



Medier, makt og myter

Krigen på bakken, krigen i mediene og krigen om mytene

Gudmund Hernes

Professor II, BI; Seniorforsker, FAFO

gudmund.hernes@fafo.no

I en hommage til krigskorrespondenter, skrev jeg i Morgenbladet 1.4.2022 bl.a.

I krig kan pressen spille ulike roller: støtte, starte eller stanse. ... Et sterkt eksempel på journalisters rolle i å stanse kriger, er rapportene og bildene fra Vietnamkrigen – «den første TV-krig». ¹ De viste ødeleggelser, tap, vold og vanstyre som generalene dekket over. De sterkeste enkeltbilder er «Napalm-piken» som løper med napalm som brenner på kroppen, og dødsgrøften ved landsbyen My Lai der flere hundre ble massakrert av amerikanske styrker. Opinionen vendte seg mot krigen. ²

I en velorientert og velskrevet kommentar i Morgenbladet uken etter, den 8.4.22, fastslo Khang Nguyen at «Pressen stanset ikke Vietnamkrigen. Gudmund Hernes resirkulerer en seiglivet vandrehistorie uten støtte i medieforskningen». ³

Mediemyten om Vietnamkrigen

Vandrehistorien Khang refererer til, benevnes «mediemyten om Vietnamkrigen». Myten går i korthet ut på at mediene snudde amerikansk opinion fra krigsstøtte til krigsmotstand, som så brakte krigen til slutt. Det hører også med at denne myten ble formidlet og fremmet både av militære som følte seg falt i ryggen og ikke fikk slutføre sin misjon da seieren var nær, og av mediefolk som plasserte seg selv i historiens stråleglans – selvforherligende etterpå-journalistikk, om en vil. Mens generaler så på journalister som uetterrettelige svikere, skrev journalistene seierherrenes historie, rekonstruert og retusjert – og med seg selv som krønikens helter.

1. I 1950, da Koreakrigen brøt ut, hadde 9 prosent av amerikanske hjem TV, i 1968da Tet-offensiven kom hele 93 prosent. Se ellers “Vietnam: The First Television War” <https://prologue.blogs.archives.gov/2018/01/25/vietnam-the-first-television-war/>
2. Gudmund Hernes, “Blant mine helter er krigskorrespondentene», *Morgenbladet*, 01.04.2022, <https://www.morgenbladet.no/aktuelt/kommentar/2022/04/01/blant-mine-helter-er-krigskorrespondentene-skriver-gudmund-hernes/>
3. Khang Nguyen, «Pressen stanset ikke Vietnamkrigen», *Morgenbladet* 08.04.2022 <https://www.morgenbladet.no/ideer/debatt/2022/04/08/pressen-stanset-ikke-vietnamkrigen/>

Kritikken av myten, som Khang Nguyen gjennomgår og slutter seg til, kan sammenfattes i følgende punkter

1. Mediene rapporterte konsekvent lite om menneskelige lidelser. En studie av *The New York Times'* dekning av fem store krigene – første og andre verdenskrig, Korea-, Vietnam og Irak-krigen viser at elendighet ble filtrert vekk, sivile ofre enda sjeldnere ble nevnt – ja, i Korea og Vietnam stort sett fortiet.⁴ Normen var, som tidligere NRK-sjef Kaare Fostervoll sa, «ikkje å uroa lyarane».
2. Amerikanske reportere var unge, uerfarne og kunnskapsløse. De forsto ikke situasjonen de havnet i, og fremsto som eksperter kun når de rapporterte negativt om «sørvietnamesernes påståtte dysfunksjon og inkompetanse».
3. Inkompetansen førte til fatal feilinformasjon. En omfattende studie av Peter Braestrup viser at mediernes dekning av FNLs Tet-offensiv i 1968 ikke bare var uinformert – den ga et helt misforstått bilde av utfallet: Det var den nordvietnamesiske hær og Viet Cong som led et knusende militært nederlag – med dramatiske tap – ikke USA og Sør-Vietnam.⁵
4. De ikoniske bildene fra Vietnamkrigen – for eksempel av My Lai-massakren og Napalm-jenta – hadde ingen virkning på opinionen.⁶
5. Alt dette underbygges av meningsmålingene: Motstanden økte jevnt fra 1965 til 1971, upåvirket av de senere ikoniserte bildene.

Spørsmålet blir da: Er motbildet som tegnes – om underrapportering av vold død og menneskelige miserer; av inkompetente journalister; av en krig som ble vunnet i felten, men tapt på skjermen; av bilder som nå er ikoniske, men i samtiden hadde liten effekt; av en opinion, slik den ble målt, i liten grad ble påvirket av mediernes rapporter – er dette motbildet selv i ferd med å bli en myte?⁷

Dette reiser viktige tema for medieforskningen – både om de spørsmål som medieforskere har stilt, svarene de har gitt og det belegg og de data de har bygget sine konklusjoner på – og av hva medieforskningens overordnede strategi for virkningsanalyse skal være.

Diskusjonen av dette reiser altså noen grunnleggende spørsmål på implisitte antakelser og perspektiver medieforskerne har lagt til grunn, og har derfor stor faglig interesse.

Nedenfor blir de fem mytene først behandlet etter tur. Dernest blir medieforskningen diskutert under en bredere vinkel.

4. Scott L. Althaus, Nathaniel Swigger, Svitlana Chernykh, David J. Hendry, Sergio C. Wals and Christopher Tiwald, «Uplifting manhood to wonderful heights? News coverage of the human costs of military conflict from world war I to Gulf war Two», http://eprints.lse.ac.uk/84984/1/02_AlthausEtAl2014-UpliftingManhood_final.pdf

5. Peter Braestrup, *The Big Story: How the American Press and Television Reported and Interpreted the Crisis of Tet 1968 in Vietnam and Washington* (Boulder: Westview Press, 1977). 2. Vols. (Også publisert av Garden City, New York: Anchor Books, 1978 “Its conclusions are that, with a few exceptions, what was written and televised about the Tet Offensive was so misleading that an Allied victory was converted into a defeat.”. Braestrups hovedtese sammenfattes slik: «Continuously more pessimistic than the facts warranted, invariably investing Hanoi with undeserved prescience and power, the press and TV portrayed what they believed they were seeing as a disaster.»

6. Michael Griffin «Media images of war», *Media, War and Conflict*, Vol 3, Issue 1, 2010, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1750635210356813> Hovedkonklusjonen er: ”Upon analysis, pictorial coverage of US wars by the American media not only fails to live up to the myth of Vietnam but tends to be compliant and nationalist. It fails to reflect popular ideals of independent and critical photojournalism, or even the willingness to depict the realities of war.”

7. For en diskusjon av ulike myter om krig og medier, se James Q. Wilson, «The Press at War. The patriot reporter is passé», *City Journal*, Autumn 2006 <https://www.city-journal.org/article/the-press-at-war>

Myter og mot-myter

Mot-myte 1: Mediene rapporterte konsekvent lite om menneskelige lidelser. Da blir spørsmålet: Hvis det er rett at mediene rapporterte lite om vold og sivile tap, fikk ikke folk ikke med seg smadring av landsbyer, destruksjon og død?

Svaret er, mener jeg, at de som levde i USA under Vietnamkrigen, leste tegningen. De fikk med seg at krig er vold, også mot sivile.

For det mediene offentliggjorde, var ikke bare strid med fienden. Selv tekniske reportasjer bar bud. For eksempel når det ble vist sveip med Bell UH-1 Iroquois helikoptre – kalt «gunships» – som bestrøk «fiendtlige landsbyer» med raketter og maskingeværild, eller «Swift Boats» som beskjøt elvebreddene i Mekong Deltaet, eller fly som droppet napalm-bomber som flammet opp landskapet (napalm ble brukt i Vietnam helt fra 1963). Man skjønnte at det ikke bare var fyrverkeri, eller at bare Vietcong-geriljaen ble truffet. Skaden som rammet andre – enten egne ved «friendly fire» eller «collateral damage» når «fiendens landsbyer» ble angrepet ved S&D – «Search and destroy missions», var det ikke vanskelig å se for seg – og de kom jo inn i selve hverdagspråket ved slike nyord.

Kort sagt, man trengte ikke daglig bilde av skamskjending for å begripe dette. Særlig ikke når Vietnamkrigen ikke var en vanlig landkrig der flytting av fronter og erobret land var målet på suksess (selv om termen «clear and hold» ble brukt). Nei, når målet på suksess var «body count» og «kill ratio», skjønnte man at selve målemetoden førte til brutalisering. Særlig når geriljakrigen innebar å smelte inn i lokalbefolkningen og svømme som fisken i vannet. Når det gjaldt å få flest mulig lik i lasten, kunne det så å si bli målefeil – altså lemlesting av sivile, kvinner og barn som «collateral damage» av «non-combattants». ⁸ Selv «saklige», «ublodige» eller «nøytrale» rapporter ga det man kan kalle *kollateral informasjon* – «resten kan du tenke deg selv».

Det krever heller ikke mye fantasi for å tvile på at en slik praksis – også kalt «Zippo raids» etter lighteren som ble brukt når man skulle sette fyr på en landsby – ikke er kongeveien til å vinne «hearts and minds» i lokalbefolkningen.

Men da kan også medieforskernes metoder – som registrering av spaltemillimeter, «Advarsel: Sterke bilder!», eller telling av oppslag og innslag – også gi feil inntrykk. Medieforskernes målemetoder kan føre til fortegning!

For folk tar inn informasjon på så mange måter. På samme vis som militær etterretning kan bruke mobiltrafikk som tegn på militær oppbygning, kan alle skjønne skjulte sammenhenger ved *den bi-informasjon som en melding bærer* ut over dens eksplisitte innhold. Når en krysserraketten treffer målet på bakken likner det et dataspill – men man trenger ikke mye fantasi for å se for seg at bak lysglimtet ligger det forkullede kropper under de smadrede, svarte bygninger. På samme måte når B52-bombeflyene ble brukt i angrep mot mål i Nord- og Sør-Vietnam fra 1965 – bare 20 år etter slutten på Den andre verdenskrig – skjønnte jo folk at det som ble drysset over landskapet flere tusen meter ned fikk virkninger på bakken, om det så bare var svære bombekratre på rismarkene til bønder bak okseplogen.

Sagt på en annen måte: Når det kom bilder av «hærverk, redsel og plutselig død»⁹, ble de ofte en bekreftelse på noe man alt ante, skjønnte og visste. Som Leonard Cohen synger: «Everybody knows». Så da AP-journalisten Peter Arnett siterte det en amerikansk major som sa om bombingene av byen Tren Pe i 1968: «It became necessary to destroy the town to save it»,

8. For en grei oversikt, se Wikipedia-artikkelen «Search and destroy», https://en.wikipedia.org/wiki/Search_and_destroy

9. Formuleringen spiller på den danske forfatteren Tom Kristensens (1893-1974) berømte roman *Hærværk* med diktet «Angst» som åpner med setningen «Asiatisk i velde er angsten», og der hovedpersonen, Ola Jastrau, er journalist.

ble det bokstavelig talt et bevinget ord som fortettet en forståelse man alt hadde ant. (Putin har prøvd det samme i Mariupol). -Eller da flygeneralen Curtis Lemay (med en stor militær karriere under andre verdenskrig, og sjef for USAs luftstyrker i begynnelsen av 1960-årene, i 1965 ble tillagt utsagnet at Nord Vietnam «got to draw in their horns and stop their aggression, or we're going to bomb them back into the Stone Age»¹⁰, var virkningen større enn tusen spaltemillimeter – utsagnet ble stående som en barsk formulering av en brutal sannhet.

Og nettopp det er det sentrale ved sannhet: den er som vann. Den siver gjennom sprekene i demningen som bygges opp for å holde den ute – og den utvider sprekene der den trenger seg inn.

Altså: Det som kom gjennom mediene for dem som allerede var eller langsomt ble motstanderne av krigen, var derfor ikke så mye nye fakta, som bekreftelser på noe man alt skjønte, visste eller famlet seg mot. Medieforskere kan ikke bare studere forsiden – de må også ta med bakteppet.

-Men, som det heter: «Wait – there is more!»

For medieinnslag virker ikke bare direkte effekter – de har mangfoldige forgreningsvirkninger. Det journalistene rapporterer blir lånt og brukt av andre – forandret, forsterket, og noen ganger fordreiet. Dette kan kalles *medienes multiplikatoreffekt* – det de presenterer kan virke gjennom mange ledd, ulike kanaler og på både utilsiktede og uforutsette måter. Derfor kan man heller ikke bare måle pressens eller etermedienes oppslag og rapporter – man må se på hele myldret av andre kommunikasjonskanaler som budskap spres gjennom, alt fra studentaviser og løpesedler til kommentarer over kantinebordet.

Rapportene fra Vietnam ble oversatt ikke bare til mentale bilder hos lesere, lyttere og seere, men også til slagord for demonstranter, ledemotiv for protestsanger og stridstema i konflikter. Så selv om mediene skrev lite om sivile tap, var rapportene nok til å danne motiv for Bill Fredericks låt fra 1967: «Hey, hey, LBJ – How many kids did you kill today?» Det ble også malt på plakater og båret i gatene, og til unisone rop når president Lyndon B. Johnson kom på besøk og skulle tale.¹¹ Musikalen «Hair» som hadde premiere i 1967 og på Broadway året etter, har låten «3-5-0-0» med førstelinjen «Ripped open by metal explosion». – Så hadde noen spurt en aktivist – eller teatergjenger i 1967 – ja, både før og enda mer senere: «Vet folk lite om sivile lidelser i Vietnam siden de nasjonale mediene i så liten grad slår dem opp?» – ville vedkommende sett vantro på deg og svart «Tuller du?». Virkningen av napalm var kjent før bildet av Napalmpiken.¹²

Jeg er jo positivist like god som noen – glad i tall, tabeller, kurver og modeller. Men medieforskningen henfaller lett til det man kan kalle *det kvantitative mistaket*: å måle noe som i det ytre gir tallmessig empiri belegg for en tese, men som ikke er et valid mål på fenomenet man vil undersøke. En tankemodell som antar «jo flere rapporter, desto større effekt», eller «Jo større oppslag, desto større gjennomslag» – altså at et er en lineær sammenheng mellom hyppigheten av en tematisk nyhet (for eksempel om sivile lidelser) og

10. LeMay, Gen. Curtis Emerson, with Kantor MacKinley, *Mission With LeMay: My Story*, (New York: Doubleday, 1965) p.565.

11. President Johnson som da primærvalgene startet opp våren 1968 følte seg «kringsatt av fiender» skal ha sagt til sine regjeringsmedlemmer at «the only place he could give a campaign speech now was on an aircraft carrier». Se Kent Germany, [Lyndon B. Johnson: Foreign Affairs | Miller Center](https://www.millercenter.org/lynndon-b-johnson/foreign-affairs).

12. Napalm's might was apparent to any observer. "A continuous sheet of flames a half mile wide was visible moving across one field," the AP reported of a February 1963 strike by U.S. pilots against a South Vietnamese village. ... By the end of the year, its use was routine. "On clear days patrons lunching in the ninth-floor restaurant in the Caravelle Hotel [in Saigon] can watch Government planes dropping napalm on guerrillas across the Saigon River," Hedrick Smith wrote in the New York Times in December. Se "How the Vietnam War Changed People's Views about Napalm", *Historynet* <https://www.historynet.com/napalm-vietnam-use/>

dens effekt på opinionen, er feiltenkt. Det er ikke mengden eller størrelsen det kommer an på.

Kort sagt: Det holder ikke med opinionsmålinger for å forstå opinionen, eller med kvantitativ telling av krigsreportasjer for å skjønne reportasjenes effekt.

Mot-myte 2: Journalistene var uinformerte og inkompetente og hadde derfor liten effekt

For en politiker «hev vori» som meg, er det lett å istemme at journalister ofte er kunnskapsløse og historieløse, uskolerte og uerfarne. Jeg har til og med møtte politikere som lider av det samme – av og til ved å kikke i speilet.

Poenget er at det journalistene skriver, enten det er sant, skjevt eller galt, virker på publikum. Med andre ord: Det kan være at amerikanske journalister fremsto som eksperter kun når de skrev negativt om politiske og sosiale forhold i Sør-Vietnam – som heller ikke leserne kjente.

Men bildet som mediene formidlet av Vietnam var dobbelt. På den ene side av et flittig og arbeidsomt folkeferd, i daglig strev på sine rismarker under sine stråhatter eller i husene under bambustakene i harmoniske landsbyer. På den andre side at de var underlagt et regime som på mange vis var korrumpert – og der den store tilførselen av svære midler fra USA bidro til mer korrupsjon.

Ikke bare journalister var opptatt av dette – det samme var amerikanske militære og politikere, også i sine beretninger hjem: Hvor ble det av «the taxpayers' money»? Ja, også amerikanske soldater så og snakket om dette. Så rapportene – både militære og sivile, formidlet både gjennom offisielle kanaler og mediekanalene – var en løpende føljetong.

Mer enn det: I rapportene og i dialogene fremgikk det også at styringsproblemene ikke kun sto om sørvietnamesernes dysfunksjon og inkompetanse – de dreiet seg like mye om amerikanernes egen. USAs øverstkommanderende i Vietnam (1964-68) var General William Westmoreland. Men uansett hvor stilig, stram og mandig han presenterte seg¹³, fortalte selve opptrappingen av amerikanske tropper som i hans sjefstid ble økt fra 23.000 til 536.000 ikke om en vellykket plan – tvert imot. Mange amerikanske soldater ble drept og såret, og det bar kollateral informasjon til alle de lokalsamfunn i USA de var rekruttert fra. De som overlevde, veteranene, vendte hjem med egne observasjoner og fortellinger: i årene 1964-1973 hadde til sammen om lag 2,7 millioner tjenestegjort i «the Nam».

Og det som ble rapportert, falt inn i rammefortellinger som alt var i omløp, alt mer eller mindre kjent i befolkningen og som alt lå i bakhodet, ferdig til bruk. For eksempel ga bestselgeren *Catch 22* fra 1961, eller den senere filmen *M*A*S*H* fra 1970 (som hadde Vietnamkrigen som subtekst), en klangbunn for beskrivelser av inkompetanse og lureri i et barokt system. Begge beskrev krigens absurditeter og glade vanvidd, og hvordan en kontekst som i det ytre er rasjonell, inspirerer til paradoksal adferd som undergraver det hele. Motivet som går igjen, er at den eneste fornuftige løsning forbyr seg selv av situasjonen, og at aktørene er fanget av krefter i et system de ikke kan forandre. Et munnhell lød: «Hvorfor gjøre det fornuftig hvis det kan gjøres militært?»

I de første ti-femten årene etter Den andre verdenskrig kom det en rekke filmer der allierte soldater, også norske, hadde hovedroller som helter. Men tjue år senere, omkring 1965, var det bildet de hadde gitt av krig og soldatene som senere ble kalt «the greatest generation»¹⁴ falmet – bakteppet for folks bevissthet ble langsomt endret.

13. *Time Magazine* kåret ham til «Man of the Year» 7. januar 1966.

14. Utrykket ble brukt av general i den amerikanske hær, James Van Fleet i 1953, og popularisert i Tom Brokaws *The Greatest Generation* (New York: Random House, 1998).

Eller som Bengt Nerman har formulert det: «nyhetens främsta kännetecken är att den går att känna igjen».¹⁵

Den dypere lærdom for medieforskningen er denne: Vel kan Marshall McLuhan ha rett i at «the medium is the message».¹⁶ Like viktig er «the medium is the milieu» – altså den kontekst en melding springer ut av, det system den treffer og den sammenheng den transformerer av – noe som vel er i tråd med McLuhans budskap.

Fordi meldingen går ut fra et felt og forvandles av et annet, kan man ikke anlegge en enkel stimulus-respons-modell på virkningen. Snarere er det slik at en melding i varierende grad og på varierende måter spres som kaskader gjennom et flettverk av kommunikasjonskanaler, og gjennom dét kan rulle på seg flere saker. En fjær kan bli til fem høns.

Det betyr at virkningen av journalisters rapporter ikke bare preges av det de har sett og det som er sant, «at face value». Effekten av avhenger av det som blir fortalt og formidlet – altså av meldingen: hvordan den blir formidlet og fortolket – og av hvem.

Kort sagt: Det er altså forskjell på kritikk av hvordan journalister gjør jobben sin, og analyse av hvordan det de forteller virker.

Mot-myte 3: Inkompetansen førte til fatal feilinformasjon

Slik jeg leser ham, er nettopp dét også hovedtesen i Peter Braestrups *Big Story: How the American Press and Television Reported and Interpreted the Crisis of Tet 1968 in Vietnam and Washington*.

Tet-offensiven var et koordinert angrep fra Vietcong og Nord Vietnam på mer enn hundre byer og militære utposter i Sør-Vietnam, og strakk seg i tid fra januar til september i 1968. De sivile tapene og ødeleggelsene var enorme. Anslagene på antallet falne soldater varierer: for amerikanske tropper 2-3000, for sør-vietnamske om lag det samme, for Nord-Vietnam og FNL varierer estimatene fra 40.000 til 100.000. Men det Hanoi og Viet Cong håpet uteble: angrepet utløste ikke noen åpen folkelig oppstand i Sør-Vietnam. Slik sett hadde USA og dets allierte vunnet en svær militær seier.

Men det som ble filtrert av og disseminert via amerikanske medier, var snarere det motsatte – altså ikke en seier, men snarere et forsmedelig nederlag.

Braestrup ser dette som et voldsomt nederlag også for amerikansk presse og presseetikk – et gap mellom militære realiteter og mediernes retorikk. I dag ville man kanskje kalt det «fake news»:

Rarely has contemporary crisis-journalism turned out, in retrospect, to have veered so widely from reality. Essentially, the dominant themes of the words and film from Vietnam ... added up to a portrait of defeat for the allies. Historians on the contrary have concluded that the Tet Offensive resulted in a severe military setback for Hanoi in the South. To have portrayed such a setback for one side as a defeat for the other – in a major crisis abroad – cannot be counted on as a triumph for American journalism.¹⁷

Braestrup mener at feilfremstillingen påvirket opinionen hjemme i USA – det som var vunnet i kampene ble tapt via skjermen og forsiden.

Dette kan man si er en bitter illustrasjon på det såkalte Thomas-teoremet: «Hvis folk definerer situasjoner som virkelige, får det virkelige konsekvenser.»¹⁸ Det er ikke tilstanden,

15. Bengt Nerman, «Språk, erfaring, samhälle» i *Kan Sverige styras? Att förstå och styra samhället* (Stockholm: Studieförbundet Näringsliv och Samhälle, 1984), s. 40.

16. Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (New York: McGraw Hill, 1964). «The Medium is the Message» var tittelen på første kapittel.

17. Braestrup, op.cit. p. 508.

18. I originalformulering: «If men define situations as real, they are real in their consequences.» Se W.I. Thomas and D.S. Thomas, *The child in America: Behavior problems and programs*. (New York: Knopf, 1928) pp.: 571–572.

men tolkningen av den som bestemmer motsvar og respons: det er ikke realitetene, men persepsjonen av dem som bestemmer reaksjonen. Det avgjørende er ikke hva som er sant, men hva folk tror.

Nettopp det er Braestrups tese. Han sier ikke at korrespondentens rapporter var uten virkning. Det er omvendt: de hadde stor virkning selv om de var feil!

Braestrup mener altså *ikke at krigskorrespondentene var uten virkning på krigens gang og slutt*. Motsatt: han mener at de nettopp hadde en slik innvirkning – men på falske premisser og med fortegnete bilder! Dette var den journalistiske svikt.

Men hvordan journalisters uvitenhet og inkompetanse bedømmes moralsk, er altså noe ganske forskjellig fra den faktiske virkning av det de forteller.

Så *hvorfor* valgte korrespondentene denne vinklingen? Var det bare ukunnskap, udyktighet og vrangvilje?

Igjen må bakteppet frem for å forstå fortellingen. Og bakteppet var den militære eskaleringen som hadde skjedd i årene før, fra 1964 til 1968: altså den opptrappingen av styrker og våpen som formentlig skulle føre til overlegenhet på slagmarken og overgivelse fra fienden – så skulle Sør-Vietnam selv overta og slutføre kampen, og få politisk styr på landet: vietnamisering og pasifisering var underveis!

Så smalt det – Tet-offensiven over hele landet, på en gang, i 100 byer og militærinstallasjoner. Selv den amerikanske ambassade sentralt i hovedstaden Saigon ble attackert! Det var ikke nødvendig for journalistene å oppsøke fronten – fronten kom til dem. Ja, mange av dem kom i skuddlinjen og flere falt.

For selv etter innføring og økende bruk av verneplikt i USA («the draft»), selv etter eskaleringen og en halv million amerikanske soldater utkommandert til Vietnam, kom Tet-offensiven som en total overrumpling.

Og da er et viktig mediepoeng dette: konteksten avgjør avkodingen: Hvis du selv eller en av dine nærmeste risikerer å bli innkalt til krigstjeneste, da får rapporter fra krigsskueplasesene en annen og ny betydning. Da ser du på kveldens nyhetssending med innslag fra fronten på en annen måte enn på rapporter om krigshandlinger fra fjerne steder som ikke angår eller berører deg selv direkte. Eller enda spissere: Fronten ble trukket gjennom TV-stuen.

Den nye konteksten for meldinger fra Vietnam fikk også en annen side: ikke bare følte mange at de *militære* sviktet – de følte også at *politikerne* hadde sveket.

General Westmoreland holdt under hele opptrappingen, og med dens økende kostnader og større tap, halsstarrig fast ved en strategi som ikke førte fram: han forsikret at fienden stadig ble svekket, at det krevde stadig flere tropper, men forsikret at seier var rundt hjørnet.

Fremst blant dem var Lyndon B. Johnson, som under presidentvalget i 1964 hadde presentert seg som en fredskandidat, i kontrast til motkandidaten, krigshauken Barry Goldwater. Ikke bare fremholdt Johnson at Goldwater var villig til å bruke atomvåpen¹⁹, Johnson lovet *ikke* å trappe opp krigen i Vietnam: «We are not about to send American boys 9 or 10,000 miles away from home to do what Asian boys ought to be doing for themselves.»²⁰ Men denne beslutningen ble reversert etter at Nord-Vietnam angrep en amerikansk destroyer (på spionoppdrag) utenfor kysten av Nord-Vietnam, i den såkalte Tonkin-resolusjonen – som ga president Johnson fullmakt til å «take all necessary measures».

19. Mest berømt i så måte er den berømte «Daisy Girl», der en liten solskinns-pike som representant for den kommende slekt trues av atomkrig. For en kort fremstilling se «Daisy (advertisement)» [https://en.wikipedia.org/wiki/Daisy_\(advertisement\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Daisy_(advertisement)) med link til Youtube-snutten. Den ble trukket fra TV etter bare en visning, men fortsatte på leve i nyhetssendinger, debattprogrammer og talk-shows – nok et eksempel på det jeg foran kalte medienes multiplikatoreffekt.

20. «1964 ELECTIONS JOHNSON VS GOLDWATER», <https://www.historycentral.com/elections/1964.html>

Tet-offensiven rev sløret til side. Den legendariske ankermannen i CBS News, Walter Cronkite – veteran som journalist i Europa under en andre verdenskrig – hadde fra først av støttet «krigen mot kommunismen» i Vietnam. Under sin første tur til Vietnam var han skeptisk til rapportene fra unge, kyniske reporterne han møtte.

Men da bulletengene om Tet-offensiven begynte å strømme inn, utbrøt han forferdet: «What the hell is going on? I thought we were winning the war!»²¹ Det som skjedde stemte ikke med det hjemmepublikum var fortalt av myndighetene, både militære og sivile.

Allerede før, men ikke minst etter Tet-offensiven, kom et nytt begrep i omløp: «credibility gap»: den økende avstand mellom det man trodde og det som skjedde. Så når krigskorrespondentene reagerte og skiftet vinkel etter Tet-offensiven, var det ikke minst fordi så både svik og svikt: At de militære sjefer og ledende politikere hadde ført dem bak lyset, og at de som sendte soldater i døden selv ikke skjønnte hva de drev på med.

Å bli villedet avfødte mistillit: Det var jo ikke bare journalister som manglet kunnskap og innsikt: det hadde heller ikke generalene eller politikerne. De uniformerte ledere var uinformert, de politiske ledere villedet. Det førte til tap av legitimitet.

Og selv for en stormakt som USA er et tap på 3000 soldater under Tet ikke noe lite tall – det er omstrent som tallet på døde da Tvillingtårnene falt i 2001. For hver som kom tilbake fra Vietnam til USA i «Body Bag», kom det i tillegg flerfoldig andre tilbake som såret, skadet eller med ubotelige psykiske traumer.²²

Slik sett var altså journalistene hverken intrigante eller inkompetente. Like mye som de førte folk bak lyset med falske fakta, de rev faktisk sløret til side. Det forsterket opplevelsen av at krigen selv ingen ende ville ta: at det ikke var noen enkel seier i utsikt eller noe «light at the end of the tunnel» slik general Westmoreland hadde bebudet i 1967. Og at Hanoi var villige til å ta hva tap som helst for å undergrave krigsmoraleen i USA.

Mot-myte 4: Ikoniske bilder uten virkning

Hva med de ikoniske bildene? Blant dem er et av politisjefen i Saigon, Nguyen Van Lem som plaffer ned en Viet Cong soldat – med hendene i håndjern bak ryggen – ved en revolverkule til hodet, på åpen gate 1. februar 1968 – dagen etter Tet-offensiven startet;²³ av My Lai Massakren, og av Napalm-piken som forbrent, naken og skrikende løper vekk fra sin bombete landsby 8. juni 1972.²⁴

21. Se Joe Achenbach, “Did the news media, led by Walter Cronkite, lose the war in Vietnam?”, *The Washington Post*, May 25, 2018 https://www.washingtonpost.com/national/did-the-news-media-led-by-walter-cronkite-lose-the-war-in-vietnam/2018/05/25/a5b3e098-495e-11e8-827e-190efaf1f1ee_story.html

22. Dette er underteksten i filmen *Coming Home* fra 1978, med Jane Fonda og Jon Voight i hovedrollene. Den konkurrerte om Gullpalmen i Cannes i 1978, og Voight vant prisen som beste skuespiller. Filmen var del av den store strømmen av antikrigsfilmer med utgangspunkt i Vietnamkrigen, der *Apocalypse Now*, som vant Gullpalmen året etter, kanskje er den mest kjente. Åpningssekvensen der en idyllisk landsby angripes og forvandles til et inferno er det motsatte av kollateral informasjon: fremstillingen angriper alle sanser.

23. AP-fotografen Eddie Adams som fotograferte det hele, bl.a. med et bilde som gikk verden rundt, fikk Pulitzerprisen for det i 1969. Ikke bare dét, slik det heter i en omtale «[it] also went a long way toward souring Americans’ attitudes towards the war. For all the image’s political impact, though, the situation wasn’t as black-and-white as it’s rendered. What Adams’ photograph doesn’t reveal is that the man being shot (named Nguyen Van Lem) was the captain of a Vietcong “revenge squad” that had executed dozens of unarmed civilians earlier the same day. Regardless, it instantly became an icon of the war’s savagery and made the official pulling the trigger – General Nguyen Ngoc Loan – its iconic villain.” Se Rare “Saigon execution: Murder of a Vietcong by Saigon Police Chief, 1968”, *Rare Historical Photos* <https://rarehistoricalphotos.com/saigon-execution-1968/#:~:text=South%20Vietnamese%20Gen.,1%2C%201968>.

24. Det mest ikoniske norske bilde fra den utstrakte konflikten i Vietnam, er det Aftenpostens fotograf Erik Berglund tok av NRKs reporter Erling Borgen som løfter en vietnamesisk baby ombord i den norske lastebåten Lysekil, på tur i Sørkinahavet i 1979 og tok ombord flykninger. Det ble kåret til Årets bilde. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/9O40W/han-er-babyen-paa-aarets-bilde>

Massakren i My Lai var ikke den første eller siste, men ble den mest potente. Den skjedde under Tet den 16 mars 1968. Amerikanske infanterister myrdet et halvt tusen i en landsby, mange ble voldtatt og lemlestet, inkludert småunger og spebarn. Nedslaktningen ble stanset av en annen amerikansk soldat.

Politisjefens hodeskudd ble spredt verden rundt, mens dekningen i mediene av My Lai var først liten og blandet – ja, det var tale om et aktivt «cover-up». Først halvannet år senere, i november 1969, fikk gravejournalisten Seymour Hersh publisert det som ble den skjellsettende avsløring – med bilde, tatt av fotografen Ron Haeberle.²⁵ Selve artikkelen trykket i et trettitalls aviser, ikke alle med bildet: mange publikasjoner fant det for redselsfullt. Den 5. desember 1969 annonserte Walter Cronkite på CBS Evening News at han ville vise noen skakende bilder: noen av dem Haeberle hadde tatt. I følge PBS: «The horrific images immediately caused a country-wide uproar... The photos were undeniable and made the truth of the massacre “inescapable.»²⁶

Storavisen *The New York Times* trykket bilder fra My Lai først i 1976, etter fredsslutningen.

Men igjen må medieforskere være varsomme med en ren opptelling av medieoppslag – igjen må man se på mediemultiplikatoren. For bildet fikk sitt eget liv – det ble gjenbrukt og publisert i studentaviser og småaviser – og ikke minst på løpesedler før og under protestmarsjer. Teller man bare spalteplass fra storaviser og eller innslag i de store TV-kanalene, fanger man ikke opp omfanget formidling og mangfoldet av formidlingsveier. Selvsagt ble det også referert til My Lai i appeller, opprop og taler.

Og igjen må man se på *mediemiljøet* en melding eller et bilde kiler seg inn i. De fleste hadde sett bilder av krigens døde i Vietnam. Men likhaugen i My Lai ble for mange som et risp i øyet – det ble sittende som et varig arr.

Et bilde blir ikonisk når man etter første blick ikke får det ut av hodet. Det blir uutslettelig ved å rydde i de flimrende inntrykk man har hatt fra før, det blir virksomhet ved å innforlive en bredere fortelling, og det blir representativt å fortette en større historie. Det har ikke bare en øyeblikkseffekt, men også en forsinket og forsterket seneffekt.

Fortellingen og bildene av politisjefens hodeskudd i Saigon, fra My Lai, eller senere Napalmpiken, undergravde det moralske overtak USA måtte ha hatt om en skjebnekamp omt kommunismen, og etterlot et inntrykk av både brutalisme og imperialism.²⁷ Ja, mer enn det: for mange amerikanere gikk de på identiteten løs fordi det etterlot følelsen av «Dette er ikke slik vi er; dette er ikke slik vi vil være.»

Men samtidig var reaksjonene i opinionen motstridende. Det ble laget sanger for og mot, for eksempel som støtte til William Calley, den ene offiseren som ble dømt for krigsforbrytelser. I 1971 utkom for eksempel Terry Nelsons *The Battle Hymn of Lt. Calley* – der et par

25. Seymour Hirsch fikk Pulitzer-prisen i 1970 for «International Reporting» året etter, i 1970. For historien om fotografiene, se for eksempel «Fifty 50 years ago Mỹ Lai massacre photos from Vietnam were published», National Press Photographers Association, <https://nppa.org/news/63c8776392852c94eb2472b0> Her beskriver også Haeberle om reaksjonen da han etter noen tid begynte å vise bildene i ulike forsamlinger: Why did he wait so long? The emotional impact of war is staggering. He realized he had documentation of something that should not have occurred, but he needed time to “get home first.” “These photographs don’t mean anything until you start talking about them,” Haeberle said. So he started talking to Kiwanis and Optimist clubs. He showed them photos of his training days in Hawaii and the positive experiences in Vietnam such as the best medical teams available to care for wounded U.S. soldiers. But at the end of his talks, he started to show the photos from Mỹ Lai to see their reactions. He asked if there were any questions. The room was silent. They couldn’t fathom that Americans would be doing such things.»

26. «Ronald L. Haeberle», https://en.wikipedia.org/wiki/Ronald_L._Haeberle

27. Bildet av Napalmpiken kom på trykk i aviser verden rundt. I 1973 fikk fotografen Nick Ut Pulitzer-prisen for bildet. Se <https://www.pulitzer.org/event/terror-war-50-years-later#:~:text=%E2%80%9CThe%20Napalm%20Girl%2C%E2%80%9D%20as,Prize%20for%20photography%20in%201973.>

linjer fra teksten illustrerer polariseringen mellom dem som var for og dem som demonstrerte mot krigen i et eksplisitt dolkestøts-meme:

“While we’re fighting in the jungles, they were marching in the street;
While we’re dying in the rice fields, they were helping our defeat.”

Så det er vanskelig å si at bildene ikke virket – og fortsatt gjør det. Og de hadde et globalt nedslag – det var en kamp om opinionen, ikke bare i USA, men i alle land. Striden om striden ble selv et konflikttema som rullet seg inn i mange andre saker – i alt fra raseopptøyene i USA eller «les evenements» i Paris og det bredere studentopprør i 1968. Ja, som til sammen definerte det en generasjon – «68-erne».

For dem som så bildene, talte uten forklaring – de ga oss virkeligheten i fleisen. De var med på å reise en opinion som mediene så tilpasset seg. Og de tre eksemplene som er omtalt over er bare tre eksempler løftet ut av en strøm av bilder på avissider og fjernsynsskjermer.

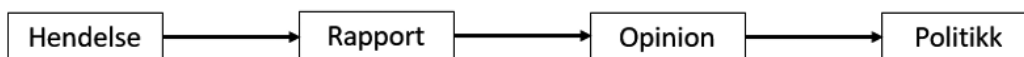
Som i ingen konflikt ble Vietnamkrigen billedlagt i en årelang føljetong. I USA virket de også sterkere fordi stadig fler pårørende – foreldre, ektefeller, barn, slektninger venner – hele tiden gjennom årene med økende mobilisering og eskalering fikk en daglig påminnelse om at noen som dro, kunne komme hjem ikke bare livløse, i kiste, eller med tap av lemmer eller livsvarige traumer.²⁸

Og når det gjelder de permanente virkninger for dagens politiske klima, kan man minne om at da John Kerry stilte som amerikansk presidentkandidat i 2004, ble han gjenstand for et så nedrig angrep og svertekampanje på hans status som dekorert veteran, at det ble myntet et nytt begrep: «Swiftboating».²⁹

Mot-myte 5: Medienes manglende innvirkning kan dokumenteres ved opinionsmålingene

Mange studier av medienes bidrag til å stanse Vietnamkrigen har sett om korrespondentenes rapporter, bilder og oppslag ga seg utslag i holdninger til krigen. Standardhenvisningen er tidsserien som viser svar på spørsmålet «Did the US Make a Mistake Sending Troops to Vietnam?» som ble registrert fra 1965 og fremover.

Den lineære mediemodell



28. Et sterkt vitnesbyrd er John Kerry's vitnesbyrd i høringen til The Senate Foreign Relations Committee April 22, 1971. «We rationalized destroying villages in order to save them. We saw America lose her sense of morality as she accepted very coolly a My Lai and refused to give up the image of American soldiers who hand out chocolate bars and chewing gum. . . . We watched the United States' falsification of body counts, in fact the glorification of body counts. . . . We watched pride allow the most unimportant battles to be blown into extravaganzas, because we couldn't lose, and we couldn't retreat, and because it didn't matter how many American bodies were lost to prove that point. . . . Someone has to die so that President Nixon won't be, and these are his words, "the first president to lose a war." We are asking Americans to think about that because how do you ask a man to be the last man to die in Vietnam? How do you ask a man to be the last man to die for a mistake? . . .” <https://www.washingtonpost.com/archive/politics/2004/02/21/excerpts-of-kerrys-1971-vietnam-testimony/14d73fc6-1b86-4a12-adb2-d62e90fb65c0/>

29. Se [Swiftboating - Wikipedia](#)

Her kan man se en stigende S-formet kurve i andelen som mener den amerikanske intervensjonen var et mistak. Raskest var stigningen i de to årene 1967 og 1968. I januar 1969 var det blitt et flertall mot. Så har man diskutert om man i kurven kan se merkbare utslag.

Kausalmodellen mange medieforskere har lagt til grunn er den følgende:

[Hendelse à Krigsrapport à Opinionsendring à Krigsslutt]

Kritikerne av mediemyten om Vietnam mener utslagene er små, at enkelthendelser eller ikoniske bilder ikke gir tydelige knekkpunkter og at noen innslag kom sent i forløpet (bildet av Napalm-piken kom på trykk først i 1972).

Men selv de som holder fast ved mediemytene, må medgi at en opinionssvingning fra 30% til 60% på fire år er et temmelig dramatisk stemningsskift.

Mer enn det: Det ble også gjort andre målinger – for eksempel om oppslutningen om president, eller om motstand mot «the draft». Så skal man først se på opinionsvirkninger, må flere variabler med i likningen og flere faktorer med i forklaringene.

La oss derfor se på noen mer generelle lærdommer fra mediemytene og søke noen innsikter for medieforskningen.

Lærdommer fra mediemytene

Å forlite seg på en enkelt tidsserie når man skal vurdere mediens innvirkning, er metodisk uklokt. Det er tre grunner til det, som henholdsvis kan kalles

- Monometri
- Opinionssegmentering
- Den auto-journalistiske effekt

Monometri

Monometrien består i at man bare måler én side ved et fenomen – for eksempel enighet eller uenighet i utsagnet om at det var et mistak å sende amerikanske tropper til Vietnam. Men like lite som man kan måle været kun ved temperatur, kan man måle meninger kun ved en dikotomi mellom «for og mot». Blant de andre sider ved meninger er

- Hvilken oppmerksomhet om og interesse har man for fenomenet?
- Ser man mediens budskap som en påvirkning som kun blafrer forbi, eller søker folk selv aktivt informasjon og selekterer kildene den hentes fra?
- Hvor sikker eller tvilrådig er man i saken – er standpunktet avklart?
- Hvor godt begrunnet er standpunktet man tar?
- Hvor intenst føler man?
- Hvor polarisert er oppfatningene?
- Er man villig til å protestere, demonstrere og aksjonere for sitt syn?
- Prøver man å misjonere og overbevise andre om å skifte mening?
- Er oppfatningene ikke bare sammenfelt logisk, men også forankret i et meningsfellesskap?³⁰

30. For en diskusjon av forholdet mellom sammenfellingen av standpunkter i et logisk flettverk og forankringen av det i et sosialt nettverk, se Gudmund Hernes, *Hot Topic – Cold Comfort. Climate Change and Attitude Change*, (Oslo: Nordforsk, 2012), ISBN: 978-82-93089-03-02 https://www.researchgate.net/publication/269109502_Hot_Topic_-_Cold_Comfort_Climate_Change_and_Attitude_Change

- Blir ulike saker koplet, tilhengere og motstandere på en gang polarisert, men mer sammensveiset innad?

Fra dette kan man trekke følgende moral: Vil man studere journalistens og dermed medienes virkninger på opinionen – og derved til å starte, støtte eller stanse krig – er det ikke nok med meningsmålinger. Det blir en form for empirisme som gir en falsk trygghet på at man har dokumentert et funn. Medieforskning kan ikke reduseres til meningsmåling og bruk av kuleramme. Blikkretningen må endres og mer må inkluderes.³¹

For bare å ta ett eksempel: Høsten 1969 var det mektige demonstrasjoner i USA. Den mest massive var “The Moratorium March to End the War in Vietnam” i Washington D.C, den 15. november. Anslaget på deltakere var 600.000 – den største enkeltaksjon i USAs historie til da. Så hvilken vekt skal dét tillegges, sammenliknet med den halvparten av befolkningen som på samme tid mente den amerikanske intervensjonen var et mistak? -Eller hva med opptøyene i Chicago i august 1968 ved Det demokratiske partis kongress – hvor hadde demonstrantene sin informasjon fra, hvor mye var det tale ikke bare om et stemningsskift i opinionen, men også om at meningsfeller mobiliserte og opptrådte i sammensveisete grupper? Grupper som nøye fulgte de daglige nyheter fra krigsfronten, som etablert nasjonale nettverk for utveksling av informasjon, med filialer på landets universiteter – ja, også med internasjonale forgreninger?

Mer enn det: holdningene til Vietnamkrigen ballet seg sammen med andre trender og tendenser i samtiden som gjensidig forsterket hverandre: «the free-speech movement», borgerrettighetsbevegelsen – og som ble til en global bølge med ungdomsopprør, kvinnefrigjøring, med den gryende liberaliseringen i Øst-Europa, og med motstand mot autoritære regimer. Det kom til uttrykk i mange land på mange måter: «teach-ins» og «sit-ins» ved universitetene fra midten av 1960-årene, Praha-våren fra januar 1968, okkupasjonen av universitetsbygninger ved Columbia University i New York i april samme år, og «les evenements» i Paris i mai og kamp mot Ottosen-komiteén i Norge. Ja, alt det som formet en generasjon: 68-erne. Den felles samlende, global faktor, på tvers av grenser – ja, endog generasjoner – var motstand mot Vietnamkrigen. Ungdom verden rundt fulgte daglig rapportene fra frontene – men også andre hendelser som sendte sjokkbølger gjennom mediene, som mordene på Martin Luther King og Robert F. Kennedy, og raseopptøyene i amerikanske storbyer i 1968.

Opinionssegmentering

Opinionssegmentering innebærer at en opinion ikke er én opinion. Den er inndelt i segmenter der standpunkter er knyttet ens hele sosiale habitus.

Ikke bare er opinionen *delt* – de ulike deler har *ulik makt*. Så om man vil vurdere medienes makt – også til å starte, støtte eller stanse krig – blir meningsmålinger så å si for demokratisk indikator: et utvalg består av ensbenedvnte størrelser som alle teller likt. Å la seg forlede at dette, kan man kalle meningsmålingenes elendighet eller likhetens villfarelse.³²

For vil man se på medienes makt, må man først se på deres virkninger på de mektige. Eller sagt på en annen måte: En mening må veies med meningsbærerens makt. Også når det

31. For et eksempel på bredere meningsmålinger se «A Creeping Doubt: Public Support for Vietnam in 1967.» [A Creeping Doubt: Public Support for Vietnam in 1967 | Roper Center for Public Opinion Research \(cornell.edu\)](https://www.rosensterncenter.org/public-opinion-research/a-creeping-doubt-public-support-for-vietnam-in-1967)

32. En forfatter som skjelner mellom Tet-offensivens ulike virkninger på ulike grupper, har man i Jake Blood, *The Tet Effect. Intelligence and the Public Perception of War* (New York: Routledge, 2005). I Kapittel 4, “The Effect of Tet: A loss of trust”, pp. 45-58, har følgende avsnitt: “On the people: a loss of trust. On the Wise Men: a change of course. On the President: the end of a presidency. On the Commanding General: a loss of credibility. On the intelligence community: the scapegoat.”

gjelder maktvekt er det forskjell på Kong Salomo og Jørgen Hattemaker. Opinionsbæreres makt kan være vel så skjevt fordelt som formuesbesitteres. Ja, man kan til og med hevde at mediernes rapportering hadde større virkning på de politiske elitene enn på vanlig folk – vi vet jo at politikere flest følger bedre med enn folk flest – og følger med på hvordan folk reagerer

Om Vietnamkrigen vet vi at president Lyndon Johnson ikke bare fulgte nøye med – han forsøkte også å over-redigere det som skulle komme til uttrykk i mediene.

Men Tet-offensiven i 1968 kom som et sjokk ikke bare på menige medlemmer av offentligheten, men på hele den politiske elite. Også på den kanskje den sterkeste opinionsleder i tidens amerikanske medier: selveste Walter Cronkite, CBS' nyhetsanker.³³

Han hadde en tillit i befolkningen uten like. Han ble rasende, ikke bare fordi han følte seg villedet, men også fordi han selv dermed hadde villedet sin store seerskare ved sine upartiske reportasjer. Så i februar 1968 dro han til Vietnam for ved selvsyn å finne ut av situasjonen – «to see for himself and tell it like it is» – altså ved selv å gå tilbake til rollen som reporter. Den 27. februar returnerte han til sin «Evening News», med en knusende dom:

[I]t seems now more certain than ever that the bloody experience of Vietnam is to end in a stalemate ...
[I]t is increasingly clear to this reporter that the only rational way out then will be to negotiate, not as victors, but as an honorable people who lived up to their pledge to defend democracy, and did the best they could.

Om dette, såkalte «Cronkite moment» i amerikansk historie og mediehistorie, forteller anekdoten at president Lyndon Johnson kommenterte: «If I have lost Cronkite, I've lost Middle America.»³⁴

Det som er sikkert, er at medierapportene – særlig Cronkites, men også alle andres – ga de politiske motstanderne av krigen både løft og mot. Selv om en svær motoffensiv fra Sør-vietnamesiske og amerikanske tropper førte til forskrekkelige tap for FNL, Viet Cong og Nord-Vietnam, ble det ingen klassisk militær seier. Snarere ble store deler av amerikansk opinion mer overbevist om at krigen var blitt en militær hengemyr med blodige tap, et økonomisk pengesluk, og utløste innenrikspolitisk polarisering og konflikt. Ikke bare hadde en antatt en tidsavgrenset, militær oppbygging ført til det forespeilte resultat om seier – krigen ble for USA til en nasjonal selvskading.

Det ga seg uttrykk også i rene meningsmålinger – etter Tet falt støtten til krigen: 78 prosent trodde USA ikke hadde noen krigsfremgang, og andre målinger viste at oppslutningen om president Johnsons ledelse falt til et lavmål: 26 prosent.

De innenrikspolitiske virkningene kom temmelig umiddelbart og voldsomt. I primærvalget i New Hampshire 12 mars fikk Johnsons anti-krigs-rival, den relativt ukjente senatoren fra Minnesota, Eugene McCarthy, uventet høy støtte: hele 42 prosent mens president Johnson ikke en gang fikk 50, men 48 prosent. Folk fikk det rett på skjermen i kveldsnytt. Og som NPR-journalisten har karakterisert tildragelsen var dette «The Night In 1968 When A Nation Watched An American Presidency Crumble».³⁵

33. Man bør imidlertid her minne om at The Grand Old Man blant amerikanske kommentatorer, Walter Lippmann, hadde vært mot USAs engasjement og opptrapping i Vietnam helt fra Frankrike ble slått ved Dien Dien Phu i 1954. Se Fredrik Logevall, "First Among Critics: Walter Lippmann and the Vietnam War", *The Journal of American-East Asian Relations*, Vol. 4, No. 4, Special Issue—Vietnam: Twentieth Anniversary Perspectives (WINTER 1995), pp. 351-375. [First Among Critics: Walter Lippmann and the Vietnam War on JSTOR](#)

34. Se Joel Achenbach, "Did the news media, led by Walter Cronkite, lose the war in Vietnam?" [How Walter Cronkite's broadcast changed the Vietnam War - The Washington Post](#)

35. <https://www.npr.org/2018/03/11/592301682/the-night-in-1968-when-a-nation-watched-an-american-presidency-crumble>

For Tet-offensiven førte også til at fløyer i den politiske eliten reagerte på nye måter overfor hverandre. Straks etter primærvalget i New Hampshire, den 16. mars, erklærte Robert Kennedy sitt presidentkandidatur – han hadde til og med hatt et personlig møte med Cronkite for å uteske hans syn og erfaringer.

På kvelden den 31. mars holdt president Johnson en tale til nasjonen, som også kom som et sjokk: han fornyet sine fredstilbud til og stanset bombingene av Nord-Vietnam – og slapp så selve bomben: «I shall not seek, and I will not accept, the nomination of my party for another term as your President.» Gitt datoen, trodde mange det var en aprilsnarr. Men han sa det som han hadde bestemt seg for: «history arrived without warning». ³⁶ Johnson selv fikk øket oppslutning: nærmest over natta snudde den fra 57 prosent misbilligelse til 57 prosent støtte

At mediene hadde hatt en virkning på verdens mektigste mann, gjorde president Johnson klart dagen etter i en tale til The National Association of Broadcasters, der han også pekte på forskjellen mellom Vietnamkrigen og fordums kriger da rapporteringen hadde samlet, ikke splittet det amerikanske samfunn. ³⁷

Vietnamkrigen sluttet ikke før Nord-Vietnam og FLN hadde seiret i 1975. Da hadde storparten av amerikanske soldater forlatt landet. Men at det hele trakk så lenge ut, er mer en historie om Richard Nixon og Henry Kissinger enn om medier, og for lang til å fortelles her.

Moralen her er altså denne: Det viktigste for medieforskningen er ikke hvor mange som har en mening, men hvem som har hvilken mening. Meningspotens vil si at en menings virkning avhenger av meningsbærerens makt. For mediene betyr det at den samme melding har ulik virkning når den annamnes av folk med ulik makt – eller når makthavere kan bruke meldingen i konkurranse eller konflikt.

Den auto-journalistiske effekt

Den auto-journalistiske effekt vil si at ved siden av mediens ulike virkning når den samme melding når folk med ulik makt, er kanskje den viktigste observasjon denne: Ingen er så påvirket av medier som journalister. Om noen er på 24/7, så er det mediefolk – radaren går! En redaksjon er et episenter for informasjon. Korrespondenter overvåker hverandre, og de henter både tips og leads fra sine kolleger – som jo også er rivaler. De ser og sjekker det de andre ser, følger mange av de andre spor og gjør et skup hvis de kommer sine fagfeller i forkjøpet.

Det betyr også at de kan snu i flokk og legitimere skift av perspektiv – Peter Braestrup bruker uttrykket «herd journalism» – flokk-journalistikk. ³⁸ Men av og til kan en fåhund med instinkt og kunnskap vende flokken. Det var det Walter Cronkite bidro til ved sin rapport fra Tet-offensiven. Den tillot ikke bare hans egne reportere å endre blikkretning og vinkling. Hans tolkning ga også en referanseramme for forståelse som ikke alle sluttet seg til, men som alle måtte forholde seg til – også USAs president.

Moralen for medieforskningen

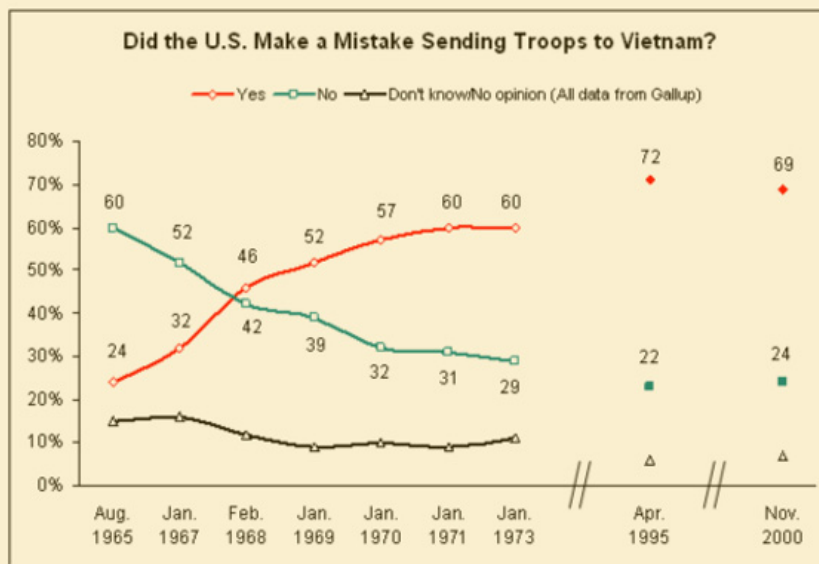
Diskusjonen ovenfor kan sammenfattes med noen mer allmenne innsikter for medieforskningen. Utgangspunktet kan være et tenkesett som ofte ligger til grunn for diskusjoner av mediens innvirkning – det man forenklet kan kalle den lineære mediemodell.

36. Se Ron Elvig, “Remembering 1968: LBJ Surprises Nation With Announcement He Won't Seek Re-Election», <https://www.npr.org/2018/03/25/596805375/president-johnson-made-a-bombshell-announcement-50-years-ago>

37. Lyndon B Johnson, April 1, 1968: Address to the National Association of Broadcasters <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/april-1-1968-address-national-association-broadcasters>

38. . *Op.cit.* p. 516.

Vietnam is, of course, Exhibit A in the history of American attitudes toward armed conflict in the post-World War II period. In retrospect, a large majority of the U.S. public now thinks that sending U.S. troops to fight Vietnam was a mistake – a Gallup poll¹ taken in November 2000 found 69% of the adult population taking that view



<https://www.pewresearch.org/2009/11/23/polling-wars-hawks-vs-doves/>

Her er utgangspunktet en eller annen faktisk hendelse. Den kan mediene rapportere om. Det kan få virkninger på opinionen. Politikere værer et stemningsskift – og kan få det dokumentert ved meningsmålinger. Fra dette vil de tilpasse sin politikk enten ved å iverksette nye tiltak, fortsette som før eller avvikle gamle ordninger.

I det som er presentert foran, ligger en annen referanseramme til grunn for analysen. Den lar seg rekapitulere i en del punkter som så kan sammenfattes i en alternativ figur til den lineære mediemodell. Dette skjemaet er mer komplekst, med flere sammenhenger og årsaksløyer, og kan derfor kalles neksusmodellen. Forutsetningen den bygger på er som følger:

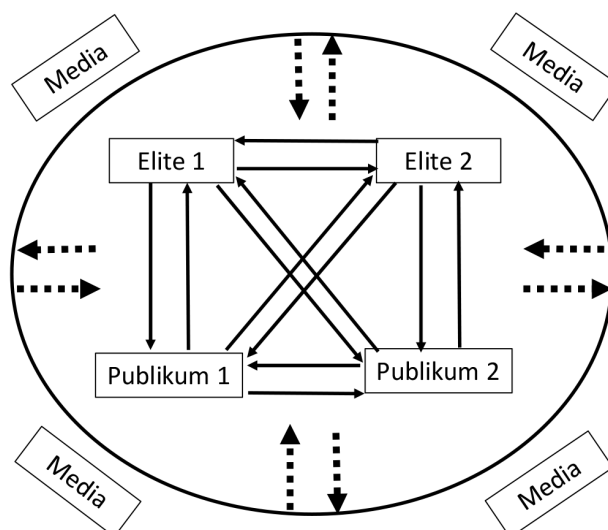
- Mediene virker på alle, men de virker ikke på samme måte. Å forutsette dét – slik man ofte implisitt gjør ved meningsmålinger – gir en form for falsk likhet. Den samme impuls kan ha ulik virkning for ulike aktører. Medienes budskap har en differensialeffekt.
- Virkningene avhenger av konteksten til dem som treffes – folk har ikke tomme hoder, publikum utgjør ikke en jomfruelig mark eller kan beskrives en renstrøket tavle. Folk ganske fulle hoder, meninger fattet på forhånd og forklaringer de tar for gitt – inkludert myter. Det de mener og tror er heller ikke usammenhengende og løsrevet – de er organisert i mer og mindre sammenfalte knipper – til og med livssyn. Knippene filtrerer og sorterer de budskap som oppfattes og assimileres: persepsjon er seleksjon. Mediene vil virke ved å kople dem til de virkelighetsbilder folk allerede har og som gir premisser for hvordan de forstår, velger og handler. Virkeligheten er sosialt konstruert og nye saker og stridstema ruller seg inn knipper folk allerede har.
- Ikke bare kan det samme budskap ha ulik virkning for ulike aktører – disse aktørene kan ha ulik makt. Den virkning en mening har avhenger derfor ikke bare av hvor mange som

deler den, men av fordelingen av makt mellom dem. En menings virkning avhenger så å si av hvor den er plassert.

- Grupper av makthavere – enkelt benevnt eliter – kan ha motstridende virkelighetssyn og interesser. De kan reagere relativt autonomt på mediens budskap, men vil følge både hvordan andre elitegrupper reagerer, og likeledes hvordan ulike segmenter av publikum reagerer. Samtidig vil de prøve på påvirke publikums reaksjoner på hendelser og budskap om dem – både virkelighetsforståelsene og hvordan deres interesser berøres. Toppene er ofte i strid og vil bruke meninger til mobilisering. Derfor vil konkurrere om hvilket kognitivt kart som er gyldig og hvordan de kan skape sammenheng mellom enkeltstandpunkter. De er ikke bare opinionsledere, men opinionskonstruktører som søker å sammenfelle standpunkter til mer konsistente virkelighetsoppfatninger.
- Noen stridstema blir kilesaker: de dominerer andre, får folk til aktivt søke mer informasjon, og – viktigere – de får ulike grupperinger til å reagere på hverandre.³⁹ De splitter sterkere mellom tilhengere og motstandere, også innen egen flokk. De utløser energi, handling og mobilisering – får så å si flere ut i gatene mens færre hører på hverandre.
- Mediene virker ikke bare på eliter og publikum – ved det endrer de også seg selv. Journalister reagerer på hverandre og endrer stadig sine profesjonelle normer, som da Watergate satte en ny standard for undersøkende journalistikk, eller i disse tider da Fox News har endret seleksjon og presentasjon av saker.

I figuren nedenfor er en stilisering av denne neksusmodellen – der mediens effekt avhenger av de andre aktørene som er heftet på, hvor det er mange kryssvirkninger der ulike grupperinger reagerer på de andres reaksjoner og systemet som helhet er under stadig endring

Neksusmodellen: Mediens virkninger avhenger av kryssvirkningene på og mellom aktørene som er heftet sammen



39. En variant er påpekt ved den såkalte «triangelhypotesen» – at mediene kan utøve makt ved å provosere to andre aktører til å reagere på hverandre. Se Gudmund Hernes og Martin Eide, *Død og pine! Om massemedia og helsepolitikk* (Oslo: Fafo, 1987), s. 28 ff. For en mer generell teoretisk diskusjon, se Gudmund Hernes om typeanalyse der undergrupper reagerer på hverandre, i «Modeller av forbrukeren. Rasjonell aktør, rasjonelt vanedyr eller pinglekonsument» i Thor Øivind Jensen, Eivind Jacobsen, Morten W. Knudsen og Gerhard Schjelderup, *Forbrukersosiologi* (Oslo: Fagbokforlaget, 2021), s. 44 ff.

Men den viktigste moral fra fortellingen foran er denne: Skal medieforskningen gi innsikt, må den være samfunnsforskning i bred forstand, der den evolusjonære kontekst mediene former og formes av er sentrale tema – selv om man langer partielle analyser av utsnitt av koplingene og virkningene. Da kan man til og med godtgjøre at i krig kan pressen spille ulike roller: støtte, starte og stanse.