here, for example Goenawan Mohamad, or something like that. That being here requires them to be smart and to have deep thinking of this problem... of the universe and to come forward with the solution* (Laksmini, intervju 2001-09-17)

### **Starka förebilder – nationell särart**

Det är inte konstigt, skriver den amerikanske professorn Joseph C. Manzella, att journalister i Indonesien och journalister i USA delar samma grundläggande värderingar om journalistik. Enligt honom finns det en sorts yrkesmässig gemenskap mellan journalister som sträcker sig över alla nationella gränser. Framför allt pressen i USA har haft stort inflytande över hur pressen utövas i andra länder. Idéerna har bland annat spridits med kunskapen om hur man trycker tidningar, genom att många indonesiska journalister fått utbildning i väst och genom de yrkesmässiga idealen om till exempel opartiskhet (balans). Men journalistiken påverkas också av kulturella förutsättningar och därför finns det stora lokala skillnader (Manzella, 2000).

Som jag tidigare har skrivit är Pantau ett exempel på hur idéer och influenser importeras via utbildning. Tidningen har två tydliga amerikanska förebilder: för formen The New Yorker och för innehållet Brill's Content. När det gäller formen har inflytandet varit så stort att Pantau ser ut som en lite större kopia av The New Yorker, men det är en god förebild anser redaktionen som skulle skapa en tid-

ning med långa texter. Det är heller ingen tvekan om hur idéerna om The New Yorker och Brill's Content nått Jalan Utan Kayu i centrala Jakarta. Under sitt år som Nieman-stipendiat vid Harvard-universitetet i USA blev Andreas Harsono inspirerad av tidningarna och då hade han också tid att studera dem ingående. När han sedan fick uppdraget att göra om den akademiska tidskriften Pantau till ett mer attraktivt månadsmagasin återkom han till det han lärt sig i USA. Han har också infört ett mer berättande sätt att skriva, inspirerad av tankarna om litterär journalistik.

Det är förvånande att Pantau inte ansträngt sig mer för att göra något eget av tidningens form, den visuella upplevelsen är ju ändå oftast det första intrycket man får av en tidning. Men det finns förklaringar till varför man valt att i stort sett kopiera formen från The New Yorker, tiden var knapp och det textmässiga innehållet prioriterades (Harsono, intervju 2001-10-02). En annan förklaring kan vara att Andreas Harsono och formgivaren Sijo Sudarsono inte har någon större erfarenhet av tidningsproduktion. Sudarsono har tidigare arbetat med formgivning av böcker. Dessutom genomgick hela Komunitas Utan Kayu en omorganisation samtidigt som den nya Pantau skulle utvecklas. The New Yorker hade vad man sökte, en form som fungerar för långa texter, i alla fall i USA.

Finns det då inget som skiljer Pantau från sin formmässiga förlaga? Naturligtvis. Det uppenbara är bilderna. De konstnärliga omslagen är uttrycksfulla och har blivit ett kännetecken för Pantau. Ingen annan indonesisk tidning använder konsekvent konstverk på omslaget och Pantau är också ensam om att avstå från rubriker på omslaget. Insidesbilderna är oftast tagna i Indonesien, och det är i första hand indoneser som avporträtteras.

Serierna appellerar till miljöer och händelser i Indonesien. Språk och ämnesval är också de nationellt betingade. Så visst skapar detaljerna, bilderna, språket, rubrikerna, ämnesvalet och de fenomen som tidningen skriver om en nationell särart som skiljer Pantau från The New Yorker. Vad Pantau däremot inte har är egenart, formen har inte skapats med utgångspunkt från Pantau utan från en annan tidning.

Kan man kopiera ett koncept från en tidning i en världsdel och överföra det till en tidning i en annan världsdel? Många tidningsdesigners arbetar med tidningar i andra världsdelar, men är arbetar då medvetet med att anpassa formen till den kulturella särarten. Den kuban/amerikanske tidningsdesignern Mario Garcia har till exempel arbetat med svenska Göteborgs Posten, och han beskriver arbetsprocessen så här:

*Jag börjar aldrig riktigt på samma ställe, jag har inget systematiskt sätt att närma mig ett projekt. Det första jag försöker göra är att skapa mig en känsla av staden där tidningen ges ut, dess*

*miljö och dess människor. Jag går också tillbaka till arkiven och tittar på hur tidningen såg ut förr. Historien är ofta ett bra fundament att bygga på. Det handlar om att hålla sig i det för-gångna med en hand och sträcka sig mot framtiden med den andra (Emertsson, 2001:49).*

För fotograferna i Indonesien har utländska kollegor på uppdrag i landet varit både lärare och förebilder. Frilansfotografen Erik Prasetya berättar att han lärt sig fotografera genom att vara guide till utländska fotografer och att en större händelse som till exempel valet i Östtimor under hösten 2001 är ett sådant tillfälle när fotografer från Indonesien får möjlighet att studera hur de utländska fotograferna arbetar (Prasetya, intervju 2001-09-14).

### **Inspiration och föredöme**

Pantaus mål att höja den journalistiska standarden i Indonesien är högt ställt. Att Pantau själv tjänar en roll som förebild och inspirationskälla är en förutsättning för att budskapet ska nå fram. Men hur skapar man attraktiv form för ett seriöst innehåll utan att bli tråkig? Hur gör man en tidning som innehåller mycket text utan att den blir för tung? God journalistik är inte bara text, utan en kombination av alla de element som gör ett magasin, en tidningssida, ett dramaturgiskt inressant radioprogram, ett spännande inslag på tv, en fungerande webbsida. Det handlar om helhet och om tillgänglighet.

Essensen av ett modernt magasin är till stor del det visuella uttrycket, med omslaget som viktigaste och mest användbara säljargument, enligt den brittiske redaktören John Morrish. Formen ska uttrycka de underliggande tankarna bakom magasinet och varför man publicerar en text (Morrish, 1990).

*A good design is to help build the atmosphere that you want the readers to have while opening the pages of your magazine. Pantau was designed to publish long stories. The design should support this tendency. At the same time, we cannot afford to produce many photos. That is why we publish cartoons and illustrations to support the stories. It is also beneficial as cartoons and illustrations do not attract too much attention of the readers from the stories (Harsono, e-post 2001-12-20)*

Men hur mäter man god design? Vem avgör vad som är bra eller dåligt? Mario Garcia har ställt upp tre principer som han utgår från i sitt arbete (Emertsson, 2001:50):

► Lättläst typografi. Om inte texten går att läsa är designen värdelös.

- ▶ Navigation. Det ska vara lätt för läsaren att hitta det han/hon söker.
- ▶ Attraktivt utseende. Den minst viktiga principen.

Lever Pantau upp till dessa principer? Typografin är lättläst, men navigationen krångligare. På en magasinssida är sidans hierarki inte uppbyggd av olika artiklar som på en nyhetssida, utan av olika element som rubrik, textmassa, boxar, tabeller, citat, bylines och bilder (Morrish, 1996). Pantau använder de element som finns tillgängliga mycket sparsamt. Rubriken har relativt låg grad och underrubriken, som är enradig, har samma storlek som den brödtexten. Textblocket över tre spalt dominerar helt sidorna och antalet anfanger som bryter av texten är få, oftast inte mer än två på ett helt uppslag. Små ”stoppers”, fristående teckningar av kor, visselpipor, pennor och annat, bryter av textmassan. Under de fotografier som ingår i fotoreportaget finns bildtexter.

Layouten är ren och prydlig, men så mycket att navigera bland finns det inte. Risker är att den som inte genast lockas av rubriken och rycks med i texten navigerar förbi hela sidan.

Serieteckningarna kan ha den effekten att läsaren stannar till, men de bidrar inte till att man hittar in i texten eftersom de är helt fristående.

Att navigera bland de kortare texterna under rubrikerna Obrolan dari Utan Kayu och Gosip går bra. Fotoreportaget är också lättläst, bilderna väcker nyfikenhet och textblocken är inte så kompakta. Upplägget skiljer sig dock mycket från nummer till nummer, vissa gånger är det mycket estetiskt och ser ut att ha en välgenomtänkt linje och andra gånger ser det ut som om bilderna har lagts ut lite av en slump. Åtminstone ser jag det så ur mitt perspektiv. Intrycket av andra indonesiska magasin som Tempo och Djakarta är en mer genomtänkt rättare sagt medveten linje när det gäller layouten.

Flera läsare säger att det tycker att Pantau gör det svårt för dem.

Någon skulle vilja ha en sammanfattning eller kortare ingress som inledning på artiklarna. Tidningen har också fått kritik för att vara torr. Samtidigt nämner flera läsare formen som något som gör Pantau annorlunda, något nytt.

Men om inte Pantau kan locka läsare att verkligen läsa texterna, hur ska de då uppnå sitt mål? Redan att få folk att läsa kan vara svårt. Indonesien har en svag lästradition.

*Indonesian people I think, and also the developing... people from developing countries have no reading culture, they just have listening culture. So people prefer watch television, listening to the radio, than read newspapers. Also read books, they very rarely read books (Wisudo intervju 2001-09-13).*

Också John Morrish har ställt upp en rad principer för vad man bör tänka på inom magasinsdesign.

Upplägget med kortare texter som innehållsförteckning, lista över medarbetare och Obrolan dari Utan Kayu fram till och Gosip längst bak i tidningen följer principerna. Också att den sista redaktionella sidan bör innehålla något tyngre element, Pantau har ännu ett konstverk på den sidan, följer rekommendationerna.

Något som många magasin faller på är helheten. Tidningens djup skapas genom en väl genomarbetad helhet, skriver John Morrish (Morrish, 1990). Man måste tänka på att ett magasin måste ha en rytm på ett helt annat sätt än en dagstidning eftersom läsaren oftare bläddrar i ett magasin. Pantau har inte det djupet. Det kan bero på att texterna är för långa, eller att färgmöjligheterna inte utnyttjas effektivt. Även svart/vita bildreportage ligger på tidningens få färgsidor. Det kan också bero på hur den tekniske radaktören arbetar. Han är ursprungligen bokformgivare och arbetar inte med uppslag. Inte heller Andreas Harsono har någon större erfarenhet av tidsningsproduktion.

Om omslaget är det viktigaste försäljningsargumentet för ett magasin, fungerar det då att göra ett omslag utan rubriker? Det kan gå. För Pantau som inte är beroende av att sälja lösnummer på gatan är omslaget inte lika viktigt som för andra magasin. Och erfarenheten har visat att läsare köper det magasin som de brukar köpa, oberoende av omslaget. När det kommer till enstaka köpare kan omslaget dock avgöra (Morrish, 1996). Att rubriker lockar fler läsare finns det ingen regel som säger, även om det är ett sätt att sälja innehållet i tidningen.

*The cover must have a sense of confidence and strength and must justify all the aesthetic decisions that have gone into its creation (Morrish, 1990:167)*

### **Kan läsarna påverka?**

En deltagande utvecklingsmodell ser vanliga människors stolthet över sin kultur som nyckel till förändring och utveckling som syftar till att utbilda och stimulera. Kan detta stämma in på Pantau/ISAI? Kan Pantau medverka till att fördjupa den indonesiska demokratin genom att utbilda och stimulera? Jan Servaes har, som jag tidigare skrivit, gjort en sammanställning som karakteriserar den deltagande kommunikationsmodellen (Servaes, 1999:92).

### **► Participatory media are internally organized on democratic lines.**

Stämmer på Pantau som startats av ISAI, en NGO som bildats av journalister för att kämpa för demokratisering i Indonesien. ISAI har en styrelse som drar upp riktlinjerna för verksamheten.

### **► Participatory media are recognized by their opposition to cultural industries dominated by multinational corporations.**



Eftersom Pantau har ekonomiskt stöd från västerländska fonder behöver tidningen ännu inte bära sina egna kostnader. Att göra en tidning som Pantau hade varit svårt om den skulle försöka klara sig på den överhettade tidningsmarknaden i Indonesien eftersom målgruppen är smal. Hela tidningen är en protest mot den kommersiella tidningsmarknaden. Pantau vill sticka ut genom att vara seriös, att ha ett långsamt tempo, mana till eftertanke i den ständiga floden av information.

► **Participatory media may be traced to the liberation of linguistic and ethnic groups following a major social transformation.**

Stämmer inte på Pantau.

► **The strong existence of participatory media may be explained in terms of class struggle within the society.**

I brist på andra forum för politisk aktivitet och formella institutioner under New Order identifierades pressen tillsammans med andra intellektuella som talesmän för de som hade det sämre ställt, och även om detta kanske inte alltid uppskattades av mottagarna välkomnades ändå stödet från medelklassen (Heryanto, Adi, 2001). Så indirekt kan man säga att de journalister som kämpade för demokratisering också talade för klasskamp.

► **Participatory media may be identified as "molecular" rather than "molar" (a collectivity of autonomous units rather than one that is homogenized and one-dimensional).**

Stämmer på ISAI som äger Pantau. Verksamheten är spridd på flera självständiga enheter som till exempel radiostationen 68H, bokandeln, Pantau osv. Pantau strävar också att så långt det är möjligt ha medverkande från olika etniska och religiösa bakgrunder.

► **Participatory media by design requires a creative and varied reception from its audience.**

Stämmer inte helt. Pantau har inte riktigt nått sin ursprungliga målgrupp och vet inte riktigt vilka läsarna är och vad de tycker. I tidningen ges heller inte särskilt stor plats för läsarbrev och kommentarer.

Däremot är redaktionen öppen för att svara på frågor från läsarna, att hjälpa till med problem eller att bara sitta ner och diskutera. På det sättet välkomnar Pantau sina läsare.

Kriterierna för ett deltagande kommunikationsprojekt stämmer till stora delar in på Pantau. Servaes understryker att deltagande kommunikation i första hand är ett alternativ till media dominerad av transnationella företag, för Pantau innefattar det all mainstream media. Indonesien har flera mycket starka inhemska medieimperier. Utbytet med läsarna är ännu inte särskilt väl utvecklat hos Pantau, en anledning kan vara att tidningen är ny och först måste utveckla sin egen identitet innan den kan börja lyssna på vad andra tycker och vill ha. En annan anledning är att redaktionen för Pantau behöver arbetsro, kritiken mot förvandlingen har varit mycket stark inom den egna organisationen, och Pantau har haft svårt att

koncentrera sig på sitt arbete (Saptono, intervju 2001-09-10). Ett tredje anledning är att Pantau inte ännu vet särskilt mycket om läsarna. Under hösten har en läsarundersökning påbörjats, men resultatet är ännu inte klart.

Kritikerna pekar på att en fara med den deltagande utvecklingsmodellen är att den koncentrerar allt för hårt på det lokala och menar att man inte kan isolera ett utvecklingsprojekt från yttre faktorer, som exempelvis ekonomiska strukturer (Mohan, Stokke, 2000). Kritiken stämmer dock inte på Pantau eftersom redaktionen är mycket medveten om sin omgivning och har ett utbyte med andra länder i och utanför regionen. Tidningen har ju inte minst hämtat sina idéer från förebilder utanför Indonesien.

### **Att nå bortom eliten**

Om Pantau överhuvudtaget ska kunna påverka den demokratiska utvecklingen i Indonesien är den viktigaste uppgiften för Andreas Harsono och hans medarbetare att de verkligen når ut till fler läsare. Hur tidningen bör utvecklas är för tidigt att säga. Pantau håller på att skapa en egen identitet, hitta sin rätta form. Ett första steg är att invänta den läsarundersökning som påbörjats.

Men att tidningen hittills mest nått ut till politiker och arbetsledare och redaktörer på tidningar och tv är ingenting oroande, enligt Lukman Setiawan. (Setiawan, intervju 2001-10-06). Om man ger tidningen tid och gör reklam för den, kan den nå ut till många av journalisterna i Indonesien.

Utvecklingen har bara börjat, tror han (Setiawan, intervju 2001-10-06).

Ett annat problem för Pantau är att tidningen är svår att hitta för dem som inte är prenumeranter. Den säljs bara i ett fåtal bokhandlar i Indonesien. En tredje faktor som påverkar hur Pantau kommer att kunna nå ut till fler läsare är priset, som nu är högt. Kan redaktionen i framtiden tänka sig att sänka kvaliteten för att nå ut till fler läsare?

## 9. Sammanfattning och reflektioner

Om Pantau lyckas kan tidningen komma att spela en roll för att fördjupa demokratin i Indonesien. Ett problem för indonesisk media är att många av de tidningar som startades efter Suhartos fall var äventyrliga och sensationslysta. Flera av dem har dock redan tvingats lägga ned medan de redan starka mediejättarna ytterligare stärkt sin position på marknaden. De hann dock skada förtroendet för de tidningar som nu vill och har möjlighet att arbeta efter de grundläggande journalistiska principer som de delar med andra journalister världen över. Men det tar tid att lära sig principer om balans och faktakontroll i en kultur där många journalister rapporterat vad de blivit tillsagda att rapportera.

Att det råder pressfrihet i Indonesien betyder inte att journalisterna kan känna sig trygga. Nya påtryckargrupper har dykt upp. De journalister vi träffade på morgontidningen Bernas i Yogyakarta berättade att redaktionen flera gånger slagits sönder av personer som inte är nöjda med vad tidningen rapporterar. Det kan handla om religiösa eller paramilitära grupper, om studenter eller tidningsägarna själva. När man befinner sig i Jakarta är det svårt att föreställa sig att det bara är tre år sedan som informationsministeriet avskaffades. Utvecklingen har gått fort och Irawan Saptono, redaktör på Pantau, konstaterar lite förvånat att han nu kan gå till en redaktion med säkerhetsvakt utanför entrén och rapportera om de "farliga" nyheterna.

Pantau har höga ambitioner och vill bidra till demokratiseringen genom att inspirera, stimulera och utbilda journalister som i sin tur kan inspirera och stimulera läsarna med välskrivna texter och granskande journalistik. Pantau kan påminna och stärka journalisterna genom att berätta att de inte är ensamma, att andra har samma erfarenheter. Pantau kan också vara en föregångare när det gäller att utveckla journalistiken innehållsmässigt och visuellt. En förutsättning för att kunna bidra till allt detta är att tidningen hittar ett sätt att nå ut till en ny generation journalister.

Att en tidning för och om journalister behövs i Indonesien bekräftar de intervjuer jag har gjort med Pantaus läsare. Ändå är det tveksamt om Pantau kommer att lyckas om redaktionen inte lyssnar mer på sina läsare och försöker anpassa tidningen efter indonesiska förhållanden. Det finns ett tydligt glapp mellan viljan att visa på god journalistik och hur tidningen är utformad. Formen, med långa texter och få grafiska signaler som hjälper läsaren att navigera på sidorna är ett hinder för de läsare inte redan från början är starkt motiverade att ta del av innehållet. Förr eller senare kommer redaktionen att tvingas ta ställning till vilken väg man ska välja, att vara en litterär tidning för några få eller en mer varierad tidning som kan påverka många.

Andreas Harsono vidhåller vid flera tillfällen att han vill göra en elitistisk tidning, medan flera av medarbetarna på redaktionen funderar över hur man ska kunna nå fler läsare genom att till exempel bredda bevakningen.

The New Yorker valdes som förebild när ”nya” Pantau skulle utformas eftersom den har en form som passar för långa texter, men det är också en tidskrift som riktar sig till en välutbildad och motiverad läsargrupp i en helt annan kultur. I Indonesien finns inte samma tradition av läsande och det är något för redaktionen att fundera över.

De läsare jag har intervjuat efterlyser fler korta texter i Pantau. En större variation skulle inte bara hjälpa de läsare som inte har tid att ta sig igenom de långa texterna utan också skapa spänning och dynamik i tidningen. Pantau gör heller inga prioriteringar åt läsaren i form av stora rubriker eller rubriker på omslaget. Redaktionen vill inte ”sälja in” materialet utan meningen är att läsaren själv ska leta sig fram till vad den är intresserad av. Men med tanke på att man riktar sig till ”ovana” läsare borde prioriteringar och grafiska signaler kanske vara ännu tydligare.

Inför förändringen av Pantau var diskussionerna många och uppslitande. Frågan om Pantau skulle vara ett akademiska tidskrift som tidigare, eller ett månadsmagasin om journalistik, delade medarbetarna på Komunitas Utan Kayu i två läger. Att diskussionerna tog på krafterna är en av förklaringarna till att frågorna om vilken målgrupp man tänkt sig och vilka behov läsarna kan ha samt hur tidningen skulle utformas visuellt fick mindre utrymme. En annan förklaring är redaktionens sammansättning, där bara några få av journalisterna har erfarenhet av redaktionell produktion.

Chefredaktören Andreas Harsono exempelvis, har visserligen lång erfarenhet journalistyrket, men har bara ett års erfarenhet av arbete på en tidningsredaktion. Detta i kombination med att han är en stark och dominerande kraft som många inom ISAI ser upp till, kan ha bidragit till att viktiga frågor om den visuella utformningen av Pantau förbisågs. Å andra sidan är hans drivkraft en förutsättning för att ISAI nu har fondpengar att röra sig med.

Andreas Harsonos visioner för Pantau är tydliga och starkt färgade av de amerikanska förebilderna, men han skulle vinna på att vara mer lyhörd för andras idéer och erfarenheter.

## 11. Summary in English

The fall of President Suharto in 1998 dramatically changed the media scene in Indonesia. One step towards democratisation of the Indonesian society was to open for free and independent media. Hundreds of new newspapers and magazines were established, one of them was Pantau founded by a non-governmental organisation called ISAI (Institute for the Studies of Information Flows). Before 1998 journalists connected to ISAI were forced to work undercover to spread news about the situation in Indonesia. Now they could tell their families and friends what their work was really about.

Pantau started as a newsletter covering the mediareports during the free elections of 1999, and soon developed into an academic journal. In 2001 ISAI had economical problems and decided to make Pantau a monthly magazine to reach a wider audience. The magazine were meant to focus on media issues, aiming to be a good example for Indonesian journalists, to inspire them and to make them aware of ethical issues, fact checking and what goes on behind the media scene.

In this study I focus on the design of Pantau. I try to answer how a serious magazine like Pantau manage to stand out in the flow of new and bright printed media in Indonesia. I also study what influences the design and if there are any national or international tendencies. I spent two months in Jakarta in the fall of 2001 interviewing the editorial staff of Pantau, some of the contributors and a few readers. I have also made an analysis of the design of the magazine.

Pantau was above all designed to support long articles. The editor-in-chief, Andreas Harsono, wanted to introduce literary journalism in Indonesia. He was inspired by a year as holder of a Nieman-scholarship at Harvard University in USA where he met a few of the leading literary journalists in the country. He wanted the articles to be engaging but still based on facts. Pantau also introduced an "ombudsman" who writes about ethical problems in journalism and firewalls that separates the articles from the advertisement. In USA Harsono found a magazine that, by his meaning, elegantly supports long articles, and that is The New Yorker. The discussion about new Pantau was focused on what to write about and how to do it. Little effort was made to discuss matters of design. In the end the editors run out of time and decided to copy vital parts of the design from The New Yorker. The size of Pantau is a little bigger and The New Yorker has more advertisement, but the page design with downsized headlines, a short introduction, by-lines, and small "stoppers" (drawings), have a lot in common. There is a lack of graphical elements like quotations, factboxes and even pictures, to

guide the readers through the pages and to catch the eye. If you skim through Pantau there is a flow of text, page after page, but no pulse and few contrasts.

It is important to point out that Pantau is not a commercial magazine. Funding finances all work at ISAI. Therefore Pantau does not have to compete with other magazines and newspapers at news-stands in the streets. Pantau is delivered to its subscribers and also sold in a few bookstores, mostly in Java, and at universities. There is also a homepage at the internet for nonsubscribers and curious journalists outside the main island

This fact also characterises the design of Pantau. There are no headlines on the cover, just a painting by an Indonesian artist. The painting stands for itself and is not related to any specific article in the magazine. Inside there is a short presentation of the contributors and an index to the articles. Pantau contains only a few illustrations, most of them cartoons not related to any article. Photos are used only for the photofeature and for portraits of single journalist. There are two reasons: photos are expensive to print and the editors think that photos steal too much attention and space from the text. They still want to improve Indonesian photojournalism, though, and have printed controversial pictures at several occasions.

Pantau's chief editor, Andreas Harsono, describes the essence of the design like this:

"It is also screaming, it is also about selling, but without the text. And then, how do people really know the content? They have to open it. Why they have to open it? Because this magazine is not going to be sold on the street, if people want to buy it they will go to a bookstore. And you can open it in the bookstore. And this is also about selling with the patience of the magazine; this magazine is going to be very slow. .... People will be invited to trust the reputation of the magazine by reading it first (Harsono, interview 2001-10-02).

Pantau does not want to make any choices on the behalf of the readers. The editors like the idea that a good text speaks for itself and that the readers will find it in some way. The majority of the readers I have interviewed like the long articles in the sense that they are not heavy or complicated, but they think the articles are too time-consuming. They also want a mix between long and shorter articles. One reader suggests that Pantau could distribute a miniversion of the magazine, with shorter and more popu-

lar articles and simple photos to attract new readers. Another reader suggests that Pantau should form focus groups to get a better idea of what their audience thinks.

My reflection is that there is a gap between the purpose and the design of Pantau. If the main purpose is to be a good example in journalism it has to be read by as many journalists as possible. In a country with no tradition of reading, not even among the majority of journalist, long texts and a minimum of graphical elements to help the reader through the articles might not be the way to go. Pantau has to adapt the design to their future readers and national conditions. But it is also possible that Pantau wants to remain a magazine for the "elite" (editors, politicians and students). Then the present design can work but the purpose will probably fail when they meet a new generation of journalists with new expectations and a different history were they take the freedom of speech for granted.

If Pantau wants to reach the purpose there are also other problems. The price (too high for many journalists) is one, the distribution is another.

## 11. Källor

- Budairy, Said** (2001) ombudsman på Pantau i personlig intervju på Jalan Utan Kayu 68H i Jakarta, 1 oktober 2001.
- Castells, Manuel** (2000) *End of Millennium*. Massachusetts och Oxford: Blackwell Publishers.
- Castells, Manuel** (2000) *The Power of Identity*. Massachusetts och Oxford: Blackwell Publishers.
- Coronel, Sheila S.** (1998) 'The Information Crisis'. I *Development Dialogue* Vol 2:7-22.
- Cottle, Simon** (1998) *Analysing Visuals: Still and Moving Images*. I Hansen, Anders, Cottle, Simon, Negrine, Ralph och Newbold, Chris: *Mass Communication Research Methods*. London Houndmills: MacMillan Press Ltd.
- Dixit, Kunda** (1998) 'Global Media and Empire'. I *Development Dialogue* Vol 2:39-48.  
Djakarta (2001) *Nightlife*. I *Djakarta the city life magazine* Nr 11:72.
- Emertsson, Anders** (2001) 'Garcia'. I *Cap & Design*, Nr 11:44-50
- Eng, Peter** (1998) 'The Democracy Boom'. I *Development Dialogue* Vol 2: 23-38.
- Eng, Peter** (1998) 'Economic Woes Pummel Thai, Indonesia Media'. I *Columbia Journalism Review* Vol 4.
- Ford Foundation** (2001) [www.fordfound.org/about/mission.cmf](http://www.fordfound.org/about/mission.cmf) 12 juni 2001
- Friedman, Thomas** (2000) *The Lexus and the Olive Tree*. London: Harper Collins Publishers.
- Hardjono, Ratih** (1998) 'Indonesian Media Still Censoring Itself'. I *Nieman Reports* Vol 52 Issue 3:51.
- Harsono, Andreas** (2001) Chefredaktör för Pantau och sekreterare i ISAI i personliga intervjuer på Jalan Utan Kayu 68H i Jakarta, 30 augusti, 31 augusti och 2 oktober 2001.
- Harsono, Andreas** (2001) Chefredaktör för Pantau och sekreterare i ISAI svar på e-post den 20 december 2001.
- Heryanto, Ariel och Adi, Stanley Yoseph** (2001) 'The Industrialization of the Media in Democratizing Indonesia'. I *Contemporary Southeast Asia: A Journal of International & Strategic Affairs* Vol 23 Issue 2.
- Johannesson, Martina** (2001) *Världspolitikens dagsfrågor: Indonesien*. Stockholm: Utrikespolitiska Institutet.
- Laksmi, Gita Widya** (2001) reporter på Tempo och medarbetare i Pantau, i personlig intervju på Jalan Utan Kayu 68H i Jakarta den 18 september 2001.
- Luwarso, Lukas** (1998) 'The Liberation of the Indonesian Press'. I *Development Dialogue* Vol 2:85-95.
- Manzella, Joseph C.** (2000) 'Negotiating the News. Indonesian press culture during the political crises of 1997-8'. I *Journalism* Vol 1(3): 305-328.
- McQuail, Denis** (1994) *Mass Communication Theory. An Introduction*. London, Thousand Oaks och New Dehli: Sage Publications.
- Meliala, Adrianus** (2001) Professor i kriminologi och socialantropologi i personlig intervju, Jakarta 17 september 2001.
- Mohan Giles och Stokke, Kristian** (2000) 'Participatory Development and Empowerment: The Dangers of Localism'. I *Third World Quarterly*, Vol 21, issue 2.
- Morrish, John** (1996) *Magazine editing*. London: Routledge.
- Moses, Monica** (1999) 'The "Journalism" in Visual Journalism'. I *Poynter Report* [www.poynterinstitute.com](http://www.poynterinstitute.com) 8 juni 2001.
- Ohlin, Henrik** (1998) *Censorship & Diffusion*. STV 561.
- Page, Benjamin I** (1996) *Who Deliberates? Mass Media in Modern Democracy*. Chicago och London: The University of Chicago Press
- Prasetya, Erik**, (2001) Frilansfotograf och medarbetare i Pantau, i personlig intervju på Jalan Utan Kayu 68H i Jakarta den 14 september 2001.
- Prastuti, Cita Dyah** (2001) Student med inriktning på masskommunikation, i personlig intervju på Jalan Utan Kayu i Jakarta den 5 oktober 2001.
- Probo, Priwatmo** (2001) Webbredaktör på Pantau i personlig intervju på Jalan Utan



Kayu 68H i Jakarta den 7 september 2001.

**Ramdiastuti, Weny** (2001) Journalist på Bernas och tjänstledig från arbetet som redaktionssekreterare på Suridya Pos, Sumatra, i personlig på Bernas redaktion i Yogyakarta den 21 september 2001.

**Saptono, Irawan** (2001) Redaktör på Pantau i personlig intervju på Jalan Utan Kayu 68H i Jakarta den 10 september 2001.

**Servaes, Jan** (2000) Communication for Development. - One World, Multiple Cultures. Crescil, N J: Hampton Press.

**Sen, Krishna och Hill, David T.** (2000) Media, Culture and Politics in Indonesia. Melbourne: Oxford University Press

**Setiawan, Lukman** (2001) Chefredaktör för Bisnis Indonesia i personlig intervju på Jalan Utan Kayu i Jakarta den 6 oktober 2001.

**Society for News Design** (2000) The Best of Newspaper Design, 21st edition. Gloucester: Rockport Publishers.

**Sudarsono, Sijo** (2001) Grafisk redaktör på Pantau i personlig intervju på Jalan Utan Kayu i Jakarta den 4 september 2001.

**Tesoro, Jose Manuel** (2000) 'Indonesia: Learning the Ropes of Press Freedom'. I UNESCO Courier Feb:43.

**Törnquist, Olle** (2000) 'Dynamics of Indonesian Democratisation'. I Third World Quarterly Vol 21 Issue 3.

**Williams, Louise** (2000) 'Censors at work, censors out of work'. I Williams, Louise och Roland, Rich ed: Losing Control: Freedom of the Press in Asia. Asia Pacific Press at the Australian National University.

**Wisudo, Bambang** (2001) Journalist på Kompas och aktiv i AJI, Alliance of Independent Journalists, i personlig intervju i redaktionens mottagningsrum på Kompas huvudbyggnad i Jakarta den 13 september 2001.

## Intervjuer

### På Pantau

#### **Andreas Harsono**

Chefredaktör och ansvarig utgivare, sekreterare i ISAI. Studier till elingenjör. Frilansjournalist. Nieman-stipendiat vid Harvard-universitet 1999.

#### **Veven Sp. Wardhana**

Redaktör med inriktning på film, musik och tv. Arbetar halvtid för Pantau skriver manuskript för tv och arbetar även för Gramedia. Förflutet inom ISAI. Studier i litteratur.

#### **Irawan Saptono**

Redaktör med Östtimor som specialitet. Juridikstudier. Förflutet inom ISAI.

#### **Linda Christanty**

Redaktör. Studier i konst och litteratur. Anställd under 2001.

#### **Eriyanto**

Researcher. Gör även analyser för radio och tv och har skrivit en bok om polling. Arbetade tidigare med ISAI:s media watch-program. Studier i kommunikationsvetenskap.

#### **Agus Sudibyo**

Researcher har medverkat i en bok om pressen under Bun Karno. Studier i kommunikationsvetenskap.

#### **Sijo Sudarsono**

Grafisk redaktör. Tidigare bokformgivare på ISAI, gör layouten till den litterära tidskriften Kalam. Studier till idrottslärare.

#### **Priwatmo Probo**

Webbredaktör. Tidigare inom ISAI:s underjordiska enhet. Kortare studier i webbdesign i Australien. Studier i biologi.

#### **Eri Sutrisno**

Marknadsredaktör med förflutet inom ISAI. Studier i geografi.

**Ade Juniarti**

Sekreterare med förflutet inom ISAI.

**Heru Widhi Handayani**

Korrekturläsare. Studier i bahasa indonesia.

**Said Budairy**

Ombudsman, tidigare parlamentsledamot och journalist.

**Frilansmedarbetare****Gita Widya Laksmi**

Reporter på Tempo.

**Erik Prasetya**

Frilansfotograf och lärare i fotografi.

**Läsare****Lukman Setiawan**

Chefredaktör för Bisnis Indonesia.

**Mochtar Buchori**

Politiker. Medlem av representanthuset för PDI/P.

**Weny Ramdiastuti**

Reporter på Bernas i Yogyakarta. Tjänstledig från Suridya Pos på södra Sumatra där hon är redaktionssekreterare.

**Adi Hazwar**

Student på Dr Soetomos skola för journalister. Kommer från Padang på västra Sumatra. Cita Dyah Prastuti, nyutexaminerat student med masskommunikation som huvudämne. Frilansare.

**Bambang Wisudo**

Journalist på Kompas i Jakarta och medlem av AJI, Alliance of Independent Journalists,

**Adrianus Meliala**

Professor i kriminologi och socialantropologi vid University of Indonesia i Jakarta.

