

# Så kan offentliga mediecenter skapa en ny journalistik för alla

**Victor Pickard\***

Om ett demokratiskt land i dag skulle skapa en mediestruktur från grunden skulle resultatet förmodligen bli någonting helt annorlunda än de befintliga modellerna. Det gäller inte minst på den lokala nivån där journalistiken inte längre är kommersiellt gångbar och snabbt håller på att försvinna runtom i världen. Om demokratier då skulle lära av historien skulle de förstås försöka undvika gårdagens fallgropar. Framför allt skulle de sannolikt förhindra att nyhetsmedier blir alltför kommersialiserade och beroende av de marknadskrafter som just nu driver på lokaljournalistikens undergång.

Utifrån vårt 2000-talsperspektiv, där så mycket av den kommersiella journalistiken antingen säckar ihop eller tappar alltmer i betydelse, verkar det som att marknadsekonomiskt beroende medieinstitutioner är oförmögna att uppfylla sina demokratiska skyldigheter. Den kommersiella journalistiken är i mångt och mycket ett misslyckat experiment, som lett till en för-

---

\* Victor Pickard är professor i mediepolitik och nationalekonomi vid Annenberg School of Communications på Penn-universitetet i USA. Översättning: Ola Westerberg.

utsägbart subjektiv och exkluderande rapportering. Det blir allt tydligare i vår digitala tidsålder att kommersiella nyhetsmedier, och särskilt de som är alldeles för starkt beroende av annonsintäkter, inte kan upprätthålla den nivå på nyheter och information som är nödvändig i en demokrati.

Med dessa insikter borde vi alltså prova någonting annat. En ny struktur som producerar en ny form av journalistik, frigjord från äldre traditioner, institutioner och lösningar – och viktigast av allt syftar till att fördjupa demokratin – och som framför allt bör bygga på en offentlig, icke vinstdrivande modell. Denna nya struktur skulle inte bara vara frikopplad från marknaden, den måste också skyddas från andra mäktiga krafter, såsom myndigheter, storföretag, rika individer eller andra former av maktkoncentrationer. Att skapa ett sådant utrymme för avkommersialiserad och demokratiserad medieproduktion kräver att lokala grupper också äger och kontrollerar den. Om ett sant demokratiskt samhälle är det huvudsakliga syftet måste vårt yttersta mål vara att varje samhällsgrupp har tillgång till offentligt finansierade och lokalt ägda nyhetskooperativ. Det är sådana jag benämner ”offentliga mediecenter”.

Offentliga mediecenter måste ha statliga garantier men vara lokalt styrda. Med andra ord måste samhällsgrupper och journalister själva äga och producera lokala nyheter. Viktigast av allt, offentliga mediecenter måste upprättas för *varje* samhälle. Här nedan beskriver jag i stora drag hur en sådan struktur skulle kunna se ut, med utgångspunkt från tidigare ramverk som jag har utformat i min senaste bok och i andra texter (Pickard, 2020).

## Hur kan offentliga mediecenter se ut?

Utifrån den normativa övertygelsen om att alla invånare i ett samhälle ska ha tillgång till en viss grundläggande nivå av nyheter och information, och kunna skapa sina egna medier, kan en offentlig mediestruktur utgöra en stark grund för ökad demokrati. I ett försök att frigöra sig från den rådande ordningen och vidga det politiskt tänkbara beskrev den framlidne sociologen Erik Olin Wright (2010) ”verkliga utopier” baserade på faktiska befintliga alternativa modeller. Sådana ”radikala” rum (såsom bibliotek) erbjuder lockande glimtar av mer demokratiska samhällen. Ett sådan experiment som vi kanske minns från det tidiga 00-talet var ”oberoende mediecenter” (på engelska förkortade IMC, eller med ett annat uttryck *indymedier*). Denna radikala demokratimodell hade för avsikt att ingjuta makt i aktivister och medborgarjournalister genom att ge dem möjlighet att gå runt de stora privata mediehusen och skapa ett globalt nätverk med ”folkredaktioner”. Sådana skapades i tiotals samhällen runtom i världen till dess att modellen övergavs under 2010-talet, delvis för att den blev alltför beroende av frivilligarbete. Men någonting i stil med IMC-modellen skulle kunna uppfinnas på nytt, såsom offentligt finansierade nyhetskooperativ. Hur kan vi åstadkomma detta?

Wright har i sina senare studier visat på ett användbart upplägg som kan tjäna som utgångspunkt för vilka möjligheter det finns att avkommersialisera journalistiken och skapa en verkligt offentlig mediestruktur (2019). Wright föreslår fyra generella modeller som alternativ till kapitalistiska lösningar. De grundar sig

på fyra olika motståndsstrategier: krossa, tämja, fly eller bryta ner. Wright förordar ett sätt som samtidigt och successivt bryter ner och tämjer den kommersiella logiken. Genom att reformera och avkommersialisera befintliga strukturer för att förbättra människors vardag (tämja), medan vi samtidigt skapar offentliga alternativ som konkurrerar med och gradvis ersätter kommersiella institutioner (bryta ner), kan vi skapa en mer demokratisk struktur.

För att kunna tillämpa denna strategiska vision på våra nyhets- och informationsstrukturer krävs ”offentliga alternativ” (till exempel icke-kommersiella/ icke-vinstdrivande institutioner som är offentligt subventionerade), såsom välfinansierade offentliga medier och bredbandsnät. Vi kan också behöva reglera nyhetsmedier med krav på att tjäna allmänhetens informationsbehov. Arbetares och samhällsgruppers ägande kan försäkras genom att fackförbund ges en stark ställning på redaktionerna och genom att bättre förutsättningar skapas för mediekooperativ, så att dessa kan utkrävas ansvar av de olika grupper de tjänar. Alla dessa angreppssätt är värda att prova, men det effektivaste sättet att ersätta kommersiella medier är att skapa en struktur som fullt ut ägs av det offentliga, av allmänheten.

Vi kan föreställa oss sex olika ”lager” när sådana offentliga mediecenter ska skapas. Det första rör finansieringen: hur denna mediestructur långsiktigt garanteras resurser. Det andra handlar om beslutsfattandet: hur resurser fördelas och andra avgörande beslut fattas demokratiskt. Det tredje handlar om att avgöra vilka informationsbehov som ska tillgodoses.

Det fjärde rör infrastrukturen: hur vi försäkrar oss om distribution och tillgång till information, inklusive bredband för alla. Tekniskt: hur vi utformar algoritmer för sökmotorer och nyhetsflöden så att de lyfter fram offentliga medier. Slutligen allmänhetens aktiva engagemang: hur vi ser till att lokalsamhällen skapar och bidrar med egna nyheter. Att radikalt demokratisera respektive lager är var för sig en grannliga uppgift.

Tillsynen av dessa "lager" måste också förflyttas från federal/nationell nivå till lokalsamhällen och lokalstyren. Resurser kan fördelas centralt på federal/nationell, delstatlig eller regional nivå, men det är lokala medier som företräder samhällsgrupper på plats som bör fatta de avgörande besluten om verksamheten. Ansvariga på federal/nationell eller delstatlig nivå kan bedöma hur resurser ska fördelas så att det gagnar de mest utsatta områdena. De kan till exempel skraddarsys så att de inriktas mot vita fläckar på nyhetskartan och samhällsgrupper som länge har hamnat i skymundan genom sitt utanförskap på informationsområdet. Resurserna kan också möta särskilda kommunikationsbehov genom att fylla nyhetsluckor om samhällsklyftor, val, klimatförändringar och andra specifika sociala frågor som folkhälsa och globala pandemier. Denna struktur skulle kräva ett offentligt mediekonsortium bestående av politisk expertis, akademiker, tekniker, journalister och aktivister som är specialiserade på de respektive uppgifter som krävs i dessa olika "lager", och som kontinuerligt rapporterar till och har med sig lokalbefolkningen.

## Utmaningar och fördelar med lokala offentliga mediecenter

Naturligtvis uppkommer frågan vad sådana upplägg kostar, men det är viktigt att vi inte betraktar nyheter och information som lyxvaror, utan som förutsättningar för demokrati. Journalistiken är inte en vara som alla andra, som bara ska möta en viss efterfrågan, utan gagnar samhället både i sig självt och tack vare de följder den indirekt får (ett slags ”merit good” för att låna en nationalekonomisk term). Eftersom samhällsviktig information är allmännyttig måste den finansieras oavsett om den ger vinst eller inte. I bästa fall garanterar demokratiska samhällen en viss nivå av ekonomiskt stöd, som inte får vara godtyckligt, via statsbudgeten. Ett separat eller kompletterande alternativ är att skapa en stor fond med intäkter från en mängd håll, däribland genom beskattning av monopolistiska medieplattformar som *Facebook* och *Google* (Pickard, 2018).

Kampen för en oberoende offentlig mediestruktur stannar inte vid politisk strategi eller finansieringslösningar. När vi väl har skapat de grundläggande förutsättningarna för denna nya struktur måste vi försäkra oss om att den förblir sant demokratisk, ägd och kontrollerad av journalister och personer som är representativa för allmänheten, och att det finns insyn nerifrån och upp i verksamheten med en ständigt pågående dialog med samhällsinvånarna. Dessa redaktioner måste med andra ord se ut som och ta sig an de behov som finns hos deras publik, i alla dess former.

Permanent stöd för ett välfinansierat nätverk med offentliga mediecenter kan bidra till att garantera tillgång till kvalitetsnyheter för alla. Detta ”offentliga alternativ” för journalistiken kan ta sig an de kommersiella mediernas inneboende problem, alltifrån marknadsmisslyckanden till att en elit kapar åt sig dem. Om ett välfinansierat offentligt alternativ upprätthålls kan det dessutom få en rad indirekta positiva följder, såsom att mediernas mångfald upprätthålls och kommersiella konkurrenter blir mer ansvarstagande.

Allt fler studier visar på ett starkt samband mellan offentliga medier och stabila demokratier (för en sammanfattning av denna forskning, se Pickard, 2020). Likväl måste varje offentlig mediestruktur skyddas och hållas strikt åtskild från myndigheters och andra makthavares inflytande. Detta är en absolut förutsättning: varje form av censur eller olämpligt statligt inflytande är oacceptabelt. Även om myndigheterna ska ha en avgörande administrativ roll i att upprätta och skydda offentliga mediecenter, måste denna nya struktur skötas av allmänheten, vara oberoende och fullständigt demokratisk när det gäller vilket medieinnehåll som ska produceras. Politiskt oberoende kräver ekonomiskt oberoende med adekvata finansieringsformer och resurser.

Detta nya slags offentliga medier skulle stå fria från ekonomiska krav liksom från det kommersiella kravet att locka till sig välbärgade ägare, investerare, annonsörer och en välbeställd publik. De skulle därför inrikta sig mot publikgrupper och frågor som tidigare har negligerats, som fattiga, svarta och arbetarklass. Medier kan då också satsa mindre på klickbete och

oväsentligheter och mer på att bevaka sociala problem. Kanske får vi då också se engagerade journalister med kontinuerliga bevakningsuppdrag att följa arbetares vardag, invandrargrupperns problem och den globala uppvärmningens konsekvenser för miljön.

Om journalisterna får ägarandelar och medbestämmande i medieinstitutioner frigörs de från kommersiella begränsningar och ges möjlighet att använda sitt yrkeskunnande, utgå från demokratiska normer och tjäna sina lokalsamhällen. En sådan modell kräver starka journalistfack som skyddar arbetsförhållandena och demokratiserar redaktionerna. En verkligt offentlig mediestructur skulle också bestå av kooperativ där de anställda styr och andra typer av kollektivt ägande. Till syvende och sist innebär offentliga medier att de ägs offentligt.

Historiskt och runtom i världen har nyhetsmedier alldeles för ofta tjänat maktens intressen och skyddat den rådande samhällsordningen. Men under rätt strukturella förhållanden kan journalistiken i stället vara en demokratisk – till och med revolutionär – kraft för social rättvisa och reformer. Men för att vara det krävs politiska ingripanden som lägger grunden för denna nya typ av medier som demokratin behöver.

## **Ett politisk ramverk för offentliga medier**

Syftet med mediepolitik i demokratiska länder är att identifiera styrkor och svagheter i olika strukturer, främja de positiva samhällseffekterna och minimera de negativa (Picard & Pickard, 2017). Lyckligtvis har de flesta demokratiska länder redan en stark, livskraftig



offentlig infrastruktur, såsom public service-bolag, som kan utgöra ryggraden när de nya multimediala redaktionerna ska byggas upp.

Men måttstocken borde vara att varje samhälle med låt säga 20 000 invånare har ett offentligt mediecenter som står i proportion till dess befolkning. Det är dessutom så att public service-bolagen i många länder är obenägna eller till och med förbjudna att bedriva lokaljournalistik, inte minst i tryckt form. Vi börjar se offentliga medier fokusera mer på lokal nyhetsbevakning i bland annat Storbritannien, Nya Zeeland och delar av USA, men de nya centren skulle uttryckligen ha till uppgift att erbjuda en mängd olika typer av lokala medier, däribland digitala, tv/radio, traditionella tidningar och lokala bredbandstjänster.

Mer specifikt bör det från politiskt håll, utöver att finansieringen garanteras, ses till att allmänintresset tillgodoses på flera sätt. Det handlar om säkerställa insyn i verksamheten, se till att den grundläggande inriktningen följs, att den eftersträvar mångfald och uppfyller sin skyldighet att tillgodose vad som allmänt anses vara ett samhälles ”nödvändiga informationsbehov” (Friedland m fl, 2012). Slutligen måste det finnas strukturer på plats som säkerställer konstant dialog och involvering från de lokala samhällena. Dessa offentliga mediecenter ska se ut som och återspegla vad som ligger i deras samhällens intresse.

Avslutningsvis, det är bara genom omfattande offentliga investeringar i icke-kommersiella medier som det går att upprätthålla journalistik som är dyr att producera men sällan går med vinst. Detta förutsätter en mediepolitik som ser till att allmänintresset skyd-

das, som frigörs från kommersiella krav och som bygger ut infrastrukturen för allmänheten. Tyvärr betraktas ofta marknadens inverkan på journalistiken som oundviklig, som en naturkraft som inte kan kontrolleras av samhället eller som ett uttryck för allmänhetens demokratiska vilja ("att ge folk vad folk vill ha"). Om mediekonsumenter (eller annonsörer, investerare och medieägare) inte stödjer den lokala journalistiken påstås det att marknadskrafterna har talat och att vi måste låta den gå i graven. Men marknadsekonomiska strukturer är inte naturliga eller neutrala. Mediernas infrastruktur är dessutom en social konstruktion, det direkta resultatet av politiska beslut som fattats utifrån stark ideologisk övertygelse. Journalistiken är heller inte en vara, den utgör en avgörande samhällsnytta vars existens inte borde vara beroende av hur pass väl den står sig på den så kallade fria marknaden.

Till syvende och sist bör vi betrakta den här övergångsperioden som en tid då journalistiken omvandlas. Den ger oss en möjlighet att skapa ett nytt samhällskontrakt för lokala nyhetsmedier med en struktur där de i större utsträckning än tidigare får stå till svars inför sina lokalsamhällen i stället för att styras av kommersiella ägares och annonsörers önskemål. Vårt mål måste vara att uppfinna nyhetsmedierna på nytt, inte att staga upp gamla kommersiella modeller. Eftersom vi nu har chansen att frigöra journalistiken från vinstkraven kan vi äntligen nå det där hittills ouppnåeliga målet: att se till att alla har tillgång till en informationsrik, pålitlig mediestruktur som präglas av mångfald, som ägs och styrs av lokalsamhällen och som är fast beslutet att tjäna och skydda ett sunt demokratiskt samhälle.