

Det har vært tre lyserøde aviser i mitt liv.

Lyserød utakt



KRON OG MYNT

Il Sole 24 Ore kom til mitt skrivebord i Italia daglig i over 10 år. De to andre lyserøde har vært *Financial Times* og *Dagens Næringsliv*. Nå leser jeg bare de to siste. Fordi jeg bor i periferien kommer postbudet med en *Financial Times* som er en dag eller to gammel.

Det var først etter et opphold på Páskeøya at jeg fikk et avslappet forhold til denne forsinkelsen. Dit blir videoer med Chilenske nyheter fløyet inn fra Santiago og vist på lokalt tv noen dager på etterskudd. Etter at det første sjokket har gått seg, oppdager man at denne tidsforskjellen til resten av verden faktisk blir en av kvalitetene ved å oppholde seg på Páskeøya. Som med Brechts *Verfremdung* gir det en pussig avstand og oversikt i forhold til resten av verden. Noen ganger når jeg setter meg ned med min nye dagsgamle *Financial Times* klarer jeg å innbille meg at det samme gjelder den øya der jeg bor.

Financial Times og **Dagens Næringsliv** har nesten samme farge, mens på det italienske markedet har *Gazzetta dello Sport* desidert vunnet kampen om å være mest lyserød, og *Il Sole* har resignert i en nyanse mer brunt. Bortsett fra dette, og tatt i betraktning at de henvender seg til samme marked, er de tre avisene nesten oppsiktsvekkende ulike. *Il Sole 24 ore* har store oppslag om små endringer i regelverk og tidsfrister som gjør at man av og til undres om man har fått Revisorforbundets medlemsblad mellom hendene. *Financial Times* er globalt orientert, og gir samtidig kortversjoner av politiske og forretningsnyheter. Begge er veldig forskjellige fra DN. *Il Sole* har et søndagsbilag som er en glimrende kulturavis, mens *Financial Times'* magasin «How to Spend it» leverer det tittelen lover.

Som økonom burde man ta det for gitt at det er markedet som har skapt disse ulikhetene; markedet skaper det folk etterspør. Når det gjelder *Il Sole* er det en viss logikk i dette. Det er neppe noe land i verden der konsekvensene ved ikke å overholde et til dels bysantinsk regelverk er så store som i Italia, så avisen gir informasjon som er uhyre viktig. Logikken er der også når det gjelder *Financial Times*, som bærer preg av å være verdens første globale imperiums avis. En latinamerikansk statsråd på vestre-



ILLUSTRASJON: HALLVARD SKAUGE

«Vi lever i en egen norsk tidskapsel preget av en lyserød presse som er i utakt med resten av verden»

fløyen hevdet under en samtale for mange år siden at dersom man skulle forstå hva som virkelig skjedde, burde man lese den internasjonale finanspressen. Deres lesere kan ikke ta seg råd til å se verden for meget gjennom ideologisk fargede briller, de må ha fakta rapportert, var hans syn.

Hvis det virkelig er ulikheter i etterspørselen som har skapt ulikhetene mellom Europas lyserøde finansaviser, er dette foruroligende for norsk næringsliv. Er det virkelig slik at norske næringslivsledere egentlig helst ville ha lest *Se og Hør*, og derfor etterspør DN's ofte temmelig sensasjonspregede og personfokserte vinklinger på økonomiske begivenheter? Er de virkelig så lite interessert i resten av verden som DN's innhold kan tyde på? Har norske kapitalister et pietistisk-masochistisk trekk som gjør at de liker den noen ganger temmelig næringslivsfiendtlige undertonen i avisen, slik at en målestokk for suksess er å bli kalt «riking» i DN? Man leter forgivevis etter begrepet «riking», ikke bare i *Il Sole* og *Financial Times*, men egentlig også etter et tilsvarende begrep i det italienske og det engelske sprog.

De dynamiske ulikhetene mellom disse avisene er kanskje enda mer interessante. Det internasjonale handelsregimet fra Bretton Woods i 1944 og frem til

Hong Kong i desember 2005 er på mange måter et barometer på utviklingen i internasjonal økonomisk ideologi. Bretton Woods var bygget på forståelsen for intervensjon som var skapt både av krisen i 1930-årene og av at krigene hadde fått næringslivet til å forstå at statlig intervensjon kunne gi stor fortjeneste. Markedet var et verktøy man bygget industri og nasjoner med ved bevisst å styre det. Ettersom årene gikk ble markedet mer og mer et mål i seg selv. Da engelske økonomer i 1996 markerte 150-årsjubileet for opphevelsen av Kornlovene med en internasjonal konferanse, som seg her og bor i Manchester, sluttet *Financial Times'* «sjeføkonom» Martin Wolf seg til oss akademikere. Hans ideologi var sterk. I det siste har Wolf imidlertid snudd litt, og hevder for eksempel at Afrika må skaffes industri. Ved åpningen av WTO-forhandlingene i Hong Kong slipper Joseph Stiglitz til på *Financial Times'* første side med budskapet «Wrongheaded and Unfair» fordi frihandel ikke hjelper de fattige. Dette er et radikalt brudd med en over 50 år gammel trend.

Som Minervas Ugler i skumringen gir dette trendskiftet oss muligheter til å se litt klarere den tiden vi går ut av. I dette som tyder på å bli et tektonisk plateskifte i ideologi, er *Dagens Næringsliv* i utakt med *Financial Times*. To artikler

i løpet av 2005 tydet på at troen på at frihandel løser det meste nådde toppen i løpet av året. Det ene var en artikkel i *Foreign Policy* som siterte to økonomer som hadde «bevist» at neandertalerne døde ut fordi de ikke hadde frihandel. En kommentar i samme artikkel fra en antropolog om at dette var rent sprøyt, fordi det skjedde før menneskeheten hadde begynt å handle med hverandre, var ikke nok til å korrigere den sensasjonelle overskriften. Det andre var *Dagens Næringsliv* som – ikke bare én gang, men gang på gang – insisterte på at norske bønder tar livet av sultende afrikanere, fordi disse ville blitt rike dersom de hadde fått eksportere maten sin til oss. Etter en slik ideologisk springflo hindses all fornuft kan det heldigvis bare gå én vei. Spørsmålet er hvor fort.

Det bekymringsfulle ved dette er at norsk næringslivs konkurransevne kan påvirkes av at vi lever i en egen norsk tidskapsel preget av en lyserød presse som er i utakt med resten av verden. Mot dette blir forsinkelene på Páskeøya bare for barnemat å regne.

Erik S. Reinert,
sviløkonom/sosialøkonom, og
seniorrådgiver i Norsk Institutt for
Strategiske Studier (NORISS)

ESR@nifo.no

Økonomene Hilde Bjøjer, Peder Martin Lysetøl, Erik S. Reinert og Marianne Marthinsen skriver på torsdager i Klassekampen. Radikalt økonominettverk finner du på www.økonominettverket.no