

Public service som politisk stridsfråga

Lars Nord*

Ingen svensk valrörelse är den andra helt lik. Ändå kan en sak säkert sägas om svenska valrörelser i ett historiskt perspektiv: de handlar aldrig om mediepolitik. Frågor om vad partierna velat göra med press, radio och tv har i stället konsekvent förpassats bort från den heta politiska striden de sista veckorna före valdagen. I stället har uppgörelser oftast träffats mellan partierna bakom stängda förhandlingsdörrar, eller under intryck från diskussioner med företrädare för mediebranschen (Nord, 2008).

Några gånger har det visserligen varit nära att mediefrågor kommit upp i valdebatten. Frågan om kommersiell radio och tv som alternativ till public service drevs på 1970-talet tämligen hårt av framför allt vissa kretsar inom Moderaterna, men partiledningen gjorde bedömningen att det inte var värt att lyfta frågan på ett särskilt sätt i valrörelsen eftersom den inte sågs som särskilt valvinnande. Och strax före valet

* Lars Nord är professor i politisk kommunikation vid Mittuniversitetet i Sundsvall. Hans forskning handlar om valkampanjer, politisk journalistik och mediepolitik.

1991 uppstod en öppen kontrovers kring koncessionen för den nya tredje marksända tv-kanalen mellan den socialdemokratiska regeringen och den borgerliga oppositionen. Konflikten fick dock sin lösning i god tid före valet eftersom ingen partiledning föreföll genuint intresserad av att politisera frågan.

De senaste åren har dock mediefrågor kommit att bli allt politiskt hetare, och då framför allt när det gäller synen på public service-mediernas uppdrag och ställning. En kritik som utgår från att dessa medier är partiska och vänsterorienterade har visserligen alltid förekommit från högerhåll, men den har växt i intensitet sedan framför allt Sverigedemokraterna drivit denna fråga med större kraft i offentligheten. I valrörelsen 2018 beskrev som bekant till exempel partiledaren **Jimmie Åkesson** *Sveriges Radio P3* som en ”skitkanal” som han skulle lägga ner om han var chef över den. Vidare uppstod en stor debatt efter *SVT:s* beslut att i direktsändning ta avstånd från ett av Åkessons uttalanden i den avslutande partiledardebatten (ett beslut som senare kom att klandras av Granskningsnämnden, som ansåg att det kunde tolkas som ett politiskt ställningstagande och stred mot kravet på opartiskhet).

Under 2020 skedde också en rad uppmärksammade utspel från Sverigedemokraterna när dess ledande företrädare till exempel föreslog att journalister skulle kunna straffas med två indragna månadslöner eller avsked om de kunde anses ha levererat ett partiskt innehåll, eller att programbolagens ansvariga skulle kunna kallas till riksdagens kulturutskott om politikerna ansåg att ett program eller inslag avvikit från kravet på opartiskhet. Samma år kom också fler kritiska uttalan-

den från ledande företrädare i Kristdemokraterna och Moderaterna som kritiserade public service-medierna och förordade ett smalare uppdrag för dessa, med mer fokus på nyheter och fakta och med mindre inslag av underhållning och förströelse.

Mer samlad och systematisk kritik

Det är därför korrekt att hävda att kritiken mot public service från höger både har växt i omfattning, och ändrat karaktär med tiden. Från att från början mest ha gällt enskilda riksdagsledamöters eller kongressombuds frustration över vad de uppfattat som ”vänstervridna” barnprogram eller för få kristna programpunkter till en mer samlad och mer systematisk kritik på en högre nivå, nu också artikulerad av partiledare eller partisekretärer. Det är därför uppenbart att det tidigare långvariga relativa parlamentariska samförståndet kring public service-mediernas uppdrag och villkor nu har kommit att ersättas av ett högre tonläge i debatten och mer av öppen partipolitisk konflikt.

Frågan om public service därmed också kommer att politiseras i valrörelsen 2022 är därför högst relevant att ställa. Detta särskilt sedan före statsministern **Stefan Löfven** i en intervju i *Dagens Media* sommaren 2021 deklarerade att Socialdemokraterna nu avsåg att göra public service till en valfråga för att möta kritiken från höger. Löfven deklarerade i intervjun att mediepolitiken var en demokratifråga och att Socialdemokraterna tänkte ”tala om” angreppen på medierna i den kommande valrörelsen (Scherman, 2021). Det får anses vara ett unikt uttalande från en socialdemokra-

tisk partiordförande vars föregångare snarare på sin tid gjorde allt som stod i deras makt för att undvika att lyfta mediefrågor i valrörelsen. Huruvida Löfvens efterträdare **Magdalena Andersson** avser att fullfölja Löfvens strategi på detta område är tills vidare en öppen fråga.

Känslan av förändringens vindar förstärktes också när Moderaterna under sommaren 2021 presenterade sitt nya mediepolitiska program som åtminstone till vissa delar kunde uppfattas som en stark plädering för förändringar av programbolagens villkor och ett ”smalare” public service-uppdrag. Det mediepolitiska programmet visade i vart fall att skillnaderna i synen på mediepolitiken mellan Moderaterna och Socialdemokraterna nog aldrig varit större.

I programmet föreslogs bland annat att public service inte borde grundlagsskyddas utan ha samma konstitutionella skydd som andra medier, att *Utbildningsradion (UR)* borde avvecklas, att förhandsprövningen av nya tjänster borde utvidgas, skärpas och överlåtas åt en oberoende instans samt att en oberoende revisionsfunktion skulle inrättas inom varje programbolag för mer effektiva granskningar av saklighet och opartiskhet i bolagens produktion (Moderaterna, 2021).

Aldrig tidigare i Sverige har därmed en så stark politisk opposition funnits som ifrågasatt de allmänfinansierade mediernas ställning. Det finns numera stora likheter i synen på public service mellan Moderaterna, Sverigedemokraterna och Kristdemokraterna, och företrädare för dessa partier är också tämligen pigga på att tala om de förändringar de tänker sig för den framtida mediepolitiken. Allt medan deras politiska mot-

ståndare i det rödgröna blocket i allmänhet mest lyfter mediefrågorna när de ser sig tvungna att replikera på angreppen från höger.

Delvis beror det på att andra delar av mediepolitiken snarast avpolitiserats. Det gäller inte minst i synen på presstöd och mediestöd, där det idag uppenbarligen finns ett brett samförstånd om behovet av att reformera stödet med tanke på den digitala omställningen. Det är också ett huvudsyfte med den medieutredning ledd av **Mats Svegfors** som dåvarande kulturminister **Amanda Lind** tillkännagav hösten 2021. När det gäller mediestödet har partierna med tiden närmat sig varandra. De rödgröna förefaller öppna för att ersätta otidsenliga stödformer, och en marknadsliberal opposition accepterar numera tanken på att ett offentligt stödsystem till dagspressen är nödvändigt. Frågan om driftsstödet till dagspressen var i många decennier en ideologisk vattendelare i svensk politik, medan uppslutningen bakom ett starkt public service var närmast monumental. Idag är det snarast tvärtom: samsyn om presstödet, och splittring om public service.

Det politiska läget har därför helt klart förändrats. Men talar det också för en politisering av mediefrågorna i valrörelsen 2022? Det vill säga att dessa frågor då blir en del av partiernas valkampanjer, och antas vara viktiga för att behålla gamla väljare och vinna nya.

Ingen självklar valfråga

Det som verkligen talar för att mediefrågorna för första gången kan bli en del av valrörelsen är förstås att den mediepolitiska kritiken, i synnerhet kritiken mot public

service, den här gången kommer från de kritiserande partiernas ledande skikt och att de partier som är öppet kritiska har ett rekordstort opinionsmässigt stöd. Moderaterna, Sverigedemokraterna och Kristdemokraterna har rimligen också ett behov att uppvisa enighet i ett tillräckligt antal enskilda politiska sakfrågor för att framstå som trovärdiga ”maktskiftespartier”. Public service kan helt klart vara en lämplig sådan fråga: den får anses lagom tung politiskt, den har ett klart ideologiskt symbolvärde och den är tämligen populär att driva bland de redan övertygade anhängarna.

Samtidigt är det viktigt att komma ihåg att det inte är mycket som tyder på att frågan engagerar större – och opinionsmässigt mer betydelsefulla – väljargrupper i särskilt stor utsträckning. Genomsnittliga väljare har knappast särskilt genomgripande åsikter om hur public service-systemet bör vara beskaffat och reglerat. Däremot vet vi från regelbundna förtroendemätningar att programbolagen *Sveriges Radio* och *Sveriges Television* åtnjuter ett stort förtroende bland svenska folket. Det finns också många som uppskattar de program och inslag som bolagen producerar. Intressant är att förtroendet för programbolagen också är betydande bland kristdemokratiska och moderata partisympatisörer. I den senaste upplagan av Förtroendebarmetern hade ungefär två av tre kristdemokratiska och moderata sympatisörer mycket stort eller ganska stort förtroende för SR och SVT, medan det samma bara gällde för var tredje anhängare av Sverigedemokraterna. Av samma undersökning framgår också att svenska folkets förtroende för SR och SVT generellt ökade från 2020 till 2021 (*Förtroendebarmetern*, 2021).

En slutsats som kan dras av dessa opinionsdata är rimligen att det kan vara förenat med vissa risker att politisera frågan om public service i valrörelsen. Det kan förvisso ge enkla poäng bland de redan övertygade, men det är samtidigt knappast en fråga som med automatik genererar stora, nya väljarströmmar till de tre kritiska partierna. Bland väljarna är sannolikt *SR* och *SVT* allra mest förknippade med enskilda program – varav många är populära och uppskattade – än med frågor om hur deras program ska granskas och hur deras styrelser ska utses. Hårda angrepp mot bolagen kan därför uppfattas som omotiverade och överdrivna av stora väljargrupper.

Till detta ska läggas den roll som medierna själva spelar i valrörelsen. Svenska valrörelser är i allt större utsträckning medialiserade (Nord & Strömbäck, 2018). Medierna spelar en stor roll för människors verklighetsuppfattningar och värderingar. Medierna har också ett egenintresse av att bevaka – och till med ”överbevaka” – mediepolitiska frågor. Politiska förslag om drastiska nedskärningar eller förändringar av public service lär därför leda till omfattande offentlig debatt och kritik från såväl de allmänfinansierade mediernas företrädare som från ledande publicister i kommersiella medier. Dessa omständigheter gör sannolikt frågan något mindre attraktiv att driva politiskt. Särskilt som det finns så många fler lockande, lågt hängande frukter (invandring, lag och ordning, kärnkraft) att plocka i jämförelse för den som enkelt vill vinna röster.

Det förefaller därför inte särskilt troligt att valrörelsen 2022 kommer att domineras av en debatt om public service-mediernas påstådda partiskhet. Temat

lär helt säkert dyka upp på en eller annan valaffisch och i åtskilliga Twitterflöden, men torde i övrigt sätta få avtryck på valdebatten och den allmänna opinionen. Det enda som möjligen kan påverka utvecklingen i en motsatt riktning under valåret är om enstaka mycket uppmärksammade händelser uppstår som kan skapa tvivel om de allmänfinansierade mediernas opartiskhet och som får stor plats i debatten. Men det är då snarare programbolagens egna tillkortakommanden eller misstag som driver fram politiseringen i valrörelsen, än utspel från enskilda politiska partier.

Dramatiken finns efter valdagen

Vad som händer efter valdagen är förstås också intressant, och kanske till och med mer intressant än valrörelsen och valresultatet. Röstfördelningen brukar vara någorlunda i linje med alla opinionsundersökningar och bjuda på få överraskningar. Mer dramatik finns då kring hur en kommande regering kan samla ett parlamentariskt stöd, och hur en politik på olika områden kan formas inom ramen för detta regeringsunderlag. Klarar Socialdemokraterna av att behålla regeringsmakten 2022 förefaller den framtida mediepolitiken tämligen förutsägbar. Leder däremot valet till ett regeringsskifte är frågan betydligt mer öppen.

Det är i så fall inte första gången en Moderatledd regering utpekas som ett hot mot public service. Inför valet 2006 varnade programbolagens ledningar för konsekvenserna av en borgerlig mediepolitik. Till en början besannades deras farhågor då den marknadsliberala Cecilia Stegö Chilò utsågs till kulturminister

och snabbt förklarade att hon ville riva upp och förkorta det gällande sändningstillståndet. Hon ersattes dock snabbt av den mer kulturkonservativa **Lena Adelsohn Liljeroth** som under nära åtta år som moderat kulturminister knappast stod i spetsen för någon utpräglad public service-fientlig politik. Mediepolitiken spelade i stället snarast en tämligen undanskymd roll under alliansregeringens år vid makten.

Men då var då, och nu är nu. En ny majoritetssituation i riksdagen efter valet kan förstås innebära att partiöverläggningar också resulterar i förändringar av public service-mediernas villkor när en eventuell ny regering ska mejsla fram en ny kulturpolitik. Det beror naturligtvis på vilka partier som befinner sig i sådana förhandlingar, vilka frågor de har bestämt sig för att särskilt driva i dessa förhandlingar, och vad de anser vara mer eller mindre möjligt att kompromissa om. Inte mycket talar för att public service förs fram som en huvudfråga när en regeringsförklaring ska förhandlas fram. Däremot är det inte helt otänkbart att frågan blir en del av en politisk byteshandel mellan partierna, och att villkoren för public service sätts i relation till hur någon annan politisk fråga avgörs.

I så fall skulle också det mesta vara sig likt i svensk mediepolitik. De viktigaste besluten har nämligen aldrig följt efter spektakulära partipolitiska utspel eller högljudda offentliga meningsutbyten. I stället har grunderna för den svenska mediepolitiken nästan alltid lagts i samband med överläggningar och möten bakom stängda dörrar där villkoren för medierna huvudsakligen formats efter kompromisser utifrån olika särintressens önskemål och prioriteringar.

Referenser

- Medieakademien/Kantar Sifo. (2021). *Förtroendebarmetern. Allmänhetens förtroende för institutioner, politiska partier, massmedier & företag*. Göteborg.
- Moderaterna. (2021). *En mediepolitik för mångfald. Rapport från Moderaternas mediepolitiska arbetsgrupp*. Stockholm.
- Nord, L. (2008). *Medier utan politik. En studie av de svenska riksdagspartiernas syn på press, radio och TV*. Stockholm. Santérus.
- Nord, L. & Strömbäck, J. (2018). *Svenska valrörelser. Väljare, medier och partier under 2000-talet*. Stockholm: Santérus.
- Scherman, J. (2021, 16 juni). *Stefan Löfven talar ut om mediepolitiken: "Angreppen på medierna blir en valfråga"*. Dagens Media. <https://www.dagensmedia.se/medier/rorligt/stefan-lofven-talar-ut-om-mediepolitiken-angreppen-pa-medierna-blir-en-valfraga/>