

Min liberala mediepolitik för Sverige

Christer Nylander*

Honoré de Balzac var väldigt produktiv. Det berodde förmodligen på att han var tvungen att skriva för att försörja sig, men också på att han hade som livsprojekt att i romanform ge en sanningsenlig bild av dåtidens liv i Paris. Hans mänskliga komedi kom att omfatta 85 romaner med ett par tusen gestalter.

1800-talet var också tidningarnas tid. *Kristianstadsbladet* som jag av födsel och ohejdad vana har en stark känsla för, grundades 1856, sex år efter Balzacs död. Under lång tid fanns flera konkurrerande tidningar i staden. *Länstidningen* var konservativ och *Länsdemokraten* socialdemokratisk. Det som drev entreprenörerna bakom dessa tidningsprojekt var sannolikt inte helt olikt det som drev Balzac. Man ville spegla sitt samhälle och sin tid. Och kanske påverka en del också.

Balzac hade sin marknad bland de läsande folket. Tidningarna hade utöver det att ta hänsyn också till det lokala näringslivets önskan att annonsera ut tjänster och varor. Denna dubbla marknad är fortsatt viktig

* Christer Nylander är riksdagsledamot för Liberalerna och ordförande i kulturutskottet.

för tidningarna. Det gäller att både behålla greppet om läsarna och att vara en effektiv annonskanal.

Konkurrensen om läsarens uppmärksamhet och annonsörernas önskan att effektivt nå sin marknad ser helt annorlunda ut sedan nätet och den smarta mobilen på bara något decennium blivit en naturlig (och ibland nästan dominerande) del i människors liv. Trots detta kan jag inte släppa tanken att en ny mediepolitik i det snabba, uppkopplade och globala 2020-talet måste utgå från ungefär samma tankar som i tidningens begynnelse, människors nyfikenhet och redaktörens vilja att informera, granska och berätta.

* * *

Mediepolitik bör byggas på en solid grund och grunden består av frihet och demokrati. Det finns tyvärr anledning att påminna sig om detta. Den politiska makten i några av våra grannländer ser möjligheter i att kontrollera vilka nyheter som når medborgarna och hur dessa nyheter vinklas. Runt om i världen ser vi också direkta hot mot journalister.

Det är oroande att det sker i vår omvärld, det är oroande att smittan går från land till land. Också i Sverige finns utmaningar. Vi ser hårt tonläge i sociala medier, vi ser *fake news*, vi ser hur extremister försöker påverka vad som publiceras. Vi ser också hur de som ska granskas försöker gömma sig från den journalistiska blicken på olika sätt, alltifrån att anställa egna informatörer som ger maktens bild av verkligheten till att på olika sätt försöka ta sig förbi offentlighetsprincipen.

Låt oss hoppas att vi inte nås av de auktoritära tendenser som finns i vår omvärld, men låt oss också minnas att vi inte är vaccinerade. Det finns inget vaccin. Det man kan göra är möjligen att stärka sitt immunförsvar. Stärka skyddet för journalister, skydda public service oberoende i grundlagen, slå vakt om den mediala mångfalden och se till att medier har goda villkor som så långt möjligt är oberoende av politiskt beslutsfattande.

Det behövs också att det politiska ledarskapet välkomnar att makten granskas. Vi behöver fler kommunalråd som välkomnar att lokal journalistik ökar kommunens långsiktiga effektivitet, legitimitet och demokrati. Och färre politiker som på *twitter* försöker undergräva mediernas trovärdighet och självständighet.

* * *

Vill man långsiktigt slå vakt om friheten måste man se till så att medier så långt möjligt kan stå på egna ben. Det är naturligtvis medieföretagens eget ansvar att vara tillräckligt intressanta för annons- och läsarmarknader.

Att det lokala företagsklimatet präglas av dynamik och mångfald ger en lokaltidning den viktiga frihet det är att inte vara ekonomiskt beroende av någon. Lokalmedier måste våga granska ortens arbetsgivare utan rädsla för att annonsintäkter försvinner som gör tidningens framtid oviss. På samma sätt vill vi inte att en kritisk artikel om ett amerikanskt eller kinesiskt bolag skulle innebära att medborgarna i Kristianstad inte längre kan nå *Kristianstadsbladets* artiklar på nätet.

I den ekonomiska världen handlar konkurrens- politik om att bekämpa monopol, oligopol och marknadsmanipulation genom att ha regler för företag och myndigheter med makt att ingripa. Den myllrande marknaden är viktig för mediers frihet.

Kanske reagerar någon på bildspråket, men den där konkurrensen, mångfalden och dynamiken behövs också i det andliga. Att vårda läsarnas nyfikenhet och förmåga att ta till sig nyheter och värdera dessa är centralt för medier och det ligger därför i mediers eget intresse att bidra till en myllrande nyfikenhet på omvärlden.

1800-talets parisare läste Balzacs romaner för att de var nyfikna och ville förstå sin omgivning. Av samma skäl köpte Kristianstads invånare tidningar. Nyfikenhet är en central mänsklig egenskap. Vi vill veta vad som händer, vi vill förstå vår omgivning. Drivkrafterna har inte förändrats sedan 1800-talets flanerande i Paris och Kristianstads boulevarder och parker, men idag flanerar man allt oftare genom att scrolla sociala medier. Kampen om vår uppmärksamhet och den nyfikna blicken är knivskarp. Och när uppmärksamhet väl vunnits försöker man med algoritmer behålla den och därmed minska nyfikenheten för något annat.

Jag skulle därför vilja påstå att en viktig del av framtidens mediepolitik handlar om en bra skola, ett rikt kulturliv och ett samtalsklimat som står upp för bildning, nyfikenhet och öppenhet. Att människor värde- rar sin förmåga att tänka själv och dra självständiga slutsatser är en avgörande pusselbit.

* * *

Det behövs sannolikt också mer uttalad mediepolitik för att underlätta övergången från den affärsmodell som bygger på att annonsörer och prenumeranter betalar för att en papperstidning ska skrivas, tryckas och distribueras.

Jag vill se goda generella villkor för medier. När den gamla affärsmodellen var som starkast såg statsmakterna möjligheter att dra in pengar, reklamskatten var ett sådant exempel. Nu är läget annorlunda. Nu behövs goda skattevillkor för mediebolag.

Att den digitala moms sänktes var ett viktigt första steg, det bör följas av sänkt moms generellt. För att jämna ut spelplanen måste det också vara självklart att de globala nätjättarna behandlas på annat sätt än nu. Exakt hur det ska gå till lämnar jag till annat sammanhang, men status quo är orimligt och det finns intressanta exempel i vår omvärld.

Public service bör ha ett fortsatt brett uppdrag och söka relevans oavsett genre. Jag tycker mig ha noterat ett bättre samarbetsklimat mellan public service och övriga medier de senaste åren. Det är välkommet. Jag ser gärna ett ännu närmare samarbete, till exempel genom att *UR*, *SVT* och *SR* upphandlar mer från privata aktörer. Public service oberoende från politiken måste stärkas ytterligare. Bort med politiker från styrelser och granskning, och skydda bolagen från snabba politiska beslut, till exempel genom att flytta beslut från förordning till lag. Det kan låta tekniskt men innebär i praktiken att en minoritetsregering som

vill se förändringar måste söka stöd för det hos en majoritet i riksdagen.

* * *

Min huvudpoäng är att de generella villkoren för media ska vara så goda att det minimerar behovet av stöd i form av utbetalningar från statskassan. Men det kommer att behövas stöd för att underlätta omställning till en ny affärsmodell som är anpassad till en ny medielogik.

Det behövs visst redaktionellt stöd. Det behövs under en period någon form av stöd för distribution så länge papperstidningar ges ut. Det behövs också stöd i de delar av landet där underlaget inte räcker till för att finansiera och ibland distribuera en journalistik som oberoende granskar makten, informerar medborgarna och erbjuder information och debatt. Marknaden klarar inte allt, men behoven finns överallt.

För att värna oberoende och minska politikernas inflytande bör de stöd som ges så långt möjligt vara generella, automatiska och rättighetsbaserade. De måste vara utformade så att de går till att stärka journalistiken, inte till att gynna så kallade bidragsentreprenörer.

* * *

Vad blir då den politiska slutsatsen av detta?

Jag vill se ett handslag mellan politik och bransch. Ett handslag som handlar om hur vi går från dagens läge med oschyssta spelregler och snårskog av stöd till

en modern mediepolitik. Vi politiker behöver kompromissa över partigränser och med branschen.

Tänk en handslag där branschen säger att om tio år vill vi inte ha några statliga stöd och där politikernas svar i bred enighet blir att lova att ta bort moms, ge rimliga konkurrensvillkor gentemot de globala jättarna, och möjligen på marginalen hjälpa till för att vi ska ha granskande journalistik i hela landet.

Under den tioåriga övergångsperioden finns stöd som så långt möjligt är automatiskt och rättighetsbaserat, för att underlätta distribution av pappers-tidning och säkra kvalitetsjournalistik i hela landet.

(I den bästa av världar skulle dessa tio år också innebära ett rejält lyft för skolan samt ett samhällsklimat som går från att vara slutet, gnälligt och pessimistiskt till att vara öppet, nyfiket och bildat)

* * *

”Det fattas aldrig pengar när det gäller våra nycker, vi gnäller bara över priset på det som är nyttigt och nödvändigt.” Orden är Balzacs men känns nutida. Vi lägger mycket pengar på medier. Vi köper mobiler, datorer och teveapparater, vi har prenumerationer på filmer och vi följer med när tv-rättigheter för en fotbollsliga flyttar från en kanal till en annan.

Vad är det som gör att så många tvekar att betala för nyheter, granskning, lokal debatt och information? Det är ju vår nyfikenhet och vilja att förstå världen som medier försöker möta. Det gör man inte gratis. Jag skulle därför vilja avsluta med att hävda att var och en av oss, som enskild individ, har ett ansvar att bidra till

ett bra klimat för journalistik och medier. Det är en rimlig levnadsregel att det man vill se mer av i världen ska man försöka bidra med själv.