

Min liberalkonservativa mediepolitik för Sverige

Mats Svegfors*

Sedan tidigt 1990-tal är svensk ekonomi och svenskt samhällsliv inne i en period av omvandling som framförallt betingas av digitalisering och globalisering. Mediesektorn är den del av samhället som påverkats först och mest genomgripande. Gamla strukturer utsätts för ett starkt omvandlingstryck.

Demokratin i den utvecklade världen är i allt väsentligt ”medieburen”. Vad innebär det för folkstyret när mediesektorn förändras. Håller viktiga värden på att förloras? Hur ser en rimlig beskrivning ut av mediasituationen i Sverige ett par decennier in på 2000-talet?

Dagstidningarnas tryckta upplagor minskar långsiktigt. De stora nationella dagstidningarna, ffa *Dagens Nyheter*, hävdar sig likväl både kommersiellt och publicistiskt. Den digitala läsningen av de rikstäckande morgontidningarna ersätter successivt läsningen av papperstidning. Också kvällstidningarna kompenserar

* Mats Svegfors har en unik erfarenhet av ledande positioner inom både medier och statlig förvaltning. Han har varit chefredaktör för Svenska Dagbladet och VD för Sveriges Radio, men också statssekreterare (m) i bostadsdepartementet och landshövding i Västmanland. Han medverkade i arbetet med Moderata samlingspartiets idéprogram som lades fram 2021.

minskad läsning på papper med ökad digital läsning. Läget för morgontidningar utanför Stockholm är mer prekärt. Men variationen är stor mellan olika tidningsföretag. Det går faktiskt inte generellt att hävda att det råder tidningskris i Sverige. Läget för många företag är ansträngt, men inte krisartat. Men det som i politiken kallas ”vita fläckar” är ett påtagligt fenomen och inte bara, som det normalt antas, på mindre orter. Brist på lokal täckning är i minst samma utsträckning ett storstadsfenomen. Betydande delar av framför allt Storstockholmsområdet är ”medielöst” i den meningen att lokal journalistik saknas. Men detta är på intet sätt något nytt. Däremot har uttunnningen generellt av lokaljournalistiken tilltagit. Även i många större regiontidningar har bevakningen av lokala och regionala frågor dragits ned till ett minimum. Utan att överdriva kan man säga att Sverige väsentligen består av ”vita” och ”gråa” fläckar.

Televisionen har förändrats sett över en längre tid. Den totala dominansen för *Sveriges television* har ersatts av mångfald, eller åtminstone ”flerfald”. *TV4* når nästan samma genomslag som *SVT*. Båda dessa stora TV-bolag är inne i en mycket god utveckling. *SVT* satsar på ambitiös utveckling av samhällsprogram. Till detta kommer *SVT Forum* och *Kunskapskanalen*, och inte minst *SVT Play* som dramatiskt ökar tillgängligheten till *SVT:s* program, *TV4* har sedan två år tillbaka gjort en mycket ambitiös satsning på ett dagligt aktualitetsmagasin mellan kl 17 och 19. *SVT* bygger också ut sin lokala representation.

Sveriges Radio har med sin starka ställning såväl nationellt som lokalt en alltmer uttalad särställning i

mediesystemet. Samma sak gäller för *Sveriges Radios* playtjänst som för *SVT Play*. Tillgängligheten har ökat på ett avgörande sätt. För radion gäller dessutom att efterhandslyssningen blir ännu viktigare. Radion har under mycket lång tid varit ett mobilt medium genom att många lyssnat på radio i bilen. Genom de smarta mobiltelefonerna är numera radio generellt ett mobilt medium. Till detta kommer, som ett förhållandevis nytt fenomen, en stark utveckling av poddar. Det har inneburit att också *Sveriges Radio* möter konkurrens, eller om man så vill, ett kompletterande utbud.

Till allt detta kommer **de sociala medierna**. Inte minst för unga människor innebär dessa en revolution i medietillgången. Utifrån publicistiska utgångspunkter är naturligtvis inte de sociala medierna alldeles oproblematiska. Publicistiskt redigerat medieinnehåll ersätts av något som skulle kunna beskrivas som ett gigantiskt system av oredigerat insändarmaterial. Men samtidigt måste man vara medveten om att en betydande del av detta innehåll utgörs av återrapportering av journalistiskt innehåll hämtat från traditionella medier.

Väsentligen är bilden av den svenska medieutvecklingen positiv. Internationellt är bilden inte lika entydigt positiv. Två mycket stora politiska processer, Brexit i Storbritannien och presidentvalet i USA, har på olika sätt illustrerat tillkortakommanden som kan skrivas på kontot för dåligt fungerande mediasystem. Brexit drevs framförallt fram av en perverterad lösnummermarknad för tryckta tidningar i Storbritannien. Politisk skandaljournalistik ersatte en seriös täckning av EG/EU. Fenomenet är inte nytt. Tvärtom handlar det verkligen om ett marknadsmisslyckande

med gamla rötter. Redan i slutet av 1800-talet fanns ett liknande fenomen i USA, det som kallades ”*yellow journalism*”.

Det som hände i USA från 2015 och framåt påminner om Brexit men är likväl olikartat. En väl fungerande medial offentlighet kännetecknas av en kombination av åsiktsskillnader och åsiktsgemenskap. Olika medier företräder i sin åsiktsjournalistik olika syn men förenas av en gemensam syn på den sakliga och opartiska nyhetsjournalistiken. I USA har utvecklats en närmast total polarisering när det gäller också nyhetsjournalistik. Tveklöst har högerpopulistiska radio- och tv-kanaler, i kombination med likaledes närmast högerextrema sociala mediasajter, varit drivande. Avsaknaden av starka public service-kanaler i radio och tv, som *common ground* i mediestrukturen, har bäddat för den politiska polariseringen av det amerikanska samhället.

Den andra delen av en oroande internationell bild är den medvetna politiska styrningen av medierna i det gamla Östeuropa. Gamla strukturer, men med omvända politiska förtecken, återskapas.

Vilka mediepolitiska slutsatser bör dras?

En första slutsats är att den lokala dagspressen som samhälleligt forum är satt under hot. Detta motiverar att hålla fast vid presstödet. Men på lång sikt är det svårt att föreställa sig att presstödet kan säkra den starka lokaltidningens överlevnad. En avgörande förklaring är att den traditionella dagstidningen har en mycket låg kostnadseffektivitet. Detta var inte något avgörande problem så länge annonsfinansieringen bar tidningarnas ekonomi. Men när så inte längre är fallet slår den bristande kostnadseffektiviteten igenom. För

en genomsnittlig prenumererad tidning används endast cirka 20 procent av omsättningen till det journalistiska innehållet. För public service-radio är motsvarande andel cirka 80 procent. Till de mest intressanta journalistiska nydaningarna under senare år hör de digitala publikationerna. De mest kända är amerikanska *Huffington Post* och *Politico*. På sikt borde övervägas att säkra lokal journalistisk bevakning genom att stödja ett nät av lokala digitala nyhetstjänster. Det är en angelägen uppgift att börja utreda hur en sådan struktur skulle kunna formas.

En andra slutsats gäller de idag rikstäckande tidningarna, storstadstidningarna och kvällspressen. Dessa tidningar fungerar förhållandevis väl såväl ekonomiskt som publicistiskt. Det finns all anledning att vara synnerligen försiktig med förändrade villkor som riskerar att försämra deras förutsättningar. Det gäller bland annat distributionen. Det är besynnerligt att inte betrakta landets postdistribution som en nationell infrastruktur. Staten borde, bland annat av hänsyn till tidningsdistributionen, ta ansvar för en fungerande postdistribution.

En tredje slutsats gäller värnet av public service. Ståndpunkten borde från liberalkonservativa utgångspunkter vara självklar. Rent ekonomiskt är public service ett extremt gynnsamt sätt att organisera medieverksamhet på. Public service är en både individuell och kollektiv nytthet. Såväl *SVT* som *Sveriges Radio* har en mycket stark uppslutning i det svenska samhället. Och public service säkrar sedan snart 100 år tillbaka en demokratisk offentlighet som är tillgänglig och gemensam för alla. Slutsatsen borde som sagt vara

självklar: Public service i såväl radio som TV borde både vårdas och värnas.

En fjärde slutsats gäller den politiska hanteringen av mediepolitiken som en del av en vidare demokrati-politik. De medie- och pressutredningar som har arbetat under senare år har regelmässigt resulterat i misslyckanden. Undantagslöst har de börjat från noll för att sedan var och en bygga sitt eget luftslott. En effekt är att riktigt viktiga nya mediefrågor inte alls har beretts. Ett aktuellt exempel är de EU-regler om digitala tjänster (*Digital Service Act*) som nu är på väg att slutligt läggas fast. Sverige har som vanligt hamnat på efterkälken, trots att det allt sedan anslutningsförhandlingarna rör frågor som har varit alldeles centrala för svensk del. Erfarenheten av senare års medieutredande talar för en institutionell innovation: tillsätt en permanent demokrati- och medieberedning. Låt den gärna ha formen av en kommitté men den bör framför allt bestå av kvalificerade forskare och erfarna ämbetsmän. Dess uppgift ska vara att ständigt uppdatera kunskapen, och ta initiativ, när det gäller mediasystemet i ett demokratiperspektiv. Beredningen ska därigenom löpande ge underlag för en demokrati-buren mediepolitik.

Under åtta år, mellan 2006 och 2014, hade vi en moderat statsminister och en moderat kulturminister med ansvar för mediepolitiken. Det mycket positiva som kan sägas om denna period var att inga onödiga reformer genomfördes. Efter valet 2014 har moderaterna anslutit till sin tidigare tradition i mediepolitiken: brist på långsiktighet, kluvenhet när det gäller stöd till pressen och en irrationell skepsis mot public service.

En arbetsgrupp inom Moderaterna är på väg att presentera förslag till förnyad mediepolitik. När detta skrivs är detta förslag ännu inte offentligt. Med den begränsade kunskap jag har om arbetsgruppens arbete kan jag inte fullt ut bedöma i vilken utsträckning mina uppfattningar stämmer överens med moderat politik i vardande.

- När det gäller min första slutsats har jag skäl att tro att moderaterna kommer att ta ställning för fortsatt mediestöd i någon form, förmodligen ett reviderat presstöd. Däremot tror jag inte att man är beredd på en mer radikal förnyelse av mediestödet.
- När det gäller min andra slutsats, att framtidens dagspress förutsätter en statligt garanterad post-distribution, är detta något som nog inte har diskuterats inom moderaterna.
- När det gäller den tredje slutsatsen är jag rädd för att moderaterna missleds av en besynnerlig form av marknadsfundamentalism.
- När det gäller min fjärde slutsats – en institutionell nydaning av medie- och demokratipolitiken – är det en helt ny synpunkt som formuleras i och med den här texten. Moderaterna har inte haft anledning att ta ställning till förslaget.

Ett liberalkonservativt parti borde lära av erfarenheterna i Sverige och andra länder. Det behövs en statlig presspolitik ägnad att så långt möjligt motverka utarmningen av presstrukturen. Public service, som vi och många andra länder har en hundraårig erfarenhet av, är en samhällelig framgångssaga. En dynamisk

demokrati bygger på en väl fungerande mediestruktur. En sådan skapas genom en kombination av marknad och politiska beslut. Mer än på de allra flesta områden visar medieutvecklingen att samhället är större än staten men också större än marknaden.