

2019-03-04 10:57 CET

Public service slöseri med skattemedel är ofattbart

Stora summor offentliga medel går till att public service producerar en typ av innehåll som redan tillgodoses av kommersiella aktörer.

Det är svårt att förstå logiken i detta, särskilt som det förs en debatt om kvalitetsjournalistikens överlevnad, skriver Staffan Rosell, VD för Bauer Media, i ett öppet brev till Amanda Lind (MP).

Till Sveriges nya kulturminister **Amanda Lind**, Välkommen till ditt nya uppdrag.

Kultur- och mediepolitik är spännande och viktigt. Faktum är att det under mandatperioden finns goda möjligheter att genomföra ny politik. Januariavtalet aviserar förändringar i mediepolitiken och pekar ut mångfald och oberoende som särskilt viktigt. Låt mig därför dela med mig av några tankar om mediepolitiken och då särskilt radio. Det går bra för radio och vi gläds att både lyssnare och annonsörer gillar kommersiella ljudmedier. Men om vi jämför med andra länder i EU är vi fortfarande en liten aktör i medielandskapet.

Konkurrensen från public service

Till följd av den snabba omvandlingen av medielandskapet står vi, liksom alla kommersiella medier, inför stora utmaningar. Utöver detta har vi att hantera konkurrensen från ett allt mer expansivt public service.

Knappast någon ifrågasätter att public service spelar en viktig roll. Uppdraget att sända program som är viktiga för samhället eller har svag kommersiell potential är mycket angeläget. Samtidigt minskar förtroendet för public service. Finns det ett samband mellan detta, och att allt för stora resurser ägnas åt det breda och lättsamma medan fokus på områden som samhällsbevakning, kultur och program för minoriteter, är alltför litet?

Kommersiellt gångbart innehåll

För oss är det en stor utmaning att P3 och P4 sänder kommersiellt gångbart innehåll på bästa sändningstid, i direkt konkurrens med våra radiokanaler. Den naturliga följderna är att fria medier förlorar läsare, tittare och lyssnare. Därtill går stora summor av offentliga medel till att producera och sända en typ av innehåll som redan tillgodoses av kommersiella aktörer. Det är svårt att förstå logiken i detta, särskilt som det förs en intensiv debatt om hur kvalitetsjournalistiken ska överleva. Det är helt enkelt slöseri med skattemedel.

Nu öppnar Januariavtalet för förändringar. De 73 punkter som regeringspartierna, Centerpartiet och Liberalerna har presenterat avslutades med två punkter om mångfald och oberoende i mediepolitiken.

Brottas med en trendmässig tillbakagång

Här slås fast att förutsättningarna för mångfald ska stärkas. Det är utmärkt. Låt mig betona att detta kräver särskilt uppmärksamhet på public service omfattning. Ett stort och växande public service kommer successivt att få en allt mer dominerande roll. Detta i ett medielandskap där andra traditionella medier brottas med en trendmässig tillbakagång. Nu finns chansen att definiera public service kärnområden och sätta grundläggande gränser för vad bolagen ska använda sina generösa anslag till.

Den andra punkten i överenskommelsen handlar om att göra en parlamentarisk översyn av public services oberoende. Detta är särskilt viktigt mot bakgrund av förekomsten av desinformation och hoten mot den fria journalistiken. Samtidigt upplever vi en oro över hur public service oberoende har kommit att tolkas.

Tydliga regler för uppföljning

Oberoende är inte detsamma som otydlighet i uppdrag och uppföljning. I höstas beslutade riksdagen att public service ska få förhöjda anslag, via skattsedeln, under sex års tid. Inte ens polis eller rättsväsende har en lika

trygg finansiering. Att då ge public service helt fria tyglar vore bakvänt. Kreativ frihet och redaktionellt oberoende ska värnas – gärna i grundlag. Tydlighet i SR:s, SVT:s och UR:s uppdrag och tydliga regler för uppföljning och utvärdering stärker däremot kvaliteten i innehållet och stärker oberoendet.

Januariavtalets punkter om mångfald och oberoende har ett mycket nära samband. Det är genom en mediemångfald baserad på tryck- och yttrandefrihet och rättvisa konkurrensvillkor som oberoende journalistik värnas.

Den nya kulturministern har nu en unik möjlighet att definiera vad som ingår i public services uppdrag. Chansen finns att gå från ord till handling och stärka mediemångfalden på riktigt.

Av **Staffan Rosell**

VD för Bauer Media

Bauer Media är det självklara mediehuset för ljudbaserad underhållning. Vi ger dig plattformen, nätverket och möjligheterna att utveckla din talang, förverkliga dina idéer och göra din röst hörd. Med vårt breda utbud underhåller vi hela Sverige, on air, online och on demand med **Podplay** och **RadioPlay** - våra plattformar för tusentals populära podcasts.

Vi är en del av **Bauer Media Group**, finns i åtta länder; Sverige, Norge, Danmark, Finland, Polen, Slovakien, Portugal, Irland och Storbritannien och når mer än 55 miljoner lyssnare varje vecka. Vi är störst i Europa i digital och kommersiell audio. Vi skapar innehåll som når fram och låter människor uppleva ljudets kraft och möjligheter. Vi kallar det ljudeffekten.

Kontaktpersoner



Maja Thomhave

Presskontakt

Press Manager

Bauer Media

maja.thomhave@bauermedia.se

070-556 47 30

08-450 33 00