

Stockholm den 20 mars 201

Kulturdepartementet
Enheten för Media & Film
KU- remissvar@regeringskansliet.se

**Tevefolkets yttrande över En gränsöverskridande mediepolitik,
Medieutredningens slutbetänkande. SOU 2016:80**

ETT VINGKLIPPT BETÄNKANDE

Slutbetänkandet från Medieutredningen är i ett avseende en besvikelse. De träffsäkra analyserna i utredningens tidigare publicerade delrapport fick nu stå tillbaka för utredningstekniska slutsatser kopplade till uppdragets formuleringar. Från en väl sammansatt beskrivning av hot och möjligheter i en föränderlig mediavärld präglad av nya digitala beteenden, både från ett utgivarperspektiv och från ett medborgarperspektiv, kom nu slutdokumentets förslag mest att handla om hur ett obsolet presstödd idag skulle kunna omvandlas till någonting mer dynamiskt.

Delrapportens slutsatser var att de mediepolitiska instrumenten – såsom vi hittills lärt känna dem – inte har tillräcklig verkningskraft och att nya initiativ, både från den privata och offentligt finansierade branschen, är nödvändiga för att säkerställa ett pluralistiskt medieklimat och därmed upprätthållandet av en vital demokrati.

Delrapporten tog också på ett överraskande okonventionellt sätt tag i baksidorna av ett för starkt public serviceföretag och diskuterade hur uppdraget i olika avseenden bör hanteras för att inte skada mångfalden inom medierna.

Utredarna pekade också på det ”demokratiunderskott” som breder ut sig på många orter i landet och efterlyste hur befintliga public service-medel skulle

omfördelas för att med olika stödåtgärder skapa mer av lokal journalistik i dessa områden. Även en ny konstruktion av presstöd, som skulle ha likartat syfte, skissades på i kanske utredningens enda mer konkreta yrkande.

Istället är utredarnas analyser och förslag kring de offentligt finansierade medierna hänvisade till en bilaga 3 utanför det egentliga uppdraget. Detta är mycket olyckligt. Det är dock inte utredarnas fel utan sammanhänger fullt ut med de vingklippta uppdragsformuleringarna i utredningsdirektiven. Man kan helt enkelt inte utreda mediepolitik och mediestöd utan att samtidigt med full kraft lysa på frågor sammanhängande med public service.

Tevefolket vill därför med eftertryck understryka, som vi uppfattar det, förslagen från Medieutredningen om att skyndsamt tillsätta nya utredningar kring mediekonkurrens och mediefinansiering.

I BILAGA 3 FINNS DET VIKTIGASTE

Det går alltså inte, som utredningsdirektiven gjorde, att bakbinda en statlig Medieutredning med att inte få koppla ihop sina slutsatser med frågorna kring Public Service framtida inriktning, finansiering och uppdrag.

Allt offentligt finansierad medieverksamhet inklusive rundradiofondens årliga cirka åtta miljarder kronor till public service är i praktiken statsstöd enligt EU:s statsstödsregler, och skall hanteras och värderas utifrån hela mediemarknadens tillstånd och eventuella behov.

Därför bör många av de frågeställningar som beskrivs i bilaga 3 om de offentligt finansierade medierna vara en viktig utgångspunkt för kommande public service-utredningar. I det arbetet bör hela branschen, inte bara public servicebolagen, vara involverade. Detta då frågorna ytterst handlar om hur det offentligt finansierade medielandskapet bäst skall fungera med minsta möjliga negativa konkurrens- och marknadspåverkan som följer av det omfattande statsstödet till en del av branschen.

Allt offentligt stöd inom mediesektorn bör botten i vilka allmännyttiga behov som behöver tillgodoses. Så gör också utredarna med idéskisserna kring ett nytt "presstöd". Den bärande idén är att det stöd som idag utgår till andratidningar inte ger tillräcklig mångfaldseffekt då samtidigt det finns många vita fläckar i landet som överhuvudtaget inte täcks av någon journalistisk granskning eller överhuvudtaget redaktionell aktivitet. Det skapar ett allvarligt informations- och demokratiunderskott som utredarna med offentliga medel vill motverka.

På samma sätt bör man i grunden se på- och motivera public service. Det innebär att beställaren, allmänheten genom Riksdagen, mycket väl kan ställa olika slag av krav på hur uppdraget utförs. Av särskild betydelse är säkerställandet av omfattningen på nyhetsområdet.

Det är en mycket träffsäker beskrivning i denna del som Medieutredningen själva på sid 525 i Bilaga 3 formulerar:

”De offentligt finansierade medierna har visserligen ett brett uppdrag som spänner över flera viktiga samhällsområden, men det är likafullt en viktig iakttagelse att mindre än hälften av kostnaderna för SR, SVT och UR, och en bråkdel av sändningstiden används till det som enligt Medieutredningen är mediepolitikens kärna i form av allsidig nyhetsförmedling, kvalitativ journalistik, kritisk granskning av makten och fri åsiktsbildning samt medborgarnas rättigheter till detta, oavsett bostadsort. Enligt en offentligt redovisad uppgift från SVTs strategichef används 2,8 miljarder kronor av den totala medelstillelningen till de offentligt finansierade medierna på ca 8 miljarder kronor till nyheter och samhällsbevakning. **Det innebär att 35 procent av de samlade kostnaderna går till det som Medieutredningen ser som mediepolitikens kärna och 65 % till annat.** (*vår kursivering*). De trender som redovisats i rapporten *svenskt Medieutbud 2015* tyder också på att det nyhetsinriktade nyhetsutbudet i SR och SVT snarare minskat i det totala utbudet.”

Tevefolket anser givetvis inte att public serviceuppdraget ensidigt bör och kan begränsas till ovanstående och angränsande ”seriösa” sektorer men det är onekligen av yttersta vikt att diskussionen kring uppdraget bottenar i vilka behov som särskilt skall tillgodoses.

Det finns, precis som många vittnat om, växande och oroväckande och destruktiva tendenser i det offentliga rummet och det offentliga samtalet. Antidemokratiska stämningar, fördomar, antidemokratiska värderingar samt hets mot folkgrupper är bara några av de kännetecken som frodas i digitala forum utan redaktionella filter och faktakontroll. Redaktioner möter regelbundet olika slag av påtryckningar och hot som gör det journalistiska arbetet väldigt utsatt på olika sätt. Risken för självcensur grundat på rädsla är ständigt närvarande Dessa krafter är inte enbart uttryck för enskilda medborgares missaktning utan inte sällan ett led i organiserade kampanjer.

Som motkraft i detta har alla, privata och offentligt finansierade medieverksamheter en gemensam uppgift att med fakta och saklighet medverka till att hålla högt i tak där det offentliga samtalet förs. Vad avser public serviceföretagens ansvar så krävs det att uppdragsgivaren, staten, är tydliga i hur uppdraget kan definieras.

Public service-bolagen tar i långa stycken sitt ansvar i dessa avseenden men det är vår uppfattning att de senaste tidens allt mer frekventa påhopp mot journalister och journalistik nu motiverar ytterligare fokus hos bolagen att uppmärksamma vad som sker och att public servicebolagen i denna del har ett alldeles särskilt ansvar.

I detta perspektiv är det helt centralt att staten nu inte duckar för att ge public servicekommittén ett vidgat uppdrag att också lysa på frågorna kring uppdragets inriktning och genomförande.

En möjlig lösning, eftersom det är en delikat fråga i vilken utsträckning och på vilken nivå, staten kan reglera public service-verksamheten utöver sändningstillstånden, vore att införa ett fördjupande public service- avtal mellan bolagen och staten. Det skulle i sådana fall vara ett dokument som kvalificerar uppdraget innebörd – och vad som inte är prioriterat. Granskningsnämnden skulle med ett sådant avtal i botten kunna ges ett bredare uppdrag än dagens, i och för sig viktiga fokus på, att kraven på saklighet och opartiskhet efterlevs.

I tider med allt växande behov av närvarande journalistik får inte onödiga överbyggnader och ineffektiva bolagsstrukturer stå i vägen för nödvändiga effektiviseringar. I dessa sammanhang bör även frågor kring rationaliseringar och förändrade bolagsstrukturer bakom public serviceföretagen, som utredarna är inne på, lysas på.

MÅNGFALD FÅR INTE BLI ENFALD

Public service innebär per definition en marknadsstörning i det att offentligt finansierade företag med återkommande uppräknade anslag och utan krav på intäkter, i konkurrens med privata företag, skapar ett utbud av medietjänster som tillgängliggörs i praktiken för alla medborgare.

En sådan marknadsstörning kan naturligtvis inte ske urskillningslöst. Först och främst ställer det som nämnts krav på att beställaren, allmänheten genom riksdagen, förmår att definiera uppdraget så att det som skapas också harmonieras med vad som efterfrågas eller har formulerats i uppdraget. Härtill skall den offentligt finansierade medieverksamheten så långt som möjligt undvika att beskära utrymmet för privat mångfald och utgivarskap.

När radio- och TV-monopolet bröts var avsikten att skapa större valfrihet för medborgarna. Så måste också uppdraget fortsatt ses. Frågor som hur public service- bolagen med gratistjänster breder ut sig på andra kanaler, hur förekomsten och prissättningen av program sponsorer sker, hur bolagens programköp sköts, är bara några av de frågor som behöver följas upp och granskas.

Som Medieutredningen är inne på har här Konkurrensverket en framtida roll att spela och det är hög tid att den offentliga mediepolitiken också ses i ljuset av vad som är konkurrensrättsligt och marknadsmässigt önskvärt. Det är en delikat problematik att hitta gränssnittet mellan en effektiv och framgångsrik offentligt finansierad medieverksamhet och att samtidigt säkerställa livskraftiga privata alternativ. Om det som skulle bli mångfald istället blir enfald faller mycket av poängen bakom det offentliga engagemanget.

Svensk mediepolitik behöver därför både ses från ett perspektiv av att skapa ett relevant innehåll och från ett industriellt branschperspektiv. Ett fördjupat och levande innehåll blir inte närvarande om det inte samtidigt finns en mångfald utgivare av sådant innehåll. Och bara genom att mediebranschen fortsatt kan präglas av framgångsrika utgivarföretag kan ett pluralistiskt och attraktivt innehåll säkerställas.

Stockholm, dag som ovan

Tevefolket
att: Jan Friedman
Box 5216
102 45 Stockholm

Tevefolket är en industrigrupp verksam inom sektorn för public affairs och på uppdrag av de privata TV-företagen TV4- gruppen, MTG och Discovery Networks Sweden.